

# LA GRAN ENCUESTA PYME

INFORME DE RESULTADOS  
SEGUNDO SEMESTRE · 2006



Firma Encuestadora



Napoleón Franco

LA GRAN ENCUESTA

# PYME

INFORME DE RESULTADOS  
SEGUNDO SEMESTRE • 2006

# PRESENTACIÓN

Anif, la Corporación Andina de Fomento (CAF), el Banco de la República y Bancóldex tienen el gusto de presentar los resultados correspondientes a la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme, realizada durante el mes de octubre de 2006 por Ipsos-Napoleón Franco.

El propósito fundamental de esta encuesta es proveer información estadística completa, actualizada y confiable acerca de las pequeñas y medianas empresas del país, que sirva como herramienta para hacer un análisis sistemático del desempeño coyuntural y las tendencias de mediano plazo de este segmento empresarial.

La Gran Encuesta Pyme indaga la opinión de los empresarios sobre diferentes aspectos, agrupados en cuatro módulos básicos: i) Situación actual, ii) Perspectivas, iii) Financiamiento y iv) Acciones de mejoramiento. Dentro de los dos primeros módulos se incluyen variables como producción, ventas, empleo, exportaciones, inversión, márgenes y costos, entre otras. En el aparte dedicado a financiamiento se ofrece información relacionada tanto con el acceso al crédito como con las condiciones del mismo; y, por último, en el módulo de acciones de mejoramiento se indaga sobre las iniciativas que están adelantando las pymes con miras a aumentar su competitividad.

Dentro del proceso de mejora continua de la Gran Encuesta Pyme, se realizó una importante modificación metodológica a partir de la medición realizada en el segundo semestre de 2006. Dichas mejoras, además de mantener la representatividad alcanzada en la primera medición a nivel de los tres macrosectores (Industria, Comercio y Servicios), permitieron tener representatividad a nivel de 21 subsectores, seleccionados de acuerdo con su importancia relativa por número de establecimientos. Contar con información estadísticamente robusta a un mayor nivel de desagregación permitirá realizar un análisis más preciso de las pymes en cada uno de los subsectores económicos incluidos:

## Industria

- Alimentos y bebidas
- Prendas de vestir
- Sustancias y productos químicos
- Productos de caucho y plástico
- Muebles, otras industrias manufactureras
- Otros productos minerales no metálicos
- Productos metálicos
- Actividades de edición e impresión
- Maquinaria y equipo
- Productos textiles
- Cuero, calzado y marroquinería

## Comercio

- Alimentos
- Productos farmacéuticos, perfumería y de tocador
- Ferretería, cerrajería y productos de vidrio
- Artículos de uso doméstico
- Prendas de vestir y sus accesorios

## Servicios

- Actividades de arquitectura e ingeniería
- Asesoramiento empresarial
- Informática
- Publicidad
- Hoteles y restaurantes

Cabe aclarar que como consecuencia de la mejora realizada a la Gran Encuesta Pyme en términos de representatividad subsectorial, fue necesario realizar algunos ajustes de tipo estadístico en los resultados de la medición anterior con el fin de hacerlos comparables (a nivel de macrosectores únicamente) con los obtenidos en esta medición, los cuales se presentan en este documento.

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

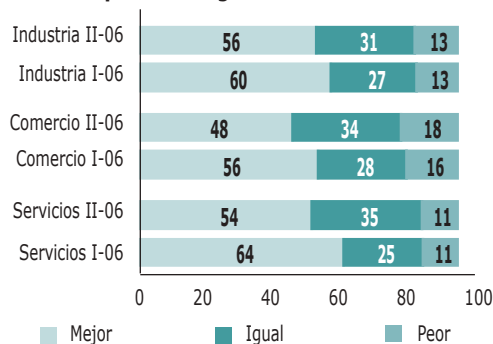
## PRIMER SEMESTRE DE 2006 VS. SEGUNDO SEMESTRE DE 2005

### SITUACIÓN ACTUAL

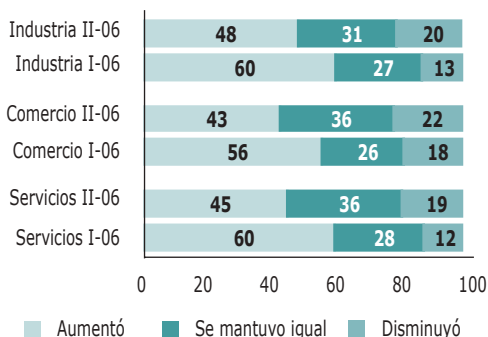
#### Sector Industria:

- El 56% de las pymes encuestadas considera que la situación económica general de su empresa mejoró en el primer semestre de 2006. No se evidencian cambios estadísticamente significativos respecto a las respuestas a esta pregunta obtenidas en la medición anterior (realizada en el primer se-

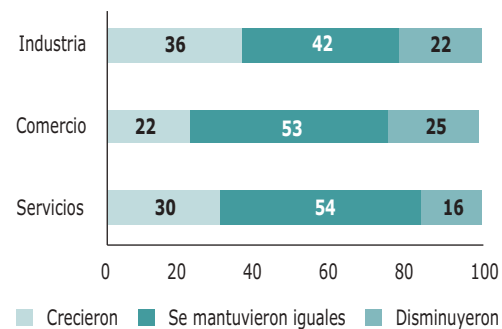
#### ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el primer semestre de 2006 respecto al segundo semestre de 2005?



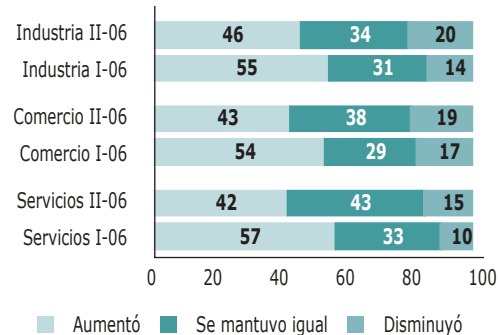
#### Con respecto al segundo semestre de 2005, el volumen de ventas de su empresa durante el primer semestre de 2006:



#### Con respecto al segundo semestre de 2005, los márgenes de actividad de su empresa durante el primer semestre de 2006:



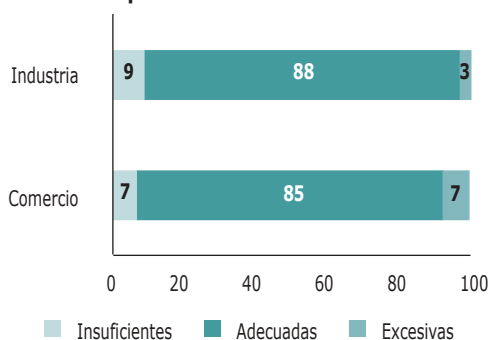
#### Con respecto al segundo semestre de 2005, el volumen de pedidos recibidos durante el primer semestre de 2006:



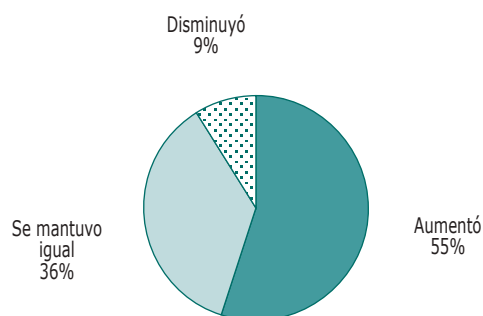
mestre de 2006). Se observa especial optimismo en los subsectores de productos metálicos, minerales no metálicos y muebles.

- El 48% de los empresarios opinó que sus ventas aumentaron en el primer semestre de 2006

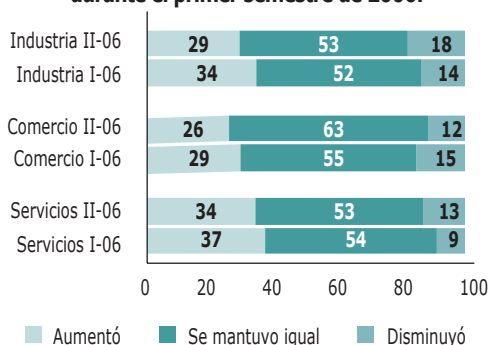
**Con respecto al segundo semestre de 2005, las existencias de su empresa durante el primer semestre de 2006:**



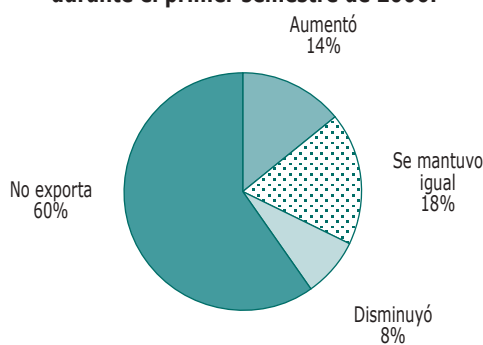
**Sector Industria. Con respecto al segundo semestre de 2005, el volumen de producción durante el primer semestre de 2006:**



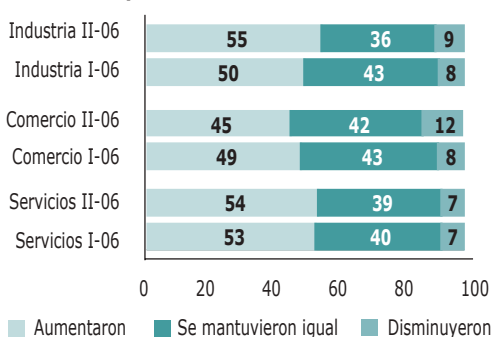
**Con respecto al segundo semestre de 2005, el número de trabajadores de su empresa durante el primer semestre de 2006:**



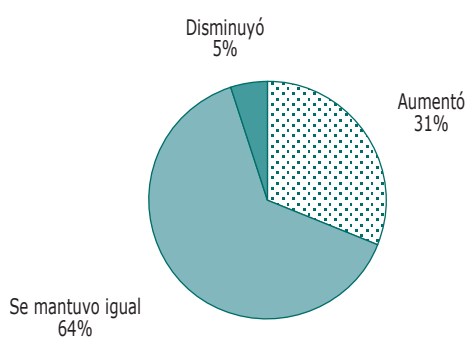
**Sector Industria. Con respecto al segundo semestre de 2005, el volumen exportado durante el primer semestre de 2006:**



**Con respecto al segundo semestre de 2005, los costos de su empresa durante el primer semestre de 2006:**



**Sector Industria. Con respecto al segundo semestre de 2005, la inversión en maquinaria y equipo durante el primer semestre de 2006:**



y un porcentaje similar registró un incremento en el volumen de pedidos recibidos. Frente a los resultados de la primera medición se encontró un leve deterioro en la percepción sobre la evolución de estas variables.

- El 36% de las pymes industriales observó un incremento en sus márgenes, 42% los mantuvo

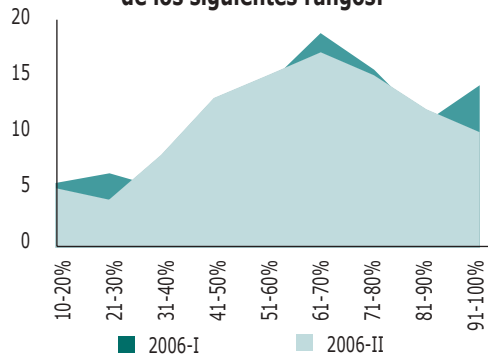
y el 22% los vio reducirse (principalmente del subsector de alimentos).

- El 55% de los empresarios encuestados consideró que sus costos de producción se incrementaron. Éste fue identificado como el principal problema que enfrentaron para el desarrollo de las actividades de sus empresas en el primer semestre de 2006.

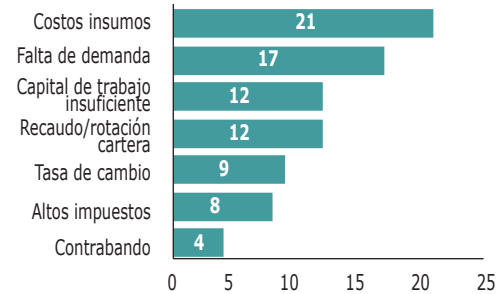
- El número de trabajadores directos aumentó en el 29% de los casos, se mantuvo igual en el 53% y cayó en el 18%. Los subsectores de productos químicos y muebles fueron los mayores generadores de puestos de trabajo.

- En un 47% de las empresas la utilización de la capacidad instalada se ubicó entre 51% y 80%.

**Sector Industria. La utilización de la capacidad instalada de su empresa 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 primer semestre de 2006?**



- El 60% de las empresas industriales encuestadas percibe que no exporta.

- En 64% de las empresas industriales entrevistadas la inversión en maquinaria y equipo permaneció igual, en 31% aumentó (principalmente en los subsectores de caucho y plástico y minerales no metálicos) y en 5% disminuyó. No se evidencian cambios significativos respecto de lo expresado sobre este aspecto en la medición anterior.

## Resultados subsectores industria

Balance de respuestas\*

### Situación económica general



### Volumen de ventas



\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

**Volumen producido****Nivel de pedidos recibidos****Márgenes****Número de trabajadores****Inversión en maquinaria y equipo****Costos de producción**

## Sector Comercio:

- Al igual que en la medición anterior, los empresarios del sector comercio fueron menos optimistas en la mayoría de variables relacionadas con la situación actual que los de los otros dos sectores.

- El 48% de los empresarios encuestados consideró que su situación económica mejoró, el 34% que ésta se mantuvo igual y el 18% cree que ésta empeoró. Frente a las respuestas obtenidas en la medición anterior se evidencia un leve deterioro en la percepción general de los empresarios de este sector.

- El 43% de las pymes comerciales encuestadas incrementó su volumen de ventas y ese

mismo porcentaje vio crecer el nivel de pedidos recibidos.

- Se destacan los subsectores de ferretería, cerrajería, productos de vidrio y farmacéuticos como los de mejor percepción sobre su desempeño general. Por el contrario, los subsectores de alimentos y prendas de vestir son los más pesimistas.

- Las ventas de productos nacionales fueron las de mejor comportamiento según el 60% de los encuestados.

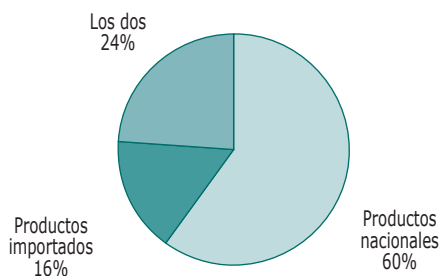
- El 48% de los empresarios vio mejorar su margen comercial.

- El 85% de las pymes comerciales consideró adecuado su nivel de existencias.

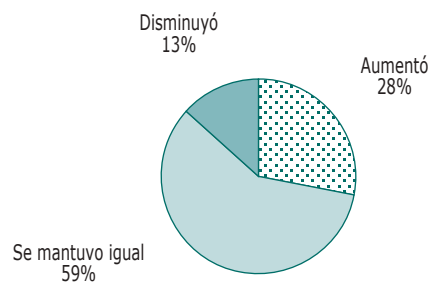
- Las pymes del sector comercio fueron las menos dinámicas en términos de generación empleos directos. El 63% de ellas mantuvieron constante su número de trabajadores.

- El principal problema que enfrentaron estos empresarios para el desarrollo de su actividad fue la competencia de las grandes superficies, la cual afectó con mayor intensidad a los subsectores de alimentos y bebidas y de artículos de uso doméstico.

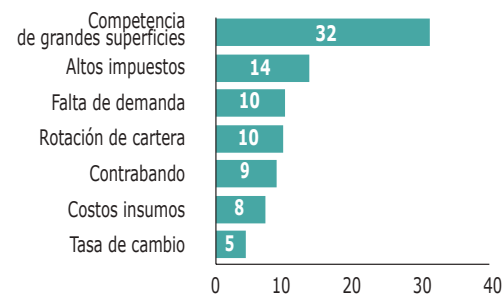
**Sector Comercio. La mejor dinámica de las ventas en durante el primer semestre de 2006 corrió por cuenta de:**



**Sector Comercio. Con respecto al segundo semestre de 2005, durante el primer semestre de 2006 la superficie de ventas de su empresa:**



**Sector Comercio. ¿Cuál fue el principal problema que enfrentó su empresa para el desarrollo de su actividad durante el primer semestre de 2006?**





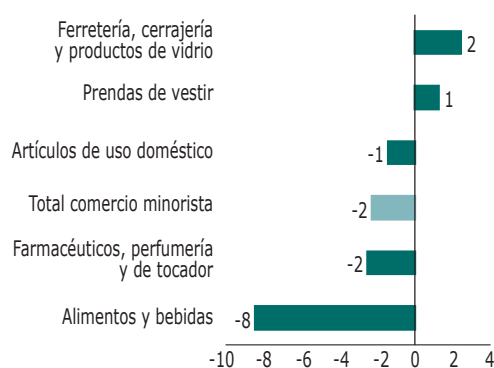
# Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas\*

## Situación económica general



## Márgenes comerciales



## Volumen de ventas



## Número de trabajadores



## Nivel de pedidos recibidos



## Costo de ventas



\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

## Sector Servicios:

- El 54% de los encuestados expresó mejoría en la situación económica general de su empresa (principalmente en el subsector de publicidad). Con respecto a la medición anterior, aumentó el porcentaje de empresarios que opinó que ésta se mantuvo igual.

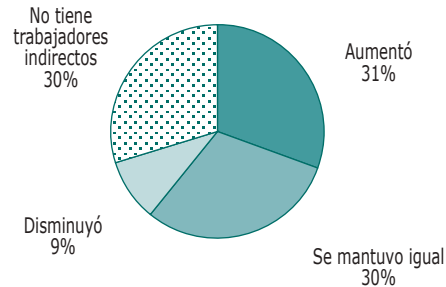
- El 45% de las pymes de servicios incrementó sus ventas y el 42% vio crecer su volumen de pedidos. En ambos casos, se evidencia menos optimismo al comparar estos resultados con los de la primera medición.

- El número de trabajadores directos aumentó en 34% de las empresas de servicios encuestadas, siendo éstas las que más respondieron que habían generado nuevos empleos directos en el primer semestre de 2006. En este aspecto se destacan las pymes dedicadas a actividades de arquitectura e ingeniería.

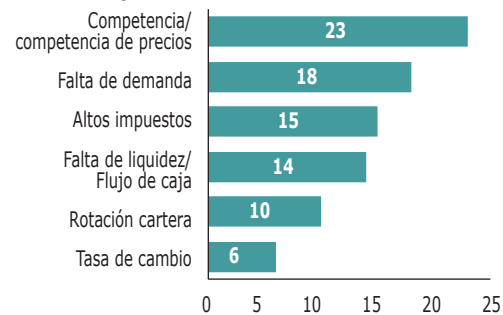
- El número de trabajadores indirectos se incrementó en 31% de las pymes de servicios consultadas.

- El 54% de los empresarios aumentó sus márgenes de operación.

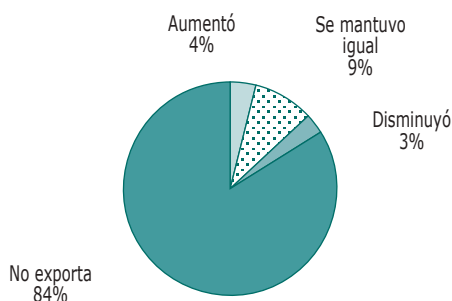
### Sector Servicios. Con respecto al segundo semestre de 2005, durante el primer semestre de 2006 el número de trabajadores indirectos de su empresa:



### Sector Servicios. ¿Cuál fue el principal problema que enfrentó su empresa para el desarrollo de su actividad durante el primer semestre de 2006?



### Sector Servicios. Con respecto al segundo semestre de 2005, el volumen exportado durante el primer semestre de 2006:



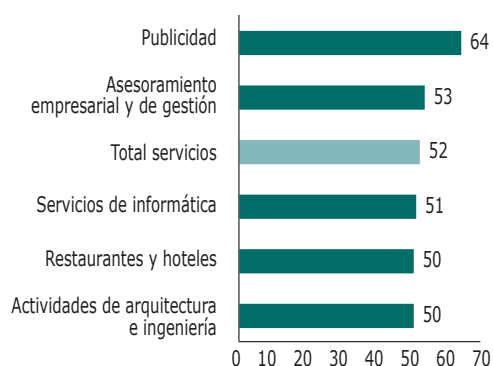
- El 84% de las empresas de servicios percibe que no exporta y sólo el 4% de ellas registró un incremento en su volumen de ventas externas (principalmente las del subsector de informática).

- La competencia y la falta de demanda fueron identificados como los principales problemas que enfrentaron las pymes de servicios para el desarrollo de su actividad.

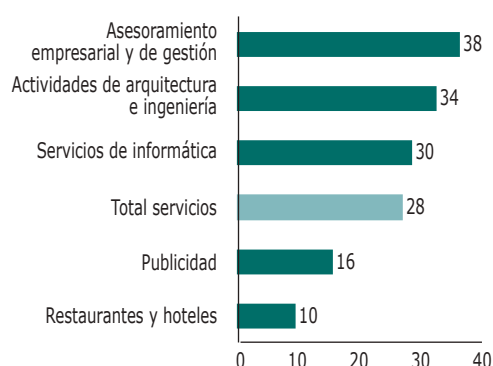
## Resultados subsectores servicios

### Balance de respuestas\*

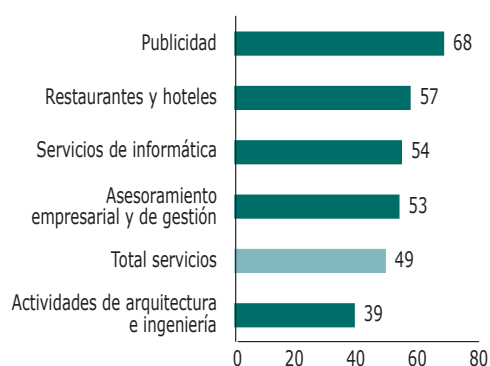
#### Situación económica general



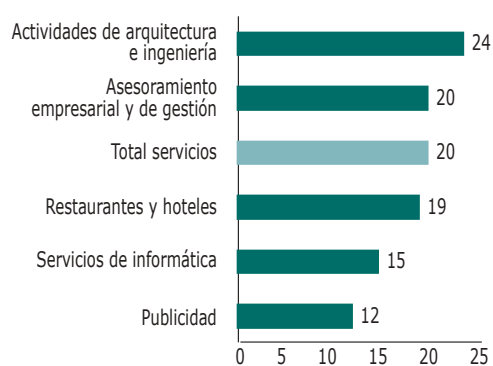
#### Número de trabajadores directos



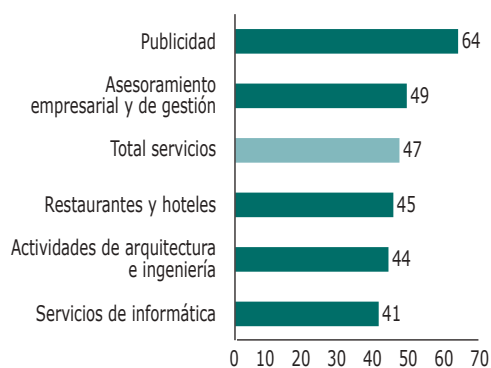
#### Volumen de ventas



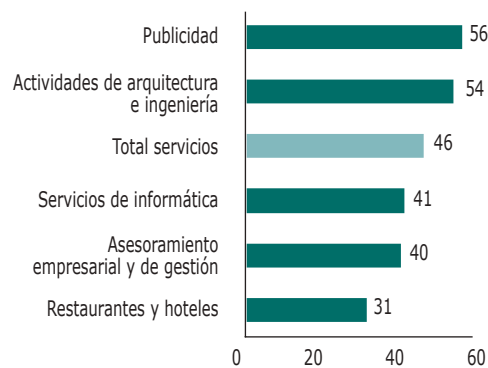
#### Número de trabajadores indirectos



#### Volumen de órdenes de servicio



#### Costos de operación



\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

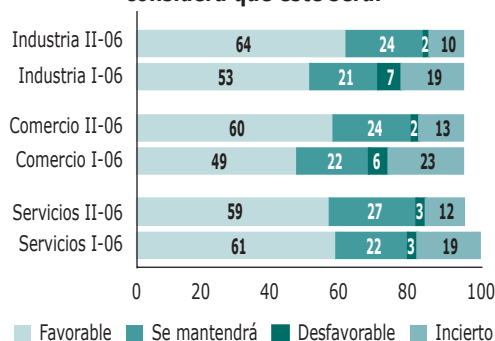
# PERSPECTIVAS

## SEGUNDO SEMESTRE DE 2006

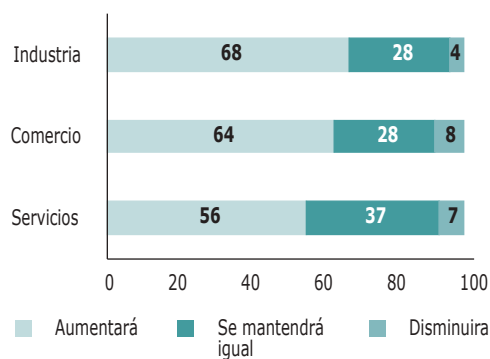
### Sector Industria:

- El 64% de los empresarios encuestados considera que el desempeño general de su empresa será favorable en el segundo semestre de 2006. El de Industria es el sector más optimista y al interior de éste se destacan los subsectores de prendas de vestir y cuero y calzado.

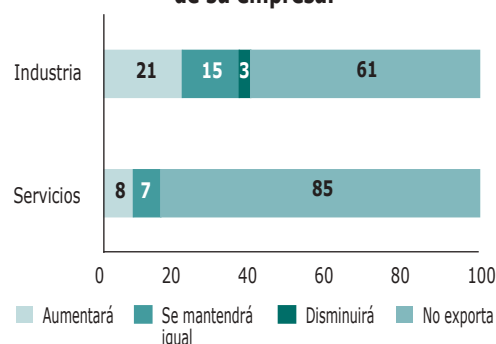
**Sobre el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2006 usted considera que éste será:**



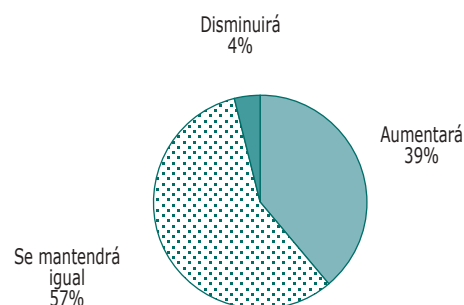
**Usted estima que en el segundo semestre de 2006 el volumen de pedidos de su empresa:**



**Usted estima que en el segundo semestre de 2006 el volumen de exportaciones de su empresa:**



**Sector Industria. Usted estima que en el segundo semestre de 2006 la inversión de su empresa:**



- El 68% de las pymes industriales cree que su volumen de pedidos crecerá.
- El 21% de los empresarios encuestados espera que sus exportaciones se incrementen.
- Un 39% de las empresas planea aumentar sus inversiones en maquinaria y equipo.

# Resultados subsectores industria

Balance de respuestas\*

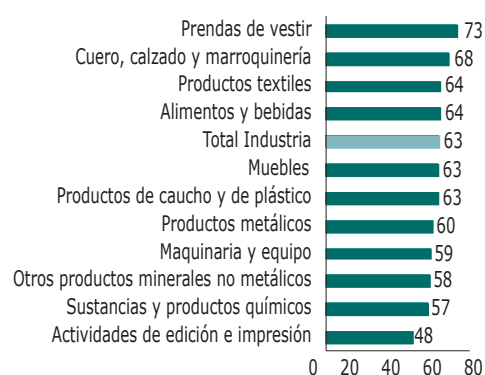
## Situación económica general



## Nivel de pedidos recibidos



## Volumen de producción



## Volumen de exportación



## Inversión en maquinaria y equipo

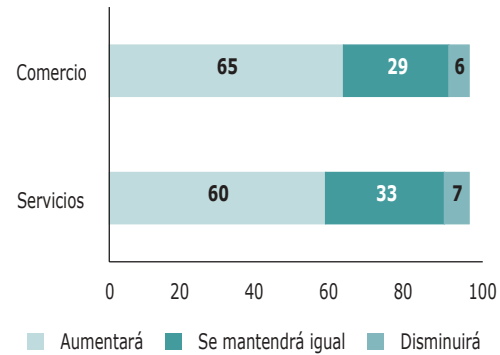


\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

## Sector Comercio:

- El 60% de las pymes comerciales cree que su desempeño general será favorable. Cabe resaltar que el sector de prendas de vestir, contrario a lo que se observó en el módulo de situación actual, es el que mejores expectativas tiene sobre su desempeño al cierre de 2006.
- El 65% de los empresarios considera que sus ventas crecerán y el 64% piensa que su volumen de pedidos se incrementará.

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



## Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas\*

### Situación económica general



### Volumen de ventas



### Nivel de pedidos recibidos



\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

## Sector Servicios:

- El 59% de los empresarios encuestados considera que el desempeño general de su empresa será favorable. No obstante, cabe mencionar que de los tres éste es el sector menos optimista y el que presenta el mayor nivel de incertidumbre.

- El 60% considera que sus ventas crecerán y el 56% piensa que su volumen de pedidos

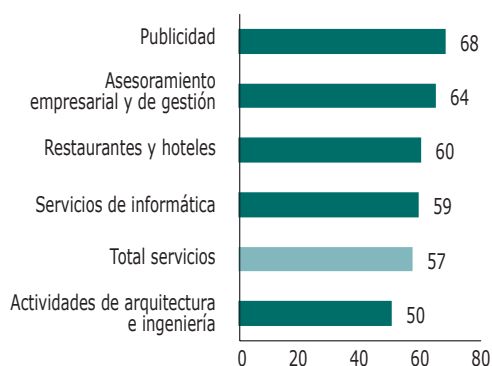
se incrementará. Con respecto a las expectativas sobre el desempeño futuro de estas dos variables se destaca el subsector de restaurantes y hoteles como el más optimista.

- Sólo el 8% de los empresarios consultados espera que sus exportaciones se incrementen.

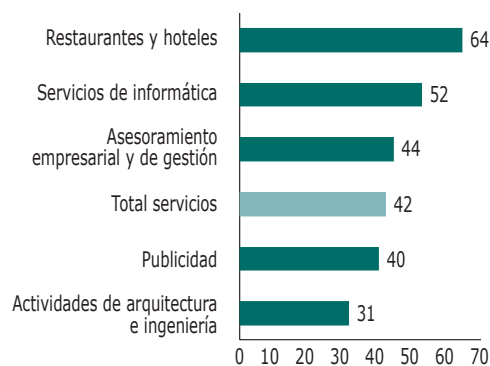
## Resultados subsectores servicios

Balance de respuestas\*

**Situación económica general**



**Volumen de órdenes de servicio**



**Volumen de ventas**

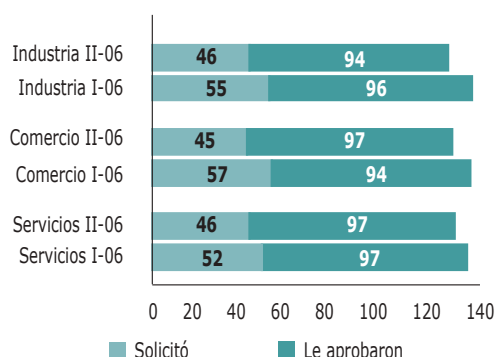


\*Respuestas positivas – respuestas negativas.

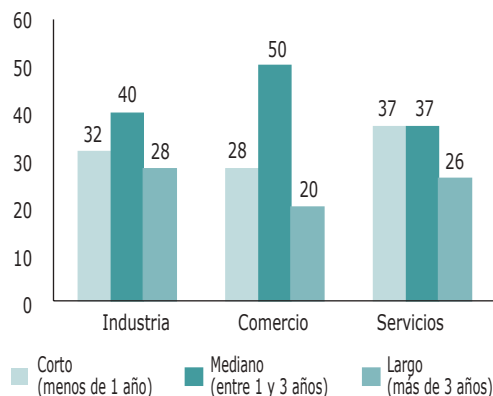
# FINANCIAMIENTO

• Alrededor del 45% de las pymes solicitó crédito con el sector financiero y a alrededor del 95% de ellas le fue aprobado, con leves variaciones entre los sectores (94-97%). Con relación a los resultados de la medición anterior, se observan menores porcentajes de solicitudes de crédito.

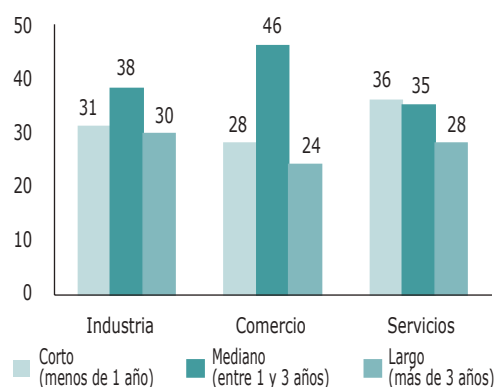
## ¿Solicitó crédito con el sector financiero? ¿Le fue aprobado?



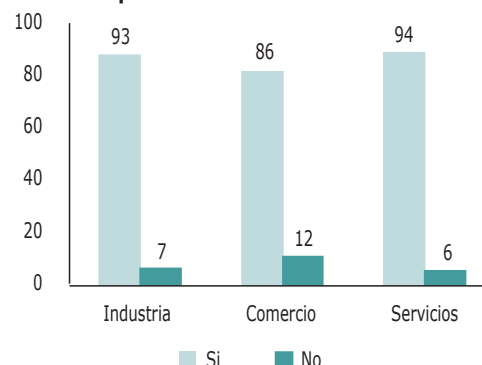
## ¿A qué plazo le fue aprobado?



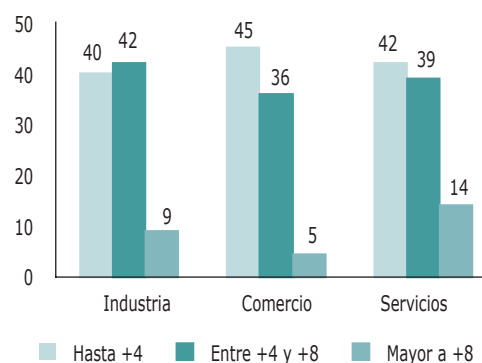
## ¿A qué plazo lo solicitó?



## ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?



## ¿A qué tasa DTF+ le fue otorgado?



• Cabe destacar que en los tres sectores (Industria, Comercio y Servicios) se encontró correspondencia entre los plazos de los créditos solicitados por los empresarios encuestados y los plazos de los créditos obtenidos.

• En las pymes industriales y comerciales los créditos se concentran en el mediano plazo (entre 1 y 3 años), mientras en el sector de servicios en el corto plazo.

• El crédito de largo plazo es el menos solicitado por los empresarios de los tres sectores.

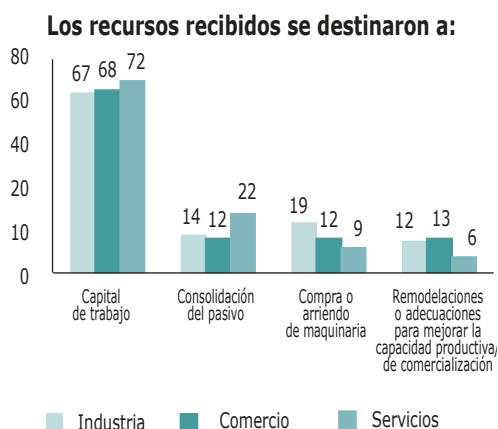
• Con respecto al monto de los créditos, resalta el hecho que entre un 86% y 94% de las pymes encuestadas afirmó que éste se ajustó al que habían solicitado a los intermediarios financieros.



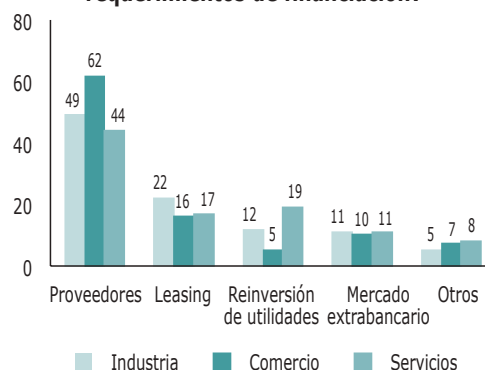
- Las pymes comerciales obtienen créditos con las tasas más bajas (el 45% respondió que le prestaron a una tasa inferior a DTF+4).

- En el sector de industria el grueso de las pymes encuestadas (42%) ubicó su tasa de interés en el rango DTF+4 y DTF+8.

- El 14% de las pymes de servicios respondió que la tasa de interés de sus créditos es mayor a DTF+8. Pese a que éste es el porcentaje más alto de los tres sectores, también se observó que el 42% de las empresas pertenecientes a este sector accedió a préstamos con tasas inferiores a DTF+4.



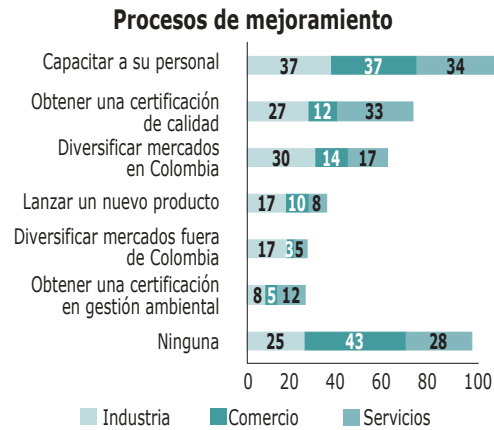
#### ¿A qué otra fuente accedió para satisfacer sus requerimientos de financiación?



- Alrededor de un 70% de las pymes encuestadas utilizó los recursos obtenidos del sistema financiero para capital de trabajo (entendido como los recursos dirigidos a la compra de materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos y de funcionamiento). El segundo destino más común fue la consolidación de pasivos (entendida como la mejora de las condiciones de plazo, tasa ó amortización de créditos vigentes con intermediarios financieros, proveedores y otros), seguido por la compra o arriendo de maquinaria.

- La fuente alterna de financiamiento más utilizada por los empresarios de los tres sectores es la financiación con proveedores. Cabe destacar que al mercado extrabancario sólo acude el 10% de las pymes encuestadas.

## ACCIONES DE MEJORAMIENTO



- El 37% de las pymes de industria y comercio adelantó alguna acción para capacitar a su personal.

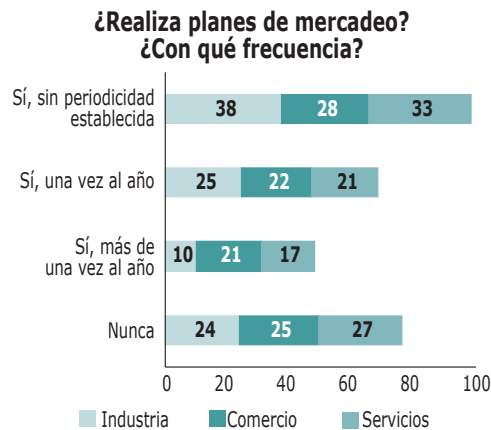
- Un 33% de las pymes de servicios ha emprendido acciones encaminadas a obtener una certificación de calidad.

- El 30% de las pymes industriales ha tomado alguna iniciativa para diversificar mercados en Colombia y 17% para diversificar mercados en el exterior, destacándose como el sector de mayor dinámica en este aspecto.

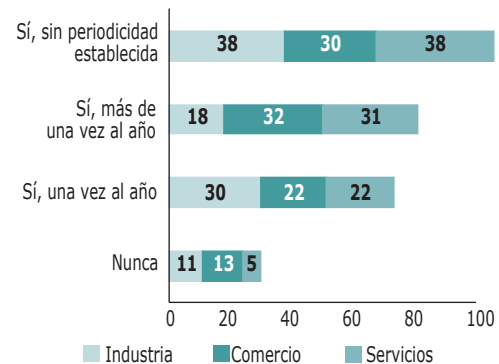
- El 43% de las pymes comerciales encuestadas afirmó no haber emprendido ninguna acción reciente encaminada a aumentar su competitividad.

## OTROS ASPECTOS INTERESANTES

- El 73% de las pymes industriales realiza planes de mercadeo, de ellas el 38% los realiza sin una periodicidad establecida, 25% una vez al año y 10% más de una vez al año.



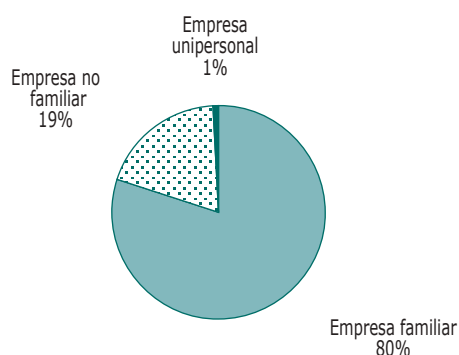
### ¿Realiza planes financieros y administrativos? ¿Con qué frecuencia?



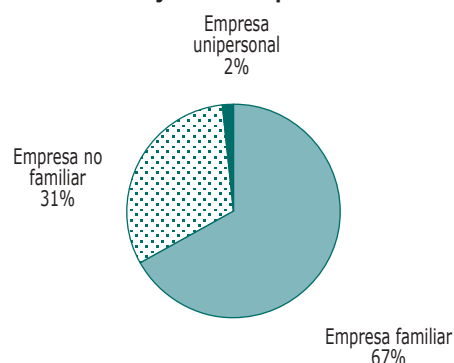
- El 86% de las pymes de industria realiza planes administrativos y financieros, la mayoría de ellas lo hace sin periodicidad establecida.

- El 71% de las pymes comerciales realiza planes de mercadeo, de ellas el 28% los realiza

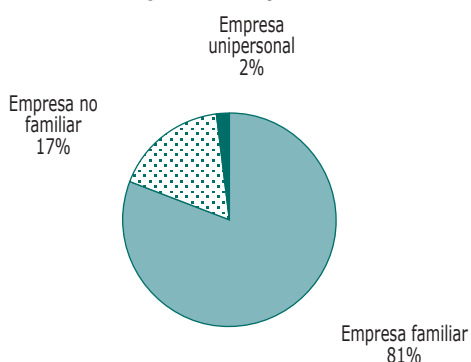
### Sector Industria. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa?



### Sector Servicios. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa?



### Sector Comercio. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa?



sin una periodicidad establecida, 22% una vez al año y 21% más de una vez al año.

- De las pymes comerciales encuestadas, el 84% realiza planes administrativos y financieros, cuya periodicidad en el 32% de los casos es más de una vez al año.

- El 71% de las pymes de servicios realiza planes de mercadeo, de ellas el 33% los realizan sin una periodicidad establecida, 21% una vez al año y 17% más de una vez al año.

- El 91% de las pymes de servicios realiza planes administrativos y financieros.

- Los resultados de la encuesta confirman el hecho que la gran mayoría de las pymes en Colombia son empresas familiares. No obstante, se presentan diferencias entre sectores: mientras el 80% de las pymes industriales y comerciales son de propiedad de un grupo familiar, este porcentaje se reduce a 67% en el sector de servicios.

- Se observó que en el 64% de las pymes industriales, en el 59% de las comerciales y en el 54% de las de servicios los miembros del grupo familiar intervienen directamente en las decisiones que se toman en las empresas.

## 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 ó número de empleados entre 10 y 200 (Ley 905, 2004).

Cubrimiento: nacional (18 departamentos).

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

Tamaño de la muestra: 1.631 empresas: 876 empresas industriales, 410 empresas comerciales y 345 empresas de servicios.

Margen de error: menor al 5% a nivel de los macrosectores y al 10% a nivel de los subsectores (excepto publicidad).

Frecuencia: semestral.

Medición: septiembre y octubre 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  
Carlos Ignacio Rojas  
Carolina Gil  
María Inés Vanegas · Publimarch Ltda.

Napoleón Franco  
Javier Restrepo  
Ana María Escobar

## DISEÑO Y PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA

Luz Stella Sánchez  
Sandra Venegas

## INFORMES

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