

LA GRAN ENCUESTA PYME

LECTURA REGIONAL

INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2017

LECTURA NACIONAL



LECTURA REGIONAL



Agradecemos el apoyo de las instituciones vinculadas con la realización de La Gran Encuesta Pyme

SEA PARTE DE NUESTRO
GRUPO DE APOYO

Infórmese aquí

LA GRAN ENCUESTA PYME

LECTURA REGIONAL

INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2017

Contenido

Presentación	3
La Gran Encuesta Pyme - Aburrá Sur	5
La Gran Encuesta Pyme - Barranquilla	23
La Gran Encuesta Pyme - Bogotá	43
La Gran Encuesta Pyme - Bucaramanga	65
La Gran Encuesta Pyme - Cali	85
La Gran Encuesta Pyme - Cundinamarca	105
La Gran Encuesta Pyme - Manizales	121
La Gran Encuesta Pyme - Medellín	137
La Gran Encuesta Pyme - Oriente Antioqueño	159
La Gran Encuesta Pyme - Pereira	175
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Buga	195
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Cartago	211
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Tuluá	227
Indicador Pyme Anif - IPA Regional	243
Ficha Técnica Regional	245

Presentación

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras – Anif, Bancóldex, el Banco de la República, y el Banco Interamericano de Desarrollo – BID (con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza), tienen el gusto de presentar los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2017.

En esta séptima medición a nivel regional se incluyen los resultados de la profundización en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira (por sexta vez); por cuarta vez, Barranquilla y Bucaramanga; por tercera vez, Cundinamarca, Aburrá Sur, Buga, Cartago y Tuluá; y por segunda vez Manizales y el Oriente Antioqueño; con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, la Cámara de Comercio de Cali, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, la Universidad de Santander, Acopi Atlántico, la Universidad Libre seccional Barranquilla, las Cámaras de Comercio de Aburrá Sur, las Cámaras de Comercio de las ciudades del Valle del Cauca, la Cámara de Comercio de Manizales, la Universidad Autónoma de Manizales, la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y MBA Aseguramientos-Riesgos-Tendencias. 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 junio de 2017 por Cifras & Conceptos S.A, firma encuestadora encargada del trabajo de campo. En la última lectura se entrevistó a 3.550 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 2017 de la Gran Encuesta Pyme reflejaron un deterioro en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios y la demanda en el segundo semestre de 2016 en los tres macrosectores. Cabe señalar que estos resultados van en línea con la desaceleración de la economía del país, habiéndose observado crecimientos del 2% durante 2016 (vs. el 3.1% de 2015).

En cuanto a las perspectivas sobre la situación futura de sus negocios, se observa una recuperación en los niveles de optimismo de los empresarios de los sectores de comercio y servicios, mientras que en el sector industrial las expectativas son pesimistas (continuando con su tendencia negativa).

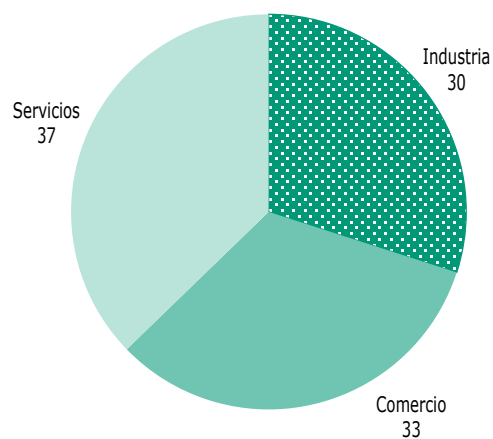
Por otra parte, el Indicador Pyme Anif (IPA) para las diferentes ciudades y regiones, el cual mide el clima de los negocios en el segmento Pyme, registró reducciones para las ciudades de Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira y un aumento para la ciudad de Bogotá en el primer semestre de 2017. Para el departamento de Cundinamarca, las regiones de Aburrá Sur y el Oriente Antioqueño y las ciudades de Cartago y Manizales, el IPA se ubicó en el plano de bueno, oscilando entre 56 y 62. Por su parte, para las ciudades de Buga y Tuluá, el IPA se ubicó en un rango entre 53 y 55, clasificando el clima de negocios de estas ciudades como regular.

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 (%)

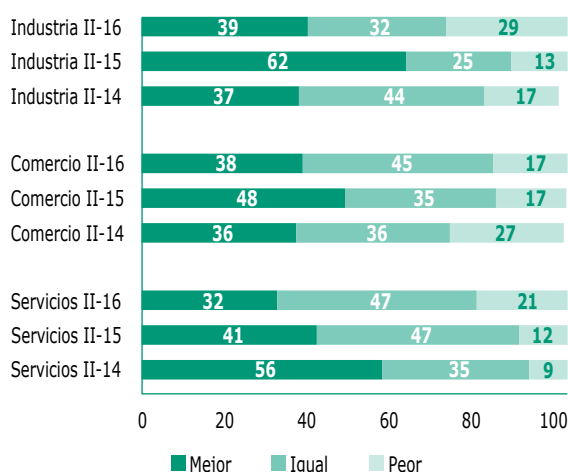


Situación actual Segundo semestre de 2016

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) evidenciaron que los empresarios Pyme de esta región tuvieron una percepción negativa sobre su desempeño empresarial para cada uno de los tres macrosectores analizados en el segundo semestre de 2016. En efecto, solo el 39% de los industriales, el 38%

de los comerciantes y el 32% de los empresarios Pyme de servicios mostraron una visión positiva de su situación actual (vs. el 62%, el 48% y el 41% respectivamente en 2015). Asimismo, dos de los tres macrosectores presentaron un aumento en la proporción de empresarios con apreciaciones negativas sobre su desempeño frente a la presentada un año atrás (+16 puntos porcentuales en industria y +9 puntos porcentuales en servicios), mientras que el sector comercio permaneció inalterado en este rubro (ver gráfico 1, sección Aburrá Sur).

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



De igual forma, se presentó una opinión desfavorable en las preguntas referidas a las ventas. Allí, el porcentaje de empresarios Pyme que reportaron un descenso en el volumen de sus ventas se incrementó para los tres macrosectores, industria (30% en 2016-II vs. 14% en 2015-II), comercio (28% en 2016-II vs. 15% en 2015-II) y servicios (31% en 2016-II vs. 16% en 2015-II). Para todos los sectores, la proporción de empresarios que afirmaron experimentar incrementos en sus ventas decreció; 29 puntos porcentuales (pp) en industria (39% en 2016-II frente al 68% en 2015-II), 14pp en comercio (44% en 2016-II frente al 58% en 2015-II) y 10pp en servicios (30% en 2016-II frente al 40% en 2015-II), ver gráfico 2. Por otro lado, en el gráfico 3 se puede observar cómo la mayoría de las Pymes de Aburrá Sur presentó un crecimiento promedio de sus ventas entre el 0% y el 5%.

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

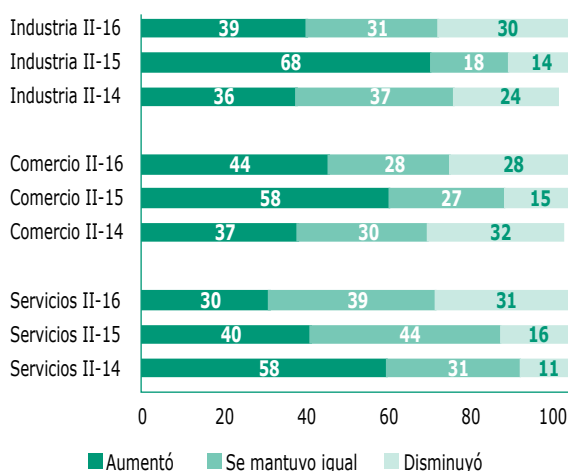
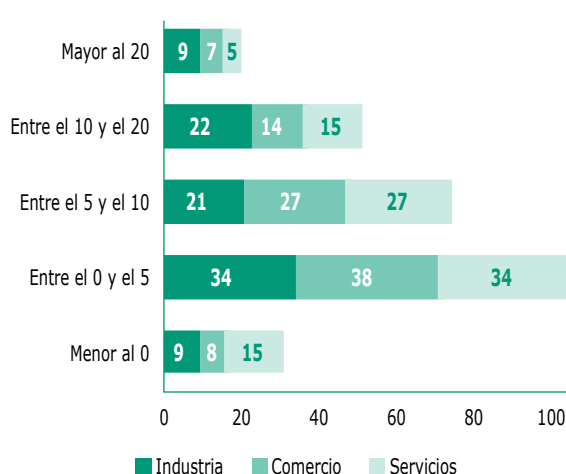


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



Un moderado porcentaje de Pymes de industria, comercio y servicios reportó que el volumen de pedidos aumentó para el período 2015-2016 (41%, 43% y 35% respectivamente). En contraste, todos los macrosectores de esta región mostraron un mayor deterioro en sus pedidos con respecto al año anterior. En efecto, el porcentaje de empresarios del sector industrial que manifestaron un deterioro en sus pedidos fue del 30% en 2016-II (vs. 18% en 2015), en comercio la proporción llegó al 22% (vs. 19% en 2015) y servicios llegó al 24% (vs. 16% un año atrás), ver gráfico 4.

El 87% de las Pymes industriales y el 92% de las de comercio afirmaron que el nivel de existencias fue

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%)

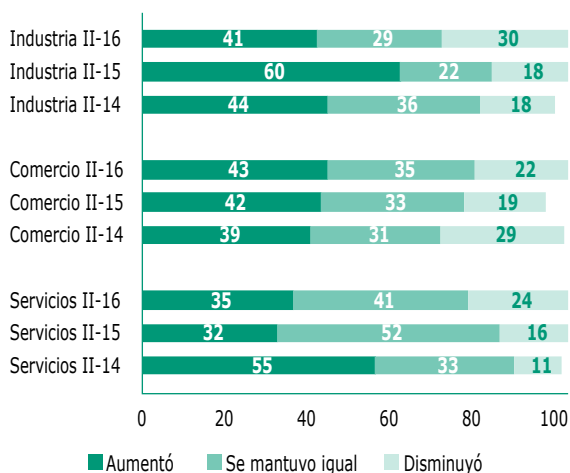
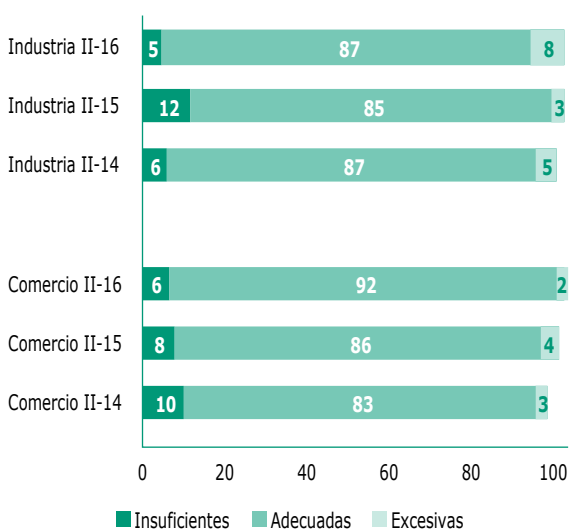


Gráfico 5. Existencias (%)



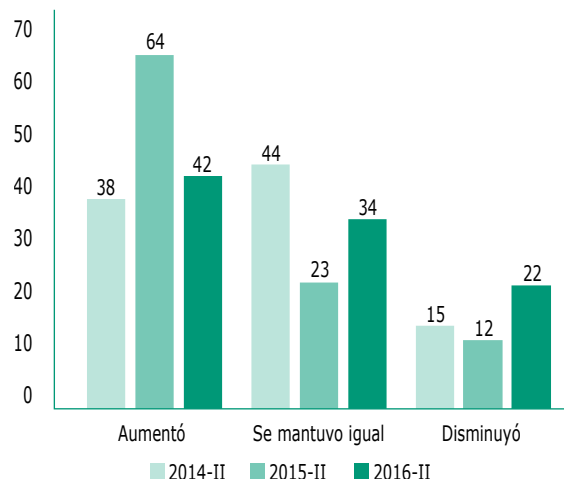
adecuado durante el segundo semestre de 2016 con respecto al primer semestre del mismo año. Este dato aumentó marginalmente para la industria (+2 puntos porcentuales) con respecto al período 2015-II y en mayor medida para el comercio (+6 puntos porcentuales). Asimismo, tan solo el 5% y el 6%, en cada caso, no contaron con niveles de existencias suficientes durante el mismo período (ver gráfico 5).

Por otra parte, el 42% de los industriales encuestados de esta región consideró que su nivel de producción industrial se incrementó (frente al 64% observado un año atrás), el 34% que se mantuvo igual (vs. 23% en 2015-II) y el 22% de ellos sufrió una disminución en esta variable en 2016-II (vs. 12% 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 73% 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 65% de las Pymes industriales de esta región de Antioquia mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2016, mientras que un 28% la incrementó y únicamente un 7% la redujo, cifras muy similares a las del año anterior cuando se había reportado un 19% de aumento, un 70% constante y un 11% de disminución (ver gráfico 8).

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

Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%)



en el segundo semestre de 2016 (un 54% en industria, un 49% en comercio y un 53% en servicios). Ahora, frente a lo reportado el año anterior, la proporción de empresarios que vieron reducir sus costos se elevó en dos de los tres macrosectores. En el caso industrial, la proporción de Pymes que percibieron una disminución en sus costos creció del 8% en 2015-II al 15% en 2016-II. Asimismo, las Pymes de servicios que percibieron dicha disminución pasaron del 6% al 14% del total de empresarios en el mismo período de tiempo. Finalmente, el sector comercio no reportó cambios en el porcentaje de empresarios que enfrentaron una reducción de costos.

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



Entre tanto, las Pymes de servicios presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (35%) en el segundo semestre de 2016, frente a las Pymes industriales y de comercio (31% y 28% respectivamente). En el caso de las Pymes industriales, se dio una disminución entre los que decían que los márgenes se habían elevado (del 55% en 2015-II al 31% en 2016-II) y un incremento de los que percibían una caída en los márgenes (del 21% al 30%). En el caso de las Pymes de servicios se dio un incremento tanto en los que vieron crecer sus márgenes (del 29% en 2015-II al 35% en 2016-II) como en los que los vieron decrecer (del 20% al 29%). En contraste, en el

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

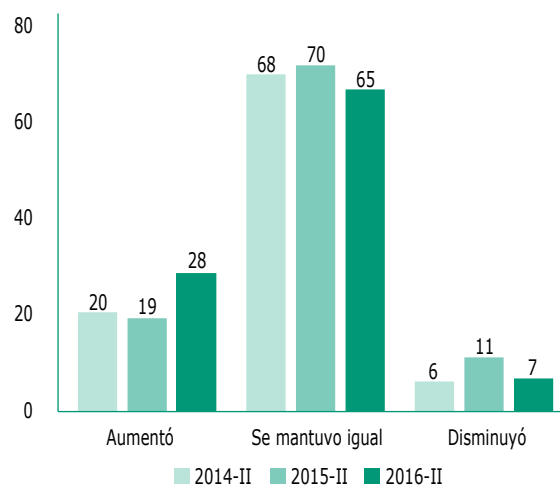


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

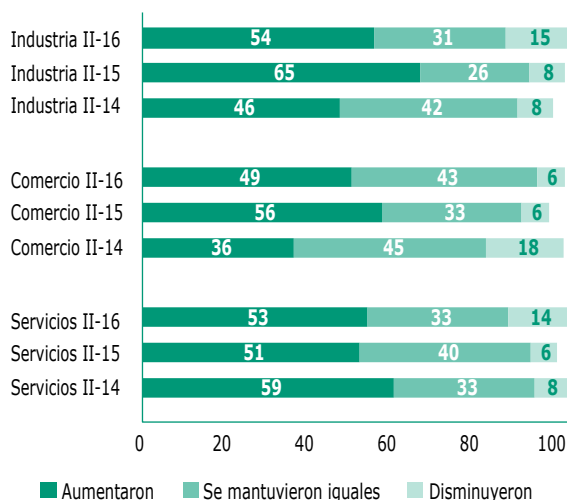
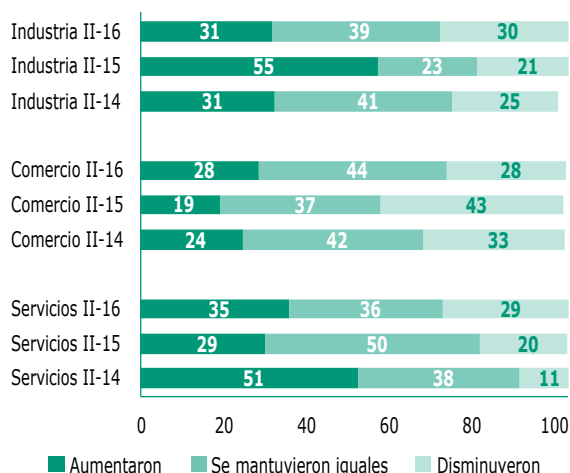


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



caso de los empresarios Pyme de comercio de esta región se percibió un incremento entre los que vieron crecer sus márgenes (del 19% en 2015-II al 28% en 2016-II) como un decrecimiento entre los que los vieron disminuir (del 43% al 28%), 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 2016, con un 56% en el caso de industria, un 64% en el caso de comercio y un 66% en el de servicios (ver gráfico 11). En el caso de las Pymes de comercio hubo un leve incremento entre los que elevaron sus

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

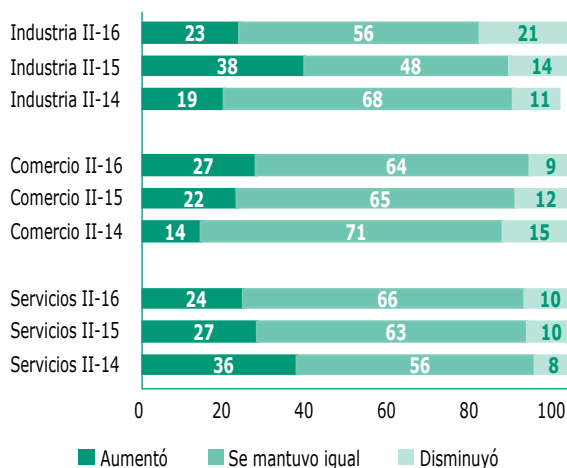
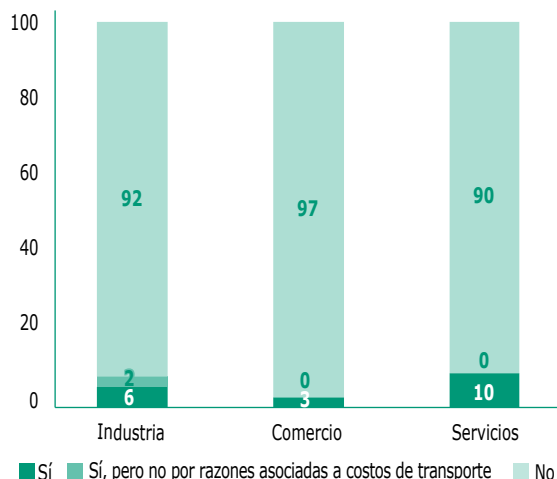


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?



niveles de contratación (del 22% en 2015-II al 27% en 2016-II). Y solo en el sector de industria más de la quinta parte del total de las Pymes encuestadas redujo sus niveles de contratación de trabajadores (21% de disminución en 2016-II vs. 14% en 2015-II).

En el gráfico 12 se observa cómo los empresarios Pyme no tienen en cuenta los altos costos de transporte en el país para realizar una relocalización geográfica. Tan solo un 6% de los empresarios de industria ha pensado relocalizarse para reducir sus costos de transporte. La mayoría de los empresarios de Aburrá Sur no ha considerado relocalizarse geográficamente.

Entre los industriales Pyme de esta región, el principal problema que enfrentaron fue la rotación de cartera (con una participación del 27% en el total) en el segundo semestre de 2016. Este problema adquirió gran relevancia frente el año anterior cuando solo explicó un 4% de las respuestas de los empresarios. En segundo lugar se ubicaron los altos impuestos con un 24%. La tasa de cambio, principal problema en 2015-II (32%), perdió -31 puntos porcentuales de relevancia para los industriales (1% en 2016-II), ver gráfico 13.

Entre tanto, a diferencia de las Pymes industriales, las Pymes comerciales de Aburrá Sur consideraron que la tasa de cambio seguía siendo el principal problema del sector (22%) durante el segundo semestre de 2016, seguido de la competencia de grandes superficies (21%) y los altos impuestos (18%). Por su parte, la falta de demanda preocupó a los empresarios del sector comercial, pues este rubro pasó de

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

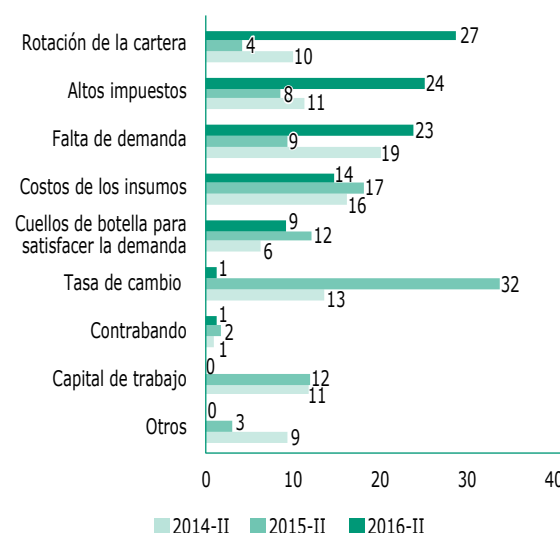
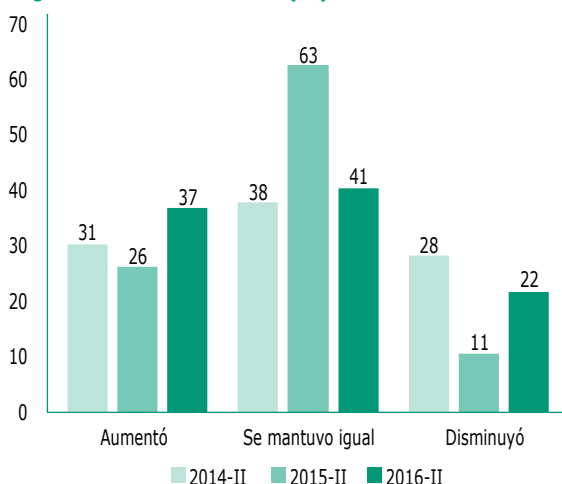


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



reportar el 4% de las respuestas en 2015-II al 14% en 2016-II. Por el contrario, la rotación de cartera inquietó menos a los comerciantes, alcanzando el 10% de las respuestas, cayendo frente al 22% en 2015-II. Esto último va en línea con un leve incremento en la superficie de ventas, que tuvo percepciones de aumento para el 37% de los empresarios de comercio (vs. 26% del año anterior), ver gráficos 14 y 15.

Finalmente, para las empresas Pyme de servicios, el principal problema fueron los altos impuestos, con una proporción del 31% en el segundo semestre de 2016, seguido por la competencia (23%) y, en tercer lugar, la falta de demanda con un porcentaje de encuestados del 17% (ver gráfico 16). Es pertinente resaltar la reducción en la relevancia de la tasa de cambio respecto al año pasado, cuando alcanzó el 17% de las respuestas vs. un 7% en 2016-II.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

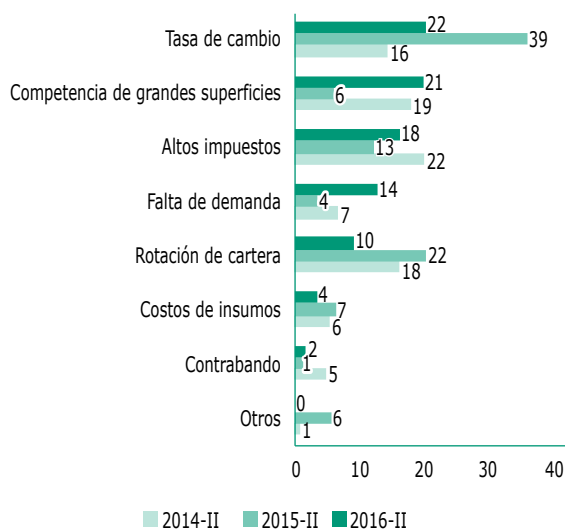
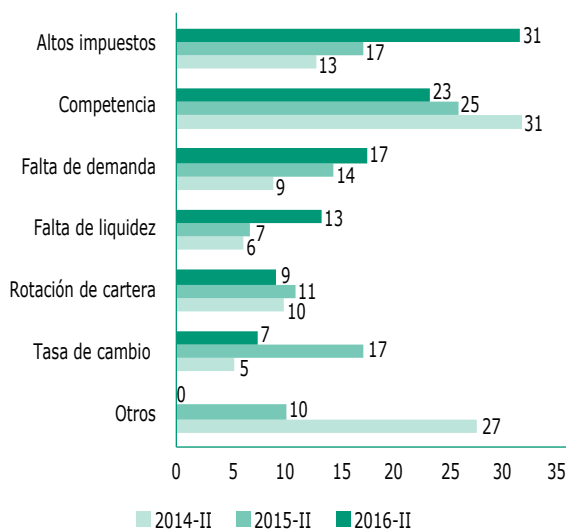


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Las perspectivas de los empresarios Pyme de esta región respecto a su situación económica general para el primer semestre de 2017 fueron menos optimistas que las presentadas un año atrás, especialmente para los pertenecientes al sector comercio. En efecto, solo el 32% de las Pymes de comercio esperaba que la evolución de sus empresas fuera favorable al cierre del primer semestre de 2017, vs. 36% en 2016-I (ver

gráfico 17). La misma opinión la compartieron el 40% de los de servicios (vs. 43% en 2016-I) y el 42% de los industriales (vs. 60% de un año atrás). Entre tanto, la proporción de empresarios con perspectivas negativas 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: en industria (27%) y en

servicios (26%), donde se observó un aumento frente al dato reportado en 2016-I (+17 puntos porcentuales y +10 puntos porcentuales respectivamente). Por el contrario, en el sector comercio se presentó una caída en la incertidumbre (29% en 2017-I vs. 39% en 2016-I).

En cuanto al nivel de producción industrial, el 59% de los empresarios manufactureros de esta región antioqueña consideró que este se incrementaría en el primer semestre de 2017, cifra ligeramente inferior a la observada el año pasado (61%). Sumado a lo anterior, el 20% consideró que se mantendría igual, dando indicios de un desempeño positivo a corto plazo (ver gráfico 18).

Las expectativas de pedidos fueron relativamente positivas de cara al cierre del primer semestre de 2017. En efecto, la mayoría de los empresarios de servicios (55%) expresó tener perspectivas favorables sobre esta variable (+12 puntos porcentuales frente a 2016-I), mientras que los industriales registraron la misma cifra de un año atrás (59%). En cambio, en el macrosector de comercio se observó una leve reducción en la percepción favorable, pasando de un 42% en 2016-I al 40% en 2017-I. Cabe resaltar la gran proporción de las firmas de comercio (42%) que consideraron que los pedidos se mantendrían constantes en el primer semestre de 2017 (ver gráfico 19).

Gráfico 17. Desempeño general (%)

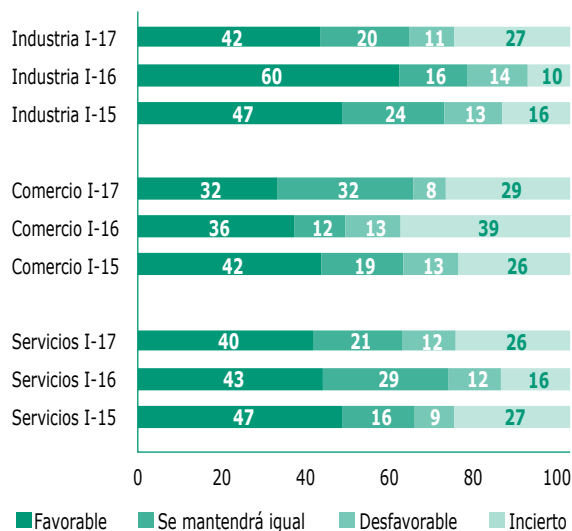


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

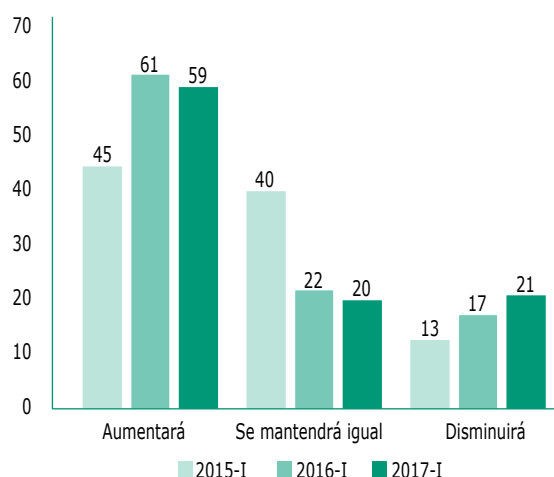


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

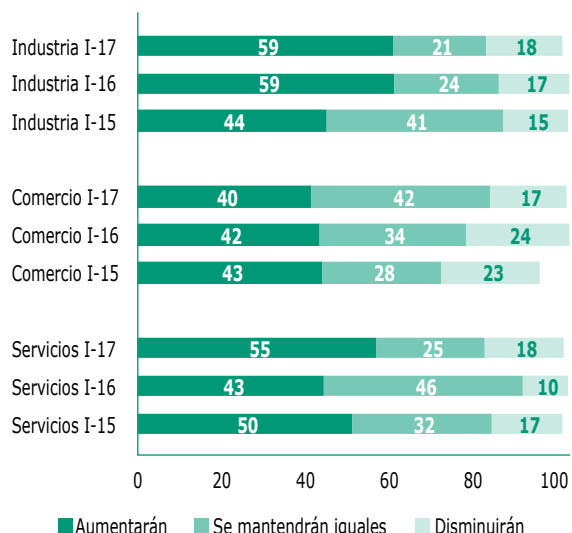
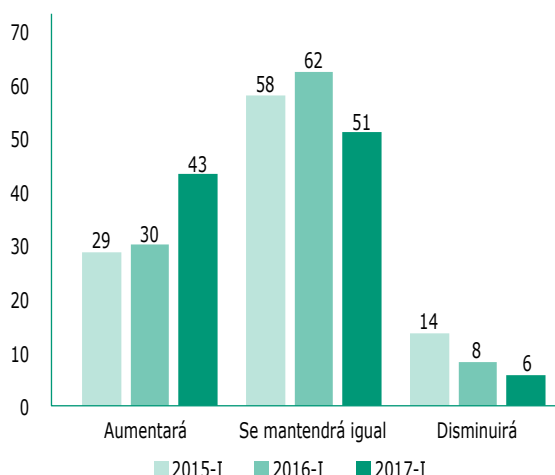


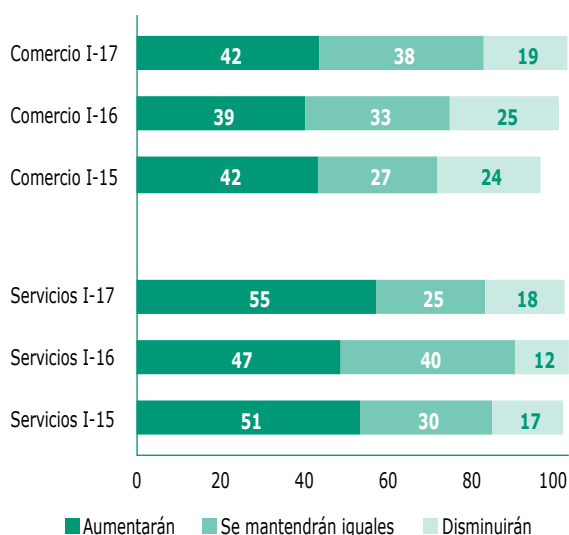
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)



Para el primer semestre de 2017, las Pymes manufactureras de esta región antioqueña anticipaban estabilidad en materia de inversión en maquinaria y equipo (gráfico 20). De hecho, el 51% de ellas afirmó que la inversión se mantendría constante (vs. 62% observado en 2016-I). No obstante, el 43% de los empresarios pensaba incrementarla en el primer semestre de 2017 (vs. 30% observado en 2016-I) y tan solo el 6% pensaba disminuirla (vs. 8% observado en 2016-I).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas que tenían los empresarios del sector comercio para 2017-I eran en su mayoría favorables y ligeramente mejores que el año anterior (42% en 2017-I frente a un 39% en 2016-I). Por su parte, la proporción de las Pymes de servicios que esperaban aumentos en sus ventas se incrementó hacia el 55%, 8 puntos porcentuales por encima del dato observado en 2016-I. Asimismo, hubo un aumento en la proporción de los empresarios del sector servicios que tenían una expectativa negativa en su nivel de ventas, pasando del 12% en 2016-I al 18% en

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



2017-I. Por el contrario, en el sector comercio las expectativas negativas cayeron del 25% en 2016-I al 19% en 2017-I (ver gráfico 21).

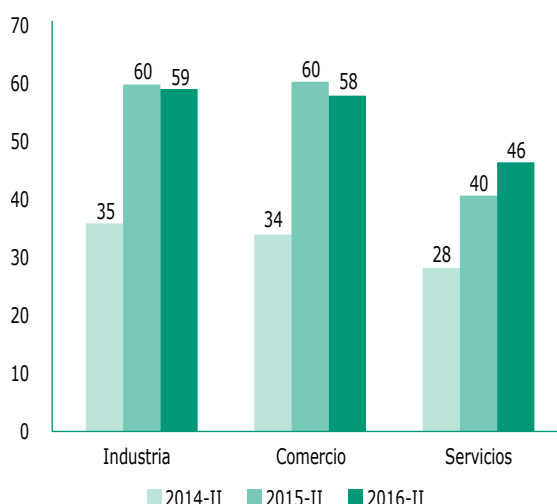
Financiamiento

El 59% de las empresas Pyme manufactureras de Aburrá Sur, el 58% de las comerciales y el 46% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 22). En el sector servicios se presentó el único incremento en esta variable con un aumento de +6 puntos porcentuales frente al año anterior. Por su parte, los empresarios industriales revelaron una caída de -1 punto porcentual, mientras que en comercio el retroceso fue de -2 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Los resultados de aprobación fueron mayores al 95% para los tres macrosectores, especialmente en servicios y comercio, donde el 100% de las solicitudes fueron aprobadas. Aun así, se observó una leve reducción en los porcentajes de aprobación de industria con respecto al año anterior, con una disminución de -1 punto porcentual hacia el 98% (ver gráfico 23).

El crédito a corto plazo (menor a 1 año) fue el más solicitado por los encuestados de industria (41%), mientras que el mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue la elección mayoritaria del sector

comercio (58%) y el de servicios (38%). En cuanto a los términos en los que fueron aprobados los créditos, en todos los macrosectores los plazos aceptados fueron afines a los plazos deseados. De hecho,

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



al total de encuestados de los sectores de industria y servicios le fueron aprobados los créditos al mismo plazo al que fueron solicitados. En el caso del sector comercio, la diferencia entre aprobación y solicitud fue muy leve. Por ejemplo, estos prefirieron los créditos a mediano plazo, con niveles de aprobación del 58%, similares a los niveles de solicitud (55%), ver gráficos 24 y 25.

La satisfacción de los empresarios de Aburrá Sur frente al monto de los créditos recibidos fue superior al 90% para los tres macrosectores analizados en 2016-II. En efecto, el 92% de las Pymes indus-

triales, el 95% de las comerciales y el 95% 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 dos de los tres macrosectores (+2pp en comercio y +9pp en servicios frente a 2015-II), mientras que el sector industrial mostró un detrimento de -2pp respecto a 2015-II. Estos resultados se consideran muy positivos y reflejan una armonización entre el sector financiero y el sector real de esta región.

Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados en 2016-II, la mayor

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

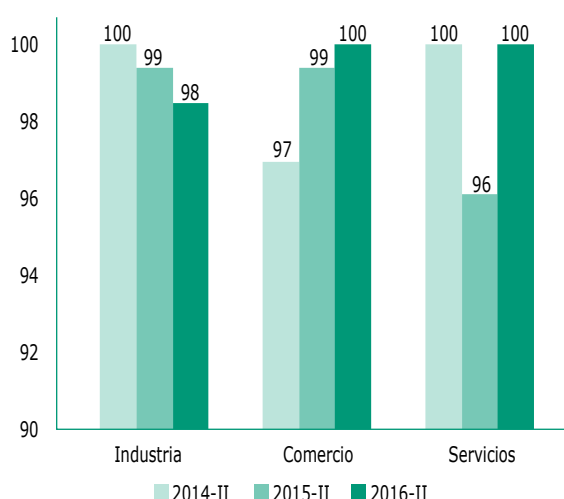


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

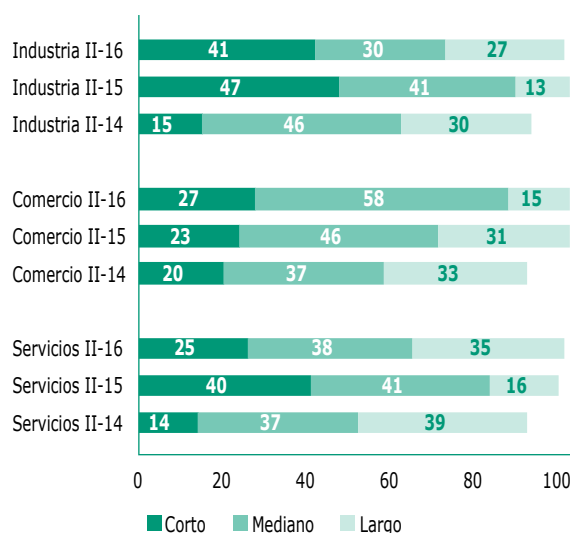


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

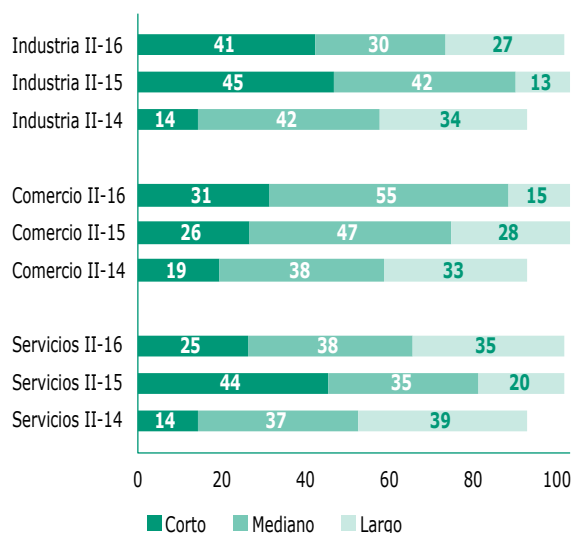
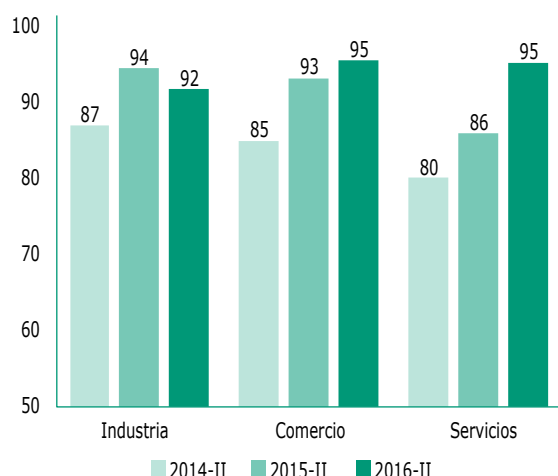


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



proporción de los empresarios de los tres macrosectores recibió tasas de hasta DTF+4 puntos (59% en industria, 58% en comercio y 49% en servicios). Lo anterior contrasta con los resultados observados un año atrás, cuando los sectores de comercio y servicios recibieron en su mayoría (47% y 27% respectivamente) créditos a tasas de endeudamiento entre DTF+4 y DTF+8. Por otro lado, las firmas manufactureras reafirmaron la tendencia de créditos a bajos costos de endeudamiento (hasta DTF+4 puntos), mostrando un aumento de 11 puntos respecto a 2015-II (ver gráfico 27).

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 comerciantes, la satisfacción pasó del 47% en 2015-II al 84% en 2016-II. Asimismo, la satisfacción de los empresarios de servicios pasó del 55% al 70% y la de los encuestados en el sector industrial aumentó del 68% en 2015-II al 80% en 2016-II (ver gráfico 28). Esto es consistente con el hecho de que los empresarios de los tres macrosectores enfrentaron menores costos de endeudamiento.

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

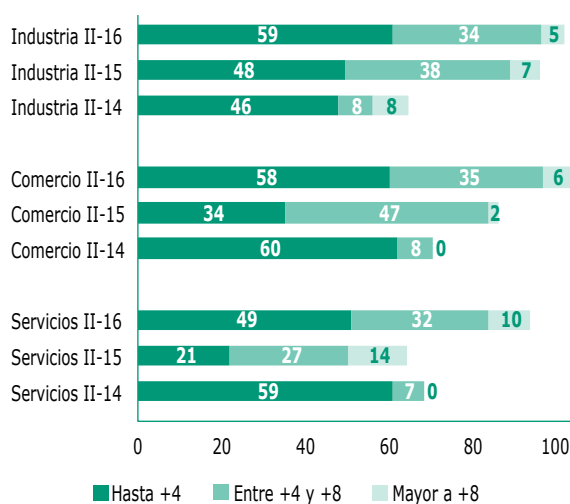


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

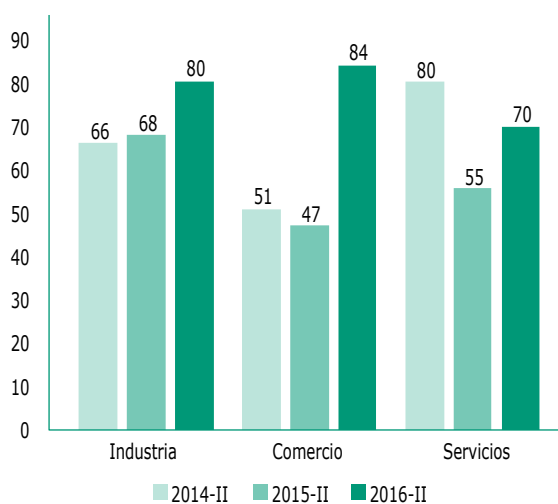
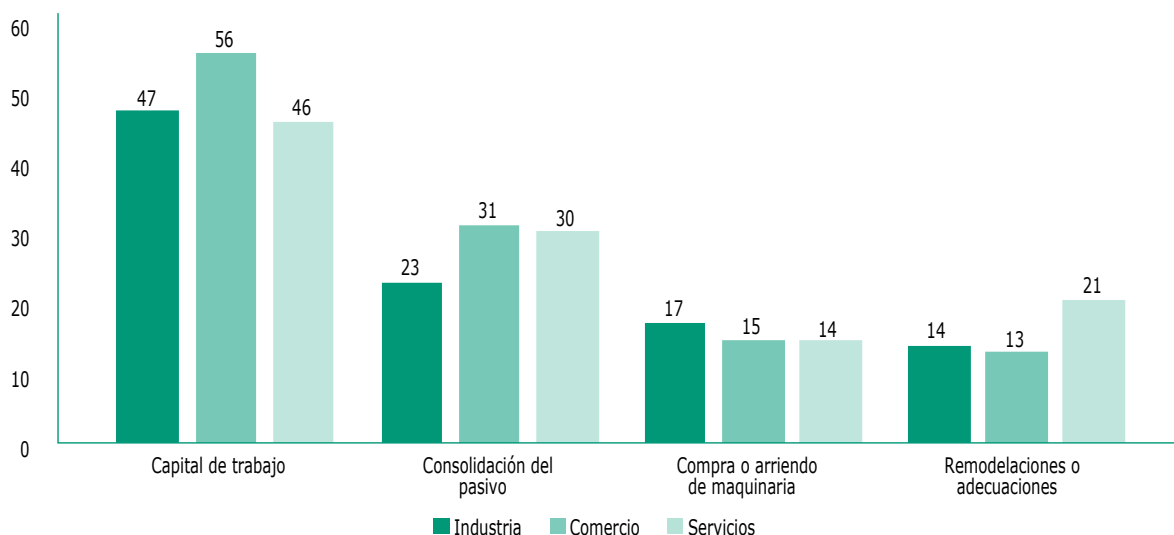


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



Los recursos de las Pymes de esta región de Antioquia solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo: el 47% en industria, un 56% en comercio y un 46% en servicios en el segundo semestre de 2016. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos para las Pymes de los tres macrosectores (con una proporción del 23% en industria, un 31% en comercio y un 30% en servicios). Asimismo, dentro del sector de servicios adquirieron particular importancia las remodelaciones y adecuaciones con el 21% de las respuestas (ver gráfico 29).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 49% de las Pymes industriales, el 59% de las comerciales y el 49% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (19%), mientras que en industria el *leasing* tuvo la segunda mayor acogida (15%). El sector servicios por su parte se decantó por los recursos propios (22%) como fuente alternativa de financiamiento. Cabe destacar que en el caso del

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

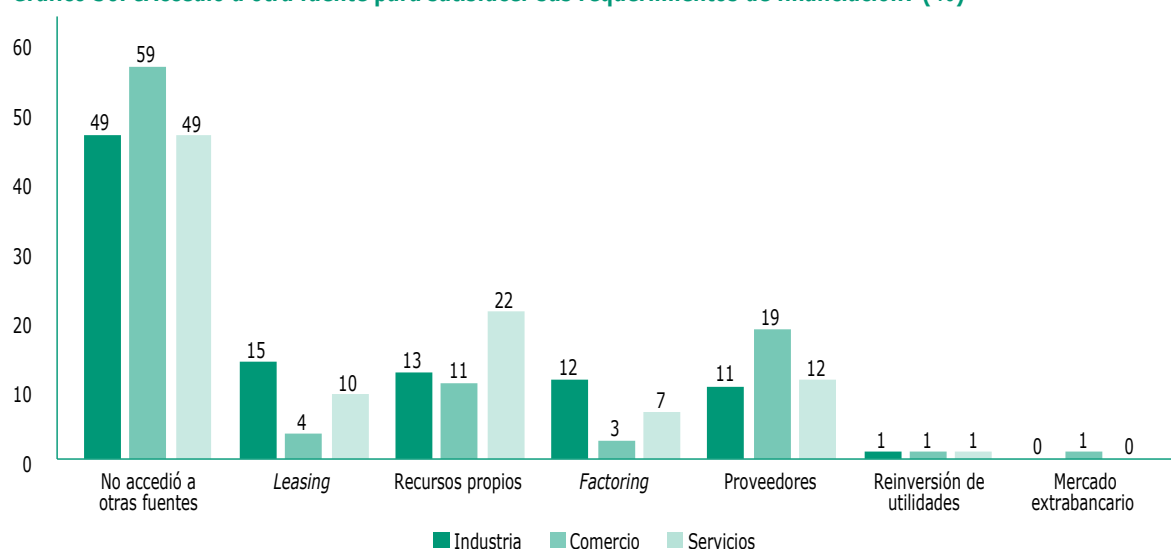
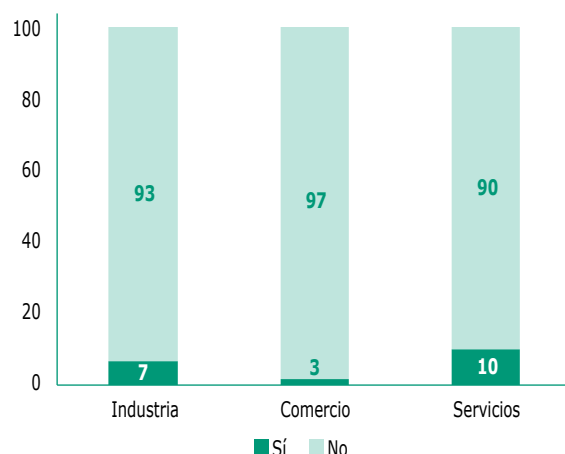


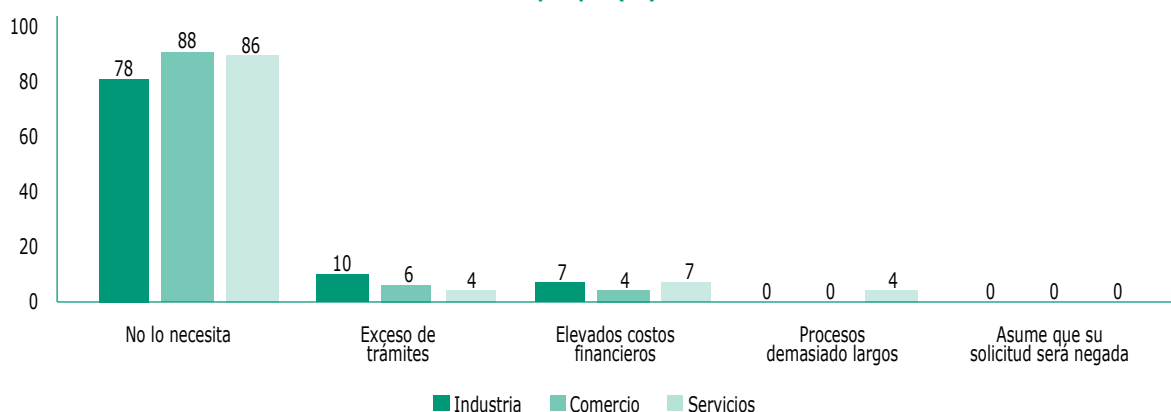
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



mercado extrabancario y la reinversión de utilidades, 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 90% de las Pymes de los tres macrosectores negó haber accedido 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 los necesitan (un 78% en industria, un 88% en comercio y un 86% en servicios en el segundo semestre de 2016). Adicionalmente, la proporción de Pymes de los tres macrosectores que no solicitan créditos al sistema financiero por exceso de trámites se ubicó entre el 4% y el 10% en el segundo semestre de 2016.

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

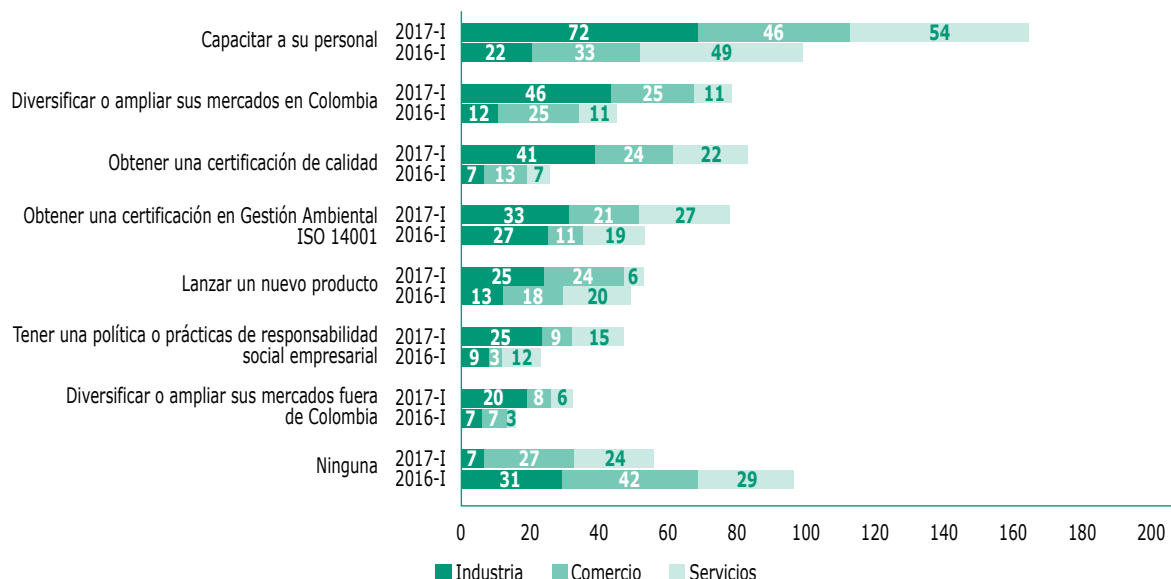


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por la totalidad de las Pymes de Aburrá Sur fue capacitar al personal (un 72% en industria, un 46% en comercio y un 54% servicios) en el primer semestre de 2017. La segunda acción más efectuada por las Pymes de industria y comercio fue la diversificación de sus mercados en Colombia, con un 46% y un 25% del total respectivamente. Por su parte, los empresarios del sector servicios (27%) también se enfocaron en obtener una certificación en gestión ambiental (ver gráfico 33). Es importante mencionar que el porcentaje de empre-

sas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2017 fue bajo en comparación con 2016-I, especialmente en el sector industrial donde solo el 7% de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión (vs. 31% en 2016-I). En el sector de comercio, el porcentaje tuvo una reducción significativa (27% en 2017-I vs. 42% en 2016-I), e incluso, en el caso del sector servicios se encontró una reducción, aunque menos relevante, de empresas que no efectuaron ninguna acción de este tipo. Esta cifra alcanzó el 24% en 2017-I (vs. el 29% en 2016-I).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)

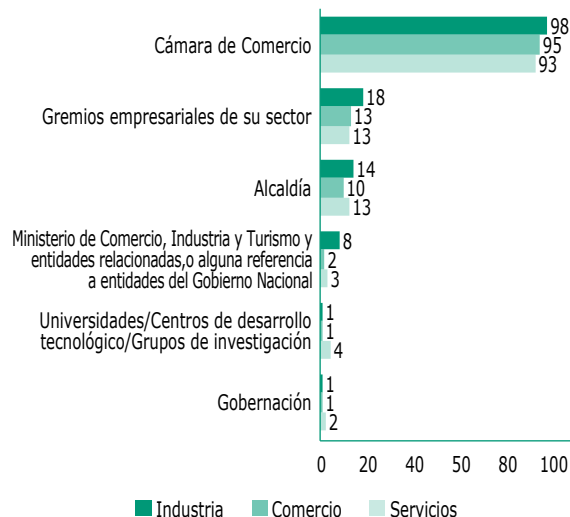


—Capital social y formación de precios—

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de Aburrá Sur si la empresa

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (98% industria, 95% comercio y 93% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios de Aburrá Sur con: i) los gremios empresariales de su sector (18% en industria, 13% en comercio y 13% en servicios); ii) la Alcaldía (14% en industria, 10% en comercio y 13% en servicios); iii) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del gobierno (8% en industria, 2% en comercio y 3% en servicios); iv) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (1% en industria, 1% en comercio y 4% en servicios); y v) Gobernación (1% en industria, 1% en comercio y 2% en servicios), ver gráfico 34.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de Aburrá Sur cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiada con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (71% en industria, 44% en comercio y 54% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (20% en industria, 8% en comercio y 7% en servicios); ii) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (14% en industria, 28% en comercio y 16% en servicios); iii) representar los intereses ante el

Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

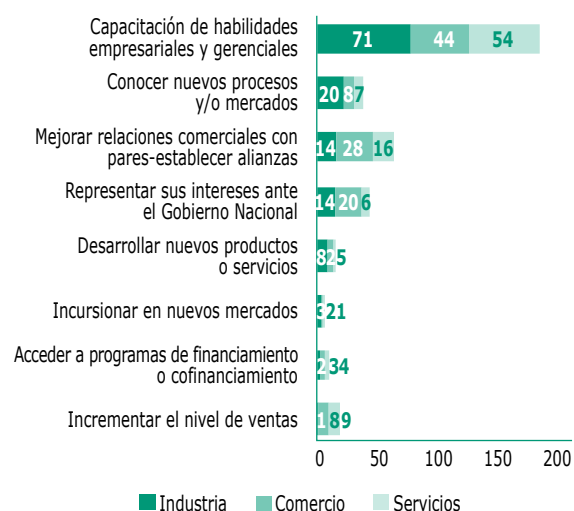


Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

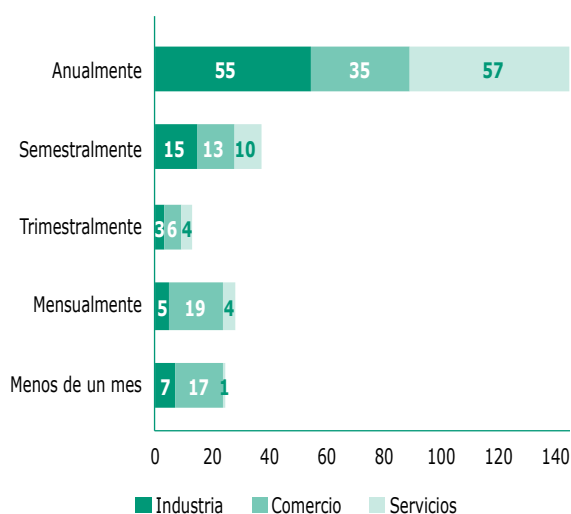


Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

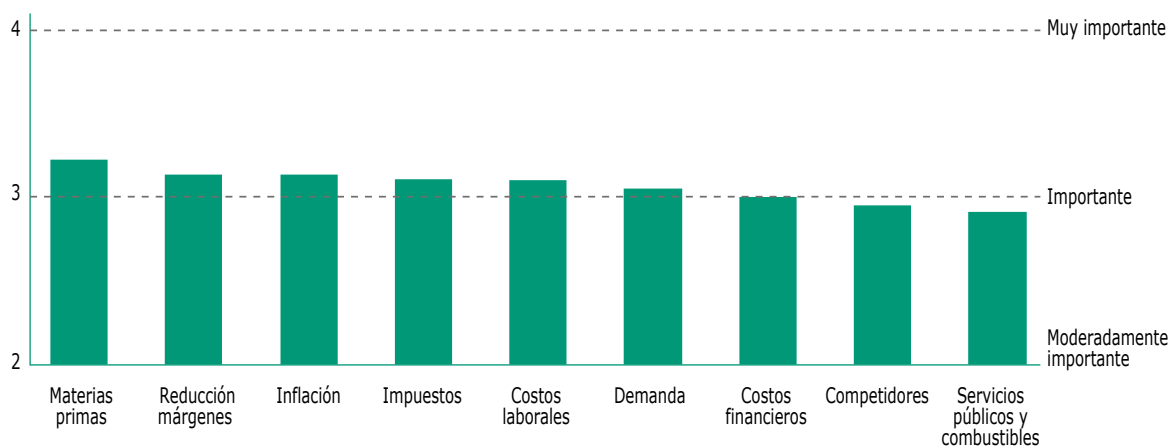


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

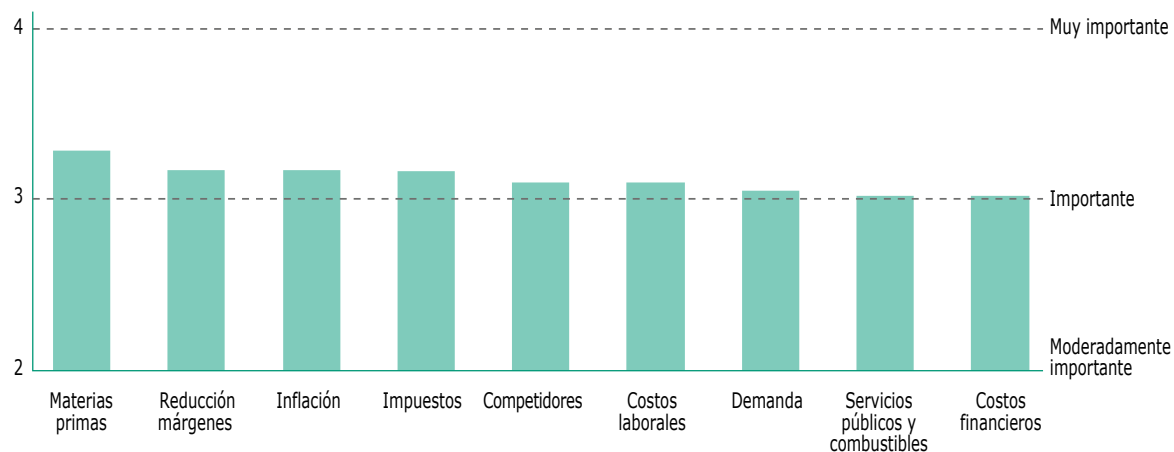
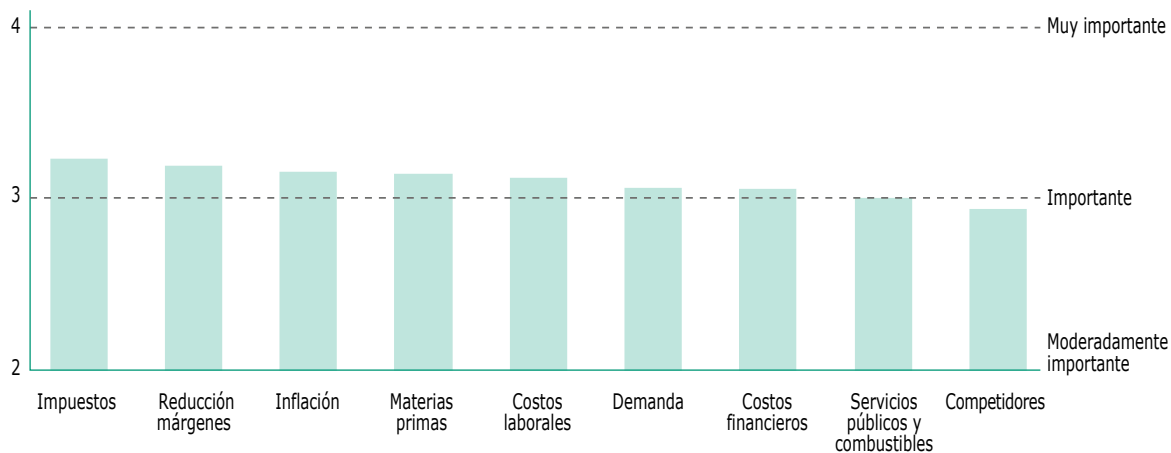


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Gobierno Nacional (14% en industria, 20% en comercio y 6% en servicios); iv) desarrollar nuevos productos o servicios (8% en industria, 5% en comercio y 2% en servicios); v) incursionar en nuevos mercados (3% en industria, 1% en comercio y 2% en servicios); vi) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (2% en industria, 4% en comercio y 6% en servicios); y vii) incremento del nivel de ventas (1% en industria, 8% en comercio y 9% en servicios), ver gráfico 35.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes de Aburrá Sur, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (55% en industria, 35% en comercio y 57% en servicios). Asimismo, se observó que el 15% de los empresarios industriales, el 13% de los comerciales y el 10% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, menos del 20% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (3% en industria, 6% en comercio y 4% en servicios) y mensualmente (5%

en industria, 19% en comercio y 4% en servicios). Por último, menos del 7% de los encuestados industriales, el 17% de los comerciales y el 1% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en sus empresas. En forma general, los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos laborales, los costos financieros, los competidores, la reducción de márgenes y la demanda fueron catalogados como particularmente importantes para el sector industrial y el de servicios. Igualmente, lo fueron para el sector comercial a excepción de los costos financieros y de servicios públicos y combustibles, los cuales fueron catalogados como moderadamente importantes (ver gráficos 37, 38 y 39). De forma específica, el factor más importante para formar precios en los sectores Pyme de industria y comercio fue el costo de las materias primas. En el caso del sector Pyme de servicios fueron los impuestos.

Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta tercera lectura de la Encuesta, en la región de Aburrá Sur se encontró que el 57% de las Pymes industriales y el 94% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 40). Entre tanto, un 18% de los empresarios manufactureros au-

mentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue solo del 4%. Los resultados anteriores son superiores a los reportados en 2015-II, cuando el 16% de los industriales aumentó sus exportaciones y solo el 2% de los empresarios de servicios elevó su nivel de exportación en ese período.

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

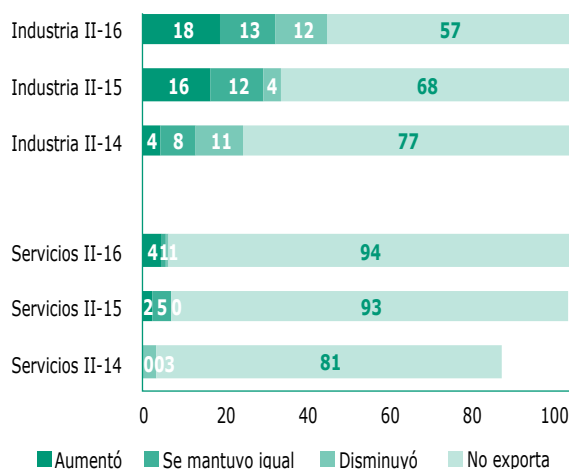


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Al preguntarles a las firmas Pyme las razones por las cuales no exporta, se encuentra que un 45% de los industriales y un 13% de los de servicios no tienen interés alguno en exportar. Igualmente, es significativa la respuesta de la mayoría del sector servicios (72%) que considera que sus negocios no tienen productos exportables (ver gráfico 41). En sintonía con el poco interés por exportar, aproximadamente el 50% de los empresarios de los dos macrosectores encuestados no ha pensado en un plan de internacionalización para sus negocios. En efecto, el 48% de los industriales y el 50% de los empresarios

de servicios no han considerado internacionalizarse (ver gráfico 42).

En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 58% de los encuestados en el sector industria y el 90% del sector servicios no preveían exportar en 2017-I. En el caso del sector industrial se observa una reducción de -8 puntos porcentuales respecto a lo observado en 2016-I, mientras que en el sector servicios se presentó un aumento de +3 puntos porcentuales comparado con el mismo período. Aun así, el porcentaje de empresarios con expectativas favorables sobre sus ventas al exterior es mayor al del año pasado para el sector industrial (19% en 2017-I vs. 15% en 2016-I), mientras que en el sector servicios se mantuvo inalterado (4%), ver gráfico 43.

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 colombiano, fuera de su región (un 79% de los entrevistados industriales, un 53% de los comerciales y un 41% de los de servicios), ver gráfico 44. Entre tanto, los empresarios del sector servicios fueron los que más incursionaron en el mercado local (56%), seguido por el sector servicios (40%). 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%.

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

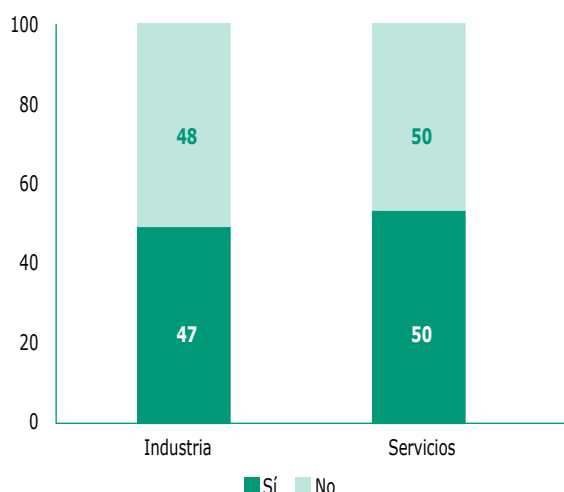


Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

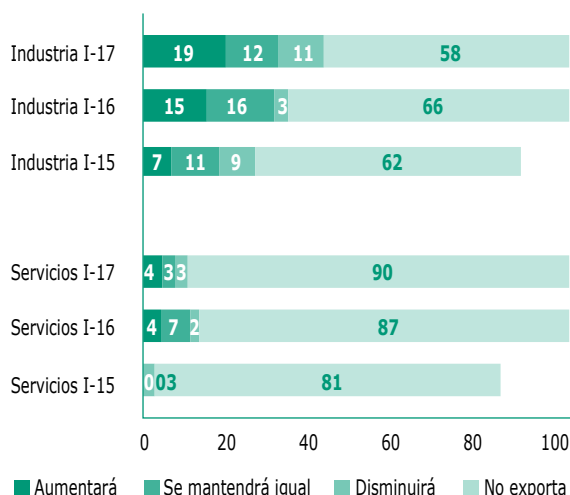
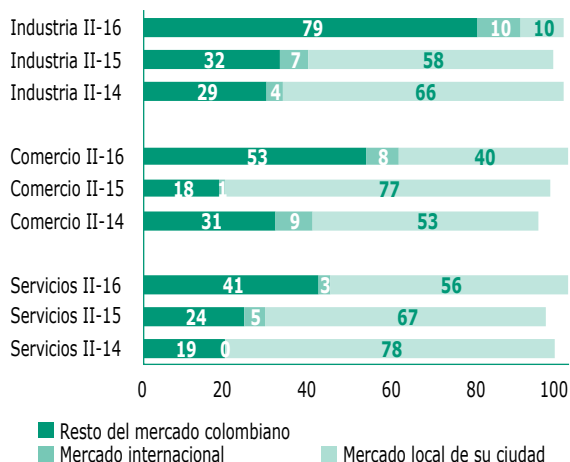


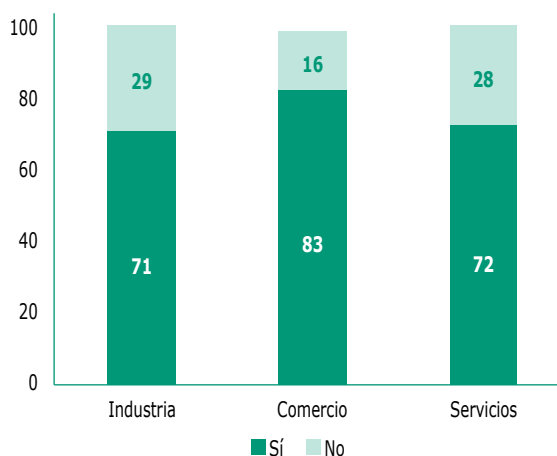
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



Estabilidad jurídica

En esta edición de la Gran Encuesta Pyme se realizó una pregunta específica para la región de Aburrá Sur, donde se les 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 71% de las Pymes industriales, el 83% de las comerciales y el 72% de las empresas Pyme de servicios (ver gráfico 45).

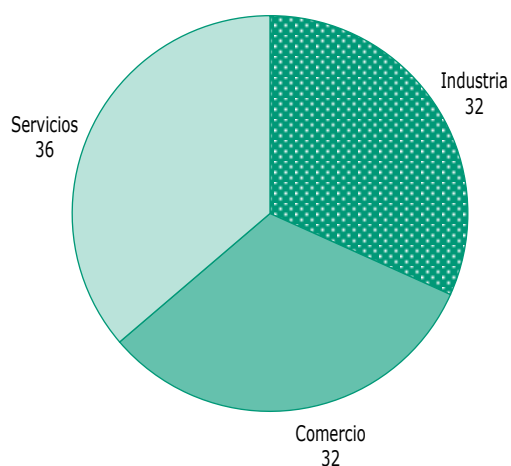
Gráfico 45. ¿Considera que las continuas reformas legales que afronta la normatividad empresarial del país afectan negativamente la actividad económica de su empresa? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Barranquilla

Distribución de la muestra (%)



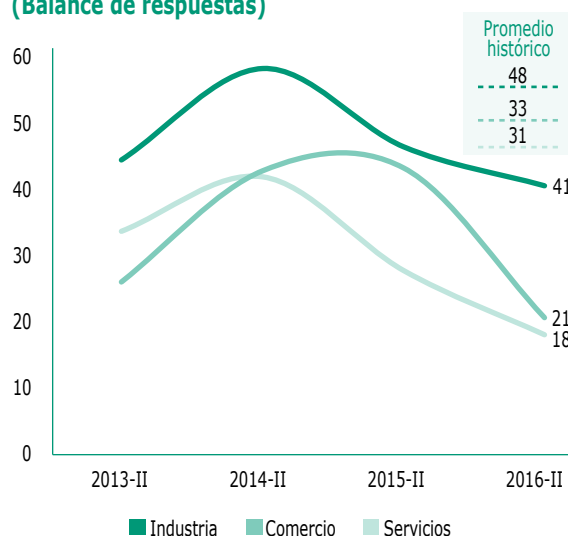
Situación actual

Segundo semestre de 2016

• Sector industria

En la ciudad de Barranquilla, un 51% de la Pymes industriales afirmó que su situación económica general en el segundo semestre de 2016 fue mejor con respecto al primer semestre del mismo año.

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Esta cifra fue inferior en 4 puntos porcentuales contrastando con el 55% observado un año atrás. Adicionalmente, la proporción de empresarios que indicaron que su situación se deterioró subió del 8% al 10% para el mismo período. Lo anterior tuvo un impacto negativo en el balance de respuestas, el cual pasó de 47 en 2015-II a 41 en 2016-II (ver gráfico 1, sección Barranquilla).

La percepción de los empresarios manufactureros barranquilleros con respecto al incremento de sus ventas presentó un ligero incremento en su balance de respuestas. En efecto, el 13% de ellos consideró que el volumen de ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2016 disminuyó, cuando un año atrás este porcentaje fue del 20%, evidenciando una mejora de 7 puntos porcentuales (ver gráfico 2). De manera similar, un 40% reportó estabilidad en sus ventas, lo que significó un ascenso de 12 puntos porcentuales frente al dato de 2015-II (28%). En consecuencia, el balance de respuestas se incrementó de 31 en 2015-II a 35 en 2016-II. Adicionalmente, el crecimiento anual de las ventas para el 77% de las firmas industriales estuvo entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

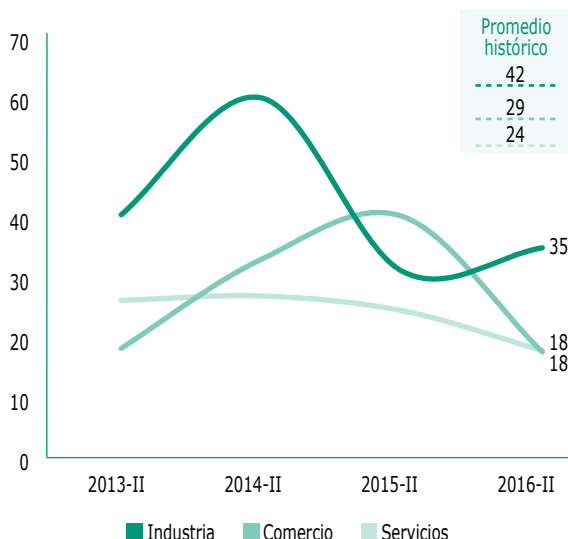
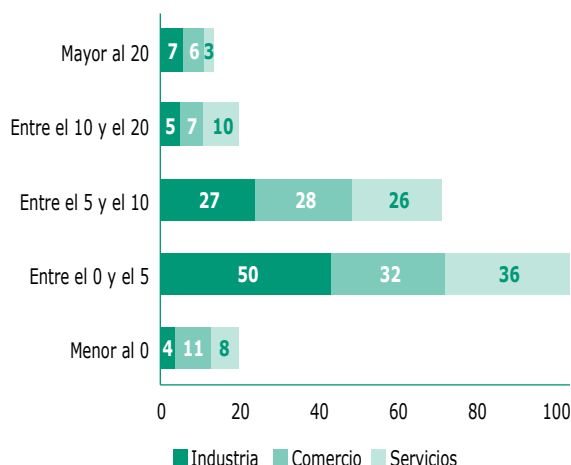
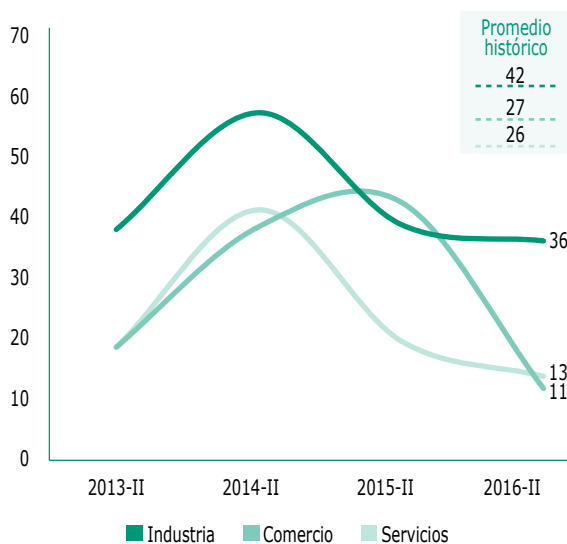


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



En lo referente a la evolución de los pedidos de los empresarios industriales durante el segundo semestre de 2016, se encontró que el 47% de los empresarios del sector reportó un aumento, rebajando el dato de un año atrás cuando dicho porcentaje llegó al 50% (ver gráfico 4). A su vez, la proporción de empresarios que manifestaron que sus pedidos se habían mantenido iguales subió del 35% al 42% para este período. Por su parte, los empresarios que indicaron que el nivel de pedidos había decrecido disminuyó del 12% al 11% en el último año. Así, el balance de respuestas bajó ligeramente, pasando de 38 en 2015-II a 36 en 2016-II.

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



En cuanto al nivel de existencias en las Pymes manufactureras barranquilleras, un 94% consideró que estas eran adecuadas para el segundo semestre de 2016, porcentaje que se mantuvo con respecto al de 2015-II. Asimismo, la proporción de negocios manufactureros que consideraron las existencias insuficientes se ubicó en el 3% (ver gráfico 5).

Siguiendo una dinámica similar a la de las ventas, el porcentaje de Pymes industriales que percibieron una disminución en su producción fue de un 13% en 2016-II, 11 puntos porcentuales por debajo del regis-

Gráfico 5. Existencias (%)

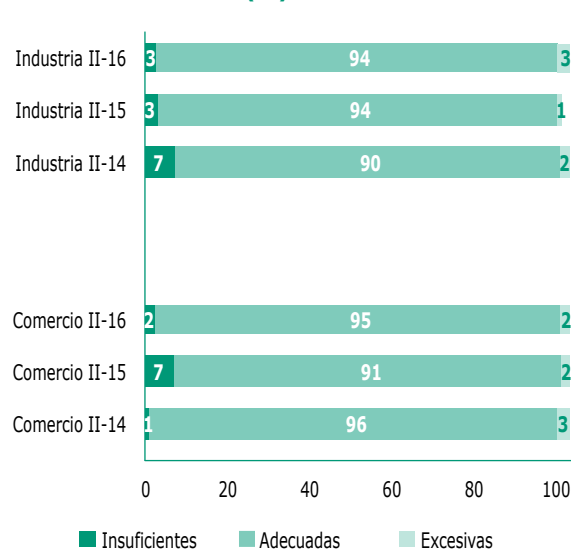


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)

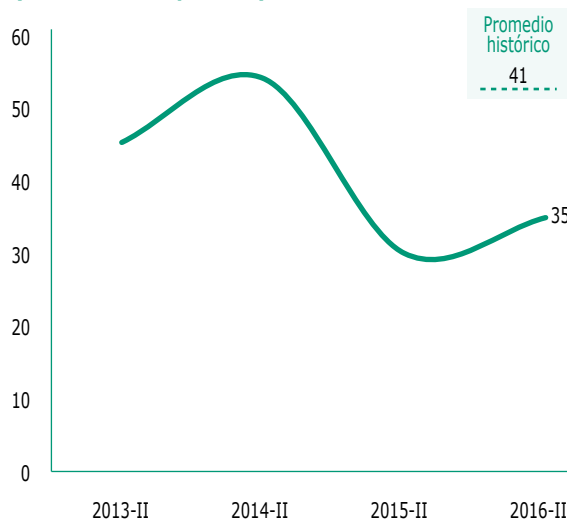
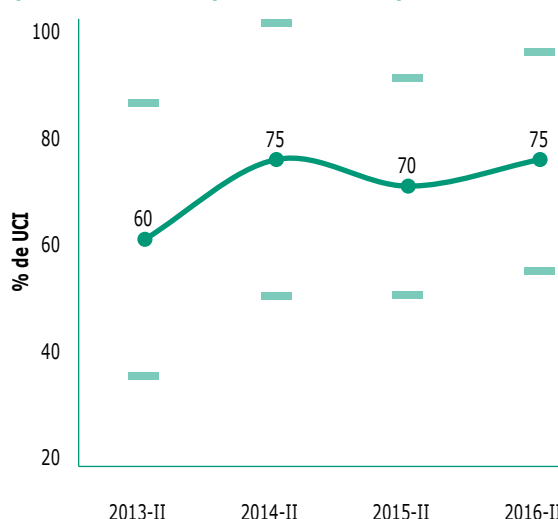


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (Promedio de las Pymes industriales)



tro de 2015-II (24%). Igualmente, la proporción de encuestados que afirmaron un mantenimiento de sus niveles de producción se incrementó del 18% al 40% para el último año. En consecuencia, el balance de respuestas se elevó, al pasar de 30 en 2015-II a 35 en 2016-II (ver gráfico 6). Complementando lo anterior, la proporción de empresas que reportaban que la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) se encontraba entre el 60% y el 100% subió del 42% al 82% (ver gráfico 7).

Con respecto a la inversión en maquinaria y equipo, se observó que el porcentaje de Pymes de Barranquilla que manifestaron haber mantenido

igual su inversión subió del 55% en 2015-II al 72% en 2016-II (ver gráfico 8). Por su parte, un 23% de los empresarios incrementó su inversión, cuando en el segundo semestre de 2015 dicho porcentaje había sido de un 35%. Entre los que reportaron una disminución de esta variable, el porcentaje (4%) fue menor al de un año atrás (9%). En consecuencia, el balance de respuestas pasó de 26 en 2015-II a 19 en 2016-II.

De otro lado, en el sector manufacturero de la ciudad de Barranquilla se observó que, en el segundo semestre de 2016, el porcentaje de Pymes industriales que reportaron un abaratamiento de sus costos de

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

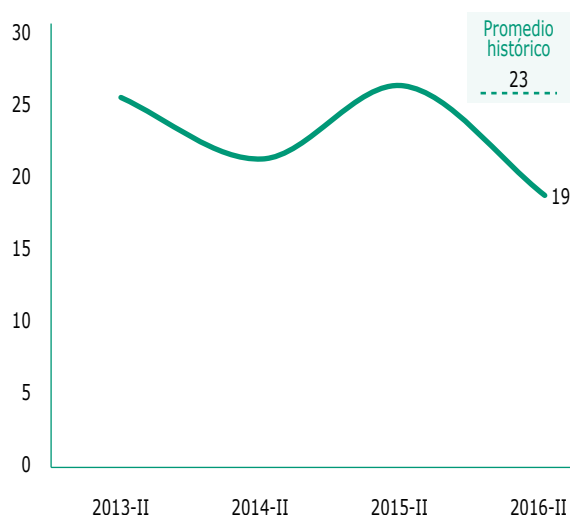


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

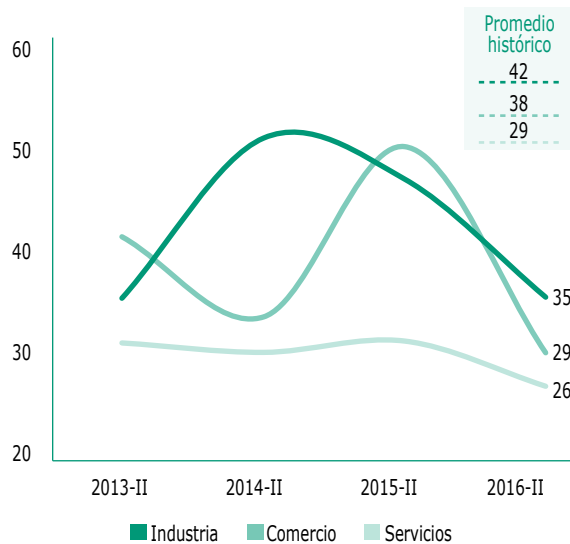


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

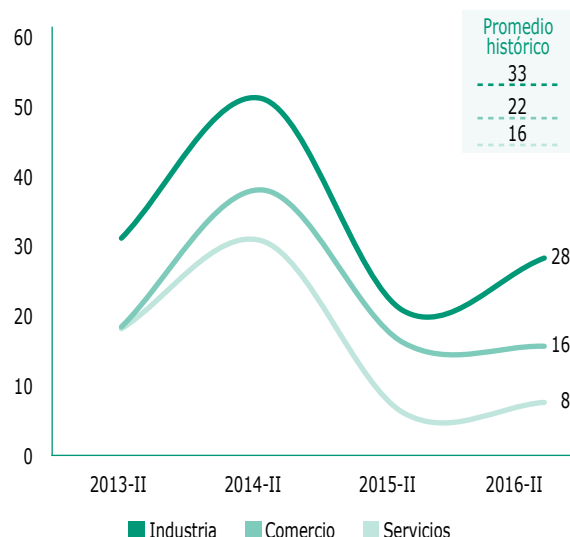
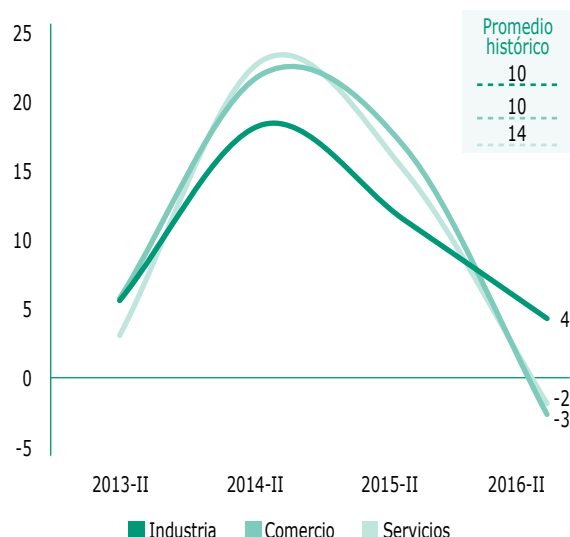


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)



producción fue del 8%, siendo equivalente al dato del mismo semestre de 2015. El porcentaje de Pymes que manifestaron haber enfrentado un aumento de dicho costo alcanzó un porcentaje del 43% para 2016-II, situándose 12 puntos porcentuales por debajo del registro de un año atrás (55%). De este modo, el balance de respuestas se redujo en 12 puntos, pues pasó de 47 en 2015-II a 35 en 2016-II (ver gráfico 9).

En parte por lo anterior, en el gráfico 10 se observa que las Pymes industriales tuvieron un aumento en los márgenes de ganancia, aunque el 52% de los empresarios manifestó que sus márgenes en 2016-II se mantuvieron iguales con respecto a 2016-I y un

10% reportó que estos cayeron, cifra inferior en 8 puntos porcentuales a la observada en 2015-II. Por otro lado, la proporción de respuestas positivas sobre la evolución de esta variable permaneció constante en 38 puntos porcentuales durante dicho lapso. Por lo que el balance de respuestas se incrementó en 7 unidades y se ubicó en 28 (vs. 21 de 2015-II).

Con relación al empleo en el sector industrial Pyme, este mostró un descenso en Barranquilla. Mientras que el 19% de las empresas Pyme manufactureras de esta ciudad reportó un aumento en el número de trabajadores (vs. 28% en 2015-II), un 66% mantuvo constante su planta de personal (vs. 54%) y un 15% destruyó empleo (vs. 17%). Por tal motivo, el balance de respuestas disminuyó de 11 a 4 en la última medición (ver gráfico 11).

Por otro lado, el 97% 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 sólo lo consideró el 2% de los encuestados (ver gráfico 12).

Finalmente, el principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras barranquilleras para el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda (28% del total) durante el segundo semestre de 2016. El segundo principal problema para las empresas del sector fueron los costos de los insumos (22%). Les siguieron la tasa de cambio (19) y luego los altos impuestos (18%).

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?

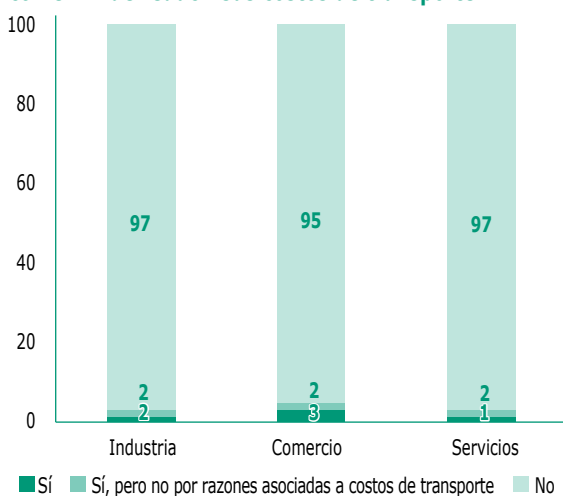
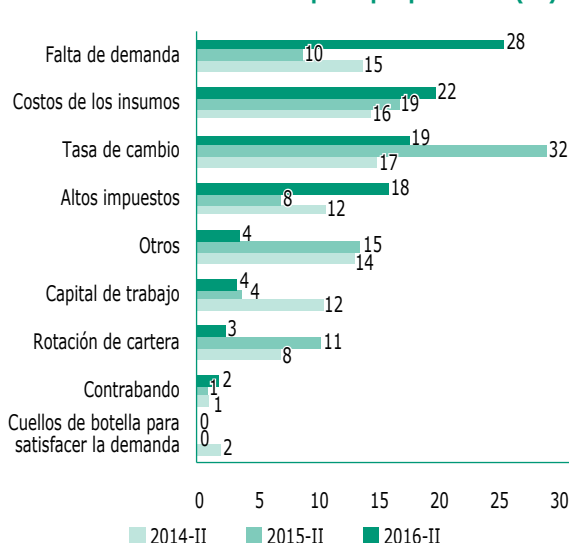


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El 38% de los empresarios del sector comercio en Barranquilla reportó una mejoría de su situación económica general durante el segundo semestre de 2016, mostrando un descenso de 19 puntos porcentuales frente al dato de 2015-II (57%). En cambio, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento fue del 17%, aumentando en 3 puntos porcentuales en el último año. Por su parte, la proporción de aquellos que afirmaron que su situación económica se mantuvo igual fue del 45% en 2016-II, mientras que esta cifra ascendía al 29% en 2015-II. Por lo anterior, el balance de respuestas pasó de 43 en 2015-II a 21 en 2016-II (ver gráfico 1)

En las ventas de las Pymes de comercio barranquilleras se observó una tendencia desfavorable en la evolución del último año. De hecho, solo un 37% de los empresarios manifestó que estas se habían in-

crementado durante el segundo semestre de 2016 (vs. 57% del año anterior). Asimismo, el porcentaje de aquellos que vieron una reducción en sus ventas llegó al 20% de los encuestados en 2016-II, cifra superior a la percibida en el mismo semestre de 2015 (17%). Como se puede observar en el gráfico 2, el balance de respuestas se redujo de 43 en 2015-II a 18 en 2016-II. Por su parte, el crecimiento promedio anual de las ventas del 60% de las Pymes comerciales se ubicó entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Con relación al nivel de pedidos del sector comercio, se evidencia una variación negativa frente a la medición anterior. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó del 59% al 33% entre 2015-II y 2016-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó, subiendo del 17% al 22% en el mismo período. Los pedidos se mantuvieron igual para el 46% de los empresarios encuestados, cifra que fue superior en 22 puntos porcentuales a la observada el año anterior (24%). Por tal motivo, el balance de repuestas disminuyó de 42 en 2015-II a 11 en 2016-II (ver gráfico 4).

En cuanto al nivel de existencias, un 95% de las Pymes consideró que estas eran adecuadas, porcentaje que fue ligeramente inferior al 91% de 2015-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 Barranquilla enfrentaron un fuerte decrecimiento entre 2015-II y 2016-II. En efecto, se ob-

serva que un 42% manifestó que estos aumentaron (21 puntos porcentuales por debajo de la lectura de 2015-II). Asimismo, un 12% reportó una disminución (cifra menor al 13% de 2015-II). De este modo, el balance de respuestas mejoró, al pasar de 50 en 2015-II a 29 en 2016-II (ver gráfico 9).

Sin embargo, esta situación en los costos no llevó a una mejora en los márgenes de ganancia de los empresarios. Esto se evidencia en que el 34% de los empresarios señaló un crecimiento de estos en 2016-II, cifra inferior al 42% de un año atrás. Por su parte, un 47% de los encuestados indicó que estos se mantuvieron iguales (vs. 32% de un año atrás) y un 19% señaló que disminuyeron (vs. 26%). Por tal motivo, el balance de respuestas permaneció igual (16 unidades) entre 2015-II y 2016-II (ver gráfico 10).

La generación de empleo empeoró durante el segundo semestre de 2016. Allí, el 60% de las Pymes del sector en Barranquilla mantuvo constante el número de trabajadores (vs. un 65% en 2015-II) y un 19% reportó un incremento en su planta de personal (vs. 26%). Por otro lado, el 22% de las firmas destruyó empleo, cifra superior en 13 puntos porcentuales a la observada el año anterior (9%). En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó de 17 en 2015-II a -3 en 2016-II (ver gráfico 11).

Por su parte, la superficie de ventas se mantuvo constante para el 55% de los encuestados (cifra superior frente al 50% de 2015-II). Por otra parte, la proporción de empresarios que vieron una reducción en su superficie de ventas subió del 11% al 15% en el úl-

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

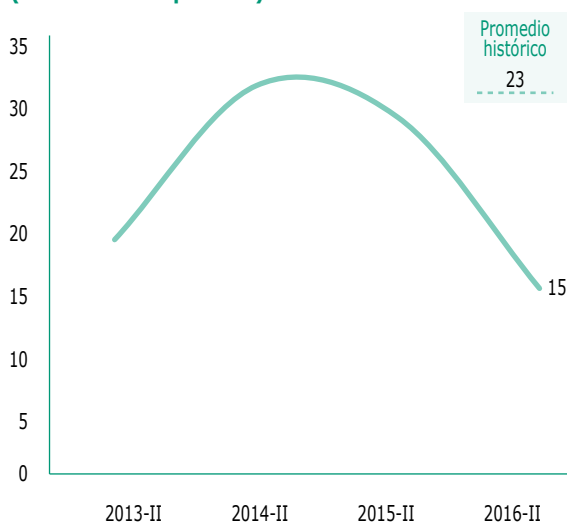
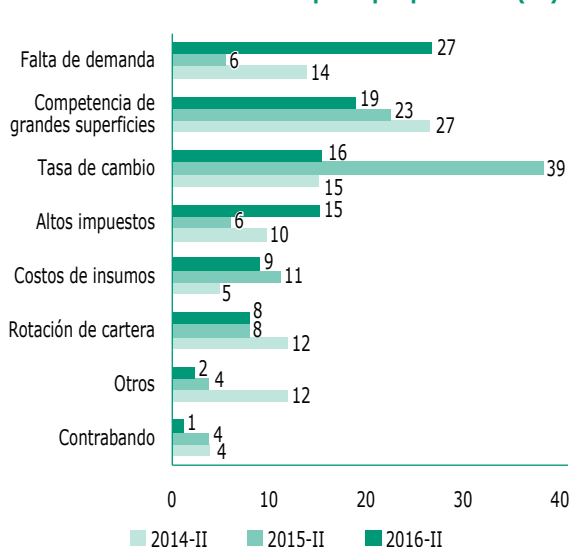


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



timo año. Igualmente, la proporción de comerciantes que percibieron un aumento bajó en 9 puntos porcentuales, ubicándose en el 30%. Así, el balance de respuestas tuvo una medición menor a la del año anterior (28 en 2015-II y 15 en 2016-II), ver gráfico 14.

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Barranquilla en el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda, con un 27% de los encuestados, la cual ganó preponderancia en el último año con un crecimiento de 21 puntos porcentuales (ver gráfico 15). En segundo lugar se ubicó la competencia con las grandes superficies, con un porcentaje del 19%. Posteriormente apareció la tasa de cambio, con una participación del 16%, y los altos impuestos, con el 15%.

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Barranquilla sobre su situación económica general mostró una desaceleración de esta variable en el segundo semestre de 2016. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios cayó del 41% al 38% con respecto al mismo semestre del año 2015. Igualmente, el de quienes indicaron un deterioro aumentó, pasando del 13% al 20% durante el mismo período. Por tal motivo, el balance de respuestas de esta variable disminuyó, pasando de 28 en 2015-II a 18 en 2016-II (ver gráfico 1).

En línea con lo anterior, los empresarios Pyme barranquilleros de este sector reportaron que el volumen de ventas de sus empresas tuvo una tendencia menos positiva entre 2015-II y 2016-II. Así, un 39% de los encuestados manifestó que estas se habían incrementado (3 puntos por debajo del dato del año anterior). De igual forma, un 21% manifestó lo contrario (vs. el 18% de 2015-II). La proporción de los que reportaron que sus ventas se habían mantenido estables fue del 39%, cifra semejante a la de un año atrás. Por lo anterior, el balance de respuestas disminuyó al pasar de 24 en 2015-II a 18 en 2016-II (ver gráfico 2). El crecimiento promedio anual de las ventas en el 62% 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 Barranquilla que observaron un incremento de esta variable en 2016-II fue del 34%, inferior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento constan-

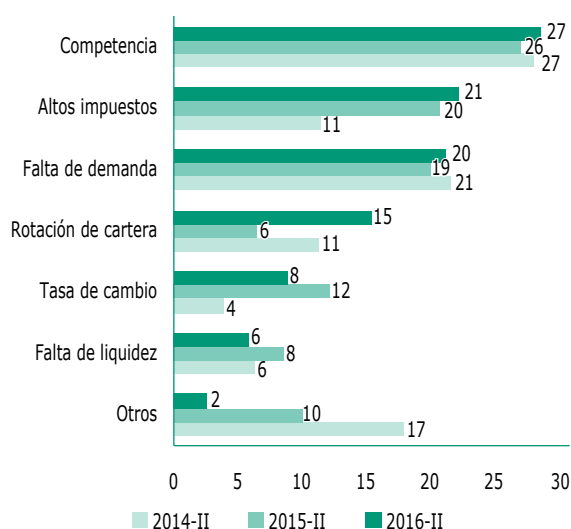
te (44%), pero superior a los que manifestaron haber tenido un comportamiento decreciente (21%). En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó en 6 puntos en el último año y se ubicó en 13 (ver gráfico 4).

A su vez, el 55% de las Pymes de servicios barranquilleras reportó que sus costos de operación se habían mantenido iguales en el segundo semestre de 2016 (vs. 48% en 2015-II), un 35% que habían aumentado (vs. 41%) y un 9% indicó que estos decayeron (vs. 11%). De este modo, el balance de respuestas pasó de 31 en 2015-II a 26 en 2016-II (ver gráfico 9).

Esta moderación en los costos se tradujo en un ligero incremento en los márgenes de ganancia de las empresas. En efecto, el porcentaje de Pymes de esta ciudad que percibieron incrementos en sus márgenes creció del 26% en 2015-II al 28% en 2016-II. Para aquellas que indicaron que los márgenes disminuyeron, la proporción se mantuvo en un 20%. Por tal motivo, el balance de respuestas se incrementó en 2 entre 2015-II (6) y 2016-II (8), ver gráfico 10.

Los resultados en materia de empleo indican una disminución de esta variable. El porcentaje de empresas que mantuvieron igual su nivel de trabajadores fue del 65% en el segundo semestre de 2016, 1 punto porcentual menor que el dato de 2015-II. Ahora, el 17% de los empresarios del sector servicios elevó su planta de personal en 2016-II, mientras que esta cifra ascendía al 24% un año atrás. Por su parte, la proporción de repuestas negativas a esta pregunta

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



subió en 8 puntos porcentuales en este período. En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó de 15 a -2 (ver gráfico 11).

Por otro lado, en el gráfico 12 se evidencia que el 97% de las Pymes de servicios barranquilleras 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 Barranquilla para el desarrollo de sus actividades fue la competencia (27% de los encuestados) en el segundo semestre de 2016. El otro gran problema, con una importancia del 21%, fueron los altos impuestos. Posteriormente, se destaca en el tercer puesto del *ranking* la falta de demanda (20%). Luego le siguió la rotación de cartera (15%) y la tasa de cambio (8%), ver gráfico 16.

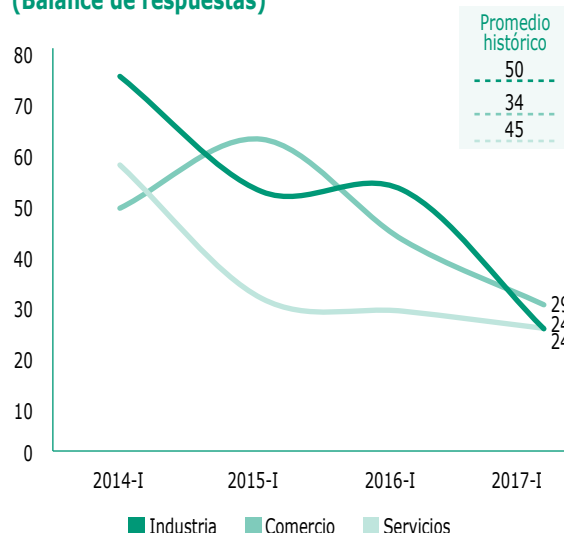
Perspectivas Primer semestre de 2017

• Sector industria

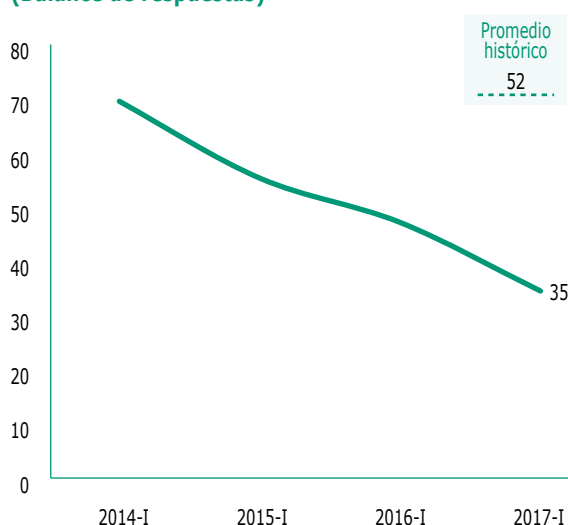
El 39% de los empresarios industriales Pyme de Barranquilla encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017 (cifra inferior al 53% de 2016-I). Asimismo, el grado de incertidumbre se mantuvo similar en el último año, pasando del 8% al 9%. Aquí, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas aumentó con respecto al dato de un año atrás (2% en 2016-I vs. 15% en 2017-I). Esto llevó a que el balance de respuestas decreciera de 51 en 2016-I a 24 en 2017-I (ver gráfico 17).

En cuanto al nivel de producción industrial, el 39% de los empresarios indicó que permanecería igual en 2017-I, cuando un año atrás este porcentaje fue del 31%. Esto coincidió con un incremento en la proporción de respuestas negativas, la cual pasó del 8% en 2016-I al 13% en 2017-I. Asimismo, la proporción de industriales que señalaron que el volumen de producción aumentaría disminuyó del 55% al 48% para el mismo período. En consecuencia, el balance de repuestas cayó de 47 en 2016-I a 35 para 2017-I (ver gráfico 18).

**Gráfico 17. Desempeño general
(Balance de respuestas)**



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



Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras barranquilleras redujeron sus expectativas. El 46% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en el primer semestre de 2017 (vs. un 53% que lo hizo para 2016-I). En cambio, un 16% indicó que esperaba lo contrario, cifra superior a la que se esperaba para el primer semestre de 2016 (10%). Esto hizo que el balance de respuestas se redujera del 43 observado en 2016-I a 30 para 2017-I, ver gráfico 19.

Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras de Barranquilla consideraban que esta aumentaría

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

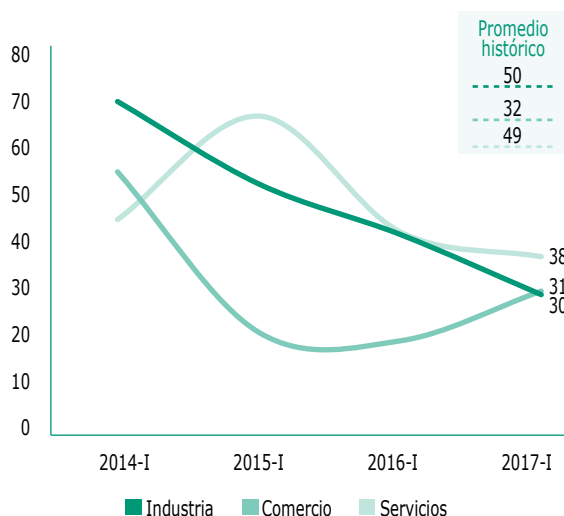
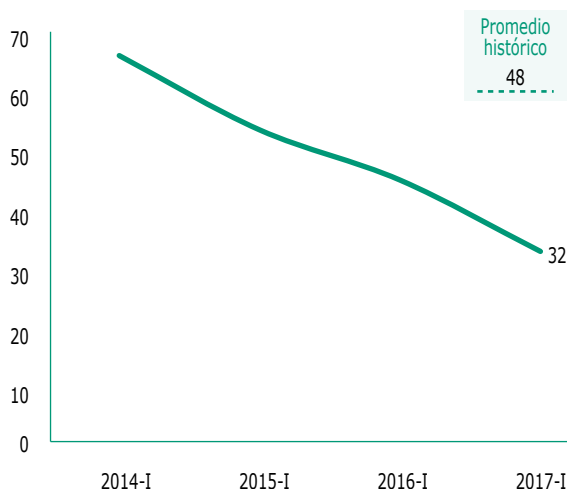


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



únicamente en el 35% de los casos, mientras que el dato del año anterior que fue del 48% (ver gráfico 20). En contraste, el porcentaje de empresarios que esperaban mantener constante su inversión se incrementó, pasando del 47% al 63% entre 2016-I y 2017-I. Por tal motivo, el balance de respuestas se redujo en 12, pasando de 44 en 2016-I a 32 para 2017-I

• Sector comercio

El 37% de las Pymes comerciales barranquilleras esperaba que su desempeño general en el primer semestre de 2017 fuera positivo (vs. 41% de 2016-I), mientras que el 40% esperaba que se mantuviera estable (vs. 38%) y un 12% preveía que empeoraría (vs. 13%). Así, el balance de respuestas disminuyó de 27 a 24 entre 2016-I y 2017-I (ver gráfico 17). De igual modo, en esta medición se evidencia que la incertidumbre entre las firmas comerciales se incrementó en 3 puntos porcentuales en el último año y se ubicó en el 11% (vs. 8% de 2016-I).

En lo correspondiente al volumen de pedidos, se observó un aumento en el optimismo de los encuestados. Así, mientras que un 43% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2017 se incrementaran (5 puntos porcentuales por encima del registro del año anterior), otro 12% preveía una caída de esta variable, lo cual significó una disminución de 6 puntos porcentuales frente a la expectativa para 2016-I. De esta manera, el balance de respuestas subió en 11 puntos, al pasar de 20 en 2016-I a 31 para 2017-I (ver gráfico 19).

De igual modo, y contrario a la línea del desempeño general, las Pymes comerciales de Barranquilla preveían un mayor dinamismo en el volumen de ventas para 2017-I. Así, un 45% indicaba que estas aumentarían (7 puntos porcentuales por encima del registro del año anterior) frente a un 12% que esperaba lo contrario (cifra menor al 18% de 2016-I). En consecuencia, el balance de respuestas pasó de 20 en 2016-I a 33 para 2017-I (ver gráfico 21).

• Sector servicios

Un 42% de los empresarios del sector servicios barranquillero consideraba que el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017 (vs. 52% de 2016-I). Por el contrario, un 13% manifestó que la situación sería desfavorable

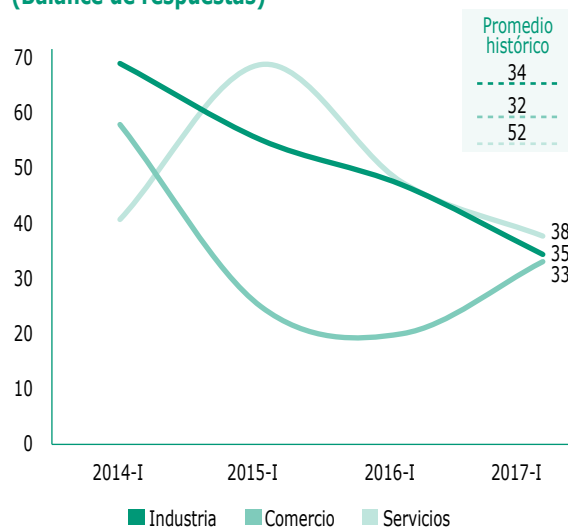
table, cifra superior a la encontrada en 2016-I (11%). Por tal motivo, el balance de respuestas de esta variable disminuyó de 41 en 2016-I a 29 para 2017-I (ver gráfico 17). El nivel de incertidumbre en este frente aumentó en 3 puntos porcentuales en el último año, mientras que el número de empresarios que consideraban que su situación económica se mantendría igual subió en 4 puntos porcentuales.

A nivel de pedidos, un 47% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en 2017-I, cuando para 2016-I este porcentaje alcanzó un 54%. A su vez, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos disminuyó del 10% en el primer semestre de 2016 a un 9% esperado para el mismo período de 2017 (ver gráfico 19). En consecuencia, el balance de respuestas del volumen de órdenes de pedido cayó de 44 en 2016-I a 38 para 2017-I.

De manera similar, en el nivel de ventas también se observan expectativas menos positivas frente a las registradas un año atrás. El 48% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas se incrementarían en el primer semestre de 2017 (comparado con un 58% del año anterior), mientras que un 42% opinó que se manten-

drían iguales (vs. un 31% que lo consideraba para 2016-I). Asimismo, la proporción de respuestas negativas se mantuvo constante en el último año, situación que derivó en una disminución del balance de respuestas, el cual pasó de 46 en 2016-I a 38 para 2017-I (ver gráfico 21).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)

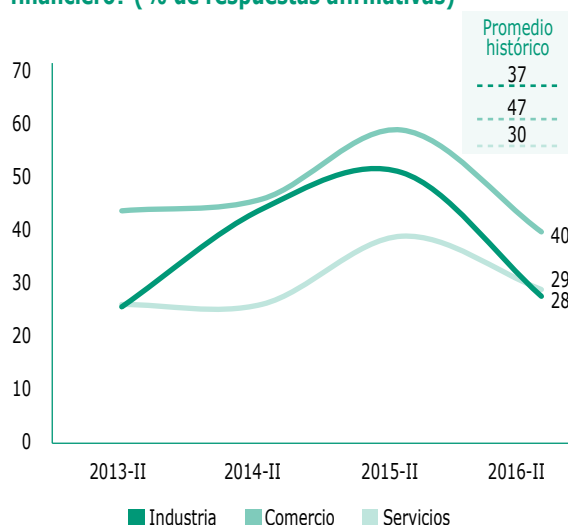


Financiamiento

Para el sector empresarial de la ciudad de Barranquilla el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó decrecimientos en los tres macrosectores en el segundo semestre de 2016 con respecto al mismo semestre de 2015. En efecto, para la industria Pyme, la proporción bajó considerablemente del 51% al 28% entre 2015-II y 2016-II; en el segmento comercial el descenso fue del 59% al 40% durante dicho período (ver gráfico 22). Por otro lado, en el sector de servicios se mantuvo bajo el porcentaje de solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero fue del 29%, presentando un descenso de 10 puntos porcentuales durante el último año.

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

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



que se mantuvo en niveles muy saludables. En el sector comercial, la tasa cayó en 7 puntos porcentuales en el último año (92% para 2016-II) y para servicios disminuyó en 9 puntos (84%). Por su parte, el sector industrial mostró las tasas de aprobación en el 100% (ver gráfico 23).

En cuanto al término de los créditos, a la mayor proporción de Pymes de industria (37%) se le aprobaron créditos a corto plazo (valor exacto al 37% que lo solicitó a ese plazo). En el caso del sector comercio, la mayor proporción de aprobaciones fue para el mediano plazo (34%), similar al 36% que los había

solicitado. Y en el caso del sector servicios, el mayor plazo aprobado fue también el mediano plazo (45%), con valores idénticos a los solicitados (45%), ver gráficos 24 y 25.

Respecto a la satisfacción de los encuestados con el monto aprobado, esta disminuyó para los tres macrosectores. El porcentaje de los empresarios de industria que reportaron estar satisfechos con el monto del crédito aprobado bajó del 89% al 82% entre 2015 y 2016, para el sector comercio disminuyó del 87% al 74% y para el sector de servicios bajó del 94% al 80% (ver gráfico 26).

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

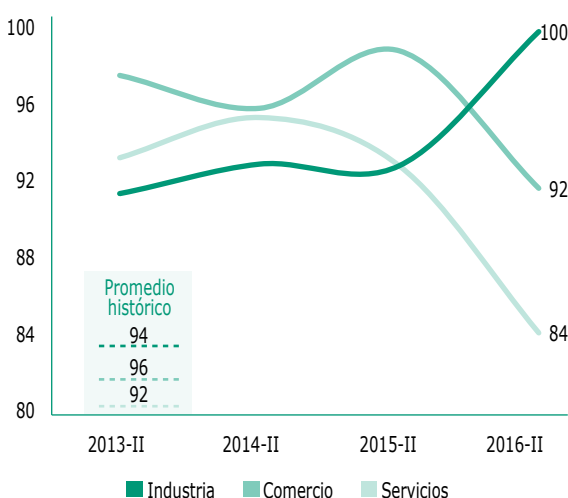


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

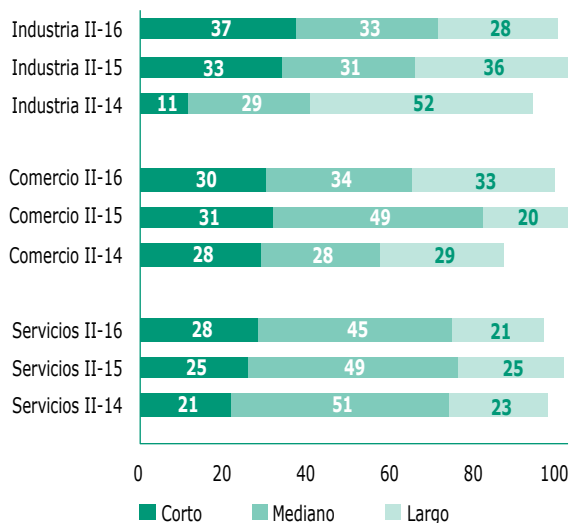


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

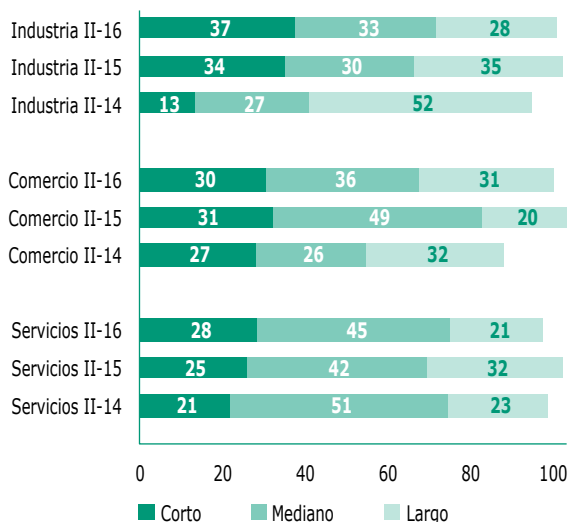
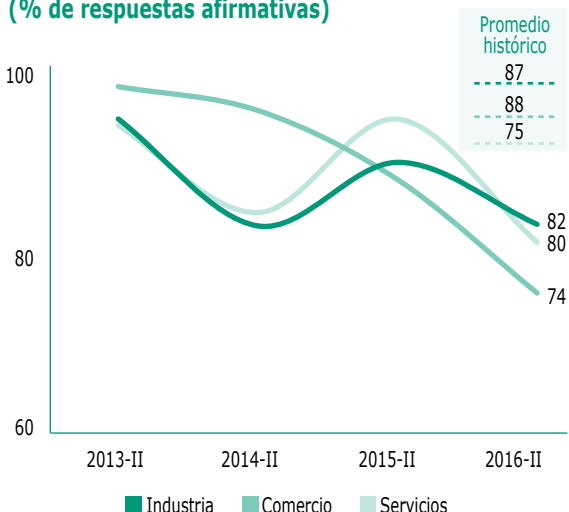


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados, la mayor proporción de los empresarios de los sectores de industria y servicios recibió tasas entre DTF +4 y DTF+8 puntos (57% en industria y 66% en servicios) para 2016-II (ver gráficos 27 y 29). Igualmente, la mayor proporción de empresarios del sector comercio recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (47% de los encuestados) en el mismo período, muy similar a la proporción de empresarios comerciales que recibió tasas de hasta DTF+4 (46%), ver gráfico 28. Respecto a los resultados observados un año atrás, hubo un incremento importante en la proporción de

empresarios de los tres macrosectores que recibieron tasas entre DTF+4 y DTF+8 (+34 puntos porcentuales para industria, +46 puntos porcentuales para comercio y +33 puntos porcentuales en servicios). Esto muestra un encarecimiento del crédito formal, en promedio, para las empresas de la ciudad de Barranquilla durante el segundo semestre de 2016.

Por ello, la satisfacción del empresariado barranquillero con la tasa de interés recibida se redujo en esta medición para el sector de comercio. En efecto, para el sector comercial, la satisfacción pasó del 62% en 2015-II al 56% en 2016-II. Por otro

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

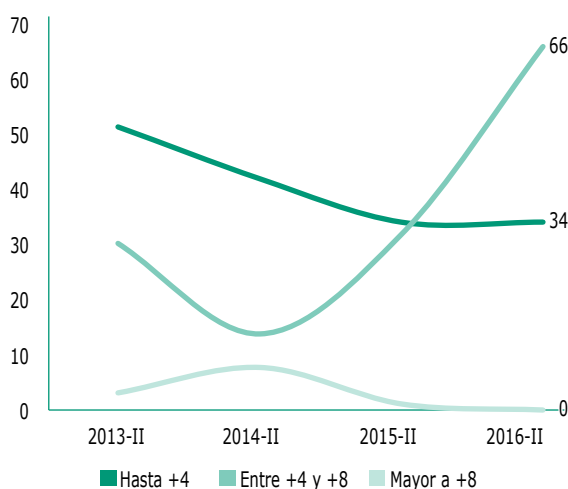


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

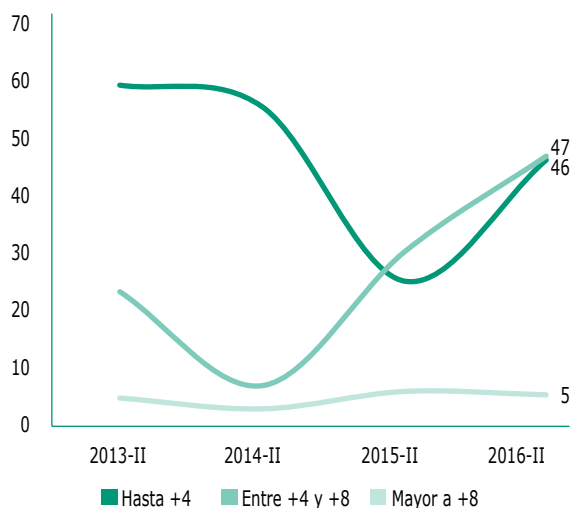


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

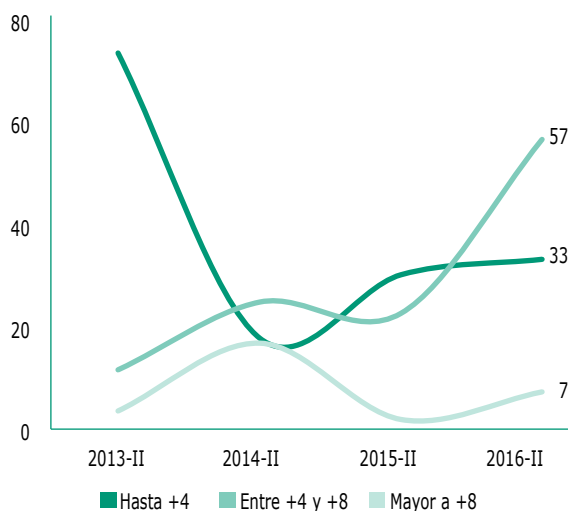
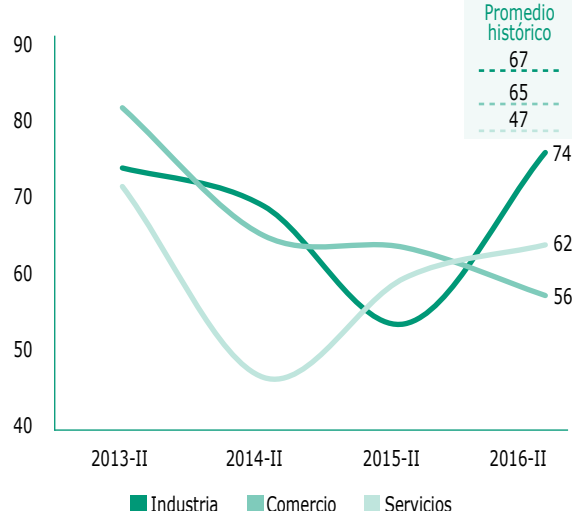


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



lado, la satisfacción de los empresarios de servicios aumentó del 58% al 62%. Los empresarios manufactureros también incrementaron la satisfacción respecto a la tasa de interés, pasando del 52% al 74% durante el mismo período de tiempo (ver gráfico 30).

El principal destino de los recursos que el empresariado barranquillero Pyme solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (70% industria, 68% comercio y 61% servicios) en el segundo semestre de 2016. Como lo muestra el gráfico 31, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fueron las remodelaciones y adecuaciones (22%), mientras que para las Pymes comerciales fue la consolidación del pasivo y la compra o

arriendo de maquinaria (14% en ambos casos). A su vez, el segundo destino de los recursos para las Pymes de servicios fue la consolidación del pasivo (35%), ver gráfico 31.

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 14% de los empresarios de industria, el 18% de comercio y de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa durante 2016-II (ver gráfico 32). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores lo hizo a través de sus proveedores (47% industria, 32% comercio y 31% servicios), mientras que el 31% de industria, el 43% de comercio y el 39% de servicios utilizaron recursos propios.

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

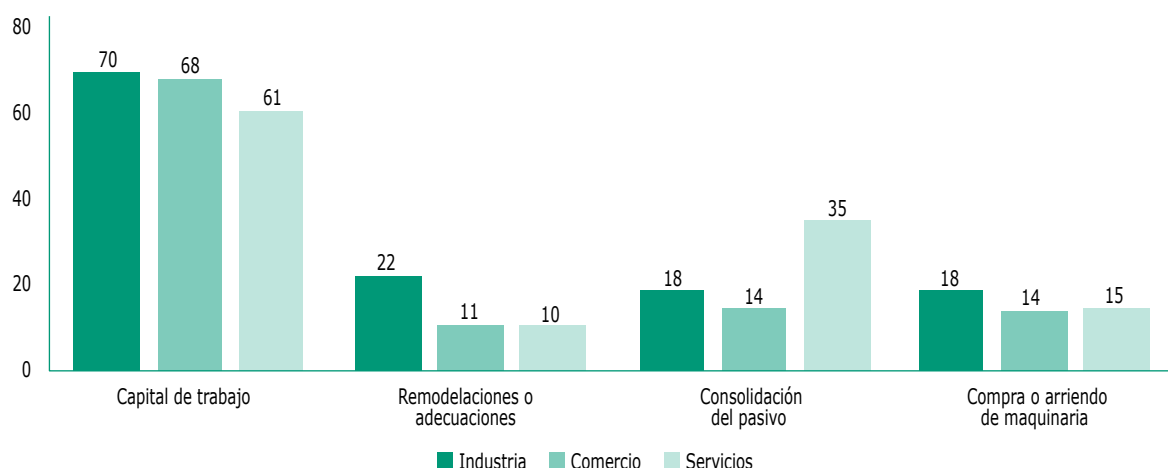
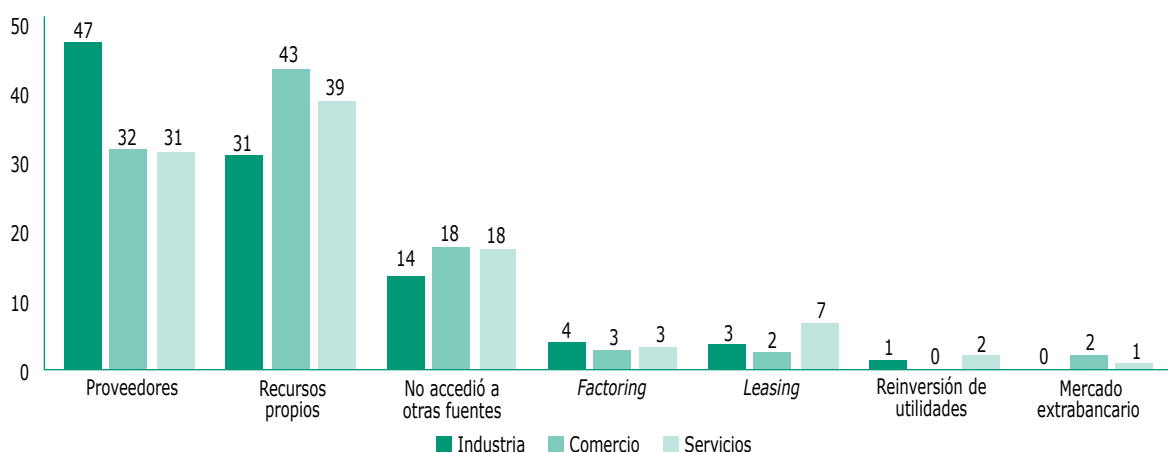


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



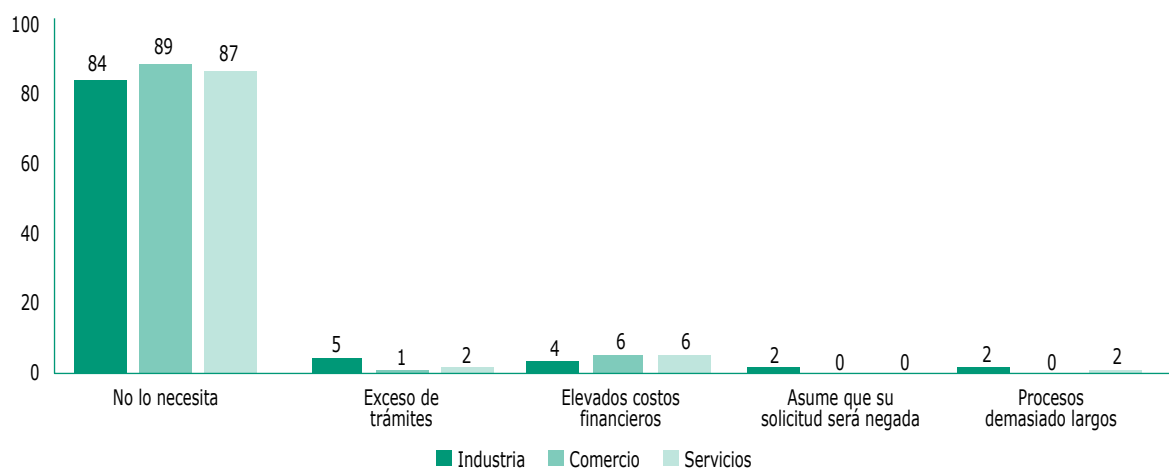
En cuanto al acceso a fondos de capital privado y apoyo emprendedor, la gran mayoría no había accedido a este tipo de capital. Así, para el sector industrial el 100% de los empresarios barranquilleros no había accedido a este tipo de financiación en 2016-II. Por su parte, esta cifra llegó al 97% en comercio y al 99% en servicios (ver gráfico 33).

Por último, en materia de acceso al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme barranquillero de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero fue porque no lo necesitaba (84% industria, 89% comercio y 87% servicios) en el segundo semestre de 2016. Como lo muestra el gráfico 34, las Pymes no solicitaron crédito por el exceso de trámites (5% industria, 1% comercio y 2% servicios) y por los elevados costos financieros (4% industria, 6% comercio y 6% servicios) y por los elevados costos financieros (4% industria, 6% comercio y servicios).

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 (%)

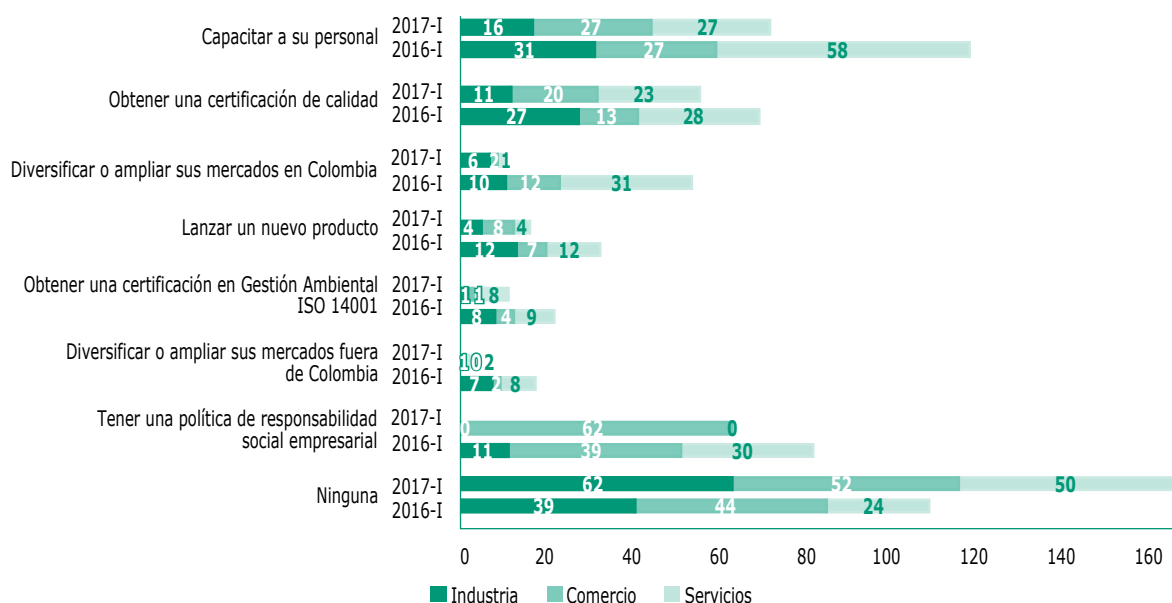


Acciones de mejoramiento

En el 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 35 se observa cómo el porcentaje de Pymes barranquilleras que desarrollaron alguna acción para incrementar su competitividad fue del 38% en industria, el 48% en comercio y el 50% en servicios durante el primer semestre de 2017. Para los tres macrosectores, el porcentaje de Pymes que no realizaron algún tipo

de acción de mejoramiento subió frente al año anterior (23, 8 y 26 puntos porcentuales, respectivamente). Capacitar a su personal se ubicó como la principal área de mejoramiento de las Pymes de Barranquilla, con una participación del 16% en industria, y el 27% en comercio y en servicios. En el segundo lugar del *ranking*, para las Pymes de los tres macrosectores, estuvo la obtención de una certificación de calidad, con una proporción del 11%, el 20% y el 23%, respectivamente.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



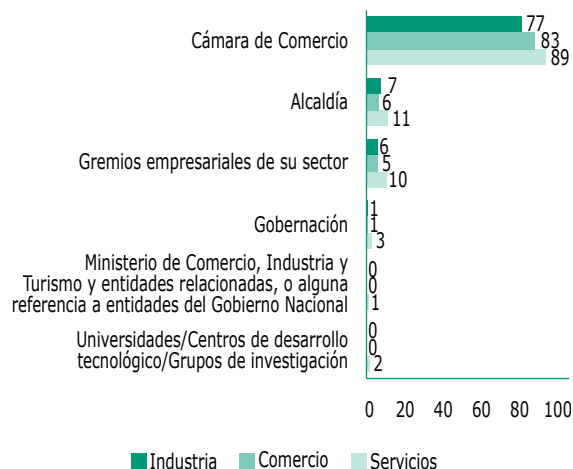
— Capital social y formación de precios —

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital del Atlántico si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (77% en industria, 83% en comercio y 89% en servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios barranquilleros con: i) la Alcaldía (7% en industria, 6% en comercio y 11% en servicios); ii) los gremios empresariales de su sector (6% en industria, 5% en comercio y 10% en servicios); iii) la Gobernación (1% en industria, 1% en comercio y 3% en servicios); iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del Gobierno Nacional (0% en industria, 0% en comercio y 1% en servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (0% en industria, 0% en comercio y 2% en servicios), ver gráfico 36.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de la ciudad de Barranquilla cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiada con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (40% en industria, 30% en comercio y 49% en

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (9% en industria, 15% en comercio y 13% en servicios); ii) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (9% en industria, 3% en comercio y 1% en servicios); iii) incremento del nivel de ventas (6% en industria, 7% en comercio y 9% en servicios); iv) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (3% en industria, 7% en comercio y 9% en servicios); v) incursionar en nuevos mercados (3% en industria, 1% en comercio y 9% en servicios); vi) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (2% en industria, 2% en comercio

y 3% en servicios); y vii) desarrollar nuevos productos o servicios (2% en industria, 0% en comercio y 2% en servicios), ver gráfico 37.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes barranquilleras, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (62% en industria, 32% en comercio y 58% en servicios). Asimismo, se observó que el 10% de los empresarios industriales, el 13% de los comerciales y el 8% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre.

Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

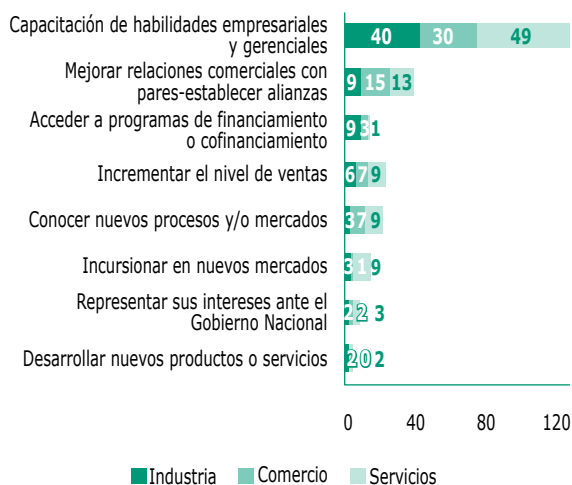


Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

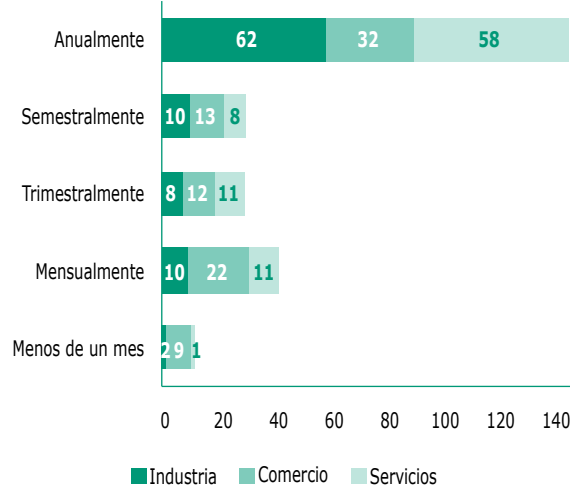
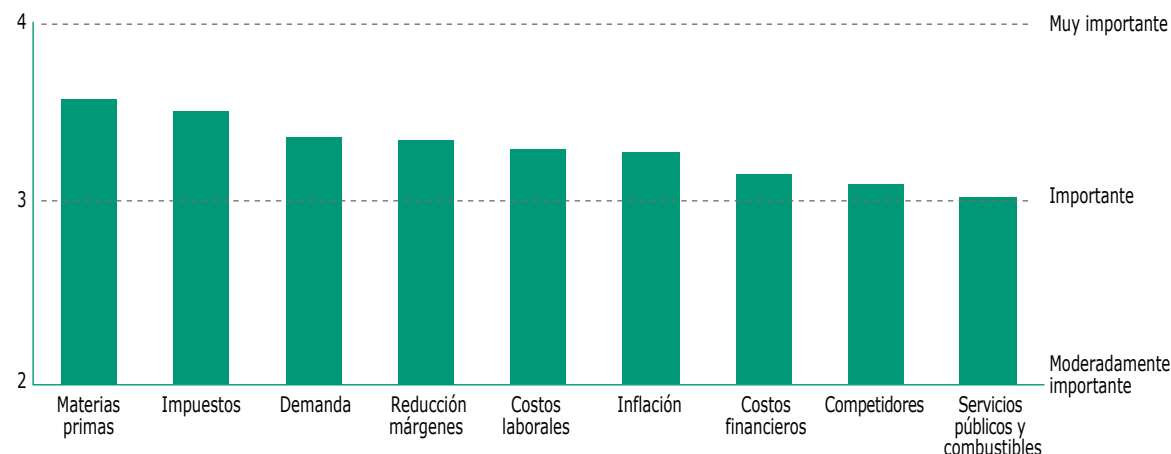


Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Igualmente, menos del 12% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (8% en industria, 12% en comercio y 11% en servicios), mientras que menos del 22% de los encuestados manifestó actualizarlos mensualmente (10% en industria, 22% en comercio y 11% en servicios). Por último, menos del 2% de los encuestados industriales, el 9% de los comerciales y el 1% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. Los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos labora-

les, los competidores, la reducción de márgenes, la demanda, los costos financieros y los costos de los servicios públicos y combustibles fueron catalogados como particularmente importantes para el sector industrial y el comercial. Igualmente, lo fueron para el sector de servicios, a excepción de los costos de los servicios públicos y combustibles, los cuales fueron catalogados como moderadamente importantes (ver gráficos 39, 40 y 41). Específicamente, el costo de las materias primas fue el factor más importante en la formación de precios de las Pymes barranquilleras de industria y comercio. En el sector de servicios, el factor más importante, según los empresarios, fue el nivel de impuestos.

Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

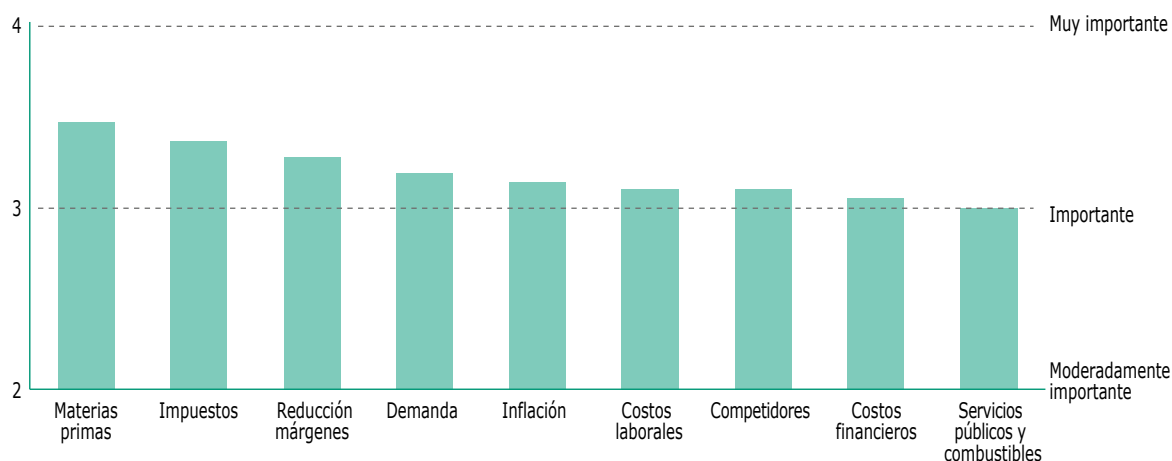
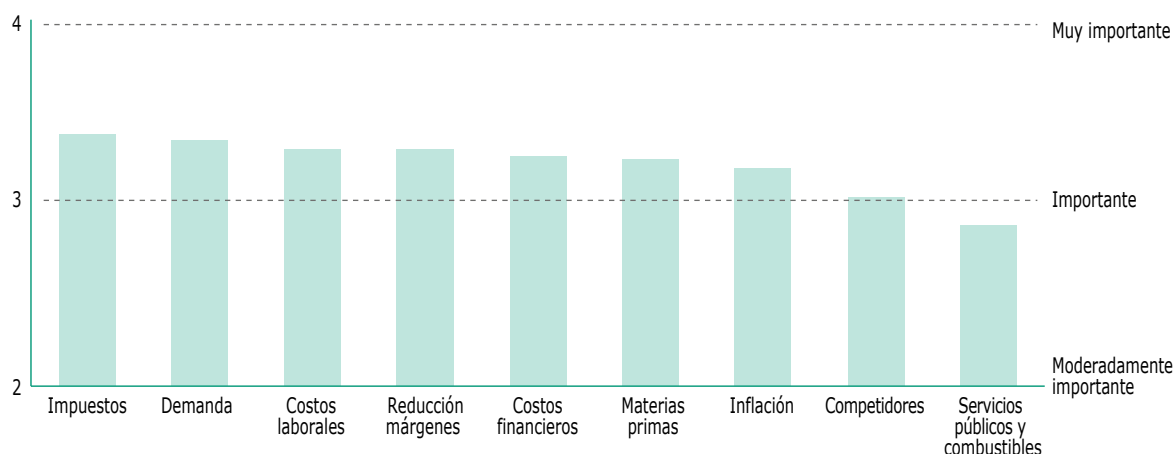


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

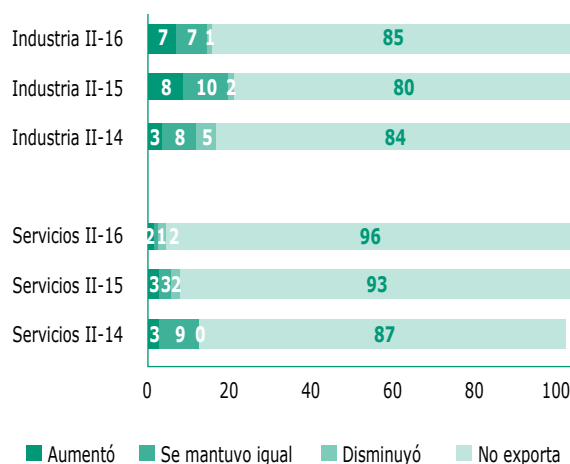


Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta lectura de la Encuesta en Barranquilla se encontró que el 85% de las Pymes industriales y el 96% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 42). Entre tanto, solamente un 7% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para

el sector servicios fue inferior (2%), siendo también significativamente baja. La principal razón por la cual los empresarios Pyme barranquilleros no exportaron es que consideraban que sus negocios no tenían aún productos para comercializarlos en los mercados internacionales (40% en industria y 51% en servicios). Además, la falta de interés para hacerlo fue evidente en el 30% de las empresas industriales y el 27% de las de servicios (ver gráfico 43).

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



Por otro lado, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y allí el 20% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios este porcentaje llegó al 45% (ver gráfico 44). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 84% de los encuestados en el sector industria y el 96% del sector servicios no preveían exportar en 2017-I. En contraste, solamente un 10% de los pequeños y medianos industriales barranquilleros esperaba incrementar su oferta exportadora (ver gráfico 45).

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 del Atlántico se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad (un

Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

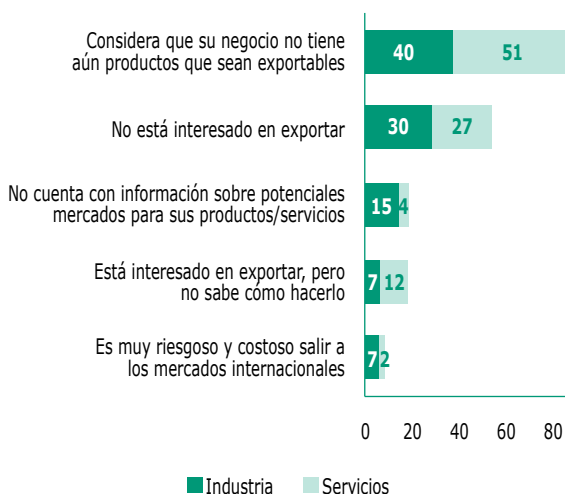
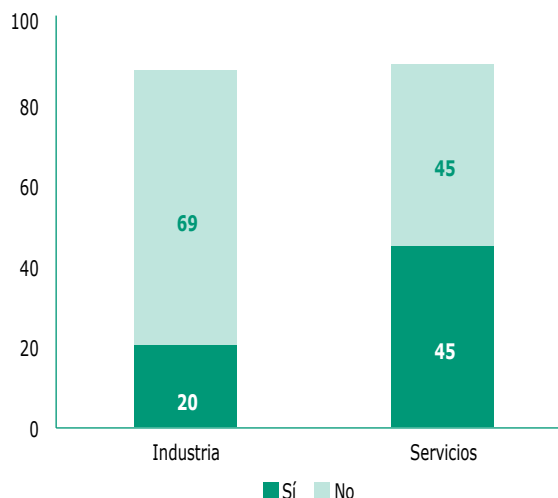


Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



59% de los entrevistados industriales, un 58% de los comerciales y un 66% de los de servicios), ver gráfico 46. Entre tanto, los empresarios comerciales (41% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad),

seguidos por los industriales (37%). Finalmente, las ventas al mercado internacional mostraron participaciones inferiores al 3% para los tres macrosectores, resaltando la baja apertura comercial de las Pymes de Barranquilla.

Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

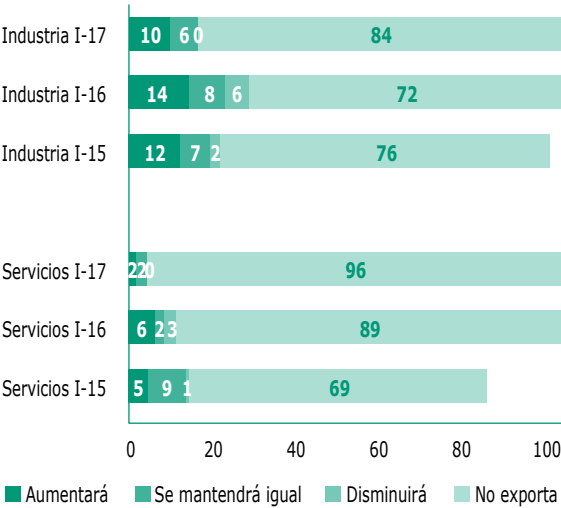
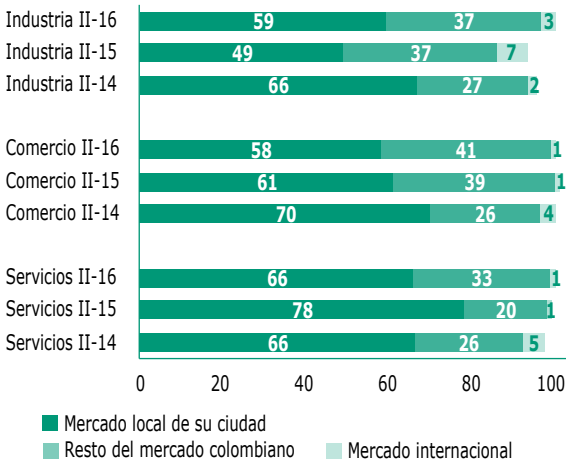


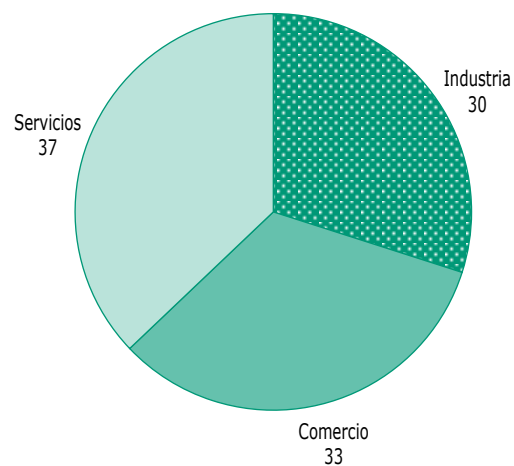
Gráfico 46. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Bogotá

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

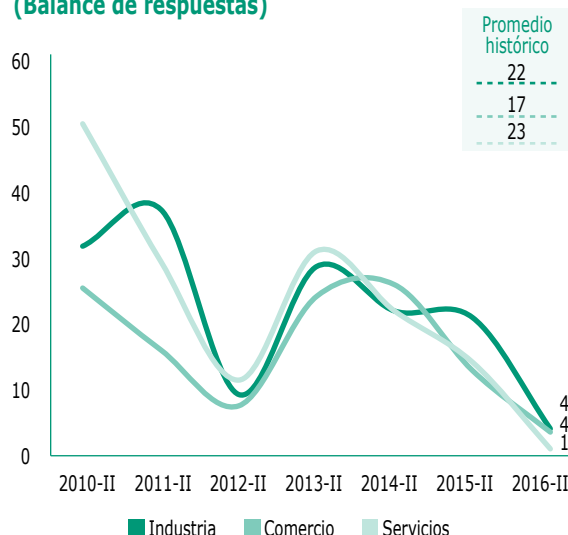
Segundo semestre de 2016

• Sector industria

En la ciudad de Bogotá se observó que la percepción sobre la situación económica general de las Pymes registró un deterioro para los tres macrosectores consultados en el segundo semestre de 2016. En el caso de la industria, un 35% de los empresarios Pyme afir-

mó que su situación mejoró en el segundo semestre de 2016 con respecto al primer semestre del mismo año (vs. 42% del año anterior). Por su parte, la proporción de Pymes que reportaron experimentar un deterioro en su situación económica general pasó de un 21% en 2015-II a un 31% en 2016-II, lo que hizo que el balance de respuestas pasara de 21 puntos en 2015-II a 4 en 2016-II (ver gráfico 1, sección Bogotá). Este valor del balance de respuestas se ubicó por debajo del promedio histórico (22) por tercer año consecutivo.

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Los empresarios Pyme del sector industrial capitalino mostraron un panorama muy similar respecto a la dinámica de las ventas. Estas registraron un marcado deterioro con una caída de 13 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que afirmaron observar aumentos en sus volúmenes de ventas respecto al año anterior (46% en 2015-II vs. 33% en 2016-II). Ello se vio acompañado por un incremento de 10 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que reportaron caídas en sus volúmenes de ventas (23% para 2015-II vs. 33% para 2016-II), con lo cual el balance de respuestas se desplomó de cifras alrededor de 23 puntos en 2015-II a 0 puntos en 2016-II (muy por debajo de su promedio histórico de 19 puntos), ver gráfico 2.

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

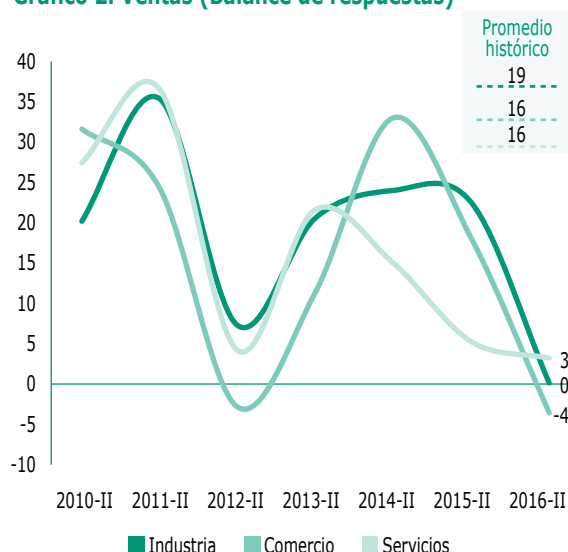
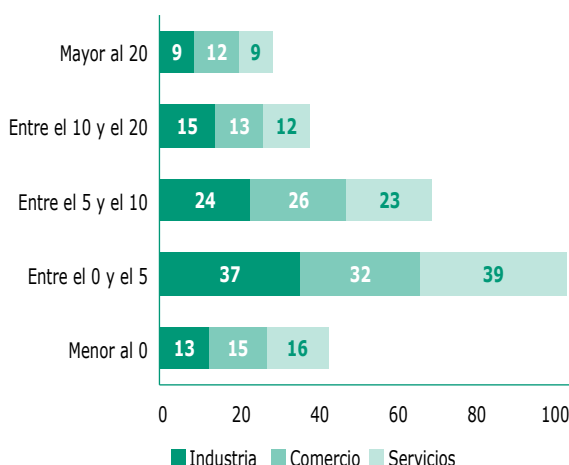


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



Adicionalmente, se preguntó sobre el crecimiento promedio anual de las ventas durante el segundo semestre de 2016. Para el sector industrial encontramos que el 61% de las empresas Pyme presentó 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%, mientras que un 13% registró contracciones (ver gráfico 3).

El deterioro en la demanda observado desde el segundo semestre de 2015 parece haberse profundizado, ya que la evolución de los pedidos a las Pymes industriales de Bogotá continuó presentando una notoria desaceleración (ver gráfico 4). El 32% de los en-

cuestados dijo que observó un aumento en esta variable en el segundo semestre de 2016, mientras que el 30% afirmó que el volumen de pedidos disminuyó. Esto hizo que para el segundo semestre de 2016 el balance de respuestas pasara de 18 a 3 puntos, ubicándose por debajo del promedio histórico (20) por segundo año consecutivo.

En cuanto a la capacidad de regular sus existencias, los empresarios industriales de Bogotá experimentaron una leve mejoría asociada a la desaceleración de la demanda y el consecuente menor volumen de pedidos (ya comentado). El gráfico 5 muestra que las Pymes industriales respondieron en el 8% de los casos que dichas existencias fueron insuficientes en 2016-II (vs. 10% en 2015-II), en el 88% de los casos que fueron adecuadas (vs. 86% en 2015-II) y en el 4% de los casos que fueron excesivas (manteniéndose estable frente 2015-II).

En línea con la desaceleración de la demanda, los niveles de producción de las Pymes industriales disminuyeron. Así, el porcentaje de empresas que aumentaron su producción cayó del 40% en 2015-II al 32% en 2016-II, mientras que la proporción de Pymes que dijeron reducir su producción se incrementó del 24% al 29% durante el mismo período. Con ello, el balance de respuestas se redujo a 3 puntos, muy por debajo del 16 de un año atrás y el 20 del promedio histórico (ver gráfico 6).

Sorpresivamente, la caída en el nivel de producción industrial no llevó a un bajón en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI). De hecho, en promedio, las Pymes industriales de Bogotá utilizaron el 85% de

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

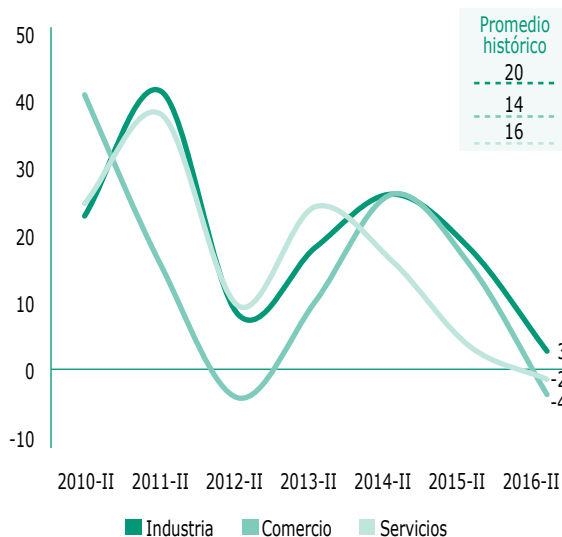


Gráfico 5. Existencias (%)

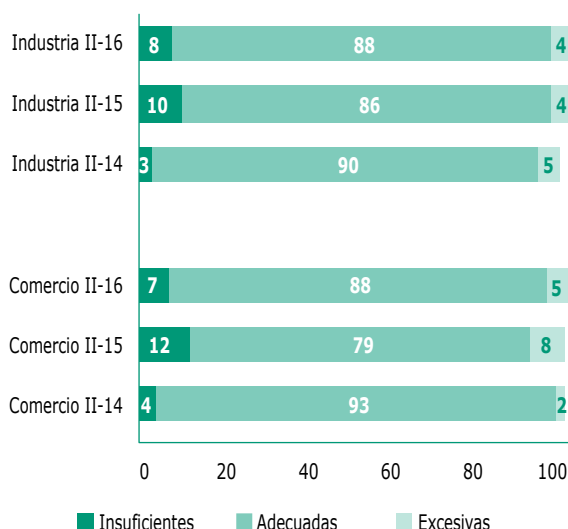
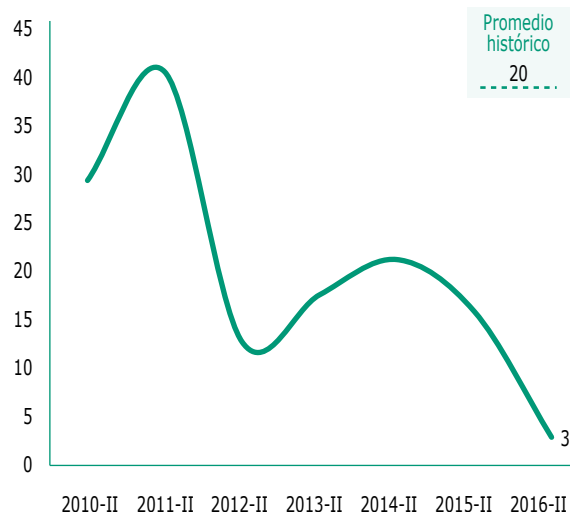


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



su capacidad instalada en el segundo semestre de 2016, una cifra muy superior al 75% observado en el mismo período de 2015 (ver gráfico 7).

La inversión en maquinaria y equipo presentó una leve recuperación en el segundo semestre de 2016. Ello obedeció a que el 23% de las Pymes industriales incrementó sus niveles de inversión en 2016-II frente al 18% reportado en 2015-II. Por su parte, el porcentaje de Pymes que manifestaron disminuir el nivel de esta variable se mantuvo estable en un 10%. Así, el balance de respuestas de esta variable llegó a 13 en 2016-II, superando el 8 observado en 2015-II e igualando el promedio histórico del sector (ver gráfico 8).

En materia de costos, el 46% de las Pymes industriales bogotanas reportó un incremento en sus costos en 2016-II, 14 puntos porcentuales menos que el registro del 60% observado un año atrás. Adicionalmente, el porcentaje de empresas que reportaron una disminución en sus costos aumentó del 14% en 2015-II al 17% en 2016-II, con lo cual el balance de respuestas descendió de 46 a 29 durante el mismo período (situándose 7 puntos por encima del promedio histórico de 36), ver gráfico 9.

Dicha reducción en los costos de producción logró compensar la caída observada en la demanda del sector, permitiéndole al margen de ganancia (de

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



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



Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

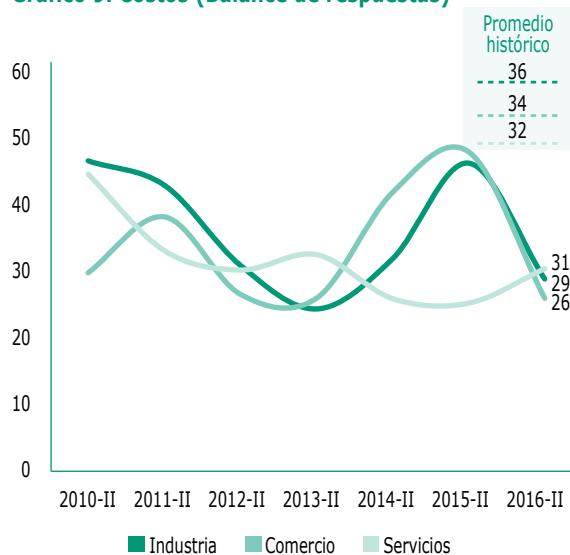
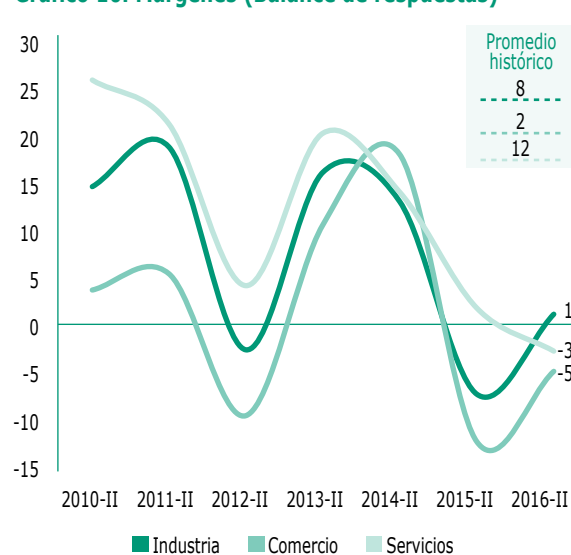


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



las Pymes industriales) regresar al plano positivo. En efecto, el porcentaje de empresas manufactureras que mencionaron observar un aumento en sus márgenes de ganancia subió con respecto al año anterior (30% en 2016-II vs. 27% en 2015-II), mientras que el porcentaje de Pymes que mencionaron ver reducciones en esta variable disminuyó en 5 puntos porcentuales frente a la cifra del año anterior (29% en 2016-II vs. 34% en 2015-II). Con ello el balance de respuestas pasó de -7 puntos en 2015-II a 1 punto en 2016-II, todavía por debajo de su promedio histórico que se ubica en 8 puntos (ver gráfico 10).

Por su parte, el empleo del sector industrial también se vio afectado por la desaceleración general del

sector. En efecto, el porcentaje de empresarios bogotanos que disminuyeron su planta de trabajo en el segundo semestre de 2016 fue superior en 6 puntos porcentuales a lo registrado el año anterior (24% en 2016-II vs. 18% en 2015-II). Adicionalmente, el porcentaje de empresarios que aumentaron su planta de trabajo cayó del 20% en 2015-II al 19% en 2016-II. Esto generó que el balance de respuestas pasara de 2 a -5 en el transcurso del año, siendo inferior en 9 puntos al promedio histórico (4), ver gráfico 11.

Para el segundo semestre de 2016 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. Allí, el 90% de los encuestados respondió de forma negativa, mientras que un 3% dijo que realizó actividades de relocalización, pero no por problemas asociados al transporte, y solo un 7% de los empresarios se trasladó con el fin de reducir los costos de transporte (ver gráfico 12).

Por último, durante el segundo semestre de 2016 el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras de Bogotá para el desarrollo de sus actividades fueron los altos impuestos, cuya participación se incrementó del 7% de las respuestas en 2015-II al 24% en 2016-II. En segundo lugar se ubicó la falta de demanda, con un 21% de los encuestados frente al 11% reportado en 2015. La rotación de la cartera ocupó el tercer puesto, aumentando su contribución del 4% en 2015-II al 16% en 2016-II. Por su parte, el costo de los insumos fue desplazado al cuarto lugar (15% en 2016-II vs. 24% en 2015-II), mientras que la tasa de cambio cayó a la quinta posición (9% en 2016-II vs. 34% en 2015-II).

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

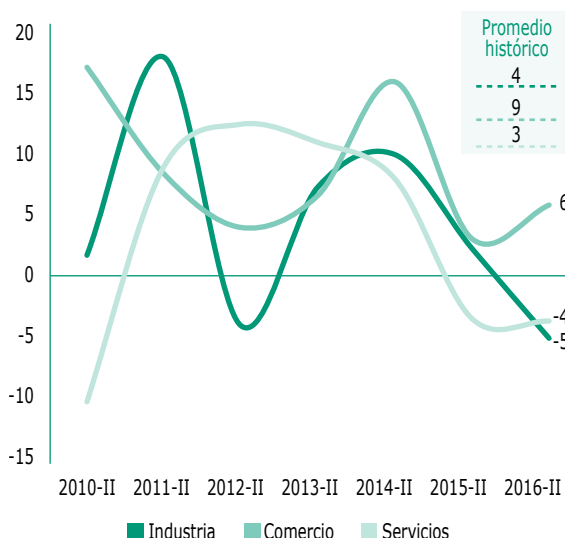


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

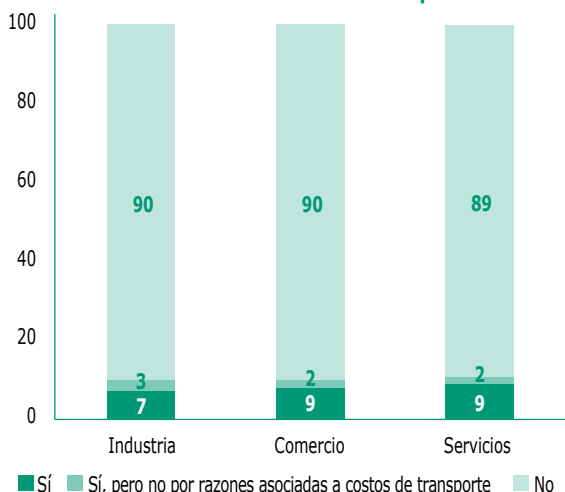
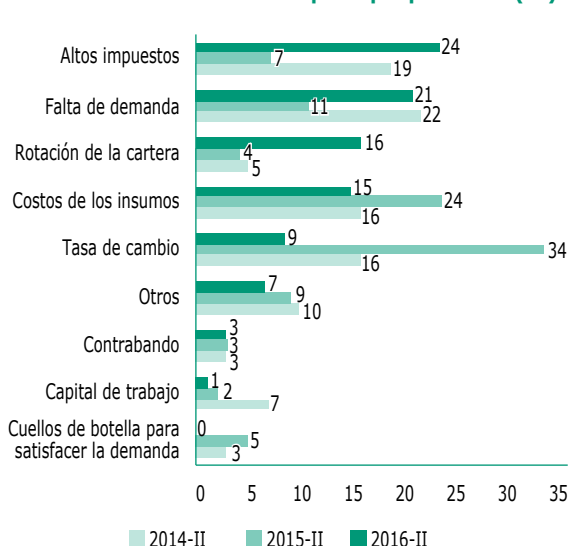


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



en 2015-II), evidenciando un menor efecto de la devaluación (del 11% en 2016) sobre la industria capitalina. Entre otros problemas con menor participación se encontraron el contrabando (3%) y el capital de trabajo insuficiente (1%), ver gráfico 13.

• Sector comercio

Durante el segundo semestre de 2016, el empresariado Pyme comercial de Bogotá registró un deterioro en la percepción respecto a su situación económica. En efecto, un 30% de los encuestados afirmó que hubo una mejoría en esta variable, 9 puntos porcentuales por debajo de la cifra reportada un año atrás. Por su parte, la proporción de empresarios que percibieron una desmejora en su situación económica se mantuvo estable en un 26%. Con ello, el balance de respuestas descendió de 13 puntos en 2015-II a 4 en 2016-II, ubicándose por debajo de su promedio histórico (17) por segundo año consecutivo (ver gráfico 1).

De forma similar, las percepciones de ventas del empresariado 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 46% de los encuestados en 2015-II al 29% de los encuestados en 2016-II. Por su parte, la proporción de empresarios que experimentaron una caída en sus ventas se incrementó del 28% al 32% en el transcurso del último año. Dado lo anterior, el balance de respuestas se desplomó de 18 puntos en 2015-II a -4 en 2016-II, ubicándose 20 puntos por debajo de su promedio histórico (16), ver gráfico 2.

En línea con el detrimento en el nivel de ventas, el nivel de pedidos del sector comercio también exhibió una desaceleración notable. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó de un 43% a un 27% entre 2015-II y 2016-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó de un 27% a un 31% en el mismo período. Con ello, el balance de respuestas cayó de 16 puntos en 2015-II a -4 puntos en 2016-II, 18 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 4).

El gráfico 3 nos muestra que (al corte del segundo semestre de 2016) el 58% de los empresarios en el sector comercio presentó un crecimiento promedio anual de ventas entre el 0% y el 10%, mientras que un 13% ubicó su crecimiento de ventas entre el 10% y el 20%, un 12% registró crecimientos de ven-

tas anuales superiores al 20%, y el restante 15% exhibió contracciones.

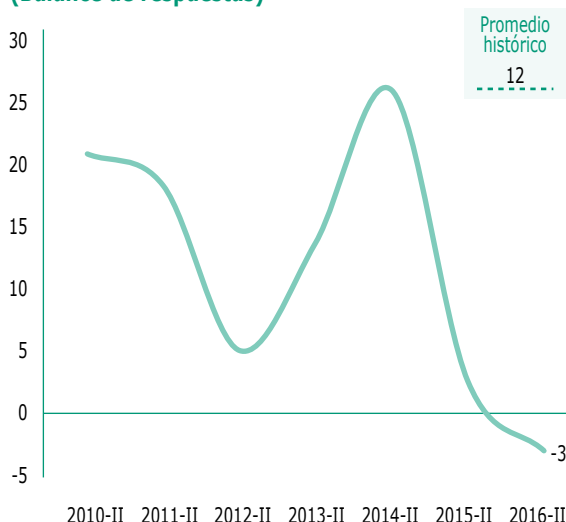
El comportamiento de la superficie de ventas también presentó una caída significativa, pues el 25% de los encuestados afirmó que esta variable aumentó (vs. 24% en 2015-II), mientras que el 28% aseveró que su superficie de ventas disminuyó en 2016-II (vs. 21%). El gráfico 14 muestra el deterioro del balance de respuestas, el cual pasó de 3 en 2015-II a -3 en 2016-II.

En cuanto al nivel de existencias, un 88% de las Pymes consideró que estas fueron adecuadas (vs. 79% en 2015-II), mientras que un 7% afirmó que estas habían sido insuficientes (vs. 12% en 2015-II) y un 5% que habían sido excesivas (vs. 8% en 2015-II), ver gráfico 5.

Los costos de las ventas reversaron la tendencia alcista que venían presentando desde 2014. La proporción de encuestados que afirmaron que sus costos aumentaron fue del 47% (en 2016-II), 14 puntos porcentuales por debajo del registro de 2015. Por su parte, aquellos que dijeron que sus costos disminuyeron representaron el 21%, un repunte frente al 13% registrado en la anterior medición. Con ello, el balance de respuestas se redujo de 48 puntos en 2015-II a 26 en 2016-II, ubicándose 8 puntos por debajo de su promedio histórico (34), como lo muestra el gráfico 9.

En línea con las reducciones observadas en los costos de venta, los márgenes de ganancia de los empresarios exhibieron una leve recuperación en el segundo semestre de 2016. No obstante, sus balances continuaron en el plano negativo, probablemente

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



afectados por el marcado deterioro de la demanda. En efecto, el 23% del empresariado capitalino afirmó que sus márgenes habían aumentado (vs. 26% en 2015-II), mientras que un 28% reportó caídas (vs. 38% en 2015-II). En consecuencia, el balance de respuestas se ubicó en -5 puntos, un menor deterioro frente al -12 de 2015, pero muy inferior al promedio histórico del sector (2), ver gráfico 10.

Como consecuencia, en parte, de los menores costos percibidos, la contratación por parte de las Pymes comerciales capitalinas presentó una leve recuperación. El 19% de las Pymes comerciales encuestadas reportó un incremento en su planta de personal (vs. 22% en 2015-II) y el 13% reportó una reducción (vs. 19% en 2015-II). Con ello, el balance de respuestas aumentó de 3 puntos en 2015-II a 6 en 2016-II, levemente inferior al promedio histórico (9), ver gráfico 11.

Similar a lo observado en el sector manufacturero, dentro de los comerciantes capitalinos, el 90% de los encuestados no ha pensado o realizado actividades de relocalización con el fin de reducir los costos de transporte, el 2% se han relocalizado, pero por razones distintas a reducir los costos de transporte, y solo el 9% de los encuestados ha 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 competencia de las grandes superficies, la cual pasó de tener una participación del 13%

en 2015-II al 20% en 2016-II. Le siguió en el *ranking* el alto nivel de impuestos, con un 20% de los encuestados (vs. 9% en 2015-II). En tercer lugar se ubicó la devaluación (17% en 2016-II vs. 40% en 2015-II), seguida por la falta de demanda (14% vs. 10%), 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 redujo del 39% en 2015-II al 30% en 2016-II, mientras que el porcentaje de empresarios que indicaron un deterioro de esta variable creció del 24% al 29% durante el mismo período. Con ello, el balance de respuestas disminuyó de 14 puntos en 2015-II a 1 punto en 2016-II, registrando el resultado más desfavorable dentro de los tres macrosectores estudiados (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. Allí, el menor porcentaje de empresas que manifestaron que su volumen de ventas creció (32% en 2016-II vs. 37% en 2015-II) logró contrarrestar la caída en el porcentaje de aquellas que reportaron lo contrario (29% vs. 31%). En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

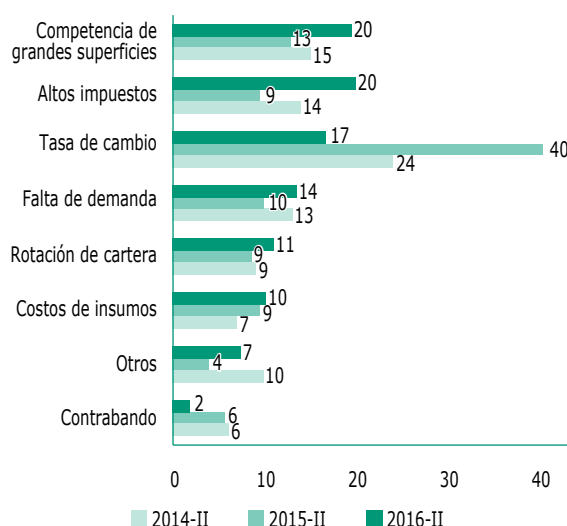
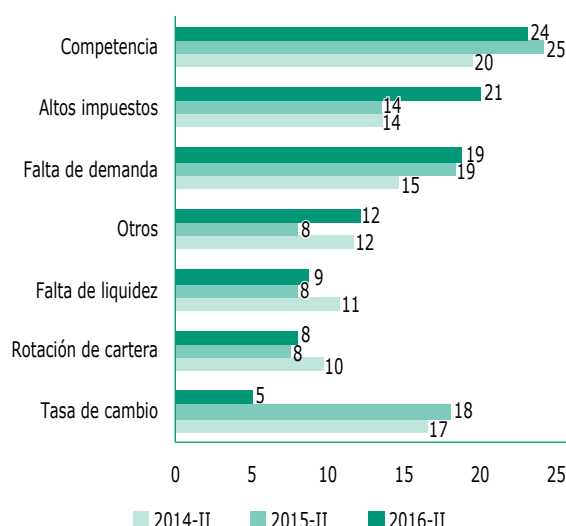


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



de 5 puntos en 2015-II a 3 puntos en 2016-II, muy por debajo del promedio histórico (16), ver gráfico 2.

De forma similar a lo observado en las empresas industriales y comerciales, la gran mayoría de las empresas de servicios bogotanas presentó crecimientos promedio en las ventas anuales inferiores al 10%. Efectivamente, el 62% de las empresas afirmó que sus ventas crecieron entre un 0%-10%, para el 12% de las empresas crecieron entre el 10%-20% y solo el 9% de las empresas aumentó el promedio anual de ventas en más de un 20% (ver gráfico 3). Por su parte, el restante 16% de las empresas registró contracciones en sus ventas.

Al igual que para el volumen de ventas, las órdenes de servicio recibidas mostraron un continuo deterioro. El 27% de las Pymes de servicios en Bogotá reportó un incremento en esta variable en 2016-II, una reducción de 7 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Entre tanto, un 29% reportó un descenso en el nivel de pedidos, tan solo 2 puntos porcentuales menos que lo registrado en la medición previa. En consecuencia, el balance de respuestas se ubicó en -2 puntos, inferior al 3 de un año atrás y al 16 del promedio histórico (ver gráfico 4).

Los costos de operación del sector, a diferencia de los de los sectores industrial y comercial, reversaron levemente su tendencia a la baja. El 46% de las Pymes reportó haber sufrido un encarecimiento en sus costos de operación en el segundo semestre de 2016 (vs. 44% en 2015-II) y un 15% indicó que estos disminuyeron (vs. 18% en 2015-II), registrándose un balance de respuestas de 31, cifra superior en 6 puntos a la del año anterior (ver gráfico 9).

En línea con los mayores costos de operación y la desaceleración de la demanda (ventas y órdenes

de servicio), los márgenes del sector servicios registraron un marcado deterioro en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 10). El porcentaje de Pymes que aumentaron sus márgenes disminuyó del 33% al 28% entre 2015 y 2016, mientras que la proporción de aquellas para las cuales esta variable se redujo pasó del 31% al 30% en el mismo período. Con ello, el balance de respuestas se ubicó en -3 puntos (vs. 2 puntos en 2015-II), muy inferior a los 12 puntos del promedio histórico.

Los resultados en materia de empleo se mantuvieron en el plano desfavorable, probablemente afectados por los marcados deterioros de los costos y la demanda del sector (ya comentados). Así, un 16% de los empresarios del sector servicios aumentó su planta de personal (vs. 18% en 2015-II), mientras que un 19% la redujo (vs. 21% en 2015-II). Con ello, el balance de respuestas se mantuvo en -4 puntos, ubicándose 7 puntos por debajo de su promedio histórico (3), ver gráfico 11.

En lo referente a realizar una relocalización geográfica de sus empresas con el fin de reducir sus costos de transporte, el 9% de los encuestados respondió de forma positiva, un 2% realizó actividades de relocalización, pero no por problemas asociados al transporte, y el 89% de los empresarios reportó 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 (24% de los encuestados) en el segundo semestre de 2016. El alto nivel de impuestos ocupó el segundo lugar, con el 21% de los encuestados; mientras que en tercer lugar se ubicó la falta de demanda, con un 19% de las respuestas (ver gráfico 16).

Perspectivas Primer semestre de 2017

• Sector industria

El desempeño económico de las Pymes durante el segundo semestre de 2016 incidió de forma notoria sobre las perspectivas de desempeño general para el primer semestre de 2017. Un 40% de los empresarios Pyme de industria encuestados consideraba que

el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017 (vs. 42% un año atrás), mientras que un 32% afirmó que se mantendría igual (vs. 24% un año atrás) y un 14% consideró que empeoraría (vs. 11% un año atrás). Con

ello, el balance de respuestas se redujo de 31 puntos en 2016-I a 26 en 2017-I, ubicándose 7 puntos por debajo del promedio histórico (ver gráfico 17).

Sin embargo, a pesar de mermar las expectativas de desempeño general, los empresarios Pyme industriales bogotanos mostraron un mayor optimismo respecto a las perspectivas de producción. En efecto, el 60% de los empresarios encuestados esperaba aumentar su producción industrial en 2017-I (vs. 53% de 2016-I), mientras que un 13% proyectaba una disminución en dicha variable (vs. 16% en 2016-I). Con ello, el balance de respuestas ascendió de 37 puntos

en 2016-I a 50 en 2017-I, ubicándose 17 puntos por encima del promedio histórico (ver gráfico 18).

En materia de pedidos, las Pymes manufactureras exhibieron un optimismo similar. El 61% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en 2017-I, lo que representa un ascenso de 10 puntos porcentuales con respecto al dato observado en la lectura de 2016-I, y el 12% opinó lo contrario (vs. 15% en 2016-I). Con ello, el balance de respuestas ascendió a 48 puntos en 2017-I, muy superior a los 36 puntos de 2016-I y los 32 puntos del promedio histórico (ver gráfico 19).

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)

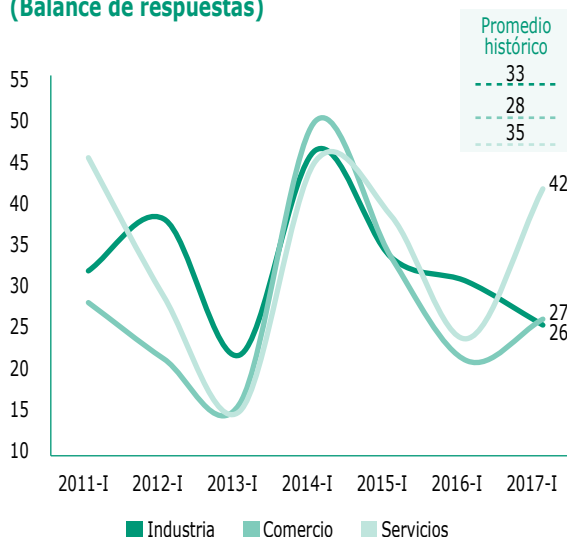


Gráfico 18. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)

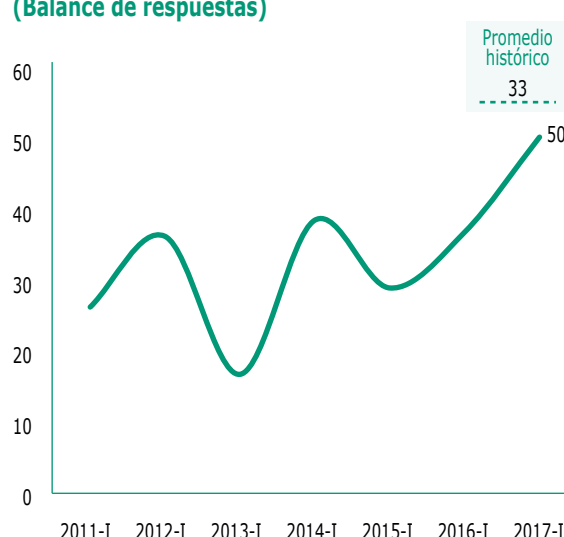


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

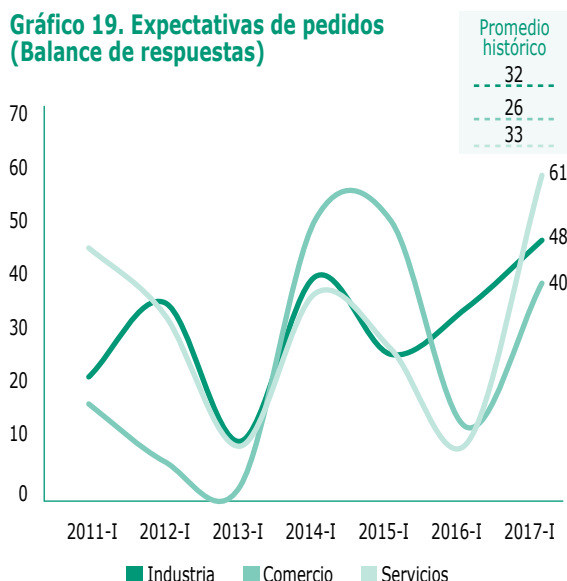
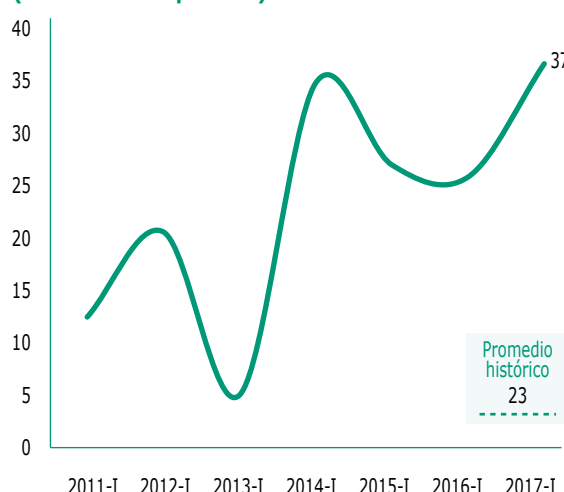


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



En línea con lo anterior, las expectativas con respecto al nivel de ventas para 2017-I se mostraban optimistas. En efecto, el porcentaje de empresarios que esperaban un aumento en ventas subió del 53% en 2016-I al 63% en 2017-I, mientras que la proporción de industriales que pronosticaban lo contrario cayó del 16% al 13% durante el mismo período. Así, el balance de respuestas pasó de 37 puntos en 2016-I a 50 puntos en 2017-I, ubicándose 20 puntos por encima del promedio histórico (ver gráfico 21).

Todo lo anterior influyó de manera favorable en las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, las cuales registraron un balance de respuestas de 37 puntos en 2017-I (vs. 26 en 2016-I). Allí el mayor porcentaje de empresarios que esperaban aumentar su inversión en activos fijos (47% en 2017-I vs. 35% en 2016-I) logró compensar la proporción de industriales que pronosticaban lo contrario (11% vs. 9%), ver gráfico 20.

• Sector comercio

El segmento Pyme comercial capitalino se mostró más optimista al esbozar un repunte en la proporción de empresarios que esperaban que el desempeño general de sus empresas fuera favorable para el primer semestre de 2017 (41% en 2017-I vs. 34% en 2016-I), logrando compensar el mayor porcentaje de encuestados que afirmaron que el desempeño general de sus empresas sería desfavorable (15% vs. 12%). Así, el balance de respuestas se elevó de 21 puntos

en 2016-I a 27 en 2017-I, ubicándose 1 punto por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 17). Cabe resaltar que la proporción de encuestados que percibían como incierto el desempeño de sus empresas se redujo en 2017-I, cayendo a cifras del 14% frente al 27% de 2016-I.

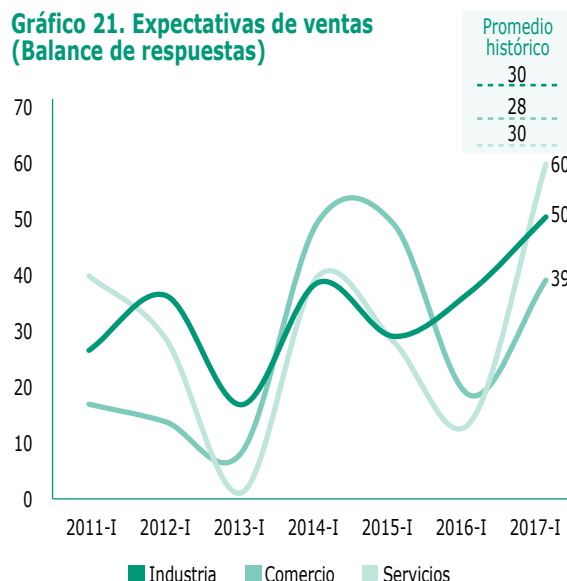
A nivel de demanda, las expectativas de las Pymes comerciales bogotanas estuvieron acordes con el desempeño general esperado para 2017-I. En cuanto a los pedidos, el 57% de los encuestados esperaba que estos aumentaran en 2017-I (vs. 36% en 2016-I), mientras que el 16% esperaba que estos disminuyeran (vs. 22%), marcando un balance de respuestas de 40 puntos (vs. 13 puntos), ver gráfico 19. De forma similar, el 56% de las Pymes comerciales esperaba que las ventas en el primer semestre de 2017 se incrementaran (vs. 41% en 2016-I), mientras que un 17% anticipaba un descenso (vs. 22%), generando un balance favorable de 39 puntos (vs. 18 puntos en 2016-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

En línea con los resultados observados en el comercio, las expectativas de los empresarios Pyme bogotanos del sector servicios se recuperaron para el primer semestre de 2017. En efecto, el 50% de los encuestados esperaba que el desempeño de sus empresas fuera favorable para 2017-I, dato superior en 13 puntos porcentuales a lo observado en 2016-I. De forma similar, el 8% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra que a su vez es 5 puntos porcentuales inferior a la reportada en 2016-I. Con ello, el balance de respuestas subió de 24 puntos en 2016-I a 42 puntos en 2017-I, ubicándose 7 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 17).

De forma similar, las perspectivas de demanda del sector servicios también registraron un repunte importante para el primer semestre de 2017. A nivel de pedidos, un 72% opinó que estos se incrementarían en 2017-I (vs. 32% en 2016-I), mientras que un 11% pronosticó lo contrario (vs. 22%), alcanzando un balance de respuestas de 61 puntos (vs. 10 puntos en 2016-I), ver gráfico 19. En cuanto al nivel de ventas, el 71% de los empresarios opinó que sus ventas se incrementarían en 2017-I (vs. 35% en 2016-I), mientras que el 11% respondió lo contrario (vs. 21%). Así, el balance de respuestas se elevó de 14 puntos en 2016-I a 60 puntos en 2017-I, ubicándose 30 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 21).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



Financiamiento

El porcentaje de empresarios Pyme industriales de Bogotá que solicitaron crédito disminuyó durante el segundo semestre de 2016 frente a lo observado un año atrás, al ubicarse en un 45% (8 puntos porcentuales por debajo del año anterior). Esta tendencia también se observó en el sector de comercio, donde las solicitudes pasaron del 61% al 41% entre 2015-II y 2016-II, y en el sector de servicios, donde descendieron del 37% al 26% durante el mismo período (ver gráfico 22). Las tasas de aprobación de los créditos se mantuvieron altas en los tres macrosectores, con un

94% en industria, un 98% en comercio y un 90% en el sector servicios (ver gráfico 23).

Con respecto a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, la satisfacción que expresaron 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 56% de los créditos solicitados y un 55% de las aprobaciones. Al igual que en industria, en comercio la modalidad más solicitada por las Pymes fue el me-

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

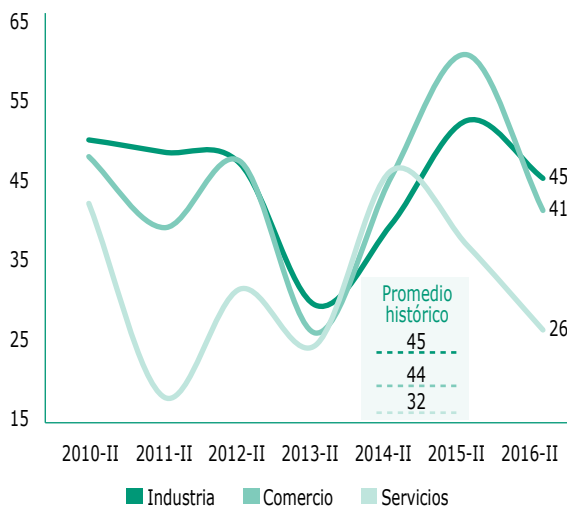


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

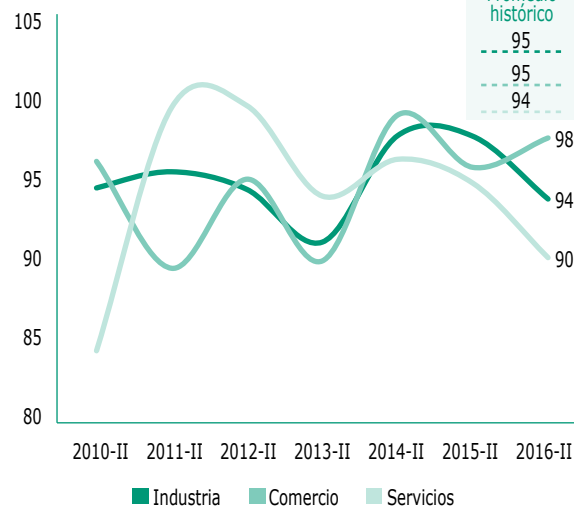


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

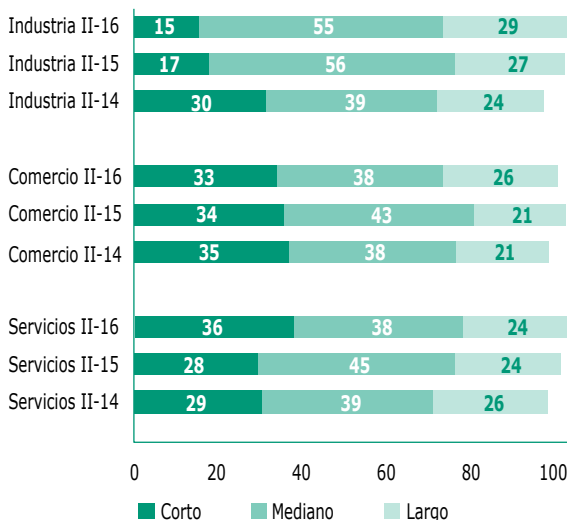
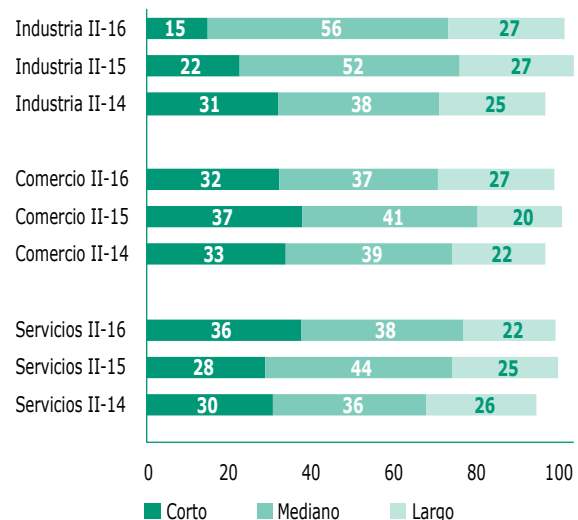


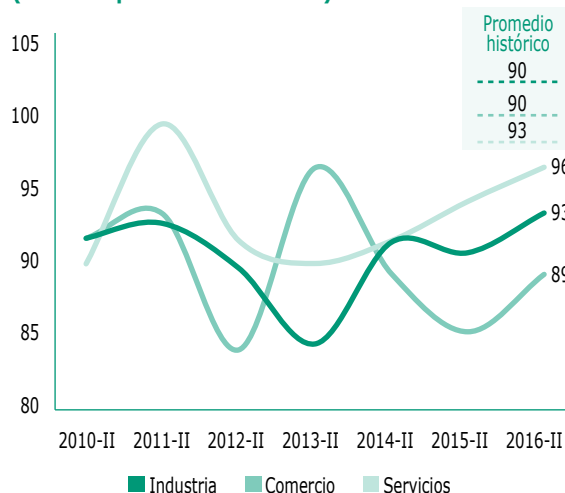
Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



diano plazo (37%), con un 38% de los créditos aprobados. De forma similar, en servicios un 38% de los créditos solicitados y un 38% de los aprobados fueron de mediano plazo (ver gráficos 24 y 25).

Por su parte, los niveles de satisfacción sobre los montos aprobados aumentaron en los tres sectores estudiados. En la industria dicha cifra subió del 90% en 2015-II al 93% en 2016-II, mientras que en el comercio lo hizo del 85% al 89% durante el mismo período. Entre tanto, el sector servicios registró el mayor nivel de satisfacción entre los tres macrosectores, alcanzando cifras del 96% en 2016-II frente al 94% de 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 sectores alcanzaron en su mayoría un valor de hasta DTF+4, como lo muestran los gráficos 27, 28 y 29. En efecto, el 56% de los empresarios industriales (vs. 35% en 2015-II), el 63% de los comerciales (vs. 40%) y el 58% de los empresarios de servicios (vs. 57%) recibieron tasas de hasta DTF+4 durante el segundo semestre de 2016. Por su parte, el 25% de las empresas industriales, el 26% en comercio y el 33% en servicios obtuvieron tasas entre DTF +4 y +8.

Adicional a esto, en los tres macrosectores se pudieron observar aumentos en los porcentajes de Pymes a las cuales se les aprobaron créditos a tasas mayores a

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

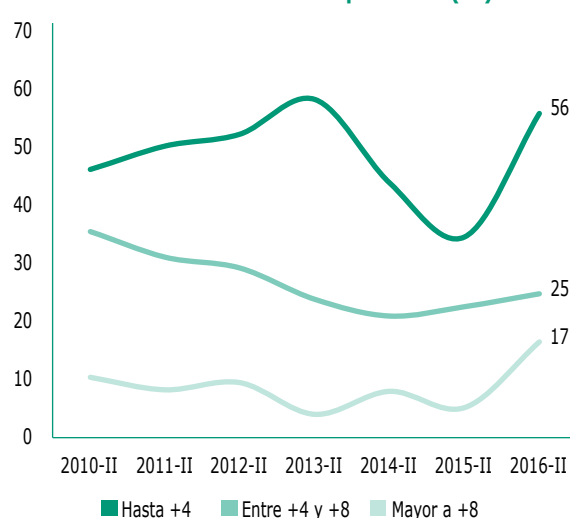


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

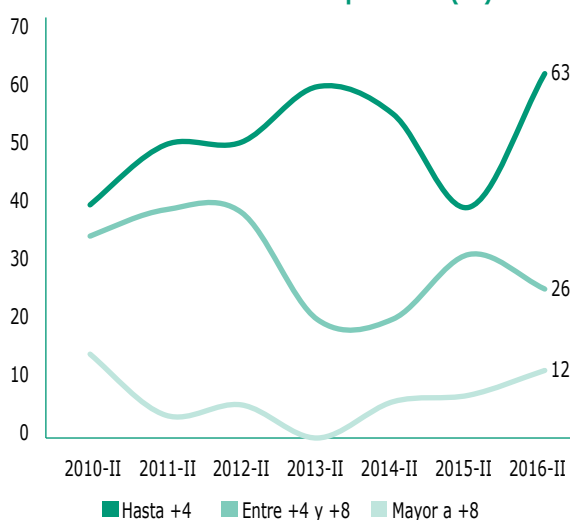
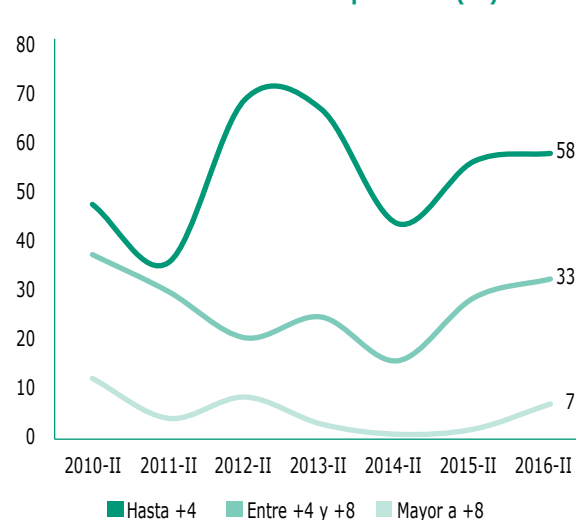


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



DTF+8. En el caso del empresariado Pyme industrial, la proporción de encuestados que recibieron tasas mayores a DTF+8 pasó del 5% en 2015-II al 17% en 2016-II, mientras que en el comercio subió del 7% al 12% durante el mismo período. En el caso del sector servicios, esta proporción aumentó del 2% en 2015-II al 7% en 2016-II.

A pesar del comportamiento de las tasas aprobadas, el nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés del sector industrial se mantuvo estable respecto a lo observado hace un año (69%). Por su parte, el encarecimiento del crédito para el sector servicios sí se vio reflejado en la satisfacción respecto a las tasas aprobadas, cayendo 4 puntos porcentuales en el transcurso del año (66 en 2016-II vs. 70 en 2015-II). De forma

contraria, al acceder a tasas de interés más bajas, el sector Pyme de comercio mostró mayor satisfacción respecto a las mismas, pasando del 52% en 2015-II al 64% en 2016-II (ver gráfico 30).

Los recursos solicitados por las Pymes bogotanas al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo, con un 57% de las respuestas en industria, un 61% en comercio y un 51% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo, con un 30% para las firmas industriales, un 22% en las comerciales y un 20% en las de servicios. Mientras que el tercer lugar fue ocupado por las remodelaciones o adecuaciones, registrando un 15% en la industria, un 13% en el comercio y un 16% en el sector servicios (ver gráfico 31).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, se encontró que el 47% de las Pymes industriales bogotanas no accedió a estas, mientras que esta proporción fue del 43% para las empresas de comercio y del 45% 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 (22% y 24% respectivamente) y los recursos propios para las Pymes de servicios (31%). Mientras que la segunda fuente fueron los recursos propios para industria y comercio (16% y 22% respectivamente) y los proveedores para las empresas de servicios (15%). Cabe resaltar que las demás fuentes de recursos (entre ellos el *leasing* y el *factoring*) no alcanzaron participaciones superiores al 7%.

Adicionalmente, esta edición de la Encuesta preguntó a los empresarios bogotanos sobre el acceso a re-

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

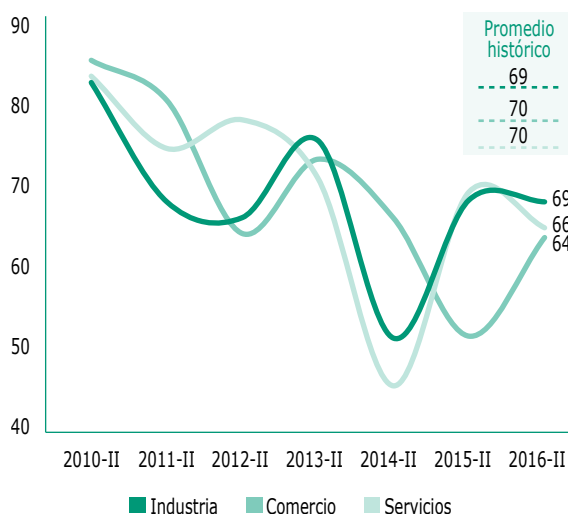


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

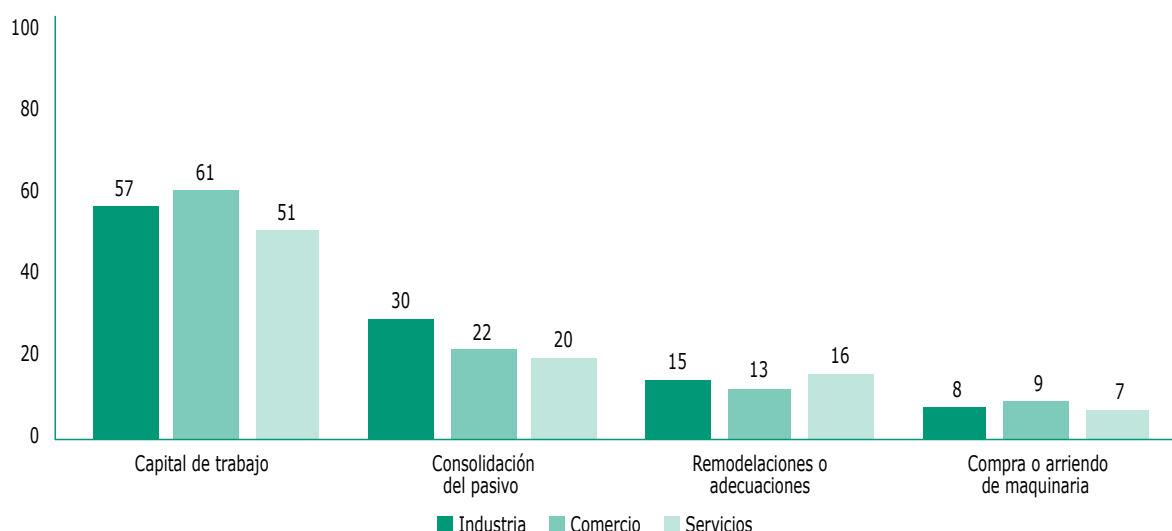
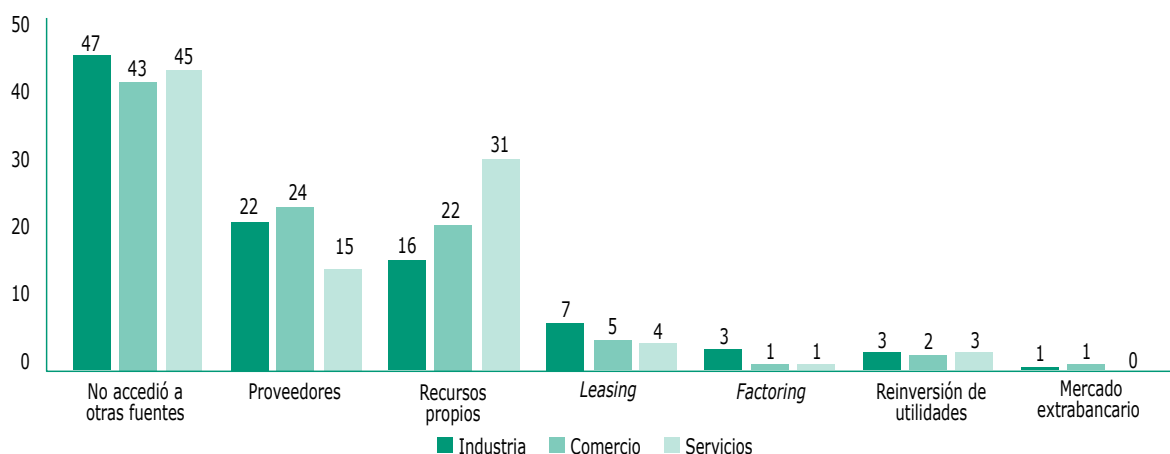


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



curso de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año. El 98% de los industriales, el 89% de comercio y el 96% 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 porque no lo necesitan (un 78% en industria, un 70% en comercio y un 77% en servicios). La segunda razón por la cual no acceden al sistema financiero (en todos los sectores) son los elevados costos financieros (9% en industria, 13% en comercio y 14% en servicios). Mientras que la tercera razón por la cual los empresarios Pyme capitalinos dijeron no acceder al sistema financiero fue por exceso de trámites (9% en industria, 5% en comercio y 11% 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?

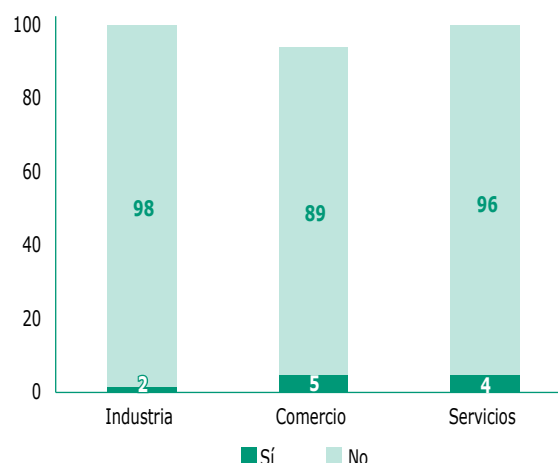
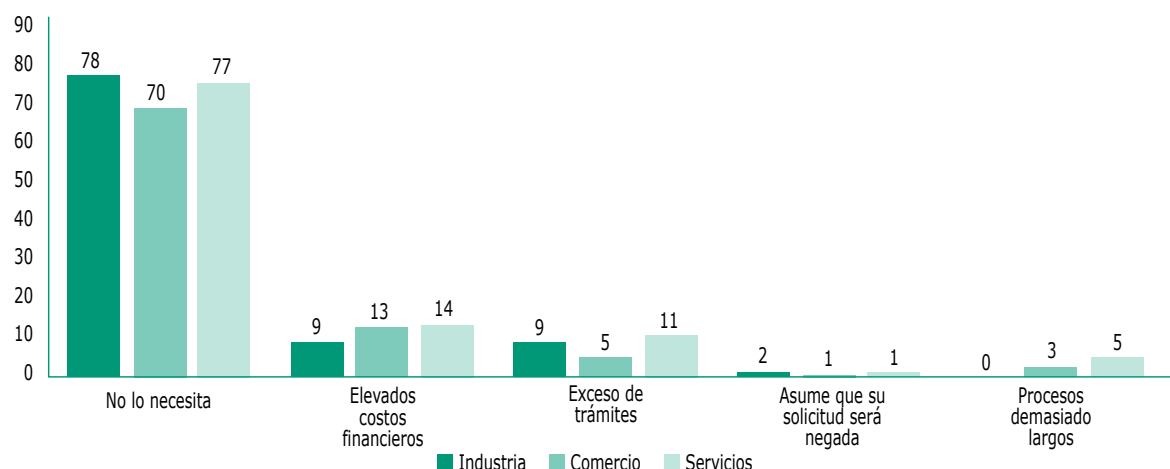


Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



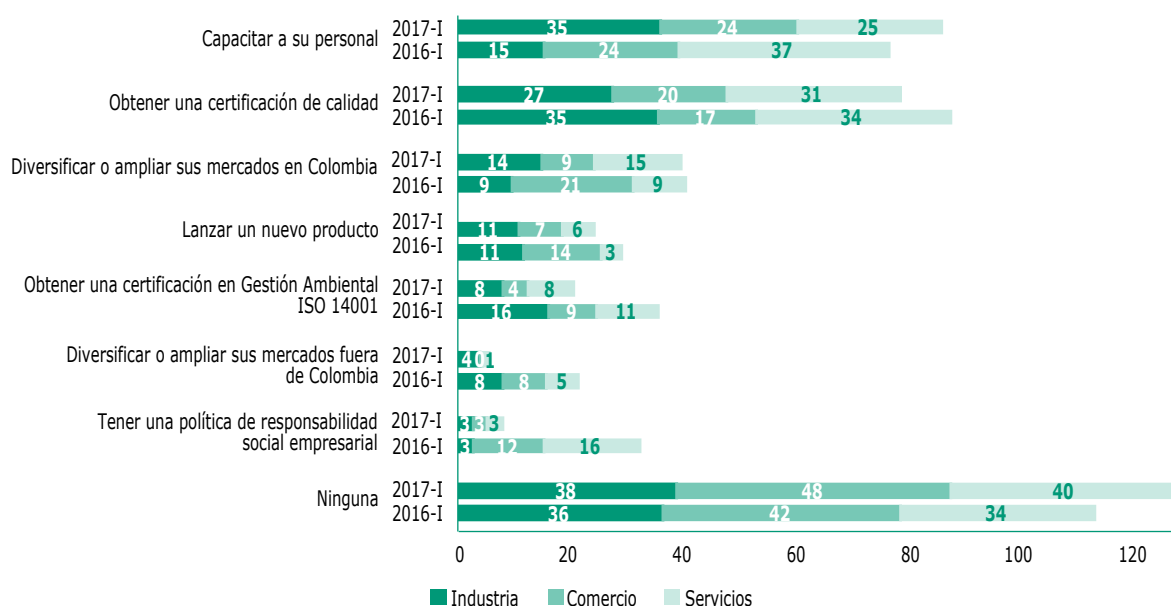
Acciones de mejoramiento

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 que no tomaron acciones para incrementar su competitividad aumentó en 2017-I respecto a lo observado en el primer semestre de 2016 (en todos los sectores estudiados). En efecto, en el sector industrial, el porcentaje de Pymes que no realizaron ningún tipo de acción de mejoramiento pasó de un 36% en 2016-I a un 38% en 2017-I, mientras que en el sector comercio subió del 42% al 48% y

en el sector de servicios lo hizo del 34% al 40% durante el mismo período.

Las Pymes bogotanas que sí implementaron acciones de mejoramiento se concentraron en capacitar a su personal (35% en industria, 24% en comercio y 25% en servicios); obtener una certificación de calidad (27% en industria, 20% en comercio y 31% en servicios); diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (14% en industria, 9% en comercio y 15% en servicios); lanzar un nuevo producto (11% en industria, 7% en comercio y 6% en servicios); y obtener una certificación ambiental (8% en industria, 4% en comercio y 8% en servicios).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

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

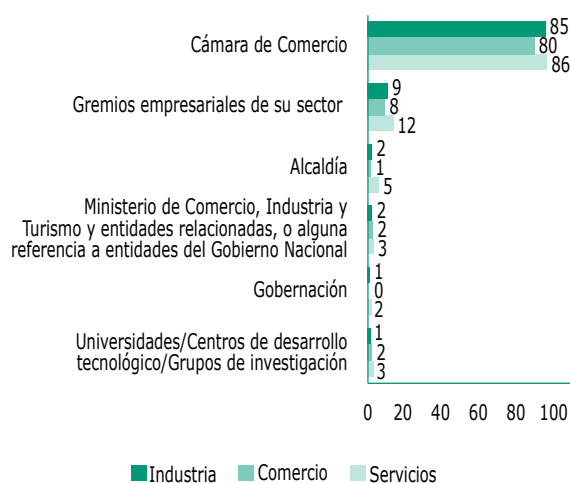
En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital del país si la em-

presa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (85% en industria, 80% en comercio y 86% en servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios bogotanos con: i) los gremios empresariales de su sector (9% en industria, 8% en comercio y 12% en servicios); ii) la Alcaldía (2% en industria, 1% en comercio

y 5% en servicios); iii) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas, o alguna referencia a entidades del gobierno (2% en industria, 2% en comercio y 3% en servicios); iv) la Gobernación (1% en industria y 2% en servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (1% en industria, 2% en comercio y 3% en servicios), ver gráfico 36.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de la ciudad de Bogotá cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las ca-

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



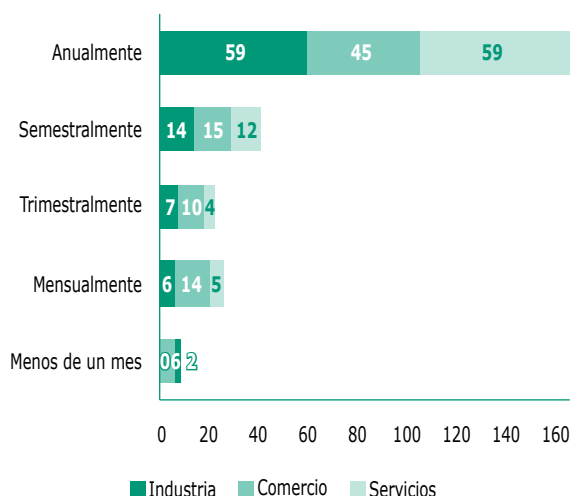
pacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (42% en industria, 46% en comercio y 41% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (24% en industria, 25% en comercio y 28% en servicios); ii) incrementar el nivel de ventas (13% en industria, 11% en comercio y 10% en servicios); iii) representar sus intereses ante el Gobierno Nacional (8% en industria, 15% en comercio y 8% en servicios); iv) conocer nuevos proyectos y/o mercados (3% en industria, 4% en comercio y 3% en servicios); v) incursionar en nuevos mercados (3% en industria, 3% en comercio y 5% en servicios); vi) desarrollar nuevos productos o servicios (2% en industria, 3% en comercio y 4% en servicios); y vii) acceder a programas de financiamiento o cofinanciación (2% en industria y 1% en servicios), ver gráfico 37.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes bogotanas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (59% en industria, 45% en comercio y 59% en servicios). Asimismo, se observó que el 14% de los empresarios industriales, el 15% de los comerciales y el 12% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Entre tanto, menos del 14% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (7% en industria, 10% en comercio y 4% en servicios) y mensualmente (6% en industria, 14% en comercio y 5% en servicios). Por último, ninguno de los encuestados industriales y menos

Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?



del 6% de los comerciales y el 2% de los de servicios dijeron haber actualizado sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Finalmente, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. Los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos laborales, la demanda y la reducción de márgenes fueron catalogados como particularmente importantes para el sector industrial y

comercial. Igualmente, lo fueron para el sector de servicios, además de los costos financieros y los competidores. Por su parte, los costos de servicios públicos y combustibles fueron catalogados como moderadamente importantes en los tres macrosectores (ver gráficos 39, 40 y 41). Más específicamente, el costo de las materias primas fue el factor más importante para la formación de precios de los empresarios Pyme de industria y comercio; mientras que en el caso de los empresarios de servicios, el principal factor fueron los impuestos.

Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

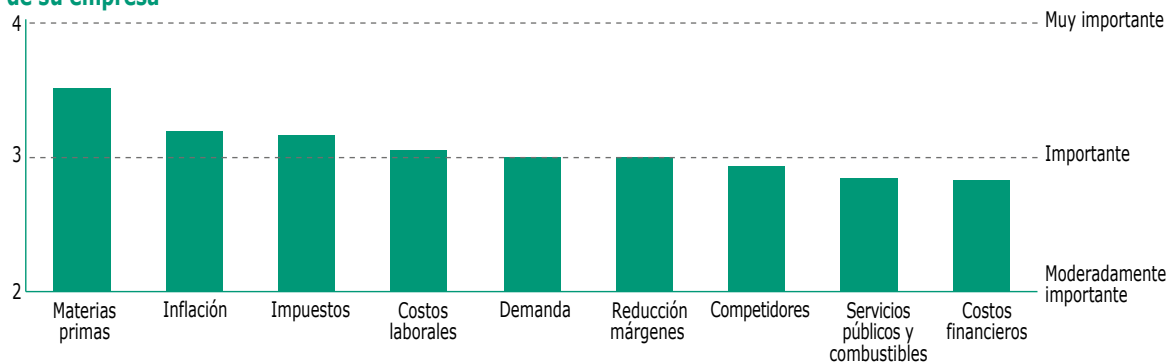


Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

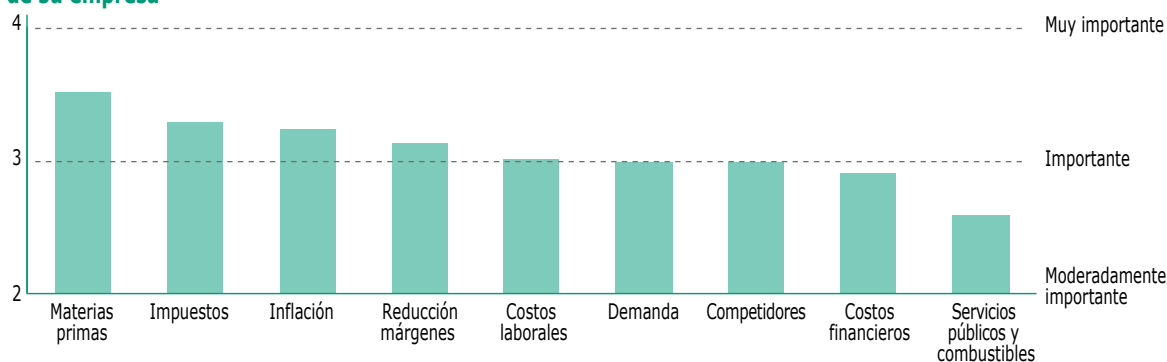
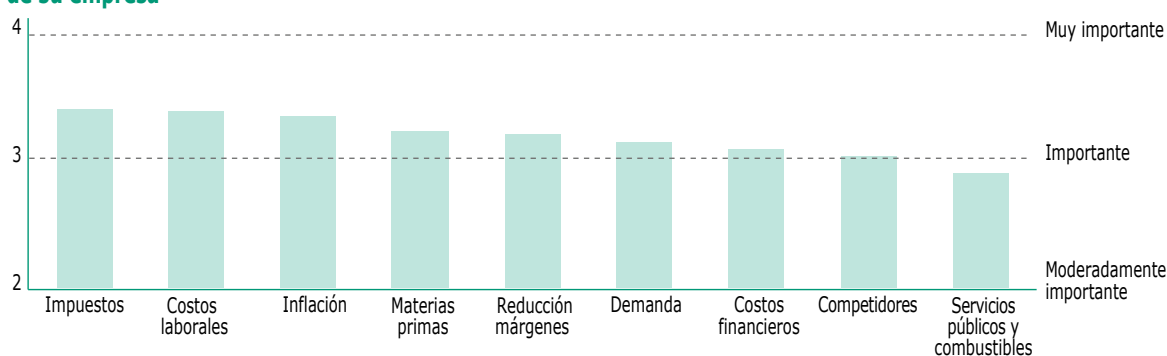


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

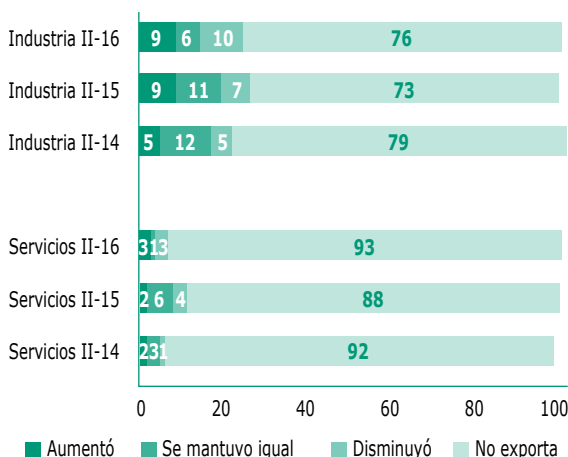


Comercio exterior

En el ámbito del comercio exterior, las Pymes 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 aumentó. Así, se sigue encontrando que la mayoría de las empresas no son exportadoras. En particular, para el sector industrial se vio que las empresas no exportadoras pasaron del 73% en 2015-II al 76% en 2016-II, ver gráfico 42. Ade-

más, el 9% aumentó sus exportaciones, manteniéndose estable frente a la medición anterior. En cuanto a la proporción de Pymes de servicios que exportan, esta pasó del 12% en 2015-II al 7% en 2016-II. Por su parte, el porcentaje de empresas de servicios que afirmaron experimentar un aumento en sus exportaciones subió del 2% en 2015-II al 3% en 2016-II.

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

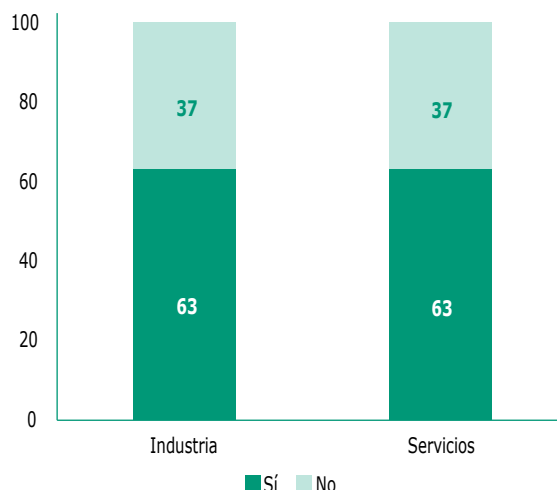


Para complementar lo anterior, se preguntó sobre las razones por las cuales las empresas no exportan. Para el caso de las Pymes industriales, el 34% dijo no estar interesado, y la segunda razón para no exportar es que no cuentan con productos que sean exportables (33%), mientras que quienes no cuentan con información de los mercados potenciales representaron un 20%. 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 (68%), y la segunda razón más común por la que no exportan es porque no están interesados en hacerlo (18%), ver gráfico 43. Adicionalmente, se preguntó si los empresarios Pyme tenían algún plan de internacionalización para sus negocios. En ambos casos, el 63% de los empresarios encuestados respondió afirmativamente (ver gráfico 44).

Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



cios de la capital del país. Como lo muestra el gráfico 45, las Pymes que esperan aumentos en sus volúmenes de exportación pasaron del 12% en 2016-I al 19% en 2017-I en el caso industrial, y del 2% en 2016-I al 5% en 2017-I en el caso de las Pymes de servicios.

Finalmente, por tercera 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 2016. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 43% y el 57% de las ventas está definido para el mercado local, entre el 39% y el 51% se destina al resto del mercado colombiano, y entre el 4% y el 6% se destina al mercado internacional (ver gráfico 46).

Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

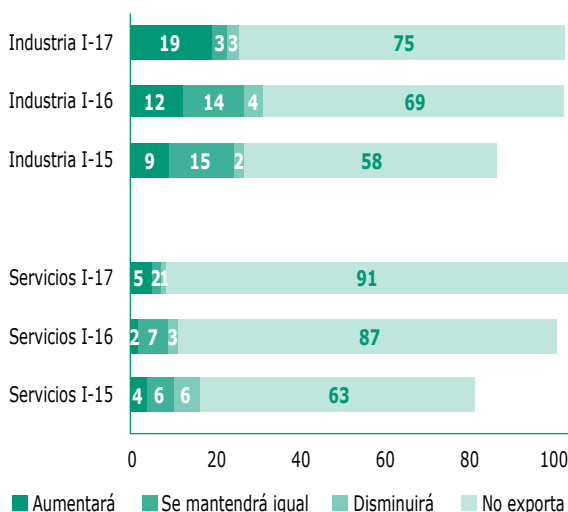
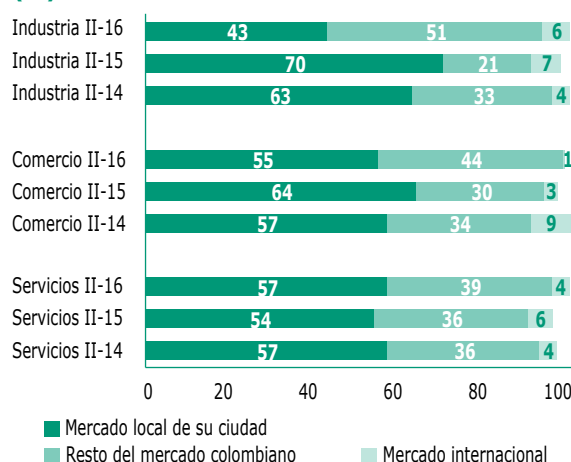


Gráfico 46. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



Contratación de personal

Para la ciudad de Bogotá se incluyeron cuatro preguntas adicionales en la presente medición respecto a la contratación de personal. La primera de estas preguntas indaga sobre los principales medios que utilizan las empresas para conseguir el personal que necesitan. Como lo muestra el gráfico 47, en los tres sectores encuestados el principal método usado por las Pymes capitalinas es por recomendación (60% en industria, 54% en comercio y 58% en servicios). Posteriormente, los encuestados del sector industria y servicios resaltaron las convocatorias realizadas por la empresa (27% en industria y 28% en servicios), mientras que las firmas comerciales le dieron una mayor importancia a la bolsa de empleo (24%).

La segunda pregunta se enfocó en identificar la importancia de ciertas capacidades-habilidades en el personal de la empresa, a saber: i) trabajo en equipo;

Gráfico 47. Indique cuáles son los principales medios que utiliza su empresa para conseguir el personal que necesita (%)

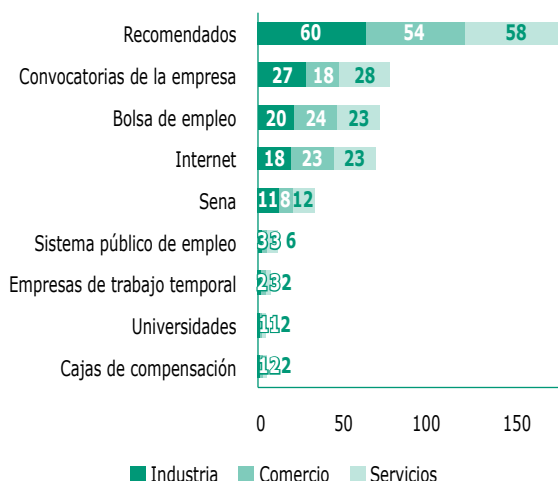


Gráfico 48. Sector industria: del 1 al 6 (siendo 1 nada importante y 6 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:

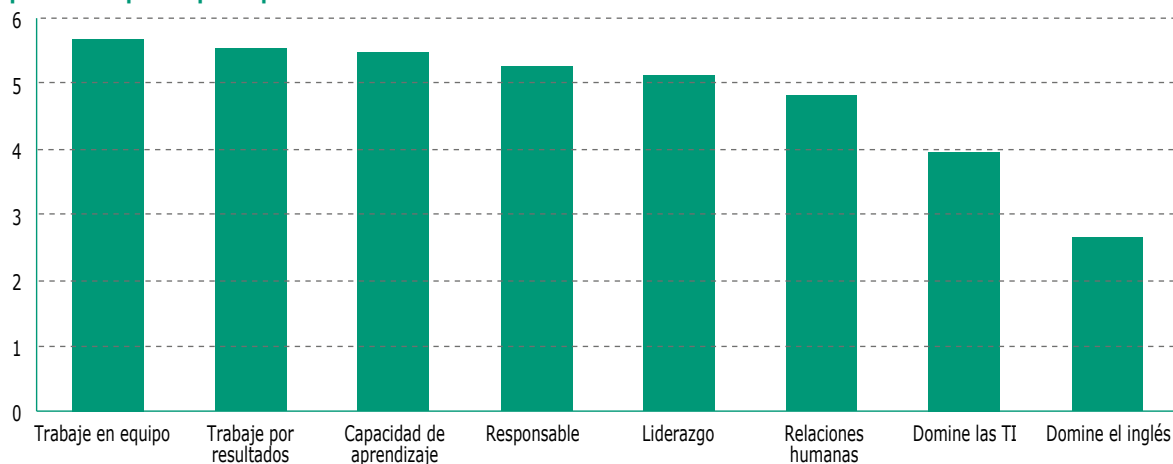


Gráfico 49. Sector comercio: del 1 al 6 (siendo 1 nada importante y 6 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:

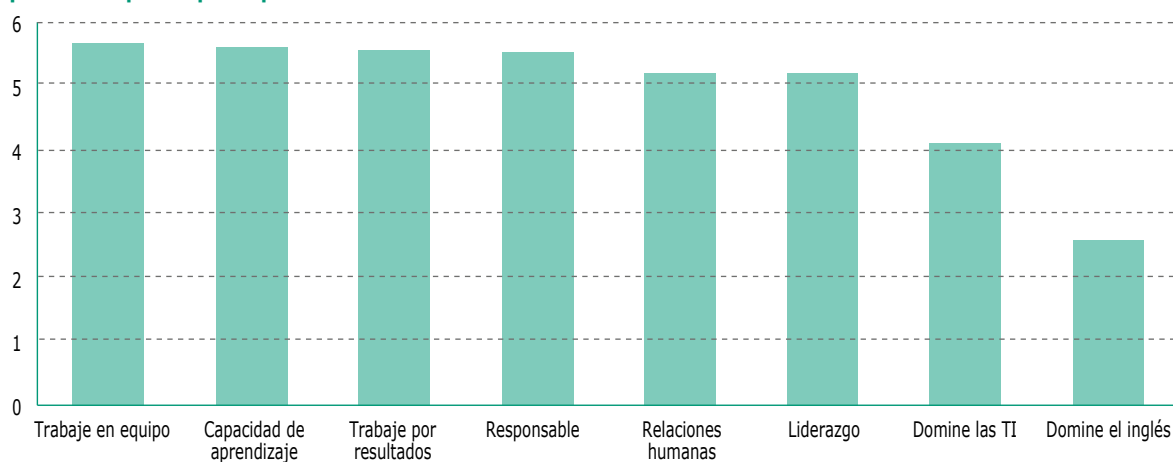
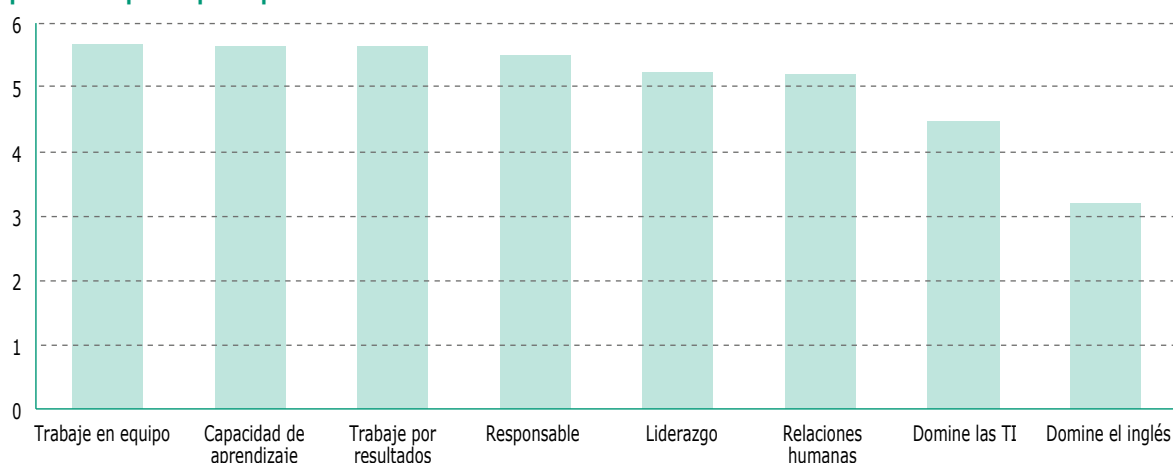


Gráfico 50. Sector servicios: del 1 al 6 (siendo 1 nada importante y 6 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:



ii) capacidad de aprendizaje; iii) trabajo por resultados; iv) responsabilidad; v) liderazgo; vi) relaciones humanas; vii) dominio de las Tecnologías de la Información (TI); y viii) dominio del inglés. Los resultados encontrados para los tres sectores nos muestran que la habilidad más importante es el trabajo en equipo, seguido del trabajo por resultados (en el caso de la industria) y la capacidad de aprendizaje (en el sector comercio y de servicios). Otras capacidades consideradas como importantes por parte de las Pymes capitalinas fueron la responsabilidad, el liderazgo y las relaciones humanas (ver gráficos 48, 49 y 50).

Al indagar por los principales enfoques-elementos en los que las empresas capacitan al personal, las Pymes industriales y de servicios mencionaron la formación de herramientas específicas del cargo (34% en industria y 41% en servicios), mientras que el sector comercial le dio una mayor participación al fortalecimiento del trabajo en equipo (33%). Otras capacitaciones importantes fueron: i) la optimización del

tiempo (26% en industria, 21% en comercio y 17% en servicios); ii) el compromiso y la eficiencia (26% en industria, 25% en comercio y 22% en servicios); iii) las relaciones interpersonales (24% en industria, 15% en comercio y 16% en servicios); iv) la táctica empresarial (16% en industria, 14% en comercio y 17% en servicios); y v) el manejo de TI (particularmente en los servicios, 17%), ver gráfico 51.

Finalmente, se preguntó sobre la entidad encargada de capacitar al personal. El 69% de las Pymes industriales y comerciales, y el 67% de las del sector servicios respondieron que las capacitaciones las realiza la misma empresa. En el caso del sector industria y servicios, la segunda “entidad de capacitación” fueron las empresas del sector (28% y 24% respectivamente), mientras que para las firmas comerciales dicha posición fue ocupada por los proveedores (21%). Cabe resaltar que menos del 13% de los encuestados mencionó a la Cámara de Comercio y al Sena como los encargados de capacitar su personal (ver gráfico 52).

Gráfico 51. Indique en cuáles sectores requiere capacitar o formar personal (%)

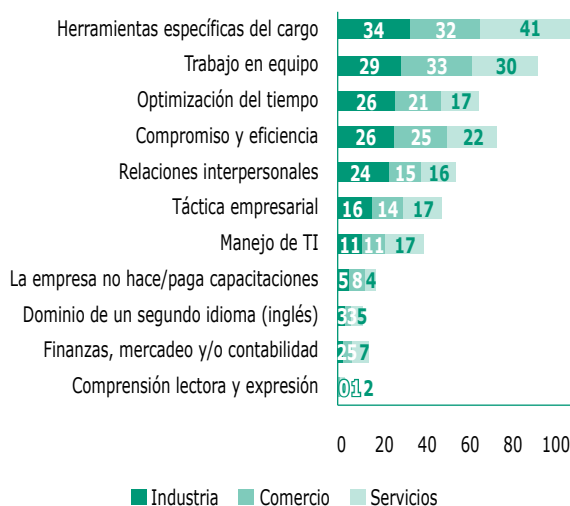
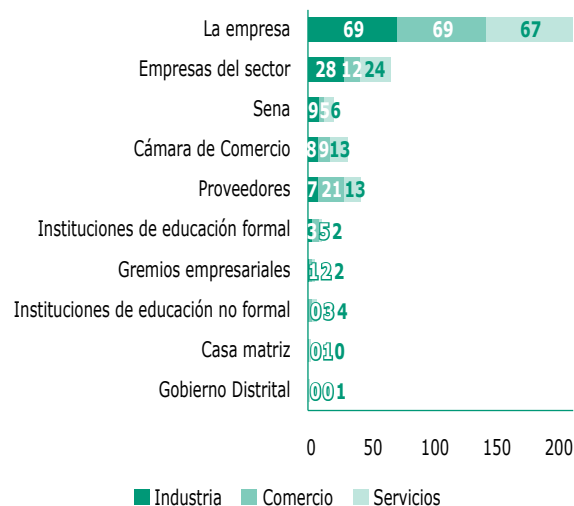


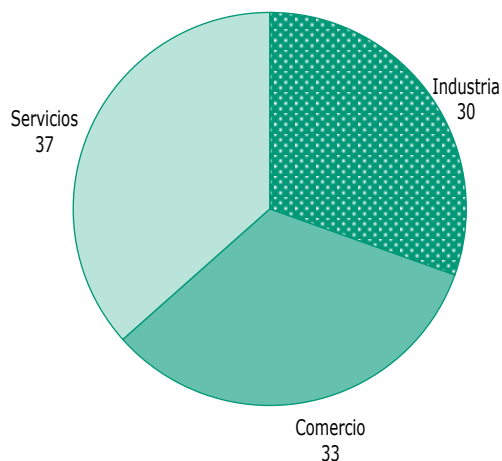
Gráfico 52. Entidad encargada de capacitar el personal de su empresa (%)



La Gran Encuesta Pyme

Bucaramanga

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

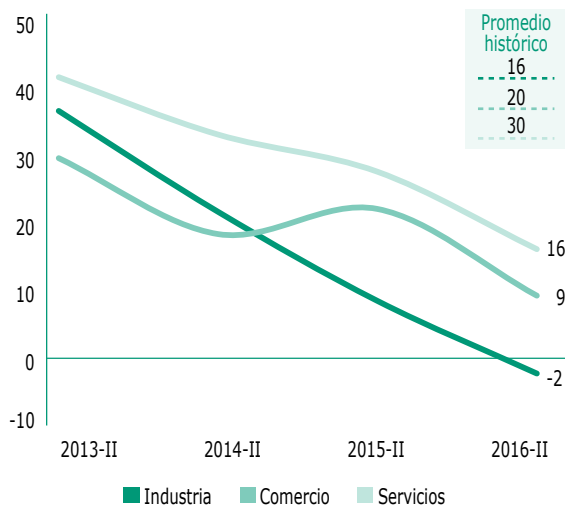
Segundo semestre de 2016

• Sector industria

En la ciudad de Bucaramanga, un 27% de la Pymes industriales afirmó que su situación económica general en el segundo semestre de 2016 fue mejor con respecto al primer semestre del mismo año. Esta cifra fue inferior en 12 puntos porcentuales al compararla con el 39% observado un año atrás.

Adicionalmente, la proporción de empresarios que indicaron que su situación se deterioró bajó levemente del 31% al 29% para el mismo período. Lo anterior tuvo un impacto negativo en el balance de respuestas, el cual pasó de 8 en 2015-II a -2 en 2016-II (ver gráfico 1, sección Bucaramanga).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



La percepción de los empresarios manufactureros bumanguenses con respecto al incremento de sus ventas presentó una baja. En efecto, el 26% de ellos consideró que el volumen de ventas de sus empresas se incrementó durante el segundo semestre de 2016, cuando un año atrás este porcentaje fue del 41%, evidenciando una reducción de 15 puntos porcentuales (ver gráfico 2). En cambio, un 44% reportó estabilidad en sus ventas, lo que significó un ascenso de 18 puntos porcentuales frente al dato de 2015-II (26%). En consecuencia, el balance de respuestas se redujo de 8 en 2015-II a -5 en 2016-II. Adicionalmente, el crecimiento anual de las ventas para el 55% 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, se encontró que el 24%

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

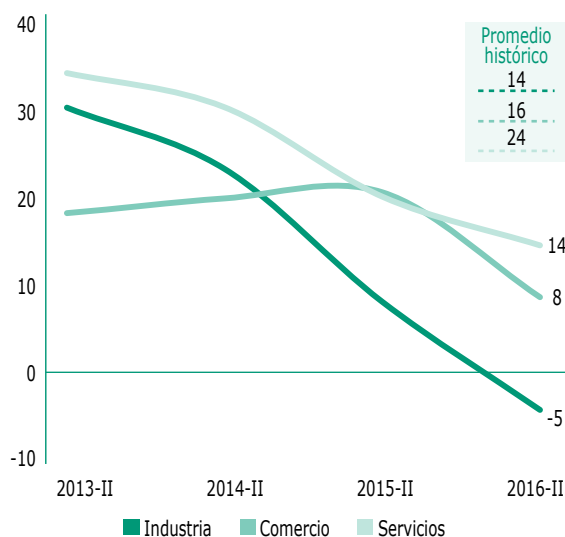
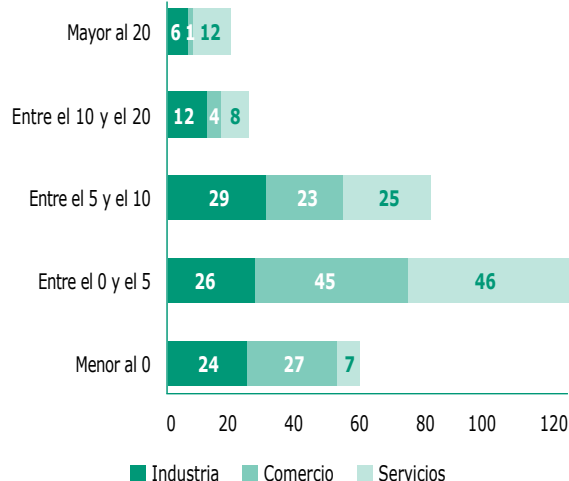


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



de los empresarios del sector reportó un aumento durante el segundo semestre de 2016, rebajando el dato de un año atrás cuando dicho porcentaje llegó al 36% (ver gráfico 4). A su vez, la proporción de empresarios que manifestaron que sus pedidos se habían mantenido iguales subió del 37% al 46% para este período. Por el contrario, los empresarios que indicaron que el nivel de pedidos había decrecido aumentó del 25% al 31% en el último año. Así, el balance de respuestas bajó de 11 en 2015-II a -5 en 2016-II.

En cuanto al nivel de existencias en las Pymes manufactureras santandereanas, un 81% considera

que estas fueron adecuadas en el segundo semestre de 2016, porcentaje que disminuyó levemente con respecto a 2015-II, cuando se alcanzó una cifra del 86%. Asimismo, la proporción de negocios manufactureros que consideran las existencias insuficientes se ubicó en el 12% (ver gráfico 5).

Siguiendo una dinámica similar a la de las ventas, el porcentaje de Pymes industriales que incrementaron su producción fue de un 26% en 2016-II, 9 puntos porcentuales por debajo del registro de 2015-II (35%). En contraste, la proporción de encuestados que afirmaron un mantenimiento de sus niveles de

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

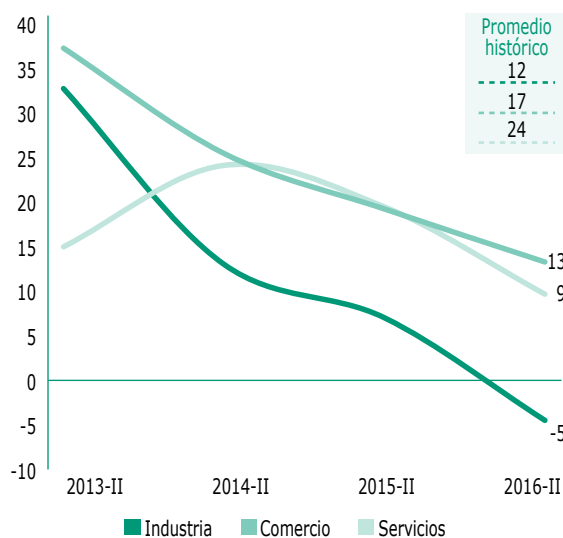


Gráfico 5. Existencias (%)

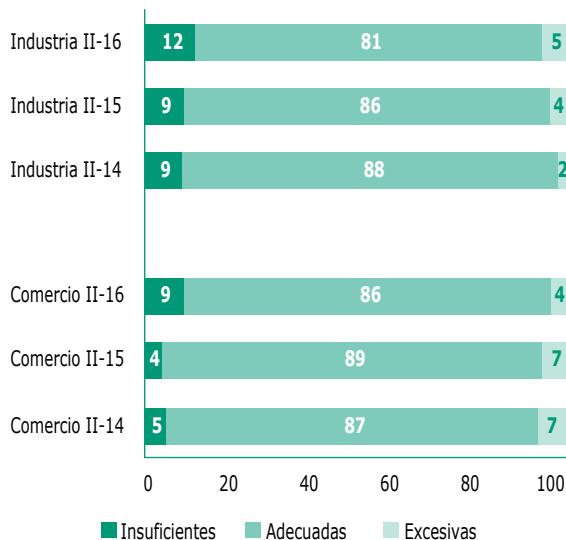


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)

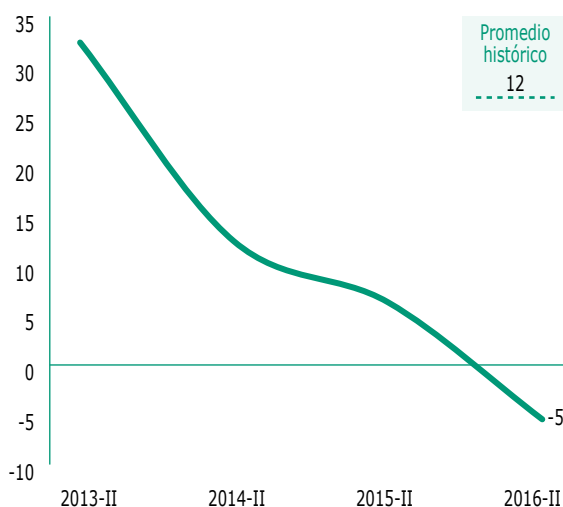
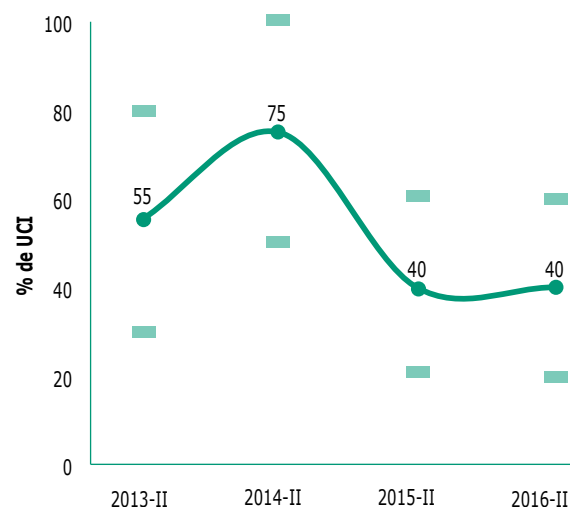


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (Promedio de las Pymes industriales)



producción se incrementó del 37% al 44% para el último año. En consecuencia, el balance de respuestas se afectó negativamente, al pasar de 7 en 2015-II a -5 en 2016-II (ver gráfico 6). A pesar de lo anterior, el promedio de las Pymes que reportaban que la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) se encontraba entre el 60% y el 100% subió del 24% al 26% (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 aumentó del 59% en 2015-II al

67% en 2016-II (ver gráfico 8). Por su parte, un 19% de los empresarios incrementó su inversión, cuando en el segundo semestre de 2015 dicho porcentaje había sido de un 24%. Entre los que reportaron una disminución de esta variable, el porcentaje (13%) fue menor al de un año atrás (17%). Lo anterior hizo que el balance de respuestas pasara de 7 en 2015-II a 6 en 2016-II.

De otro lado, en el sector manufacturero de la capital de Santander se observa que, en el segundo semestre de 2016, el porcentaje de Pymes industriales que reportaron un abaratamiento de sus costos

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

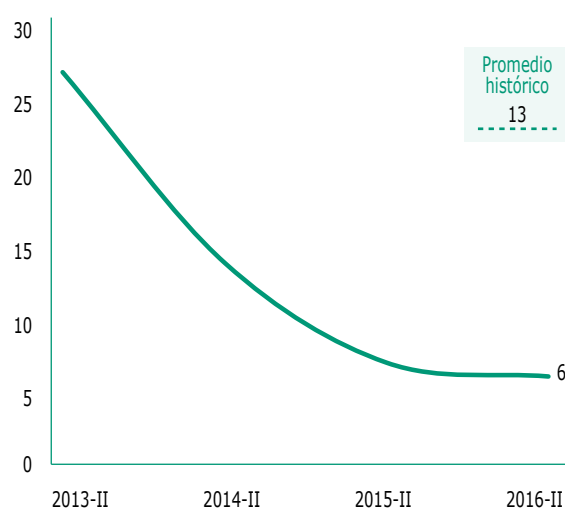


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

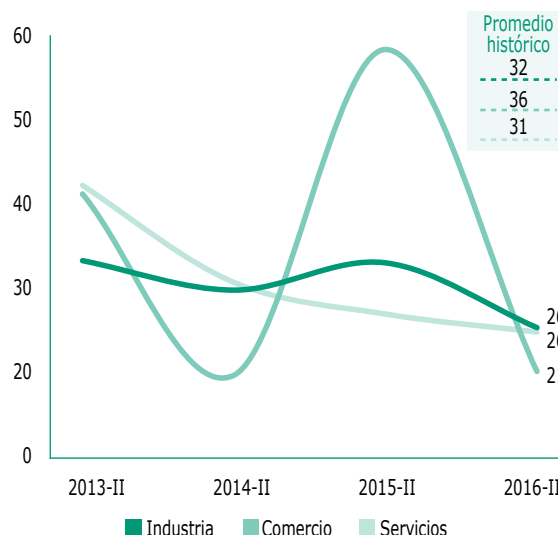


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

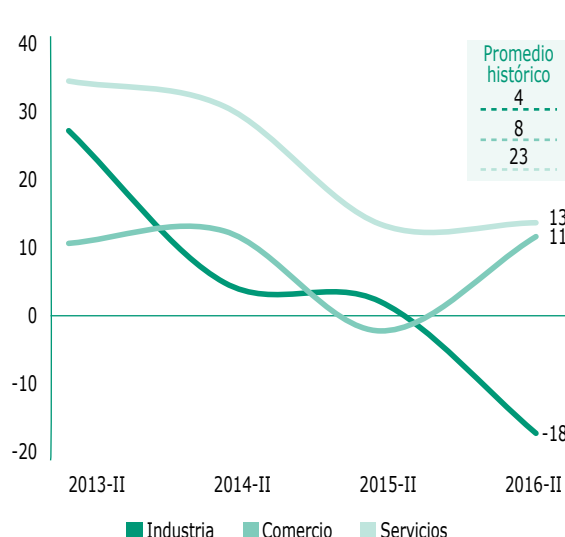
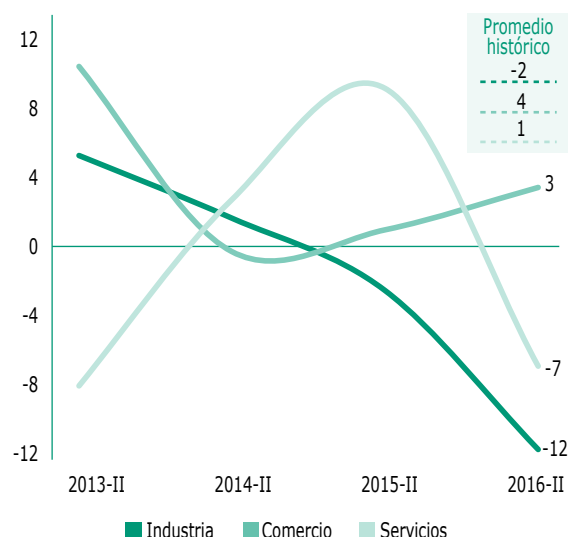


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)



de producción fue del 18%, valor equivalente al del mismo semestre de 2015. El porcentaje de Pymes que manifestaron haber enfrentado un aumento de dicho costo alcanzó un porcentaje del 44% para 2016-II, situándose 2 puntos porcentuales por debajo del registro de un año atrás (46%). De este modo, el balance de respuestas se redujo en 2 puntos, con lo cual pasó de 28 en 2015-II a 26 en 2016-II (ver gráfico 9).

En el gráfico 10 se observa que las Pymes industriales tuvieron una disminución en los márgenes de ganancia. Aunque el 47% de los empresarios mani-

festó que sus márgenes en 2016-II se mantuvieron iguales con respecto a 2016-I, un 35% reportó que estos cayeron, cifra superior en 4 puntos porcentuales a la observada en 2015-II. Por el contrario, la proporción de respuestas positivas sobre la evolución de esta variable disminuyó en 14 puntos porcentuales durante dicho lapso. Por lo que el balance de respuestas disminuyó en 20 unidades y se ubicó en -18 (vs. 2 de 2015-II).

A su vez, el empleo en el sector industrial Pyme mostró un descenso en Bucaramanga. Mientras que el 13% de las empresas Pyme manufactureras de esta ciudad reportó un aumento en el número de trabajadores, un 61% mantuvo constante su planta de personal. Asimismo, la proporción de empresas que disminuyeron su planta de personal (25%) estuvo 8 puntos porcentuales por encima de la cifra observada en 2015-II (17%). Por tal motivo, el balance de respuestas disminuyó de -3 a -12 en la última medición (ver gráfico 11).

Por otro lado, el 95% 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 2% de los encuestados (ver gráfico 12).

Finalmente, el principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras bumanguesas para el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda (25%) durante el segundo semestre de 2016. El segundo principal problema para las empresas del sector fueron los costos de los insumos (20%) y los altos impuestos (20%). Otro problema se ubicó en la tercera posición con un 14% (ver gráfico 13).

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?

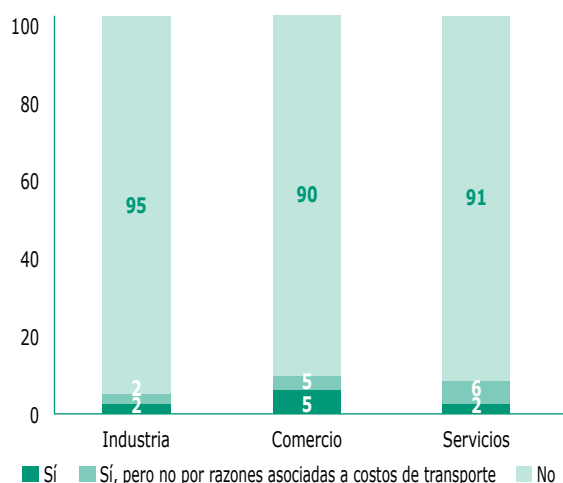
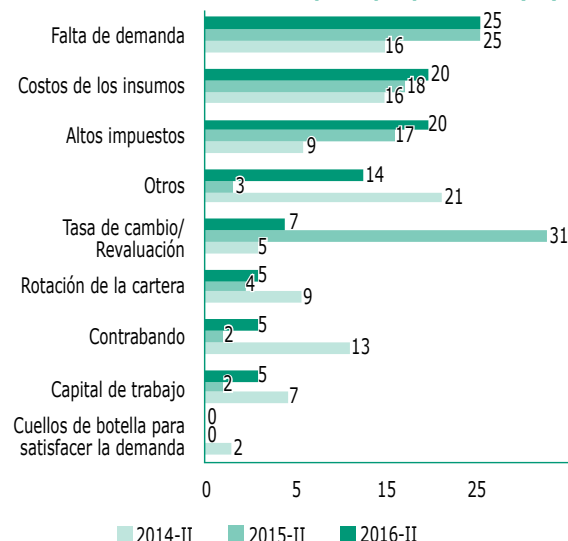


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El 36% de los empresarios del sector comercio en Bucaramanga reportó una mejoría de su situación económica general durante el segundo semestre de 2016, mostrando un descenso de 7 puntos porcentuales frente al dato de 2015-II (43%). En cambio, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento fue del 27%, aumentando en 7 puntos porcentuales en el último año. Por su parte, la proporción de aquellos que afirmaron que su situación económica se mantuvo igual en 2016-II fue del 35%, mientras que esta cifra ascendía al 37% en 2015-II. Por lo anterior, el balance de respuestas pasó de 22 en 2015-II a 9 en 2016-II (ver gráfico 1).

En las ventas de las Pymes de comercio santandereanas se observó una tendencia desfavorable en la evolución del último año. De hecho, un 38% de los empresarios manifestó que estas se habían incrementado durante el segundo semestre de 2016 (vs. 45% del año anterior). Asimismo, el porcentaje de aquellos que vieron una reducción en sus ventas llegó al 30% de los encuestados en 2016-II, cifra superior a la percibida en el mismo semestre de 2015 (24%). Como se puede observar en el gráfico 2, el balance de respuestas se redujo de 20 en 2015-II a 8 en 2016-II. Por su parte, el crecimiento promedio anual de las ventas del 68% de las Pymes comerciales se ubicó entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Con relación al nivel de pedidos del sector comercio, se evidencia poca variación negativa frente a la medición anterior. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó del 44% al 40% entre 2015-II y 2016-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó, subiendo del 24% al 30% en el mismo período. Los pedidos se mantuvieron igual para el 29% de los empresarios encuestados, cifra que fue menor en 3 puntos porcentuales a la observada el año anterior. Por tal motivo, el balance de repuestas disminuyó de 19 en 2015-II a 9 en 2016-II (ver gráfico 4).

En cuanto al nivel de existencias, un 86% de las Pymes consideró que estas eran adecuadas, porcentaje que fue ligeramente inferior al 89% de 2015-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 decrecimiento entre 2015-II y 2016-II. En efecto, se observa que un 36% manifestó que estos aumentaron (28 puntos porcentuales por debajo de la lectura de 2015-II). Asimismo, un 15% reportó una disminución (cifra mayor al 6% de 2015-II). De este modo el balance de respuestas mejoró al pasar de 58 en 2015-II a 21 en 2016-II (ver gráfico 9).

Esta situación en los costos llevó a una mejora en los márgenes de ganancia de los empresarios, lo que indica que esta disminución en los costos mejoró la rentabilidad de los negocios. Esto se evidencia en que se encontró que el 22% de los encuestados experimentó una disminución en dichos márgenes en 2016-II (vs. un 35% en 2015-II). Por su parte, un 44% de los encuestados indicó que estos se mantuvieron iguales y un 33% señaló que aumentaron. Por tal motivo, el balance de respuestas se incrementó de -3 en 2015-II a 11 en 2016-II (ver gráfico 10).

La generación de empleo mejoró ligeramente durante el segundo semestre de 2016. De hecho, el 82% de las Pymes del sector comercio en Bucaramanga mantuvo constante el número de trabajadores (vs. un 64% de 2015-II) y un 11% reportó un incremento en su planta de personal (vs. 18%). Por

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

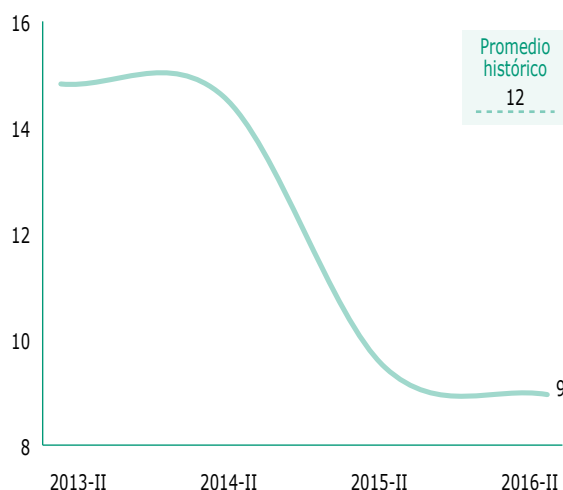
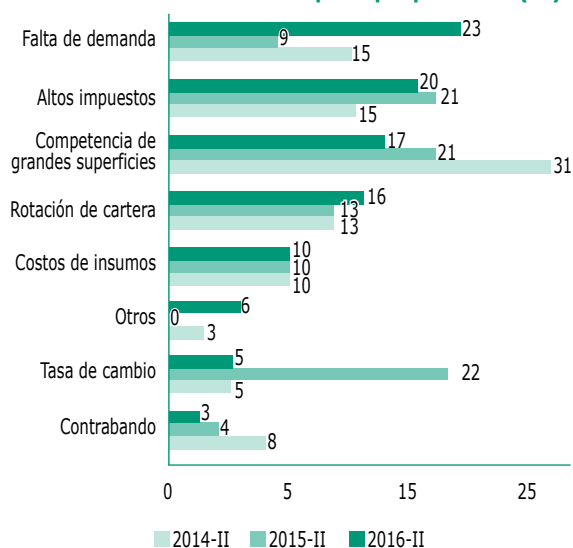


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



otro lado, el 7% de las firmas destruyó empleo, cifra inferior en 10 puntos porcentuales a la observada el año anterior. En consecuencia, el balance de respuestas subió de 1 en 2015-II a 3 en 2016-II (ver gráfico 11).

Por su parte, la superficie de ventas se mantuvo constante para el 39% de los encuestados (cifra inferior frente al 67% de 2015-II). Asimismo, la proporción de empresarios que vieron una reducción en su superficie subió del 11% al 25% en el último año. Igualmente, la proporción de comerciantes que percibieron un aumento subió en 13 puntos porcentuales, ubicándose en el 34%. Así, el balance de respuestas tuvo una medición similar a la del año anterior (10 en 2015-II y 9 en 2016-II), ver gráfico 14.

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Bucaramanga en el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda, con un 23% de los encuestados, la cual ganó preponderancia en el último año con un crecimiento de 14 puntos porcentuales (ver gráfico 15). En segundo lugar se ubicaron los altos impuestos, con un porcentaje del 20%. Posteriormente apareció la competencia con las grandes superficies, con una participación del 17%. En años anteriores, esta problemática había sido registrada como el principal problema de las Pymes comerciales (21% en 2015-II y 31% en 2014-II).

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Bucaramanga sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2016 mostró una leve desaceleración de esta variable. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios cayó del 43% al 40% con respecto al mismo semestre del año 2015. Igualmente, el de quienes indicaron un deterioro aumentó, pasando del 15% al 24% durante el mismo período. Por tal motivo, el balance de respuestas de esta variable disminuyó, pasando de 28 en 2015-II a 16 en 2016-II (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 2015-II y 2016-II. Así, un 38% manifestó que estas se habían incrementado (4 puntos por debajo del dato del año anterior). De igual forma, un 23% manifestó lo contrario (vs. el

22% de 2015-II). La proporción de los que reportaron que sus ventas se habían mantenido estables fue del 39%, cifra semejante a la de un año atrás. Por lo anterior, el balance de respuestas disminuyó, al pasar de 20 en 2015-II a 14 en 2016-II (ver gráfico 2). El crecimiento promedio anual de las ventas en el 72% 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 2016-II fue del 36%, inferior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento constante (42%), aunque superior a los que manifestaron haber tenido un comportamiento decreciente (23%). En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó en 3 puntos y se ubicó en 13 (ver gráfico 4).

A su vez, el 54% de las Pymes de servicios bu-manguenses reportó que sus costos de operación en el segundo semestre de 2016 se habían mantenido iguales, un 36% que habían aumentado y un 10% indicó que estos decayeron. Esto significa una moderación de la tendencia alcista de los costos, ya que el porcentaje que reportó este suceso bajo 11 puntos porcentuales frente al mismo semestre de 2015. Asimismo, quienes reportaron que el costo había disminuido se redujo en 3 puntos porcentuales. De este modo, el balance de respuestas pasó de 34 en 2015-II a 26 en 2016-II (ver gráfico 9).

Esta moderación en los costos no se tradujo en un incremento en los márgenes de ganancia de las empresas. En efecto, el porcentaje de Pymes de esta ciudad que incrementaron sus márgenes decreció del 37% en 2015-II al 35% en 2016-II. Aunque para aquellas que indicaron que los márgenes disminuyeron bajó del 24% al 22% en el mismo período. Por tal motivo, el balance de respuestas se mantuvo en 13 entre 2015-II y 2016-II (ver gráfico 10).

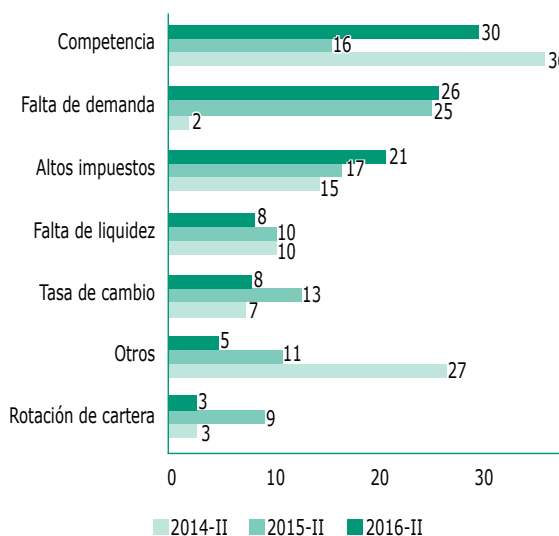
Los resultados en materia de empleo indican una disminución de esta variable. El porcentaje de empresas que mantuvieron igual su nivel de trabajadores fue del 64% en el segundo semestre de 2016, 3 puntos porcentuales mayor que el dato de 2015-II. Se destaca que el 14% de los empresarios del sector servicios elevó su planta de personal en 2016-II, mientras que esta cifra ascendía al 24% un año atrás. Asimismo, la proporción de repuestas negativas a esta pregunta subió en 6 puntos porcentuales en este

período. En consecuencia, el balance de respuestas disminuyó de 9 a -7 (ver gráfico 11).

Por otro lado, en el gráfico 12 se evidencia que el 91% 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 competencia (30% de los encuestados), aumentando en 14 puntos porcentuales la proporción de un año atrás (16%). El otro gran problema, con una importancia del 26%, fue la falta de demanda. Posteriormente, se destacan en el tercer puesto del *ranking* los altos impuestos (21%), a los cuales les siguieron la tasa de cambio (8%) y la falta de liquidez (8%), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

• Sector industria

El 32% de los empresarios industriales Pyme de Bucaramanga encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2017 sería favorable (cifra inferior al 37% de 2016-I). Asimismo, el grado de incertidumbre sufrió un aumento en el último año, pasando del

12% al 26%. Sin embargo, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas decreció con respecto al dato de un año atrás (19% en 2016-I vs. 14% en 2017-I). Esto llevó a que el balance de respuestas se mantuviera en 18 durante este período de tiempo (ver gráfico 17).

Gráfico 17. Desempeño general (%)

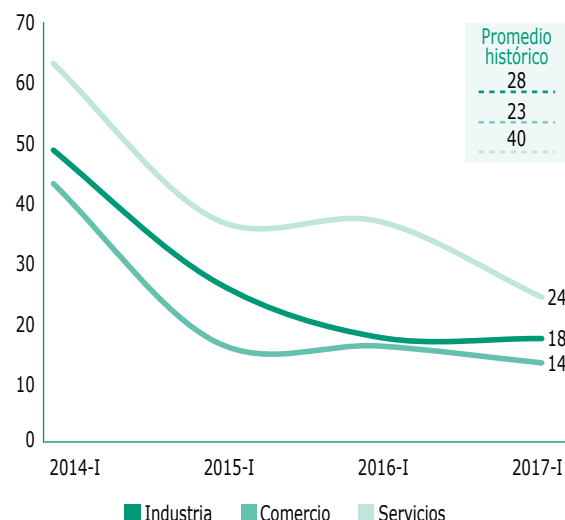
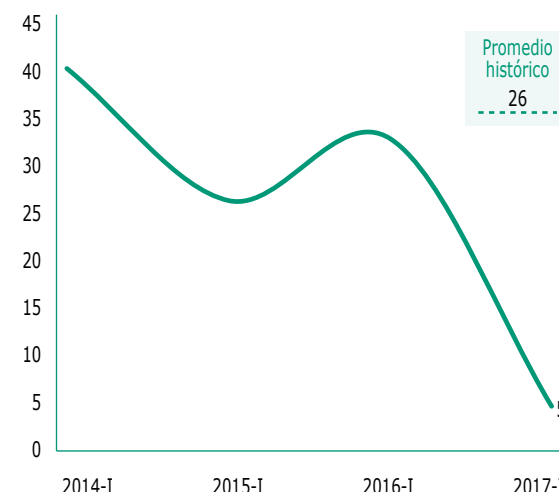


Gráfico 18. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)



En cuanto al nivel de producción industrial, la mayoría de empresarios de esta ciudad preveía que se mantuviera para 2017-I. En efecto, el 52% de los empresarios indicó que permanecería igual, cuando un año atrás este porcentaje fue del 34%. Esto coincidió con un incremento en la proporción de respuestas negativas, la cual pasó del 17% en 2016-I al 21% en 2017-I. Asimismo, la proporción de industriales que señalaron que el volumen de producción aumentaría disminuyó del 49% al 26% para el mismo período. En consecuencia, el balance de repuestas cayó de 32 en 2016-I a 5 para 2017-I (ver gráfico 18).

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras bumanguesas redujeron sus expectativas. El 27% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en el primer semestre de 2017 (vs. un 49% que lo hizo para 2016-I). En cambio, un 20% indicó que esperaba lo contrario (cifra similar a la que se preveía para el primer semestre de 2016, que fue del 19%). Esto hizo que el balance de respuestas se redujera de 31 observado en 2016-I a 7 para 2017-I, ver gráfico 19.

Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras de Bucaramanga consideraban que esta aumentaría únicamente en el 29% de los casos, mientras que el dato del año anterior fue del 32% (ver gráfico 20). En contraste, el porcentaje de empresarios que esperaban una disminución en la inversión subió, pasando del 14% al 17% entre 2016-I y 2017-I. Por tal motivo, el balance de respuestas se redujo en 6, pasando de 19 en 2016-I a 13 para 2017-I

• Sector comercio

El 36% de las Pymes comerciales santandereanas esperaba que su desempeño general fuera positivo en el primer semestre de 2017 (vs. 32% de 2016-I), mientras que el 30% esperaba que se mantuviera estable (vs. 19%) y un 23% preveía que empeoraría (vs. 16%). Así, el balance de respuestas disminuyó de 16 a 14 entre 2016-I y 2017-I (ver gráfico 17). No obstante, en esta medición se evidencia que la incertidumbre entre las firmas comerciales disminuyó en 23 puntos porcentuales en el último año y se ubicó en el 10%.

Siguiendo la línea del desempeño general, las Pymes comerciales de Bucaramanga preveían un menor dinamismo en el volumen de pedidos recibidos para 2017-I. Así, un 30% indicaba que estos aumentarían (3 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior) frente a un 22% que esperaba lo contrario (cifra similar a la de 2016-I). En consecuencia, el balance de respuestas pasó de 10 en 2016-I a 8 para 2017-I, ver gráfico 19.

En lo correspondiente a las ventas, se observó un leve aumento en el optimismo de los encuestados. Así, mientras que un 35% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2017 se incrementaran (2 puntos porcentuales por encima del registro del año anterior), otro 22% preveía una caída de esta variable, lo cual significó una disminución de 1 punto porcentual frente a la expectativa para 2016-I. De esta manera, el balance de respuestas aumentó en 4 puntos, al pasar de 10 en 2016-I a 14 para 2017-I (ver gráfico 21).

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

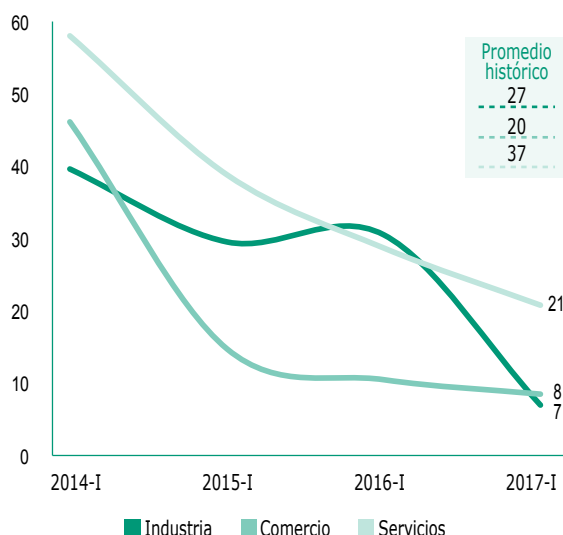
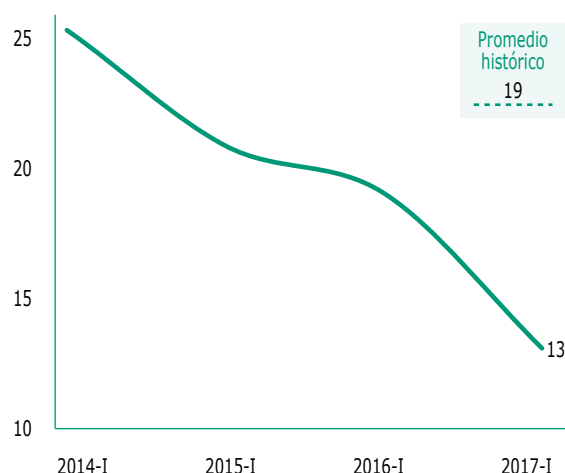


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



• Sector servicios

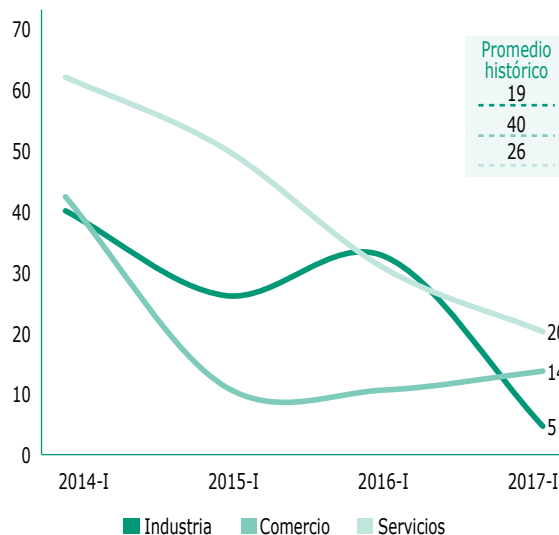
Un 43% de los empresarios del sector de servicios bumangués consideraba que el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017 (vs. 50% de 2016-I). Por el contrario, un 18% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra superior a la encontrada en 2016-I (vs. 13%). Por tal motivo, el balance de respuestas de esta variable disminuyó de 37 en 2016-I a 24 para 2017-I (ver gráfico 17). El nivel de incertidumbre disminuyó en 3 puntos porcentuales en el último año, mientras que la proporción de empresarios que consideraban que su situación económica se mantendría igual subió en 5 puntos porcentuales.

A nivel de pedidos, un 37% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en 2017-I, cuando para 2016-I este porcentaje alcanzó un 44%. En cambio, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos subió del 15% en el primer semestre de 2016 a un 16% esperado para el mismo período de 2017 (ver gráfico 19). En consecuencia, el balance de respuestas sobre el volumen de órdenes de pedidos disminuyó, al caer de 29 en 2016-I a 21 para 2017-I.

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

un año atrás. El 37% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas se incrementarían (comparado con un 46% del año anterior), mientras que un 46% opinó que se mantendrían iguales (vs. un 37% que lo consideraba para 2016-I). Asimismo, la proporción de respuestas negativas creció en 1 punto porcentual en el último año, situación que derivó en una disminución del balance de respuestas, el cual pasó de 30 en 2016-I a 20 para 2017-I (ver gráfico 21).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)

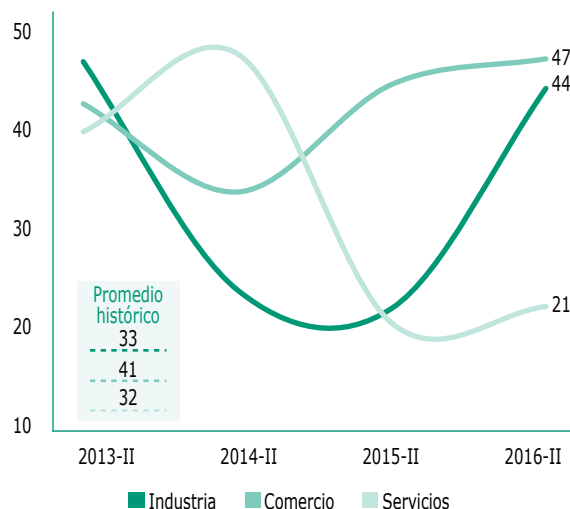


Financiamiento

Para el sector empresarial Pyme de la ciudad de Bucaramanga, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó variaciones positivas en los macrosectores de industria y comercio en el segundo semestre de 2016 con respecto al mismo semestre de 2015. En efecto, para la industria Pyme, la proporción subió considerablemente del 21% al 44% entre 2015-II y 2016-II. En el caso del sector comercial se observó que continuó en niveles altos y presentó un ligero incremento al pasar del 44% al 47% durante dicho período (ver gráfico 22). Por otro lado, en el sector de servicios se mantuvieron bajas las solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero subió del 20% a tan solo el 21% 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 sec-

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



tor industrial, la tasa cayó en 3 puntos porcentuales en el último año (97% para 2016-II), y para servicios disminuyó en 8 puntos (86%). Por su parte, el sector comercial mostró tasas de aprobación en el 100%.

En lo referente a las condiciones de plazo de los préstamos aprobados vs. los solicitados, se encontraron preferencias en el crédito de mediano plazo (entre 1 y 3 años). En el caso de la industria, el crédito más solicitado y aprobado fue este de mediano plazo, que para ambas variables alcanzó un porcentaje del 56% de los encuestados. Igualmente, en el sector servicios el 48% de los créditos aprobados y solicita-

dos tuvo este mismo plazo. En las Pymes de comercio también prevaleció el mediano plazo, con un 45% en la aprobación y solicitud (ver gráficos 24 y 25).

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 84% 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 una caída de 16 puntos porcentuales en el porcentaje de empresarios satisfechos entre 2015-II y 2016-II.

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

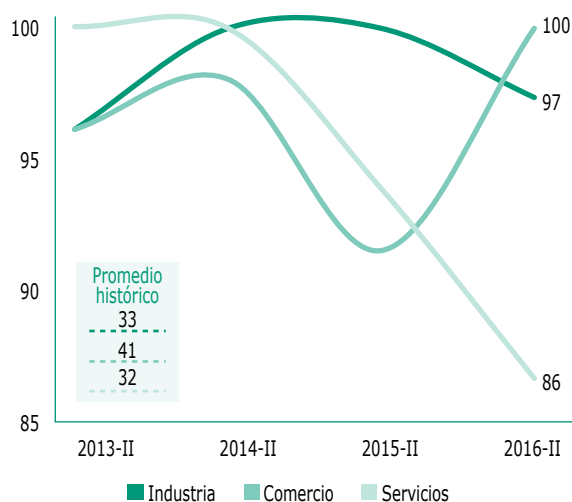


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

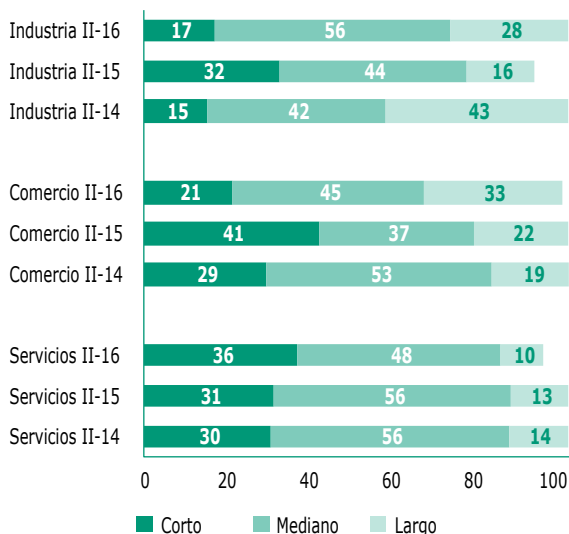


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

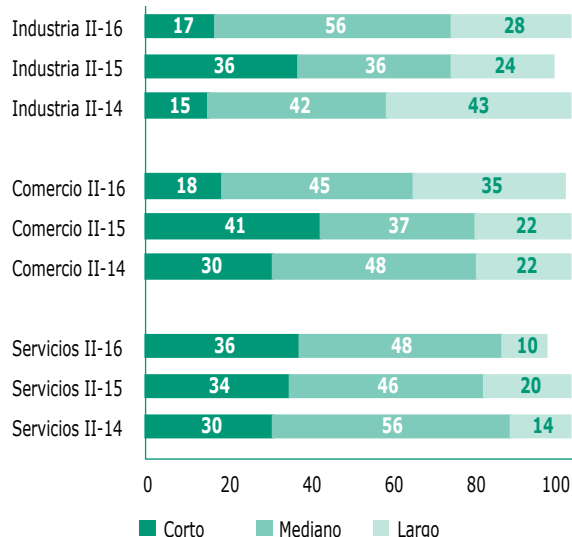
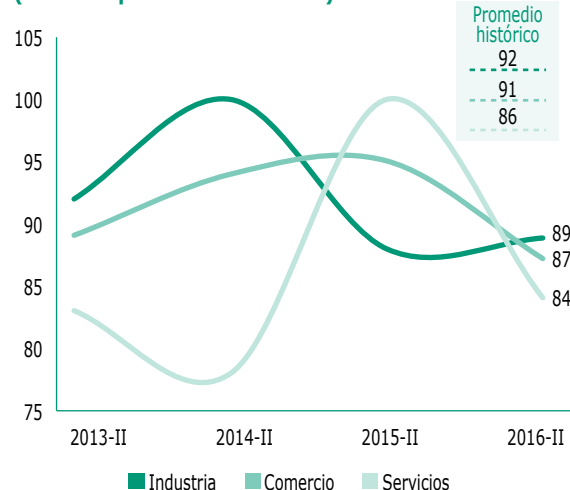


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



De acuerdo con los resultados de la última medición de la Encuesta, el rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados para los sectores de comercio y de servicios fue de hasta DTF+4 puntos. Un 63% de los entrevistados de comercio y un 54% de los de servicios reportaron ese rango (ver gráfico 28 y 29). Cabe destacar que en el sector industrial se dio una proporción más alta de préstamos a una tasa DTF entre + 4 y + 8 puntos (44%), ver gráfico 27.

Los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2016 fueron mejores a los reportados en el mismo período de 2015 para los sectores industrial y comercial. El aumento más alto se dio en las Pymes industriales, donde dicho porcentaje pasó del 52% al 81% entre 2015-II y 2016-II. En comercio, el incremento fue de 19 puntos porcentuales (51% en 2015-II al 70% en 2016-II). Por el contrario, para el sector servicios disminuyó considerablemente la satisfacción que tenían los empresa-

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

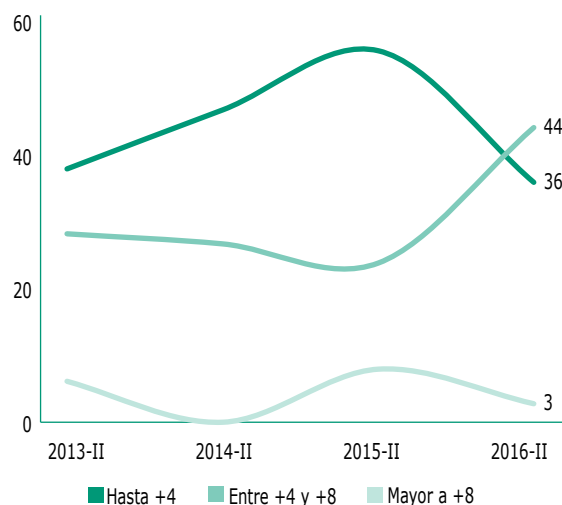


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

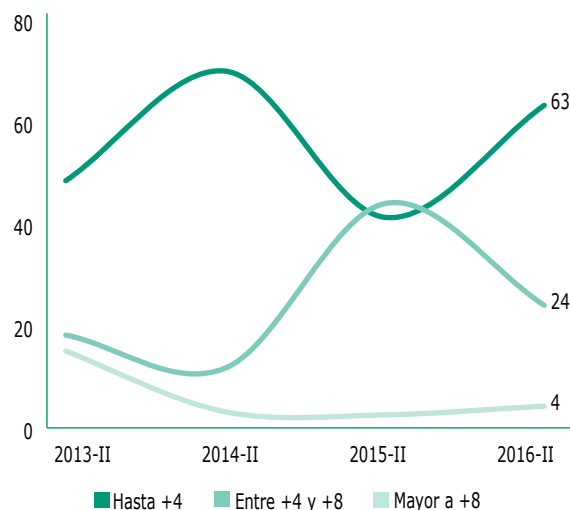


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

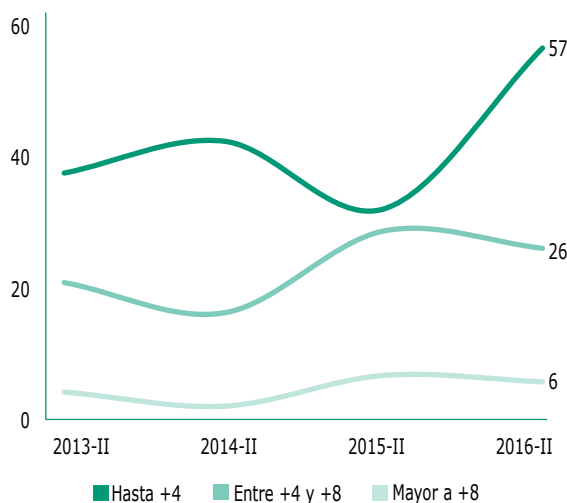
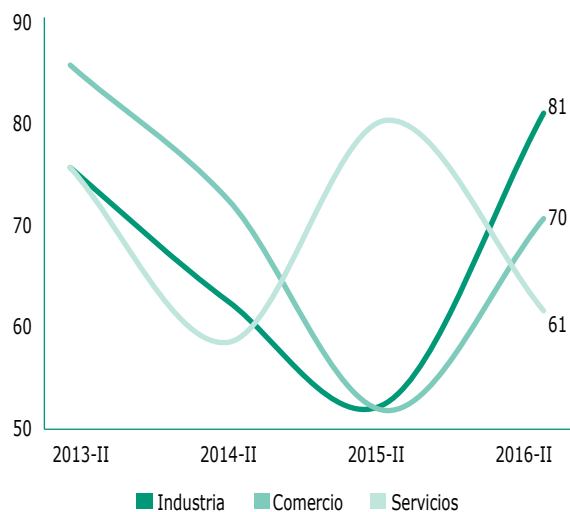


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



rios acerca de la tasa, pasando del 80% en 2016-II al 61% en esta última medición, ver gráfico 30.

Los recursos solicitados por las Pymes santandereanas al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo (alrededor del 64% de las Pymes industriales, un 69% de las comerciales y un 58% de las de servicios). En segundo lugar, las empresas industriales se gastaron estos recursos en remodelaciones y adecuaciones (19%), y las empresas de servicios en la consolidación del pasivo (22%). Por su parte, las empre-

sas comerciales gastaron estos recursos en la compra o arriendo de maquinaria y en la consolidación del pasivo (ambas 17%), ver gráfico 31.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 48% de las Pymes consultadas de industria, el 43% de comercio y el 38% de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes industriales y comerciales

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

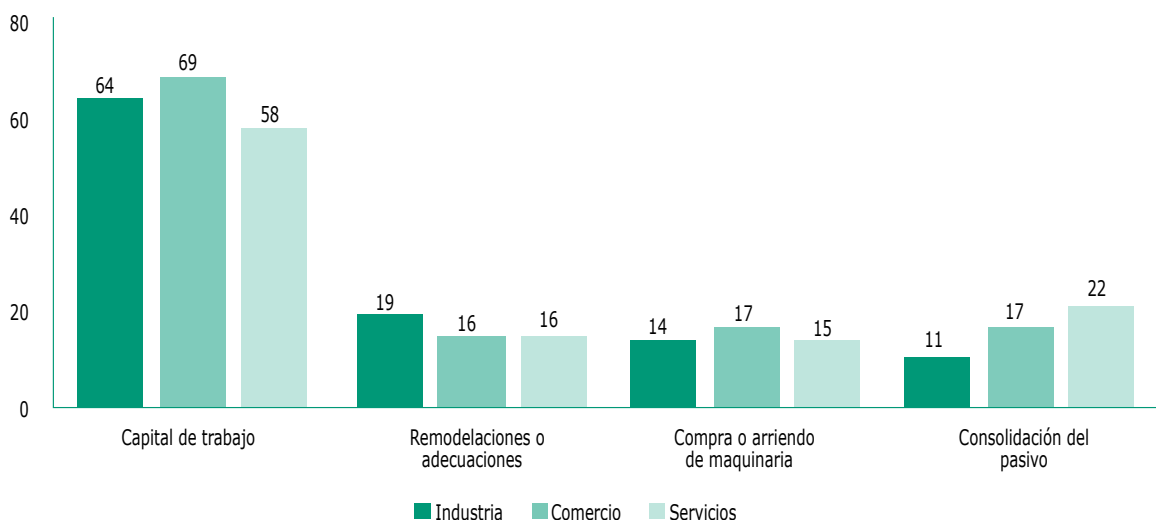


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

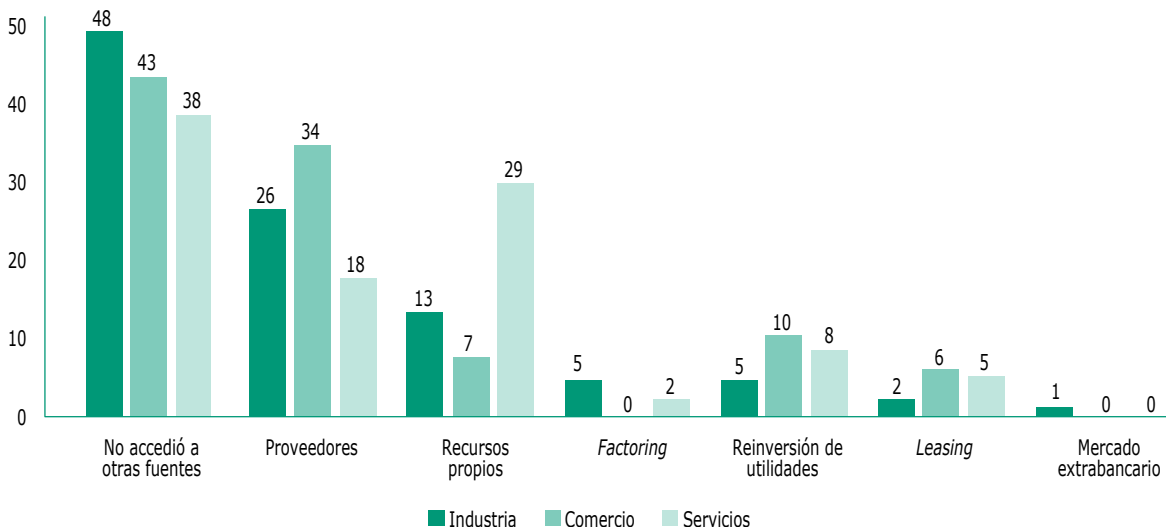
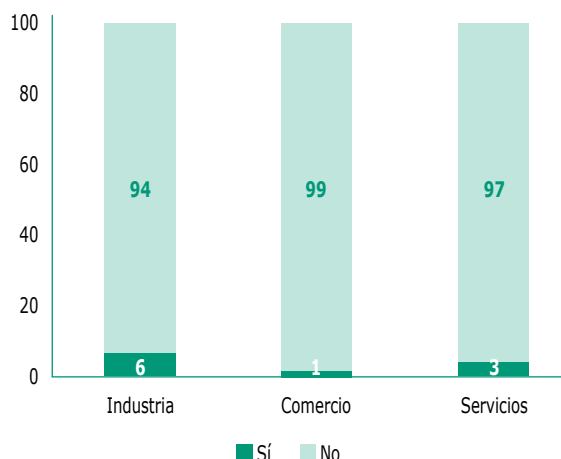


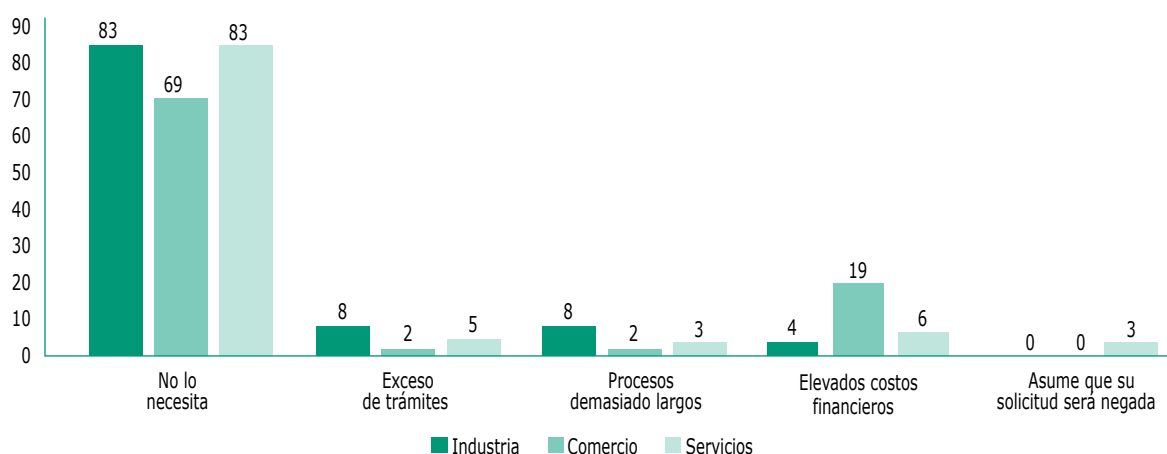
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año?



(26% y 34%, respectivamente), mientras que para el sector de servicios fueron los recursos propios (29%). Cabe destacar el bajo uso de instrumentos financieros como el *factoring* y el *leasing*, donde menos del 6% de los entrevistados reportó su utilización (ver gráfico 32). Adicionalmente, se evidencia 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 santandereanas de los tres macrosectores no solicitaron crédito al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 83% en industria, un 69% en comercio y un 83% en servicios). Dicha opción parece ser la principal explicación para no acceder al sistema financiero, pues ninguna de las otras opciones superó el 19% de los entrevistados en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 34).

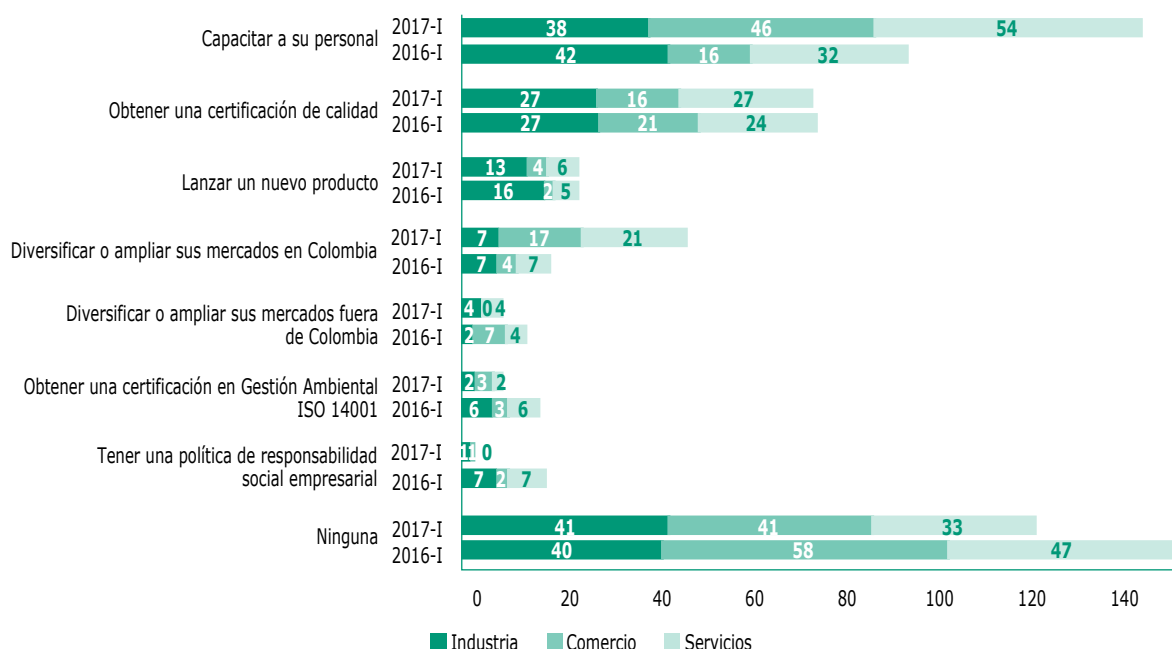
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

En el módulo de acciones de mejoramiento se indagó 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 bumanguesas que desarrollaron recientemente alguna acción para incrementar su competitividad fue del 59% en industria y en comercio y del 67% en servicios. Para los sectores de comercio y servicios, el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción de mejoramiento subió frente al año anterior (17 y 14 puntos porcentuales, respectivamente), mientras que en industria dis-

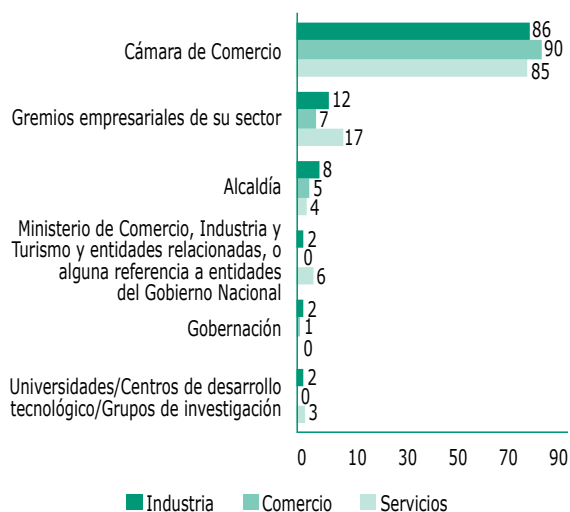
minuyó un punto porcentual. Capacitar a su personal se ubicó como la principal área de mejoramiento de las Pymes de los tres macrosectores, con una participación del 38% en industria, un 46% en comercio y un 54% en servicios en el primer semestre de 2017. En el segundo lugar del *ranking* para las Pymes de industria y servicios estuvo la obtención de una certificación de calidad, con una proporción del 27% en ambos casos. Por su parte, para las Pymes comerciales, su segunda opción de mayor relevancia fue la diversificación de sus mercados en Colombia, con un porcentaje del 17%.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

—Capital social y formación de precios—

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

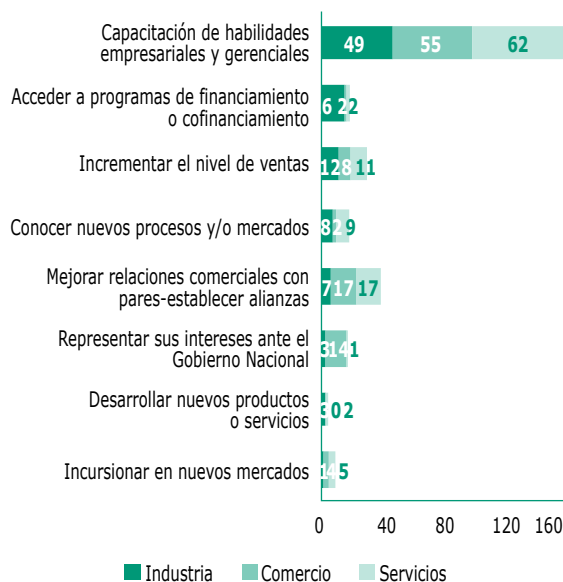
mos los resultados de esta indagación en la ciudad de Bucaramanga.

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital santandereana si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (86% industria, 90% comercio y 85% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios bumanguenses con: i) los gremios empresariales de su sector (12% en industria, 7% en comercio y 17% en servicios); ii) la Alcaldía (8% en industria, 5% en comercio y 4% en servicios); iii) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del gobierno (2% en industria, 0% en comercio y 6% en servicios); iv) Gobernación (2% en industria, 1% en comercio y 0% en servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (2% en industria, 0% en comercio y 3% en servicios), ver gráfico 36.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de la ciudad de Bucaramanga cómo conside-

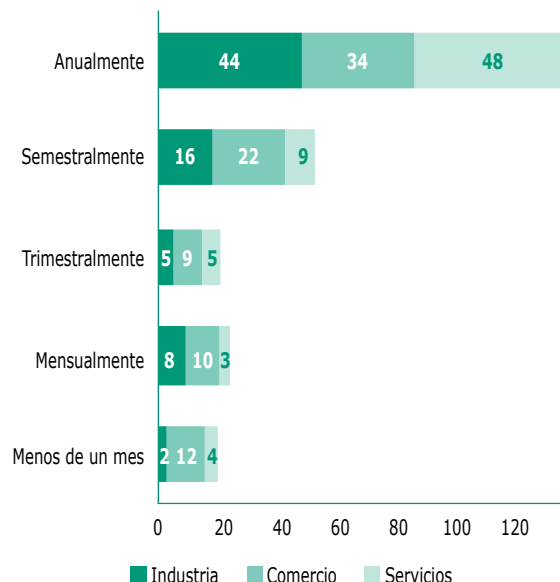
Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



raban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (49% en industria, 55% en comercio y 62% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (16% en industria, 2% en comercio y 2% en servicios); ii) incremento del nivel de ventas (12% en industria, 8% en comercio y 11% en servicios); iii) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (8% en industria, 2% en comercio y 9% en servicios); iv) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (7% en industria, 17% en comercio y 17% en servicios); v) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (3% en industria, 14% en comercio y 1% en servicios); vi) desarrollar nuevos productos o servicios (3% en industria, 0% en comercio y 2% en servicios); y vii) incursionar en nuevos mercados (1% en industria, 4% en comercio y 5% en servicios), ver gráfico 37.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes bumanguesas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (44% en industria, 34% en comercio y 48% en

Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?



servicios). Asimismo, se observó que el 16% de los empresarios industriales, el 22% de los comerciales y el 9% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, menos del 10% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (5% en industria, 9% en comercio y 5% en servicios) y mensualmente (8% en industria, 10% en comercio y 3% en servicios). Por último, menos del 2% de los encuestados industriales, el 12% de los comerciales y el 4% de los de servicios actualizan sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en el caso del sector de servicios los costos financieros y de servicios públicos y combustibles fueron catalogados apenas como “moderadamente importantes” (ver gráficos 39, 40 y 41). De forma específica, se destaca que para los sectores industrial y comercial Pyme de Bucaramanga los costos de las materias primas fueron lo que más incidieron en el alza de precios de sus productos. En cambio, en el sector Pyme de servicios de esta ciudad, el factor más importante para elevar los precios fueron los impuestos.

Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

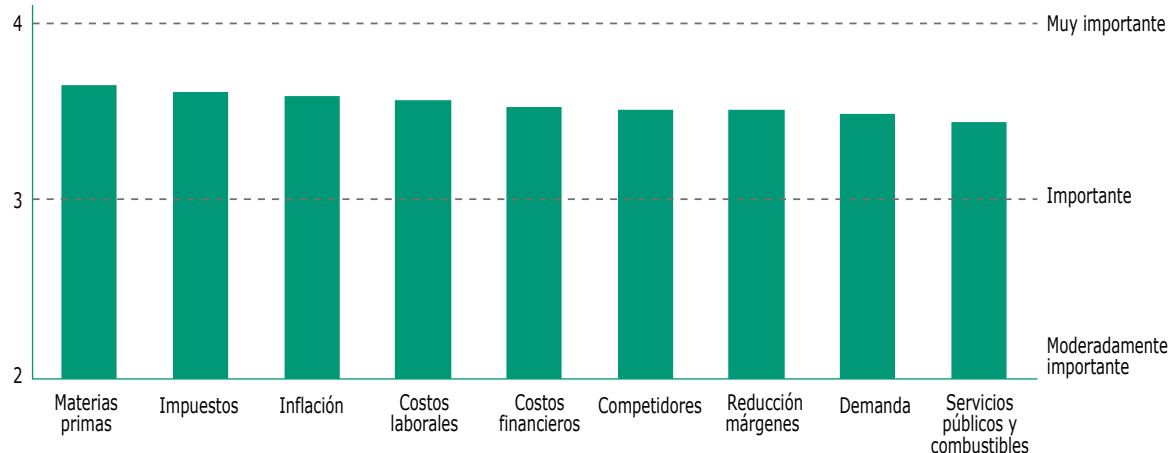


Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

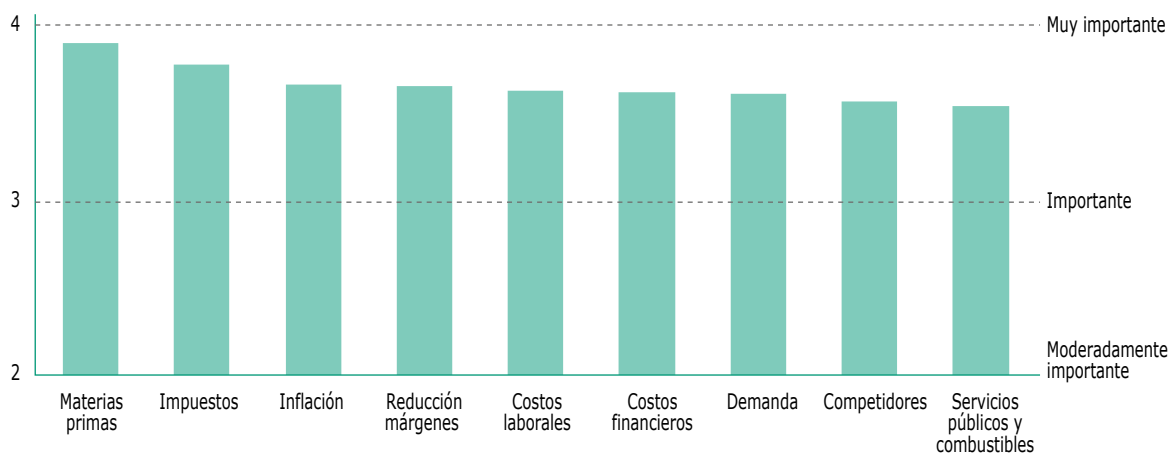
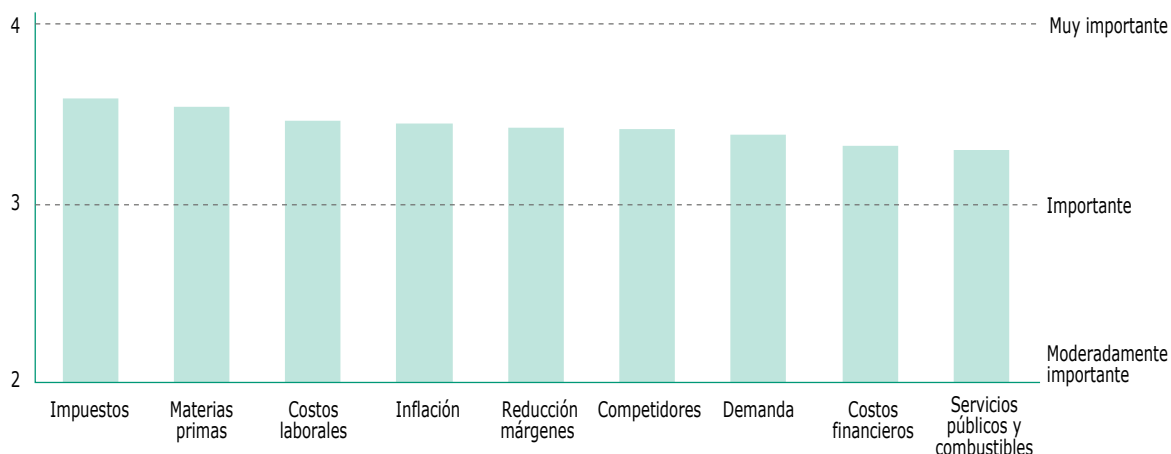


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta lectura de la Encuesta en Bucaramanga se encontró que el 87% de las Pymes industriales y el 97% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 42). Entre tanto, solamente un 2% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue inferior (2%), siendo también significativamente baja. La principal razón por la cual los empresarios Pyme santandereanos

no exportaron se debió a que consideraban que sus negocios no tenían aún productos para comercializarlos en los mercados internacionales (66% en industria y 82% en servicios). Además, la falta de interés para hacerlo fue evidente en el 24% de las empresas industriales y el 8% de las de servicios (ver gráfico 43).

Por otro lado, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

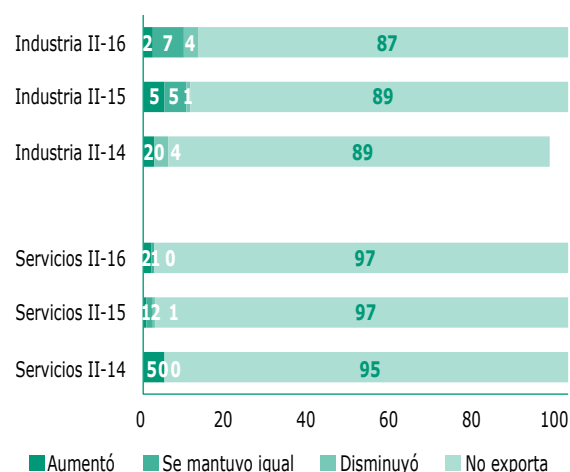


Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

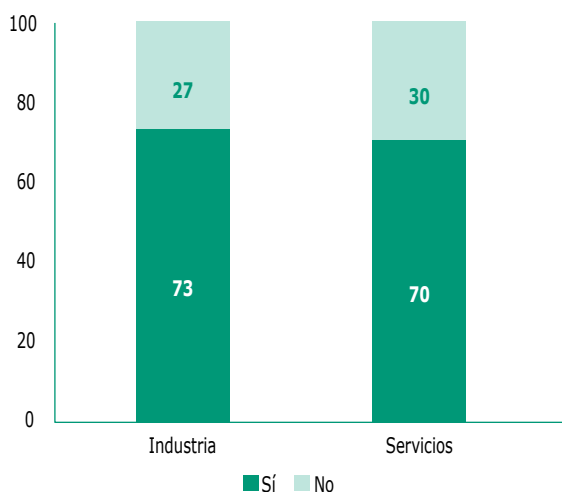
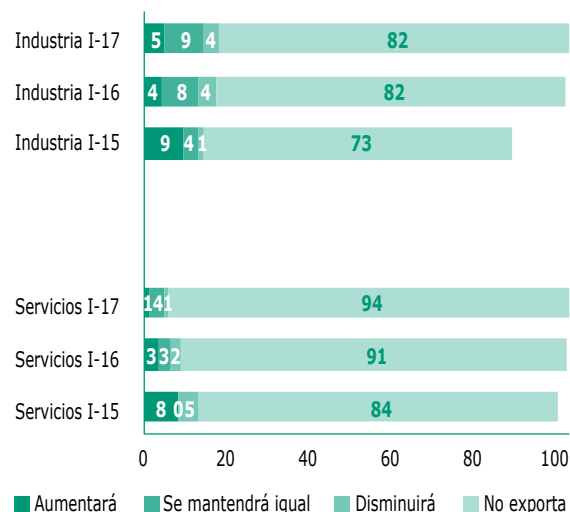


Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

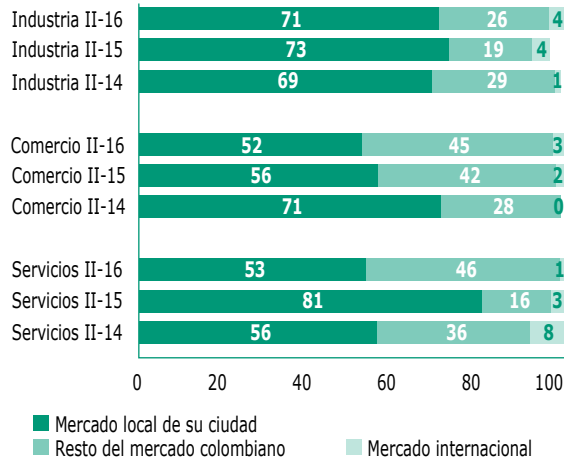


allí el 73% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios fue del 70% (ver gráfico 44). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 82% de los encuestados en el sector industria y el 94% del sector servicios no preveían exportar en 2017-I. En contraste, solamente un 6% de los pequeños y medianos industriales bumangueses esperaba incrementar su oferta exportadora (ver gráfico 45).

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 71% de los entrevistados industriales, un 52% de los comerciales y un 53% de los de servicios), ver gráfico 46. Entre tanto, los empresarios de servicios (46% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), seguidos por los comerciales (45%). Finalmente, las ventas al mercado internacional muestran participa-

ciones inferiores al 4% para los tres macrosectores, resaltando la baja apertura comercial de las Pymes bumanguesas.

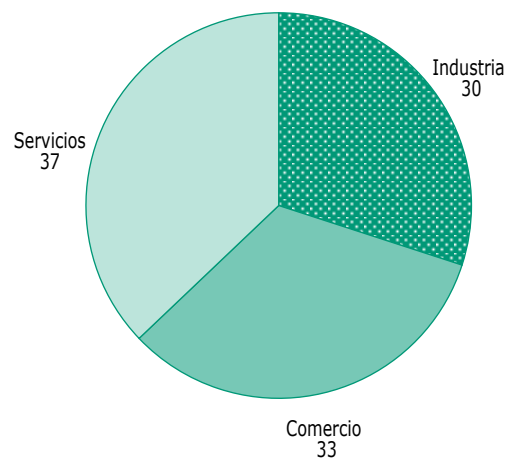
Gráfico 46. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Cali

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

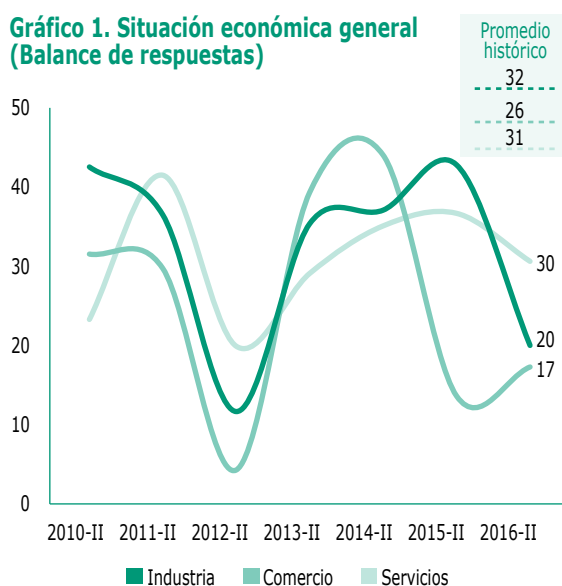
Segundo semestre de 2016

• Sector industria

La percepción sobre el desempeño económico de las Pymes industriales en la ciudad de Cali fue pesimista en el segundo semestre de 2016. El porcentaje de las empresas que reportaron una mejoría en su situa-

ción económica general durante el segundo semestre de 2016 fue del 38%, cifra inferior en 16 puntos porcentuales a la observada un año atrás (54%). Asimismo, la proporción de empresarios insatisfechos creció entre 2015 y 2016 (11% vs. 18% respectivamente). Lo anterior tuvo un impacto negativo en el balance de respuestas, el cual pasó de 43 en 2015-II a 20 en 2016-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 una marcada caída en el porcentaje de empresarios industriales caleños que consideraron que su volumen de ventas aumentó respecto al segundo semestre de 2015. Este porcentaje pasó del 59% en 2015-II al 44% en 2016-II. Por su parte, la proporción de empresarios que percibieron una reducción en sus ventas presentó un aumento considerable (20%) frente a la medición anterior (13%). Por tanto, como lo muestra el gráfico 2, hubo una disminución importante de 22 puntos en el balance de respuestas frente a la cifra del año anterior. El balance de respuestas fue de 24 en 2016-II, valor que se encuentra por debajo de su promedio histórico (32) en 8 puntos. En ventas, más de dos tercios de las firmas

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

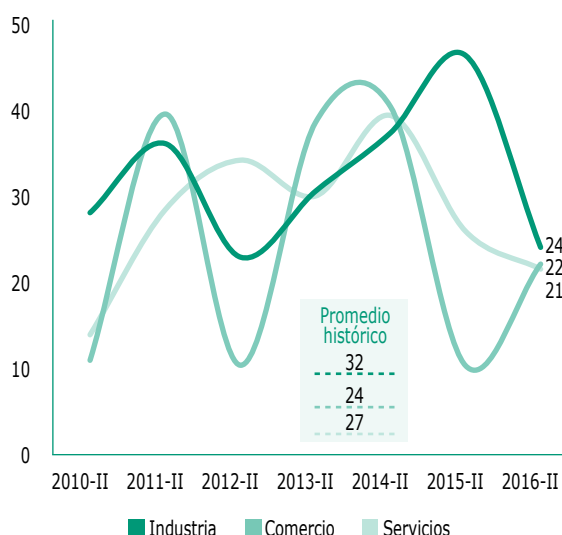
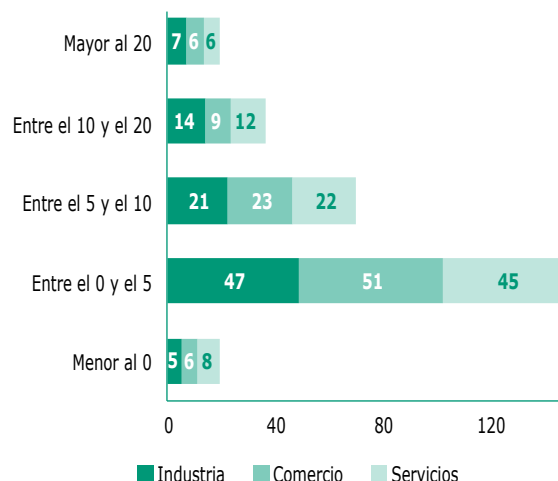


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



manufactureras (74%) evidenciaron crecimientos en ventas entre un 0% y un 10% (ver gráfico 3).

En materia de pedidos, los resultados de la Encuesta muestran una reducción en la demanda industrial de la capital vallecaucana entre 2015 y 2016. La proporción de empresarios que reportaron crecimientos en sus volúmenes de pedidos pasó del 51% en 2015-II al 44% en 2016-II. Por otro lado, el empresariado industrial que reportó disminuciones en el volumen de pedidos recibidos aumentó levemente (pasando del 15% en 2015-II al 19% en 2016-II). Lo anterior tuvo un efecto desfavorable sobre el balance

de respuestas, el cual disminuyó pasando de 36 en 2015-II a 25 en 2016-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 90% (ver gráfico 5). Por su parte, el 7% de los encuestados afirmó que estos niveles fueron insuficientes.

El 43% de las empresas manufactureras caleñas aumentó su producción en 2016-II, cifra inferior al 51% de

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

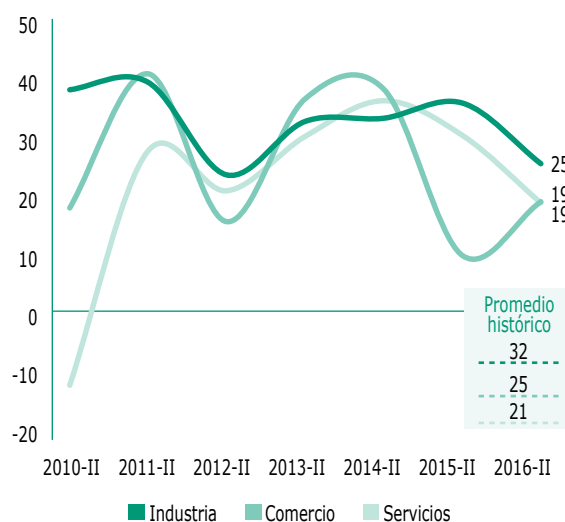


Gráfico 5. Existencias (%)

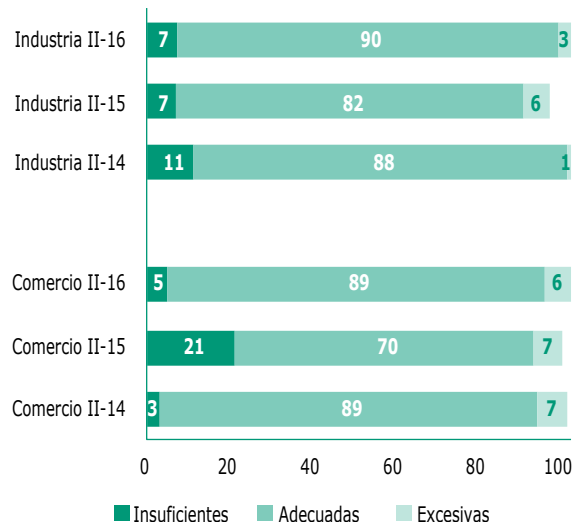


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)

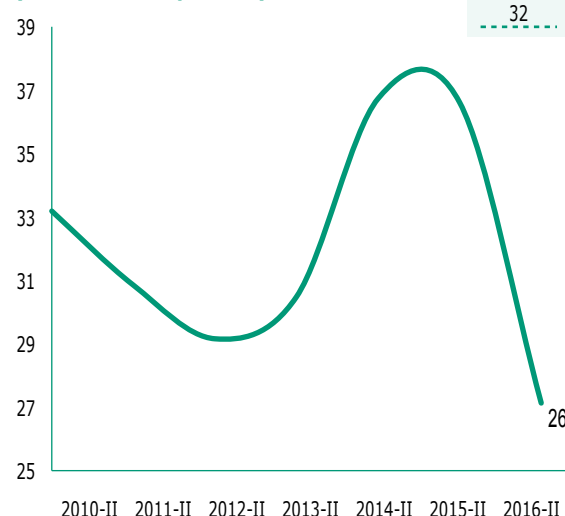
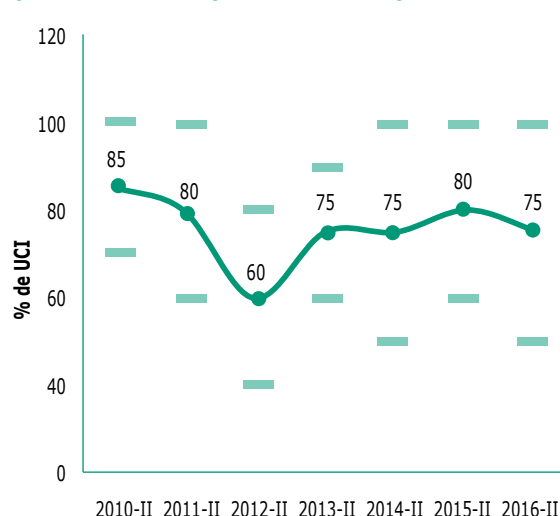


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (Promedio de las Pymes industriales)



2015-II. Asimismo, el 17% de las Pymes manufactureras encuestadas reportó haber contraído su nivel de producción. Esto hizo que el balance de respuestas equivaliera a 26, 6 puntos por debajo del promedio histórico de esta variable (ver gráfico 6). El gráfico 7 muestra que, en promedio, el 50% de las Pymes utilizaba el 75% de su Capacidad Instalada (UCI) en 2016-II, cifra inferior en 5 puntos porcentuales a la del segundo semestre de 2015 y 13 puntos porcentuales arriba de su promedio histórico (16).

La inversión en equipo y maquinaria aumentó en esta medición. El 34% de los encuestados afirmó haber incrementado la inversión en equipo y maquinaria, cifra superior en 9 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 (8% para 2015-II vs. 4% para 2016-II). En el gráfico 8 se puede observar el balance de respuestas, el cual tomó el valor de 29 en 2016-II, ubicándose 13 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 (55%) en 2016-II fue inferior a la proporción observada en 2015-II en 2 puntos porcentuales. Las Pymes manufactureras que observaron una reducción en sus costos de producción pasaron del 6% en 2015-II al 5% en

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

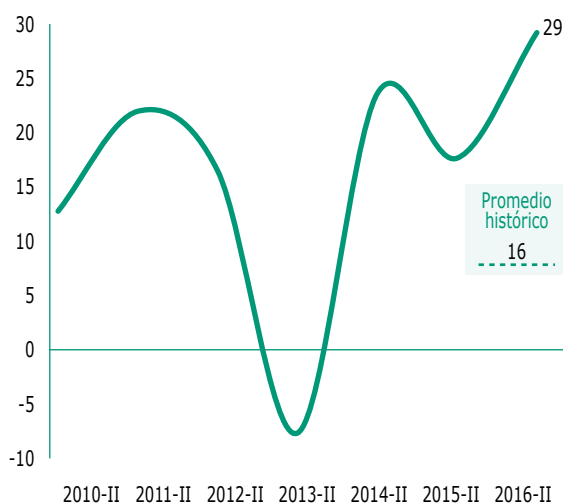


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

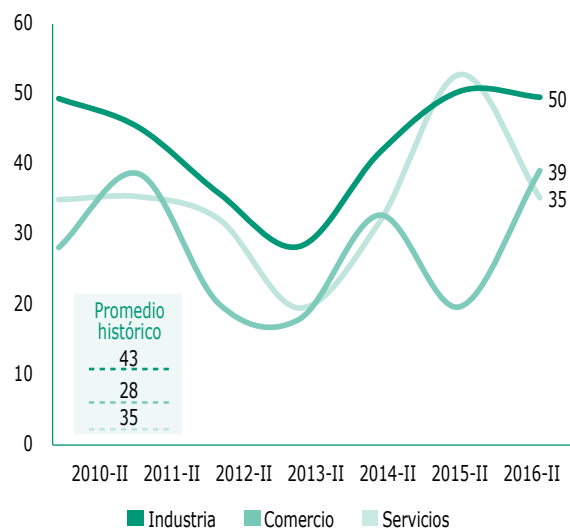


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

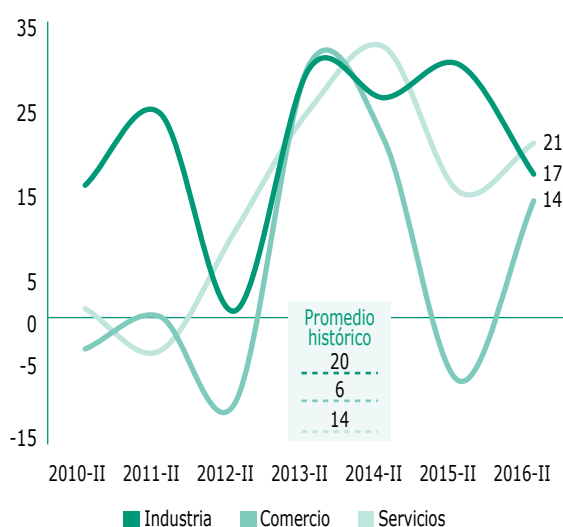
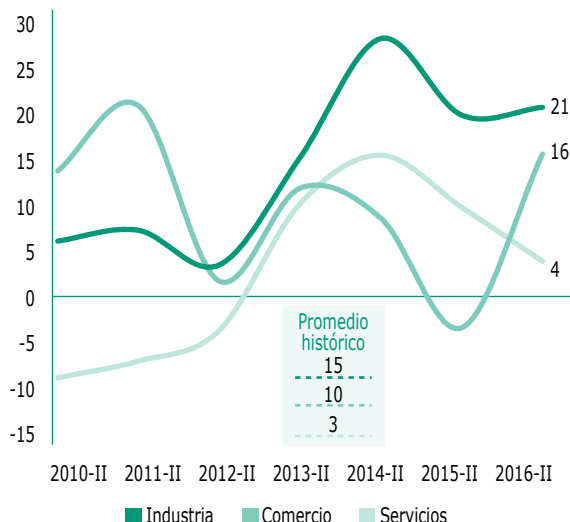


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)



2016-II. Esto hizo que el balance de respuestas disminuyera de 51 en 2015-II a 50 en 2016-II. Como lo muestra el gráfico 9, la tendencia a la baja de esta variable se mantiene para la ciudad de Cali.

Por su parte, la proporción de empresarios que reportaron aumentos en sus márgenes de ganancias disminuyó de forma considerable hacia el 35% (vs. 42% de 2015-II), mientras que la proporción de empresarios que manifestaron ver reducciones en sus márgenes creció del 12% en 2015-II al 18% en 2016-II. El gráfico 10 muestra que el balance de respuestas cayó en 13 puntos (de 30 en 2015-II a 17 en 2016-II).

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?

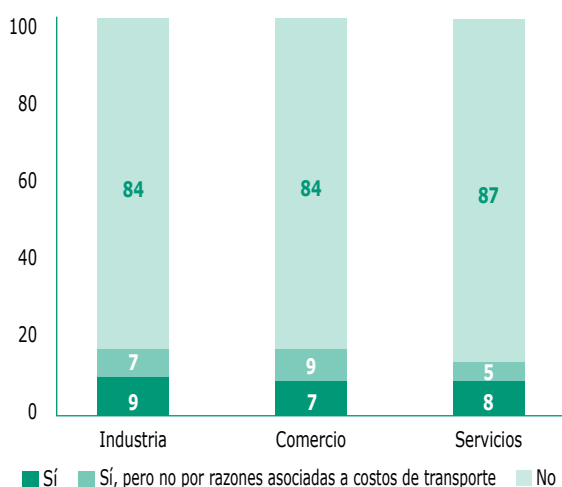
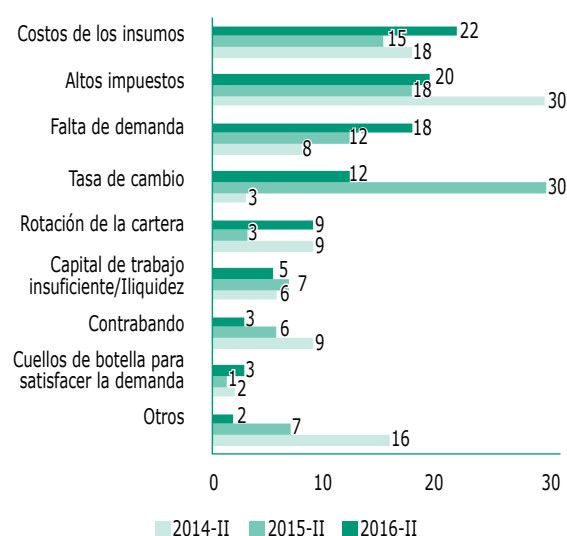


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



El empleo mostró variaciones que hicieron que el balance de respuestas aumentara en 1 punto (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 2016 fue idéntica al resultado de un año atrás. Además, se encontró que el porcentaje de empresas que redujeron su planta de personal pasó del 13% en 2015-II al 12% en 2016-II. Adicionalmente, el gráfico 12 muestra que más del 84% 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 16% 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 2016. A esto, el 22% respondió que el principal problema que afrontaron fueron los costos de los insumos. Los empresarios expresaron que en el segundo lugar del *ranking* estuvieron los altos impuestos, con un 20%; en tercer lugar, la falta de demanda (18%); y en cuarto lugar, la tasa de cambio (12%).

• 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 2016. El 38% de los empresarios Pyme comerciales de esta ciudad reportó haber experimentado mejoras en su situación económica general. Esta proporción es 3 puntos porcentuales inferior al dato para 2015-II. El 21% de los encuestados del sector experimentó una desmejora en su situación económica, porcentaje inferior al dato observado en 2015-II (28%). Por lo anterior, el balance de respuestas pasó de 13 en 2015-II a 17 en 2016-II, ubicándose 9 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 un incremento en la proporción de empresarios que percibieron aumentos en el volumen de ventas. Esta proporción fue del 39% durante el segundo semestre de 2015 y del 41% durante el mismo período de 2016. Como puede observarse en el gráfico 2, el balance de respuestas muestra un ascenso de 12 puntos en las ventas de las Pymes comerciales respecto a lo observado un año atrás, llegando a 22 en 2016-II. Asimismo, el gráfico 3 evidencia que la mayoría de las Pymes comerciales de la ciudad de Cali (80%) experimentó crecimientos de ventas entre el 0% y el 10%.

En materia de pedidos, los resultados reflejaron un repunte de la demanda de las Pymes de comercio en Cali en el segundo semestre de 2016. El porcentaje de empresarios que indicaron que los pedidos crecieron se mantuvo constante en el 38% de los encuestados durante 2015-2016. Por su parte, el porcentaje de empresarios que observaron una caída en esta variable pasó del 28% al 19% para el mismo período (ver gráfico 4). Lo anterior llevó a que el balance de respuestas se ubicara en 19 en el segundo semestre de 2016 (vs. 10 de 2015-II). Respecto al nivel de existencias de estas empresas, los empresarios afirmaron que estas fueron adecuadas en el 89% de los casos para 2016-II (ver gráfico 5). El principal cambio se observó en los inventarios insuficientes, los cuales cayeron 16 puntos porcentuales durante el último año (5% en 2016-II vs. 21% en 2015-II).

Para las Pymes comerciales caleñas, el comportamiento de los costos visto desde el balance de respuestas fue bastante desfavorable, ver gráfico 9. Este pasó de 25 en 2015-II a 39 en 2016-II como consecuencia de un importante aumento de la proporción de Pymes que experimentaron incrementos en sus costos de funcionamiento. El porcentaje de Pymes que reportaron un aumento en sus costos creció en 6 puntos porcentuales (44% en 2015-II vs. 51% en 2016-II), mientras que el porcentaje de Pymes que reportaron caídas en sus costos cayó en 13 puntos porcentuales (25% en 2015-II vs. 12% en 2016-II).

A diferencia del comportamiento de los costos, la percepción sobre los márgenes de ganancia mejoró, ya que respecto al año anterior la proporción de encuestados que reportaron percibir disminuciones de sus márgenes cayó significativamente. Este valor pasó del 32%

al 18% entre 2015-II y 2016-II. En el gráfico 10 se puede ver que el balance de respuestas aumentó de manera pronunciada, pasando de -7 en 2015-II a 14 en 2016-II.

Sobre el nivel de contratación de trabajadores, el panorama del sector comercial de Cali fue dinámico. La proporción de Pymes que incrementaron su planta de personal (28%) en el segundo semestre de 2016 fue superior al resultado del año anterior (15%). El 12% de estas empresas redujo el número de trabajadores en 2015-II, cifra inferior a la observada en 2015-II (19%). En términos del balance de respuestas, este aumentó en 19 puntos, pasando de -3 en 2015-II a 16 en 2016-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 16% de los casos. Así, y de acuerdo con el gráfico 12, el 84% de los comerciales no lo había analizado.

La proporción de Pymes comerciales caleñas que indicaron que su superficie de ventas aumentó fue del 30% en 2016-II, cifra superior en 5 puntos porcentuales al dato del año anterior. El porcentaje de quienes respondieron que esta variable había disminuido durante el período 2016-II (12%) disminuyó en 16 puntos porcentuales frente a lo encontrado un año atrás (28%). Lo anterior dio espacio para un incremento del balance de respuestas de 20 puntos, posicionándose en 18 en 2016-II (ver gráfico 14).

A diferencia del año anterior, las Pymes comerciales caleñas identificaron los altos impuestos como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (25% de los encuestados en 2016-II). La compe-

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

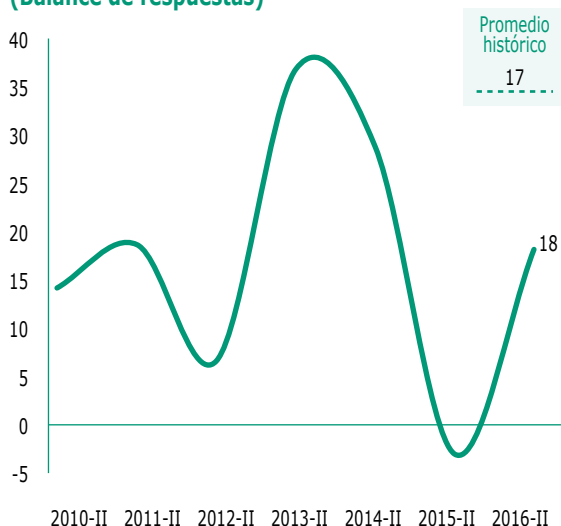
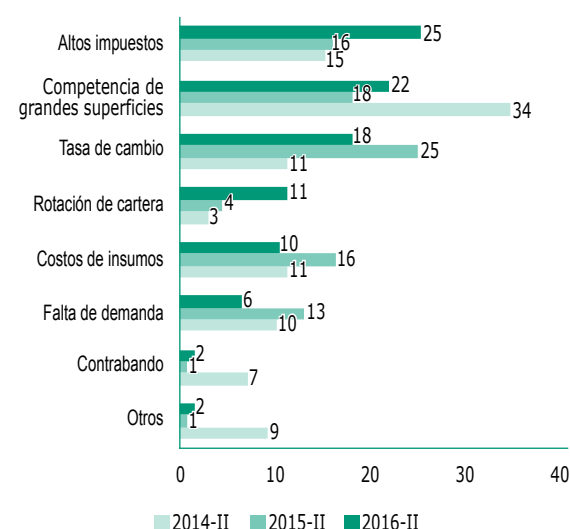


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



tencia con las grandes superficies se ubicó en el segundo lugar del *ranking*, con una participación del 22% de encuestados. El tercer lugar lo ocupó la tasa de cambio, con el 18% de respuestas, 7 puntos porcentuales por debajo de lo observado en la medición de 2015-II.

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Cali sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2016 fue más optimista que la observada en el sector comercial. Sin embargo, 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 y el balance de respuestas continuó mostrando una tendencia inferior a su promedio histórico (31). En efecto, el 46% de los encuestados de este sector reportó observar mejoras en su situación económica general en 2016-II, mientras que el 16% reportó experimentar desmejoras en su situación general, cifra superior en 2 puntos porcentuales a lo observado en 2015-II. De acuerdo con esto, el balance de respuestas se ubica en 30 puntos para 2016-II, 7 puntos por debajo del valor que tomó en el año anterior (ver gráfico 1).

Este optimismo moderado sobre la situación económica 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 26 en 2015-II a 21 en 2016-II. Esto tuvo que ver con una disminución en la proporción de empresarios que vieron aumentos en sus ventas (46% en 2015-II vs. 40% en 2016-II), al igual que una caída en la proporción de empresarios que reportaron que sus ventas disminuyeron (21% en 2015-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 2. En este sector, el crecimiento promedio anual de las ventas para más de la mitad de las Pymes (75%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3). Ahora bien, respecto al volumen de órdenes de servicio recibidas, el balance de respuestas pasó de 30 a 19 como consecuencia de un descenso en la proporción de empresarios que vieron que esta variable creció (45% en 2015-II al 39% en 2016-II) y un incremento en la proporción de empresarios que la vieron empeorar (15% en 2015-II al 20% en 2016-II).

La mayoría de las Pymes de servicios manifestó disminuciones en sus costos. De hecho, el 45% de los encuestados reportó haber sufrido un encarecimiento de sus costos de operación en el segundo semestre de 2016, cifra inferior en 13 puntos porcentuales

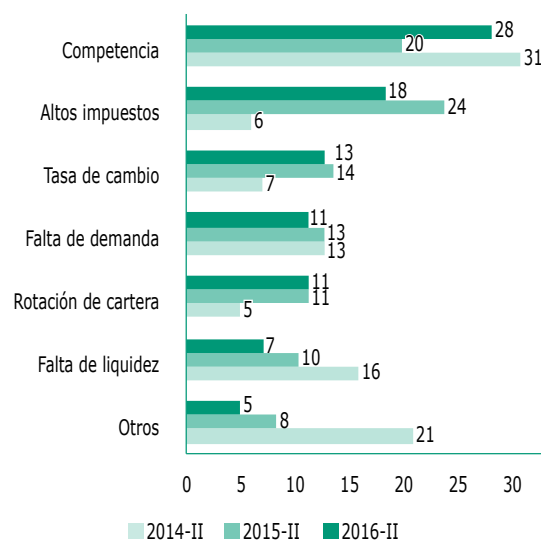
a la observada un año atrás (58%), ver gráfico 9. Todo esto hizo que el balance de respuestas pasara de 53 a 35 entre 2015-II y 2016-II.

El comportamiento de los márgenes respondió a la caída de los costos, ya que se observó un crecimiento de 6 puntos en el balance de respuestas de esta variable (ver gráfico 10). Lo anterior se debió a una disminución en la proporción de empresarios que afirmaron que estos márgenes se contrajeron (25% en 2015-II y 17% en 2016-II). De esta forma, el balance de respuestas se ubicó en 21 para el segundo semestre de 2016, cifra superior en 7 puntos a su valor histórico.

El 67% de los empresarios Pyme de servicios de Cali mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2016, el 14% la redujo y el 18% contrató trabajadores nuevos. En el segundo semestre de 2015 estos porcentajes alcanzaron valores del 72%, el 9% y el 19%, respectivamente. En general, se puede afirmar que hubo una disminución en las plantas de personal, ya que el balance de respuestas pasó de 10 a 4 para el período entre 2015-II y 2016-II (ver gráfico 11). Por otro lado, el 87% de los empresarios del sector encuestados respondió que no había pensado o realizado una relocalización geográfica de 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 sus actividades fue la competencia (28%) en el segundo semestre de 2016. En segundo lugar, los empresarios identificaron los altos impuestos (18%); en tercer lugar, la tasa de cambio (13%); y, en cuarto lugar, la falta de demanda (11%).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

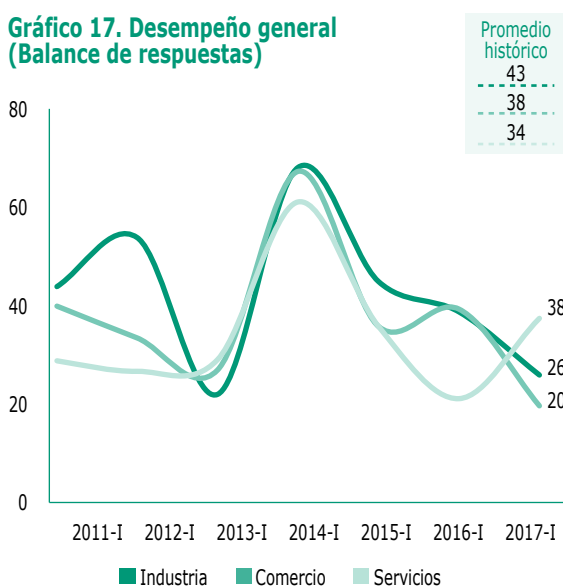
Primer semestre de 2017

• Sector industria

El 39% de los empresarios industriales Pyme de Cali encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017, cifra bastante inferior a la del período anterior (53%), ver gráfico 17. Para esta

medición se observó estabilidad en la proporción de empresarios con expectativas negativas sobre el desempeño de sus empresas. Esta proporción pasó de alcanzar el 14% de las respuestas en 2016-I al 13% en 2017-I. Esto llevó a una reducción en el balance de respuestas de 13 puntos, ubicándose en 26 puntos para 2017-I (vs. 39 en 2016-I), mostrando un deterioro de las expectativas de los empresarios Pyme del sector industrial.

Gráfico 17. Desempeño general
(Balance de respuestas)



Por su parte, las expectativas de las Pymes caleñas del sector se deterioraron respecto al nivel de producción industrial, pues el 49% del empresariado Pyme industrial esperaba que su producción aumentara en 2017-I, cifra 3 puntos porcentuales inferior a la registrada en 2016-I. Además, la proporción de quienes esperaban disminuciones se mantuvo alrededor del 17% entre 2016-I y 2017-I (ver gráfico 18). En consecuencia, el balance de respuestas tuvo una caída de 35 puntos en 2016-I a 32 puntos en 2017-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 2017-I. El 47% de los en-

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

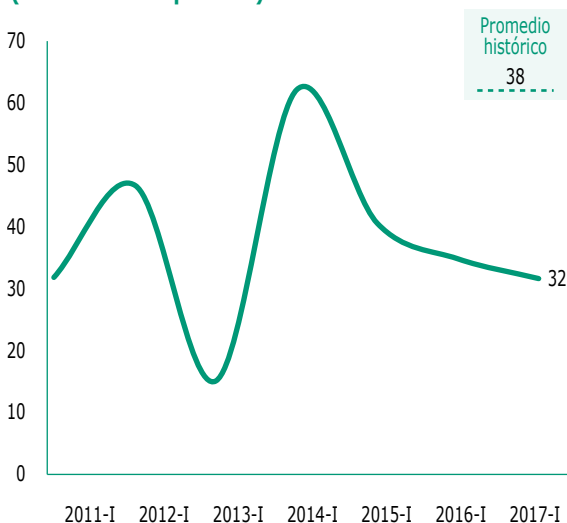
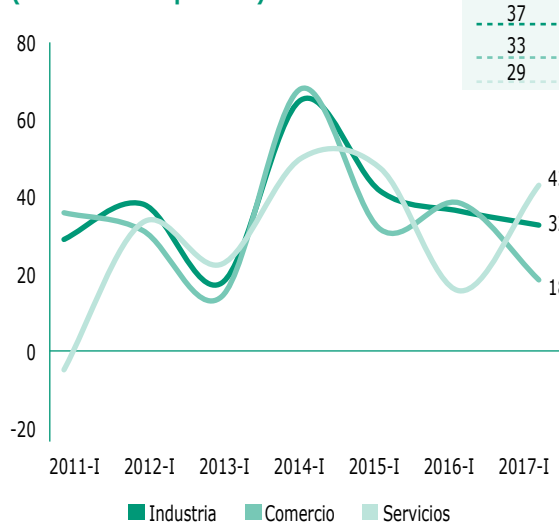


Gráfico 19. Expectativas de pedidos
(Balance de respuestas)



cuestados esperaba que los pedidos aumentaran, cifra inferior en 5 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. De la misma forma, el 15% de estos empresarios esperaba que la dinámica de pedidos se deteriorara, proporción inferior en 1 punto porcentual a lo observado en el período anterior. Esto hizo que el balance de respuestas se redujera de 36 puntos observados en 2016-I a 32 puntos para 2017-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 12% de los empresarios encuestados manifestó que su nivel de inversión caería (vs. el 13% registrado en 2016-I). Adicionalmente, el 42% de los industriales esperaba que la inversión aumentara en 2017-I, mientras que en la medición anterior fue del 40%. Finalmente, el balance de respuestas para la inversión en maquinaria y equipo fue de 30, dato similar al observado durante el año anterior (27).

• Sector comercio

El 34% de las Pymes comerciales de la capital vallecaucana esperaba que el desempeño general de sus empresas fuera favorable en el primer semestre de 2017, inferior al 49% en 2016-I. Por su parte, el 14% de las Pymes esperaba un comportamiento desfavorable para 2017-I, cifra 4 puntos porcentuales superior a lo registrado en 2016-I. Así, el gráfico 17 muestra una caída en el balance de respuestas

coherente con la tendencia más pesimista en la percepción sobre la situación económica general para 2017-I. Para esta medición, el balance de respuestas toma un valor de 20, ubicándose 18 puntos por debajo de su promedio histórico.

Por otra parte, las Pymes comerciales esperaban una marcada merma en los niveles de pedidos, pues la proporción de los que esperaban un aumento cayó del 47% para 2016-I al 34% para 2017-I. Por su parte, un 16% de las Pymes comerciales de la ciudad esperaba que los pedidos disminuyeran, cifra superior en 7 puntos porcentuales a la reportada el año anterior, por lo cual el balance de respuestas se ubicó en 18 puntos, es decir 15 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 19).

El porcentaje de comerciantes que esperaban que el volumen de ventas aumentara pasó del 48% en 2016-I al 35% en 2017-I. Asimismo, la proporción de empresarios que esperaban ver una reducción en esta variable pasó del 11% en 2016-I al 16% en 2017-I. Por lo tanto, el balance de respuestas bajó de 37 en 2016-I a 19 para 2017-I (ver gráfico 21).

• Sector servicios

El 46% de los empresarios Pyme de servicios de Cali manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2017 sería favorable, cifra superior en 5 puntos porcentuales a la reportada un año atrás (41%). Asimismo, los empresarios

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

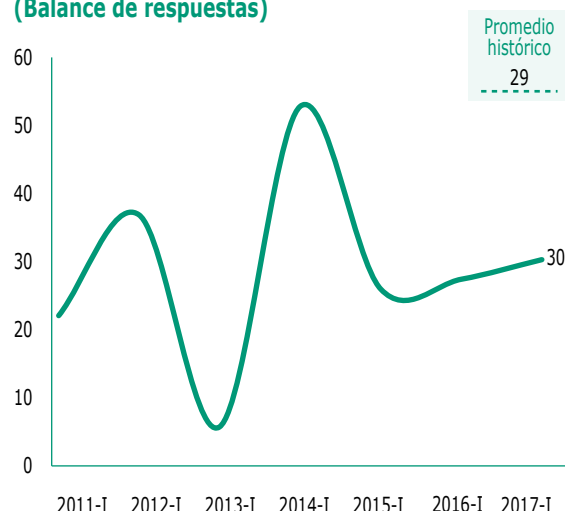
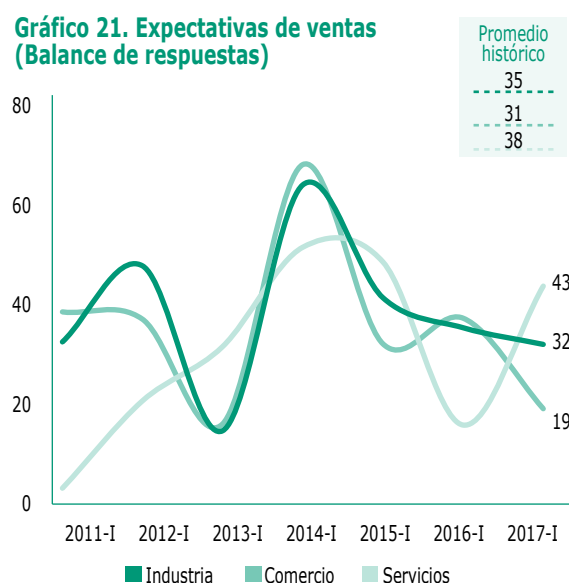


Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



que consideraban que la situación económica de sus empresas empeoraría pasó del 19% observado para 2016-I al 8% para 2017-I. Ambos hechos se ven reflejados en el incremento del balance de respuestas, el cual pasó de 22 puntos para 2016-I a 38 puntos para 2017-I (ver gráfico 17).

Las expectativas sobre la evolución futura del nivel de pedidos mostraron que el 53% de los encuestados esperaba que estos aumentaran (vs. 38% de 2016-I). Asimismo, se presentó una disminución en el porcentaje de empresarios que pensaban que sus pedidos se reducirían en 2017-I (11%), 12 puntos porcentuales por debajo de lo registrado un año atrás. Lo anterior hace que el balance de respuestas

aumente considerablemente, ya que, como lo muestra el gráfico 19, este pasa de 15 en 2016-I a 43 en 2017-I, posicionándose 16 puntos por encima de su promedio histórico.

El porcentaje de empresas Pyme prestadoras de servicios en Cali que esperaban que el volumen de ventas se elevara aumentó significativamente del 38% en 2016-I al 54% en 2017-I. Y al haber una disminución de 11 puntos porcentuales en la proporción de empresas que esperaban que el volumen de ventas disminuyera en 2017, el balance de respuestas volvió a presentar una tendencia al alza y pasó de 16 puntos en 2016-I a 43 puntos para 2017-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 2016 con respecto al segundo semestre de 2015. En efecto, estos porcentajes alcanzaron un 32% en el caso de la industria, un 34% en el caso del sector comercio y un 28% en servicios, mientras que un año atrás esta proporción llegaba al 45% en industria, al 27% en comercio y al 34% en servicios (ver gráfico 22).

Respecto a las tasas de aprobación, estas aumentaron para los tres macrosectores. Los porcentajes

fueron del 97% para industria y del 95% para comercio y servicios en 2016-II, frente a un 84% en industria, un 87% comercio y un 91% en servicios para 2015-II, ver gráfico 23. Respecto al promedio histórico para cada macrosector, el dato observado en 2016-II se ubica por encima de su promedio histórico en 7 puntos porcentuales en industria, 1 en comercio y en línea con su promedio en el caso de servicios.

Para las empresas Pyme industriales, el plazo preferido fue el crédito a mediano plazo que representó el 45% de los encuestados en 2016-II, 15 puntos porcentuales por debajo del registro de 2015-II. En

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

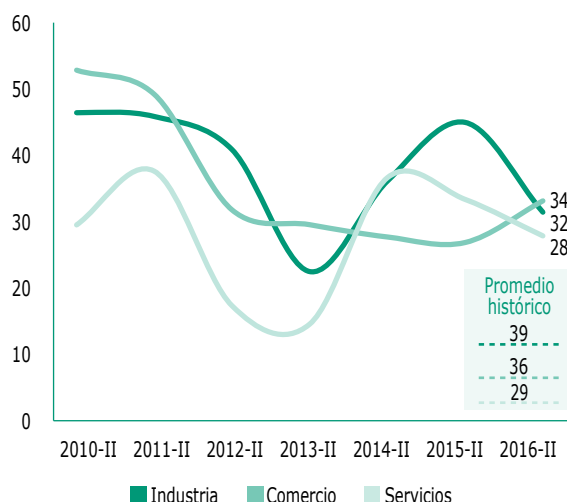
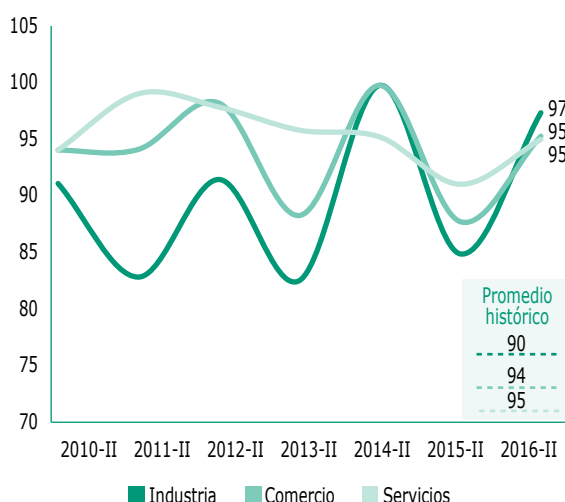


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



segundo lugar estuvo la financiación de largo plazo, con un 31% de las respuestas. Para el sector comercio de Cali se dio una preponderancia a los créditos de mediano plazo (43% en 2016-II), seguidos por el corto plazo (35%). En servicios, el mediano plazo continuó siendo el preferido al contar con el 45% de los encuestados, y el largo plazo se ubicó en el segundo lugar con el 32% (ver gráfico 25).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme caleña el mediano plazo fue el más utilizado, aunque disminuyendo respecto al año anterior (42% en 2016-II vs. 58% en

2015-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 45%, seguido por el largo plazo con un 34% del total (ver gráfico 24).

Para el segundo semestre de 2016, el porcentaje de satisfacción con respecto al monto del crédito obtenido por parte de las Pymes caleñas de los tres macrosectores fue superior al 85% (el 89% en industria, el 93% en comercio y el 97% en servicios). Un año atrás, estos porcentajes fueron del 82%, el 100% y el 97%, respectivamente (ver gráfico 26).

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

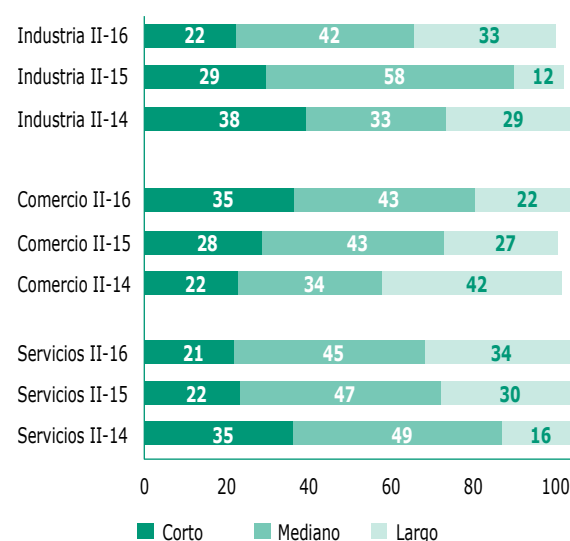
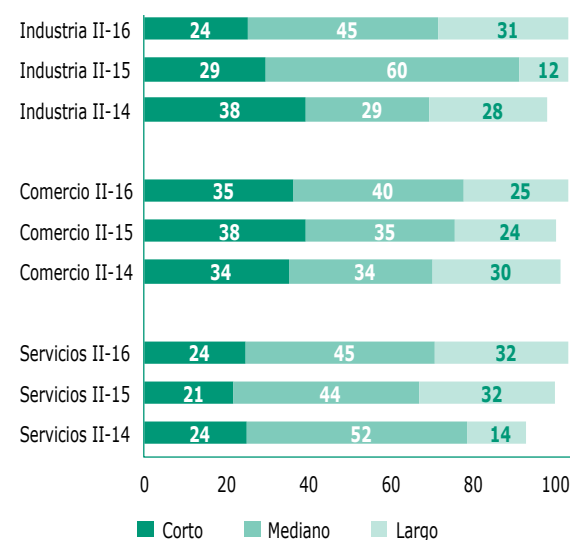
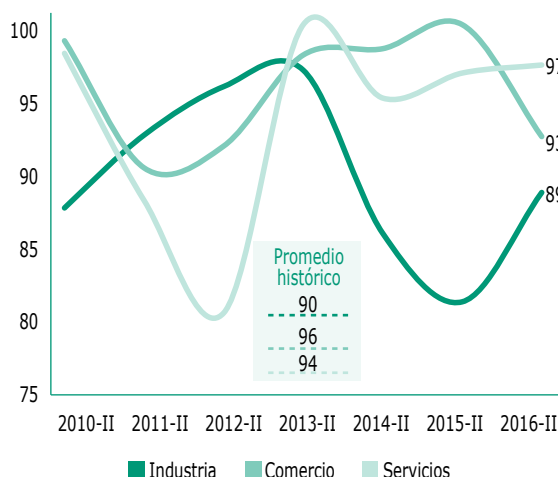


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



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 comercio y servicios en Cali fue hasta DTF+4 puntos (un 50% en comercio y un 84% en servicios) durante el segundo semestre de 2016. El rango de tasa más común recibido por los empresarios del sector industrial fue de entre DTF+4 y DTF+8 puntos (42% de los encuestados). Los niveles de satisfacción sobre la tasa de interés mostraron estabilidad, registrando valores similares a los observados en la medición anterior (ver gráfico 30). Más de la mitad de los encuestados para cada uno de los tres sectores analizados consideró que la tasa de interés fue apropiada (65% industria, 72% comercio y 65% servicios).

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



Los recursos solicitados por las Pymes caleñas al sistema financiero se destinaron principalmente para capital de trabajo, con porcentajes del 82% de las respuestas en industria, el 65% en comercio y el 53% en servicios (ver gráfico 31). En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo para las empresas de industria (14%) y servicios (21%), y para las empresas comerciales este lugar lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones (18%).

Al preguntar a los encuestados sobre el acceso a fuentes alternativas de financiación, el 34% de los empresarios de industria, el 30% de los de comercio y el 37% de los de servicios afirmaron no acceder a

ninguna fuente alternativa en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 32). En cuanto al resto de los encuestados que sí accedieron a estas fuentes, la principal de ellas para los tres sectores fueron los recursos propios (22% en industria, 27% en comercio y 28% en servicios). El tercer puesto en el *ranking* para los tres macrosectores lo ocuparon los proveedores (23% en industria, 23% en comercio y 21% 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

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

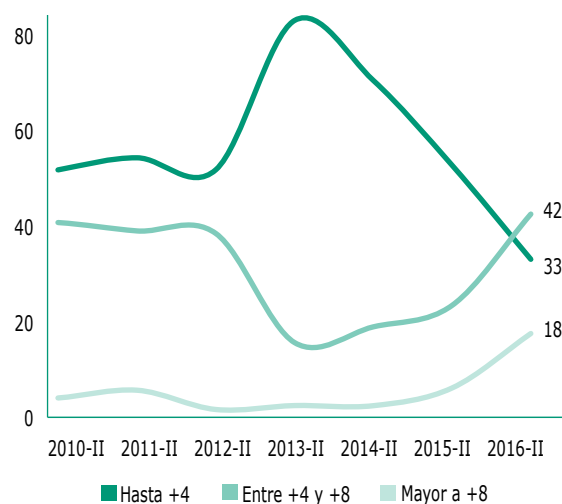


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

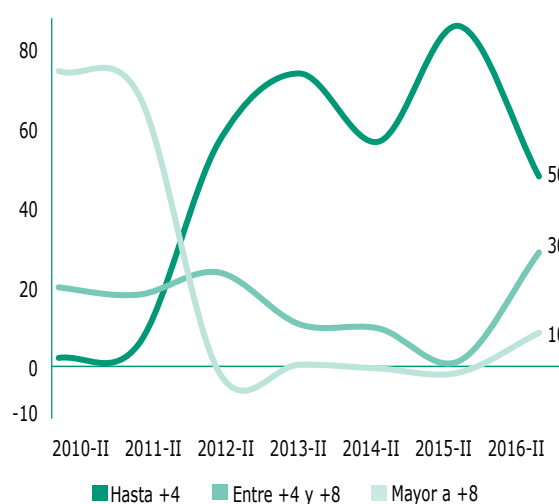


Gráfico 29. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

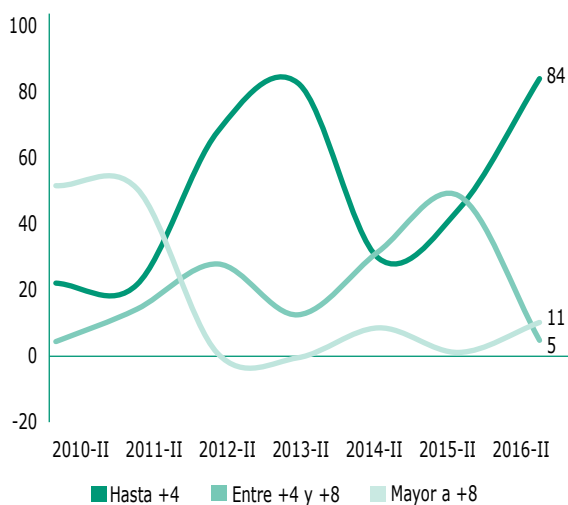


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

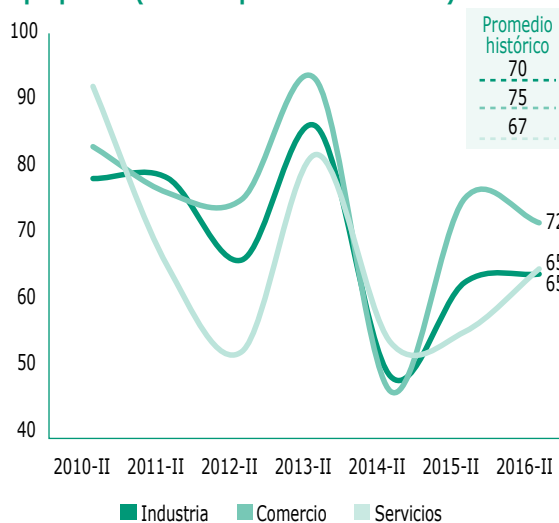


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

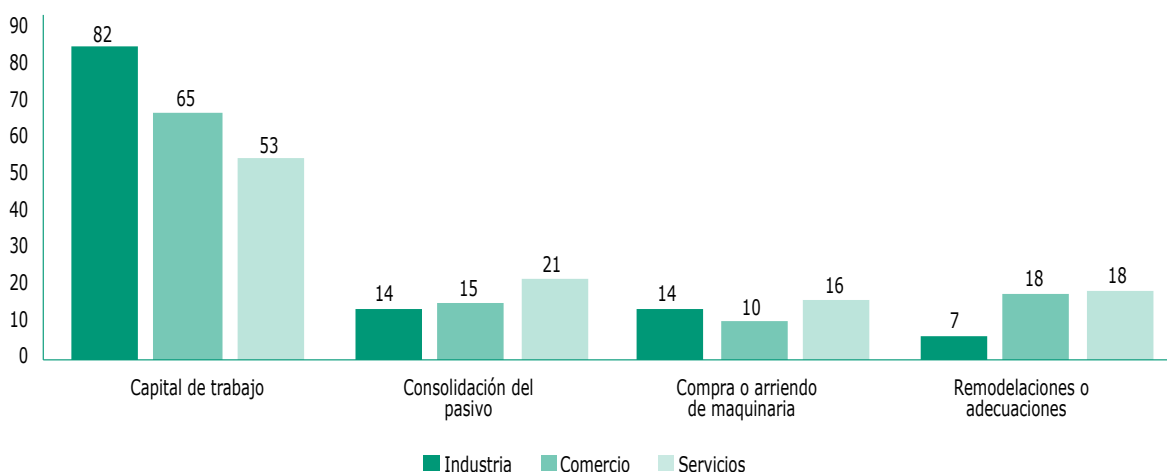


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

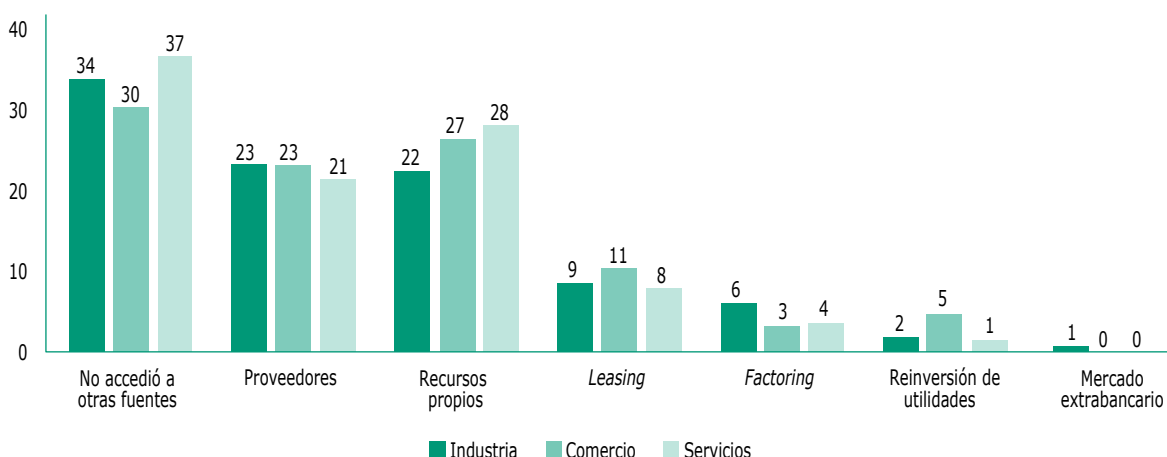
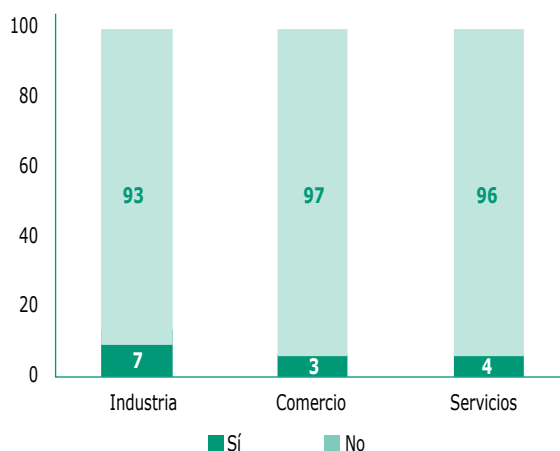


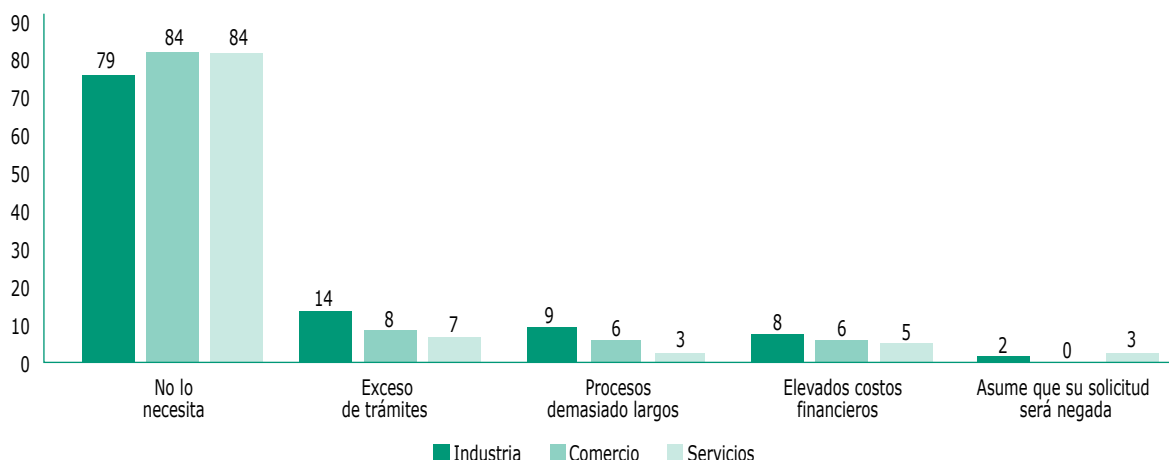
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



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 (93% industria, 97% comercio y 96% 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 2016, en la mayoría de los casos estas respondieron que no lo necesitaban (79% industria, 84% comercio y 84% servicios). La segunda razón para no solicitar crédito al sistema financiero fueron los excesos de trámites, con una proporción del 14% de industria, el 8% de comercio y el 7% de las empresas de servicios encuestadas. Por su parte, entre un 3%-9% de los encuestados considera que el proceso de solicitud de crédito es demasiado largo, razón por la cual desisten de solicitarlo (ver gráfico 34).

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

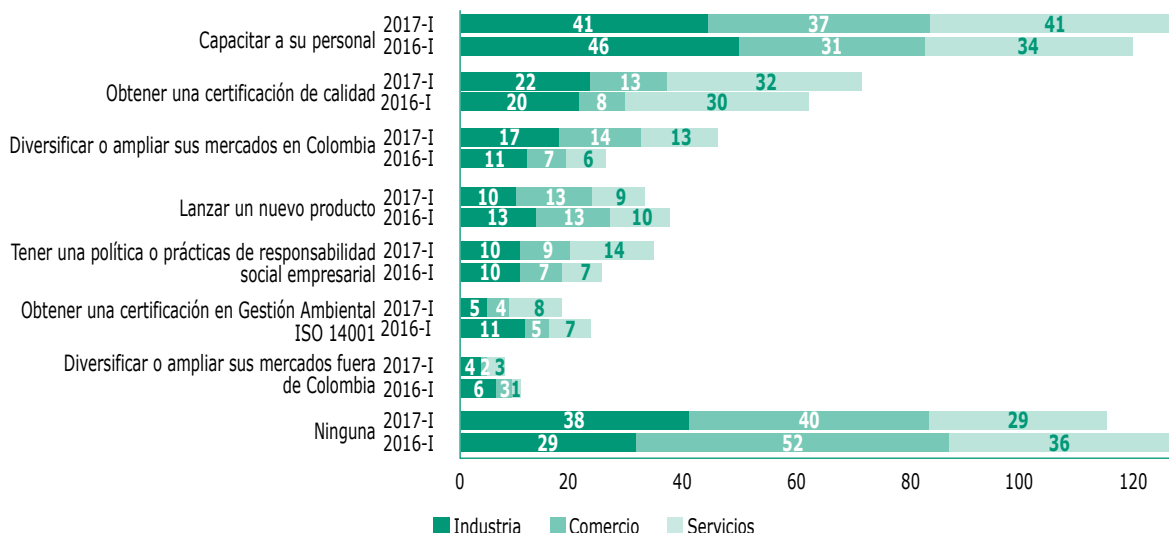


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes caleñas en 2017-I fue capacitar al personal: un 41% del total de empresarios en industria, un 37% en comercio y un 41% en servicios. Por su parte, como segunda medida de mejoramiento, el 22% de las Pymes industriales y el 32% de servicios tomaron acciones encaminadas a obtener una certificación de calidad, mientras que el 14% de las Pymes comerciales enfocó sus esfuerzos en diver-

sificar o ampliar sus mercados en Colombia. La tercera acción de mejoramiento que tomaron los empresarios industriales y de servicios fue diversificar o ampliar mercados en el país, con un 17% de las respuestas de los industriales y un 13% por parte de las firmas de servicios. Por su parte, la tercera respuesta para el sector comercial fue la obtención de una certificación de calidad (13%) y lanzar un nuevo producto (13%).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

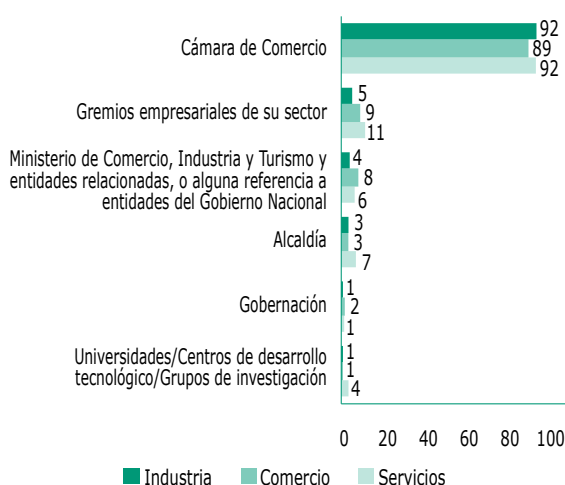


Se resalta que el porcentaje de empresas industriales que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2017 aumentó respecto a la medición de 2016-I. Mientras que en 2016-I se encontró que el 29% de estas Pymes no tomó acciones encaminadas al mejoramiento del desempeño de sus empresas, para 2017-I este porcentaje alcanzó el 32%.

En contraste, las empresas comerciales y de servicios que no realizaron ninguna acción de mejoramiento disminuyeron en el mismo lapso de tiempo. En efecto, en el primer semestre de 2017 las Pymes comerciales que no realizaron mejoras productivas llegó al 40% (vs. 52% en 2016-I) y las empresas de servicios alcanzaron el 29% frente al 36% registrado en 2016, ver gráfico 35.

— Capital social y formación de precios —

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital del Valle si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (92% industria, 89% comercio y 92% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios Pyme caleños con: i) los gremios empresariales de su sector (5% en industria, 9% en comercio y 11% en servicios); ii) el Ministerio de

Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

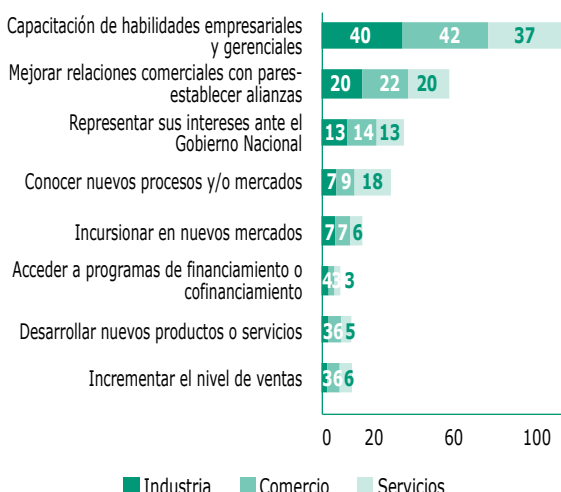


Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

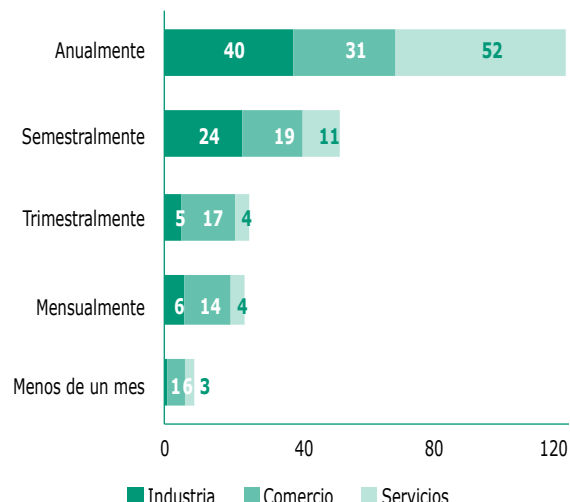


Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

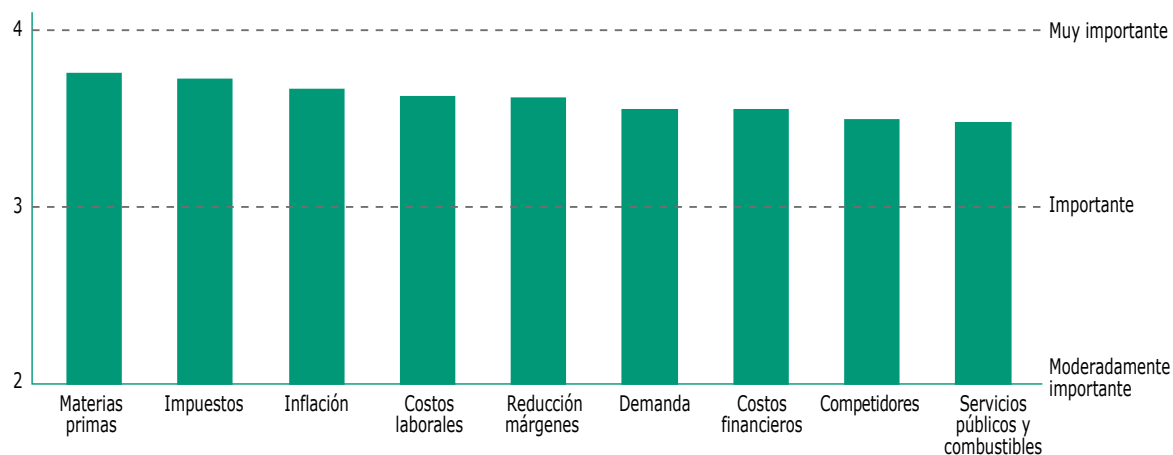


Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

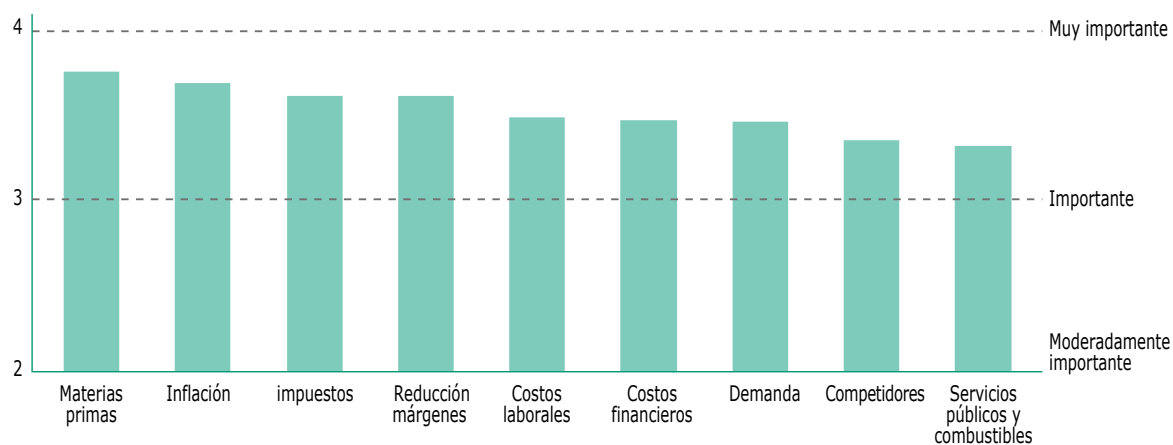
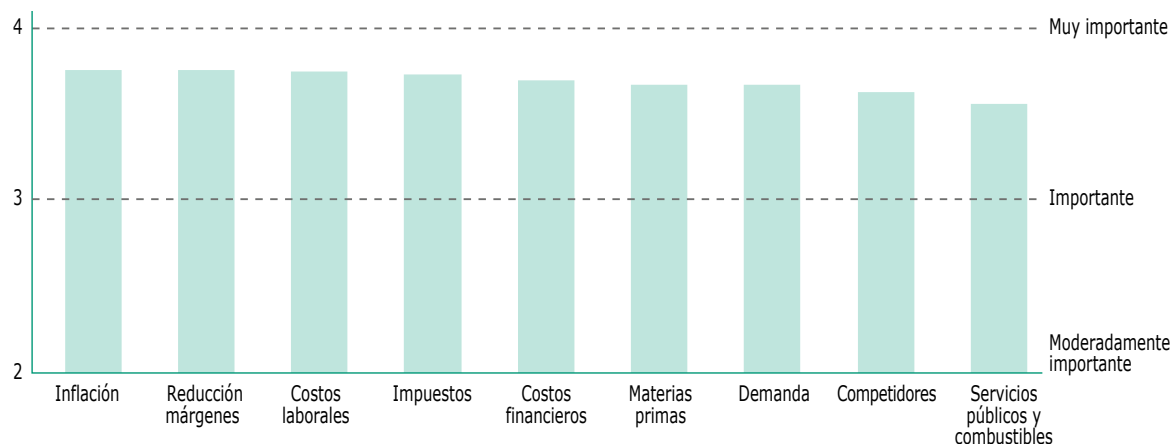


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del gobierno (4% en industria, 8% en comercio y 6% en servicios); iii) la Alcaldía (3% en industria, 3% en comercio y 7% en servicios); iv) Gobernación (1% en industria, 2% en comercio y 1% en servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (1% en industria, 1% en comercio y 4% en servicios), ver gráfico 36.

Adicionalmente, se indagó con los empresarios de la ciudad de Cali cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (40% en industria, 42% en comercio y 37% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (20% en industria, 22% en comercio y 20% en servicios); ii) representar sus intereses frente al Gobierno Nacional (13% en industria, 14% en comercio y 13% en servicios); iii) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (7% en industria, 9% en comercio y 18% en servicios); iv) incursionar en nuevos mercados (7% en industria, 7% en comercio y 6% en servicios); v) acceder a programas de financiamiento o cofinanciamiento (4% en industria, 3% en comercio y 3% en servicios); vi) desarrollar nuevos productos o servicios (3% en industria, 6% en comercio y 5% en servicios); y vii) incrementar el nivel de ventas (3% en industria, 6% en comercio y 6% en servicios), ver gráfico 37.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes caleñas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (40%

en industria, 31% en comercio y 52% en servicios). Asimismo, se observó que el 24% de los empresarios industriales, el 19% de los comerciales y el 11% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, un 5% de los industriales, un 17% de los comerciantes y un 4% de las firmas de servicios actualizaban sus precios trimestralmente. Mientras que menos de un 15% lo hacía de forma mensual (6% en industria, 14% en comercio y 4% en servicios). Por último, menos del 1% de los encuestados industriales, el 6% de los comerciales y el 3% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. Para las empresas industriales, los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos laborales, los competidores, la reducción de márgenes, la demanda, los costos financieros y los costos de los servicios públicos y combustibles fueron catalogados como importantes (ver gráfico 39). Por su parte, para el sector comercial, los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos laborales, los costos financieros y la demanda fueron categorizados como importantes. Mientras que la competencia y los costos de los servicios públicos y combustibles fueron categorizados como modernamente importantes. Por último, el sector de servicios consideró que todas las categorías presentadas eran importantes para establecer sus precios de venta (ver gráficos 40 y 41).

De forma específica, en el caso de las Pymes industriales y de comercio, el principal factor para la formación de los precios es el costo de las materias primas. En cambio, en el caso de las Pymes de servicios, el principal factor es la inflación.

Comercio exterior

En el área de comercio exterior se identificó una reducción del mercado externo para las Pymes manufactureras caleñas. En efecto, el 78% de las Pymes del sector industrial no exportó en el segundo semestre de 2016, cifra superior a la del año anterior, la cual alcanzó el 69% de las empresas (ver gráfico 42). Adicionalmente, en 2016-II, el 6% de las Pymes industriales aumentó el volumen de exportaciones con respecto al semestre anterior, cifra inferior en 7 pun-

tos porcentuales a la observada en 2015-II. El alcance de las Pymes de servicios en el área de exportaciones resultó significativamente inferior al de las Pymes industriales, ya que el 94% de las Pymes de servicios no exportó en 2016-II.

En esta edición de la Encuesta se preguntó a los empresarios las razones por las 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 (39% de los entrevistados), la segunda razón por la cual no están exportando es porque a pesar de su interés no saben cómo hacerlo (27%), y la tercera porque consideran muy riesgoso salir a mercados internacionales (21%). Por su parte, en el sector servicios el 60% de los encuestados no exporta ya que no saben cómo hacerlo a pesar de estar interesados, mientras un 27% manifiesta no estar interesado en exportar (ver gráfico 43). Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y allí el 49% de los empresarios industria-

les respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 50% también tiene planes de internacionalización, ver gráfico 44.

Las expectativas sobre el volumen de exportación mostraron un comportamiento menos optimista al observado en 2016-I por parte de los empresarios de industria. El 7% de las Pymes industriales caleñas esperaba que sus exportaciones aumentaran en el primer semestre de 2017, cifra inferior a la del año anterior (19%). Por su parte, el 4% del empresariado de servicios esperaba que sus exportaciones aumentaran en 2017-I, cifra su-

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

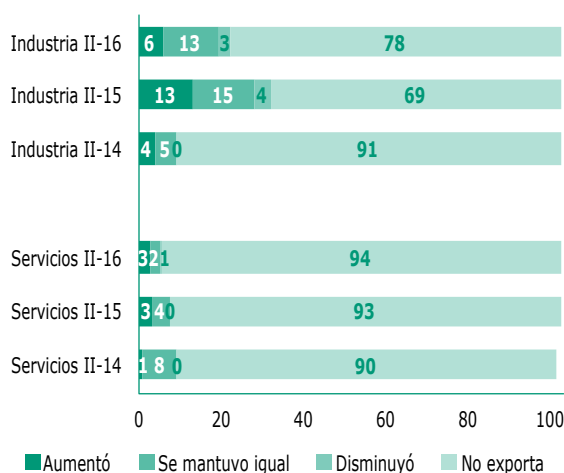


Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

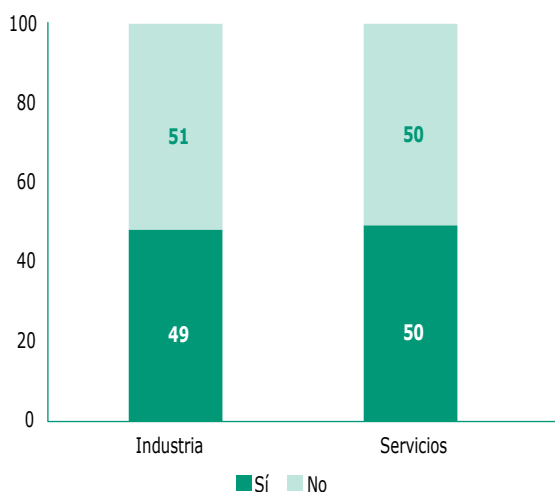
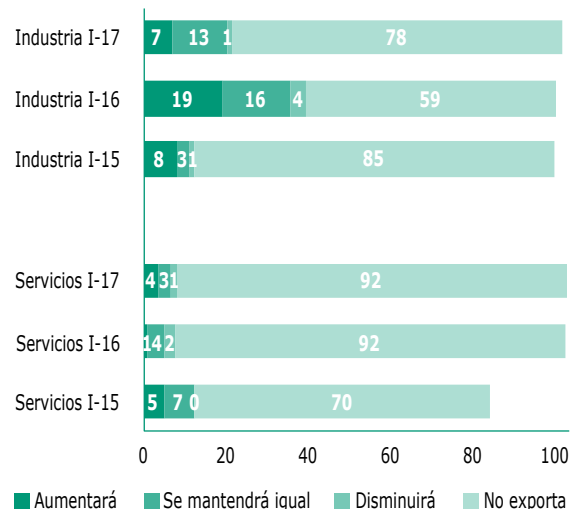


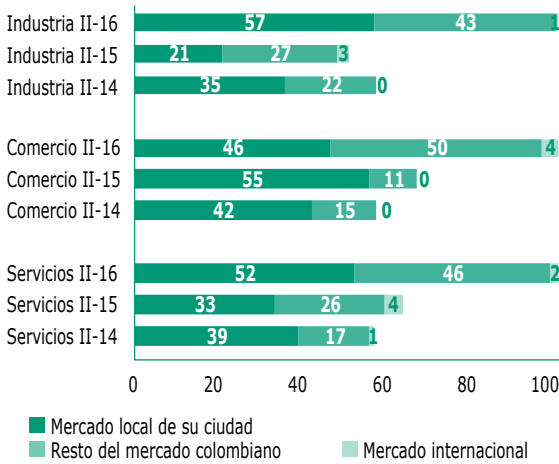
Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



perior a la registrada el año anterior (1%). Al observar el gráfico 45 puede verse que la proporción de Pymes industriales que exportarían disminuiría del 41% observado para 2016-I al 22% para el primer semestre de 2017.

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 2016. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 46% y el 57% de las ventas estaba definido para el mercado local, entre el 43% y el 50% estaba destinado para el mercado del resto del país, y menos del 3% estaba destinado al mercado extranjero (ver gráfico 46).

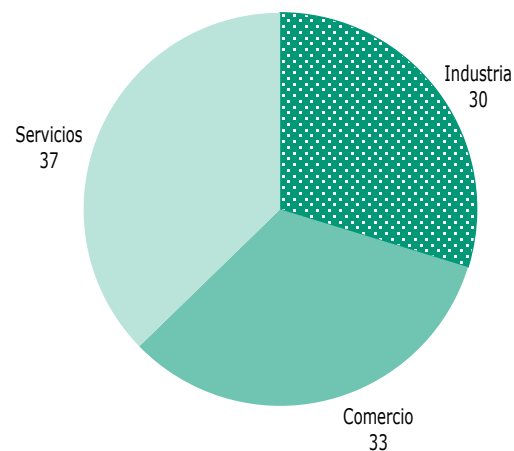
Gráfico 46. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Cundinamarca

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2016

Los resultados de la tercera medición de la Gran Encuesta Pyme para el departamento de Cundinamarca mostraron que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores consideró que el desempeño de la actividad económica de sus empresas desmejoró durante el segundo semestre de 2016. En efecto, como lo muestra el gráfico 1 (sección Cundinamarca), la proporción de los encuestados del sector industrial que afirmaron que su situación económica desmejoró se redujo hacia el 45% en 2016-II (vs. el 50% un año atrás).

Por su parte, gran parte (44%) de los empresarios del sector de comercio consideró que el desempeño económico se mantuvo igual durante 2016-II, mientras que en 2015-II esta proporción equivalió al 49% de los encuestados. Por el contrario, la mayor proporción de empresarios del sector servicios manifestó que el desempeño económico general de sus empresas empeoró en 2016-II, incluso incrementándose dicha proporción del 20% en 2015-II al 36% en 2016-II.

En línea con lo anterior, en el comportamiento de las ventas, las percepciones resultaron ser menos optimistas que las observadas en la anterior medición. El 39% de las Pymes industriales reportó aumentos en sus ventas durante 2016-II, frente al

52% que se registró en 2015-II. Asimismo, las empresas Pyme de servicios que tuvieron una percepción positiva en sus ventas fue del 32% de sus encuestados (vs. 29% de 2015-II), mientras que para las comerciales fue del 43% (vs. 44% de 2015-II). Cabe destacar cómo en el sector de servicios se presentó un aumento en las percepciones negativas. La proporción de encuestados que reportaron una disminución en sus ventas pasó del 23% en 2015-II al 35% en 2016-II (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 12% de industriales, un 11% de comerciantes y un 8% de empresarios de servicios reportaron que sus ventas crecieron más del 20% promedio anual en el segundo semestre de 2016.

De forma similar, gran parte de las Pymes de industria y servicios de Cundinamarca reportó que el volumen de pedidos se mantuvo igual para el período 2015-2016. En efecto, un 46% de los empresarios industriales dijo haber experimentado un comportamiento constante en esta variable (vs. 38% de 2015-II), mientras que un 38% de los encuestados consideró que los pedidos aumentaron y solo un 17% consideró que disminuyeron. De las Pymes de servicios, el 31% reportó aumentos en el volumen

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

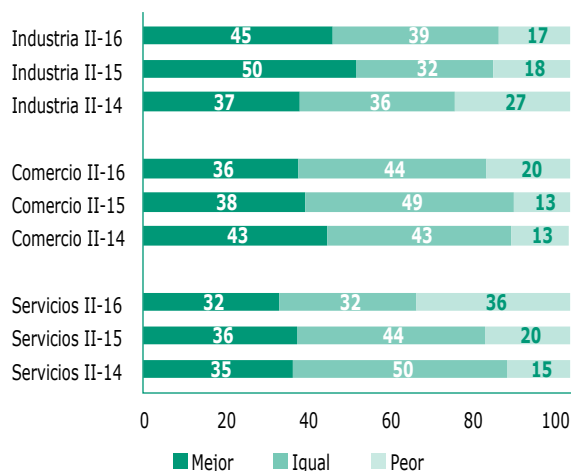
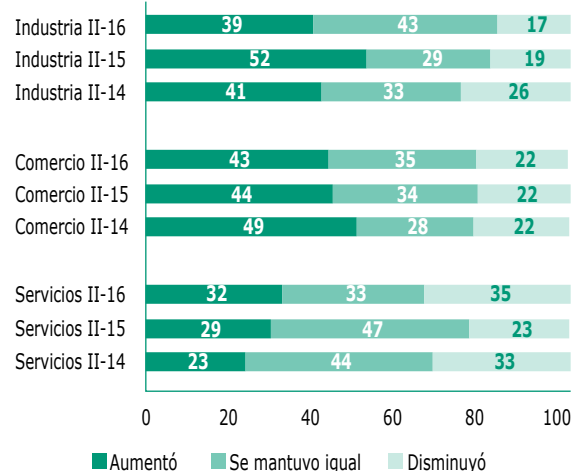


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



de pedidos recibidos, el 39% dijo que se mantuvieron estables y el 30% que se redujeron. Por su parte, las Pymes comerciales que afirmaron que los volúmenes de pedidos aumentaron (42%) superaron a aquellas que consideraron que permanecieron constantes (33%) o disminuyeron (24%). No obstante, las percepciones negativas de los comerciales de Cundinamarca subieron del 16% en 2015-II al 24% en 2016-II (ver gráfico 4).

En cuanto al nivel de existencias, el 87% de las Pymes industriales y el 91% de las de comercio afirmaron que este nivel fue adecuado durante

el segundo semestre de 2016. Este dato se incrementó con respecto al período 2015-II para ambos sectores, pues para la industria la cifra aumentó en 5 puntos porcentuales, mientras que en el comercio se presentó una subida de 8 puntos porcentuales (ver gráfico 5). Por su parte, el porcentaje de encuestados que no contaron con existencias suficientes disminuyó (5% en 2016-II vs. 11% en 2015-II en industria y 4% en 2016-II vs. 14% en 2015-II en comercio).

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 38% dijo que este había au-

Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):

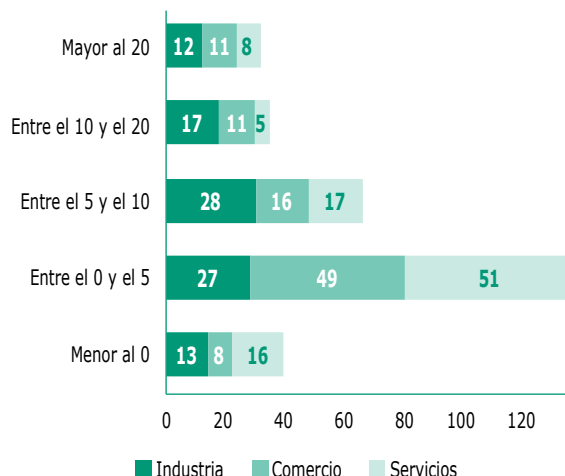


Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%):

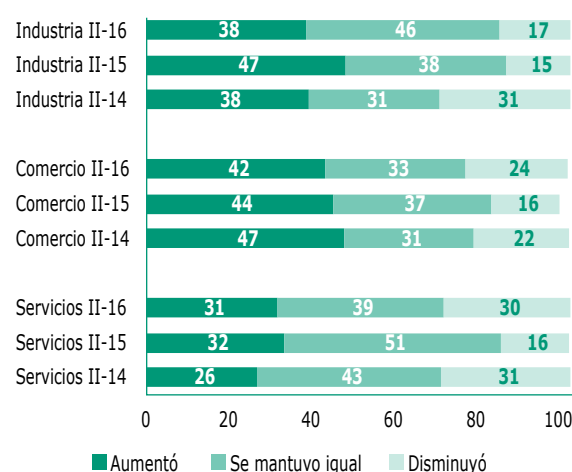


Gráfico 5. Existencias (%)

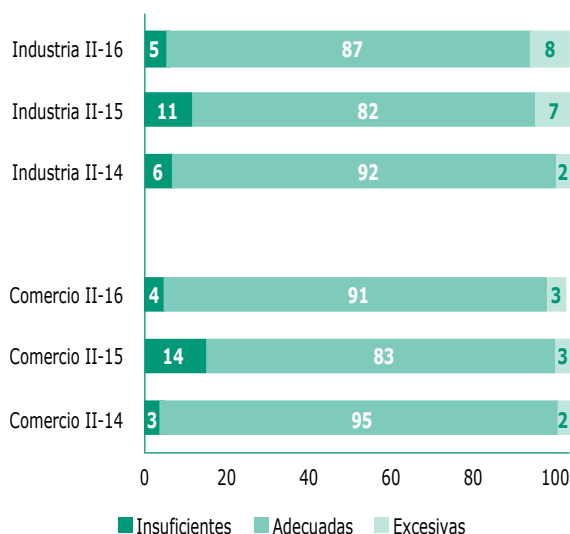
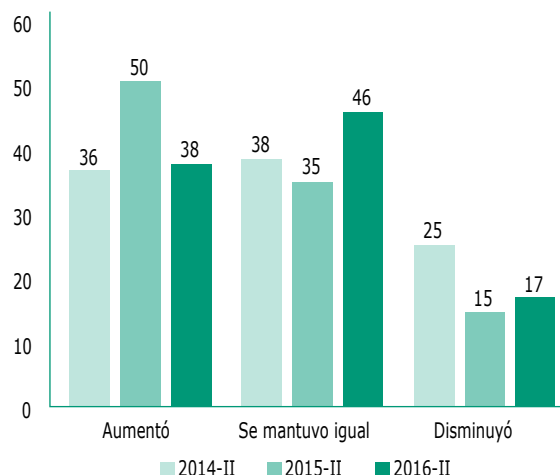


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%):



mentado (frente al 50% observado un año atrás). Entre tanto, el 46% de estas empresas afirmó que este nivel se había mantenido igual (frente al 35% en 2015-II) y solo el 17% dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2016 (frente al 15% en 2015-II), ver gráfico 6. Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 77% 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 segundo semestre de 2016, el 73% afirmó que la mantuvo constante, el 21% que la incrementó y únicamente el 5% la redujo durante ese período. Con respecto al año anterior, se observa que la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión disminuyó en -6 puntos porcentuales, al igual que la proporción que la disminuyó (-3 puntos porcentuales), mientras que los empresarios que afirmaron mantener constante la inversión subieron en +8 puntos porcentuales (ver gráfico 8).

El gráfico 9 muestra que para gran parte de las Pymes de los tres macrosectores, los costos de los

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

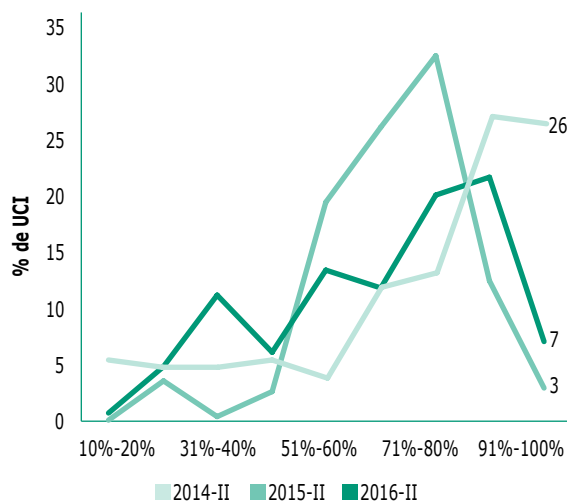


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

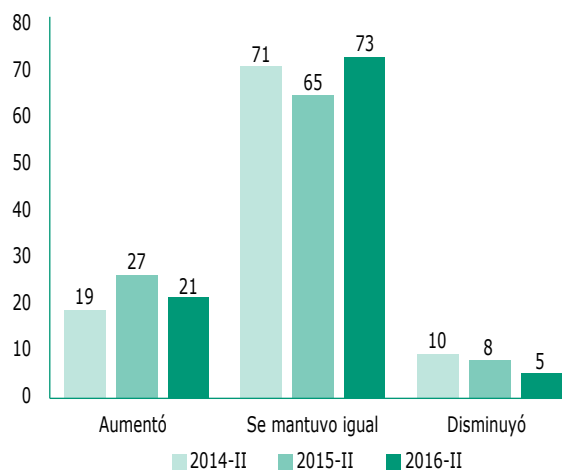


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

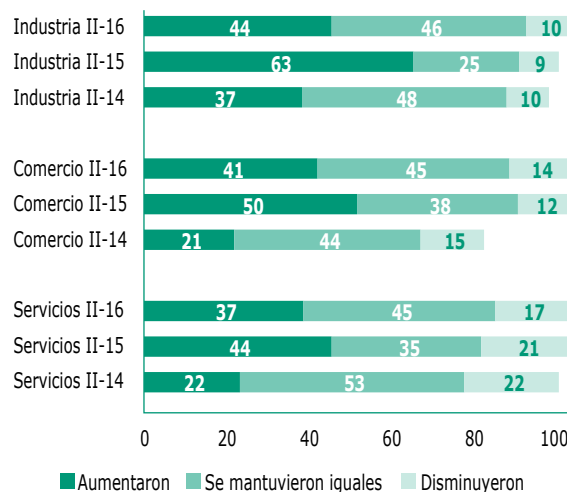
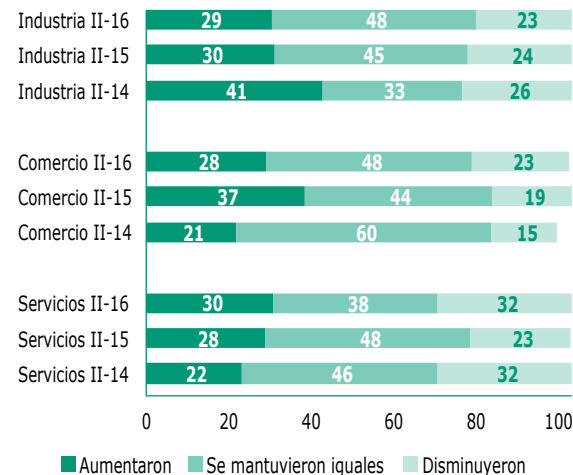


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



insumos se mantuvieron estables en 2016-II. Así, el 46% de las Pymes industriales, y el 45% de las comerciales y de servicios reportaron que sus costos se mantuvieron constantes frente al semestre anterior. Estas cifras son superiores a las reportadas en 2015-II, cuando los costos se mantuvieron para el 25% de los industriales, el 38% de los comerciantes y el 35% de los empresarios de servicios. Por su parte, el 44% de los empresarios del sector de industria, el 41% de los de comercio y el 37% de los de servicios consideraron que los costos de sus insumos se incrementaron durante 2016-II, mientras que el 10% de los encuestados industriales, el 14%

de comerciales y el 17% de servicios reportaron caídas en sus costos durante 2016-II.

Al preguntarles a las Pymes de Cundinamarca por los márgenes de sus empresas, se encontró que una parte importante de los encuestados afirmó que estos se mantuvieron constantes. En efecto, el 48% de las Pymes industriales y comerciales, y el 38% de las de servicios respondieron que sus márgenes fueron estables en 2016-II frente al semestre anterior. Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes estuvo en promedio entre el 23% y el 32%. Por otro lado, el porcentaje de empresarios que señalaron aumentos en los márgenes estuvo entre el 28% y el 30% (ver gráfico 10).

En Cundinamarca, 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 66% de los encuestados del sector de industria, al 70% de los de comercio y al 63% de los de servicios afirmó que su planta de personal se mantuvo constante, cifras muy similares a las del año anterior. Por su parte, el porcentaje de empresarios que reportaron incrementos en su planta de personal decreció en -2 puntos porcentuales en industria y comercio, y en -11 puntos porcentuales en servicios, frente a lo observado en 2015-II. Por su parte, en el sector de servicios se observó un incremento en la participación de encuestados que redujeron su plan-

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

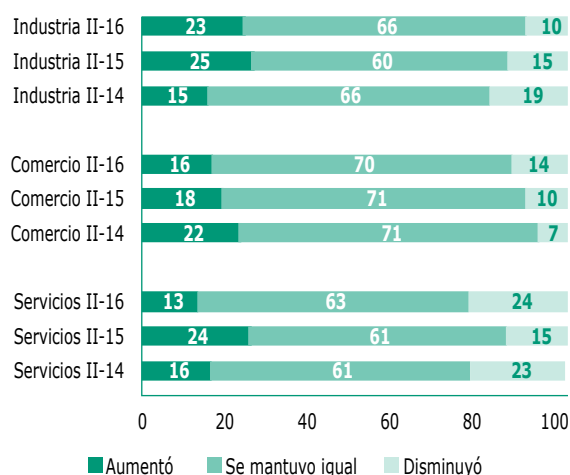


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

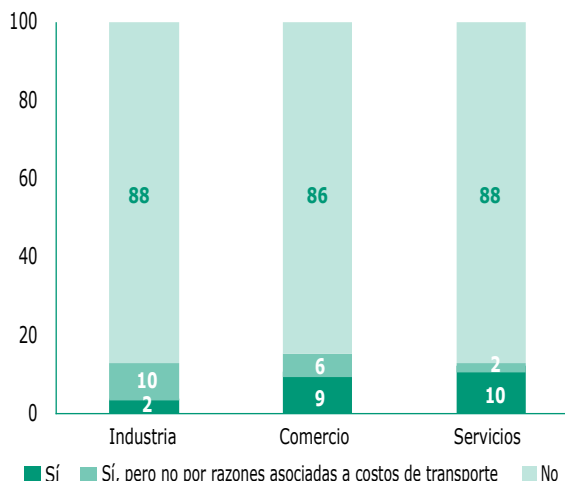
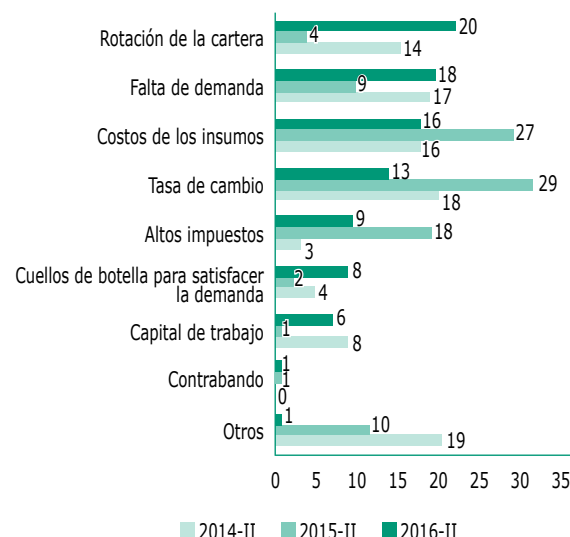


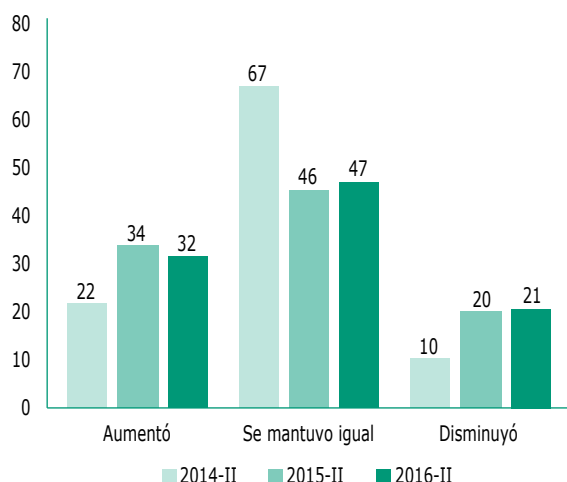
Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



ta hacia niveles del 24% (+9 puntos porcentuales vs. lo observado 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 2016. Solo un 2% en industria, un 9% en comercio y un 10% en servicios consideró una relocalización para reducir los costos de transporte. Esto contrasta con un menor porcentaje que consideró cambiar su locación, pero por razones distintas al transporte (10% industria, 6% comercio y 2% servicios).

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



Para los empresarios industriales el principal problema al que se enfrenta el sector es la rotación de cartera, con una participación del 20% de las respuestas de los encuestados. Como consecuencia de la desaceleración de la economía, este problema ha aumentado en +16 puntos porcentuales desde la medición anterior. Relacionada con el problema anterior se encuentra la falta de demanda, con un 18% (frente al 9% reportado en 2015-II). A dichos problemas les siguen los costos de los insumos, con un 16% (frente al 27% de 2016-II), ver gráfico 13.

Durante el segundo semestre de 2016, la superficie de ventas de las Pymes comerciales mostró un comportamiento estable (47% 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 tuvo un leve descenso (un 32% en 2016-II frente al 34% en 2015-II).

Por su parte, el problema de más relevancia para los comerciantes es la falta de demanda (21% en 2016-II), creciendo significativamente en importancia desde la última medición (15% en 2015-II). A este le siguieron la tasa de cambio (13%) y los altos impuestos (13%), ver gráfico 15. En cuanto a las Pymes de servicios, estas reportaron que el principal problema durante el segundo semestre de 2016 también fue la falta de demanda (23%), seguida por los altos impuestos (16%) y la competencia (12%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

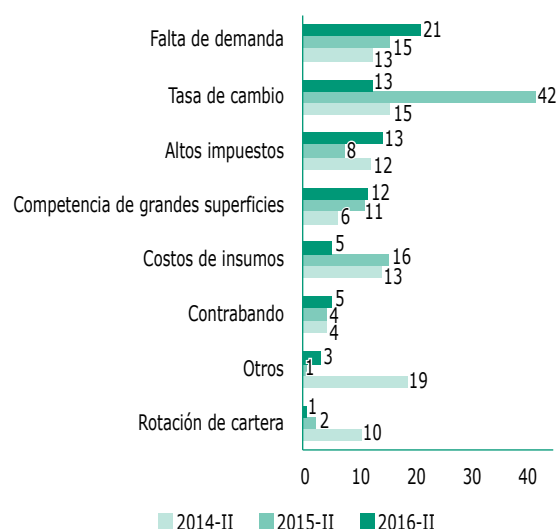
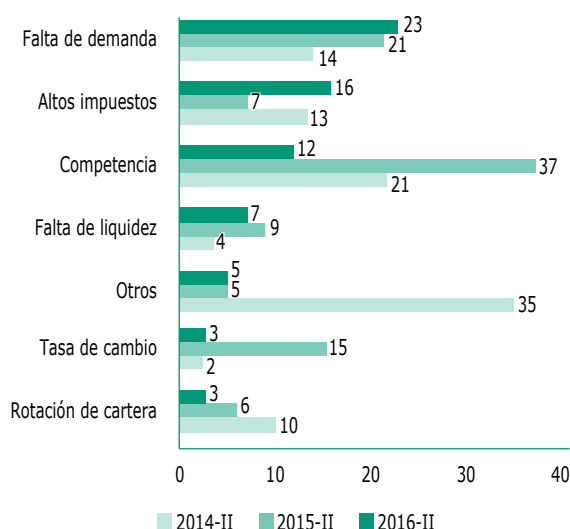


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2017

Las perspectivas para el primer semestre de 2017 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 2017-I, el gráfico 17 muestra que el 32% de los empresarios industriales, el 26% de los empresarios de comercio y el 33% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2017. Por su

parte, una porción importante de los encuestados esperaba que su situación económica se mantuviera igual en el primer semestre de 2017 (36% en industria, 33% en 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 17% de las Pymes industriales, el 22% de las Pymes comerciales y el 13% de las de servicios no sabían qué pasaría durante 2017-I. En cuanto a los encuestados que pensaban que la situación sería desfavorable, el porcentaje en los tres macrosectores también fue considerable (14% en industria, 20% en comercio y 16% en servicios).

Gráfico 17. Desempeño general (%)

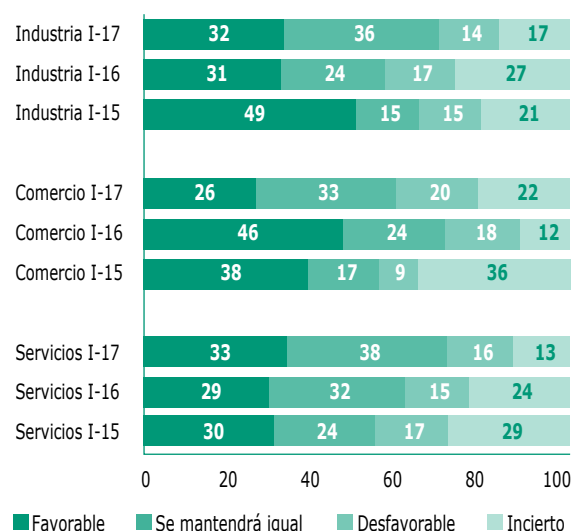


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

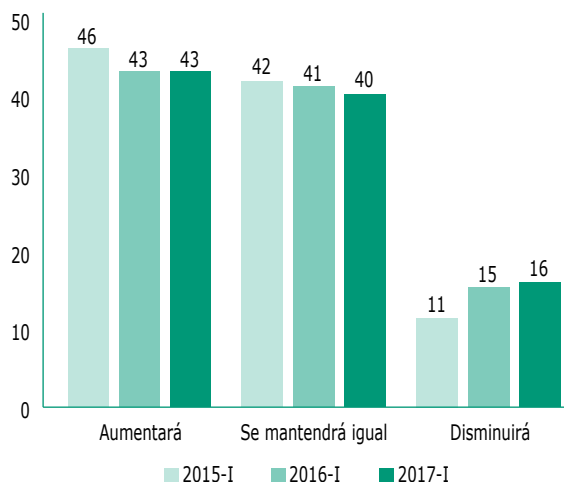


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

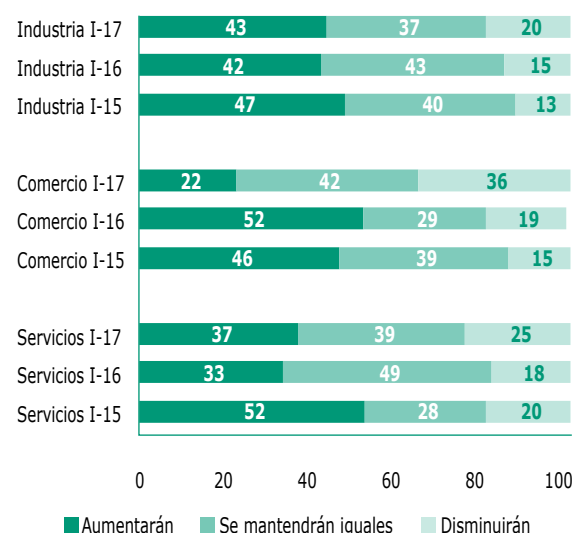
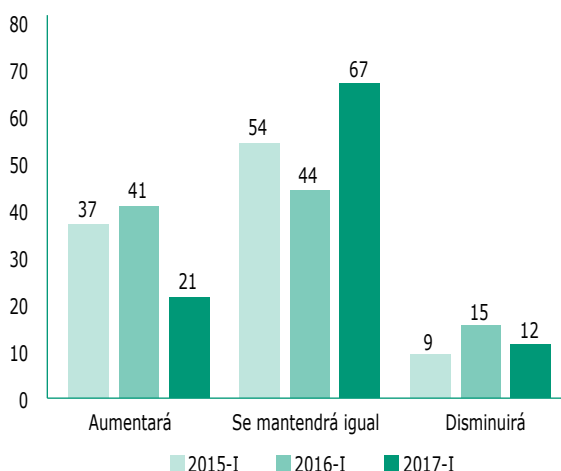


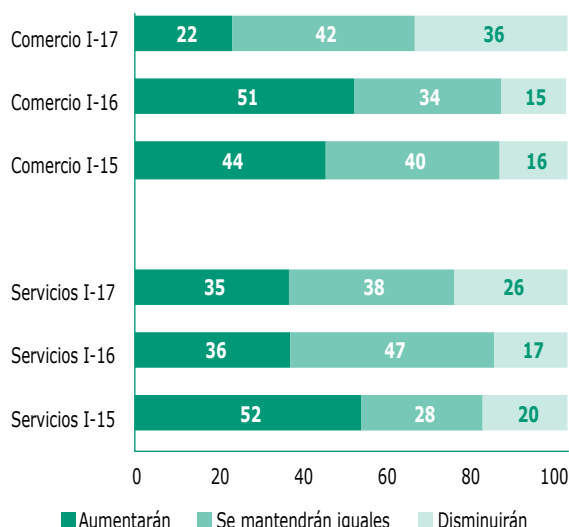
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)



Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 21% de las Pymes industriales esperaba un incremento en la inversión. Por su parte, el 67% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 12% esperaba una caída en esta variable durante 2017-I (ver gráfico 20).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector de comercio y el de servicios mostraron

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



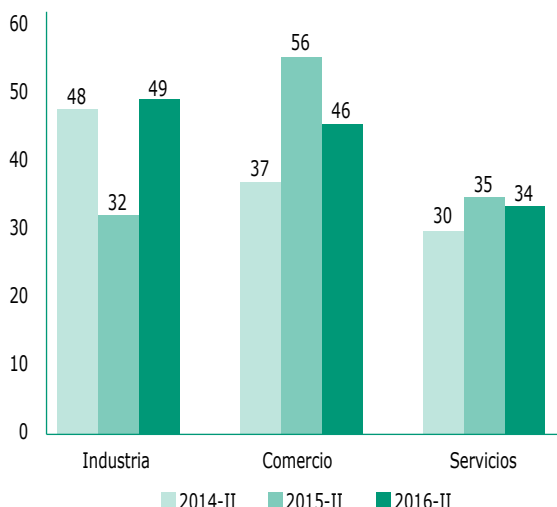
ser menos optimistas que en 2016 (ver gráfico 21). En efecto, solo el 22% de las Pymes comerciales y el 35% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2017 (vs. el 51% de comercio y el 36% de servicios en 2016-I). Asimismo, el 42% en comercio y el 38% en servicios pensaban que las ventas se mantendrían iguales en 2017-I, y el 36% y el 26% 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 49% de las Pymes industriales de Cundinamarca, el 46% de las comerciales y el 34% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2016-II. De estas, al 91% de los empresarios del sector de industria, al 96% de los de comercio y al 100% de los de servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 23).

En cuanto al plazo de los créditos, una proporción importante de las Pymes de industria (42%) optó por solicitar créditos a mediano plazo (entre 1 y 3 años), mientras que la mitad de las Pymes de comercio (41%) prefirió solicitar créditos a corto plazo (menor a 1 año). Por su lado, gran parte de las Pymes de servicios optó por los créditos de largo plazo (38%). 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 encues-

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



tados del sector de industria (42%) se le aprobaron créditos a mediano plazo, mientras que a la mayor proporción de encuestados del sector comercio se le aprobaron créditos a corto plazo (41%). Asimismo, a la mayoría de los empresarios del sector servicios se le aprobaron créditos de largo plazo (38%).

En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 97% de los empresarios de industria, y el 96% de los de comercio y servicios dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 26). Todo lo anterior refleja una armonía entre el sector real y el sistema financiero del departamento en esta variable.

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 27 muestra que el 56% de los empresarios industriales recibió tasas de hasta DTF+4, mientras que el 36% recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8, y el 8% recibió tasas mayores a DTF+8. Por otro lado, en el sector comercial, el 44% de los empresarios recibió préstamos a una tasa menor a DTF+4, el 35% accedió a créditos con tasas entre DTF+4 y DTF+8, mientras que solo un 4% recibió tasas mayores a DTF+8. En el sector de servicios, la distribución de tasas fue del 49%, el 21% y el 13%, respectivamente.

La satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron se observa en el gráfico

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

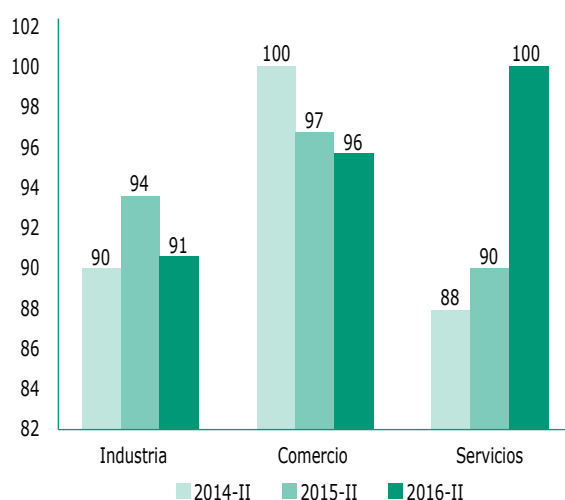


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

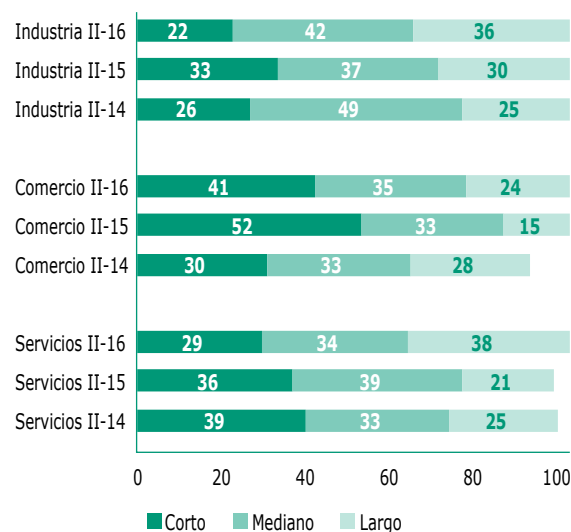


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

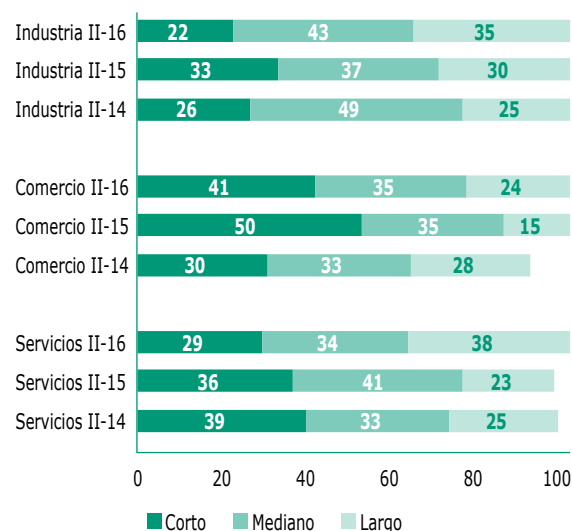
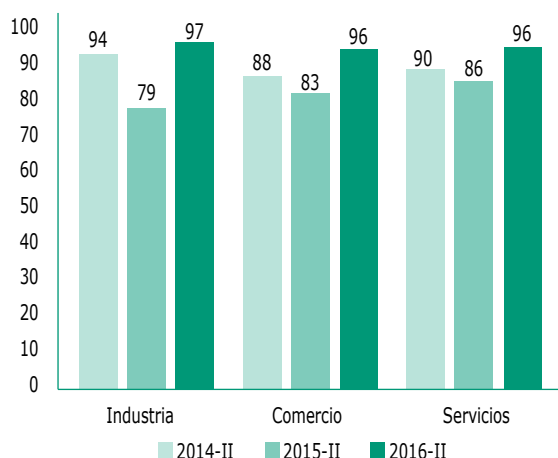


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



28. Mientras que el 62% y el 47% de los encuestados de los sectores de comercio y servicios consideraron que la tasa fue apropiada, en el caso del sector manufacturero el 83% de los empresarios estaba satisfecho.

El principal destino de los recursos que el empresario Pyme de industria, comercio y servicios solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (49%, 73% y 62% respectivamente). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fue la compra o arriendo de maquinaria (44%), mientras que para las Pymes de servicios fue la consolidación del pasivo (30%) y para las de comercio fueron las remodelaciones o adecuaciones (17%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 43% de los empresarios de industria y comercio, y el 44% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2016-II (ver gráfico 30). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de los de servicios lo hizo por medio de recursos propios (26%), mientras que para los sectores industrial y comercial la principal fuente de financiación alterna fueron los proveedores (27% y 32%). Precisamente, los proveedores fueron la segunda fuente de financiación del sector servicios (13%), mientras que para industria y comercio este lugar lo ocuparon los recursos propios (16% y 26%). Adicionalmente, como lo muestra el gráfico 31, la gran mayoría de los empre-

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

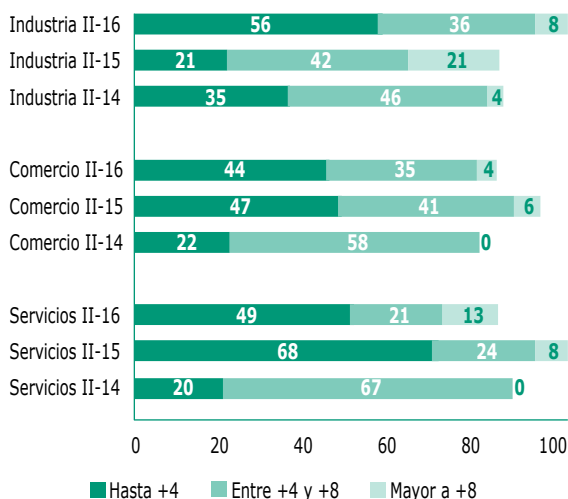


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

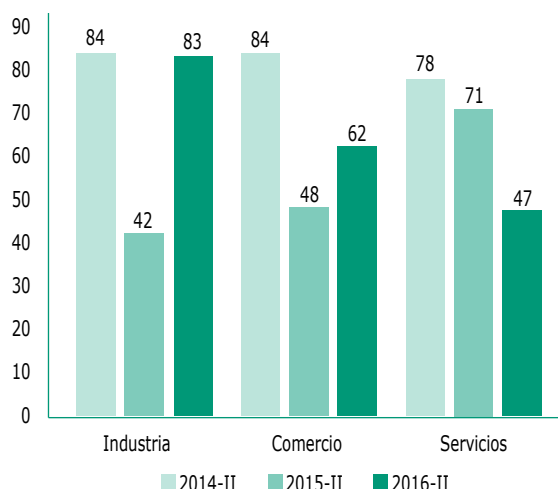


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

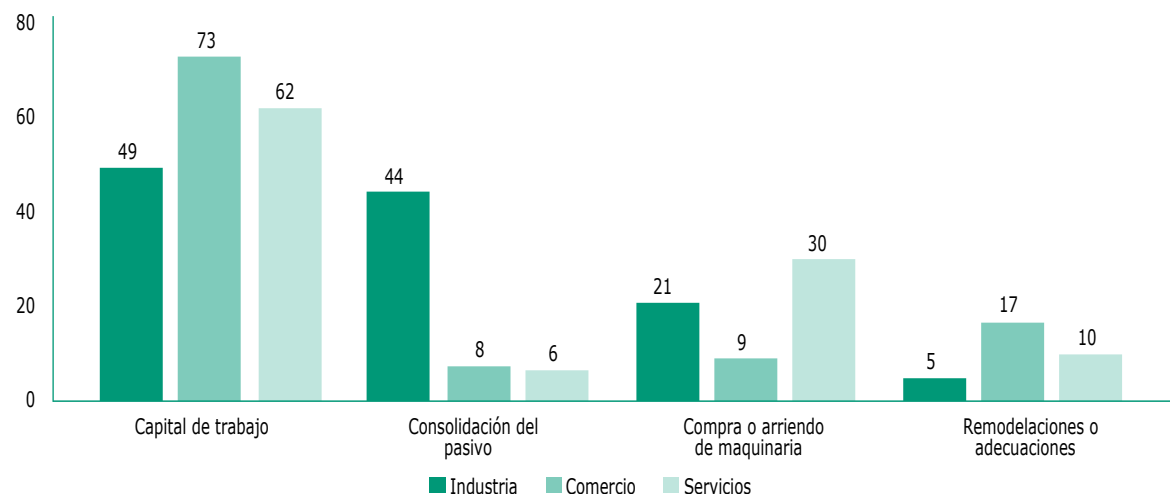


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

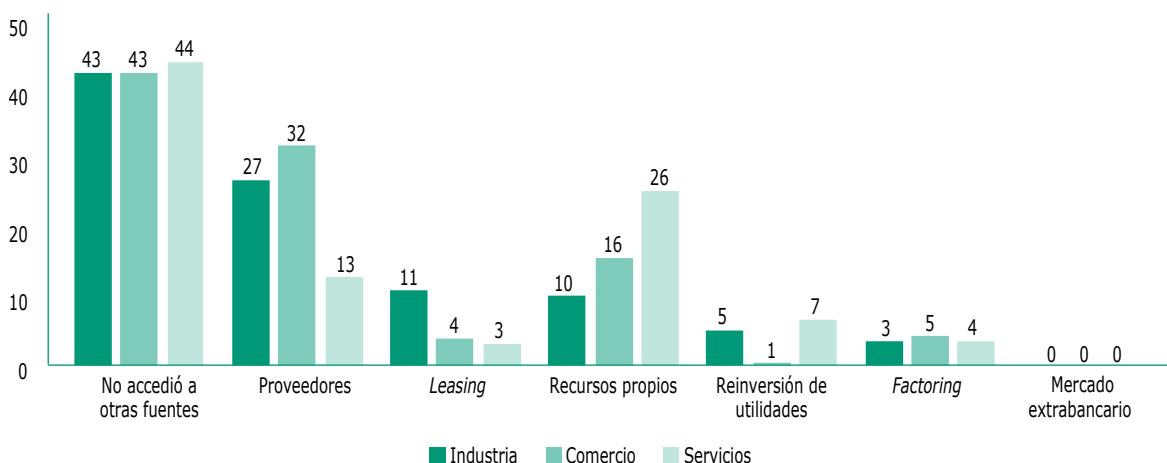
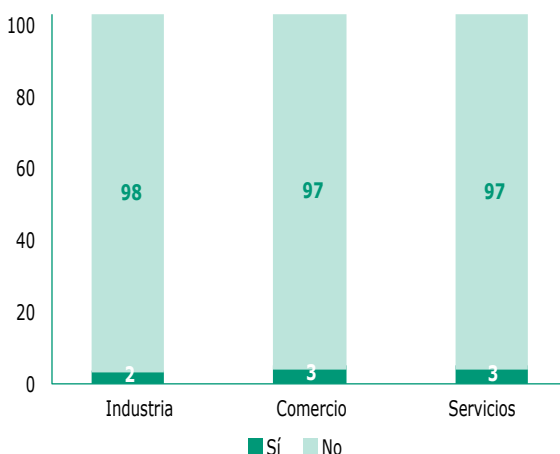


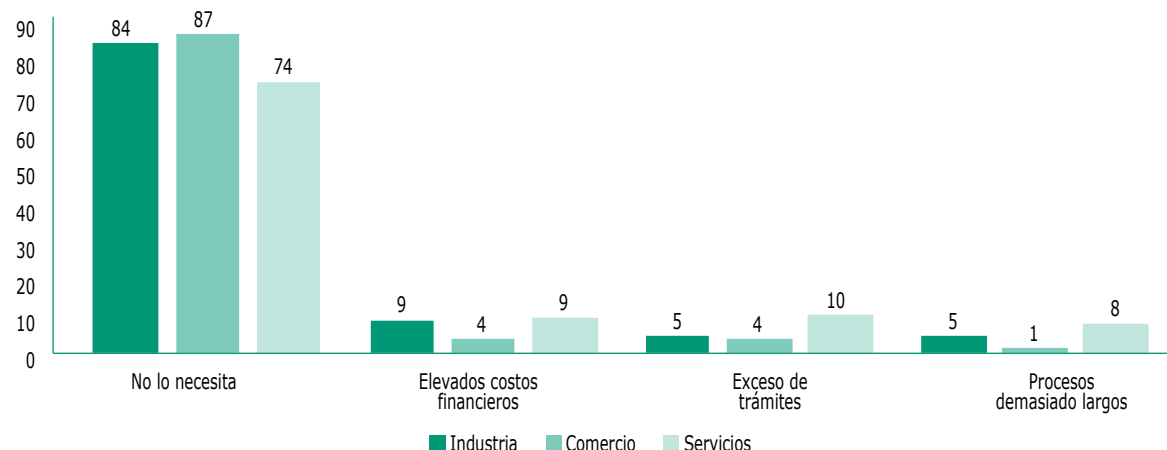
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



sarios no ha accedido a recursos de capital privado y apoyo emprendedor (98% en industria, y 97% en comercio y servicios).

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 2016 fue porque no lo necesitaron (84% en industria, 87% en comercio y 74% 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 (9%). Por su parte, las Pymes comerciales tampoco solicitaron crédito por los elevados costos financieros (4%) y por el exceso de trámites (4%). Finalmente, las Pymes de servicios dijeron que también las afectó el exceso de trámites que deben realizar (10%).

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

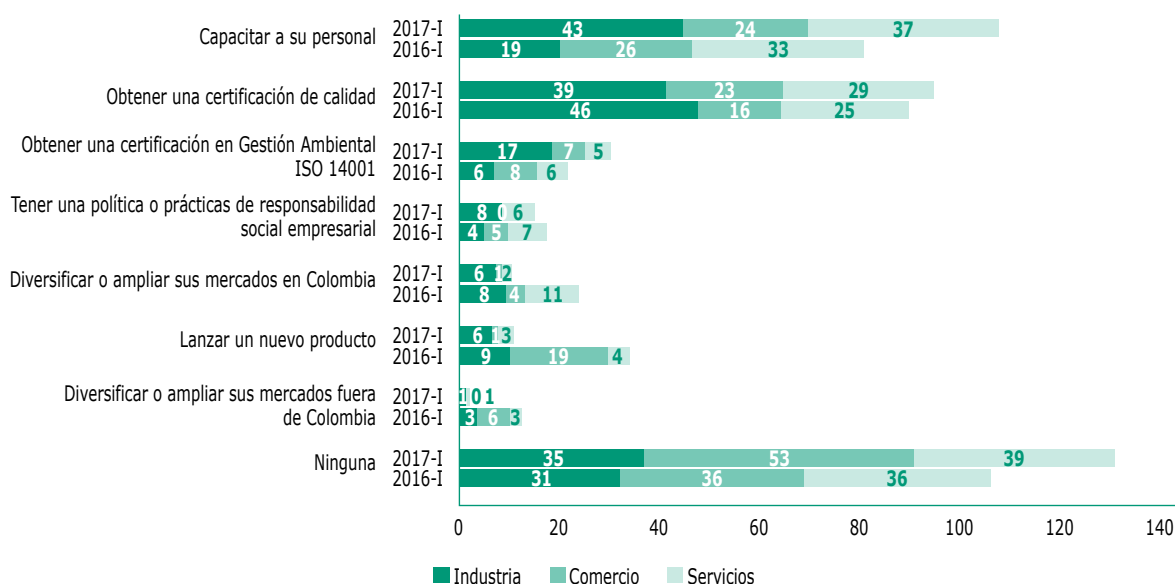


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cundinamarca en el primer semestre de 2017 fue capacitar al personal (un 43% en industria, un 24% en comercio y un 37% en servicios). En segundo lugar, los empresarios de los tres macrosectores buscaron obtener una certificación de calidad en el primer semestre de 2017 (un 39% en industria, un 23% en comercio y un 29% en servicios) (ver gráfico 33). Es importante mencionar que el porcentaje de empre-

sas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2017 fue bastante alto. Para el sector manufacturero, el 35% de las empresas no realizó ninguna acción de mejora. En el sector de servicios esta cifra llegó al 39%, y en comercio el porcentaje resultó ser el más significativo de los tres macrosectores (53%). Esta situación da indicios de bajos niveles de innovación al interior de este último segmento empresarial durante el último año.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios del departamento de Cundinamarca si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y

privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (61% industria, 80% comercio y 75% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios cundinamarqueses con: i) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas a entidades del gobierno (7% en industria, 1% en comercio y en servicios); ii) los gremios empresariales de su sector (5% en industria, 6% en comercio y 10% en servicios); iii) la Alcaldía (4% en industria, 2% en comercio y en servicios); iv) la Gobernación (3% en industria, 0% en comercio y 1% en

servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (0% en industria, 1% en comercio y 6% en servicios) (ver gráfico 34).

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de Cundinamarca cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (33% en industria, 30% en comercio y 46% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-esta-

blecer alianzas (27% en industria, 25% en comercio y 19% en servicios); ii) conocimiento de nuevos procesos y/o mercados (19% en industria, 10% en comercio y 8% en servicios); iii) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (10% en industria, 5% en comercio y 3% en servicios); iv) incursionar en nuevos mercados (9% en industria, 1% en comercio y 7% en servicios); v) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (7% en industria, 3% en comercio y 2% en servicios); vi) desarrollar nuevos productos o servicios (6% en industria, 2% en comercio y 7% en servicios); y vii) incremento del nivel de ventas (0% en industria, 6% en comercio y 3% en servicios) (ver gráfico 35).

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes cundinamarquesas, se preguntó acerca de la frecuencia con la que actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que gran parte de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (45% en industria, 34% en comercio y 41% en servicios). Asimismo, se observó que el 24% de los empresarios industriales, el 13% de los comerciales y el 7% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, menos del 9% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (6% en industria, 9% en comercio y 4% en servicios), mientras que menos del 6% de los encuestados manifestó actualizarlos mensualmente (5% en industria, 6% en comercio y 4% en servicios). Por último, menos del 6% de los encuestados industriales, el 5% de los comerciales y el 11% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?

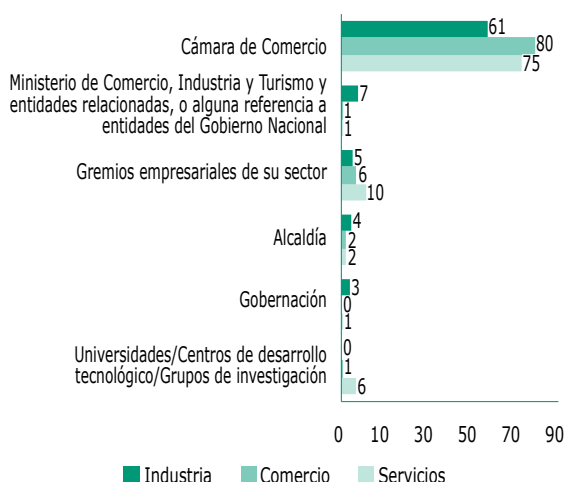


Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

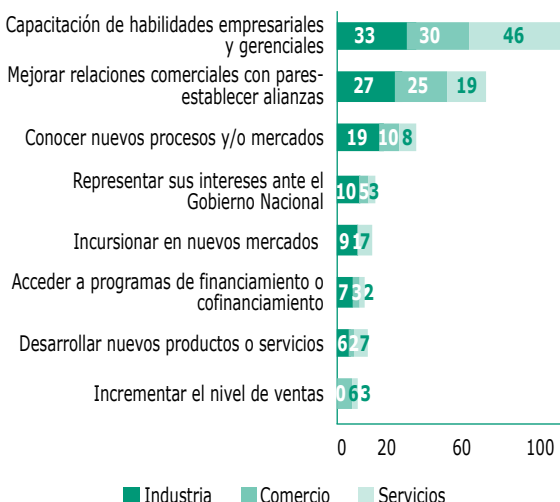


Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

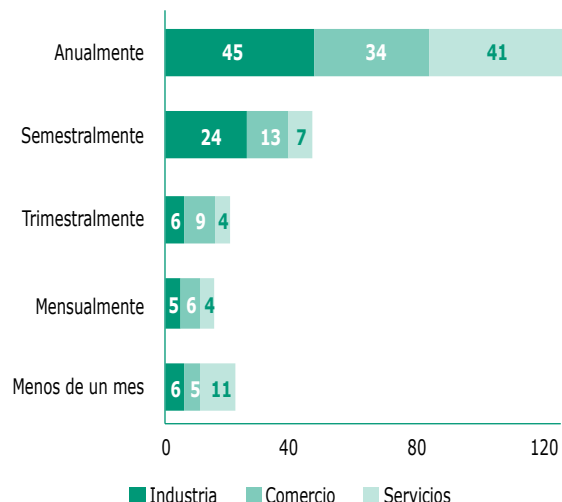


Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

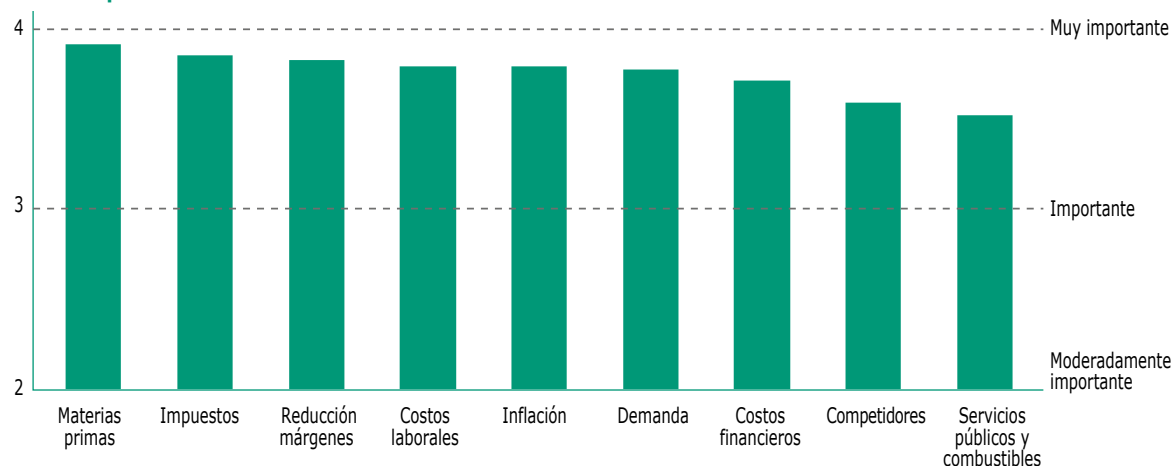


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

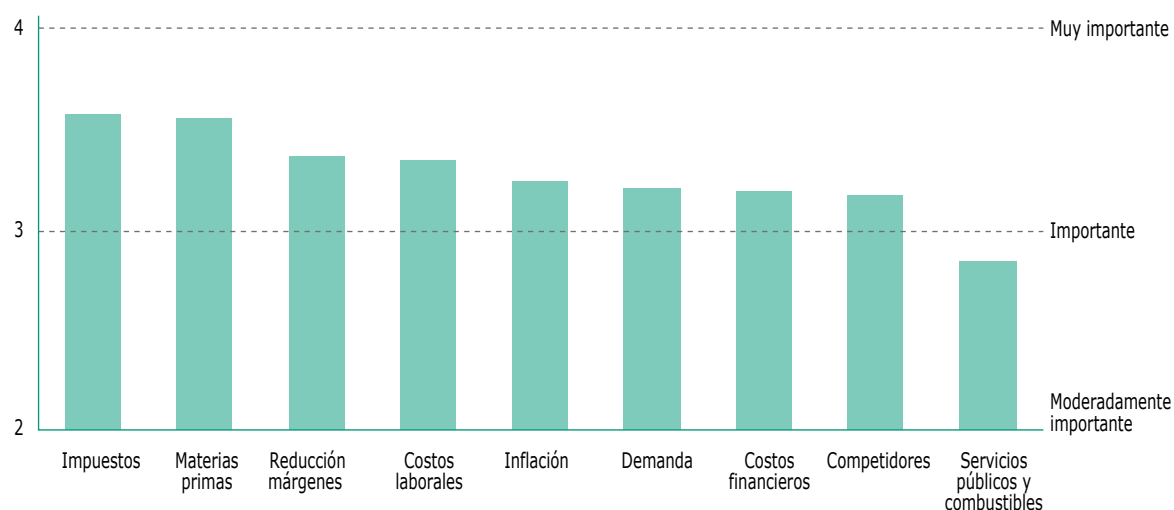
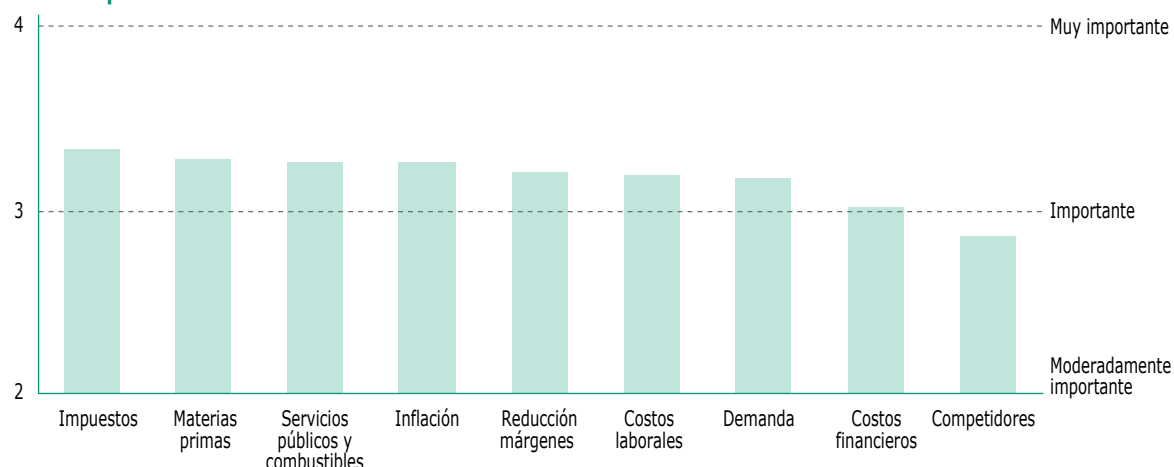


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

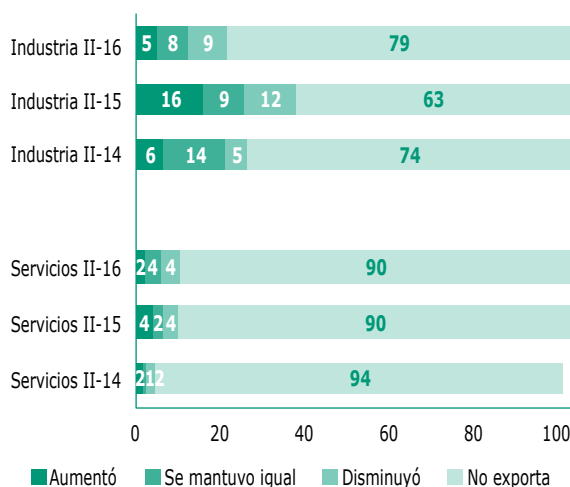


Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en el caso del sector de comercio y en el de servicios los costos de servicios públicos y combustibles fueron catalogados ape-

nas como “moderadamente importantes” (ver gráficos 38 y 39). De forma específica, se destaca que para los sectores comercial y de servicios Pyme del departamento de Cundinamarca, los impuestos fueron los que más incidieron en el alza de precios de sus productos. En cambio, en el sector Pyme industrial del departamento, el factor más importante para elevar los precios fueron los costos de las materias primas.

Comercio exterior

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



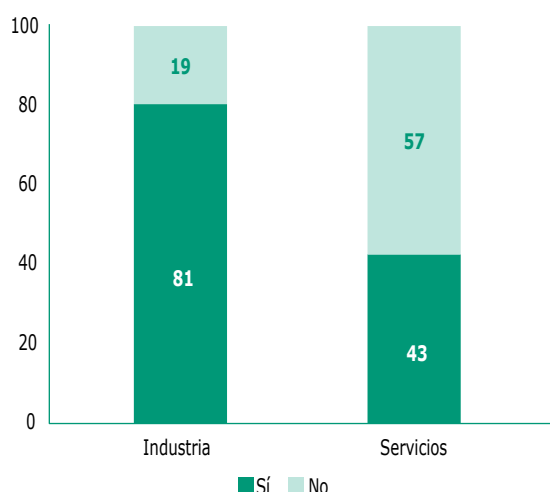
A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif para Cundinamarca revelan que el 79% de los encuestados en el sector de industria y el 90% en el de servicios aseguraron no haber exportado sus productos en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 40). Dentro de las empresas que sí exportaron, cabe destacar que el 5% de las Pymes industriales aumentó sus exportaciones, mientras que el 8% de los encuestados afirmó que se mantuvieron igual. En el sector de servicios, únicamente el 4% aumentó su volumen de exportación en el segundo semestre de 2016 con respecto al primer semestre.

Frente a las razones por las cuales no exportan, el gráfico 41 muestra que el 50% de los empresarios Pyme industriales y el 37% de los de servicios reportaron no estar interesados en hacerlo. Mientras que la segunda razón más frecuente por la cual los

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?



empresarios manufactureros no están exportando es que no saben cómo hacerlo (18%). La segunda razón por la cual el 49% de los empresarios de servicios no exportó se debió a que consideran que sus negocios no tienen aún productos para vender en los mercados internacionales. Adicionalmente, el 81% de los empresarios industriales y el 43% de los de servicios han pensado en un plan de internacionalización de sus negocios (ver gráfico 42).

En línea con esto, las expectativas sobre el volumen de exportación son distintas entre el sector industrial y el de servicios de la región. Efectivamente, el 12% de los empresarios manufactureros esperaba aumentar su nivel de exportación en 2017-I, mientras que el 80% de los encuestados no espe-

raba exportar (muy por debajo de lo observado en las otras regiones del país). Por el contrario, el 88% del sector servicios no esperaba exportar en 2017, mientras que solo el 3% de los encuestados esperaba aumentar sus exportaciones (ver gráfico 43).

Por otro lado, frente a los mercados de mayor representación para las empresas Pyme de Cundinamarca, los tres macrosectores afirmaron que el más importante fue el mercado local (40% en industria, 48% en comercio y 44% en servicios). Asimismo, alrededor del 44%-58% de los encuestados dijo que el resto del mercado colombiano tuvo una alta participación en sus ventas. El mercado internacional tuvo una participación menor al 8% en los tres macrosectores (ver gráfico 44).

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

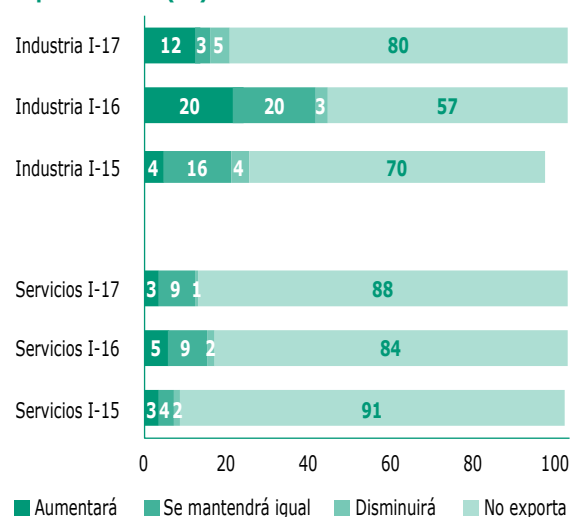
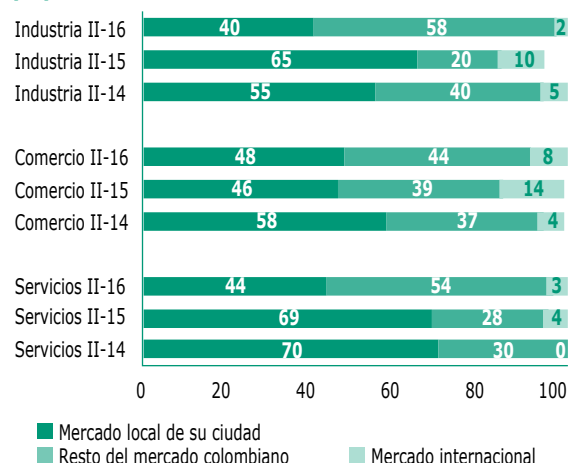


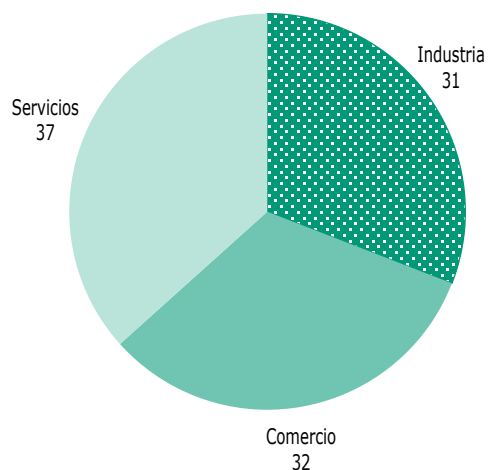
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Manizales

Distribución de la muestra (%)

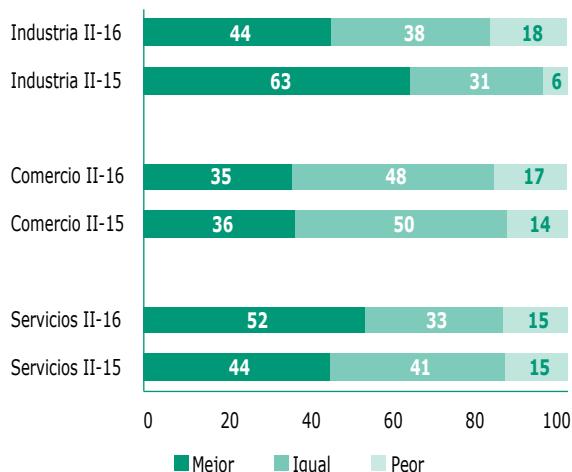


Situación actual Segundo semestre de 2016

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Manizales evidencian que los empresarios Pyme de esta región tuvieron una percepción negativa sobre su desempeño empresarial para los tres macrosectores analizados en el segundo semestre de 2016. En efecto, el 44% de los empresarios Pyme industriales consultados tuvo una visión positiva sobre

la situación actual de sus negocios (vs. 63% en 2015-II). Por otro lado, el 38% de las Pymes de este sector mencionó que la situación económica se mantuvo igual en 2016-II frente al semestre anterior y un 18% reportó un empeoramiento en dicho período, cifra que resulta ser superior al 6% registrado un año atrás (ver gráfico 1, sección Manizales).

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



Respecto a las ventas del sector industrial, un 48% de los encuestados aseguró que estas habían aumentado en el segundo semestre de 2016, cifra que resultó ser 17 puntos porcentuales inferior al resultado obtenido en 2015-II. A su vez, un 16% de los empresarios industriales manifestó que sus ventas habían disminuido en 2016-II (ver gráfico 2). El gráfico 3 muestra que el crecimiento anual de las ventas empresariales estuvo entre el 0% y el 10% para más de dos terceras partes de las firmas encuestadas (69%). En cuanto al volumen de pedidos, el 48% de los empresarios consultados aseguró que estos se habían incrementado durante el segundo semestre de 2016 (vs. 66% en 2015-II), ver gráfico 4.

Las Pymes comerciales manizalitas percibieron resultados aún menos optimistas que los observados en el sector industrial. Esto se refleja en que los porcentajes de favorabilidad alcanzaron un 35%, un 41% y un

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

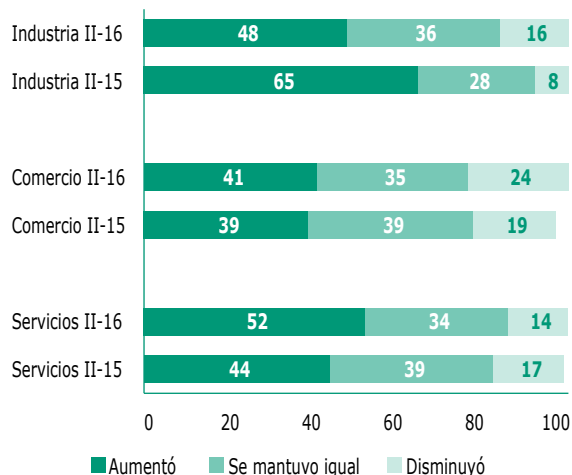
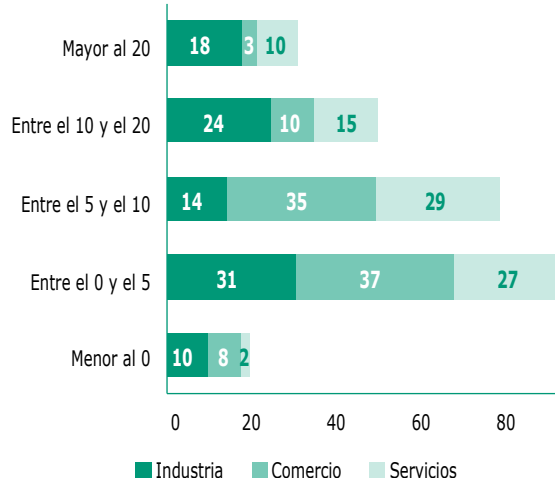


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



40% en materia de situación económica general, ventas y pedidos, respectivamente (frente al 36%, el 39% y el 38% en 2015-II). Por su parte, el sector de servicios presentó el mejor desempeño en el segundo semestre de 2016. El porcentaje de empresarios de servicios que vieron mejoras fue del 52% en situación económica actual, el 52% en ventas y el 49% en pedidos, durante 2016-II (vs.44%, 44% y 42% en 2015-II). Así, el sector de servicios fue el único que reportó mejoras en su desempeño durante el segundo semestre de 2016. El crecimiento de las ventas, al igual que en industria, se ubicó en su gran mayoría en el rango del 0% al 10% (82% en comercio y 71% en servicios).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%)

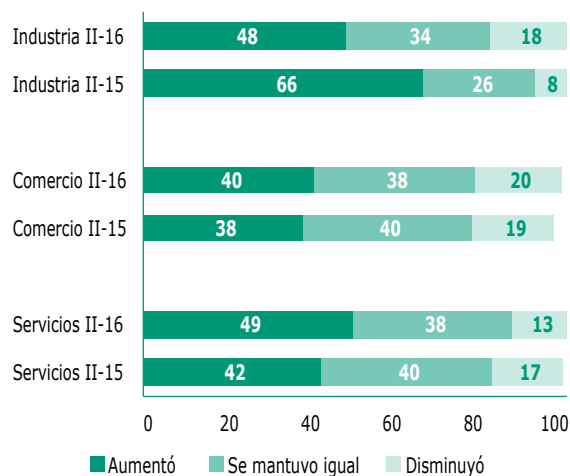
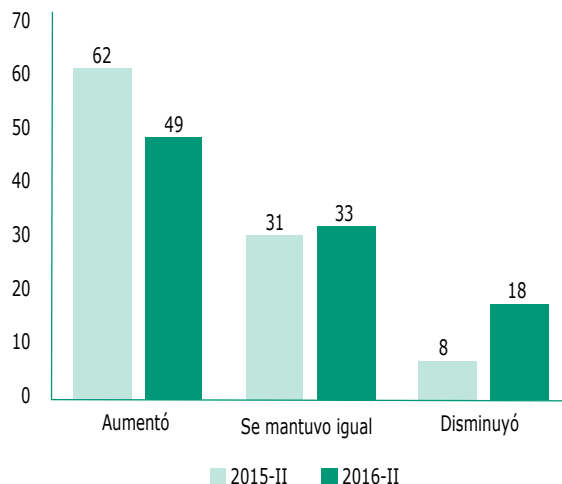


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%)



El 92% de las Pymes industriales y el 94% de las de comercio afirmaron que los niveles de existencias durante el segundo semestre de 2016 fueron adecuados para su operación. Tan solo el 7% y el 3%, en cada caso, no contaron con niveles de existencias suficientes durante el mismo período (ver gráfico 5).

Por otra parte, el 49% de los industriales de esta región encuestados consideró que su nivel de producción industrial se incrementó, cifra que resultó ser bastante inferior al 62% registrado en 2015. Por su parte, el 33% de los encuestados afirmó que su producción se mantuvo igual y el 18% de ellos sufrió

Gráfico 5. Existencias (%)

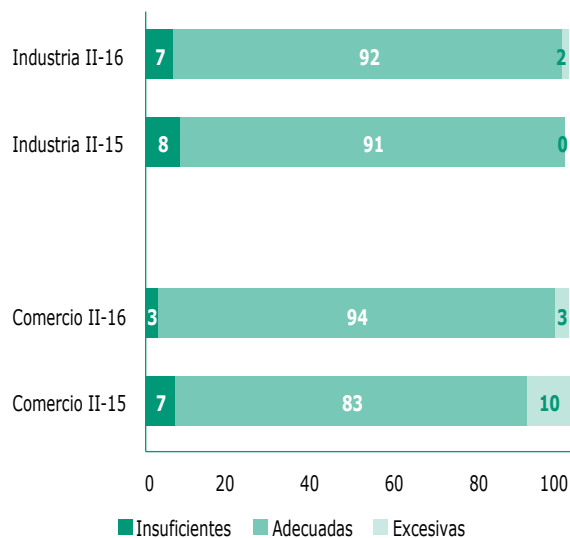
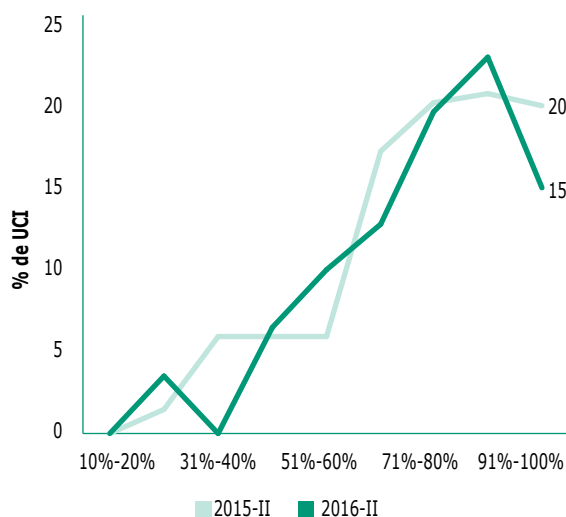


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)



una disminución en esta variable en 2016-II (ver gráfico 6). Lo anterior va en línea con la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) registrada en dicho período. De hecho, el 71% de las Pymes industriales de Manizales utilizó entre el 60% y el 100% de la capacidad de sus empresas (frente al 79% registrado en 2015-II), 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 50% de las Pymes de esta región de Caldas mantuvo constante la inversión

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

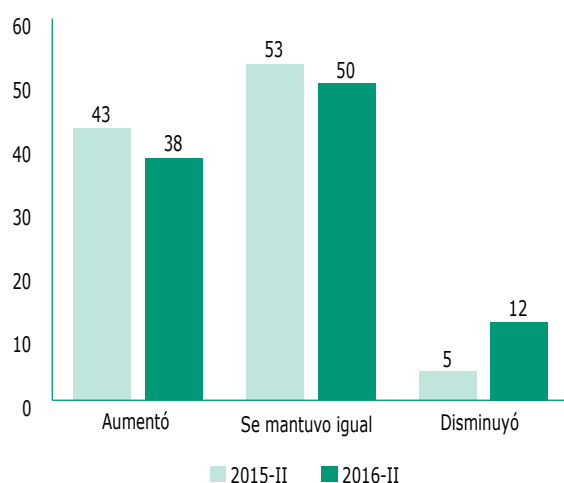
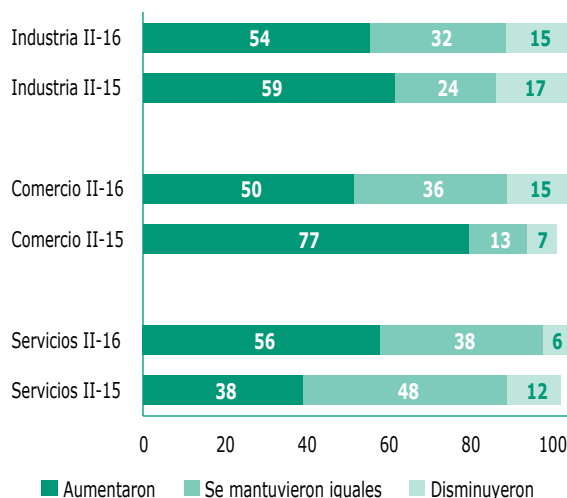


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)



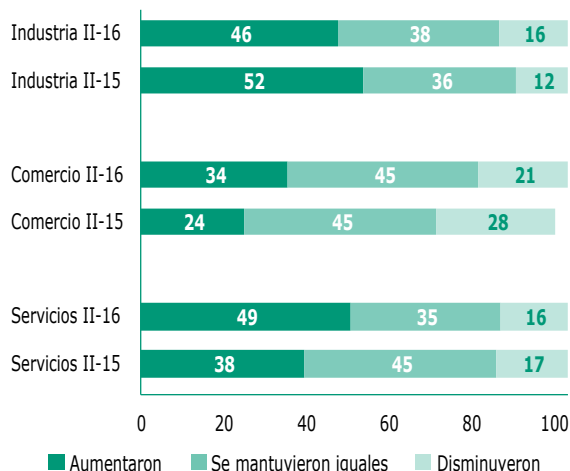
en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2016 y únicamente un 12% la redujo (ver gráfico 8). Sin embargo, cabe resaltar que un 38% de las firmas incrementó esta inversión, lo que señala el fortalecimiento del sector industrial en esta ciudad del país.

El gráfico 9 muestra que la porción de empresarios industriales y comerciales que vieron aumentar sus costos disminuyó entre 2015-II y 2016-II. En efecto, un 54% de los industriales manifestó que sus costos se habían incrementado (vs. 59% un año atrás), al igual que un 50% de los comerciales (vs. 77%). En contraste, en el sector de servicios se evidenció un incremento en la porción de empresarios que vieron subir sus costos. De hecho, en 2016-II dicha respuesta alcanzó el 56% de los empresarios, mientras que apenas llegaba al 38% para 2015-II.

Entre tanto, la mayoría de los empresarios industriales reportó un incremento en sus márgenes (46% en 2016-II vs. 52% en 2015-II). Por su parte, la mayoría de los empresarios del sector comercio manifestó que en sus márgenes primó la estabilidad (45% en 2016-II), mientras que solo un 34% reportó incrementos en esta variable (vs. 24% en 2015-II). En el sector servicios, un 49% de los encuestados informó que sus márgenes se habían incrementado (vs. 38% un año atrás), ver gráfico 10.

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 2016, un 52% en el caso de industria, un 61% en el caso de

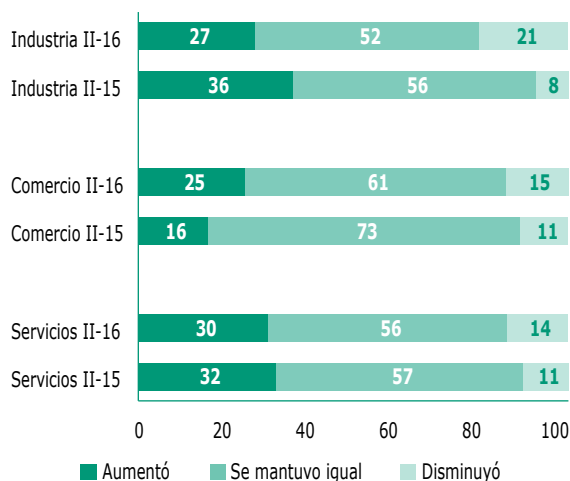
Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



comercio y un 56% en el de servicios (ver gráfico 11). En los sectores industrial (27%) y de servicios (30%), más de la quinta parte del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores (ver gráfico 11).

La gran mayoría de los empresarios de los sectores de industria (91%), comercio (90%), y servicios (87%) no ha pensado o realizado una relocalización geográfica de sus negocios para la reducción de sus costos de transporte. En efecto, solo lo ha considerado menos del 10% de los empresarios en cada uno de los tres macrosectores, ver gráfico 12.

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



Las Pymes industriales identificaron la falta de demanda (29% de los entrevistados), los altos impuestos (24%), la tasa de cambio (11%) y el costo de los insumos (11%) como los principales problemas para el desarrollo de su actividad empresarial en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 13).

Entre tanto, la superficie de ventas mostró algunas mejorías, pues un 29% de los comerciantes reportó que esta variable aumentó durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 14). Por el contrario, el 22% de los empresarios reportó una disminución de esta variable, mientras que un 49% afirmó que esta se mantuvo igual.

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?

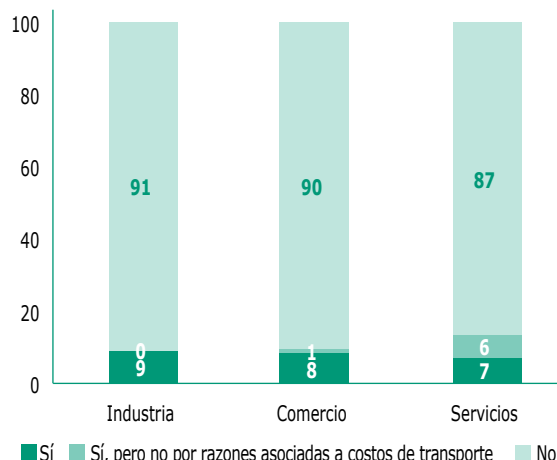


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

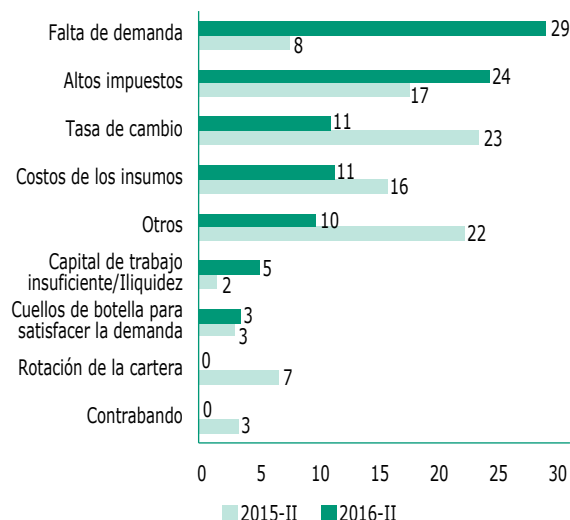
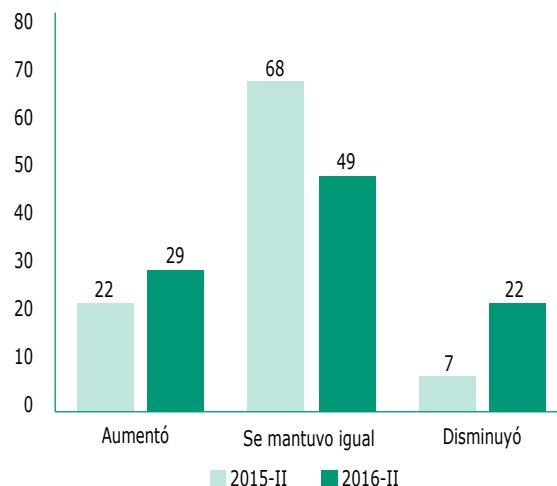


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



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 17% de los entrevistados). El costo de los insumos y la rotación de cartera se ubicaron en el segundo y tercer lugar, con una participación del 15% y del 14%, respectivamente, en el segundo semestre de 2016. Por su parte, el problema asociado a los altos impuestos

obtuvo un porcentaje del 12%, al igual que la falta de demanda (ver gráfico 15).

Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fue la falta de demanda, con una proporción del 34%, seguida por los altos impuestos, con una participación del 21%. El tercer puesto lo alcanzó la opción de la competencia escogida por un 12% de los encuestados (ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

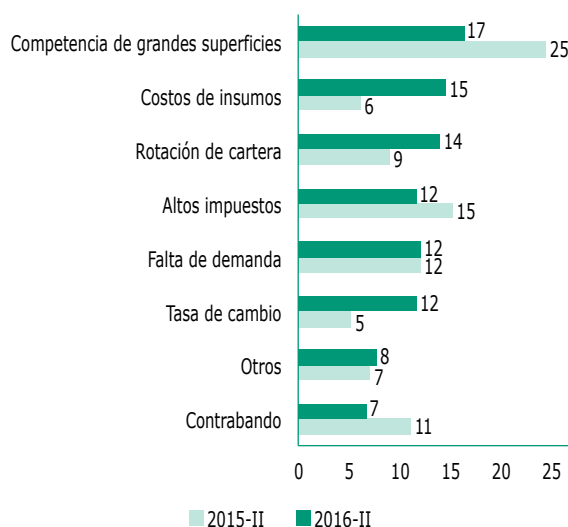
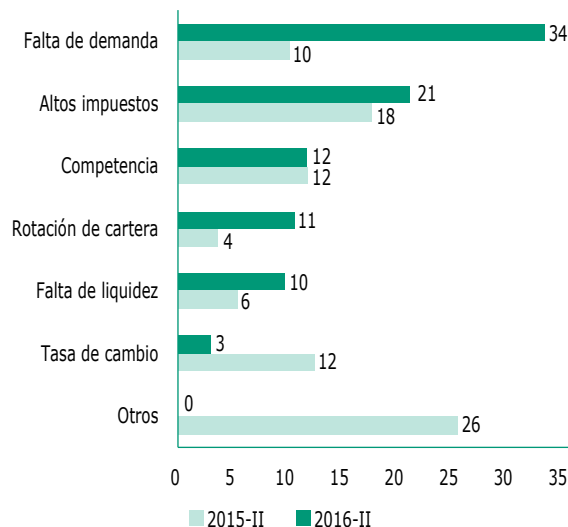


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Las perspectivas de cara al primer semestre de 2017 fueron optimistas para los pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Manizales. En efecto, el 50% de las Pymes de industria, el 47% de las comerciales y el 48% de servicios esperaban que la evolución de sus empresas al cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 17). Aun así, para el sector de servicios se presentó una reducción en el porcentaje de la percepción favorable frente a los resultados del año anterior (57% en 2016-I). Entre tanto, se resalta que la perspectiva neutra en cuanto a la situación económica ascendía al 21% de los industriales, el 31% de los comerciantes y el 34% de los prestadores de servicios (vs. 24% en industria, 33% en comercio y 25% en servicios en 2016-I). La proporción de empresarios con incertidumbre sobre su

desempeño general fue baja, con cifras inferiores al 8% para los tres macrosectores. Sin embargo, hubo un alto porcentaje de encuestados que reportaron pesimismo, el cual fue particularmente significativo en industria (24%) y servicios (17%), y más bajo en servicios (14%) para el primer semestre de 2017.

En cuanto al nivel de producción industrial, el 55% de los empresarios manufactureros de la capital del departamento de Caldas consideró que este se incrementaría en el primer semestre de 2017 (vs. 46% en 2016-I) y el 24% consideró que se mantendría igual (vs. 39%), dando indicios de un desempeño positivo a corto plazo (ver gráfico 18). Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidenciaban que los empresarios de los tres macrosectores tenían

expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 53% para las Pymes industriales, del 48% para las comerciales y del 51% para las de servicios. En el caso de la industria y del comercio, dichos porcentajes se incrementaron frente a lo encontrado el año anterior cuando registraron un 47% y un 28% respectivamente, mientras que para el sector servicios estos cayeron muy levemente desde el 55% registrado en 2016-I (ver gráfico 19).

Para el primer semestre de 2017, las Pymes manufactureras de Manizales anticipaban incrementos

en la inversión en maquinaria y equipo (gráfico 20). En efecto, el 54% de ellas afirmó que esta aumentaría y el 34% pensaba mantenerla igual, mientras que solo el 12% consideraba que disminuiría.

En materia de ventas, el 50% de las Pymes comerciales y el 53% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2017 (vs. 28% y 54%, respectivamente en 2016-I). Estas cifras resultaron más altas que la proporción de empresarios que esperaban una caída de esta variable (27% en comercio y 12% en servicios), ver gráfico 21.

Gráfico 17. Desempeño general (%)

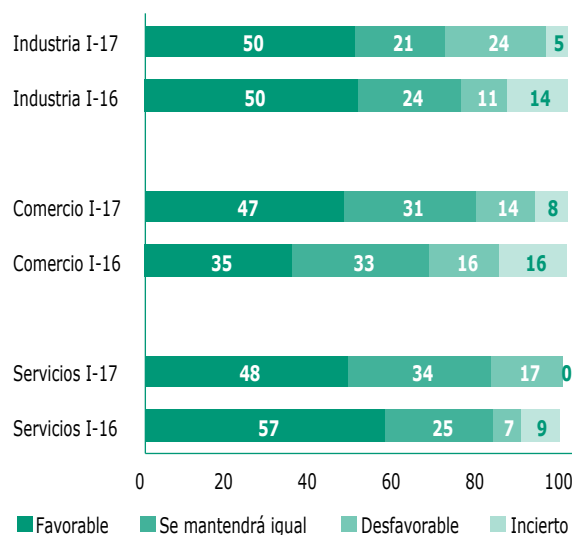


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

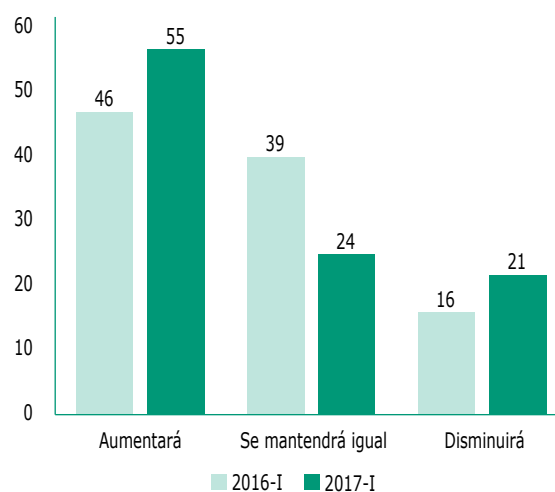


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

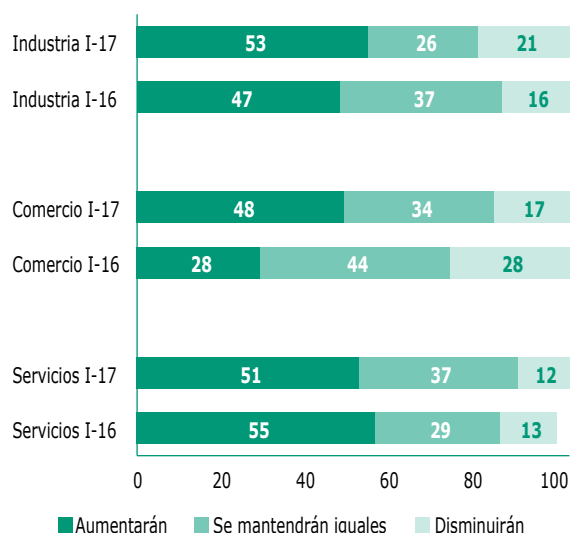


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)

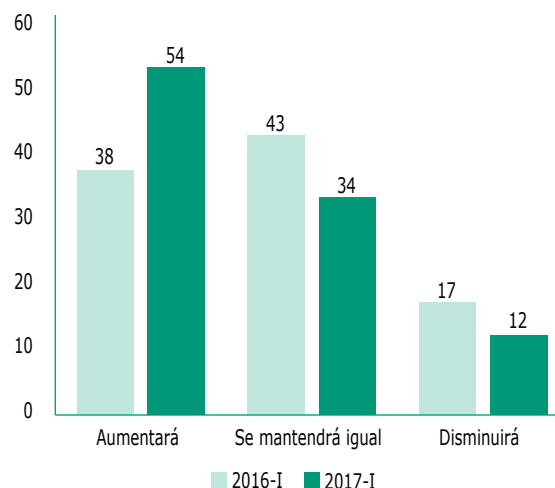
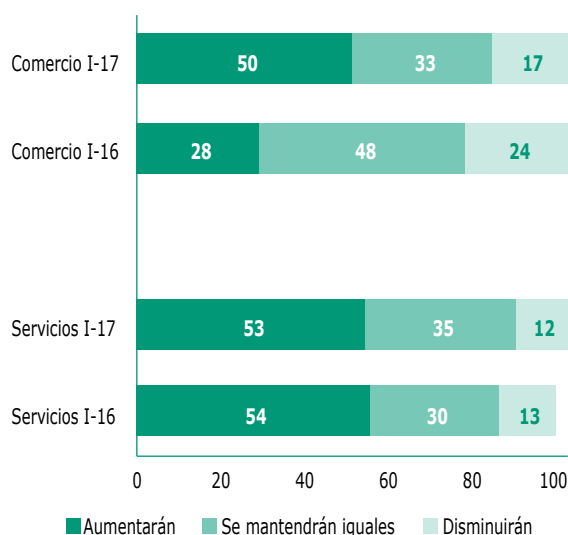


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 34% de las empresas Pyme manufactureras de Manizales, el 53% de las comerciales y el 35% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 22). Lo anterior reveló un aumento sustancial en las solicitudes de crédito formal por parte de los empresarios de los tres macrosectores frente al año anterior (33% industria, 44%

comercio y 29% servicios en 2015-II). Los resultados de aprobación fueron mayores al 90% para los tres macrosectores, especialmente en industria, donde el 100% de las solicitudes fue aprobado (ver gráfico 23).

Durante el segundo semestre de 2016, el crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado por los encuestados de industria (40% en 2016-II

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

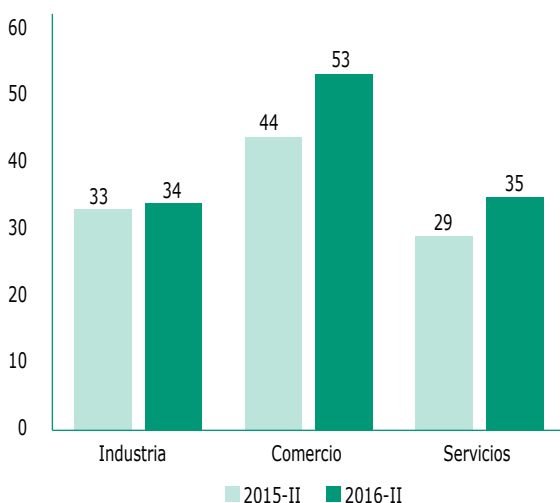
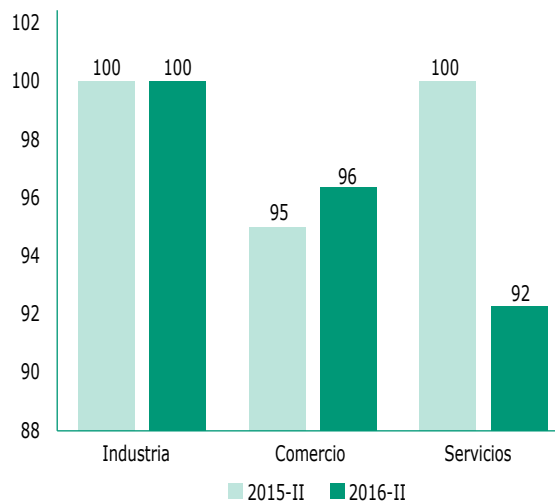


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



vs. 38% en 2015-II) y comercio (43% vs. 51%), mientras que el de largo plazo (mayor a 3 años) fue el mayormente solicitado por las Pymes de servicios (58% vs. 44%). Dicha tendencia se presentó también a nivel de aprobación, alcanzando porcentajes idénticos para el mediano plazo en industria y comercio, y el largo plazo en servicios, ver gráficos 24 y 25. En segundo lugar, los encuestados de industria prefirieron los créditos a largo plazo, con un nivel de solicitud del 28% (vs. 27% de 2015-II) y una aprobación idéntica (vs. 37%). Por su parte, en servicios el mediano plazo fue la segunda opción preferida, con una proporción de solicitud y aprobación del 28% (vs. 43% solicitado y 40% aprobado en 2015-II). Los encuestados de comercio prefirieron los créditos de

largo plazo, con una solicitud del 31% (vs. 27%) y una aprobación del 30% (vs. 27%).

La satisfacción de los empresarios de Manizales frente al monto de los créditos recibidos fue superior o igual al 90% para los tres macrosectores analizados. En efecto, el 95% de las Pymes industriales, el 92% de las comerciales y el 100% 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 ciudad.

El flujo de crédito para las pequeñas y medianas empresas ha mostrado una tendencia similar para la industria y el comercio, alcanzando costos de endeudamiento relativamente bajos, ya que la tasa más común para los créditos otorgados fue entre DTF+4 y DTF+8. Así, el 51% de las Pymes industriales y el 53% de las comerciales accedieron a este rango de tasa en 2016-II (frente al 34% y el 22% respectivamente en 2015-II). Por su parte, el 49% de los empresarios de servicios accedió a tasas hasta DTF+4 (vs. 85%). Como segunda opción, en el sector industrial se obtuvo una tasa de hasta DTF+4, con niveles del 40% del total (vs. 34% un año atrás). En el caso del comercio, este rango de hasta DTF+4 también fue la segunda opción (44% del total de encuestados vs. 49% de un año atrás). Finalmente, la segunda opción para el sector servicios fue tasas entre DTF+4 y DTF+8 con el 43% del total de empresarios encuestados (ver gráfico 27). En el caso del sector servicios pareciera haber un leve encarecimiento de los créditos en el último año.

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

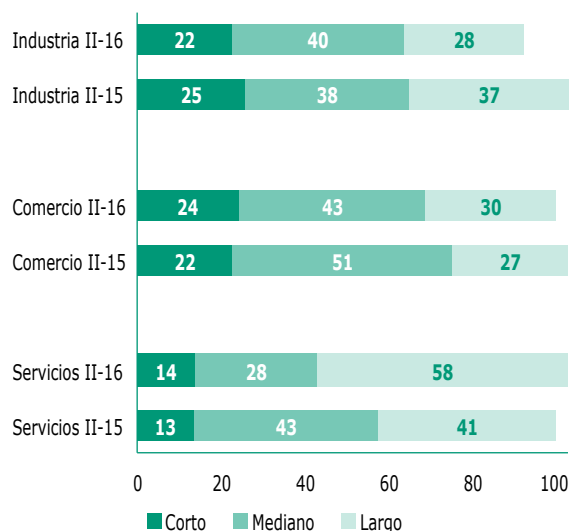


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

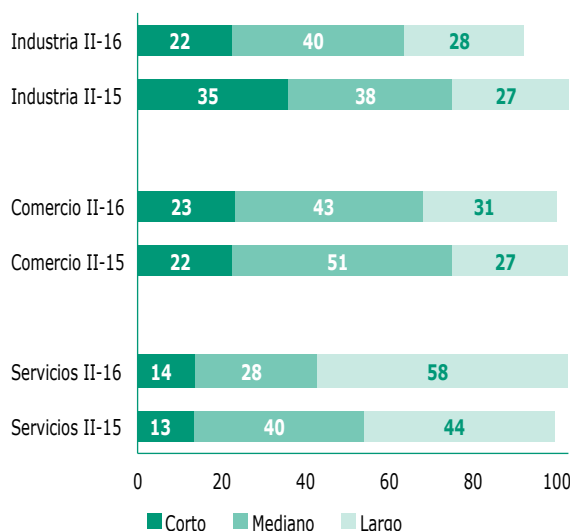
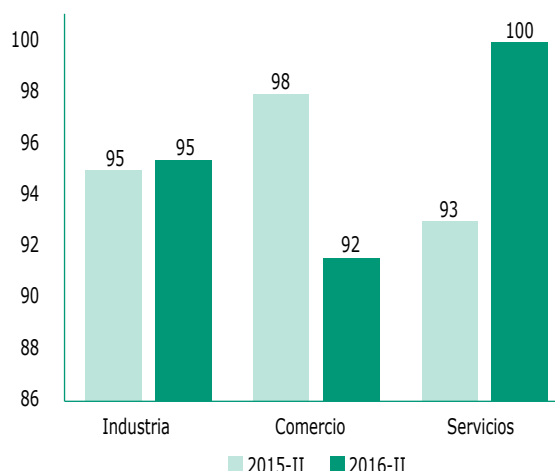


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



El nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés fue mayor al 65% para el total de las Pymes. En el caso de la industria, el porcentaje de satisfacción fue del 75%, en comercio se registró un 69%, y en servicios se tuvo el más alto, con un 85% en el segundo semestre de 2016, pese al leve encarecimiento reciente (ver gráfico 28).

Los recursos de las Pymes de esta ciudad solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo: un 74% en industria, un 82% en comercio y un 57% 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 35%

respectivamente. En cambio, dentro del sector industrial adquirió particular importancia la compra o arriendo de maquinaria (22%). Cabe destacar que las remodelaciones y adecuaciones tuvieron una significativa relevancia en servicios (23%), ver gráfico 29.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 25% de las Pymes industriales, el 36% de las comerciales y el 32% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de industria (40%) y servicios (38%), mientras que en comercio fueron los proveedores (28%). El *leasing* tuvo una baja penetra-

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

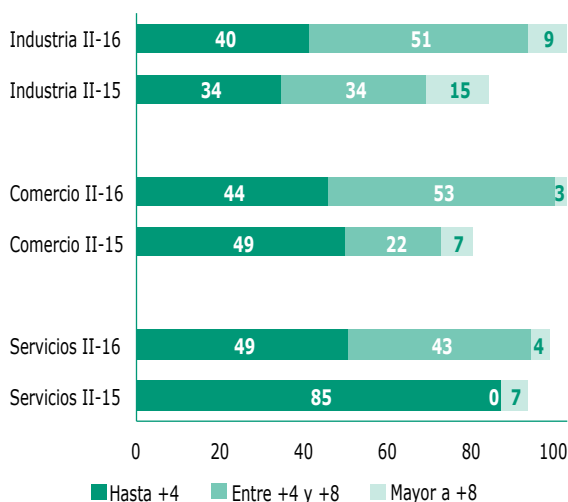


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

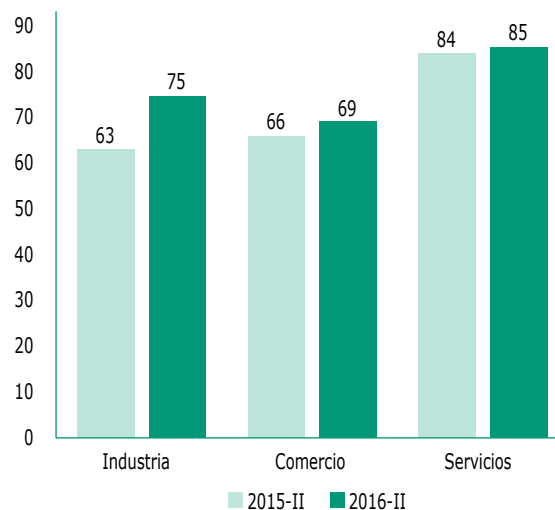


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

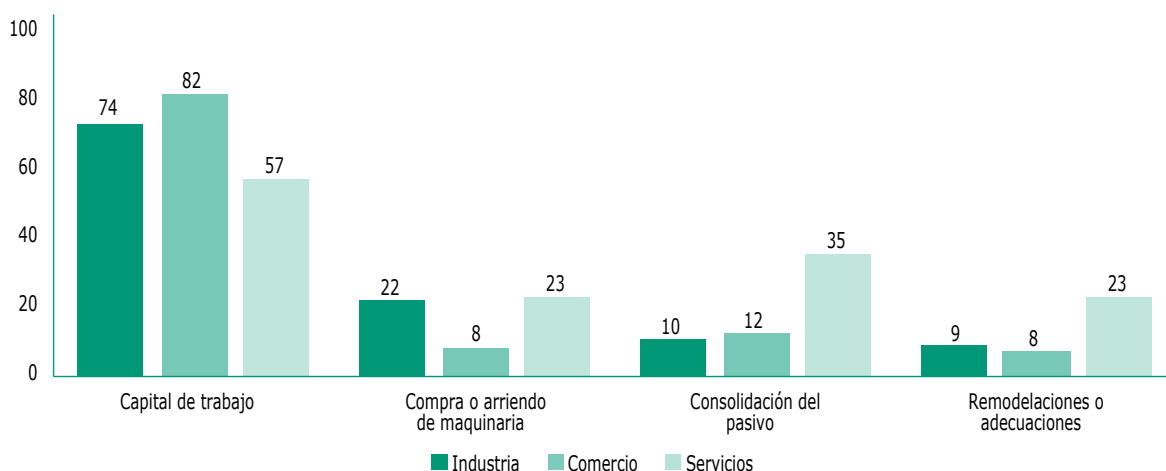


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

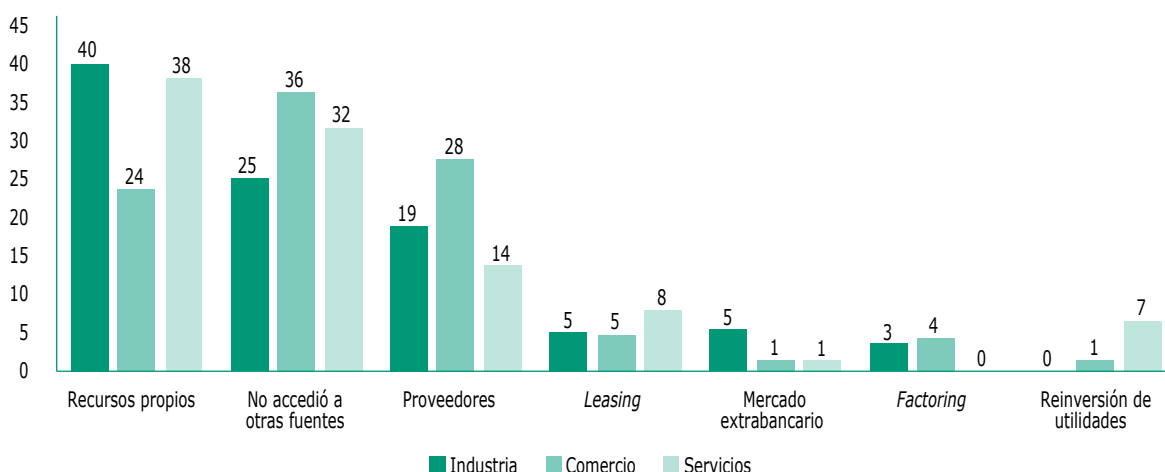
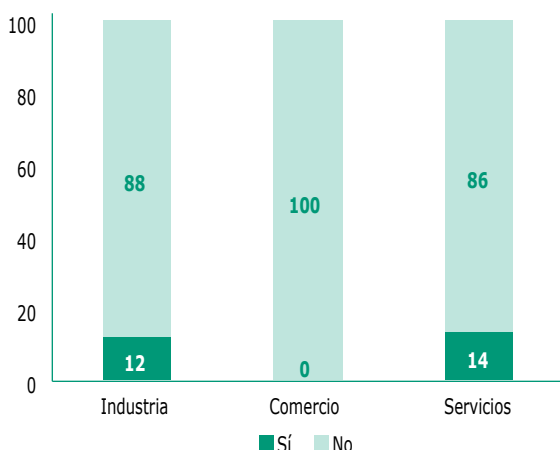


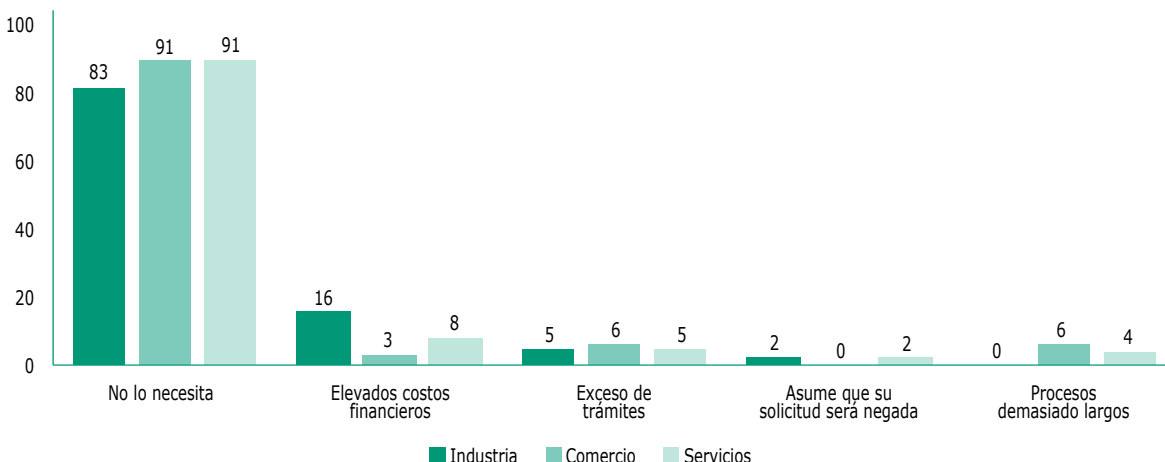
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



ción, alcanzando valores inferiores al 8% para los tres macrosectores. 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 15% (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 83% en industria, y un 91% en comercio y servicios). Adicionalmente, los resultados de esta segunda medición en la capital de Caldas indicaron que para el 16% de las Pymes industriales, el 3% de las comerciales y el 8% 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 (%)

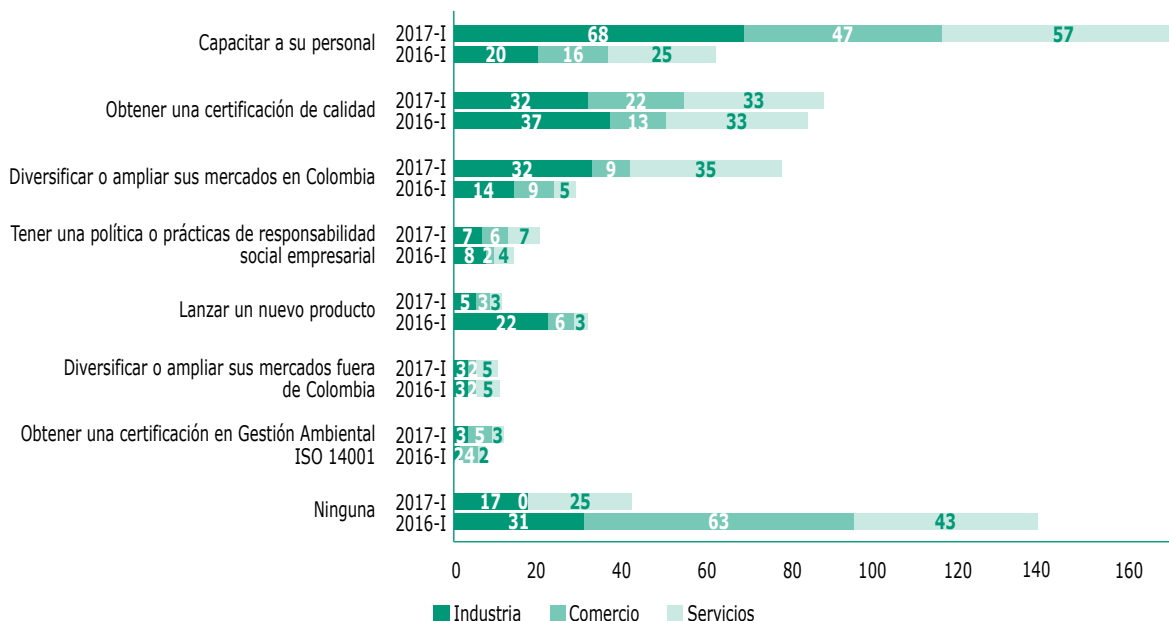


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Manizales fue capacitar a su personal (un 68% de industria, un 47% de comercio y un 57% de servicios) en el primer semestre de 2017. En segundo lugar, los empresarios industriales (32%) y de comercio (22%) se enfocaron en obtener un certificado de calidad, mientras que los de servicios procuraron diversificar sus mercados en Colombia (35%). Por su parte, un 32% de los empresarios industriales buscó diversificar sus mercados en Colombia, mientras que un 33% de los empresarios de

servicios quiso obtener un certificado de calidad (ver gráfico 33). Es importante mencionar que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento disminuyó durante el primer semestre de 2017 frente a los resultados de 2016-I. Especialmente en el sector comercio, donde el porcentaje de Pymes que no hicieron ningún tipo de gestión pasó del 63% en 2016-I al 36% en 2017-I. Adicionalmente, en el sector de servicios el porcentaje también bajó del 43% al 25% en el mismo período de tiempo, y en la industria del 31% al 17%.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital de Caldas si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado.

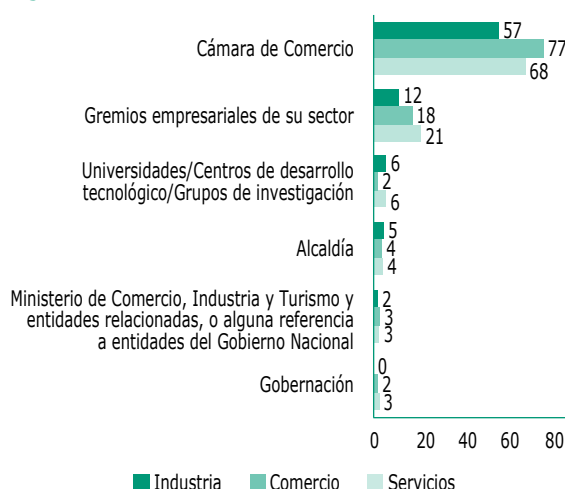
Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (57% industria, 77% comercio y 68% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios caldenses con: i) los gremios empresariales de su sector (12% en industria, 18% en comercio y 21% en servicios); ii) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (6% en industria, 2% en comercio y 6% en servicios); iii) la Alcaldía (5% en industria, 4% en comercio y servicios); iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y

entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del gobierno (2% en industria, 3% en comercio y 3% en servicios); y v) Gobernación (0% en industria, 2% en comercio y 3% en servicios), ver gráfico 34.

Adicionalmente, se indagó con los empresarios de la ciudad de Manizales cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (47% en industria, 31% en comercio y 45% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar relaciones comerciales

con pares-establecer alianzas (36% en industria, 32% en comercio y 38% en servicios); ii) incrementar el nivel de ventas (8% en industria, 15% en comercio y 11% en servicios); iii) incursionar en nuevos mercados (6% en industria, 7% en comercio y 4% en servicios); iv) desarrollar nuevos productos (6% en industria, 11% en comercio y 0% en servicios); v) representar sus intereses ante el Gobierno Nacional (3% en industria, 2% en comercio y 2% en servicios); vi) conocer nuevos procesos y/o mercados (3% en industria, 19% en comercio y 11% en servicios); y vii) acceder a programas de financiamiento o cofinanciamiento (3% en industria, 0% en comercio y 11% en servicios), ver gráfico 35.

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes manizalitas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (47% en industria, 36% en comercio y 51% en servicios). Asimismo, se observó que el 16% de los empresarios industriales y comerciales y un 15% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, un 14% de los industriales, un 13% de los comerciantes y un 3% de las firmas de servicios actualizaban sus precios trimestralmente. Mientras que menos de un 16% lo hacía de forma mensual (6% en industria, 16% en comercio y 11% en servicios). Por último, el 2% de los encuestados industriales, el 10% de los comerciales y el 3% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

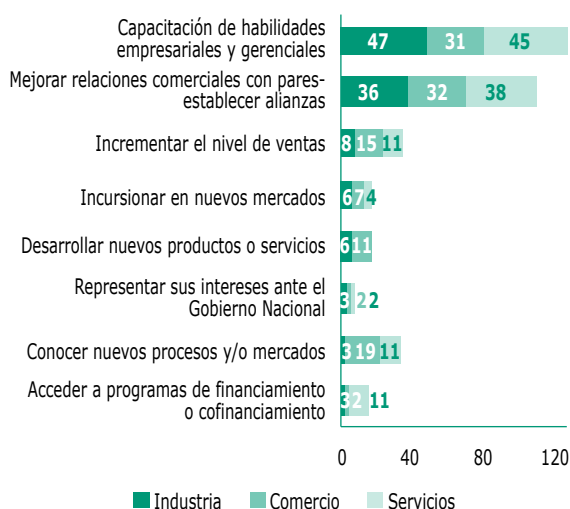


Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

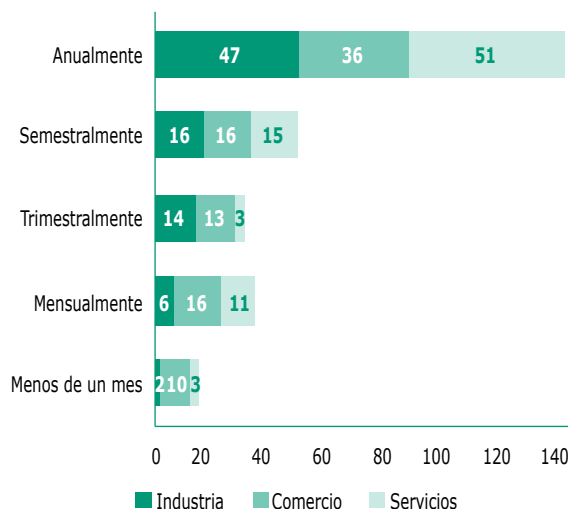


Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

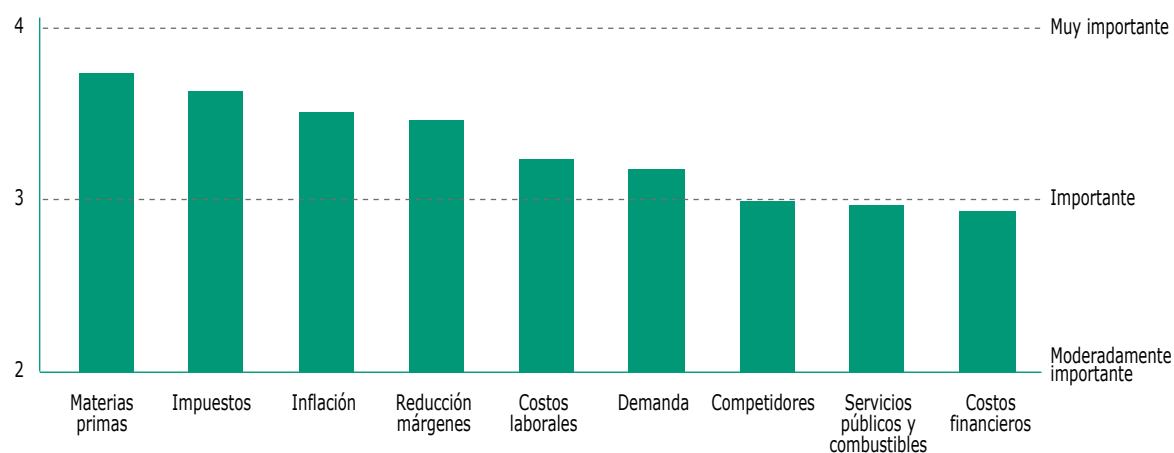


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

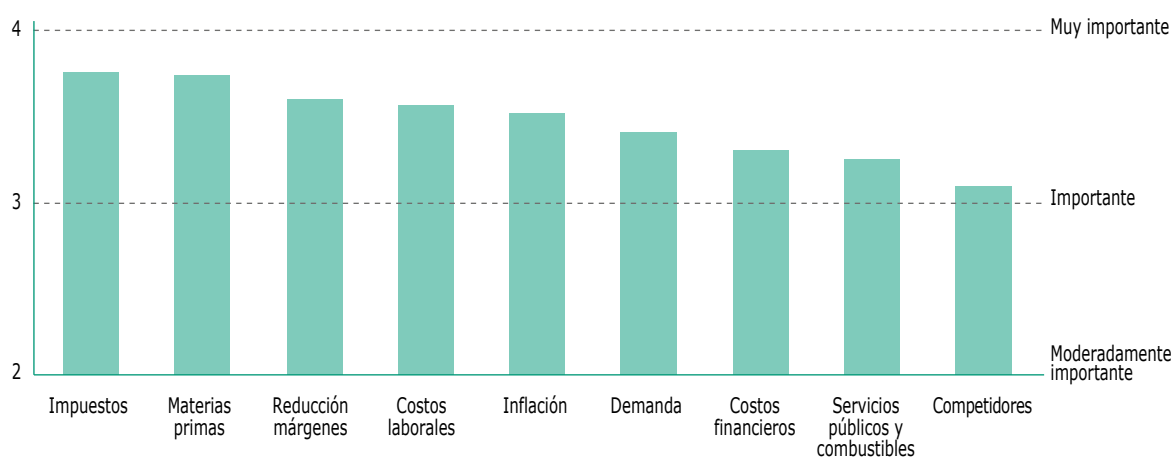
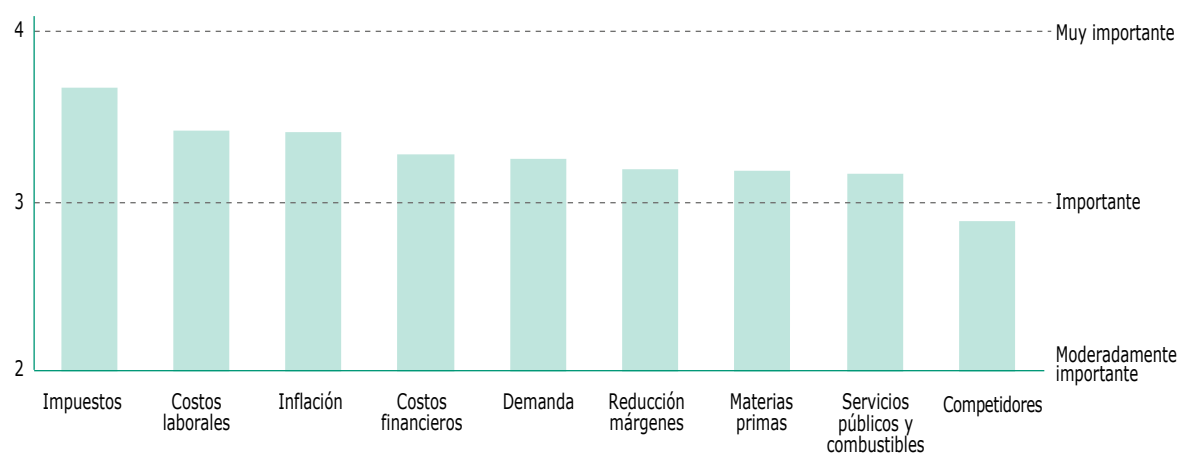


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Finalmente, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de las empresas. Para las empresas industriales, los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación, los costos laborales y la demanda fueron considerados como importantes. Mientras que los costos financieros, los costos de los servicios públicos y combustibles, y la competencia fueron catalogados como moderadamente importantes (ver gráfico 37). Por su parte, el sector comercial consideró que todas las categorías presentadas eran im-

portantes a la hora de determinar el precio de sus productos, mientras que el sector servicios señaló todas las categorías como importantes a excepción de los competidores, los cuales fueron catalogados como medianamente importantes (ver gráficos 38 y 39). Específicamente, las Pymes industriales de Manizales señalaron que el costo de las materias primas eran el principal factor a la hora de formar los precios. En cambio, las Pymes de comercio y servicios señalaron que el principal factor en la formación de precios eran los impuestos.

Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta segunda lectura de la Encuesta, en la ciudad de Manizales se encontró que el 77% de las Pymes industriales y el 94% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2016, lo cual representó una caída marginal frente a los resultados obtenidos un año atrás cuando el 63% de los industriales y el 93% de los comerciales no realizaron exportaciones (ver gráfico 40). Entre tanto, solamente un 2% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue nula (0%).

La principal razón por la cual las Pymes industriales y de servicios de Manizales no exportan se

debe a que no están interesadas en hacerlo (53% y 42%, respectivamente), ver gráfico 41. Los empresarios industriales también señalaron que no contaban con información sobre potenciales mercados para sus productos (17%), y no consideraban tener productos exportables (12%). Por su parte, una porción importante de las Pymes de servicios argumentó que estaban interesadas en exportar, pero no sabían cómo hacerlo (38%), mientras que un 8% de los entrevistados consideraba que no tenía productos exportables.

Adicionalmente, se indagó si habían pensado en algún plan de internacionalización para sus negocios. Un 54% de las firmas industriales afirmó

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

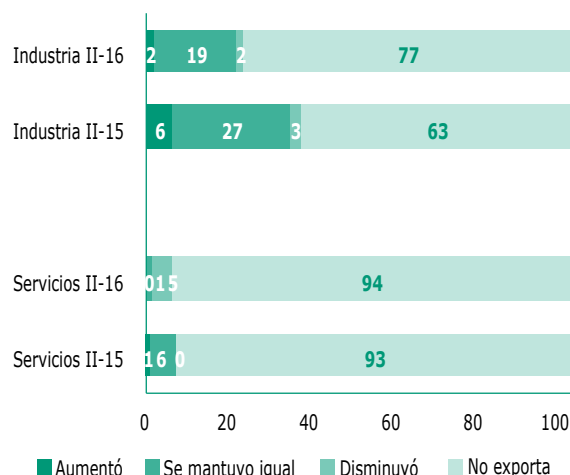


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



que no lo había considerado, mientras que el 56% de las firmas de servicios aseguró que sí estaba entre sus planes un esquema de internacionalización (ver gráfico 42).

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

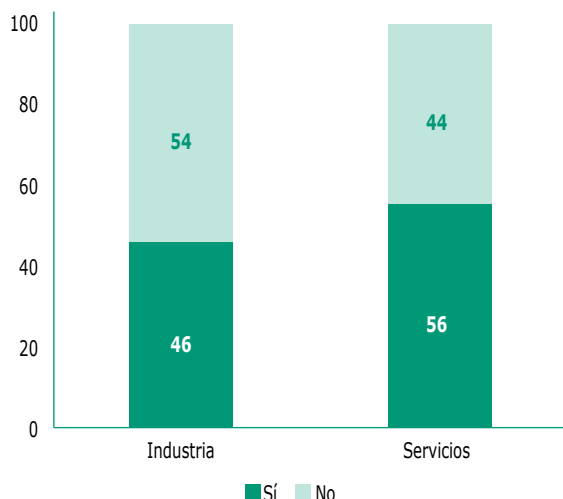
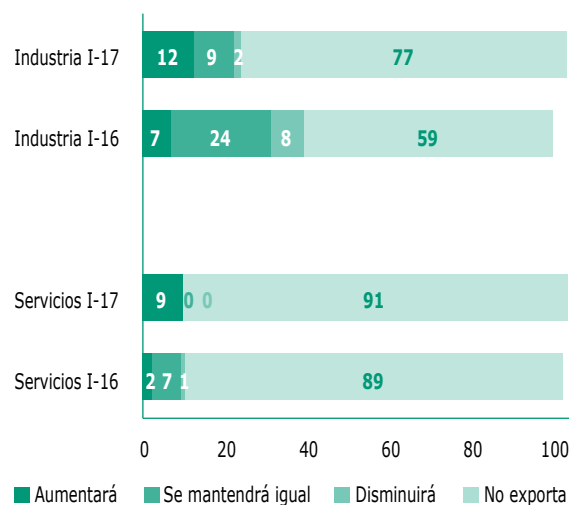


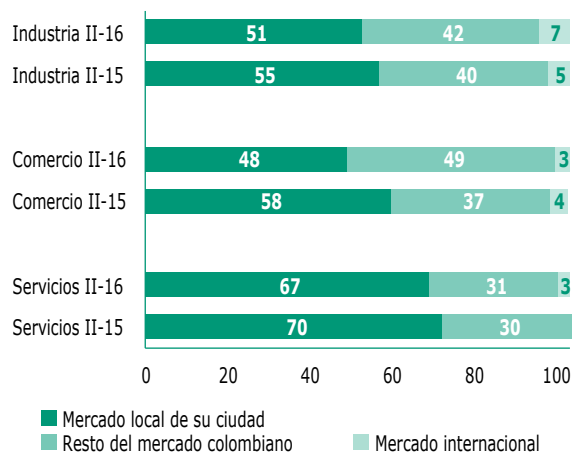
Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 77% de los encuestados en el sector industria y el 91% del sector servicios no preveían exportar en 2017-I, lo que significó un incremento respecto a lo encontrado para 2016-I (59% en industria y 89% en servicios). En contraste, menos de un 15% de los pequeños y medianos empresarios de la capital del departamento de Caldas esperaba incrementar su oferta exportadora para ambos macrosectores (ver gráfico 43).

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 ciudad (un 51% de los entrevistados industriales, un 48% de los comerciales y un 67% de los de servicios), ver gráfico 44. Entre tanto, los empresarios comerciales (49% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su región), seguidos por los industriales (42%). 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 8%.

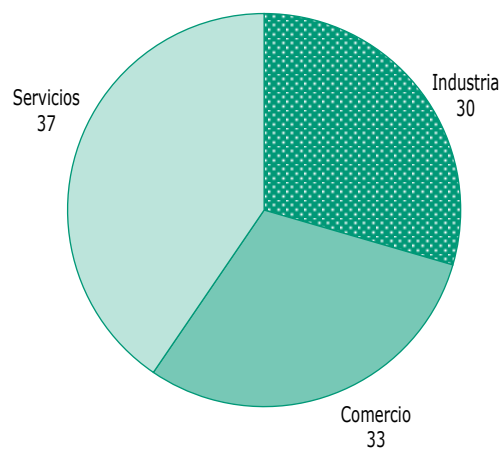
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Medellín

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

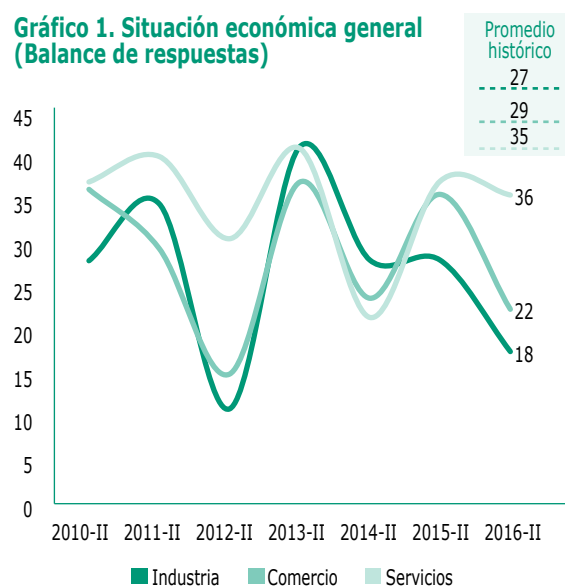
Segundo semestre de 2016

• Sector industria

El porcentaje de Pymes industriales en Medellín que reportaron una mejoría de su situación económica general fue del 35% durante el segundo semestre de 2016, inferior al 41% observado un año atrás. Por su parte, la proporción de empresarios industriales in-

satisfechos con su desempeño en el segundo semestre de 2016 aumentó hacia el 17% (vs. 13% en 2015-II). Todo esto llevó a que el balance de respuestas de esta variable se deteriorara hacia el 18% en el segundo semestre de 2016 (-10 puntos frente al 28 observado un año atrás), 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 se deterioraron frente a lo observado un año atrás. Se observó una caída en los empresarios que reportaron un aumento en el volumen de ventas del 49% en 2015-II al 37% en 2016-II. Asimismo, el porcentaje de respuestas negativas se incrementó, registrando un 17% entre los empresarios industriales frente al 12% de un año atrás. Así, el balance de respuestas tuvo un descenso del 17%, cerrando en un 20% al corte del segundo semestre de 2016 (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).

Al hablar sobre el volumen de pedidos, también se pudo identificar un deterioro en el balance de respuestas, el cual pasó de 31 a 19. Esta situación se ex-

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

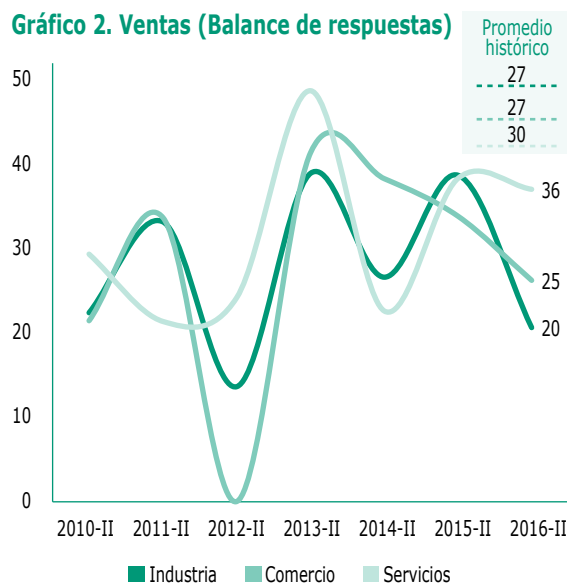
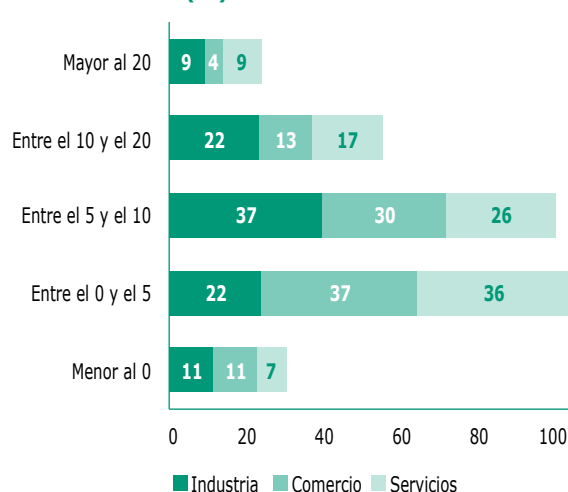


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



plica en gran medida porque el porcentaje de Pymes que percibieron una caída en el volumen de pedidos pasó del 45% al 34% entre 2015-II y 2016-II. No obstante, la proporción de empresarios industriales que manifestaron una reducción en sus ventas se mantuvo inalterada con una lectura del 15%, idéntica a la reportada un año atrás (ver gráfico 4). De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 85% de los casos en 2016-II, cifra mayor en 2 puntos porcentuales a la de 2015-II. Esto

sugiere una mejora en el ajuste de los inventarios por parte de los empresarios según el cambio del nivel de ventas y pedidos (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Medellín se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, solo el 36% de las empresas Pyme manufactureras aumentó su producción en 2016-II, una caída de 13 puntos porcentuales frente a la cifra de 2015-II. Igualmente, la producción se redujo para el 14% de los empresarios (vs. el 11% en 2015-II) y se mantuvo inalterada para el 50%, ver gráfico 6. Con ello el balance de respuestas se situó en 21 puntos, cifra menor que su promedio histórico (27).

A pesar de lo anterior, se ha observado un incremento de la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), ver gráfico 7. En efecto, dicha UCI se elevó al 80% en 2016-II, superando el 65% observado en 2015-II. Adicionalmente, en materia de inversión en maquinaria y equipo se observó una caída en las respuestas afirmativas, ya que solo el 24% aumentó su inversión en 2016-II en comparación con un 34% en 2015-II. Entre tanto, el porcentaje de empresas que disminuyeron su inversión fue bajo (7%), inferior en 6 puntos porcentuales a la cifra del año anterior (13%). No obstante, el balance de respuestas de esta variable tuvo un valor de 17, en línea con el promedio histórico registrado (17), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó una disminución. En efecto, el porcentaje de encuestados que reportaron un aumento de esta variable disminuyó hacia niveles

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

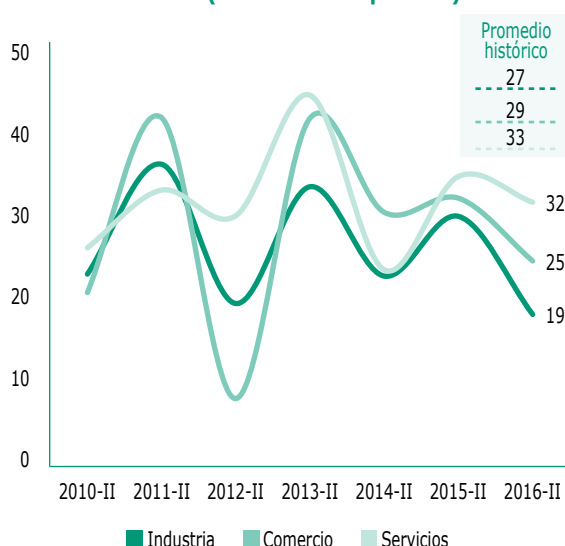


Gráfico 5. Existencias (%)

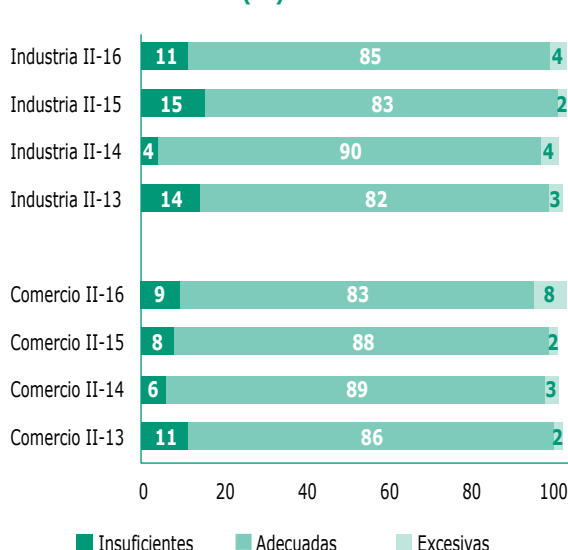
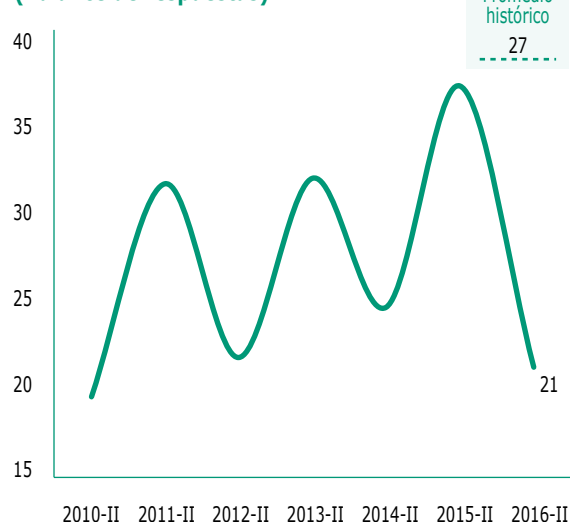


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



del 48% en 2016-II (vs. 53% en 2015-II). Aun cuando la proporción de Pymes que enfrentaron disminuciones de costos se redujo marginalmente hacia el 8% (vs. 10% en 2015-II), el balance de respuestas se redujo hacia niveles de 39 (vs. 43 un año atrás), ver gráfico 9. Por otra parte, el 43% de los empresarios industriales antioqueños mantuvo sus costos constantes en 2016-II (vs. el 36% de 2015-II).

A pesar de esta reducción en los costos, los márgenes de ganancia de las Pymes industriales antioqueñas tuvieron un comportamiento desfavorable en el último año, lo cual se refleja en la caída del balance de respues-

tas de esta variable de 23 a 19 entre 2015-II y 2016-II. Particularmente, se registraron fuertes caídas del 40% al 35% en la proporción de empresarios que manifestaron una mejora de sus márgenes durante dicho lapso de tiempo (ver gráfico 10). Es decir, aunque hubo una reducción en los costos para las empresas del sector industrial de Medellín, esto no fue suficiente para contrarrestar el peor desempeño de la demanda.

El empleo se vio afectado negativamente 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 (56%)

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

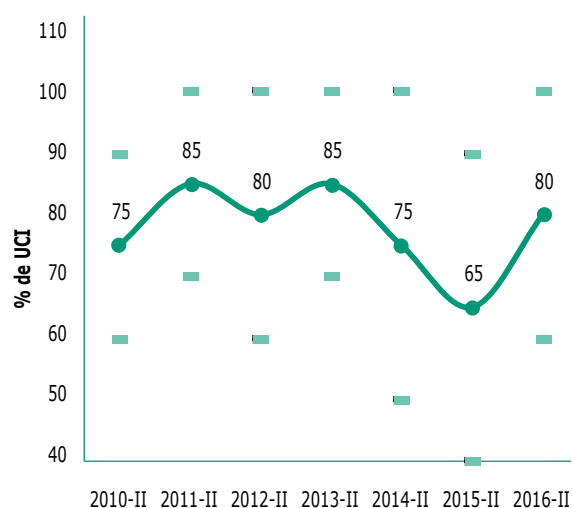


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

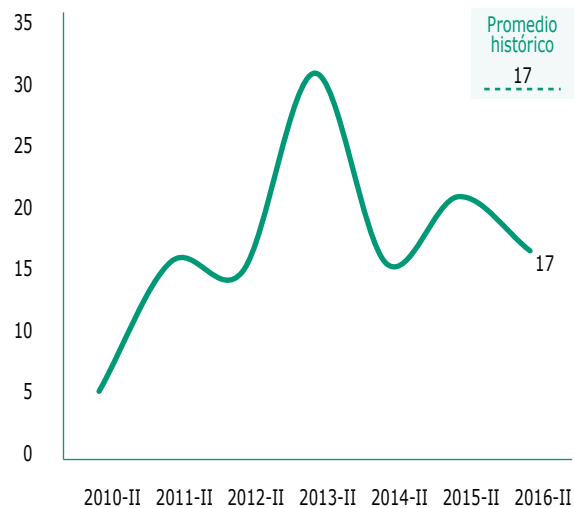


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

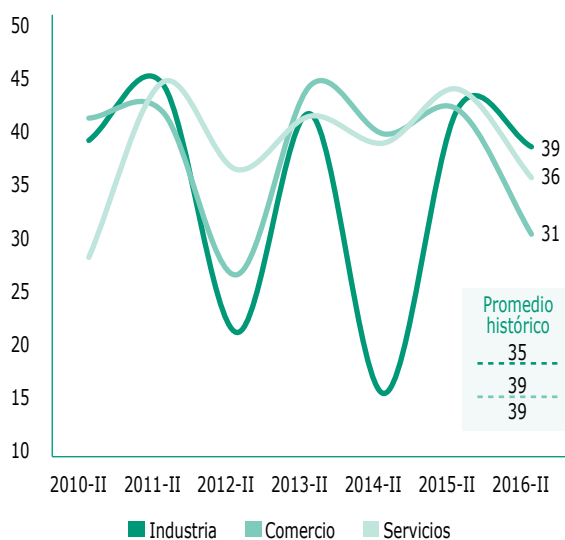
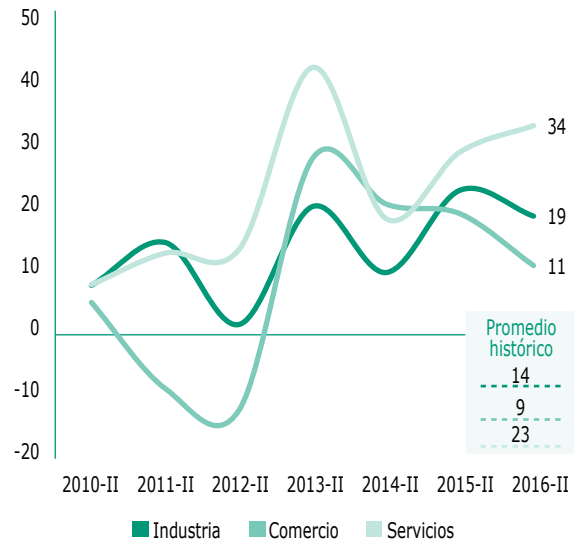


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



en el segundo semestre de 2016 fue menor a la cifra registrada un año atrás (62%), mientras que el porcentaje de estas empresas que disminuyeron el número de trabajadores subió entre 2015-II y 2016-II (del 10% al 16%). No obstante, el porcentaje de firmas que crearon empleo aumentó levemente hacia el 28% en 2016-II (vs. el 27% de 2015-II). Lo anterior implicó que el balance de respuestas referido al número de trabajadores contratados cayera al 12% (-5 puntos porcentuales vs. lo observado en 2015-II). (ver gráfico 11).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales paisas, la mayoría (82%) expresó

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

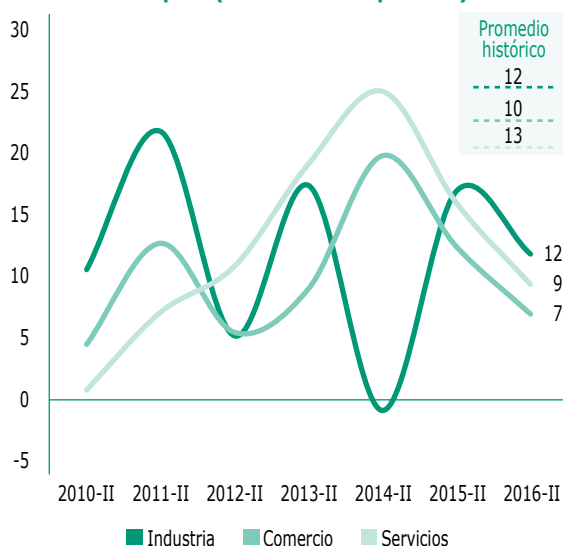
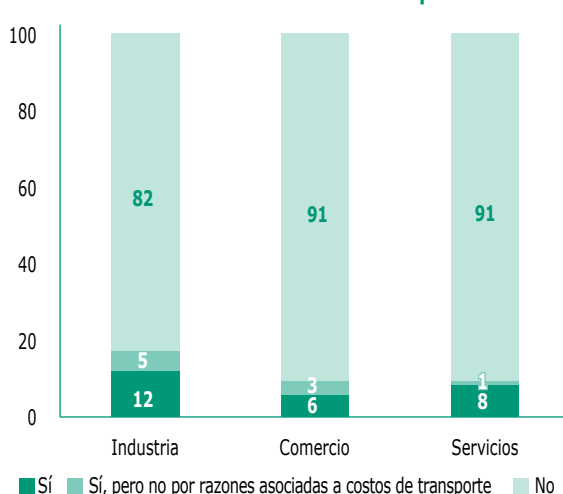


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?



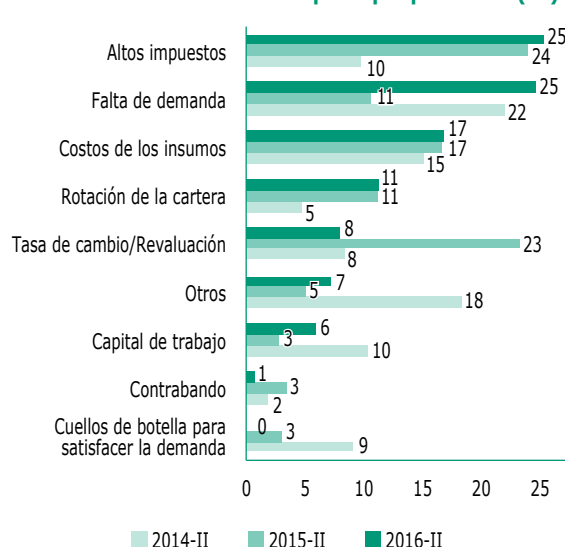
no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2016-II (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (12%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (5%).

El principal problema para el sector industrial antioqueño fueron los altos impuestos (25%) en 2016-II, reafirmando lo dicho un año atrás (24% de los entrevistados en 2015-II). El segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, la cual tomó una notoria preponderancia en el último año, al pasar del 11% al 25% (ver gráfico 13). Por otra parte, el costo de los insumos se ubicó en el tercer lugar, con una participación del 17% en 2016-II. Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Medellín fueron el contrabando (un 1% en 2016-II frente a un 3% del mismo semestre de 2015) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (0%).

• Sector comercio

El 39% de los empresarios Pyme del sector comercio en Medellín reportó una mejoría de su situación económica durante el segundo semestre de 2016, registro inferior al 49% del año anterior. A su vez, el 16% de los comerciantes calificó esta variable como peor en 2016-II, mostrando un incremento en comparación con el 13% de 2015-II. Todo esto implicó que el balance de respuestas

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



cayera de 36 a 22 en dicho lapso, ubicándose por debajo del promedio histórico del sector (29), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas. A pesar de que la proporción de empresarios que registraron una caída en sus ventas cayó 2 puntos porcentuales (17% en 2016-II vs. 19% en 2015-II), solo el 42% percibió un aumento en sus ventas (vs. el 51% en 2015-II). Debido al descenso en las respuestas positivas, el balance de respuestas bajó de 33 a 25 durante este período (ver gráfico 2). En efecto, el 78% de las firmas comerciales creció entre un 0% y un 10%, ver gráfico 3.

Adicionalmente, el volumen de pedidos presentó una caída en el último año, lo cual refleja deterioros en 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 cayó del 49% en 2015-II al 43% en 2016-II. En segundo lugar, la proporción de encuestados que reportaron una disminución subió del 16% al 18% en el último año. De esta forma, el balance de respuestas registró un valor de 25, ubicándose por debajo del promedio histórico (29), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, se evidencia un crecimiento de 1 punto porcentual entre los encuestados que las consideraron insuficientes de 2015-II a 2016-II (ver gráfico 5). Sin embargo, la mayoría de empresarios pareció ajustar sus inventarios a las variaciones en los niveles de demanda (83%).

Ahora bien, el porcentaje de comerciantes que manifestaron haber sufrido un encarecimiento de sus insumos presentó un descenso de 10 puntos porcentuales, ubicándose en un 41% en el segundo semestre de 2016 (vs. 51% en 2015-II), mientras que el de aquellos que experimentaron una deflación de esta variable aumentó del 8% al 11% durante el mismo lapso. Ello explicó la importante disminución en el balance de respuestas de esta variable de 43 a 31 durante este período (ver gráfico 9).

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 del 36% al 29%, mientras que el de aquellos que los vieron reducirse creció del 16% al 18% entre 2015-II y 2016-II. Dicha tendencia hizo que el balance de respuestas pasara de 20 a 11 en el último año (ver gráfico 10).

Dadas las condiciones económicas anteriormente descritas, el empleo se vio afectado negativamente. En efecto, la proporción de Pymes comerciales que aumentaron su número de empleados (21%) en el segundo semestre de 2016 fue menor a la cifra registrada un año atrás (24%), mientras que el porcentaje de estas empresas que disminuyeron el número de trabajadores subió entre 2015-II y 2016-II (del 12% al 14%). No obstante, el porcentaje de firmas que mantuvieron su planta de personal aumentó levemente hacia el 65% en 2016-II (vs. el 64% de 2015-II). Lo anterior implicó que el balance de respuestas referida al número de trabajadores contratados cayera del 12 reportado en 2015-II al 7 en 2016-II. (ver gráfico 11).

Con referencia a la superficie de ventas, se presentó una notoria desaceleración en el dinamismo de esta variable, lo cual se reflejó en un decrecimiento del balance de respuestas de 30 en 2015-II a 21 en 2016-II. Allí, la proporción de comerciantes que informaron que la superficie de ventas se expandió en el segundo semestre de 2016 fue tan solo del 34%, 8 puntos porcentuales por debajo del registro de un año atrás. Por su parte, las respuestas negativas pasaron del 12% en 2015-II al 13% 2016-II (ver gráfico 14).

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

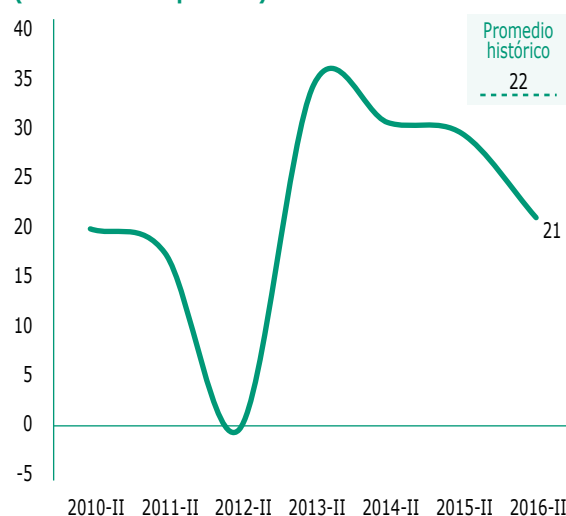
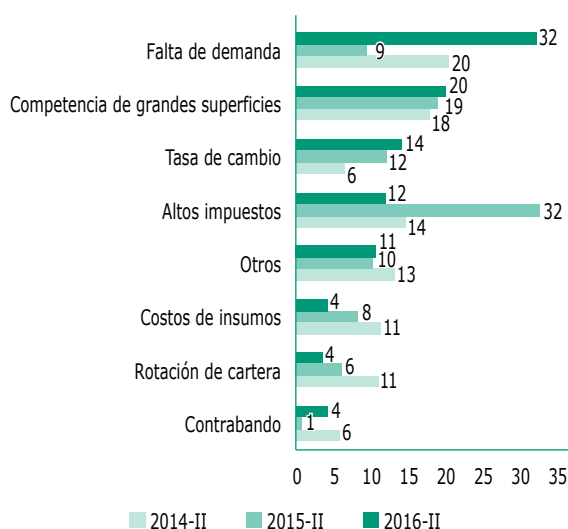


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales antioqueñas, la mayoría (91%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2016-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (6%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales antioqueñas identificaron la falta de demanda como el principal problema para el desarrollo de sus actividades en el último año de análisis. El porcentaje alcanzó el 32% en 2016-II, 23 puntos porcentuales más que lo observado en 2015-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 19%-20% en el último año. En tercer lugar estuvo la tasa de cambio, que vio ligeramente ampliada su participación del 12% al 14% en dicho período (ver gráfico 15).

• Sector servicios

El 48% 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 2016, cifra levemente inferior a la del año anterior (49%). Asimismo, la proporción de respuestas negativas subió del 12% al 13%. En este panorama, el balance de respuestas cayó ligeramente de 37 a 36, siendo aún levemente superior al promedio histórico (35), ver gráfico 1.

A su vez, el 51% de las empresas Pyme de servicios aumentó sus ventas en el segundo semestre de 2016, cifra levemente más alta a la encontrada un año atrás (50%). No obstante, la proporción de empresarios que percibieron una disminución subió del 13% en 2015-II al 16% en 2016-II. Esto resultó en un descenso marginal en el balance de respuestas de 37 a 36 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% (69% del total encuestado) (ver gráfico 3).

La percepción de aumento en el número de pedidos subió levemente del 45% en 2015-II al 47% en 2016-II, mientras que la visión sobre su disminución pasó del 10% al 14%. Estos comportamientos implicaron que el balance de respuestas, al igual que lo sucedido en la situación actual y en las ventas, cayera de 36 a 32 en el último año y se ubicara marginalmente por debajo de su promedio histórico (33), ver gráfico 4.

Las Pymes de servicios de la ciudad de Medellín tuvieron una tendencia de reducción en los costos de operación. En particular, el 46% de estas indicó que sus costos aumentaron, lo cual muestra un descenso de 7 puntos porcentuales con relación a las cifras de 2015-II. Por su parte, el 10% de las Pymes de servicios reportó haber reducido sus costos de operación en el segundo semestre de 2016, cifra superior a la de un año atrás cuando este porcentaje fue del 8%. Así, el balance de respuestas alcanzó un registro de 36 puntos, inferior al dato de un año atrás (45), ver gráfico 9.

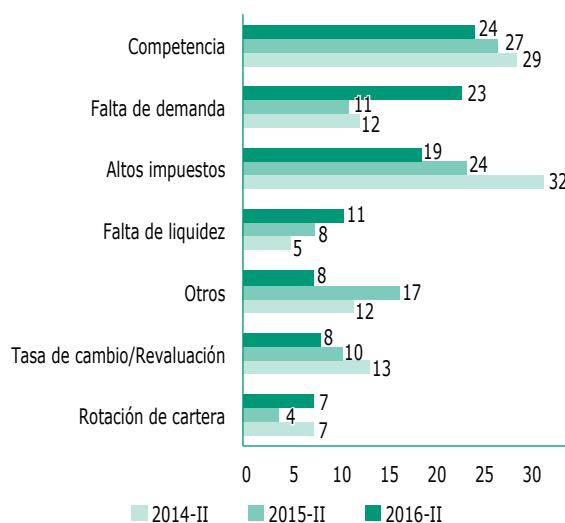
Dada las reducciones en los costos, los márgenes de ganancia tuvieron un desempeño más favorable, con un aumento del balance de respuestas de 29 a 34 (ver gráfico 10). En efecto, los márgenes aumentaron para el 47% de los encuestados en 2016-II, valor superior al 42% reportado en el segundo semestre de 2015. En contraste, para el 13% de las empresas del sector disminuyeron sus márgenes en 2016-II, cifra superior al 12% reportado en el mismo período de 2015.

En materia de empleo en Medellín, el 63% de los empresarios Pyme de servicios mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2016, el 23% la aumentó y el 14% la redujo. Para el segundo semestre de 2015 estos porcentajes fueron respectivamente del 65%, el 25% y el 9%, mostrando un descenso en la dinámica del empleo, con lo cual el balance de respuestas descendió de 16 a 9 en este lapso (ver gráfico 11).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios antioqueñas, la mayoría (91%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en 2016-II (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (8%) y otras razones (1%).

El principal problema que señalaron las Pymes prestadoras de servicios antioqueñas para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2016 fue la competencia, con el 24% del total de respuestas, porcentaje ligeramente similar al obtenido un año atrás (27%). En segundo lugar sobresalió la falta de demanda, con un 23% de las respuestas, aumentando en 12 puntos porcentuales frente al dato del año anterior (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2017

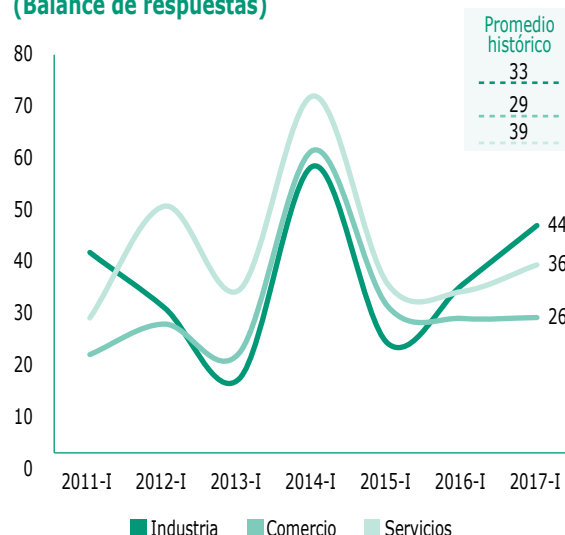
• Sector industria

El 49% de los empresarios industriales antioqueños encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2017 sería favorable, mientras que un año atrás este porcentaje fue del 42%, lo que muestra una recuperación en las expectativas de favorabilidad. Al mismo tiempo, el porcentaje de empresarios que sentían incertidumbre aumentó, pasando del 14% en 2016-I al 24% en 2017-I, mientras que las perspectivas negativas cayeron al 5% (vs. el 10% un año atrás). Esto representó una recuperación del balance de respuestas, el cual subió de 32 a 44 en el último año (ver gráfico 17).

En la séptima medición de la encuesta en Medellín, el optimismo de los empresarios antioqueños con respecto a las expectativas de producción empeoró respecto a lo encontrado en la medición de 2016-I. A pesar de que la expectativa favorable de producción aumentó en 5 puntos porcentuales (pasando del 42% al 47%), aquellos empresarios que esperaban una reducción en la producción de sus empresas pasaron del 11% al 18% de los encuestados. Estas dos tendencias en las respuestas llevaron a que el balance de respuestas de esta variable cayera de 31 a 29 durante el último año (ver gráfico 18).

A nivel de pedidos se presentó la misma dinámica de recuperación evidenciada en las expectativas de desempeño general, pues el balance de respuestas llegó a 29, superando el promedio histórico de 26, ver gráfico 19. El 48% de los empresarios del sector tenía

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



una expectativa favorable en materia de pedidos en 2017-I, cuando un año atrás este valor correspondía al 42%. Sin embargo, las expectativas desfavorables aumentaron en 5 puntos porcentuales, pasando del 14% al 19% 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.

Asimismo, las Pymes manufactureras de Medellín se mostraron dispuestas a aumentar sus inversiones en maquinaria y equipo, con un balance de respuestas que pasó de 18 a 31 en el último año (gráfico 20).

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

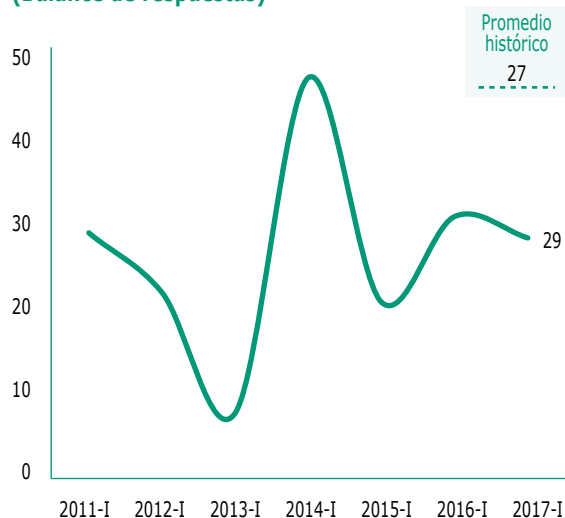
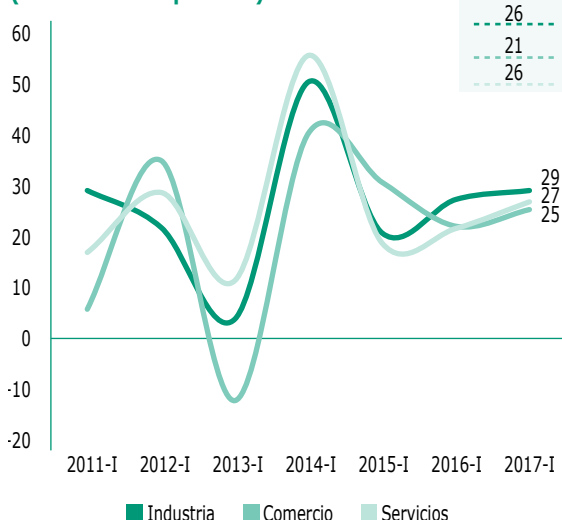


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)



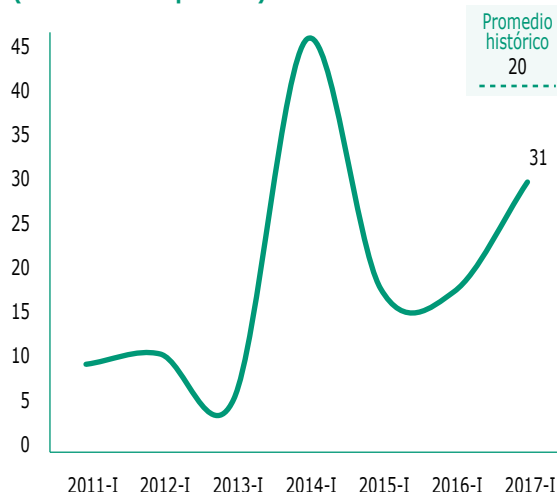
El 39% de los industriales esperaba mantener constantes los niveles de esta inversión en 2017-I, mientras que los que planeaban aumentar su inversión representaron el 46%. Por su parte, un 15% preveía una disminución en su inversión, cifra que cayó un punto porcentual durante el último año.

• Sector comercio

En las Pymes comerciales de Medellín las expectativas permanecen similares a las observadas un año atrás. Para el 20% de las Pymes comerciales el desempeño general de sus empresas habría sido incierto en el primer semestre de 2017, en comparación con un 22% que tenía dicha percepción en 2016-I. Por su parte, la proporción de empresarios comerciales que reportaron perspectivas positivas (37%) y aquella que reportó perspectivas negativas (11%) se mantuvieron inalteradas. Ello llevó a que el balance de respuestas permaneciera estable en 26, por debajo de su promedio histórico (29), ver gráfico 17.

Las expectativas de pedidos muestran un incremento en el porcentaje de respuestas favorables, el cual pasó del 33% en 2016-I al 40% en 2017-I. Sin embargo, un 15% de los empresarios esperaba que los pedidos cayeran, lo cual representa un leve retroceso con respecto al año anterior, aumentando 4 puntos porcentuales. Aun así, el balance de respuestas de esta variable alcanzó un valor de 25 en 2017-I, mayor en 3 puntos al registro de 2016-I (ver gráfico 19).

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



Las perspectivas sobre el comportamiento de las ventas confirman que las empresas comerciales en Medellín mantienen una actitud inalterada respecto al año anterior, lo cual se reflejó en el balance de respuestas que permaneció en 26 en 2017-I (ver gráfico 21). Dicha situación se explica porque el porcentaje de comerciantes que esperaban que el volumen de ventas aumentara subió (42% en 2017-I vs. 37% en 2016-I), al igual que la proporción de empresarios que fueron pesimistas (15% en 2017-I vs. 11% en 2016-I).

• Sector servicios

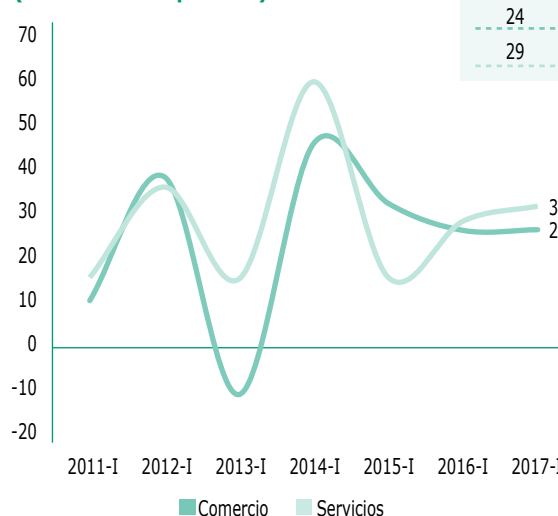
El sector Pyme de servicios en Medellín, de manera similar a lo observado en la industria, presentó un mayor nivel de optimismo en materia de las expectativas sobre su actividad económica y la demanda en el primer semestre de 2017. Un 46% de los empresarios del sector manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2017 sería favorable. Esta cifra es 6 puntos porcentuales superior a la registrada un año atrás. Esta alza en la favorabilidad llevó a que el balance de respuestas alcanzara un valor de 36, subiendo 5 puntos con respecto al año anterior (ver gráfico 17).

La evolución futura del nivel de pedidos mostró una leve recuperación. En las respuestas desfavorables se observa un decrecimiento, ya que el 14% de los empresarios del sector tenía una expectativa negativa en materia de pedidos en 2017-I, cuando un año atrás este valor ascendió al 18%. Este efecto fue suficiente para que el balance de res-

puestas pasara de 22 en 2016-I a 27 en 2017-I (ver gráfico 19).

De manera similar, las perspectivas sobre la evolución de las ventas presentan una moderada recuperación. En efecto, se observa un alza en las expectativas positivas, ya que el 45% de los encuestados esperaba que el volumen de ventas aumentara en 2017-I, cuando un año atrás este porcentaje ascendía al 33%. En cambio, las respuestas negativas cayeron un punto porcentual durante dicho período, alcanzando una proporción del 14% para el primer semestre de 2017. Así, se alcanzó un balance de repuestas de 31, superando el promedio histórico (29), 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 decreció notablemente en el segundo semestre de 2016 con respecto al mismo semestre de 2015. En efecto, estas pasaron de un 50% a un 39%. De igual forma, en comercio se presentó un descenso de 8 puntos porcentuales, alcanzando un 40% de los entrevistados en 2016-II. Por su parte, la demanda de crédito de las Pymes de servicios de Medellín mostró una tendencia marginalmente

decreciente, al caer del 37% al 36% en dicho período (ver gráfico 22).

Las tasas de aprobación evidenciaron un repunte para el sector industrial Pyme, al pasar del 98% en el segundo semestre de 2015 al 100% en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 23). Para las Pymes comerciales se mantuvo inalterada la aprobación de crédito en niveles del 98% en 2016-II. El sector servicios tuvo incrementos de

mayor magnitud, al pasar del 94% al 100% en las solicitudes aprobadas.

Para las empresas Pyme industriales, el plazo preferido fue el crédito a largo plazo, el cual representó el 48% de los encuestados en 2016-II, 22 puntos porcentuales por encima del registro de 2015-II. En segundo lugar estuvo la financiación a mediano plazo, con un 38% de las respuestas. Para el sector comercio de Medellín se dio una preponderancia de los créditos a mediano plazo (48% en 2016-II), seguidos por el corto plazo que ganó relevancia en el último año (34% en 2016-II frente al 23% en 2015-II). En servicios, el

mediano plazo pasó a ser preferido al contar con el 39% de los encuestados, mientras que el corto plazo aumentó 26 puntos porcentuales con respecto a la última medición, ubicándose en el 37%(ver gráfico 25).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme antioqueña el largo plazo fue el más utilizado, creciendo respecto al año anterior (26% en 2015-II vs. 50% en 2016-II). Para el sector de comercio, el mediano y el corto plazo fueron los que presentaron mayor aprobación, con el 48% y el 34% respectivamente. Por último, en servicios, el crédito mayormente aproba-

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

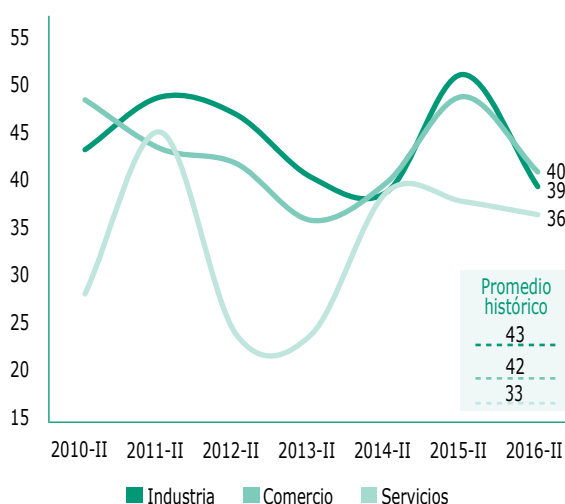


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

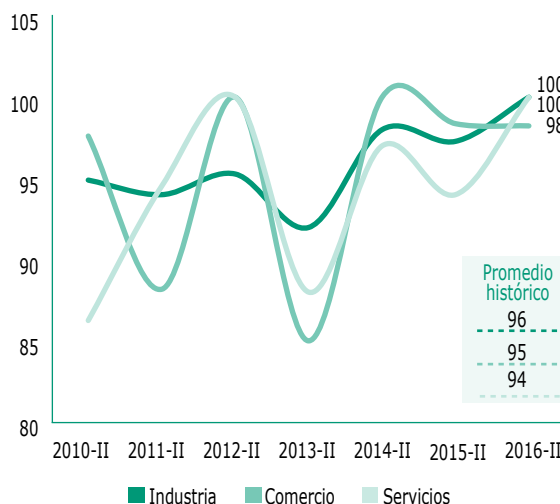


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

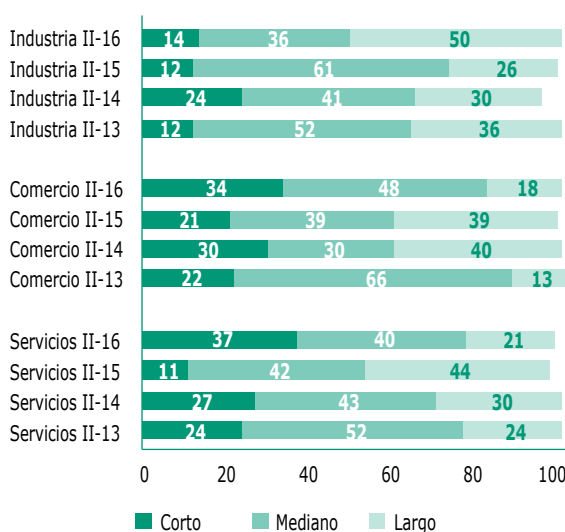
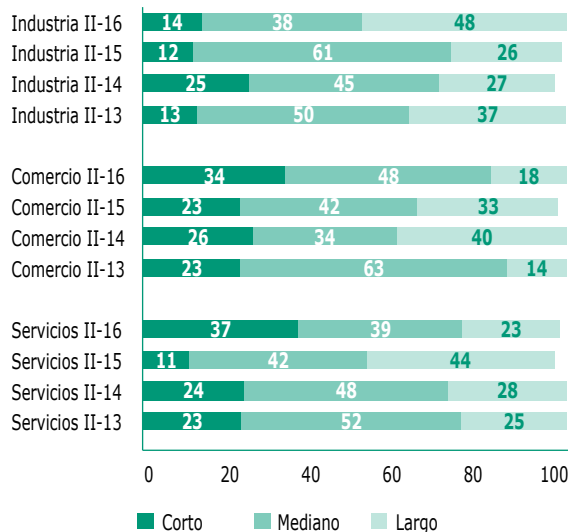


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



do fue el de mediano plazo con un 40%, seguido de cerca por el corto plazo con un 37% (ver gráfico 24).

Para 2016-II, entre el 96% (comercio) y el 98% (industria y servicios) de las Pymes de Medellín se sintió satisfecho con el monto del crédito obtenido. Un año atrás estos porcentajes variaron entre el 98% (servicios) y el 98% (comercio), 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 52% en industria, un 52% en comercio y un 47% en servicios) fue hasta

DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2016. 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 (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 63% de satisfacción al 77% en el segundo semestre de 2016. Las comerciales bajaron su nivel de satisfacción de forma pronunciada, al pasar de 81% al 65% entre 2015-II y 2016-II. Por su parte, las empresas de servicios presentaron el menor

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

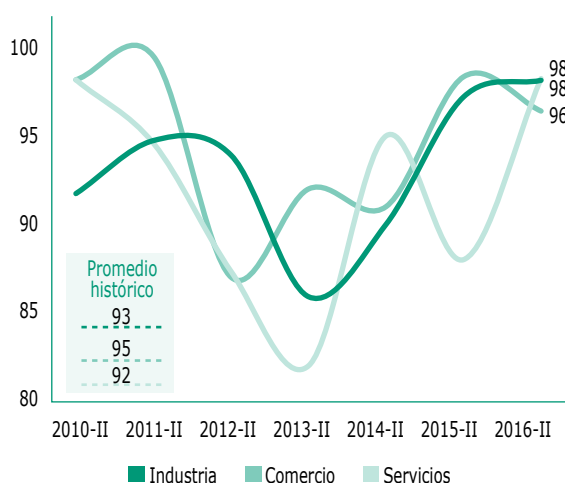


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



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

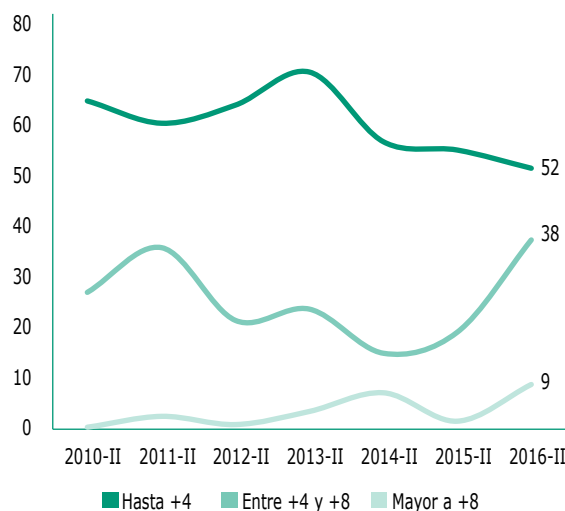


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

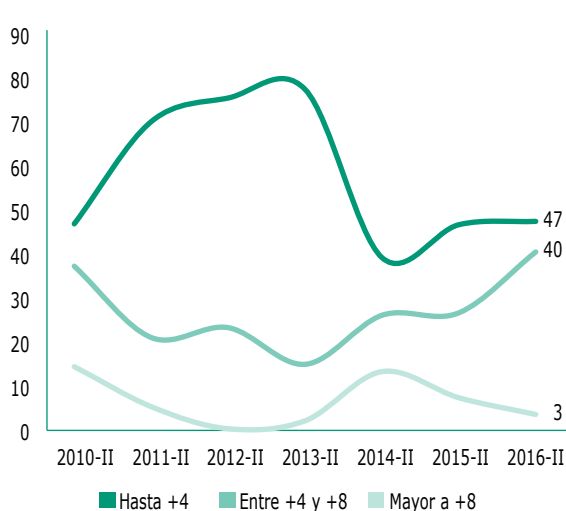
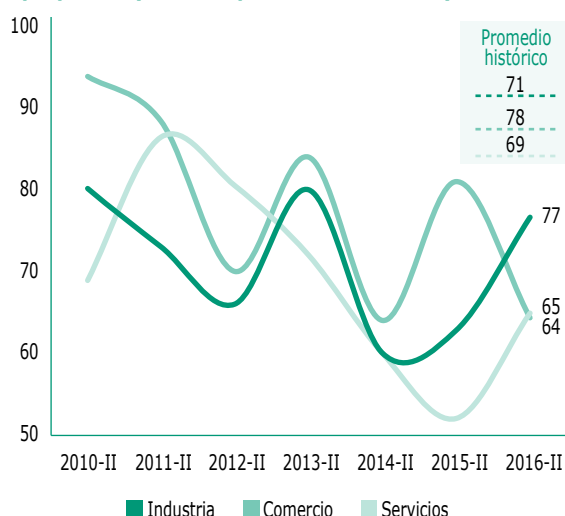


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



índice de satisfacción con el 64%, subiendo 12 puntos porcentuales con respecto a 2015-II (ver gráfico 30). Estos resultados son acordes con la información presentada, teniendo en cuenta que las empresas de servicios pagan los préstamos más costosos.

Las Pymes de la ciudad de Medellín enfocaron los recursos provenientes del sistema financiero principalmente a capital de trabajo. En particular, el 64% de los encuestados en industria, el 57% de los comerciales y el 53% de los de servicios llevaron estos recursos a capital de trabajo (ver gráfico 31). El segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo (industria 26%, comercio 20%, servicios 26%). Cabe destacar que en 2016-II las Pymes del sector industrial y de servicios también destinaron recursos a la compra o arriendo de maquinaria (23% y 11% respectivamente) y a remodelaciones o adecuaciones (14% y 21%).

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

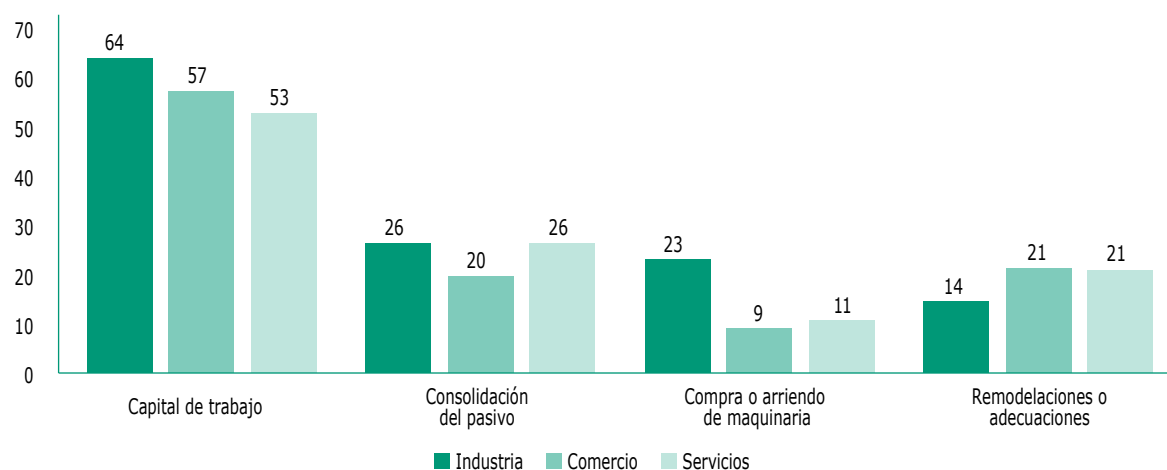
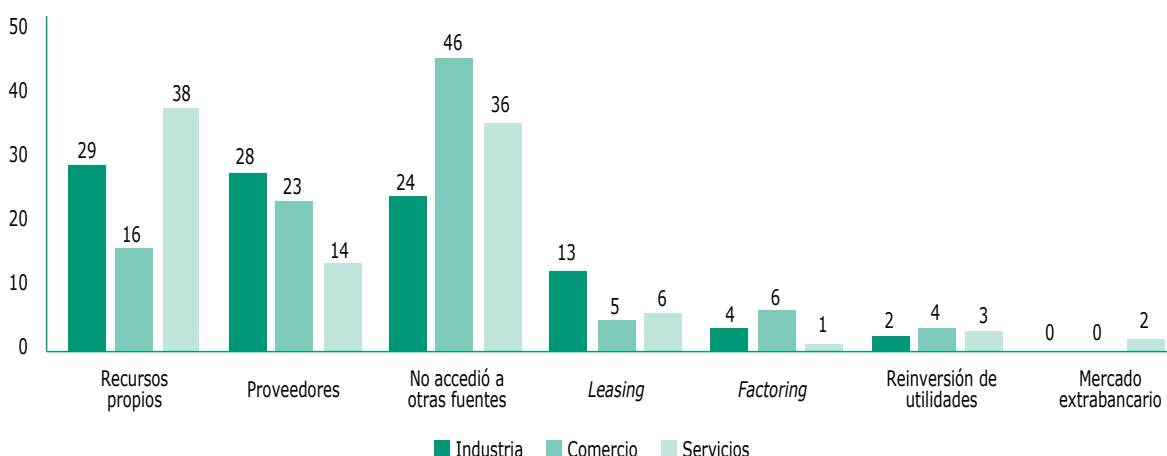
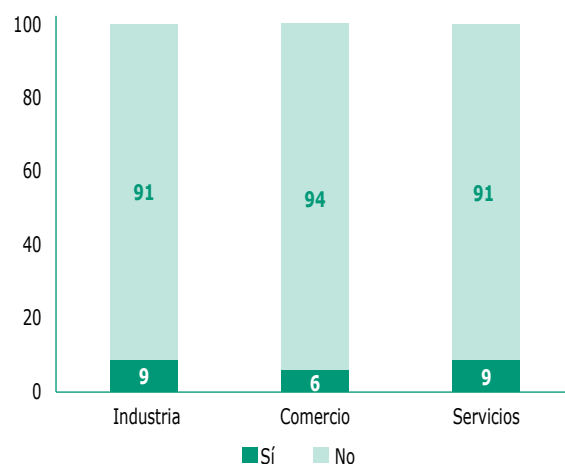


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



El 24% de las Pymes industriales, el 46% de las de comercio y el 36% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2016

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?

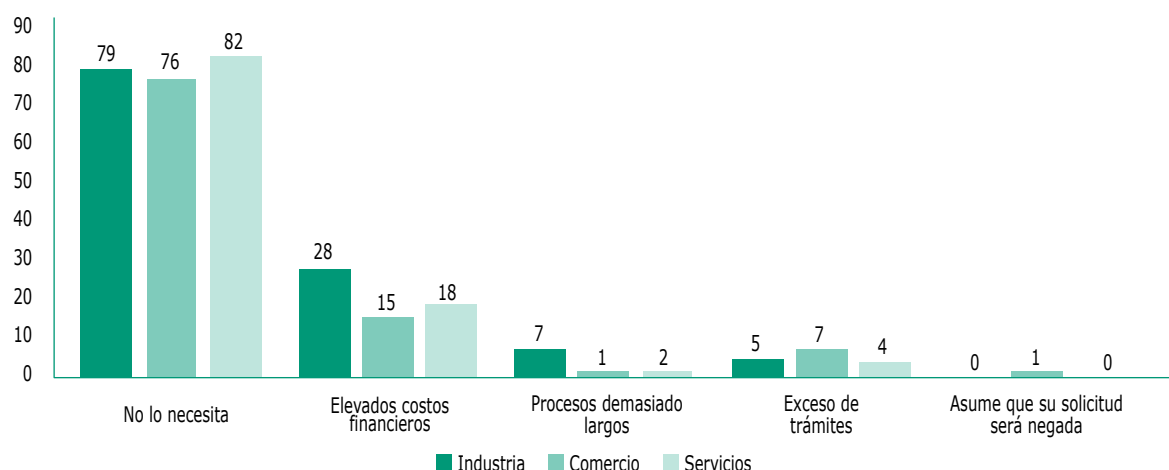


(ver gráfico 32). Por su parte, los recursos propios son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (29%) y de servicios (38%), mientras que para el sector comercio la fuente alternativa más importante son los proveedores (23%).

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios antioqueños 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 90% de los encuestados (91% industria, 94% comercio y 91% 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 porque no lo necesitan (un 79% en industria, un 76% en comercio, y un 82% en servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (28 % industria, 15% comercio y 18% servicios), ver gráfico 34.

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



Acciones de mejoramiento

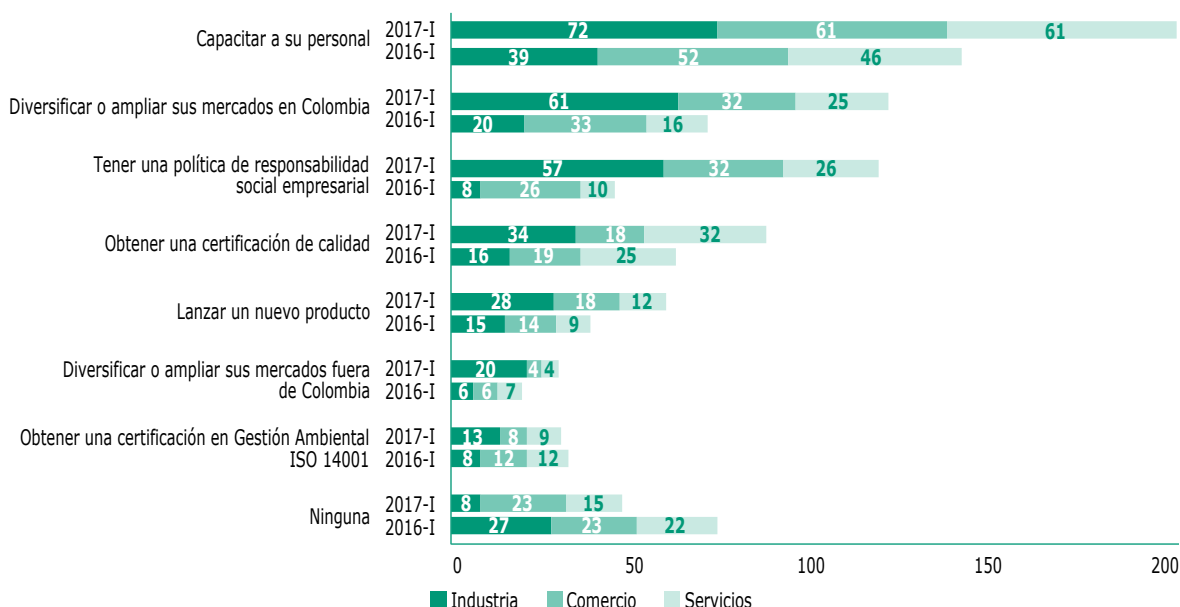
En el primer semestre de 2017, en Medellín, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes fue capacitar al personal (un 72% en industria, un 61% en comercio y un 61% en servicios, respectivamente). Adicionalmente, los empresarios industriales y comerciales mostraron un gran interés en di-

versificar sus mercados en Colombia (un 61% de los entrevistados manufactureros y un 32% 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 (32%). El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de

mejoramiento durante el primer semestre de 2017 fue menor que lo observado un año atrás. En las Pymes industriales esta proporción bajó del 27% al 8% y en las de servicios pasó del 22% al 15%. Por su parte, entre los entrevistados de comercio la proporción de em-

presarios que no realizaron acciones de mejoramiento permaneció inalterada en un 23%. En consecuencia, dos de los tres macrosectores han implementado un mayor número de acciones de mejoramiento comparado con lo observado el año anterior.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



—Capital social y formación de precios—

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital antioqueña si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (98% industria, 89% comercio y 88% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios de Medellín con: i) los gremios empresariales de su sector (14% en industria, 15% en comercio y 18% en servicios); ii) la Alcaldía (1% en industria, 7% en comercio y 6% en servicios); iii) universidades/

centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (1% en industria, 1% en comercio y 4% en servicios); iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o entidades del Gobierno Nacional (1% en comercio y 10% en servicios); y v) Gobernación (1% en comercio y 1% en servicios), ver gráfico 36.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de Medellín cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiada con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (30% en industria, 41% en comercio y 50% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares—establecer alianzas (30% en industria, 23% en comercio y 32% en servicios); ii) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (15% en industria, 10% en comercio y 13% en servicios); iii) incursionar en nuevos mercados (14% en industria, 10% en comercio y 11% en servicios);

iv) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (13% en industria, 12% en comercio y 9% en servicios); v) incremento del nivel de ventas (6% en industria, 8% en comercio y 10% en servicios); vi) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (4% en industria, 2% en comercio y 5% en servicios); y vii) desarrollar nuevos productos o servicios (3% en industria, 3% en comercio y 5% en servicios), ver gráfico 37.

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

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?

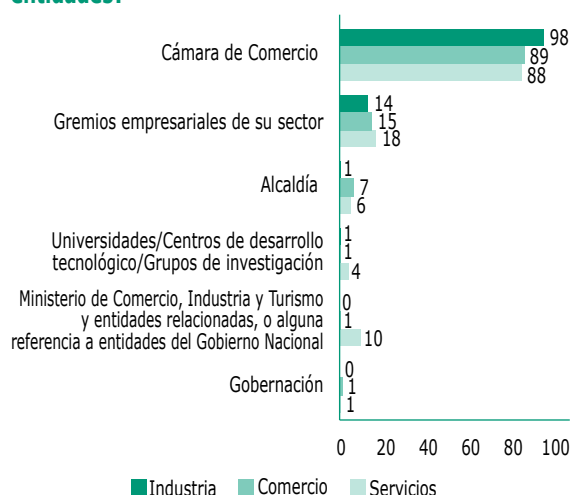
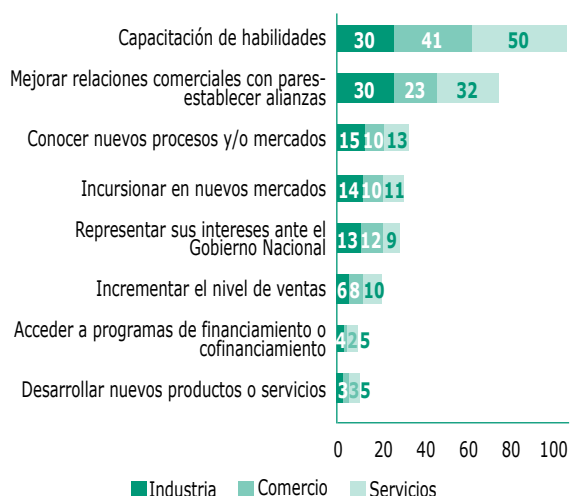


Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (60% en industria, 33% en comercio y 56% en servicios). Asimismo, se observó que el 9% de los empresarios industriales, el 8% de los comerciales y el 6% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, el 6% de los empresarios industriales, el 14% de los comerciales y el 3% del sector servicios manifestaron hacerlo trimestralmente y mensualmente (5% en industria, 18% en comercio y 8% en servicios). Por último, menos del 4% de los encuestados industriales, el 6% de los comerciales y el 4% de los de servicio dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en los tres macrosectores el aumento del costo de los servicios públicos y combustibles fueron catalogados apenas como “moderadamente importantes” (ver gráficos 39, 40 y 41). De forma específica, se destaca que para el sector comercial y el de servicios Pyme de Medellín los impuestos fueron los que más incidieron en el alza de precios de sus productos. En cambio, en el sector Pyme industrial de esta ciudad, el factor más importante para elevar los precios fueron las materias primas.

Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

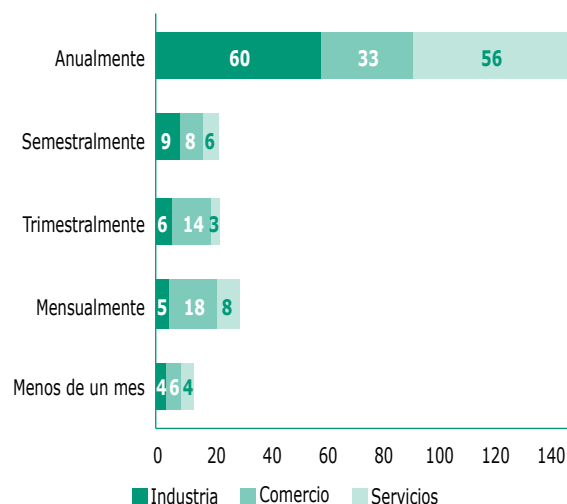


Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

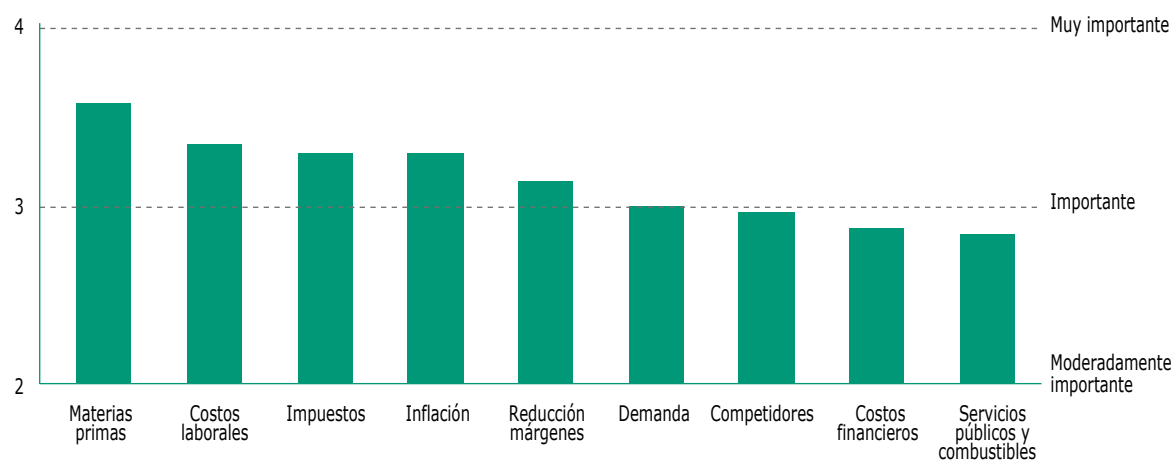


Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

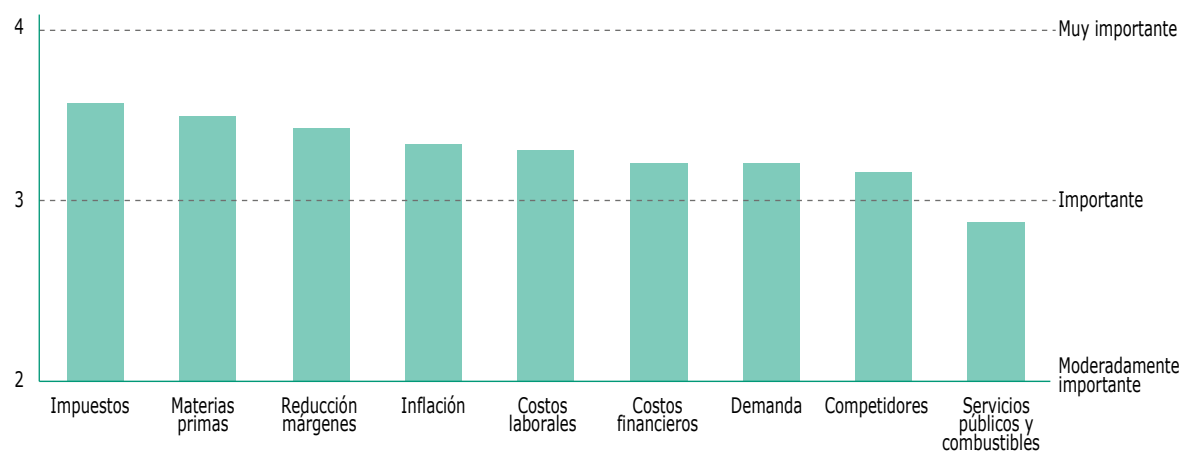
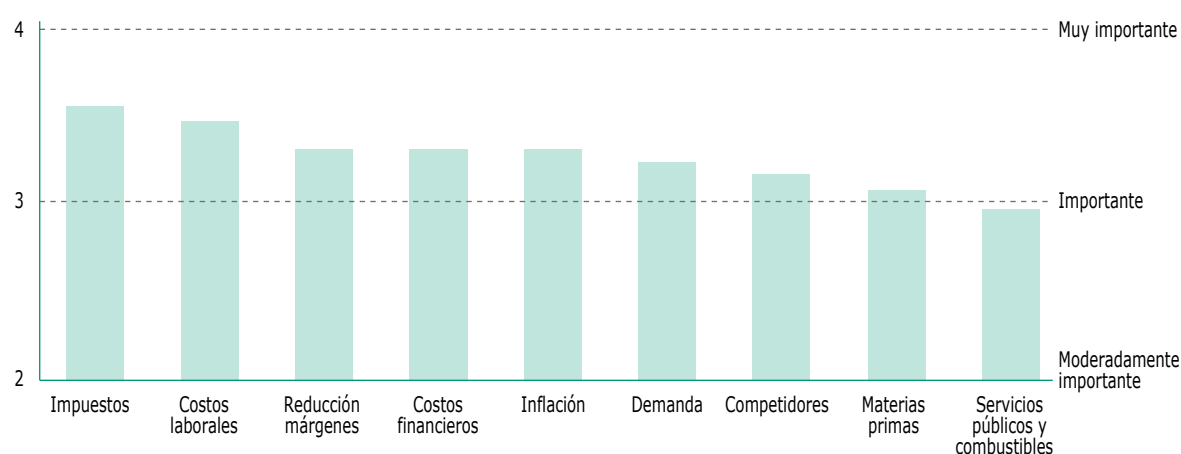


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

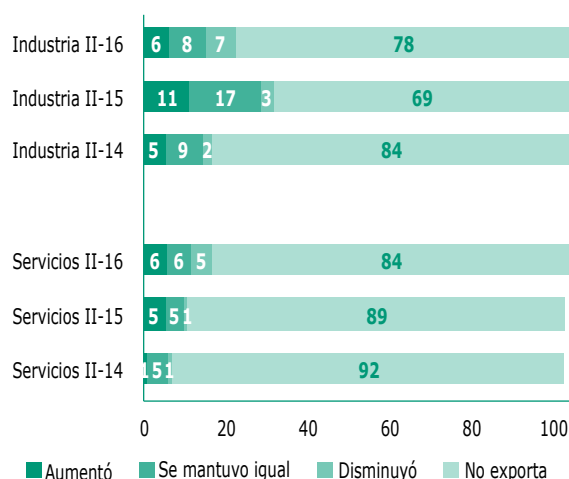


Comercio exterior

A nivel de exportaciones, el mercado ha presentado una contracción importante. El 6% de las Pymes industriales de Medellín aumentó el volumen de exportaciones en 2016-II (vs. el 11% en 2015-II). Además, el 78% de las Pymes de este sector en Medellín no exportó en el segundo semestre de 2016, cifra que presenta una desmejora con respecto al 69% que no exportaba el año anterior (ver gráfico 42). Por

su parte, el sector servicios experimentó una leve mejora en este ámbito, pues el 6% de las empresas de servicios Pyme en Medellín reportó un incremento de sus exportaciones en el segundo semestre de 2016 (vs. 5% un año atrás), mientras que el 84% de ellas afirmó no haber exportado (cifra levemente inferior al 89% de 2015-II).

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



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 (22%). Por su parte, en el sector servicios el 52% de los encuestados no exporta ya que consideran que no tienen productos de exportación, mientras que un 37% manifiesta no estar interesado en exportar (ver gráfico 43). Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y allí el 54% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 58% tiene planes de internacionalización (ver gráfico 44).

Frente a las expectativas sobre el comportamiento de las exportaciones, el 6% de los empresarios en el sector industrial y el 5% de los de servicios espera-

Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

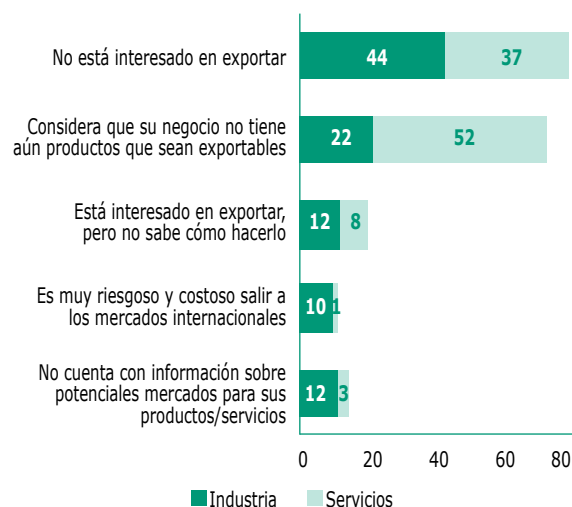


Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

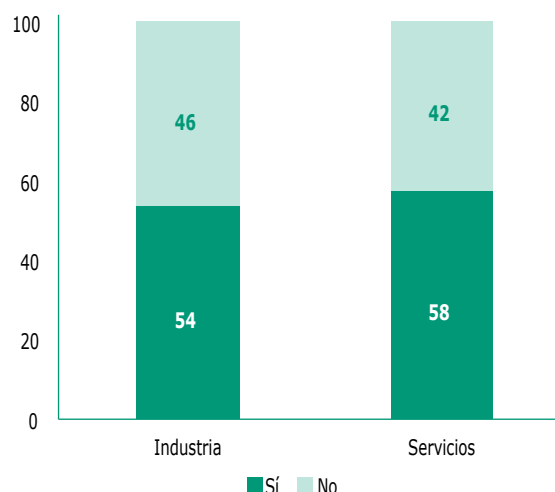


Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

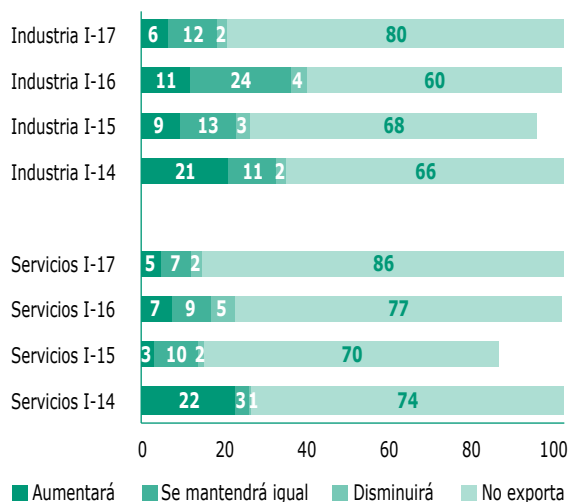


Gráfico 46. Durante 2016 ¿Accedieron a nuevos mercados? (nuevos países destino de las exportaciones) (%)

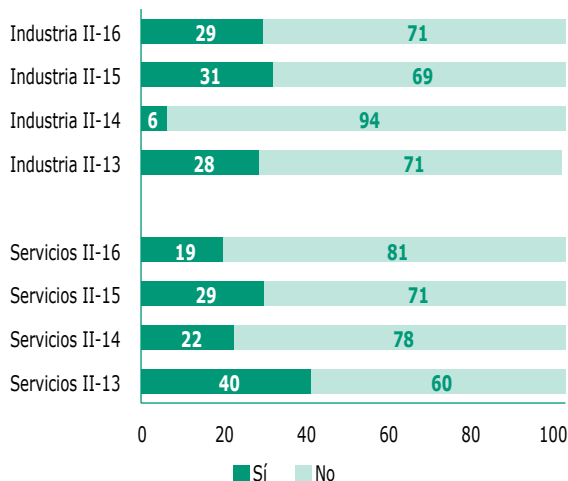
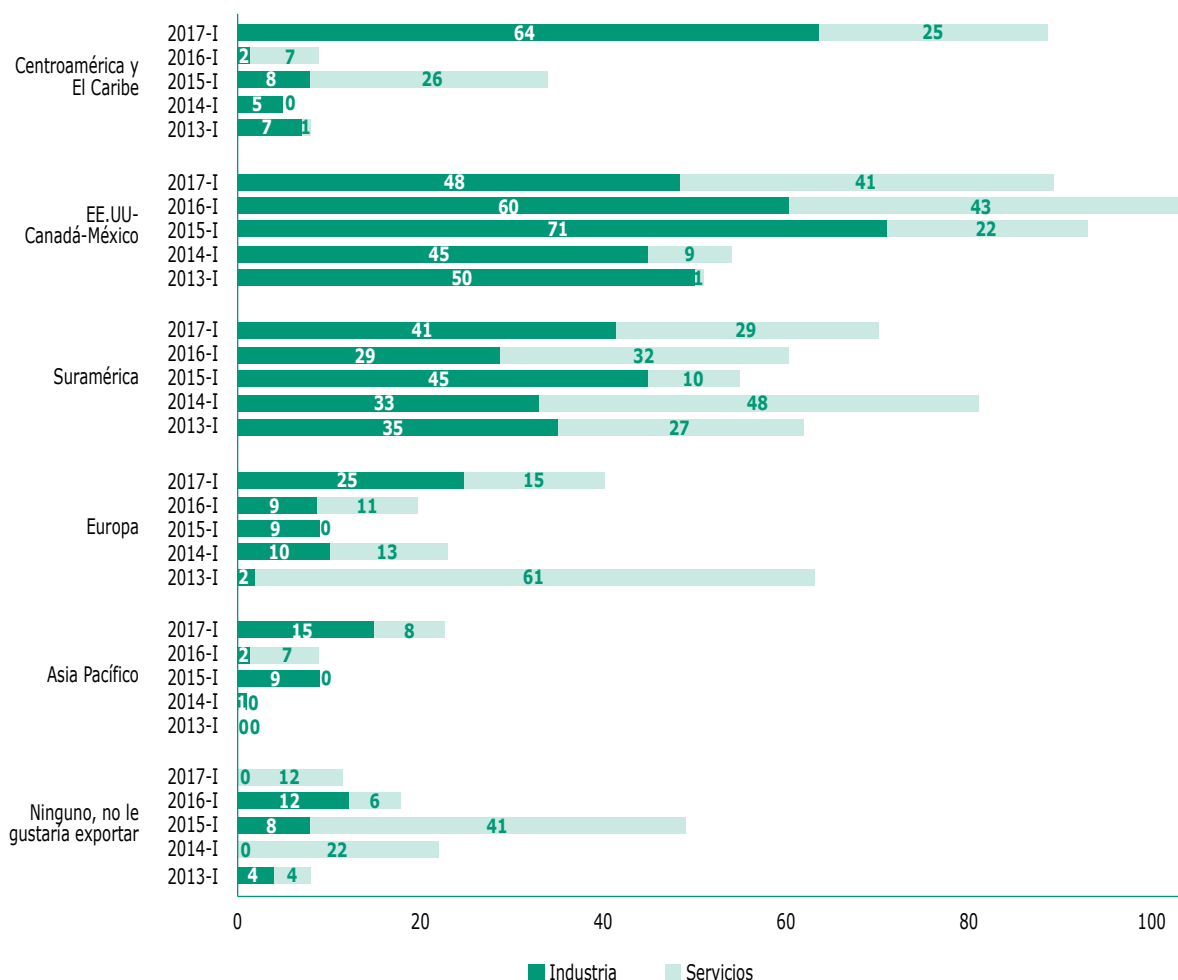


Gráfico 47. De la siguiente lista de posibles destinos para exportar, ¿cuál le gustaría y estaría en capacidad de explorar? (%)



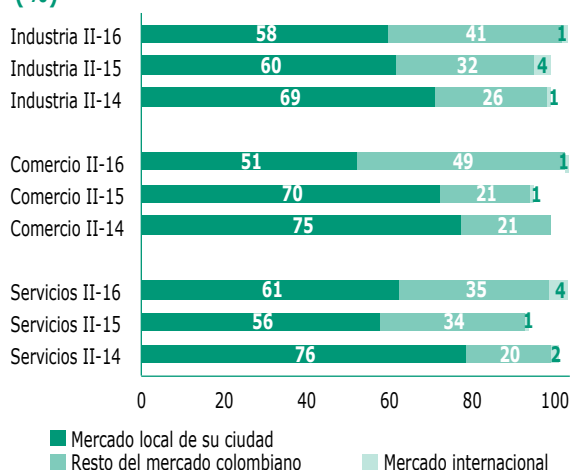
ban un aumento de sus exportaciones para 2017-I (ver gráfico 45). Estos porcentajes resultan muy bajos si los comparamos con las empresas que no aspiran a tener una oferta exportadora (80% industria y 86% servicios).

En el sector industrial antioqueño, el acceso a nuevos mercados para las exportaciones cayó levemente. En efecto, según la última lectura de la Encuesta, el 29% de los encuestados del sector industrial accedió a nuevos mercados como destino de exportación en 2016-II, cifra que fue ligeramente menor a la reportada un año atrás (31%). Igualmente, en el sector servicios cayó el acceso a nuevos mercados. Un año atrás, el 29% de los encuestados accedió a nuevos mercados para sus exportaciones, mientras que en el último año este porcentaje bajó a un 19% para el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 46).

Sobre las pretensiones para abrir nuevos mercados durante 2017-I, los principales destinos en el caso industrial fueron Centroamérica y El Caribe (64%), Estados Unidos, Canadá y México, con un 48% del total de encuestados, seguido por América del Sur, con un 41%. 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 41%, mientras que América del Sur ocupó el segundo lugar con un 29% (ver gráfico 47).

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 principalmente en el mercado local de su ciudad (un 58% de los entrevistados industriales, un 51% de los comerciales y un 61% de los de servicios), ver gráfico 48. Entre tanto, los empresarios de comercio (49% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), frente a sus pares de industria (41%) y servicios (35%).

Gráfico 48. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)

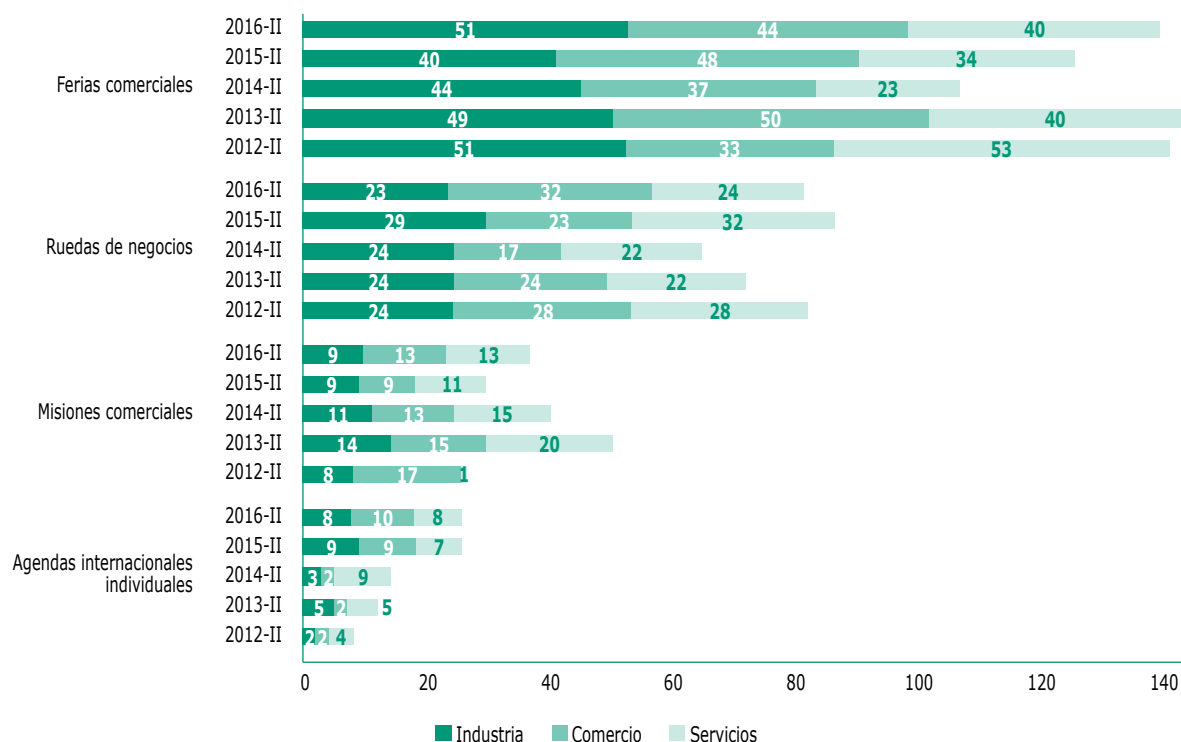


Comercialización

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 51% de los entrevistados de industria, el 44% de comercio y el 40% de servicios), condición similar a la encontrada el año anterior (el 40% de los

entrevistados de industria, el 48% de comercio y el 34% de servicios). En segundo lugar, el interés está enfocado en las ruedas de negocio que han alcanzado valores del 23% (industria), el 32% (comercio) y 24% (servicios) de los encuestados en el último año (ver gráfico 49).

Gráfico 49. ¿En cuál evento comercial estaría más interesado en participar?

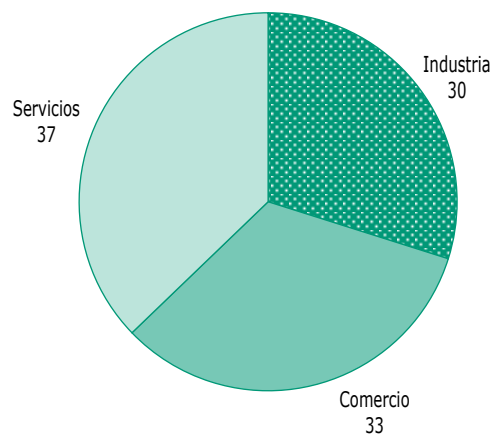


La Gran Encuesta Pyme

Oriente

Antioqueño

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2016

Los resultados de la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme para el Oriente Antioqueño mostraron que los empresarios del sector servicios tenían percepciones optimistas respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2016. En cambio, las percepciones en el sector industrial y comercial fueron más negativas. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Oriente Antioqueño), el 43% de las Pymes de servicios encuestadas reportó que su desempeño económico mejoró durante 2016-II (un repunte frente al 32% de 2015-II), mientras que tan solo un 8% afirmó lo contrario (vs. 13% en 2015-II). En contraste, en los sectores de industria (38% en 2016-II) y comercio (24%) hubo una disminución en la proporción de los empresarios con apreciaciones favorables sobre su desempeño económico (-24 puntos porcentuales en industria y -19 puntos porcentuales en comercio). Asimismo, el porcentaje de aquellos que opinaron lo contrario se elevó levemente en el comercio (13% en 2016-II vs. 10% en 2015-II) y se mantuvo relativamente estable en la industria (10% vs. 11%).

En línea con las apreciaciones sobre el desempeño económico general, la percepción de las ventas del sector servicios registró un comportamiento favorable en el segundo semestre de 2016. En particular, el 39% de los empresarios de dicho sector sostuvo que su volumen de ventas aumentó en 2016-II (vs. 37% en 2015-II).

mientras que un 12% afirmó lo contrario (vs. 17%). En contraste, los sectores de industria y comercio registraron un menor optimismo. Así, el 28% de los industriales encuestados reportó aumentos en sus ventas en 2016-II (vs. 77% en 2015-II), mientras que un 11% registró caídas (vs. 13%). Por su parte, el 22% de las Pymes comerciales percibió mayores ventas (vs. 45% en 2015-II), mientras que el 24% reportó lo contrario (vs. 19%), ver gráfico 2.

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% (60% en industria, 61% en comercio y 63% en servicios), ver gráfico 3. Entre tanto, menos del 11% de las firmas consultadas logró un crecimiento superior al 20% en sus ventas. Por su parte, el 4% de las Pymes industriales y el 7% de las de servicios y comercio registraron contracciones.

Con relación al volumen de pedidos, el gráfico 4 muestra que el sector de servicios fue el único que registró un comportamiento favorable para el segundo semestre de 2016. En efecto, el 37% de los encuestados (de servicios) percibió un aumento en sus pedidos al corte de 2016-II (+12 puntos porcentuales frente al 25% de 2015-II), mientras que un 11% experimentó lo contrario (vs. 12% en 2015-II). En contraste, las Pymes manufactureras y comerciales exhibieron un deterioro

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

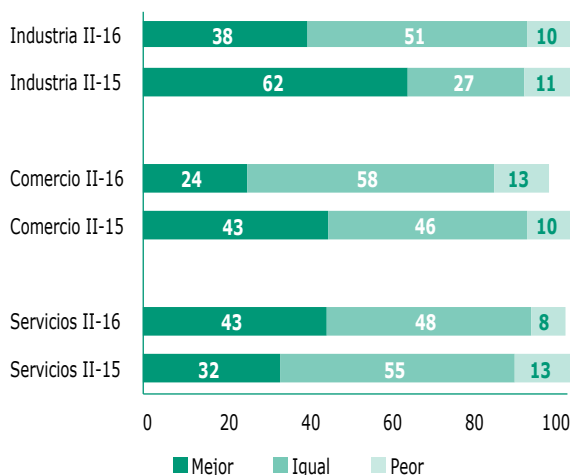
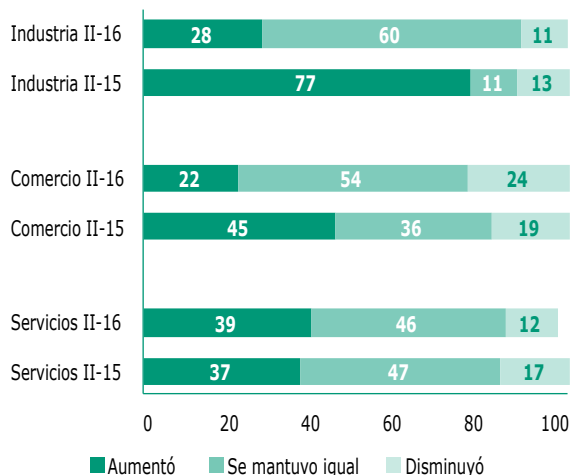


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



en sus volúmenes de pedidos al registrar una reducción en el porcentaje de encuestados que afirmaron que estos habían aumentado (del 62% en 2015-II al 36% en 2016-II en la industria, y del 43% al 22% en el comercio).

En el gráfico 5 se observa que el 90% de las Pymes del sector de industria y el 87% de las de comercio reportaron que el nivel de existencias fue adecuado durante 2016-II. En el sector de industria, el 10% de los encuestados reportó un nivel de existencias insuficiente, mientras que en el comercio dicha cifra fue del 9%.

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, tan solo el 33% dijo que este

había aumentado en el segundo semestre de 2016 (vs. 72% en 2015-II), mientras que el 56% afirmó que se había mantenido igual (vs. 14%) y el 12% respondió que se había reducido (vs. 14%), ver gráfico 6. Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 54% de las Pymes industriales del Oriente Antioqueño utilizó entre el 30% y el 70% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7). En cuanto a la inversión en maquinaria y equipo que estas Pymes realizaron, el 29% afirmó que esta aumentó (vs. 50% en 2015-II), el 63% dijo que se mantuvo igual (vs. 37%) y el 7% respondió que esta se redujo durante el segundo semestre de 2016 (vs. 12%), ver gráfico 8.

Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):

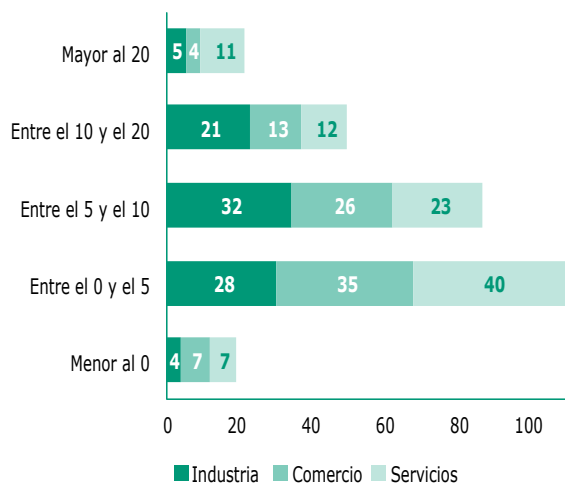


Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%):

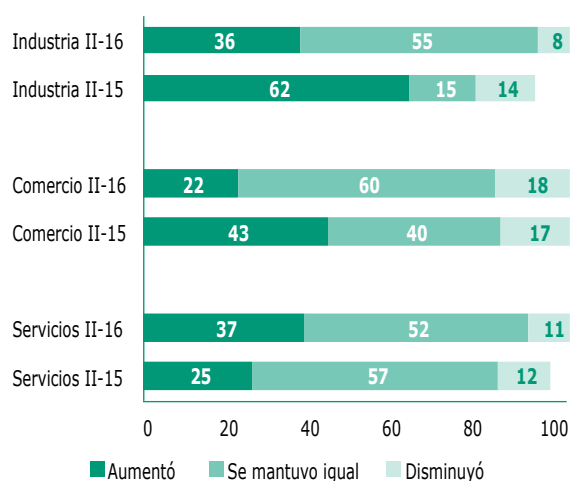


Gráfico 5. Existencias (%)

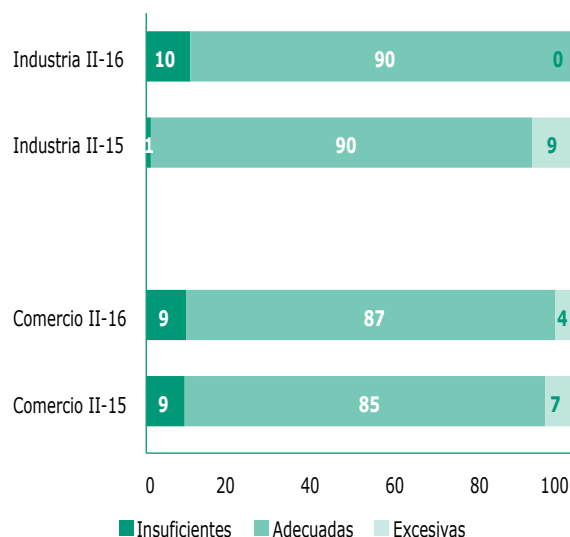
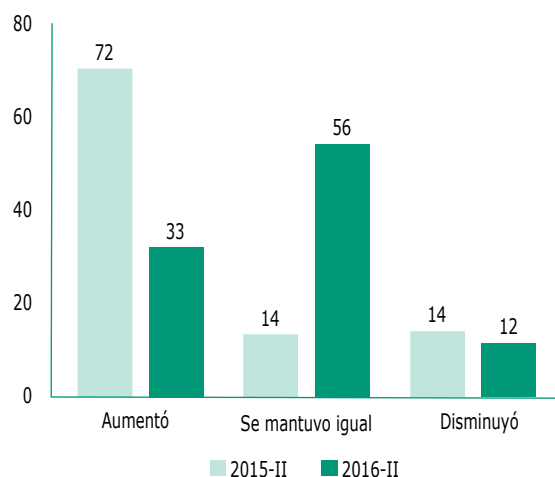
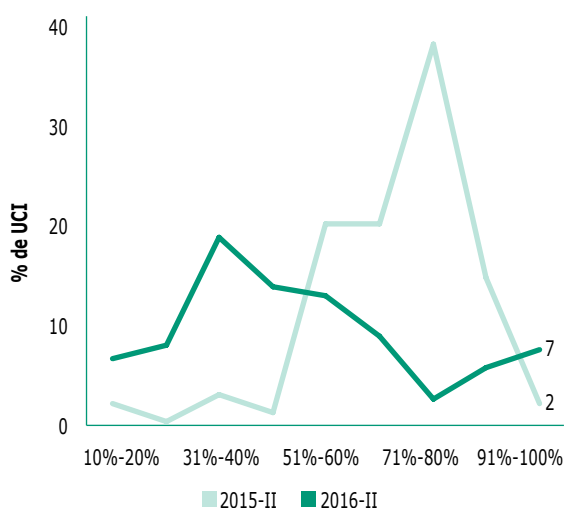


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%):



Los costos de los tres macrosectores registraron una tendencia descendente al corte del segundo semestre de 2016, como lo muestra el gráfico 9. Así, para el 41% de las Pymes industriales hubo un incremento en los costos de operación y funcionamiento en 2016-II (-31 puntos porcentuales frente a lo observado un año atrás), mientras que un 18% registró reducciones en los mismos (vs. 1% en 2015-II). Por su parte, el 22% de los empresarios del sector comercio experimentó aumentos en sus costos de operación (-40 puntos porcentuales frente al registro de 2015-II), mientras que en el sector de servicios dicha cifra fue del 37% (-8 puntos porcentuales).

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



En línea con lo anterior, los márgenes de las empresas antioqueñas del sector industria y servicios registraron un repunte importante para el segundo semestre de 2016. En efecto, el 41% de las Pymes manufactureras encuestadas afirmó que su margen había aumentado (vs. 25% en 2015-II), mientras que un 12% respondió lo contrario (vs. 37%). De manera similar, el 36% de las empresas de servicios percibió un aumento en sus márgenes para 2016-II (vs. 31% en 2015-II), mientras que un 9% experimentó reducciones en los mismos (vs. 23%). Por último, el 63% de las Pymes comerciales consideró que sus márgenes se habían mantenido iguales en el segundo semestre de 2016,

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

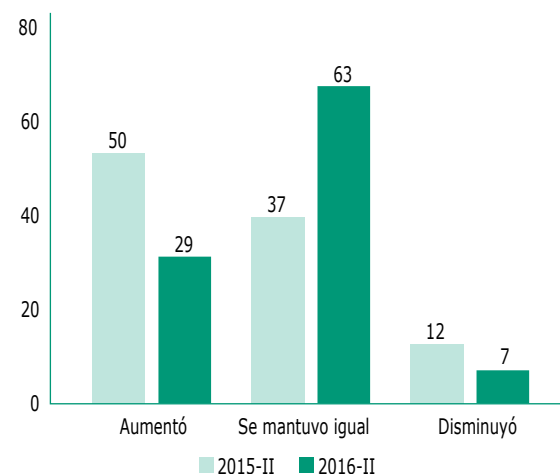


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

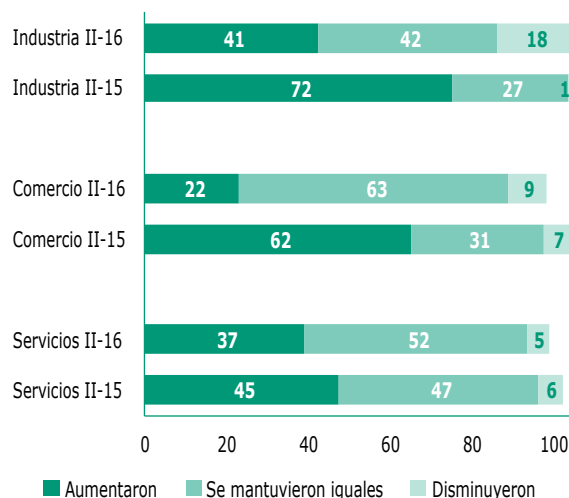
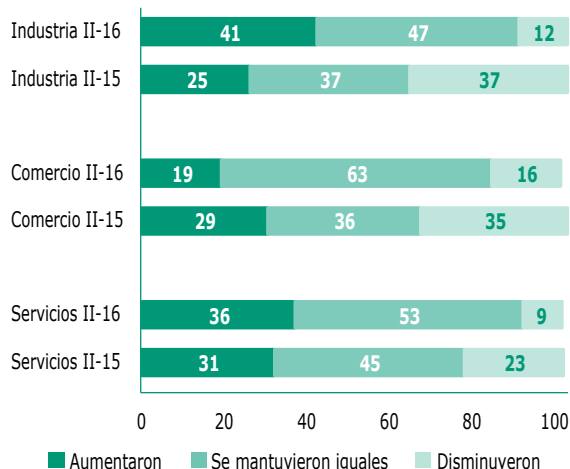


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



ubicándose muy por encima del registro del 36% observado un año atrás (ver gráfico 10).

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 64% de los encuestados del sector de industria (vs. 47% en 2015-II), un 76% de los de comercio (vs. 71%) y un 70% de los de servicios (vs. 65%) afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante. Adicionalmente, en los tres macrosectores la proporción de encuestados

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

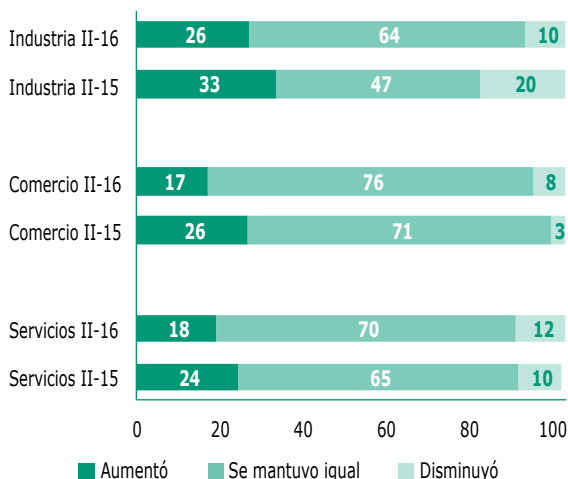
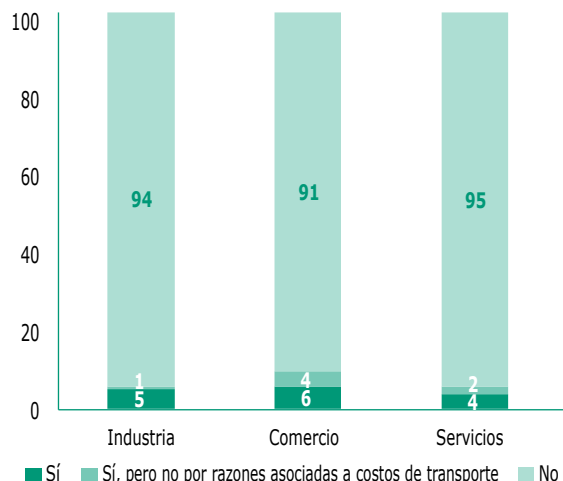


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?



que reportaron un aumento en su planta de personal se redujo entre 2015-II y 2016-II (del 33% al 26% en la industria, del 26% al 17% en el comercio y del 24% al 18% en los servicios), mientras que el porcentaje de empresarios que afirmaron lo contrario aumentó en el sector comercial (8% en 2016-II vs. 3% en 2015-II) y de servicios (12% vs. 10%).

El gráfico 12 muestra que el 94% de las empresas industriales, el 91% de las comerciales y el 95% de las de servicios no realizaron ni planearon relocalizaciones geográficas en 2016. En cuanto al porcentaje restante, solo el 5% de los encuestados industriales, el 6% de comercio y el 4% de servicios se relocalizaron con el fin de reducir costos de transporte. Mientras que el faltante 1% en industria, el 4% en comercio y el 2% en servicios se reubicaron obedeciendo a otras razones.

El gráfico 13 muestra que los costos de los insumos (27% en 2016-II vs. 30% en 2015-II) fueron el principal problema que afectó el desarrollo de las actividades empresariales de las Pymes industriales en el segundo semestre de 2016. Otras complicaciones que enfrentó el sector industrial antioqueño fueron los altos impuestos (24% en 2016-II vs. 9% en 2015-II) y la falta de demanda (22% vs. 13%). La tasa de cambio (principal problema del sector en 2015) descendió al quinto lugar, en línea con los menores niveles de devaluación observados durante 2016 (12% en 2016-II vs. 31% en 2015-II).

Durante el segundo semestre de 2016, la percepción de las Pymes comerciales respecto a la superficie de ventas se deterioró levemente. El gráfico 14 mues-

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

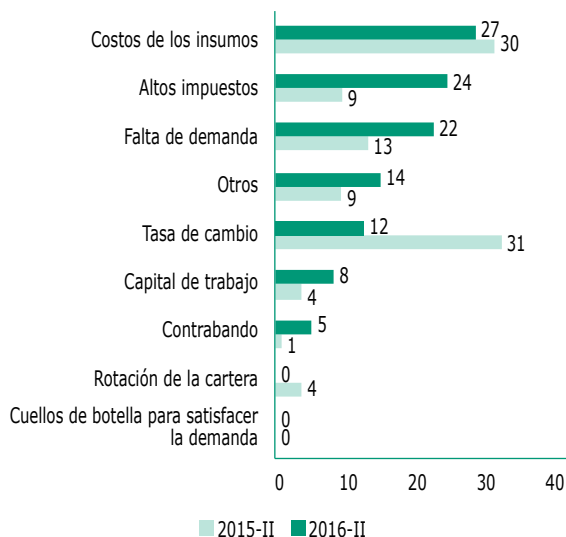
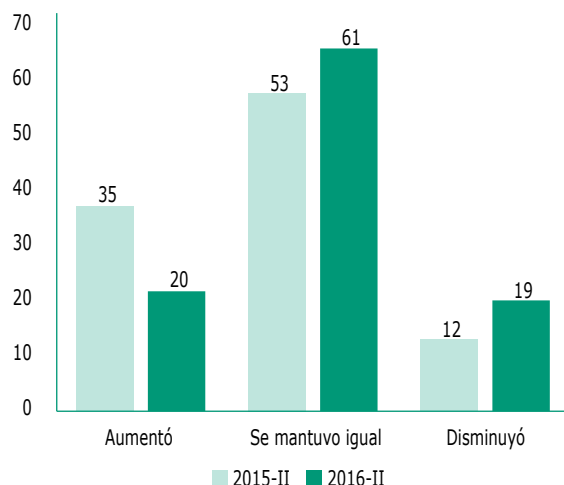


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



tra que el 20% de los empresarios Pyme del sector de comercio afirmó que su superficie de ventas había aumentado en 2016-II (-15 puntos porcentuales frente al registro de 2015-II), mientras que un 19% respondió que esta había disminuido (vs. 12% en 2015-II) y un 61% dijo que se había mantenido igual (vs. 53%).

En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes comerciales, una gran proporción (28% en 2016-II vs. 15% en 2015-II) mencionó que los más importantes fueron los altos impuestos (ver gráfico 15). A este le siguieron la competencia de grandes superficies (23% en 2016-II vs. 17% en 2015-II) y la falta de demanda (15% vs. 4%). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales dificultades la falta de demanda (32% en 2016-II vs. 12% en 2015-II), los altos impuestos (23% vs. 21%) y la competencia (17% vs. 12%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

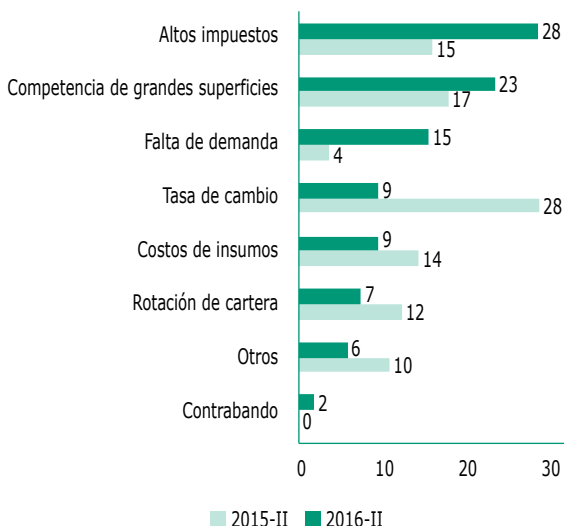
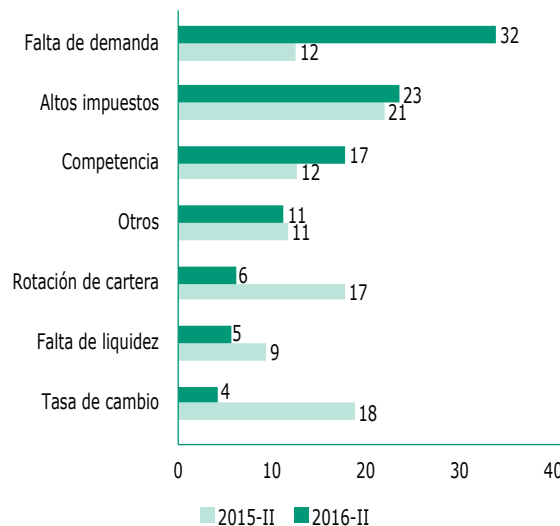


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Las perspectivas para el primer semestre de 2017 fueron, en su mayoría, poco 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 2017, el gráfico 17 muestra que el 23% de los empresarios

industriales, el 41% de los empresarios de comercio y el 38% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable. Ello representó un deterioro frente a los registros de un año atrás, cuando el 38% de los Pymes industriales, el 45% de los comerciantes y el 43% de los empresarios del sector

servicios respondieron positivamente. Adicionalmente, el 2% de los encuestados industriales (vs. 4% en 2016-I), el 15% de comercio (vs. 3%) y el 9% de servicios (vs. 11%) registraron perspectivas desfavorables de cara a 2017.

El gráfico 18 muestra que las expectativas sobre la producción industrial eran levemente desfavorables, en línea con las percepciones del desempeño económico de este sector. En efecto, el 25% de las Pymes industriales esperaba que su nivel de producción se incrementara (-20 puntos porcentua-

les frente al 45% de un año atrás), mientras que el 4% proyectaba una disminución (vs. 7% en 2016-I). Entre tanto, el 71% restante de los empresarios industriales consideró que su nivel de producción se mantendría igual en el primer semestre de 2017, un repunte de 23 puntos porcentuales frente al registro de un año atrás (48%).

Por su parte, las expectativas de pedidos se mostraron bastante cautas en los tres macrosectores analizados. En efecto, alrededor del 46%-66% de los empresarios Pyme esperaba que estas se mantuvieran iguales (ver gráfico 19), mientras que el 30% de los empresarios industriales, el 37% de los comerciales y el 33% de los de servicios proyectaban un aumento para el primer semestre de 2017; una reducción importante frente a los registros de un año atrás (52% en industria, 40% en comercio y 41% en servicios).

En cuanto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 20% de las Pymes industriales esperaba un incremento en la inversión (vs. 32% en 2016-I) para el primer semestre de 2017. Por su parte, el 71% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante (vs. 46% en 2016-I), mientras que solo el 3% esperaba una caída en esta variable durante 2017-I (vs. 22%), ver gráfico 20.

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector comercio y del de servicios registraron un debilitamiento frente a los registros de 2016-I (ver

Gráfico 17. Desempeño general (%)

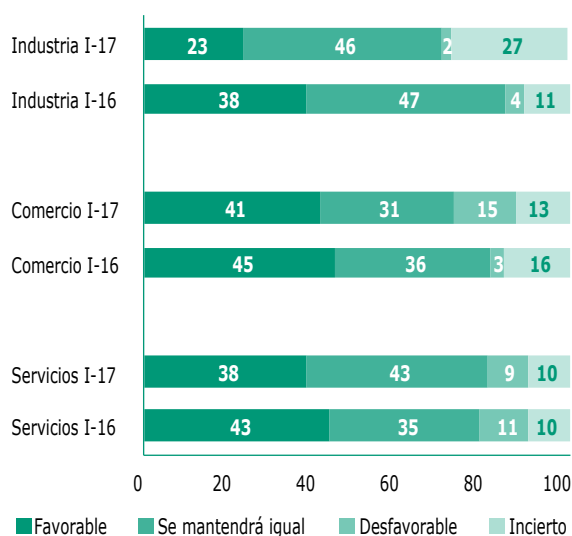


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

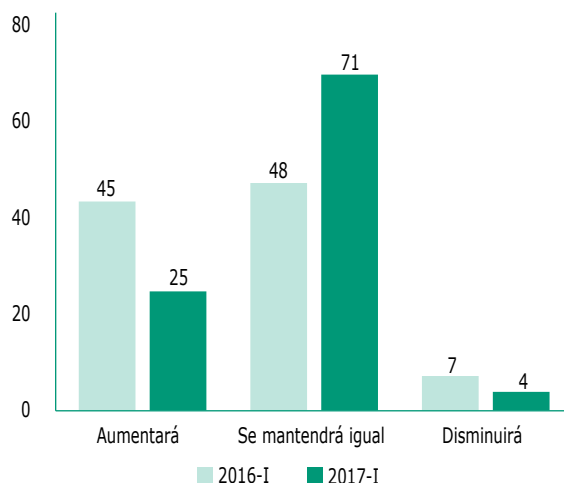


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

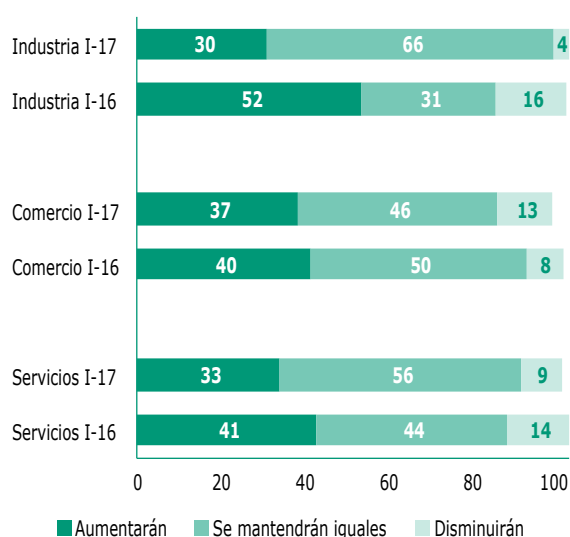


gráfico 21). El 37% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas en 2017-I, cifra inferior en 6 puntos porcentuales a lo observado para 2016-I. Por su parte, la proporción de empresarios del sector servicios que esperaban aumentos en sus ventas alcanzó el 36% para 2017-I, dato inferior en 4 puntos porcentuales a lo reportado en 2016-I.

Adicionalmente, hubo un repunte de 8 puntos porcentuales en la proporción de empresarios comerciales que esperaban disminuciones en sus niveles de ventas durante el primer semestre de 2017 (15% en 2017-I vs. 7% en 2016-I), mientras que para el empresario del sector servicios esta proporción disminuyó en 7 puntos porcentuales (9% vs. 16%).

Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)

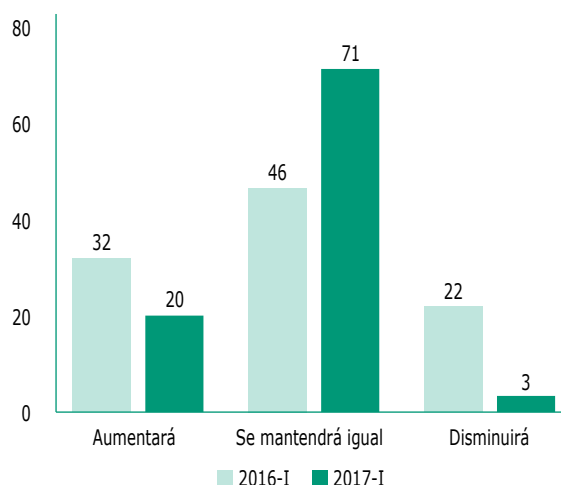
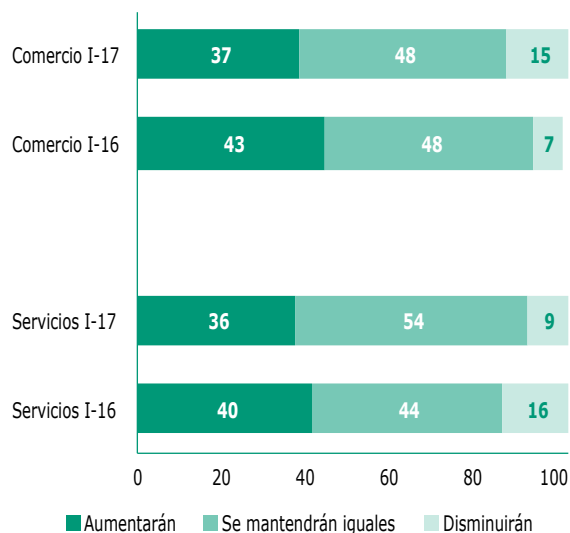


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)

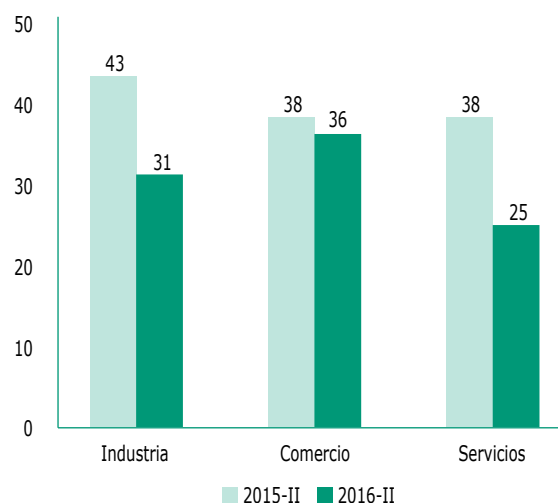


Financiamiento

En el gráfico 22 se observa que el 31% de las Pymes industriales de esta región antioqueña (vs. 43% en 2015-II), el 36% de las comerciales (vs. 38%) y el 25% de las de servicios (vs. 38%) solicitaron crédito al sistema financiero en 2016-II. De estas, al 100% de los empresarios del sector de industria (vs. 98% en 2015-II), el 90% de los de comercio (vs. 86%) y el 93% de los de servicios (vs. 97%) se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 23).

En cuanto al término de los créditos, el 69% de los industriales solicitó crédito a largo plazo (vs. 44% en 2015-II), mientras que el 28% lo solicitó a mediano plazo (vs. 13%) y solo el 2% a corto plazo (vs. 44%). Por su parte, para el sector de comercio el plazo más solicitado fue el mediano (65% en 2016-II vs. 47% en 2015-II), mientras que en el de servicios se dividió entre el largo plazo (49% vs. 46%) y el me-

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



diano plazo (35% vs. 27%). En cuanto al plazo al que fue aprobado el crédito, este fue en buena medida acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 24 y 25). En efecto, a la mayoría de los encuestados del sector industrial se le aprobó el crédito a largo plazo (72%) y a los de comercio a mediano plazo (71%). Por su parte, en el sector de servicios la aprobación se dividió cercanamente entre el largo plazo (49%) y el mediano plazo (43%).

En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 100% de los empresarios de la industria (vs. 100% en 2015-II), el 76% de

los de comercio (vs. 90%) y el 84% de los de servicios (vs. 97%) 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 una gran parte de los encuestados de industria y comercio dijo recibir tasas entre DTF+4 y DTF+8 (40% en industria y 48% en comercio), y para servicios la mayoría recibió una tasa hasta DTF+4 (63%). Por su parte, los empresarios que recibieron tasas superiores a DTF+8 no superaron el 14%. El gráfico 28 exhibe la satisfacción de los empresarios de cada

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

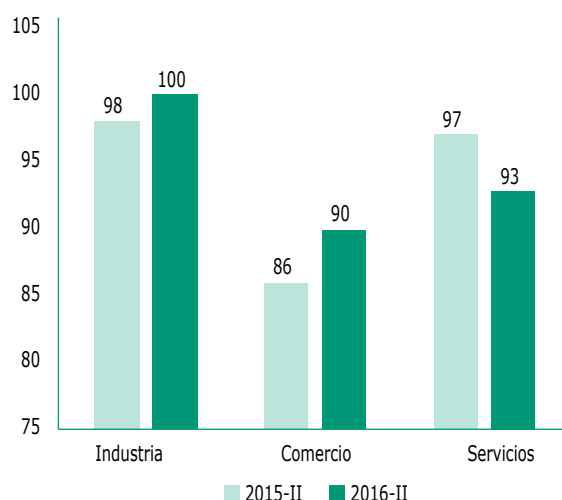


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

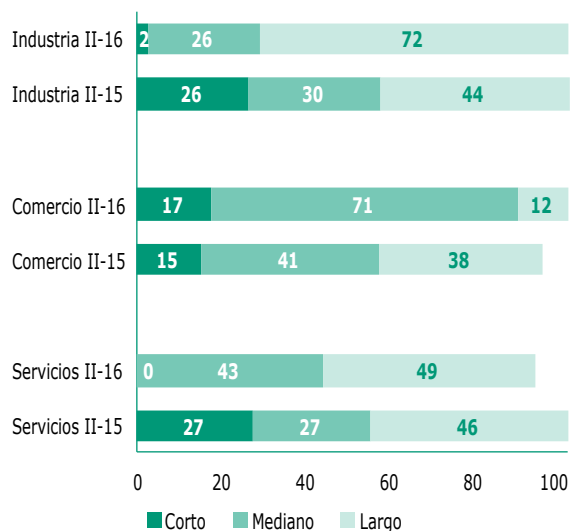


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

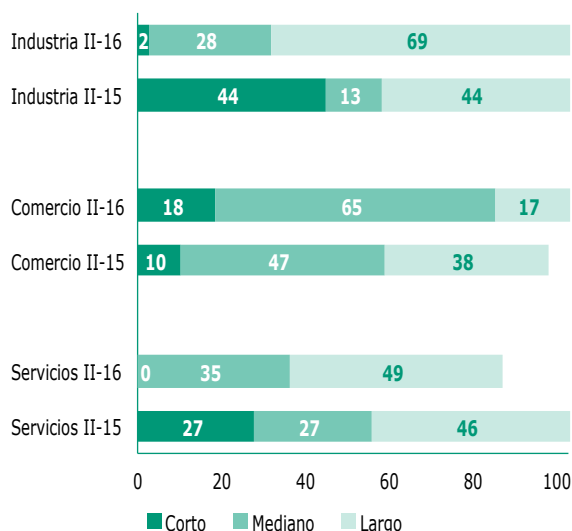
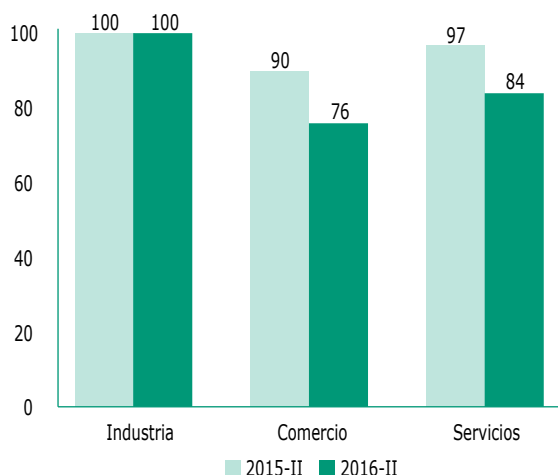


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



sector con la tasa de interés que recibieron. Allí se observa que mientras que el 82% de los encuestados del sector comercial consideró que la tasa fue apropiada, en el caso del sector de servicios dicho porcentaje fue del 57% (paradójico, teniendo en cuenta que reciben los créditos menos costosos). En el sector industrial, el porcentaje de empresarios satisfechos con la tasa recibida fue del 65%, una caída de 24 puntos porcentuales frente al registro de 2015.

El principal destino de los recursos que las empresas Pyme solicitaron al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (77% en industria, 70% en comercio y 55% en servicios). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes de industria, el segundo

destino de estos recursos fue la compra o arriendo de maquinaria (16%), mientras que para las Pymes de servicios fue la consolidación del pasivo (20%) y para las Pymes comerciales lo fueron las remodelaciones o adecuaciones (30%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 21% de los empresarios de la industria, el 39% del comercio y el 49% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2016-II (ver gráfico 30). De los encuestados que sí accedieron, la mayor parte de los industriales (43%) y los de servicios (34%) lo hizo con recursos propios. Por su parte, los empresarios del sector comercio usaron a sus pro-

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

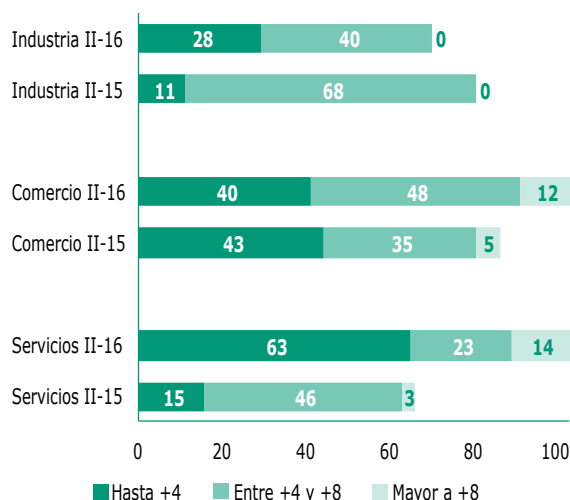


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

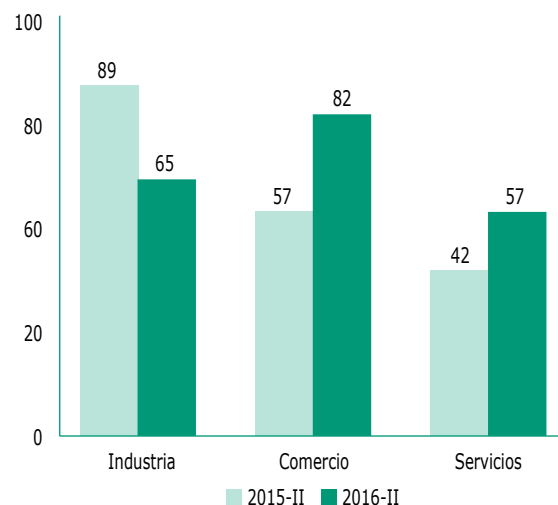


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

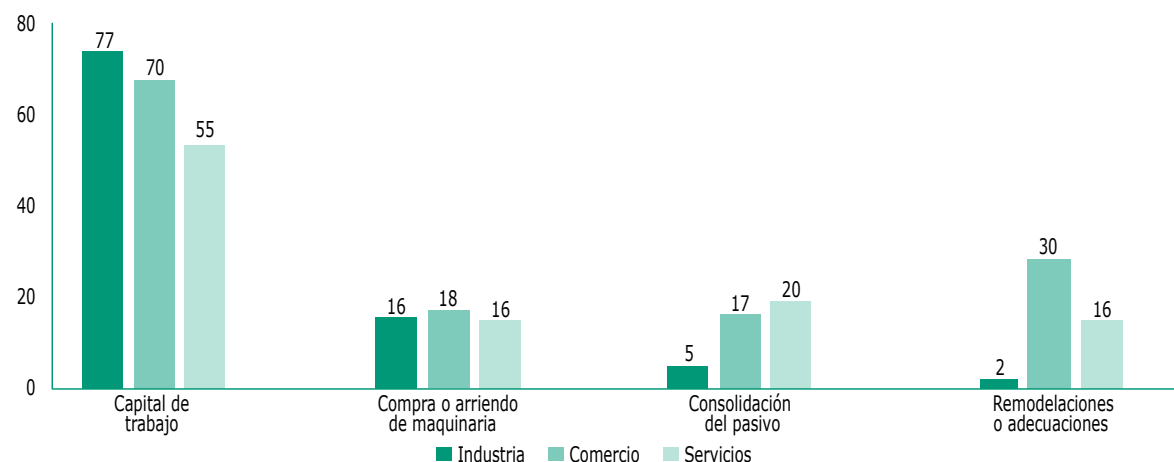


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

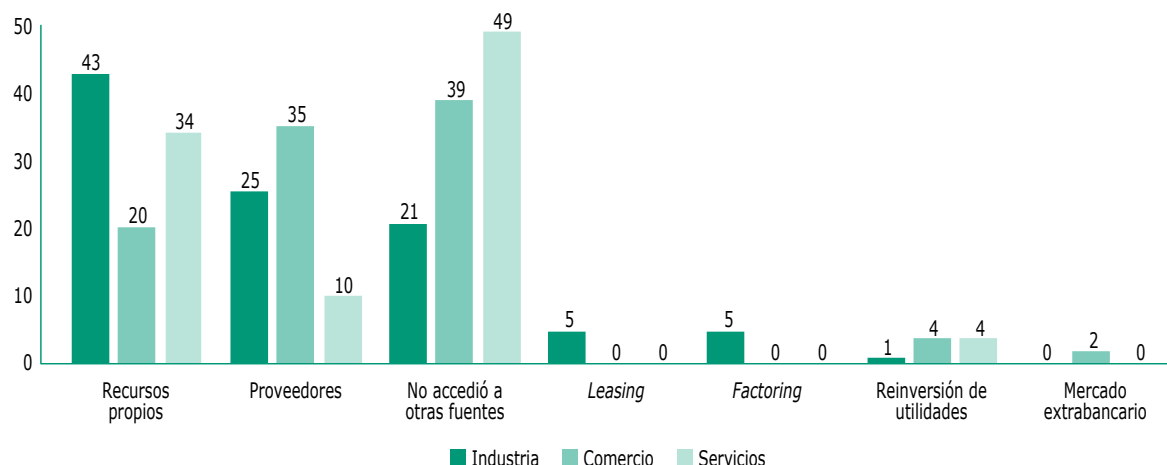
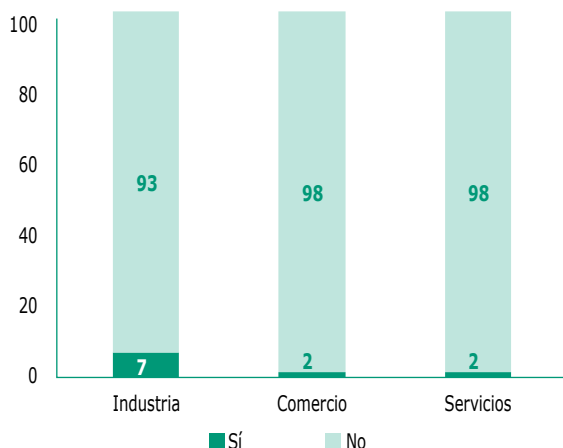


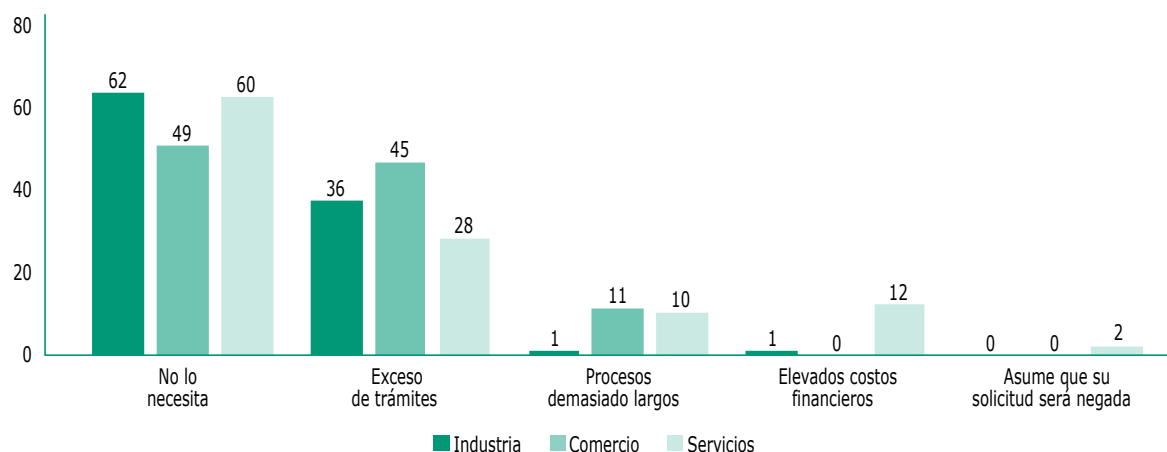
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



veedores (35%). 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 ni siquiera el 5%.

Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme del Oriente Antioqueño no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2016 fue porque no lo necesitaron (62% en industria, 49% en comercio y 60% en servicios), mientras que la segunda limitante fue el exceso de trámites (36% en industria, 45% en comercio y 28% 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 (93% industria, 98% comercio y 98% en servicios).

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



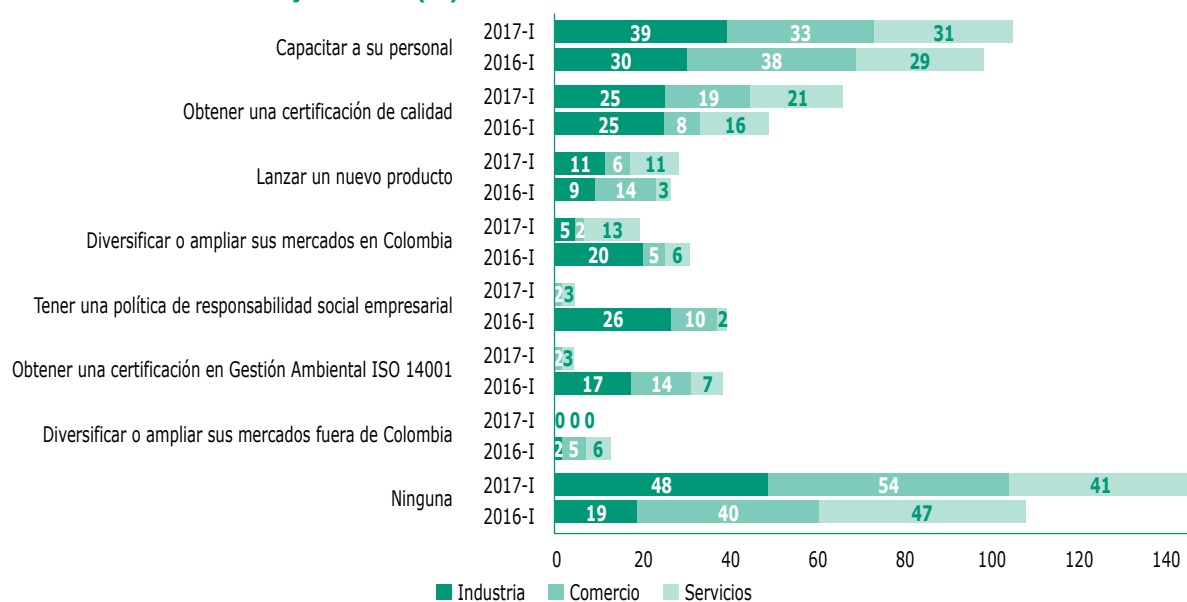
Acciones de mejoramiento

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 zona de Oriente Antioqueño se encontró que el 48% de las Pymes industriales, el 54% de las Pymes comerciales y el 41% de las Pymes del sector servicios no tomaron ninguna acción para mejorar su desempeño durante el primer semestre de 2017. Para los sectores de industria y comercio estas cifras aumentaron en 29 puntos porcentuales y en 14 puntos porcentuales, respectivamente, entre 2016-I y 2017-I. En el caso del sector servicios, esta cifra

cayó en 6 puntos porcentuales para el mismo período (ver gráfico 33).

El 39% de las Pymes industriales, el 33% de las Pymes comerciales y el 31% de las Pymes del sector servicios respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal en 2017-I. Otras acciones de mejoramiento empleadas fueron: i) obtener una certificación de calidad (25% en industria, 19% en comercio y 21% en servicios); ii) lanzar un nuevo producto (11% en industria, 6% en comercio y 11% en servicios); y iii) diversificar mercados en Colombia (5% en industria, 2% en comercio y 13% en servicios).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

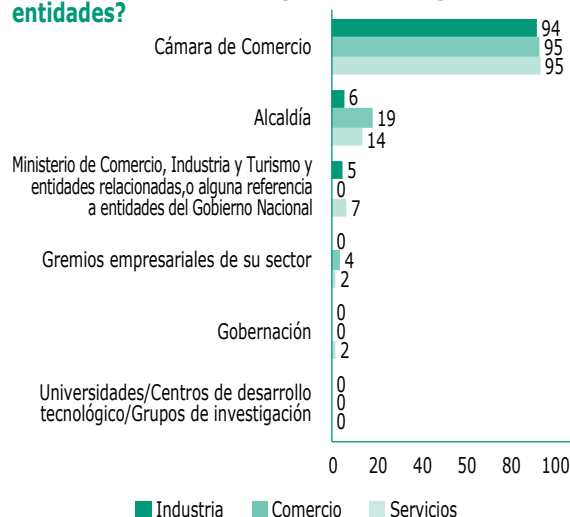
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una aproximación del capital social y la formación de precios del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en el Oriente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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (94% industria, 95% comercio y 95% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación

de los empresarios antioqueños con: i) la Alcaldía (6% en industria, 19% en comercio y 4% en servicios); ii) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas, o alguna referencia a entidades del gobierno (5% en industria y 7% en servicios); iii) los gremios empresariales de su sector (4% en comercio y 2% en servicios); y iv) la Gobernación (particularmente en el sector servicios, 2%), ver gráfico 34.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios del Oriente Antioqueño cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con dicha entidad. Se encontró que gran parte se había visto beneficiada con ca-

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



pacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (35% en industria, 55% en comercio y 23% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (17% en industria, 22% en comercio y 20% en servicios); ii) incursionar en nuevos mercados (9% en industria, 2% en comercio y 1% en servicios); iii) conocer nuevos procesos y/o mercados (9% en industria, 4% en comercio y 1% en servicios); iv) la representación de sus intereses ante el Gobierno Nacional (4% en industria y 34% en comercio); v) incrementar el nivel de ventas (2% en industria, 2% en comercio y 9% en servicios); y vi) acceder a programas de financiamiento o cofinanciamiento (2% en servicios), ver gráfico 35.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes antioqueñas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayor parte de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (40% en industria, 46% en comercio y 48% en servicios). Asimismo, se observó que el 23% de los empresarios industriales, el 4% de los comerciales y el 14% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre; mientras que el 2% de los industriales, el 6% del comercio y el 6% del sector de servicios manifestaron hacerlo trimestralmente. Finalmente, el 2% de los encuestados industriales y de servicios, y el 13% de los de comercio afirmaron realizar el ajuste mensualmente, mientras que el restante 16% de las Pymes comerciales (además del 2% de las industriales y el 3% de las de servicios) respondieron que ac-

Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

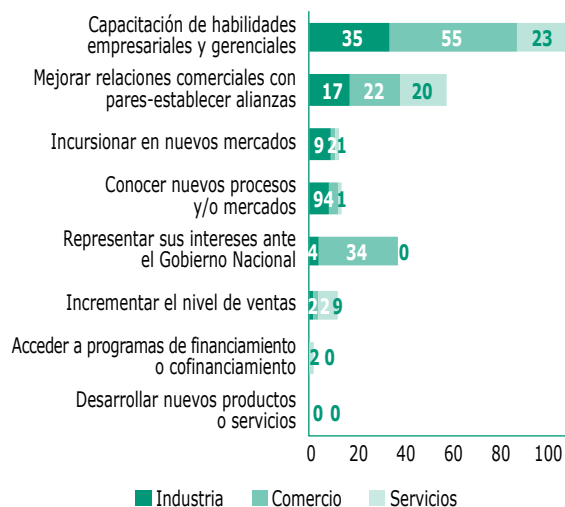
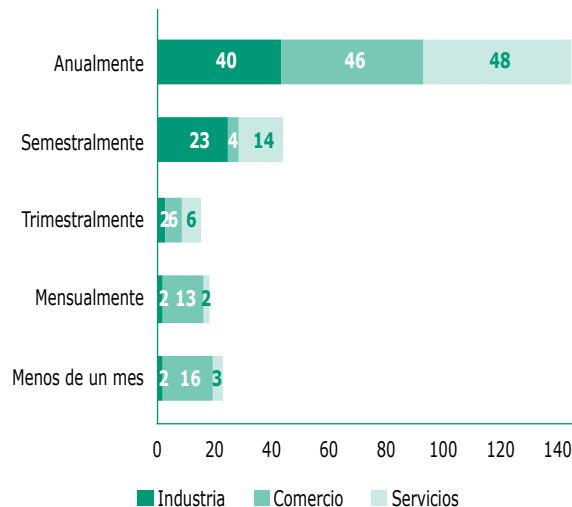


Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?



tualizaban sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de las empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. De forma específica, se destaca que para las Pymes industriales los costos financie-

ros fueron los que más incidieron en el alza de los precios de sus productos (ver gráfico 37), mientras que en el sector comercial dicho puesto lo ocupó la inflación (ver gráfico 38) y en el sector de servicios lo hicieron los impuestos (ver gráfico 39). Por su parte, los elementos con menor incidencia en la formación de precios (pero aún clasificados como importantes por los tres macrosectores) fueron los servicios públicos y combustibles (en la industria y el comercio), y los competidores (en el sector de servicios).

Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

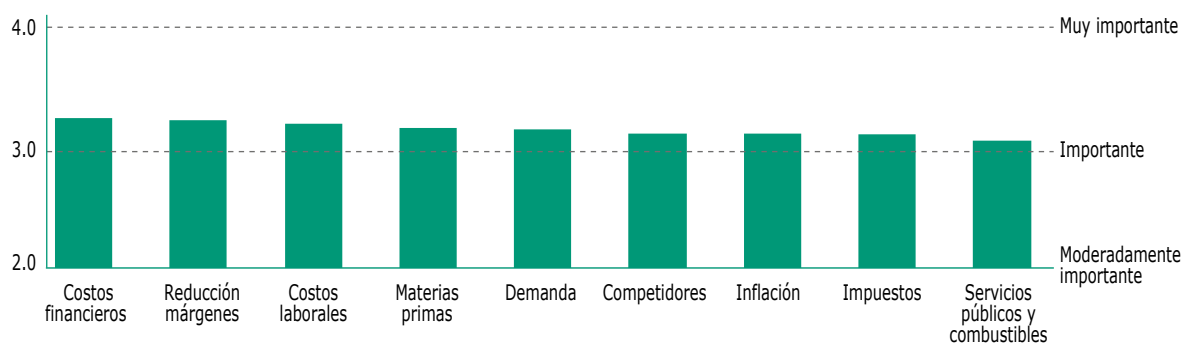


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

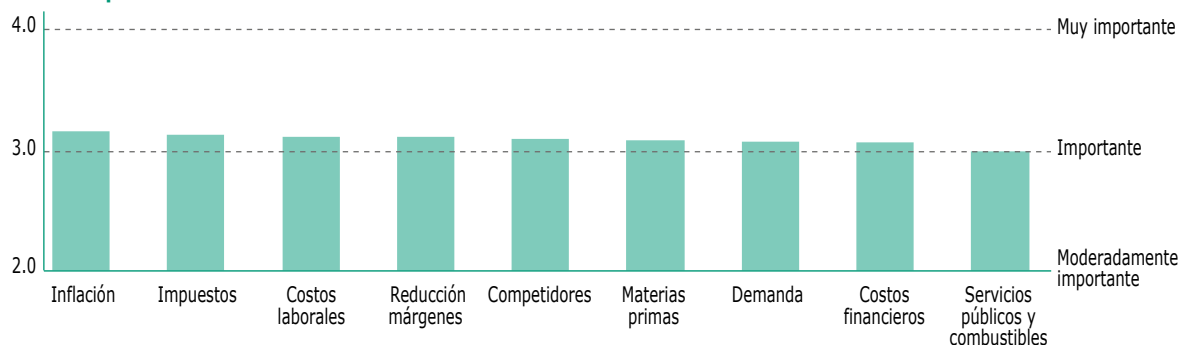
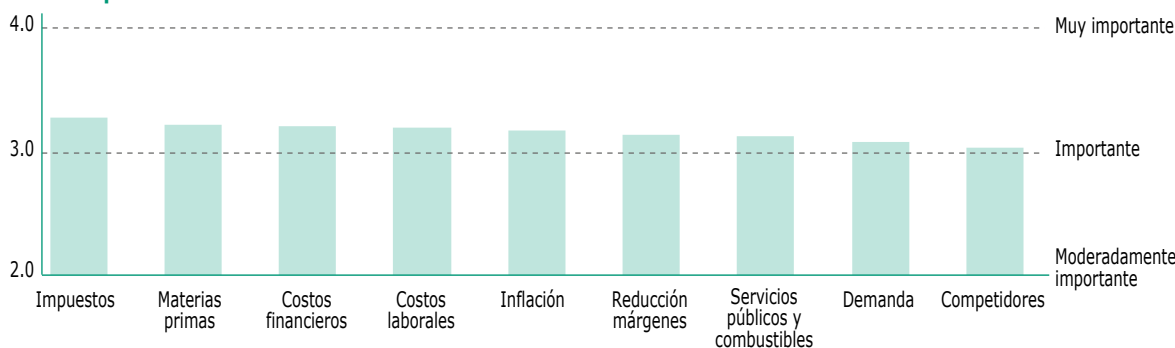


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

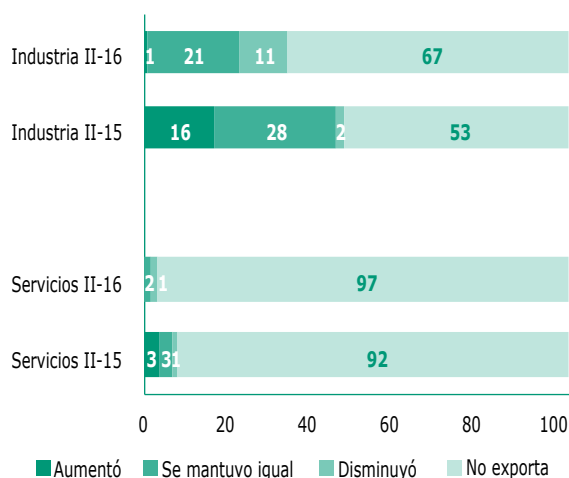


Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta del Oriente Antioqueño es reducida, ya que solo el 33% de las Pymes industriales y el 3% de las de servicios exportaron en el segundo semestre de 2016. Asimismo, dichos resultados representan un marcado deterioro frente a las cifras observadas en el mismo período de 2015, cuando el 47% de las Pymes industriales

y el 8% de las de servicios dijeron haber exportado (ver gráfico 40).

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



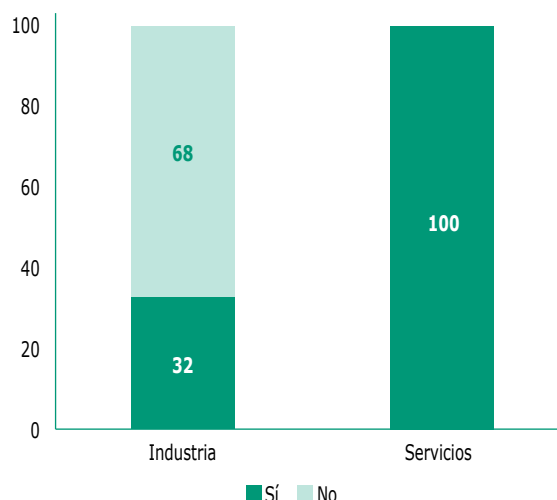
Para complementar lo anterior, se preguntó a las Pymes las razones por las cuales no exportaban. Para los empresarios industriales del Oriente Antioqueño se encontró que la principal razón por la cual no exportan es porque es muy riesgoso y costoso salir a los mercados internacionales (43%), mientras que los empresarios del sector de servicios no lo hicieron porque consideran que no tienen productos exportables (49%). La segunda razón por la cual los empresarios de los sectores de industria y servicios no exportan es porque no están interesados en hacerlo (41% y 32%), ver gráfico 41. Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, donde el 32% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 100% expresó tener planes de internacionalización (aunque cabe recordar que el 97% de los empresarios en el sector servicios en esta zona del país no exporta), ver gráfico 42.

En línea con lo anterior, las expectativas del empresariado antioqueño eran poco optimistas para el sector industrial y el de servicios en contraste con los resultados de 2016-I. El 11% de los empresarios industriales y el 5% de los de servicios esperaban au-

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

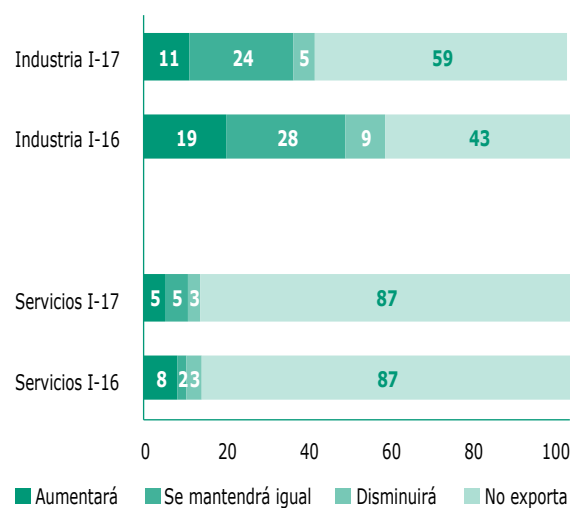


Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



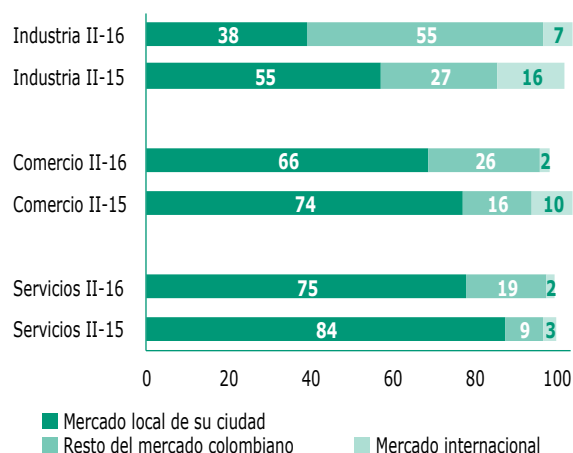
mentar sus volúmenes de exportación para 2017-I, cifras inferiores a las observadas un año atrás (19% en industria y 8% en servicios). Asimismo, el 59% de los empresarios del sector industria y el 87% del empresariado del sector servicios no esperaban exportar durante 2017-I. En el caso del sector industrial, ello representó un aumento de 16 puntos porcentuales respecto a lo observado para 2016-I, mientras que en el sector de servicios el registro se mantuvo inalterado (ver gráfico 43).

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



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 sectores de comercio y servicios (66% en comercio y 75% en servicios), mientras que el “resto del país” fue el principal para las Pymes industriales (55%), ver gráfico 44. Por su parte, el mercado internacional solo representó una participación del 7% en el sector industrial y del 2% en el comercio y los servicios.

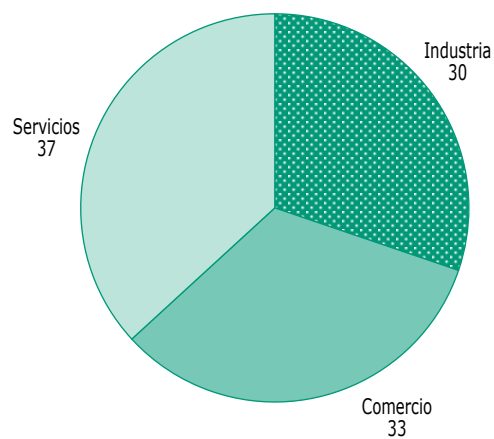
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Pereira

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2016

• Sector industria

En la ciudad de Pereira, la situación económica de las Pymes industriales en el segundo semestre de 2016 presentó una leve recuperación frente a lo observado durante el mismo período de 2015. En efecto, el 41% de las Pymes industriales risaraldenses reportó

que su situación económica general mejoró durante el segundo semestre de 2016 (respecto al primer semestre del mismo año), un repunte frente al 35% de 2015-II; mientras que el porcentaje de empresas que reportaron un deterioro en su situación se mantuvo estable en un 18%. Como consecuencia de lo anterior, el balance de respuestas (diferencia entre las respuestas positivas y negativas) se ubicó en 24 puntos, posicionándose 6 puntos por encima de lo observado en 2015 (18) y 1 punto por debajo de su promedio histórico (25), ver gráfico 1 (sección Pereira).

En línea con la percepción sobre la situación económica general, el comportamiento de las ventas del empresariado industrial pereirano exhibió una aceleración respecto a la medición anterior. La proporción de encuestados que reportaron una caída en las ventas pasó del 18% observado en 2015-II al 16% en 2016-II, mientras que la proporción de empresarios que afirmaron experimentar una mejora en el volumen de sus ventas aumentó en 10 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando un 47% de las respuestas en 2016-II. En términos del balance de respuestas, este se ubicó en 30 puntos, repuntando en 12 puntos frente a la medición anterior (18 puntos) y en 8 puntos

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)

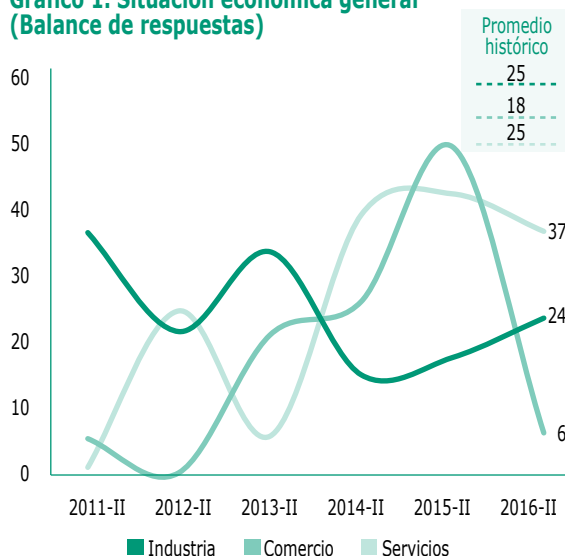


Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

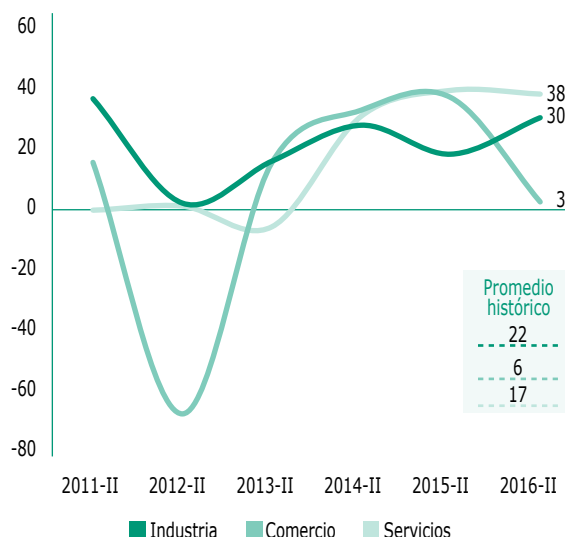
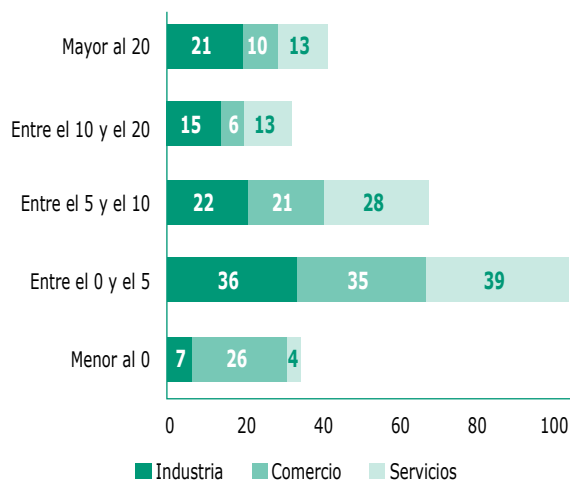


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



frente a su promedio histórico (22), ver gráfico 2. Adicionalmente, el 58% de las Pymes industriales de Pereira tuvo un crecimiento de las ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3), mientras que un 36% presentó tasas superiores al 10% y un 7% registró contracciones.

En línea con el buen desempeño de las ventas, las Pymes industriales reportaron que el comportamiento de los pedidos fue favorable comparado con la medición anterior. En efecto, el balance de respuestas aumentó de 10 a 20 entre 2015-II y 2016-II (ver gráfico 4), con lo cual alcanzó los registros del promedio histórico (20). Ello se explica porque la proporción de

Pymes que reportaron aumentos en el volumen de pedidos pasó del 31% al 25% durante el segundo semestre de 2016 (-6 puntos porcentuales), mientras que la proporción de empresarios industriales que reportaron una disminución en estos pasó del 22% al 5% (-17 puntos porcentuales) para el mismo período.

En cuanto al nivel de existencias, el 75% de las Pymes manufactureras pereiranas consideró que estas fueron adecuadas para el segundo semestre de 2016, porcentaje inferior al 93% alcanzado en 2015-II (ver gráfico 5). Por su parte, la proporción de empresas que consideraron insuficientes sus existencias aumentó del 2% al 24% en el último año, mientras que aquellas que las vieron como excesivas disminuyeron del 6% al 2% durante el mismo período.

Siguiendo la misma dinámica de las ventas y los pedidos, el volumen de producción mostró un comportamiento favorable, como lo muestra el gráfico 6. Allí, si bien la cantidad de Pymes que reportaron un aumento en su volumen de producción decreció del 33% al 26% entre 2015-II y 2016-II, ello fue compensado por la menor proporción de Pymes que respondieron lo contrario (caídas en su producción), descendiendo del 22% en 2015-II al 8% en 2016-II. En consecuencia, el balance de respuestas alcanzó los 19 puntos para el segundo semestre de 2016, ubicándose 8 puntos por encima de lo observado un año atrás (11) y 1 punto por debajo de su promedio histórico (20). 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 30% en 2016-II (vs. el 75% observado un año atrás), ver gráfico 7.

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

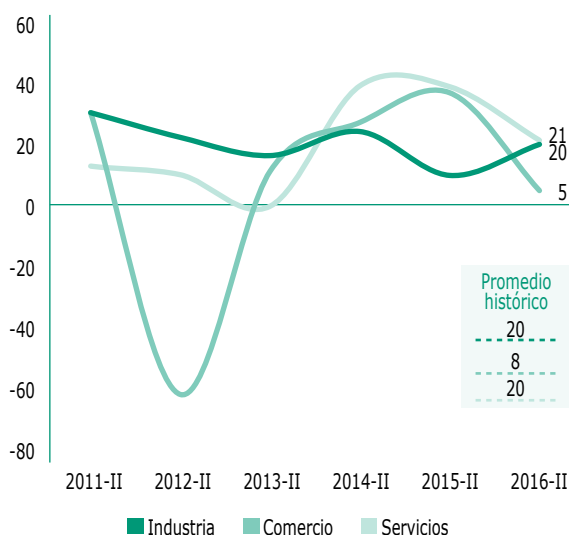


Gráfico 5. Existencias (%)

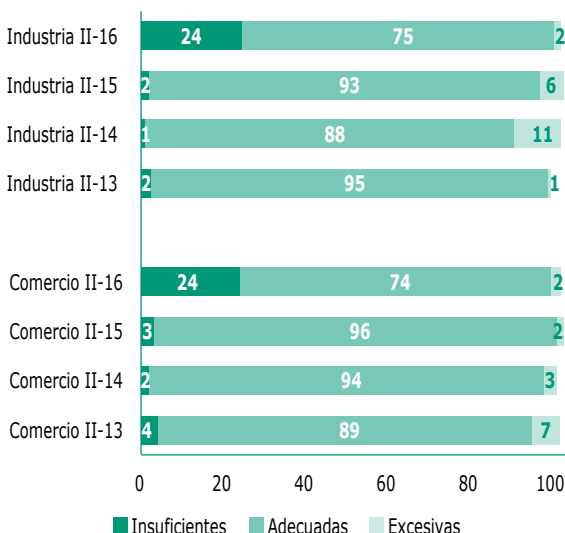
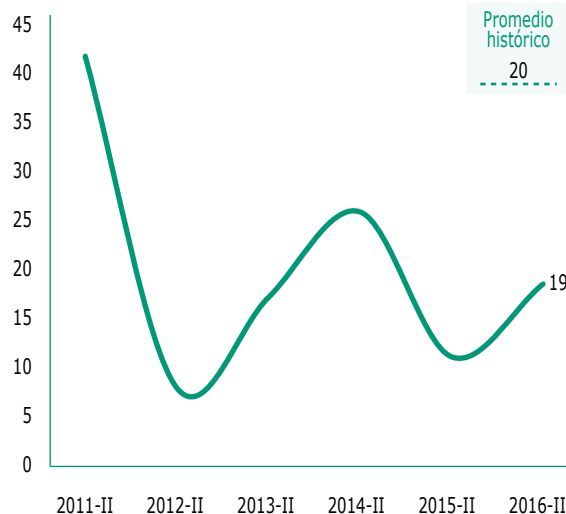


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



Por su parte, la inversión en maquinaria y equipo evidenció una fuerte recuperación. Esto puede observarse en el gráfico 8, donde se muestra que el balance de respuestas sube de 5 puntos en 2015-II a 17 en 2016-II. Esto obedeció a un aumento en la proporción de empresarios que reportaron incrementos en la inversión (23% en 2016-II vs. 17% en 2015-II) y a una disminución en el porcentaje de empresarios que redujeron la inversión en maquinaria para el período (6% vs. 12%).

El comportamiento de los costos de producción industriales registró mejoras importantes durante

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

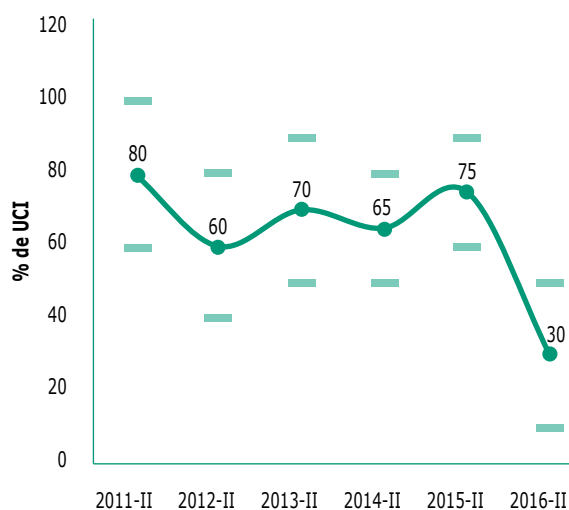
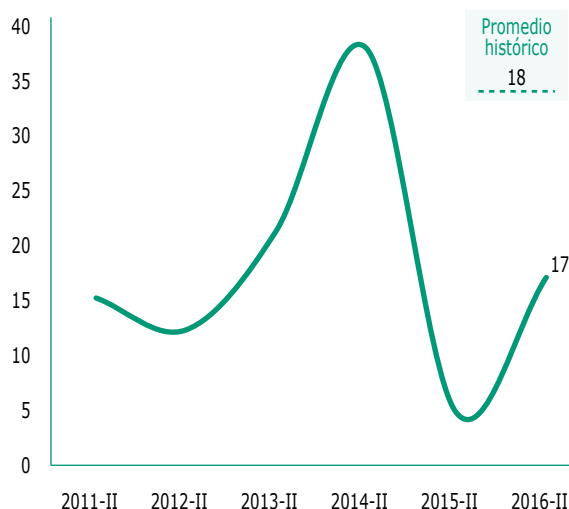


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

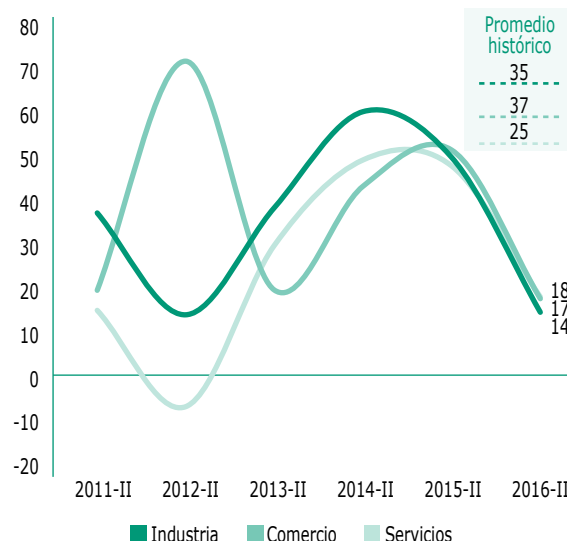


el segundo semestre de 2016. Al preguntar a los empresarios industriales por esta variable, el 19% reportó que sus costos aumentaron en 2016-II (vs. 54% en 2015-II), mientras que un 5% afirmó que estos disminuyeron (manteniéndose inalterado frente al registro de 2015-II) y un 77% respondió que estos no cambiaron (vs. 41%). Lo anterior hizo que el balance de respuestas a esta pregunta pasara de 50 en 2015-II a 14 en 2016-II, ubicándose 21 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 9).

En línea con las reducciones observadas en los costos de producción, los márgenes de ganancia del empresariado industrial pereirano registraron una recuperación importante en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 10). En efecto, el porcentaje de empresarios que reportaron que sus márgenes crecieron aumentó del 22% en 2015-II al 39% en 2016-II, mientras que la proporción de empresarios que afirmaron lo contrario se redujo del 23% al 13% durante el mismo período. Con ello, el balance de respuestas aumentó de -1 en 2015-II a 26 puntos en 2016-II, ubicándose 15 puntos por encima de su promedio histórico (11).

La evolución del empleo industrial en el departamento de Risaralda mostró ser la mejor en los tres macrosectores. De esta forma, el 23% de las Pymes pereiranas afirmó haber incrementado su planta de personal durante 2016-II, cifra superior en 3 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Adicionalmente, la proporción de Pymes

Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)



industriales que redujeron su planta de personal bajó del 22% en 2015-II al 12% en 2016-II. Así, el balance de respuestas pasó de un valor de -2 puntos en 2015-II a un valor de 12 puntos para 2016-II (ver gráfico 11).

Con relación a la relocación geográfica de las Pymes industriales de Pereira, la mayoría (75%) expresó no haber planeado o realizado una durante el período de 2016-II (ver gráfico 12). Tan solo el 24% expresó querer hacerlo, motivado por los costos de transporte (19%) y otras razones (5%).

El principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras de la ciudad de Pereira para el desarrollo de sus actividades fueron los altos impuestos, concentrando un 43% de las respuestas durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 13). Le siguieron la tasa de cambio, con un 18% de las respuestas, y la falta de demanda, con una participación del 15%. El cuarto puesto lo ocuparon los costos de los insumos, con un 11% de las respuestas. De lo anterior cabe anotar que la rotación de la cartera mostró un decrecimiento importante de 21 puntos porcentuales entre 2015 y 2016, cayendo del segundo al séptimo lugar.

Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

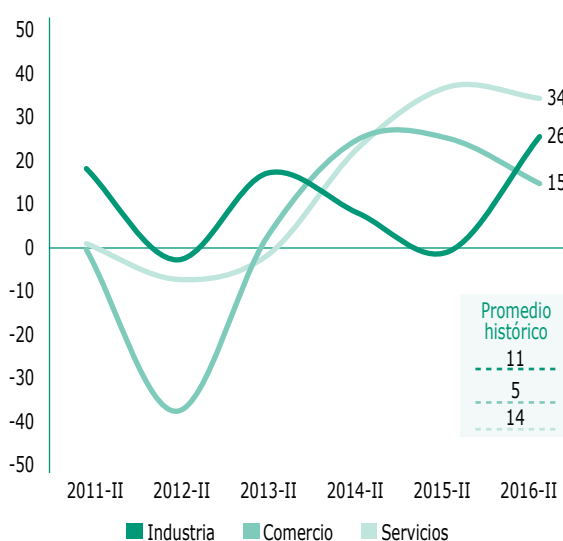


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

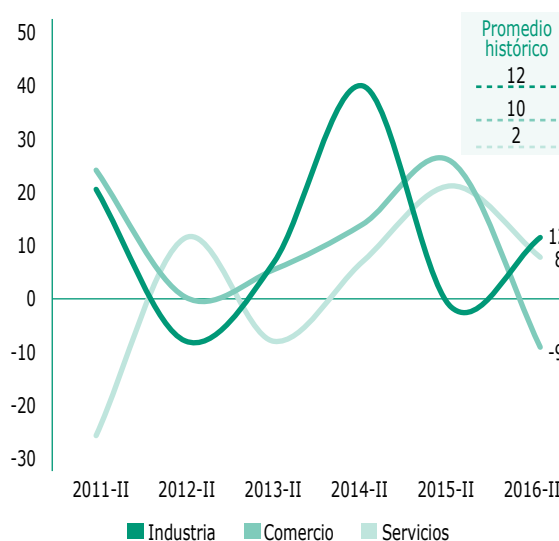


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocación geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

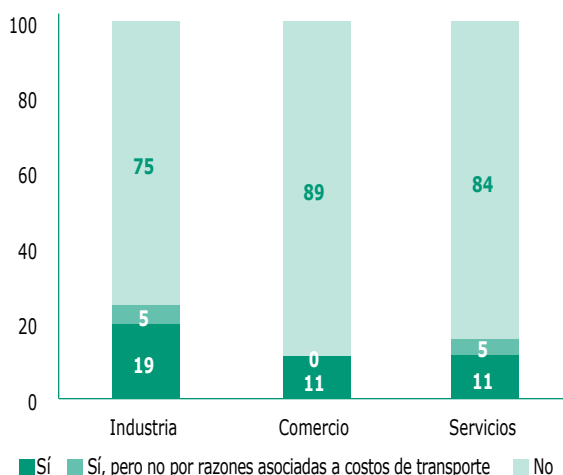
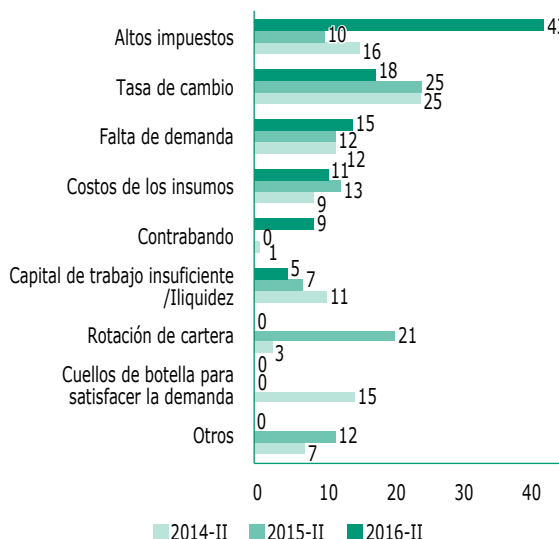


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

Las percepciones sobre la situación económica general del empresariado Pyme del sector comercio exhibieron un deterioro importante en el segundo semestre de 2016, reportando el peor registro entre los tres macrosectores estudiados. El 30% de los empresarios del sector comercio en Pereira reportó mejoras en su situación económica general, una reducción de 26 puntos porcentuales frente al dato de 2015-II (56%). Asimismo, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento aumentó del 7% en 2015-II al 24% en 2016-II, lo que hizo que el balance de respuestas disminuyera de 49 a tan solo 6 puntos durante el mismo período (ver gráfico 1).

En el caso de las ventas de las Pymes comerciales risaraldenses, como lo muestra el gráfico 2, se observó un marcado deterioro frente a los balances favorables observados un año atrás. El 29% de los encuestados reportó un aumento en sus ventas en 2016-II, dato inferior en 20 puntos porcentuales al del año anterior (49%). Por otro lado, se incrementó la proporción de las Pymes comerciales que vieron una caída en sus ventas para 2016-II (26% vs. 12% en 2015-II), lo cual implicó una caída de 34 puntos en el balance de respuestas (3 puntos en 2016-II vs. 37 puntos en 2015-II). Al igual que las firmas industriales, se evidencia que gran parte de las empresas comerciales (56%) mostró un crecimiento de las ventas que osciló entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3), mientras que un 16% reportó tasas superiores al 10% y un 26% registró contracciones.

En línea con el comportamiento desfavorable de las ventas, la proporción de Pymes comerciales que reportaron un aumento en el volumen de pedidos del sector comercial pasó del 47% en 2015-II al 26% en 2016-II. Al mismo tiempo, las Pymes que reportaron una caída en el volumen de pedidos se incrementaron del 10% al 21% entre 2015-II y 2016-II. En consecuencia, el balance de respuestas se redujo en 32 puntos, pasando de 37 en 2015-II a 5 puntos en 2016-II (ver gráfico 4).

En cuanto al nivel de existencias, un 74% de las Pymes consideraba que eran adecuadas, porcentaje bastante inferior al 96% de 2015-II (ver gráfico 5). Adicionalmente, la proporción de empresas que reportaron que sus existencias fueron excesivas se mantuvo inalterada en el 2%, mientras que el por-

centaje de empresas que reportaron que sus existencias fueron insuficientes pasó del 3% en 2015-II al 24% en 2016-II. Esto sugiere que las empresas del sector no ajustaron correctamente sus expectativas de demanda.

En términos de costos, un 31% de los encuestados enfrentó un aumento en los costos de ventas (vs. 54% en 2015-II), mientras que un 14% percibió caídas en estos (vs. 3%). Lo anterior hizo que el balance de respuestas disminuyera de 51 puntos en 2015-II a 17 en 2016-II, ubicándose 20 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 9).

A pesar del mencionado descenso de costos, los márgenes de ganancia de los empresarios del sector comercial exhibieron una caída en el segundo semestre de 2016. Esto se evidencia en que se encontró que un 32% de los encuestados vio incrementados sus márgenes en 2016-II (vs. 39% en 2015-II), mientras que un 18% indicó que estos disminuyeron (vs. 14%). Con ello, el balance de respuestas descendió de 25 puntos en 2015-II a 15 puntos en 2016-II, aunque todavía se ubica 10 puntos por encima de su promedio histórico (5), ver gráfico 10.

La dinámica del empleo del sector se deterioró durante el segundo semestre de 2016. De hecho, tan solo el 12% de las Pymes del sector en Pereira incrementó el número de trabajadores (vs. 34% en 2015-II), mientras que un 21% reportó una caída en su planta de personal (vs. 8%) y un 66% dijo mantener constante el número de empleados (vs. 59%). En consecuencia, el balance de respuestas cayó de 26 puntos en 2015-II a -9 en 2016-II, ubicándose 19 puntos por debajo de su promedio histórico (10), ver gráfico 11.

En línea con las reducciones observadas en los volúmenes de ventas y pedidos, la superficie de ventas disminuyó en la ciudad de Pereira. Allí, el porcentaje de empresarios que reportaron un aumento en la superficie de ventas subió levemente del 30% en 2015-II al 32% en 2016-II, mientras que la proporción de encuestados que afirmaron lo contrario se incrementó del 9% al 14% durante el mismo período. En consecuencia, el balance de respuestas se redujo levemente de 21 puntos en 2015-II a 19 puntos en 2016-II, aunque todavía se ubica 9 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 14). Analizando la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Pereira, el 89%

de las empresas comerciales expresó no haber pensado realizar o efectuar una durante el período de 2016-II (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Pereira en el desarrollo de sus actividades fueron los altos impuestos, con un 34% de los encuestados. En segundo lugar se ubicó la competencia de las grandes superficies, con un 19% de las respuestas, mientras que el tercer lugar lo ocupó la rotación de cartera, con un 13% de participación (ver gráfico 15).

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

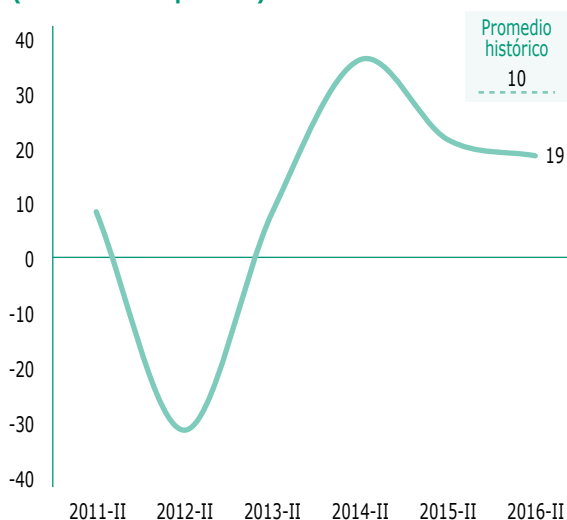
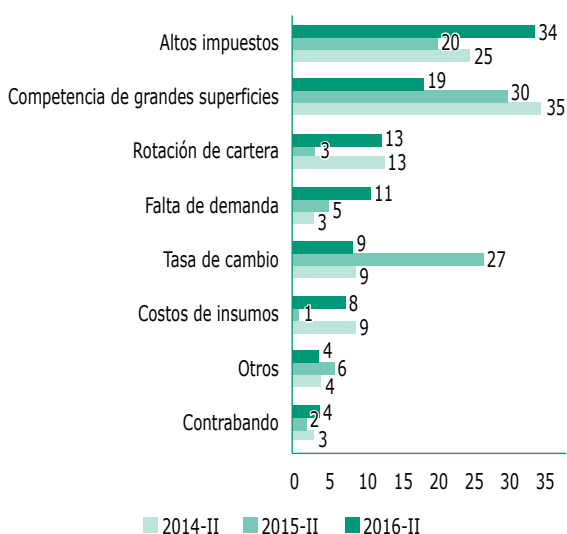


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Pereira sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2016 mostró una evolución levemente desfavorable. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios disminuyó del 52% al 48% respecto al segundo semestre del año 2015. Por su parte, el porcentaje de quienes indicaron un deterioro aumentó, pasando del 10% al 12% durante el mismo período. Esto se ve en el gráfico 1, donde hay un leve descenso del balance de respuestas de 42 en 2015-II a 37 en 2016-II.

De manera similar, los empresarios Pyme risaraldenses de este sector reportaron que el volumen de ventas de sus empresas tuvo una tendencia ligeramente desfavorable frente a la observada en 2015-II. Así, un 50% manifestó que sus ventas se habían incrementado en 2016-II (manteniéndose inalterado respecto al dato de un año atrás), mientras que un 12% manifestó lo contrario (vs. 10% en 2015-II). En términos del balance de respuestas, este descendió de 40 puntos en 2015-II a 38 puntos en 2016-II (ver gráfico 2). En cuanto al crecimiento promedio anual de las ventas, el 67% de los encuestados logró elevar sus ventas entre el 0% y el 10%, mientras que el 26% las incrementó a más del 10%. En cambio, el 4% restante registró contracciones en el período de análisis (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos continuó ubicándose en el plano positivo, aunque registró un descenso. El porcentaje de Pymes de servicios en Pereira que observaron un incremento de esta variable fue del 31% en 2016-II (vs. 49% en 2015-II), mientras que la proporción de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento decreciente fue del 9% (vs. 10%). Dado lo anterior, el balance de respuestas cayó de 39 puntos en 2015-II a 21 puntos en 2016-II (ver gráfico 4).

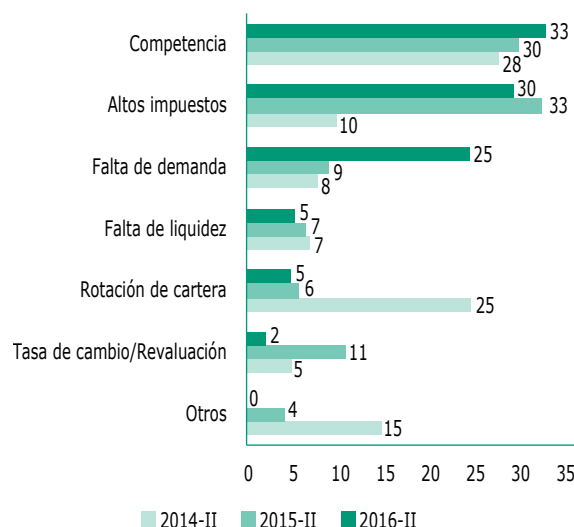
Los costos de operación de las Pymes prestadoras de servicios disminuyeron para el segundo semestre de 2016. En efecto, la proporción de las Pymes de servicios pereiranas que reportaron que sus costos de operación habían aumentado en el segundo semestre de 2016 se redujo hacia el 24% (vs. 56% en 2015-II), mientras que aquellas que vieron sus costos disminuir se redujeron hacia el 6% (vs. 8% un año atrás). Por su parte, un 71% indicó que sus costos se

mantuvieron iguales (vs. 35%). Con ello, el balance de respuestas se redujo de 48 puntos en 2015-II a 18 en 2016-II, ubicándose 7 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 9). Desafortunadamente, este comportamiento de los costos no se reflejó de manera favorable en los márgenes de ganancia de las empresas. De hecho, el porcentaje de Pymes de servicios de esta ciudad que incrementaron sus márgenes se redujo del 47% en 2015-II al 43% en 2016-II, mientras que el de aquellas cuyos márgenes se contrajeron cayeron del 10% al 8% durante el mismo período. Esto generó una leve reducción en el balance de respuestas, el cual pasó de 37 en 2015-II a 34 en 2016-II (ver gráfico 10).

Los resultados en materia de empleo muestran una dinámica desfavorable. El porcentaje de empresas que incrementaron su planta de personal fue del 22% en el segundo semestre de 2016, 8 puntos porcentuales por debajo del dato de 2015-II. Asimismo, hubo un aumento de 6 puntos porcentuales (14% en 2016-II vs. 8% en 2015-II) en la proporción de empresas que reportaron contracciones en su planta de personal. Lo anterior generó una caída en el balance de respuestas de 21 puntos en 2015 a 8 en la presente medición (ver gráfico 11).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes prestadoras de servicios de Pereira en el desarrollo de sus actividades fue la competencia, con un 33% de los encuestados. En segundo lugar se ubicaron los altos impuestos, con un 30% de las respuestas, mientras que el tercer lugar lo ocupó la falta de demanda, con un 25% de las respuestas (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



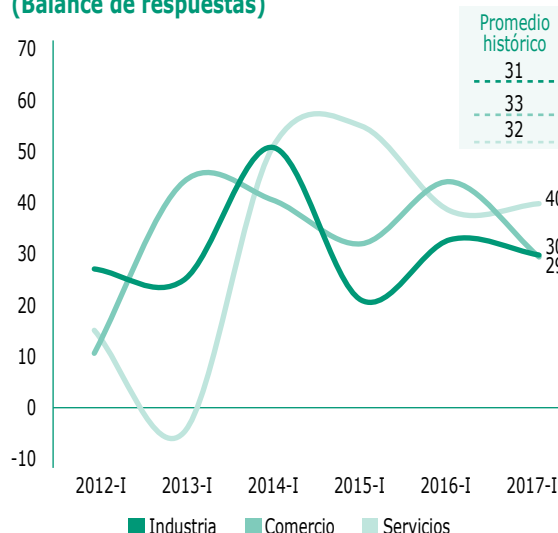
Perspectivas Primer semestre de 2017

• Sector industria

El 46% de los empresarios industriales encuestados en Pereira consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2017 sería favorable, cifra superior al 40% de 2016-I. No obstante, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas también aumentó del 7% en 2016-I al 16% en 2017-I. Por esta razón, el balance de respuestas disminuyó de 33 puntos en 2016-I a 30 puntos en 2017-I, ubicándose 1 punto por debajo de su valor histórico (ver gráfico 17).

Sobre el nivel de producción industrial, una gran parte de empresarios de esta ciudad preveía una aceleración para 2017-I. De hecho, el 49% de los empresarios indicó que esta variable crecería, cuando este porcentaje fue del 43% un año atrás. Esto coincidió con un leve aumento en la proporción de respuestas negativas, la

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



cual pasó del 14% al 16% para el mismo período, generando un aumento del balance de respuestas de 3 puntos (32 en 2017-I vs. 29 en 2016-I), ver gráfico 18.

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras de Pereira tuvieron perspectivas optimistas. El 53% de los empresarios opinó que estos crecerían (vs. un 43% que lo hizo para 2016-I), mientras que un 8% indicó que esperaba lo contrario (cifra inferior al 14% observado para el primer semestre de 2016). Con ello, el balance de respuestas subió de 29 puntos en 2016-I a 44 en 2017-I, ubicándose muy por encima de los 28 puntos registrados en el promedio histórico (ver gráfico 19).

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

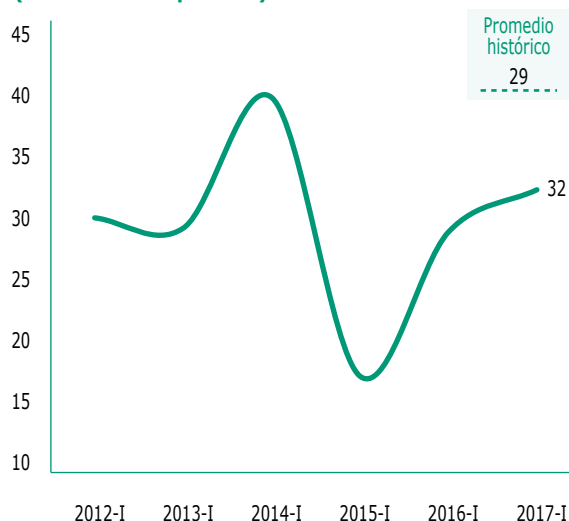
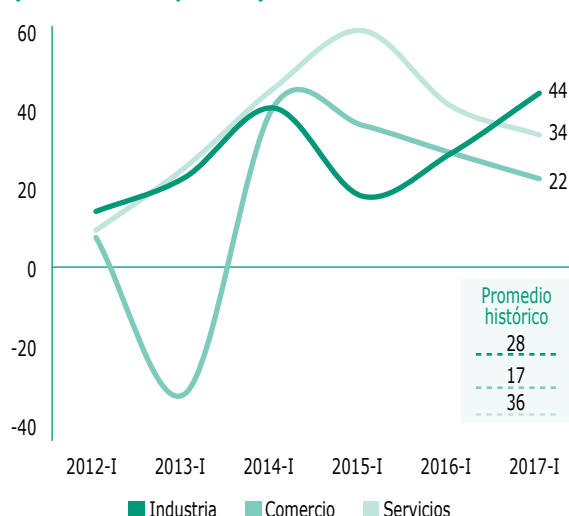


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)



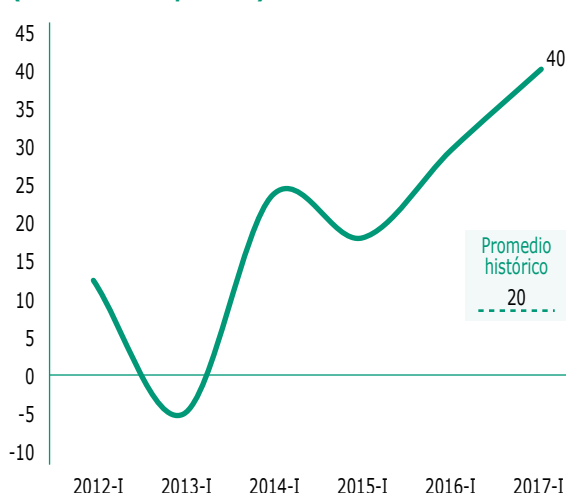
Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras de Pereira consideraban que esta crecería en el 50% de los casos en 2017-I, cifra muy superior al 37% registrado un año atrás. Igualmente, el porcentaje de respuestas negativas aumentó en 3 puntos porcentuales, pasando del 7% al 10% entre 2016-I y 2017-I. Con ello, el balance de respuestas subió de 30 puntos en 2016-I a 40 en 2017-I, ubicándose 20 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 20).

• Sector comercio

El 46% de las Pymes comerciales risaraldenses esperaba que su desempeño general en el primer semestre de 2017 fuera positivo, mientras que el 17% lo consideraba incierto y un 16% preveía que este no sería favorable. Estos resultados muestran que ha habido un deterioro en las perspectivas por parte de los empresarios comerciales debido a una contracción de 6 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas favorables y un incremento de 8 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas negativas entre 2016-I y 2017-I. Lo anterior puede verse en el gráfico 17, donde estas perspectivas se ven reflejadas en un descenso del balance de respuestas al pasar de 44 puntos en 2016-I a 29 puntos en 2017-I.

Las Pymes comerciales de Pereira también reportaron unas expectativas menos optimistas a nivel de pedidos para 2017-I. En efecto, el 38% in-

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



dicaba que estos aumentarían en 2017-I (7 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior) frente a un 15% que esperaba lo contrario (cifra inferior en 1 punto porcentual a la de 2016-I). Esta tendencia se reflejó en una caída del balance de respuestas hacia 22 puntos en 2017-I frente al 29 de un año atrás (ver gráfico 19).

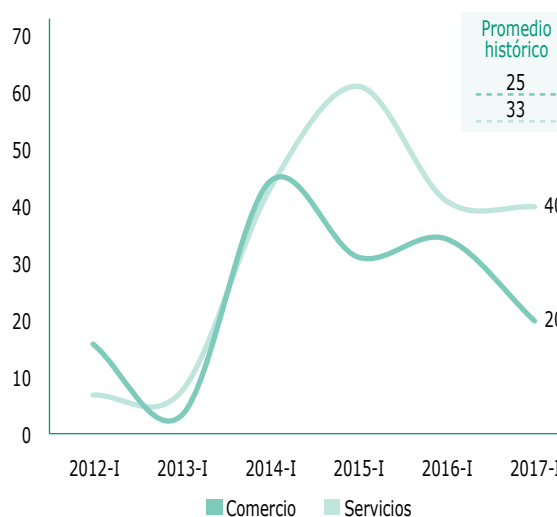
En lo correspondiente a las ventas, se observó una tendencia similar a la de las perspectivas del volumen de pedidos recibidos. Así, mientras que un 40% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2017 se incrementaran (valor inferior en 8 puntos porcentuales al registro del año anterior), el 20% preveía una caída de esta variable (cifra superior en 6 puntos porcentuales a lo observado para 2016-I). El gráfico 21 muestra cómo disminuyó el balance de respuestas, el cual pasó de 34 en 2016 a 20 para 2017.

• 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 levemente favorable. Un 59% de los empresarios del sector servicios consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2017 sería favorable (vs. 47% en 2016-I), mientras que un 20% manifestó que la situación sería desfavorable (vs. 8%). Con ello, el balance de respuestas se incrementó levemente de 38 puntos en 2016-I a 40 en 2017-I, ubicándose 8 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 17).

A pesar de lo anterior, las expectativas frente a la demanda fueron poco optimistas. A nivel de pedidos, un 51% opinó que crecerían en 2017-I, cuando

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



este porcentaje alcanzó el 47% para 2016-I. Del mismo modo, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos aumentó del 6% en el primer semestre de 2016 a un 18% para el mismo período de 2017. En consecuencia, el balance de respuestas se redujo de 41 puntos en 2016-I a 34 en 2017-I, ubicándose 2 puntos por debajo de su promedio histórico (36), ver gráfico 19.

De manera similar, para el nivel de ventas también se observan expectativas levemente desfavorables respecto a las registradas un año atrás. El 59% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas aumentarían (cifra superior en 12 puntos porcentuales a la observada el año anterior), mientras que un 19% opinó que estas se reducirían (vs. un 6% que lo consideraba para 2016-I). Con ello, el balance de respuestas disminuyó levemente de 41 a 40 puntos en 2017-I, ubicándose 7 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 21).

Financiamiento

Para los tres macrosectores del estudio, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó un marcado descenso en el segundo semestre de 2016 con respecto al mismo período de 2015. En efecto, para las Pymes industriales, la proporción de solicitudes de crédito se desplomó del 55% al 19% entre 2015-II y 2016-II, mientras que en

el caso del sector comercio la caída fue del 62% al 31% durante el mismo período (ver gráfico 22). Asimismo, en el sector servicios también se observó una reducción de las solicitudes de crédito con el sistema, aunque a ritmos más moderados. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero bajó del 34% al 31% durante el último año.

La tasa de aprobación se mantuvo alta en el sector comercial y en el de servicios (96% en ambos casos), aunque los dos registraron leves reducciones frente a los registros de 2015-II (100% en el comercio y 98% en los servicios). Por su parte, la tasa de aprobación del sector industrial registró un marcado descenso, cayendo del 94% en 2015-II al 79% en 2016-II (ver gráfico 23).

En lo referente a las condiciones de plazo de los préstamos aprobados vs. los solicitados, se encontró un comportamiento relativamente homogéneo entre

estas dos variables para los tres macrosectores de la ciudad de Pereira. En el caso de la industria, los créditos más solicitados y aprobados fueron los de corto (40% de aprobaciones y 40% de solicitudes) y mediano plazo (40% de aprobaciones y 40% de solicitudes). Por su parte, las Pymes de comercio solicitaron en mayor proporción préstamos de largo plazo (46% de aprobaciones y 54% de solicitudes), mientras que el sector servicios se concentró más en los préstamos de mediano plazo (45% de aprobaciones y 45% de solicitudes), ver gráficos 24 y 25.

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

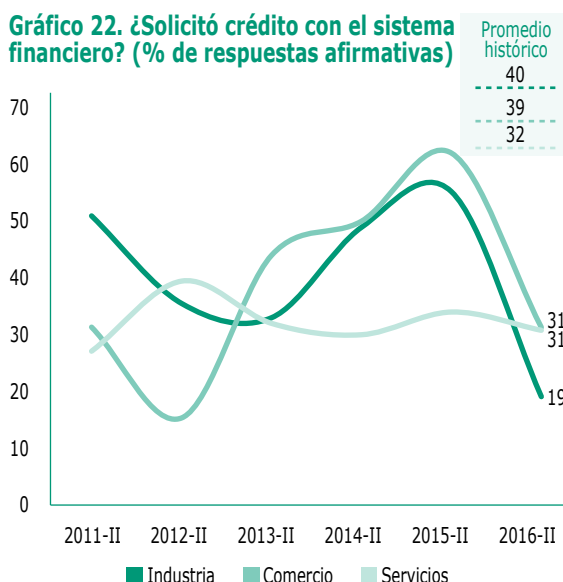


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

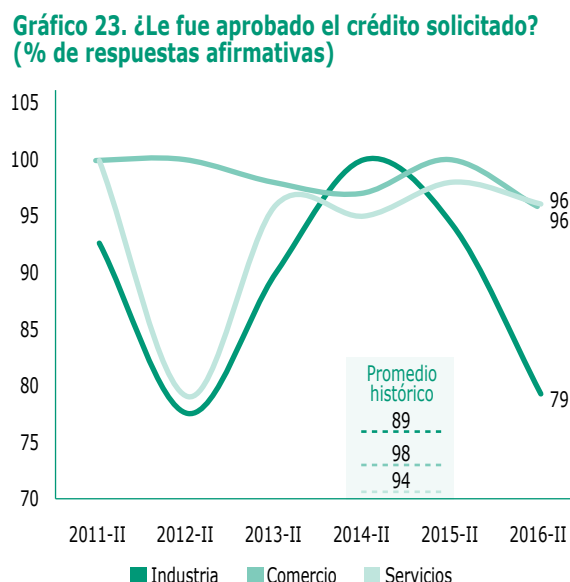


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

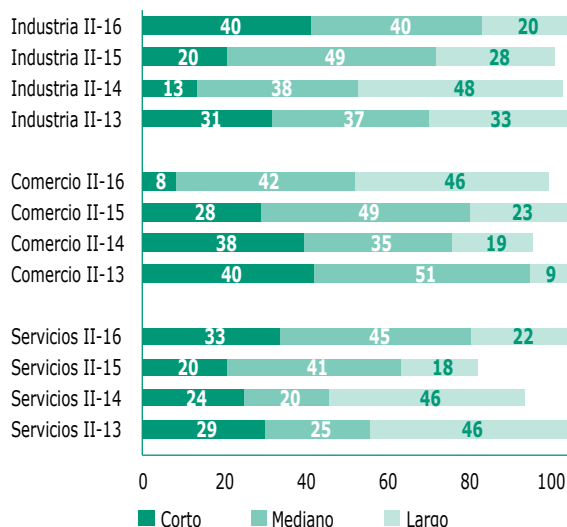
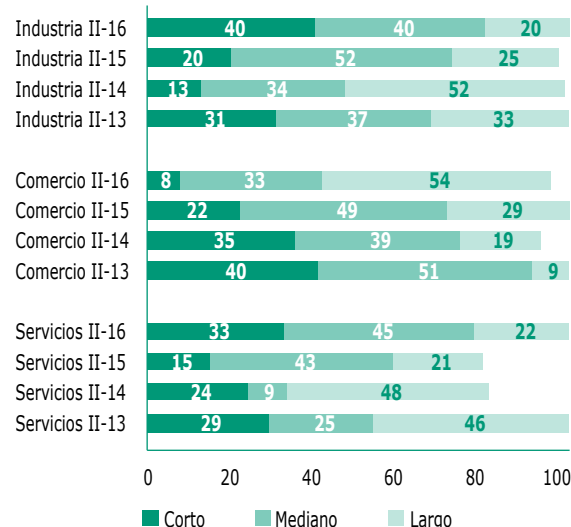


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



A su vez, los niveles de satisfacción respecto al monto del crédito aprobado en las Pymes pereiranas mostraron una mejora en los tres macrosectores del estudio (ver gráfico 26). Allí, las Pymes de industria y servicios reportaron una satisfacción del 100%, mientras que el sector comercial exhibió cifras cercanas al 96%.

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 industria (60% vs. 14% en 2015-II), comercio (67% vs. 32%) y servicios (63% vs. 64%) fue de hasta DTF+4 puntos en el segundo semestre de 2016 (ver gráficos 27, 28 y 29). Por su parte, los niveles de satisfacción respecto a dichas tasas de interés aumentaron en el caso de la industria (100% en 2016-II vs. 82% en 2015-II) y el comercio (88% vs. 42%). Mientras que la satisfacción del sector servicios se mantuvo estable en un 93%, ubicándose 12 puntos porcentuales por encima de su promedio histórico (ver gráfico 30).

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

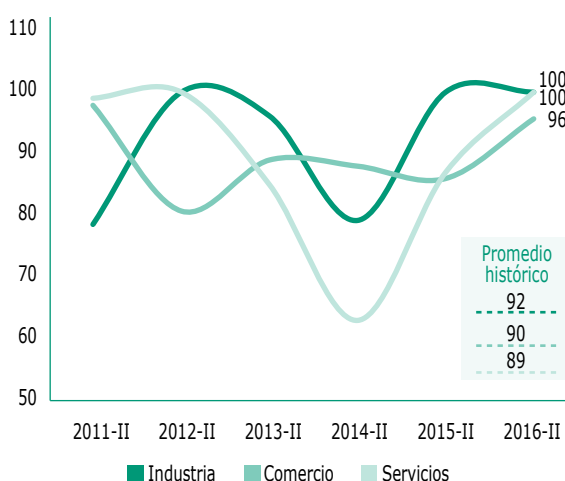


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

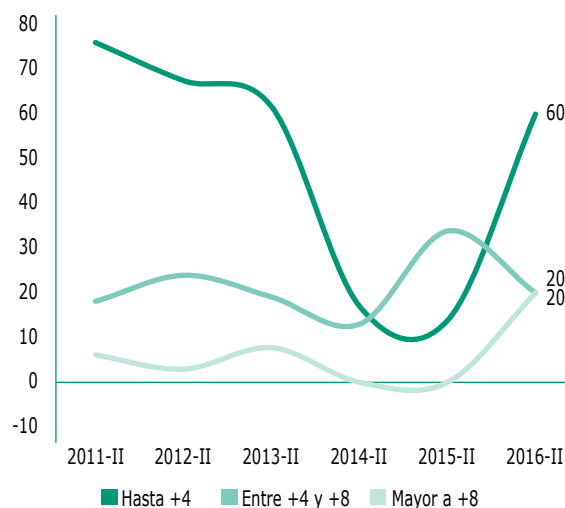


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

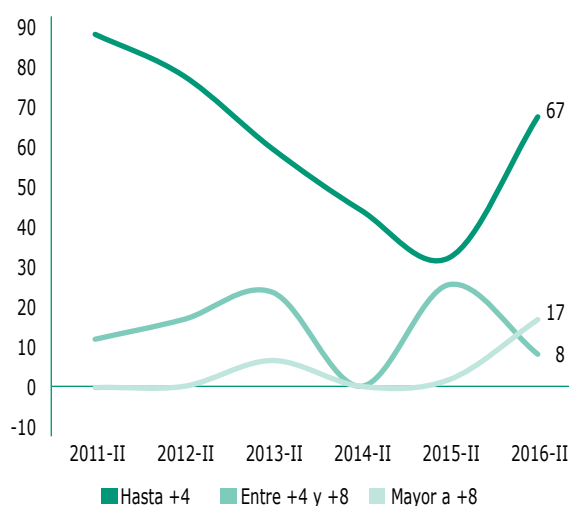
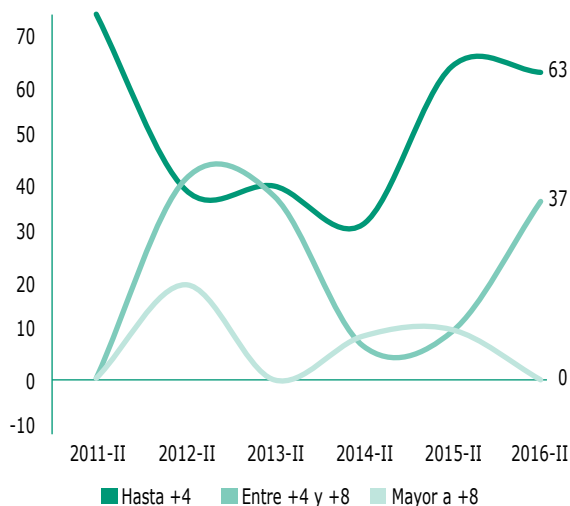


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



Los recursos solicitados por las Pymes risalral-denses al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo: un 70% de Pymes industriales, un 88% de Pymes comerciales y un 44% de Pymes de servicios en el segundo semestre de 2016. En segundo lugar, las Pymes industriales y las de servicios destinaron estos recursos a remodelaciones o adecuaciones (20% y 42% respectivamente), mientras que las Pymes comerciales los emplearon en la compra o arriendo de maquinaria (17%), ver gráfico 31. En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, entre el 19% y el 23% de las Pymes pereiranas consultadas no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Por su parte, los proveedores siguieron siendo la fuente de financiación alternativa

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

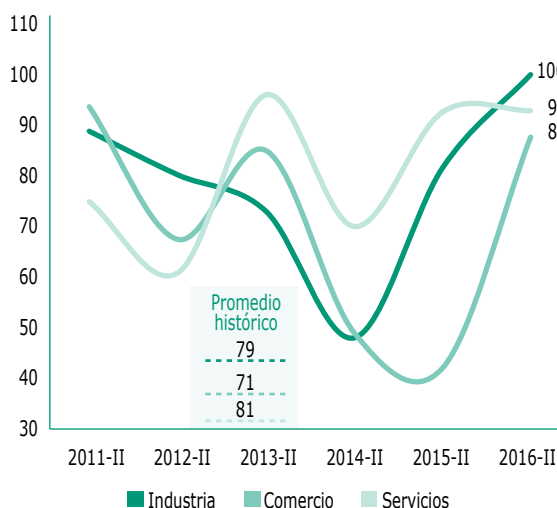


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

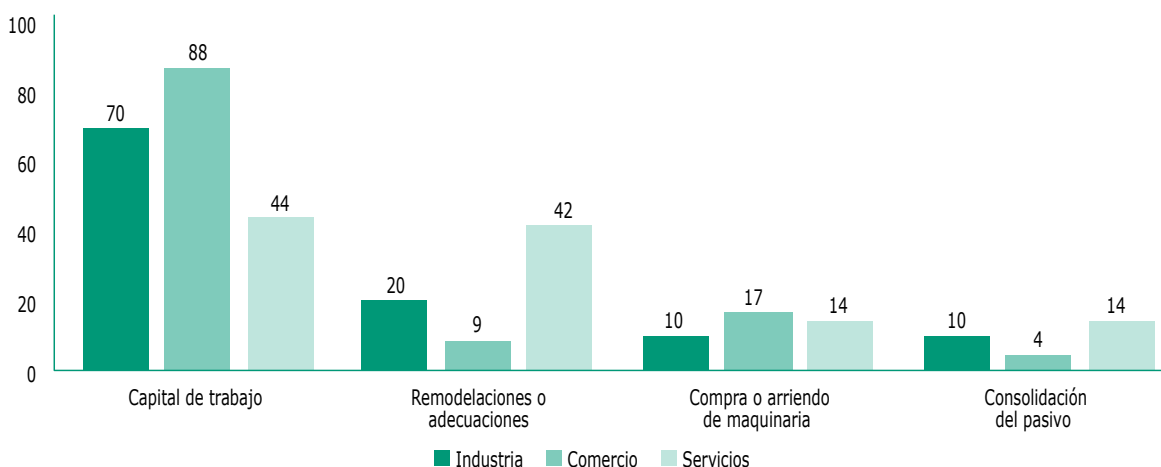
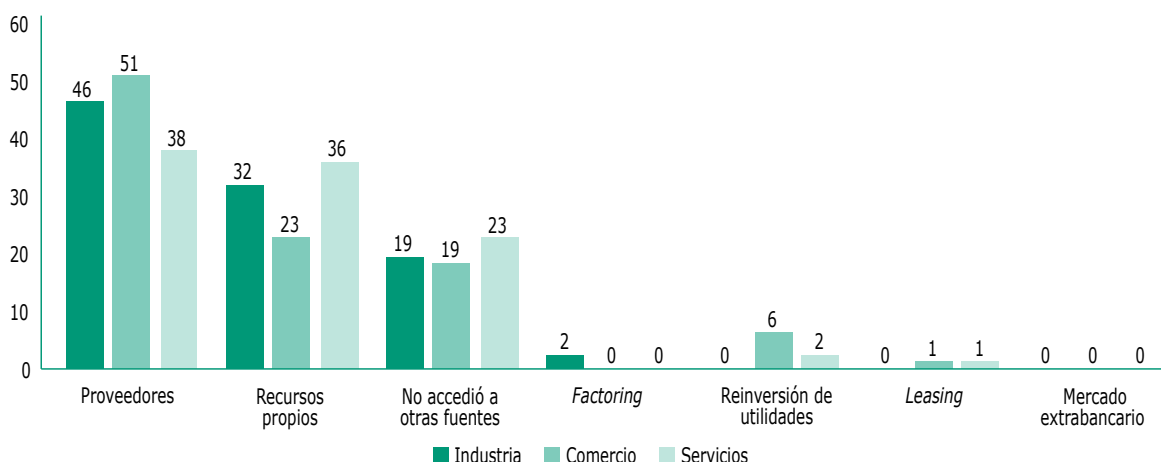


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



más importante para las Pymes de los tres macrosectores de la capital de Risaralda, con un 46% en el sector de industria, un 51% en el de comercio y un 38% en el de servicios (ver gráfico 32). Adicionalmente, se evidenció (gráfico 33) que entre el 83% y el 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 pereiranas de los tres macrosectores no solicitaron crédito al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 89% en industria, un 81% en comercio y un 87% servicios). En segundo lugar se ubicó el exceso de trámites, con un 7% de las respuestas en industria, un 9% en comercio y un 11% 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?

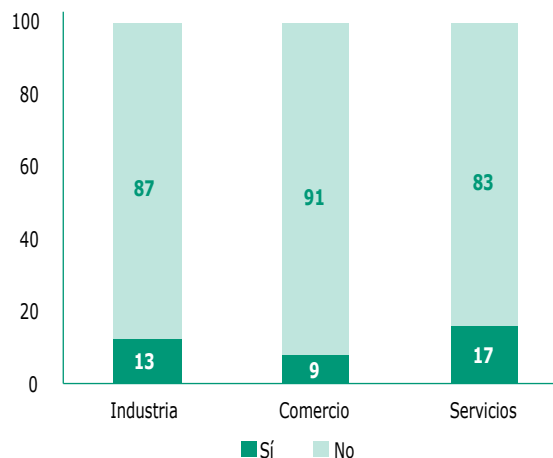
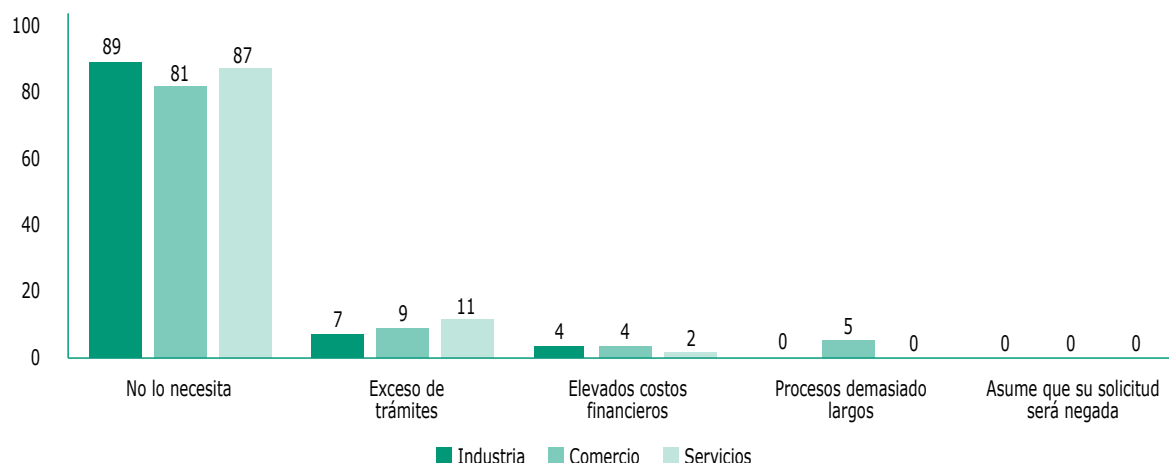


Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



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 (2017-I) alguna acción para incrementar su competitividad fue del 69% en industria, del 55% en comercio y del 71% en servicios. Para el sector industrial, el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción de mejoramiento aumentó en 14 puntos con respecto al año anterior,

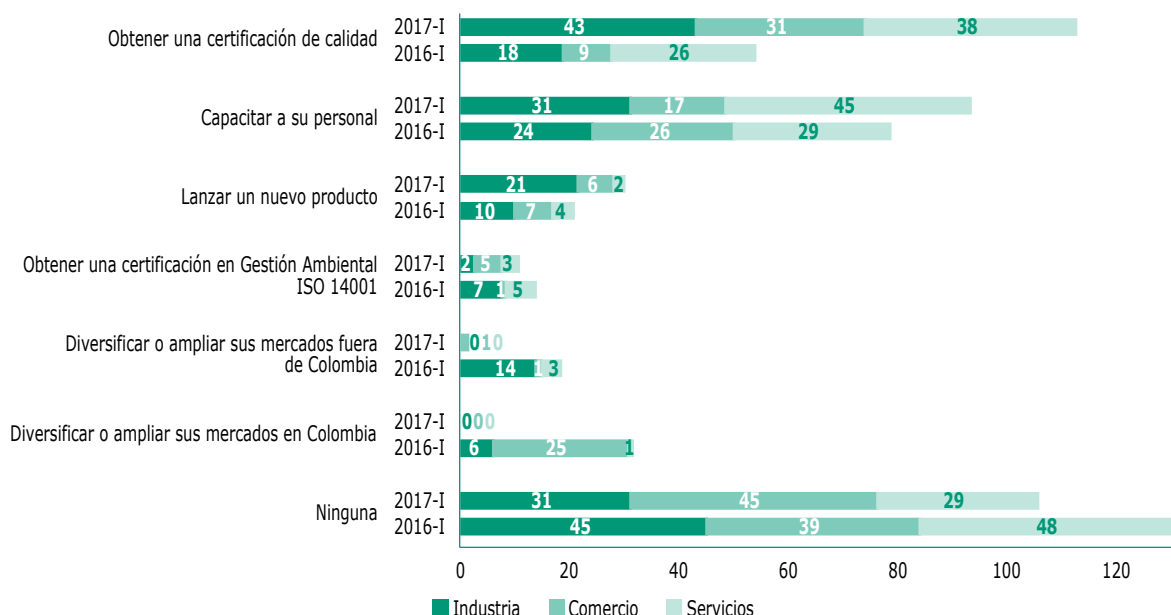
mientras que en el sector de servicios el aumento fue de 19 puntos. Por su parte, el sector comercio registró una leve reducción en la proporción de Pymes que tomaron este tipo de acciones al disminuir en 6 puntos porcentuales frente al 61% de 2016-I.

Obtener una certificación de calidad fue la principal acción de mejoramiento de las Pymes industriales y comerciales con un 43% y un 31% de las respuestas (respectivamente), mientras que en el sector servicios la principal acción fue la capacita-

ción del personal (45% en 2017-I). Para las Pymes manufactureras y comerciales, la segunda acción de mejoramiento implementada fue la capacitación del personal, con un 31% y un 17% de las respuestas

de los encuestados. Por su parte, la segunda acción más empleada por las Pymes de servicios fue la obtención de un certificado de calidad, con una proporción del 38% de las respuestas.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



— Capital social y formación de precios —

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital de Risaralda si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (92% en industria, 94% en comercio y 93% en servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios pereiranos con: i) la Alcaldía (2% en industria, 4% en comercio y 1% en servicios); ii) la Gobernación (particularmente en el comercio, 4%); iii) universidades/centros de desarrollo tecnológico/

grupos de investigación (1% en comercio y 2% en servicios); iv) los gremios empresariales de su sector (particularmente en el sector servicios, 2%); y v) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas, o alguna referencia a entidades del gobierno (1% en servicios), ver gráfico 36.

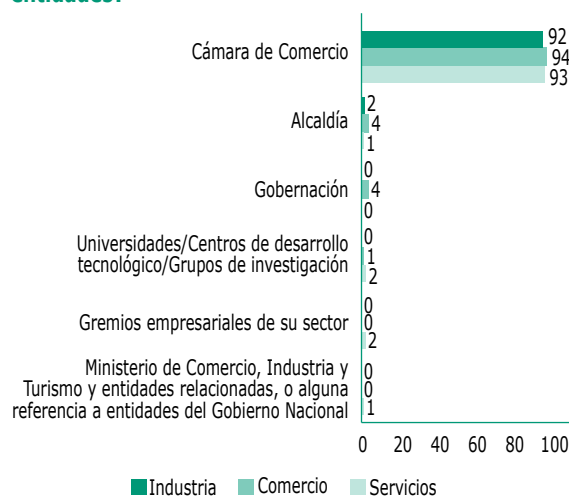
Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de la ciudad de Pereira cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiada con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (61% en industria, 69% en comercio y 60% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) representación de sus intereses ante el Gobierno Nacional (27% en industria, 17% en comercio y 22% en servicios); ii) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (25% en industria, 14% en comercio y 18% en servicios);

iii) conocer nuevos proyectos y/o mercados (20% en industria, 8% en comercio y 9% en servicios); iv) incrementar el nivel de ventas (19% en industria, 20% en comercio y 12% en servicios); v) acceder a programas de financiamiento o cofinanciamiento (3% en industria, 7% en comercio y 5% en servicios); vi) incursionar en nuevos mercados (2% en industria, 4% en comercio y 3% en servicios); y vii) desarrollar nuevos productos o servicios (2% en industria y 3% en servicios), ver gráfico 37.

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

actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (54% en industria, 35% en comercio y 65% en servicios). Asimismo, se observó que el 14% de los empresarios industriales, el 11% de los comerciales y el 14% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre; mientras que el 20% de los industriales, el 17% del comercio y el 8% del sector de servicios manifestaron hacerlo trimestralmente. Finalmente, entre el 10% y el 14% de los encuestados afirmó realizar el ajuste mensualmente, mientras que el 13% de los comerciantes (además del 2% de los industriales y el 1% de los de servicios) respondió que actualizaban sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 38).

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en sus empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios, exceptuando el rubro de servicios públicos y combustibles, el cual fue denominado como “moderadamente importante” en todos los casos. De forma específica, se destaca que para las Pymes industriales los costos financieros fueron los que más incidieron en el alza de los precios de sus productos (ver gráfico 39), mientras que en el sector comercial dicho puesto lo ocupó la inflación (ver gráfico 40) y en el sector de servicios lo hicieron los impuestos (ver gráfico 41).

Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

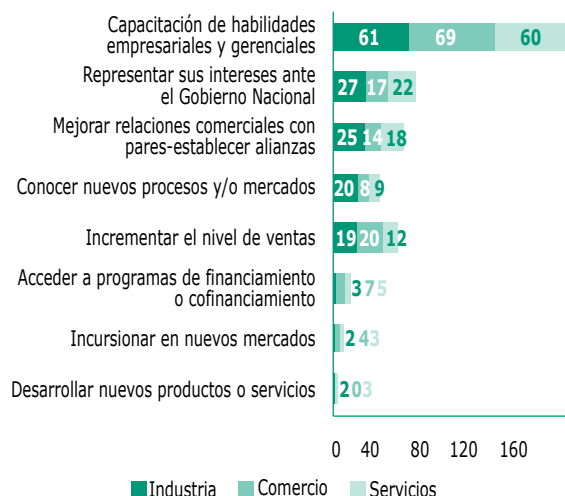


Gráfico 38. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

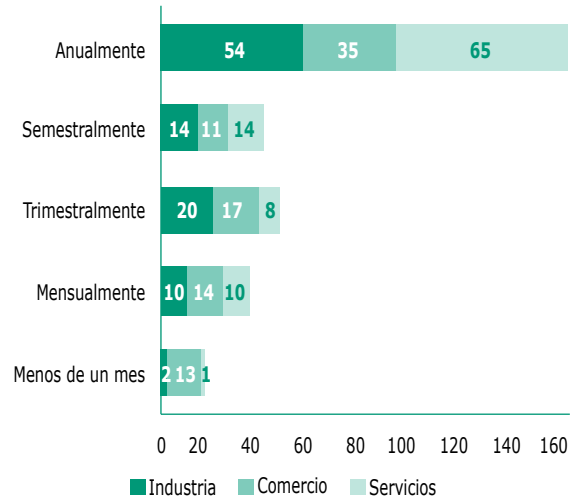


Gráfico 39. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

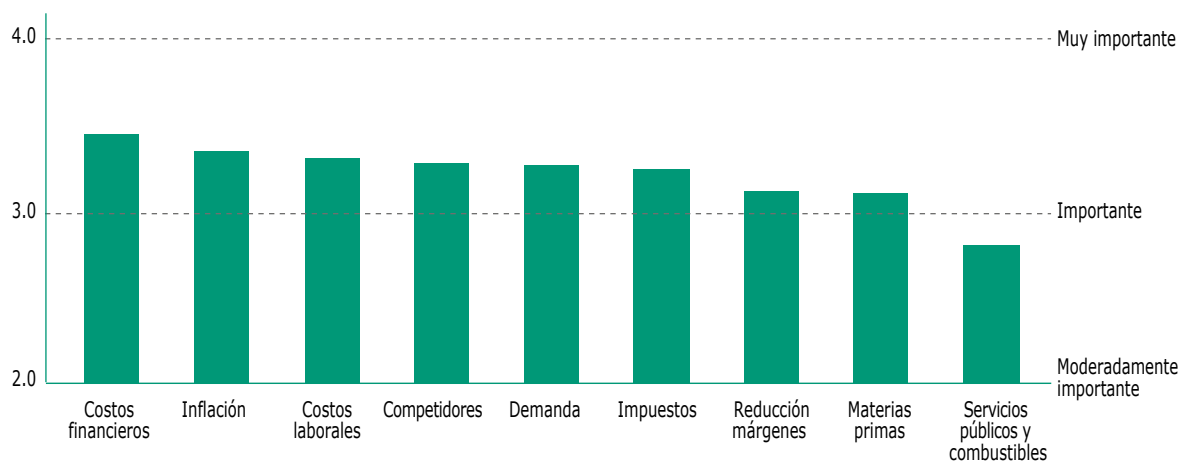


Gráfico 40. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

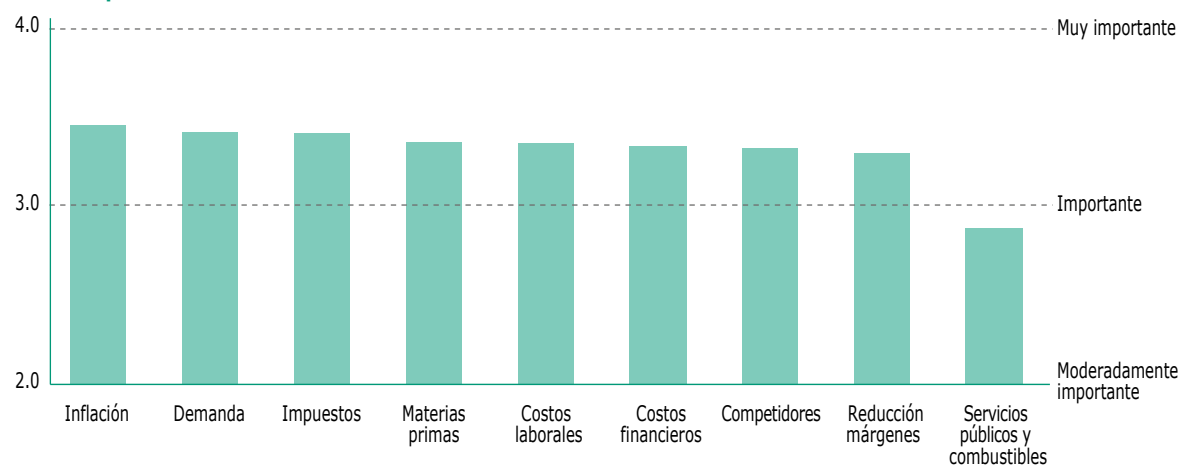
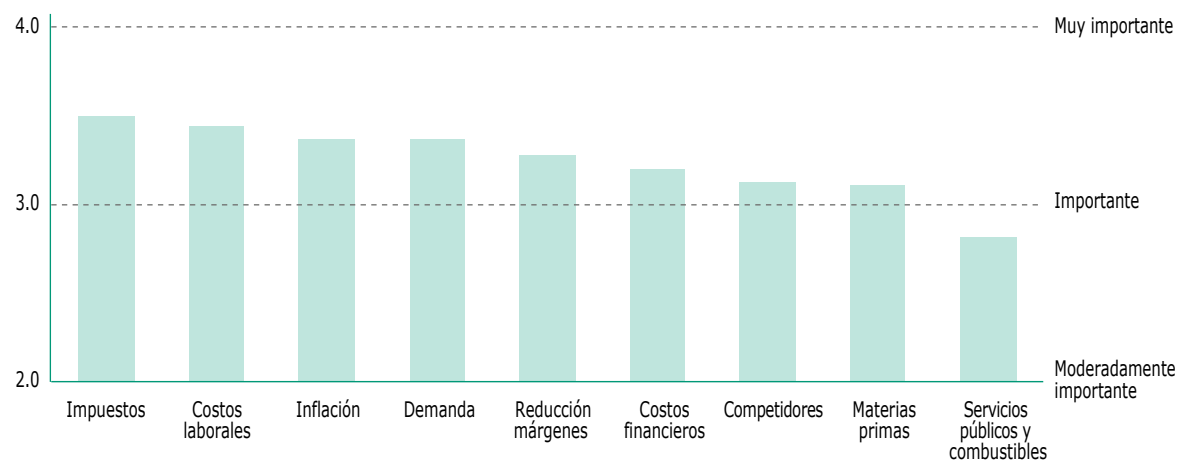


Gráfico 41. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

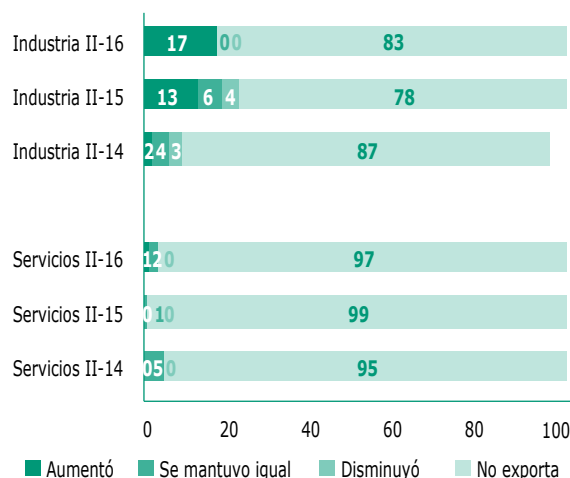


Comercio exterior

En materia de comercio exterior, se encontró que un 83% de las Pymes industriales y un 97% de las Pymes de servicios no exportaron durante el segundo semestre de 2016. Adicional a esto, como lo muestra el gráfico 42, solo el 17% del empresariado industrial reportó haber aumentado su volumen de exportaciones, mientras que dicha cifra fue de solo el 1% en el sector servicios. Entre tanto, ninguno de los encuestados (de los dos sectores) reportó una

caída en su volumen de exportaciones. Al contrastar estas cifras con lo registrado un año atrás, puede observarse que se dieron avances muy leves para el sector de servicios, pues la proporción de Pymes de servicios que no exportaron disminuyó en 2 puntos porcentuales entre 2015-II y 2016-II. Para las Pymes industriales la proporción de las que no exportaron se incrementó en 5 puntos porcentuales para el mismo período.

Gráfico 42. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



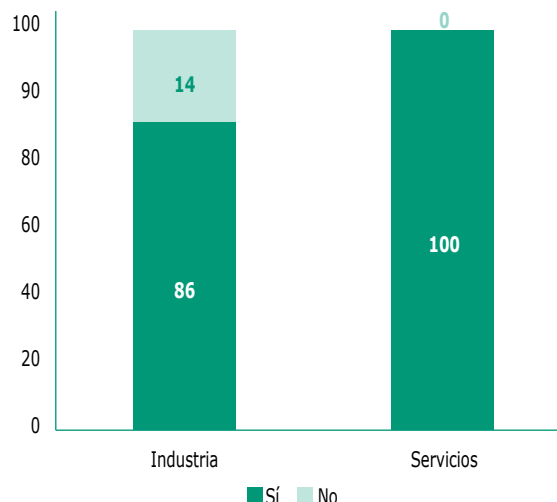
Adicionalmente, se les indagó a la Pymes que no exportaban las razones por las que no lo hacían. El 49% de las empresas manufactureras argumentó que consideraban que no tenían ningún producto que fuera apto para exportar, el 28% expresó que era muy riesgoso y costoso, el 26% manifestó que no estaba interesado en hacerlo, y el 8% dijo que no contaba con la información sobre potenciales mercados para sus productos. Con relación a las firmas de servicios, el 64% dijo que sus servicios no eran aún exportables y el 38% señaló que no estaba interesado en exportar (ver gráfico 43).

Asimismo, en esta medición se les preguntó a los que exportaban si habían pensado en algún plan de internacionalización para su negocio. Las Pymes industriales exportadoras indicaron que lo habían hecho en el 86% de los casos, el otro 14% de los empresarios del sector no lo había considerado (ver gráfico 44). Por su

Gráfico 43. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 44. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



parte, el 100% de los empresarios del sector servicios expresó tener planes de internacionalización, aunque cabe resaltar que ello corresponde solamente al 3% de los encuestados que exportaron en 2016-II.

Con relación a las expectativas sobre las exportaciones, el 85% de las Pymes industriales y el 89% de las Pymes de servicios no previeron exportar durante 2017-I. El gráfico 45 muestra que el 11% de las Pymes industriales y el 7% de las Pymes de servicios esperaban aumentar sus volúmenes de exportaciones. Esta cifra para la industria es superior a lo observado un año atrás en 1 punto porcentual, mien-

tras que en el caso del sector servicios el aumento fue de 7 puntos porcentuales.

Por último, 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 2016. Allí, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 52% y el 60% de las ventas se dirige al mercado local; entre el 37% y el 46% se destina al resto del mercado colombiano; y entre el 2% y el 6% al mercado internacional (ver gráfico 46).

Gráfico 45. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

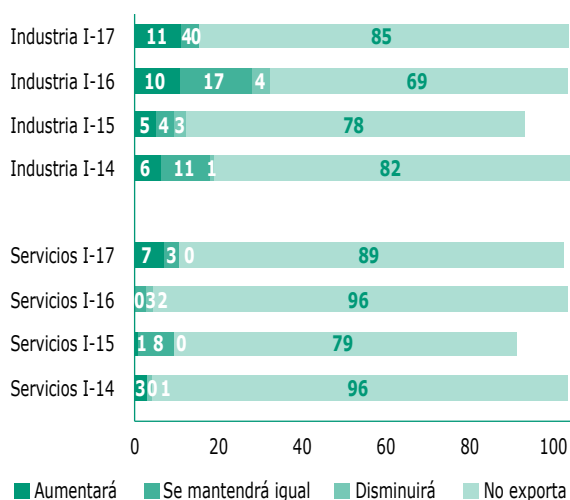
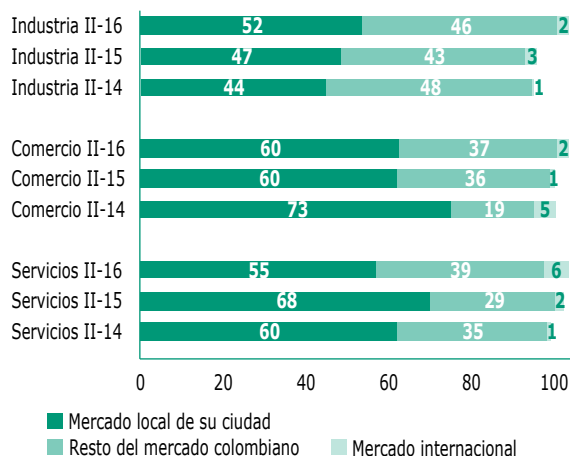


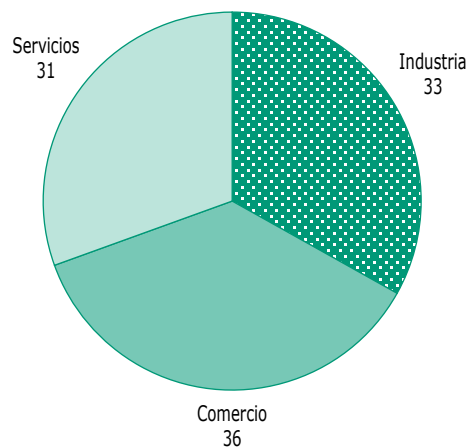
Gráfico 46. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Buga

Distribución de la muestra (%)



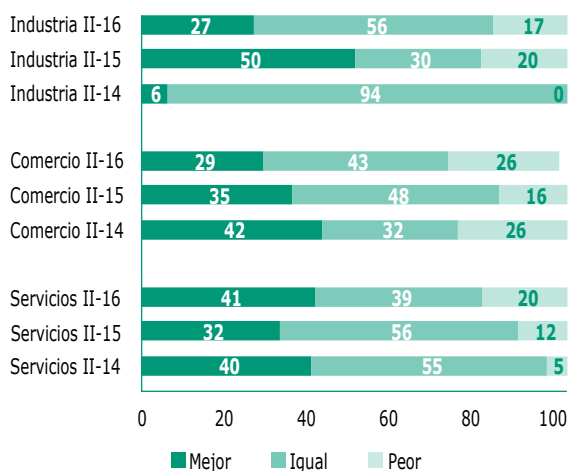
Situación actual

Segundo semestre de 2016

Los resultados de la tercera medición de la Gran Encuesta Pyme para el municipio de Buga mostraron que los empresarios del sector industrial tenían percepciones en línea con lo manifestado un año atrás respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2016. En cambio, las percepciones en el sector

comercio fueron pesimistas y las del sector de servicios fueron más optimistas. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Valle del Cauca-Buga), el 56% de los empresarios manufactureros encuestados reportó que su desempeño económico se mantuvo igual durante 2016-II (vs. 30% en 2015-II), mientras que las que vieron aumentos (27% en 2016-II vs. 50% en 2015-II) o descensos (17% en 2016-II vs. 20% en 2015-II) explicaron porciones menores. En contraste, en el sector de comercio hubo una disminución en la proporción de los empresarios con apreciaciones favorables sobre su desempeño económico hacia el 29% frente a lo observado un año atrás (-6 puntos porcentuales), mientras que en servicios el optimismo pasó del 32% al 41% (+9 puntos porcentuales).

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



Con respecto a las percepciones del volumen de ventas y pedidos, el gráfico 2 muestra que para el sector industrial hubo un descenso en la proporción de empresarios que experimentaron aumentos en sus volúmenes de ventas entre el segundo semestre de 2015 y el mismo período de 2016 (26% en 2016-II vs. 40% en 2015-II). Situación similar se vivió para el sector comercial, donde se evidenció una reducción en el número de empresarios que incrementaron sus ventas hacia niveles del 29% (-10 puntos porcentuales).

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

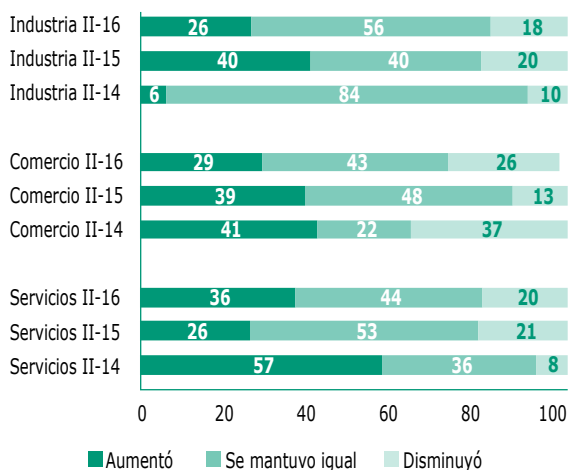
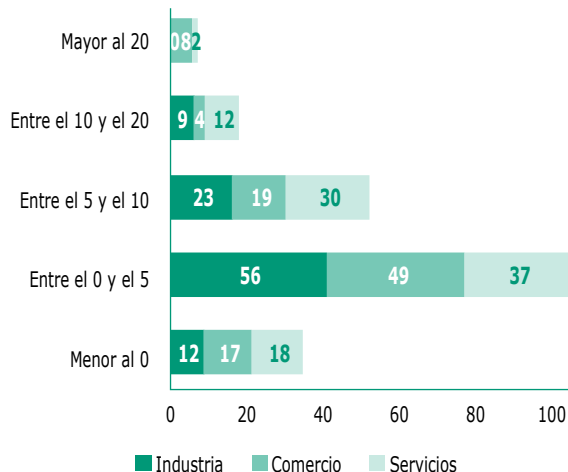
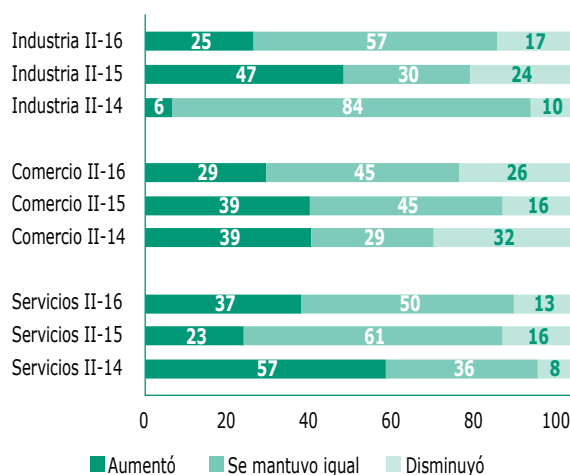


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



les frente a lo observado un año atrás). No obstante, en el sector servicios, la proporción de empresarios que mostraron un aumento en sus ventas subió del 26% en 2015-II al 36% en 2016-II. Cabe resaltar que la proporción de empresarios que afirmaron experimentar reducciones en sus ventas subió en el sector comercial (26% vs. 13% en 2015-II) y cayó en los sectores de industria (18% vs. 20% en 2015-II) y servicios (20% vs. 21%). El crecimiento promedio anual de las ventas para la mayor proporción de las firmas de los tres macrosectores estuvo en el rango del 0% al 10% (91% en industria, 85% en comercio y 85% en servicios), ver gráfico 3.

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%)



Con relación al volumen de pedidos de las Pymes bugueñas para el período 2015-2016, el gráfico 4 muestra que la proporción de Pymes industriales que reportaron constancia (57%) en el volumen de pedidos que recibieron fue mayor a la proporción de firmas que dijeron experimentar una caída (17%) o un incremento (25%) en esta variable para 2016-II. Asimismo, gran parte de las Pymes comerciales y de servicios reportó de manera mayoritaria que mantuvieron constante el volumen de sus pedidos (45% y 50% respectivamente).

El 85% de las Pymes industriales y el 89% de las Pymes de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2016 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 7% de las Pymes industriales y el 9% de las Pymes comerciales no contaron con suficientes niveles de existencias durante 2016-II (ver gráfico 5).

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, tan solo el 23% dijo que este había aumentado en 2016-II frente al 50% observado un año atrás. Entre tanto, un 59% afirmó que este nivel se había mantenido igual, cifra ampliamente superior al 30% observado un año atrás (ver gráfico 6). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 54% de las Pymes industriales bugueñas utilizó entre el 30% y el 70% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7). En términos de inversión en maquinaria y equipo, el 21% de las Pymes industriales afirmó que esta aumentó, un 77%

Gráfico 5. Existencias (%)

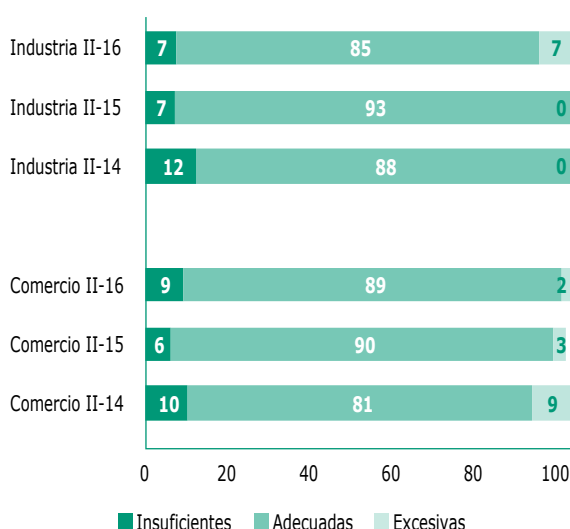
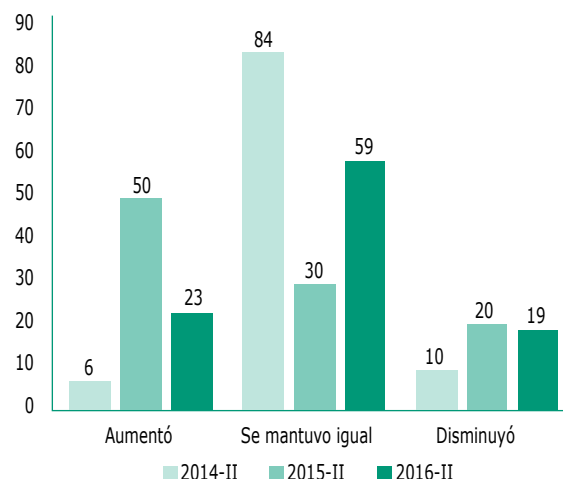


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%)



dijo que esta se mantuvo igual y solo un 2% aseguró que esta se redujo para el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 8). Frente al año anterior, la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión cayó en 7 puntos porcentuales, la proporción de empresarios que afirmaron mantener estable su inversión aumentó en 19 puntos porcentuales y la porción de Pymes que disminuyeron su inversión se redujo en 12 puntos porcentuales.

El gráfico 9 muestra que para el 29% de las Pymes industriales hubo un incremento en los costos de

operación y funcionamiento en 2016-II, cifra inferior en 17 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Por su parte, el 37% 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 superior en 2 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 (44%) creció en 5 puntos porcentuales para el segundo semestre de 2016 respecto al año anterior.

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

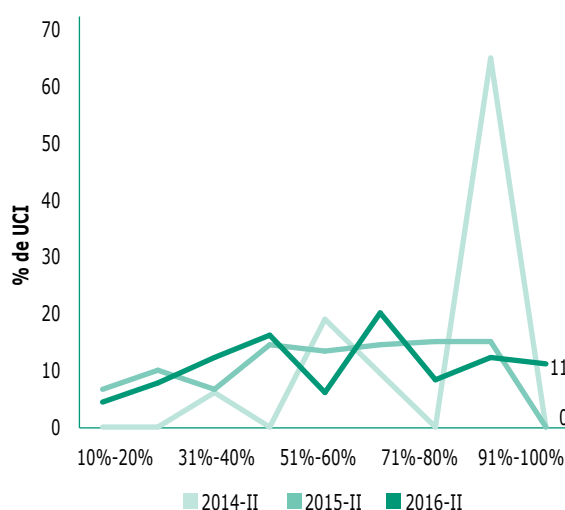


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

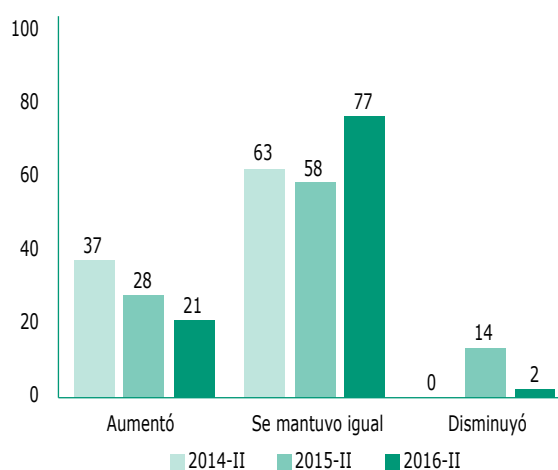


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

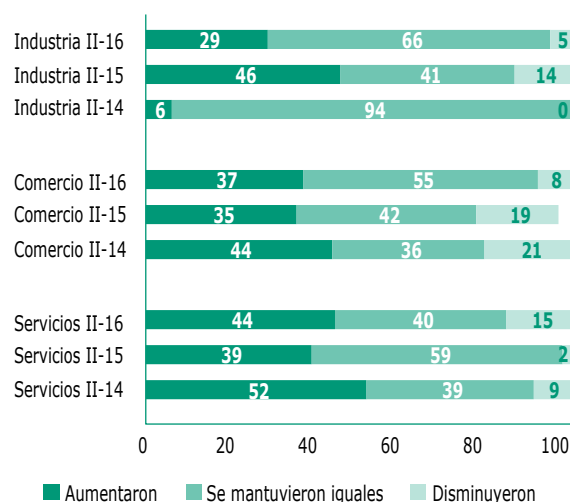
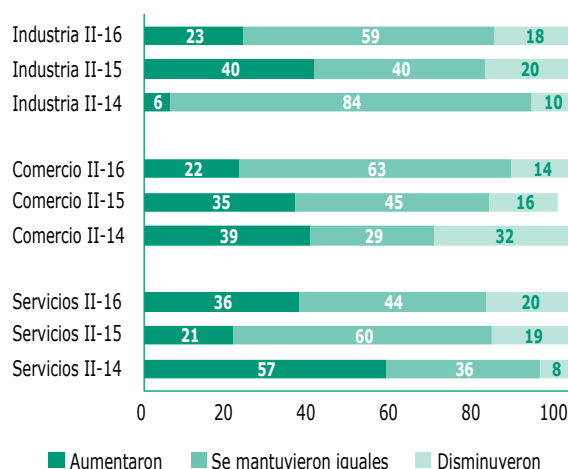


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



Al preguntarle a las Pymes bugueñas por los márgenes de sus empresas, los tres macrosectores coincidieron en que los márgenes no habían variado. Las Pymes de industria que afirmaron que sus márgenes permanecieron inalterados llegaron al 59%, cifra superior al 44% reportado por los empresarios de servicios, pero inferior a la registrada por los comerciantes (63%). Frente a la medición del año anterior, los servicios aumentaron sus márgenes en 15 puntos porcentuales (pp), mientras que la industria y el comercio se contrajeron en 17pp y 13pp respectivamente (ver gráfico 10).

En el municipio de Buga, la generación de empleo del sector industrial y el sector comercial aumentó para el 10% de los empresarios entrevistados, cifra inferior a la reportada por el sector servicios que fue del 17% en el segundo semestre de 2016. La mayoría de firmas en este municipio del Valle del Cauca mantuvo constante su número de trabajadores (88% industria, 75% comercio y 76% servicios), ver gráfico 11. En efecto, tan solo el macrosector comercial redujo en un 4% el número de trabajadores que tenía con respecto al año anterior. Por otro lado, más del 90% de los empresarios de los tres macrosectores

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

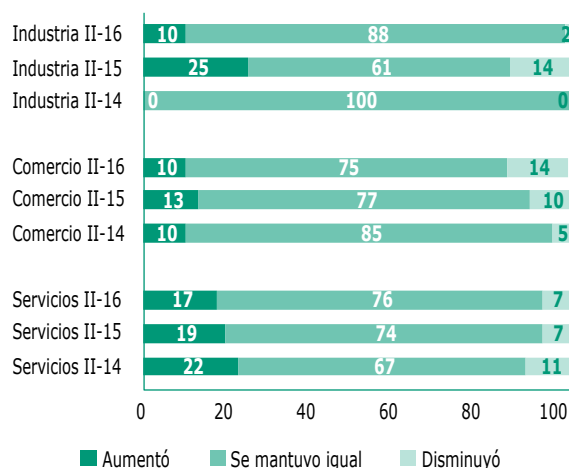


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

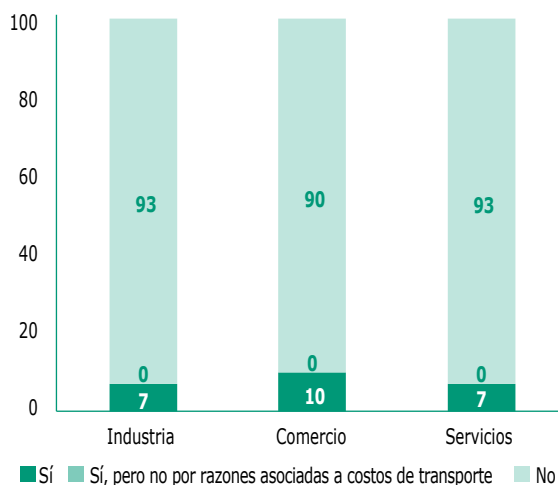


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

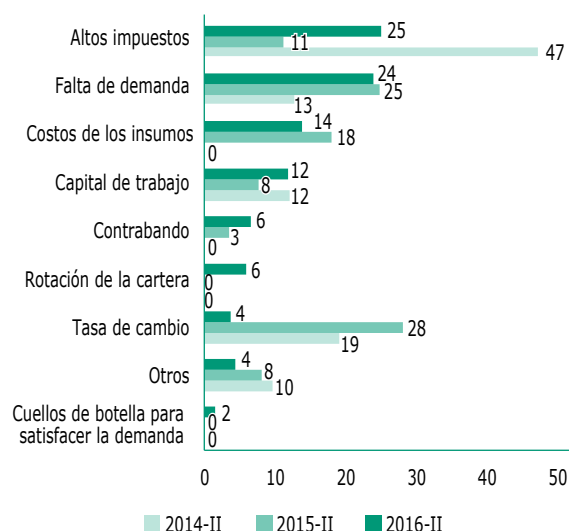
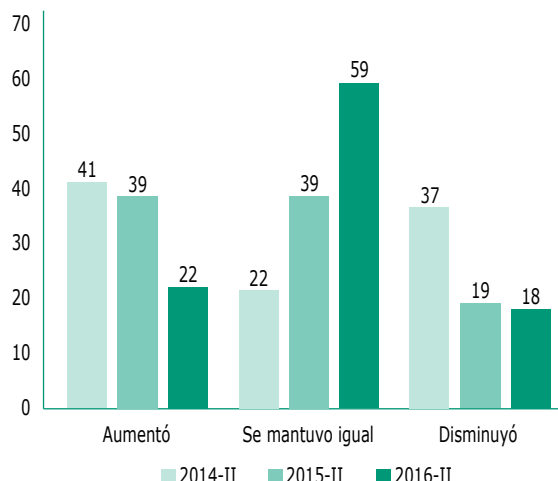


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



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 desarrollo de su actividad empresarial los altos impuestos (25% de las respuestas) para el segundo semestre de 2016. En el *ranking* de los problemas que identificaron los empresarios industriales se ubicó en segundo lugar la falta de demanda (24%) y en tercer lugar los costos de los insumos (14%).

La superficie de ventas, por su parte, parece haber permanecido constante durante el segundo semestre de 2016. El gráfico 14 muestra un incremento

en la proporción de encuestados que afirmaron que esta variable se mantuvo estable (39% en 2015-II vs. 59% en 2016-II), mientras que se dio un descenso en la proporción de empresarios que reportaron que su superficie de ventas aumentó (39% en 2015-II vs. 22% en 2016-II).

Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales bugueñas para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2016-II fueron la competencia con grandes superficies (33%), el costo de los insumos (16%), los altos impuestos (16%) y la falta de demanda (15%), ver gráfico 15. Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas la falta de demanda (28%), los altos impuestos (21%) y la falta de liquidez (20%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

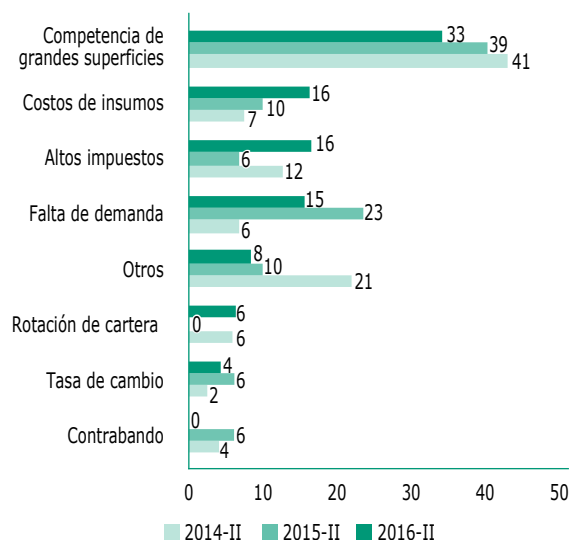
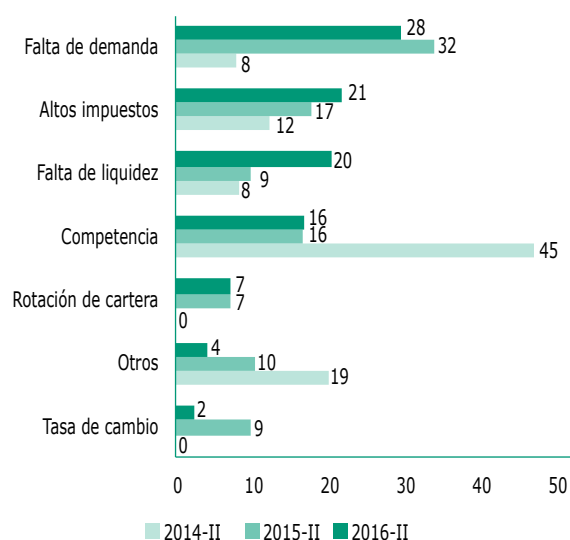


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Al preguntar a los empresarios bugueños por sus perspectivas sobre el desempeño general, el 37% de los empresarios industriales, el 48% de los empresarios de comercio y el 52% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2017. Para el sector industrial, los resultados son negativos debido a un descenso de 24 puntos porcentuales en la proporción de empresarios

que esperaban observar un desempeño económico favorable entre 2016-I y 2017-I. Por su parte, estos resultados en el sector comercio fueron positivos frente a lo observado durante el año anterior (48% en 2017-I vs. 42% en 2016-I). Asimismo, el sector de servicios evidenció que un 52% de los empresarios encuestados tenía una percepción positiva sobre su desempeño económico para 2017-I (vs. 40% en 2016-I).

El gráfico 18 muestra que las expectativas sobre la producción industrial experimentaron una fuerte caída. En efecto, solo el 34% de las Pymes industriales esperaba que su nivel de producción se incrementara, cifra bastante inferior a lo observado un año atrás (72%). Sumado a lo anterior, hubo un incremento en la proporción de empresarios que esperaban una disminución de la producción industrial para 2017-I (0% en 2016-I vs. 11% en 2017-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 2017. De esta forma, el 33% (vs. 75% un año atrás) de los empresarios manufactureros expresó tener perspectivas favorables sobre esta variable, el 56% (vs. 25% un año atrás) señaló que permanecerían inalteradas y el restante 11% (vs. 0% un año atrás) señaló que los pedidos se reducirían. Por su parte, el 30% de los empresarios comerciales (vs. 42% un año atrás) manifestó tener perspectivas positivas, el 49% (vs. 35% un año atrás) argumentó que se mantendrían constantes y el 21% (vs. 19% un año atrás) que disminuirían. Por último, en el sector

Gráfico 17. Desempeño general (%)

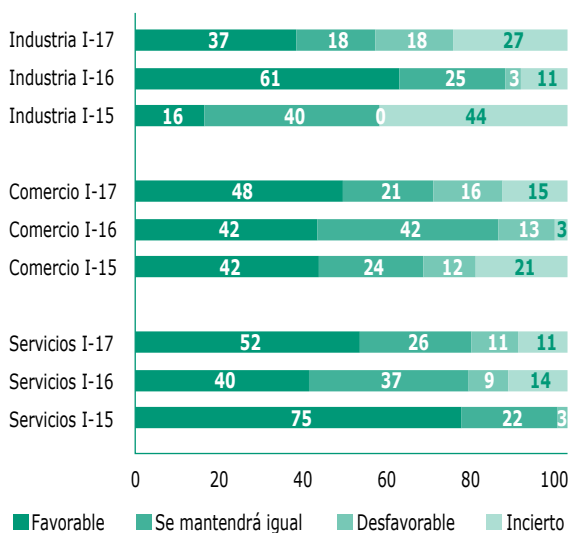


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

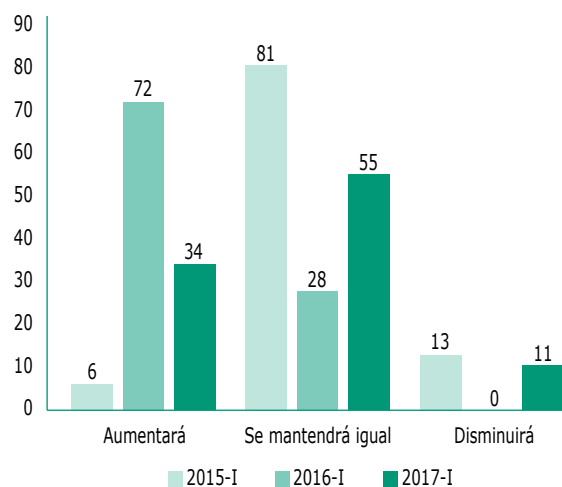


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

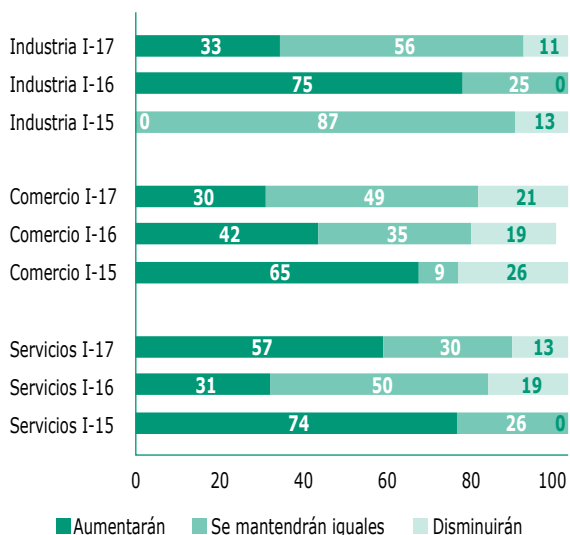
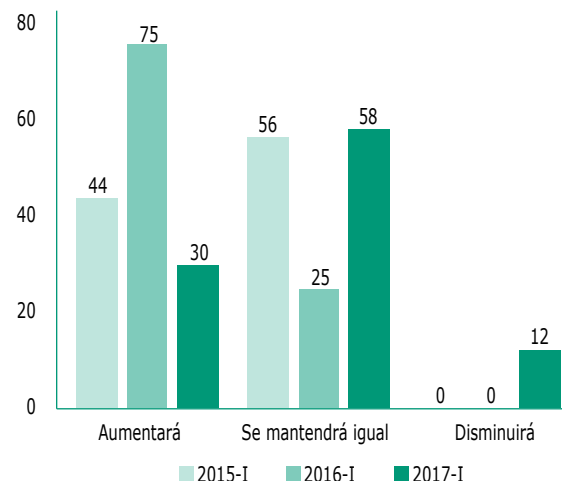


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)



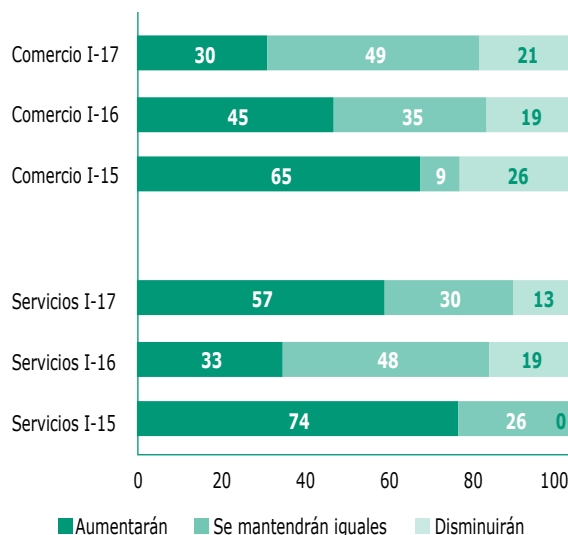
de servicios, el 57% de los empresarios (vs. 31% un año atrás) declaró que esperaba que los pedidos se incrementaran, un 30% (vs. 50% un año atrás) que permanecieran constantes y un 13% (vs. 19% un año atrás) que se redujeran en el primer semestre de 2017 (ver gráfico 19).

Con relación a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 58% de las Pymes industriales del municipio de Buga esperaba que esta variable se mantuviera inalterada (vs. 25% observado en 2016-I), el 30% de este segmento creyó que la inversión crecería (vs. 75% observado en 2016-I), mientras que el 12% restante esperaba una caída en esta variable durante 2017-I (vs. 0% en 2016-I), ver gráfico 20.

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector comercio fueron más moderadas, mientras que en el sector servicios se mostraron más optimistas (ver gráfico 21). El 30% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas en 2017-I, cifra inferior en 15 puntos porcentuales a la cifra observada para 2016-I. Por su parte, la proporción de empresarios del sector servicios que esperaban aumentos en sus ventas alcanzó el 57% para 2017-I, dato superior en 24 puntos porcentuales a lo observado para

2016-I. Asimismo, hubo un incremento de 2 puntos porcentuales en la proporción de empresarios comerciales que esperaban disminuciones en sus niveles de ventas durante el primer semestre de 2017, mientras que para los empresarios del sector servicios esta proporción cayó en 6 puntos porcentuales para el mismo período.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)

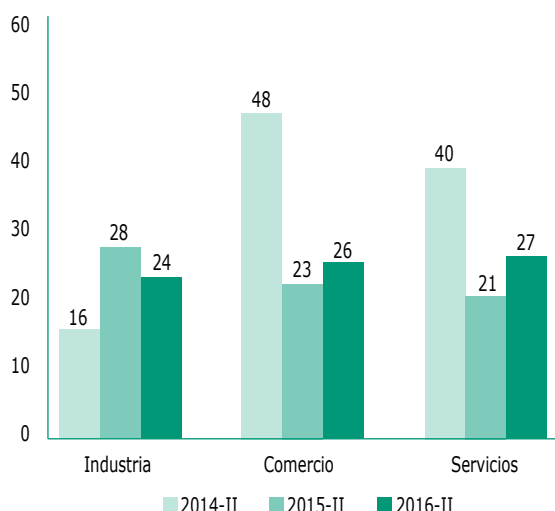


Financiamiento

El 24% de las Pymes industriales, el 26% de las comerciales y el 27% de las de servicios de Buga solicitaron crédito al sistema financiero en 2016-II (ver gráfico 22). Lo anterior reveló una caída en las solicitudes de crédito formal de los empresarios del sector de industria (-4 puntos porcentuales). En el caso de las Pymes de comercio y servicios hubo un incremento en el porcentaje de solicitudes de crédito entre 2015-II y 2016-II (+3% y +6%, 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

El gráfico 23 muestra la tasa de aprobación de las solicitudes de crédito para 2016-II. Allí se observa que esta fue del 94% para el sector servicios (vs. 88% en 2015-II) y del 100% para el comercio (inalterada

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



frente a 2015-II), mientras que para el sector industrial cayó al 91% (vs. 100% en 2015-II).

El crédito de largo plazo (mayor a 3 años) fue el más solicitado por las Pymes manufactureras (39%) y las de servicios (48%), mientras que el crédito de corto plazo fue el más solicitado en comercio (39%), ver gráfico 25. En cuanto a los términos en los que fueron aprobados, estos coincidieron perfectamente con los plazos solicitados (ver gráficos 24 y 25).

La satisfacción de los empresarios bugueños en 2016-II frente al monto de los créditos recibidos fue su-

perior al 80% para los tres macrosectores analizados. En efecto, el 93% de las Pymes industriales, el 84% de las comerciales y el 82% 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 2016-II, la mayor proporción de los empresarios de los tres macrosectores recibió tasas de hasta DTF+4 (44% industria, 62% comercio y 75% servicios), ver gráfico 27. Esto es similar a lo observado durante el año anterior cuando esta tasa de hasta DTF+4 fue la más utilizada. De acuerdo con el gráfico 28, el nivel de satisfacción respecto a la tasa de

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

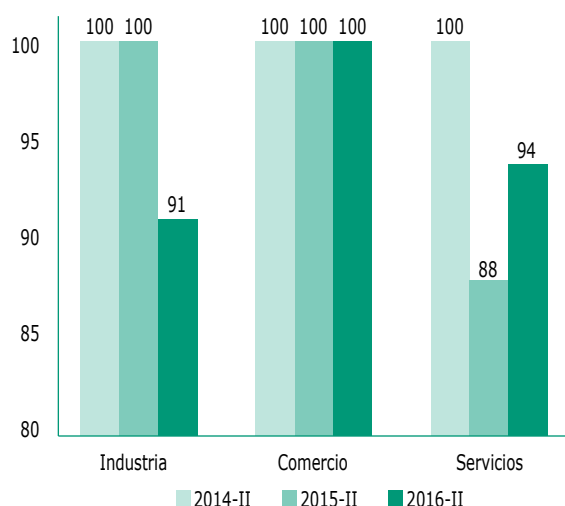


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

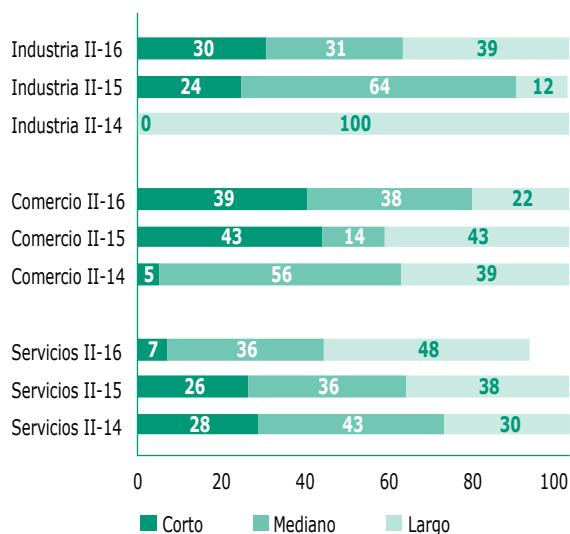


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

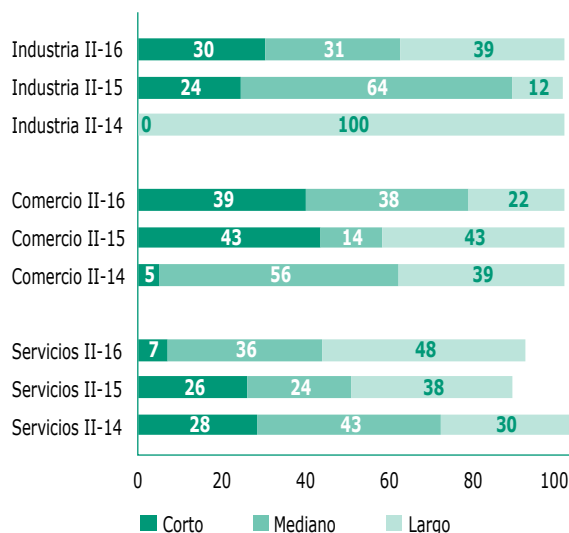
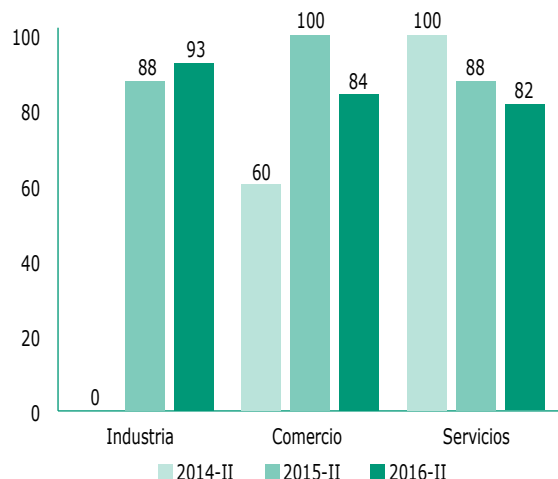


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



interés recibida se incrementó para el sector comercio y el de servicios, mientras que los empresarios industriales se mostraron relativamente inconformes con la tasa de interés. En efecto, para los industriales, la satisfacción llegó al 56% en 2016-II (vs. 76% en 2015-II). Por su parte, la satisfacción de los comerciantes ascendió al 65% (vs. 57% en 2015-II) y la de los empresarios de servicios se ubicó en un 66% (vs. 64% en 2015-II).

Los recursos de las Pymes del municipio solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo: el 78% en industria, un 62% en comercio y un 59% en servicios. En segundo lugar se ubicaron las remodelaciones o adecuaciones para las Pymes

de los tres macrosectores: industrial (14%), comercial (35%) y servicios (41%). Cabe resaltar que la compra o arriendo de maquinaria tuvo una especial importancia para las Pymes industriales (14%) (ver gráfico 29).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 33% de las Pymes industriales, el 31% 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 2016. Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes industriales (34%) y para las de servicios (33%), mientras que en comercio se recurrió principalmente a los provee-

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

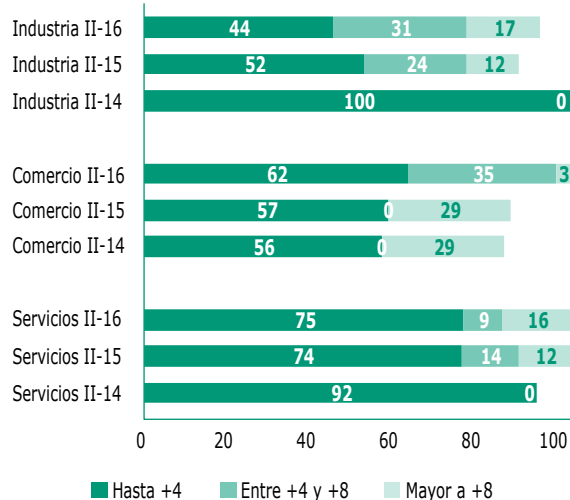


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

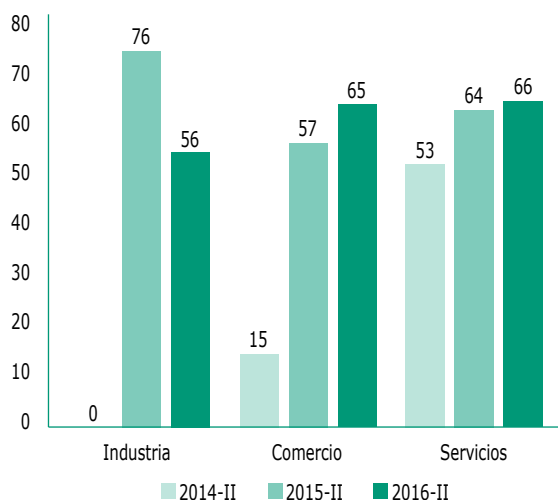


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

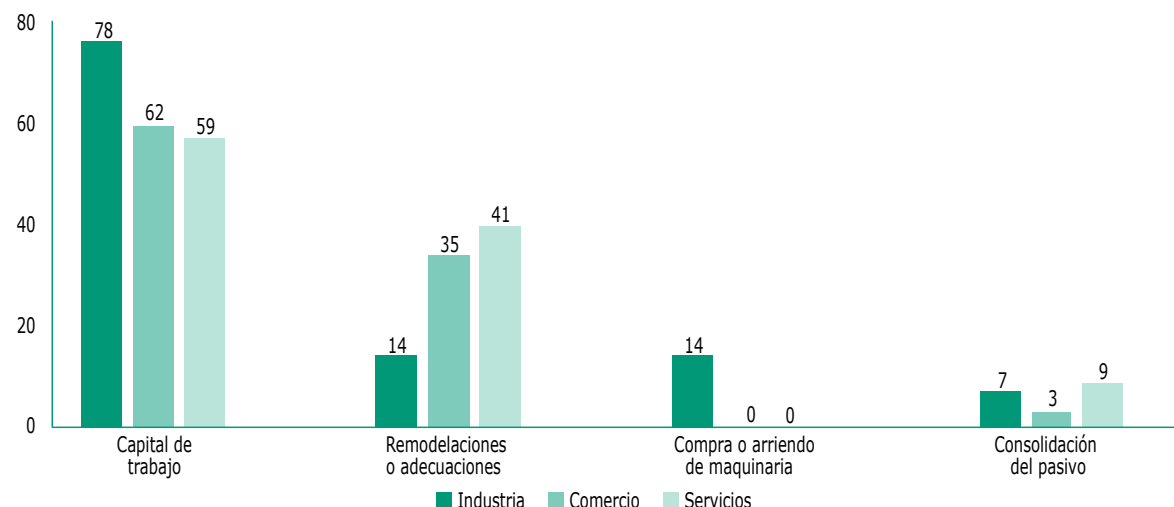


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

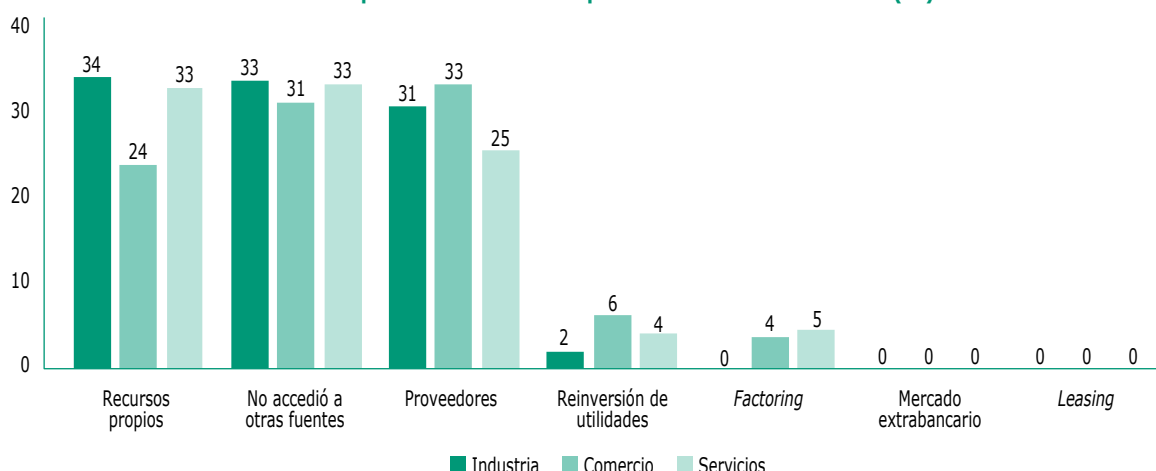
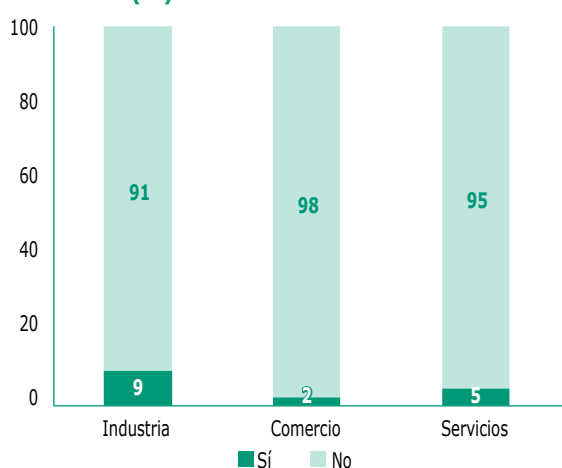


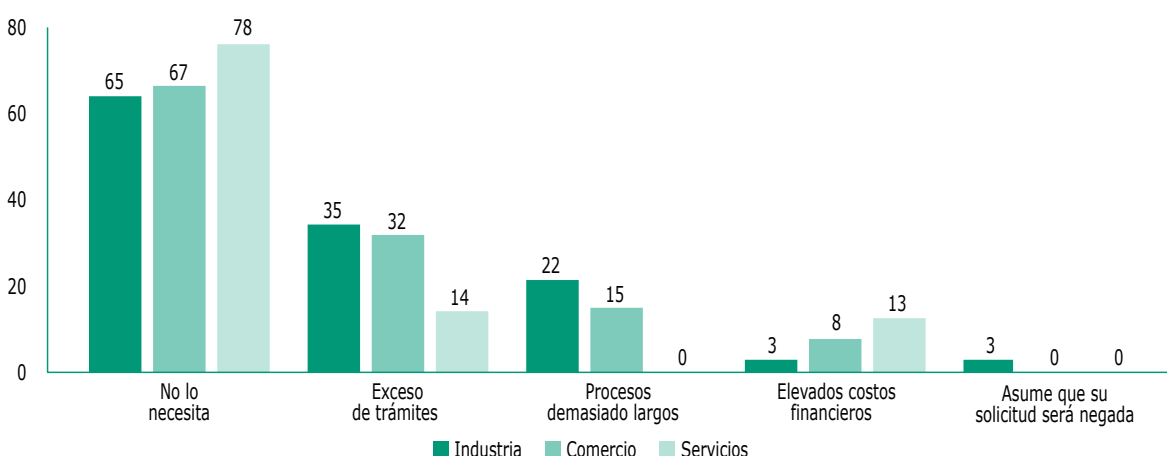
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



dores (33%). Cabe destacar que el uso del mercado extrabancario y el *leasing* en el municipio del Buga fue nulo en el total de las Pymes encuestadas (ver gráfico 30). Adicionalmente, el gráfico 31 indica que más del 90% 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 necesitaban (un 65% en industria, un 67% en comercio y un 78% en servicios). Otros de los argumentos para no acceder al sistema financiero formal fueron el exceso de trámites (un 35% en industria, un 32% en comercio y un 14% en servicios) y los largos procesos para acceder al crédito (un 22% en industria y un 15% en comercio), ver gráfico 32.

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



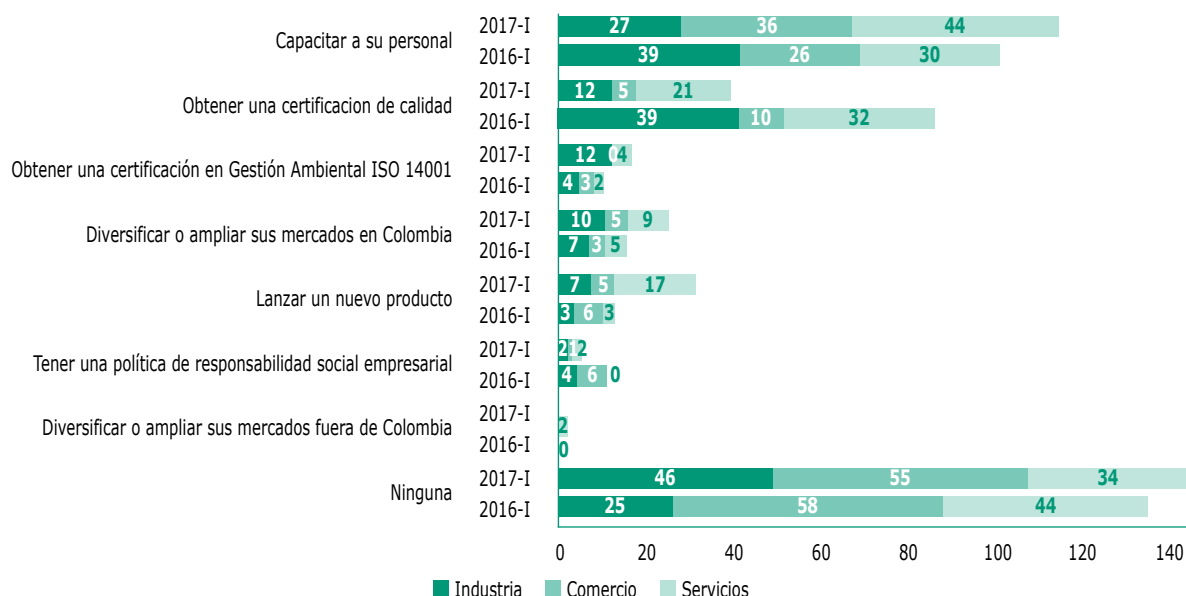
Acciones de mejoramiento

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 46% de las Pymes industriales, el 55% de las Pymes comerciales y el 34% de las Pymes del sector servicios no tomaron ninguna acción para mejorar su desempeño durante el primer semestre de 2017. Para el sector de industria esta cifra aumentó en 21 puntos porcentuales, mientras que para los sectores de comercio y servi-

cios estas cifras cayeron en 3 puntos porcentuales y en 10 puntos porcentuales, respectivamente, entre 2016-I y 2017-I.

El 27% de las Pymes industriales, el 36% de las Pymes comerciales y el 44% de las Pymes del sector servicios respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal en 2017-I. En segundo lugar, las Pymes industriales (12%), las de comercio (5%) y las de servicios (21%) dijeron que obtener una certificación de calidad, ver gráfico 33.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de Buga si la empresa parti-

cipaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (86% industria, 89% comercio y 89% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios bugueños con: i) los gremios empresariales de su sector (7% en industria, 2% en comercio y 5% en servicios); ii) la Alcaldía (4% en industria, 2% en comercio y 14%

en servicios); iii) la Gobernación (2% en industria, 0% en comercio y 2% en servicios); y iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o entidades del Gobierno Nacional (2% en industria, 0% en comercio y 7% en servicios), ver gráfico 34.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de la ciudad de Buga cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con dicha entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiada con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (69% en industria, 50% en comercio y 51% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios

relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (18% en industria, 20% en comercio y 30% en servicios); ii) incremento del nivel de ventas (13% en industria, 7% en comercio y 18% en servicios); iii) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (13% en industria, 3% en comercio y 24% en servicios); iv) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (11% en industria, 9% en comercio y 9% en servicios); v) desarrollar nuevos productos o servicios (2% en industria, 0% en comercio y 4% en servicios); vi) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (0% en industria, 2% en comercio y 5% en servicios); y vii) incursionar en nuevos mercados (0% en industria, 0% en comercio y 2% en servicios), ver gráfico 35.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes bugueñas, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (49% en industria, 27% en comercio y 44% en servicios). Asimismo, se observó que el 11% de los empresarios industriales, el 4% de los comerciales y el 13% de los de servicio actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, alrededor del 20% de los empresarios manifestaron hacerlo trimestralmente (8% en industria, 20% en comercio y 10% en servicios) y mensualmente (12% en industria, 17% en comercio y 6% en servicios). Por último, menos del 7% de los encuestados industriales, el 15% de los comerciales y el 7% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?

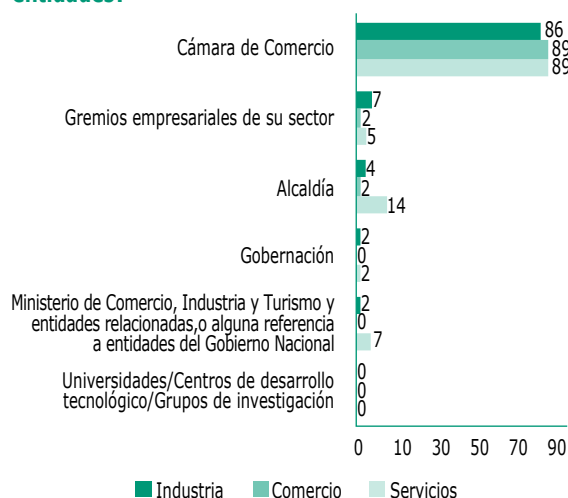


Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

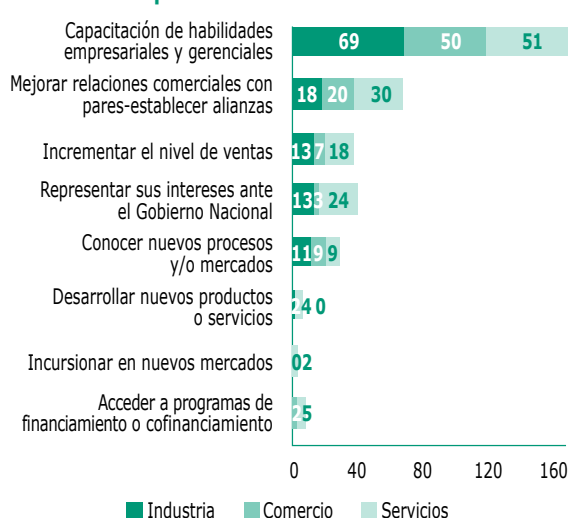


Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

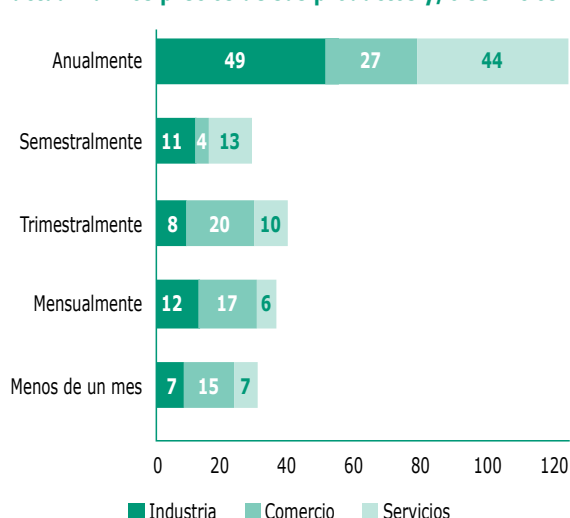


Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

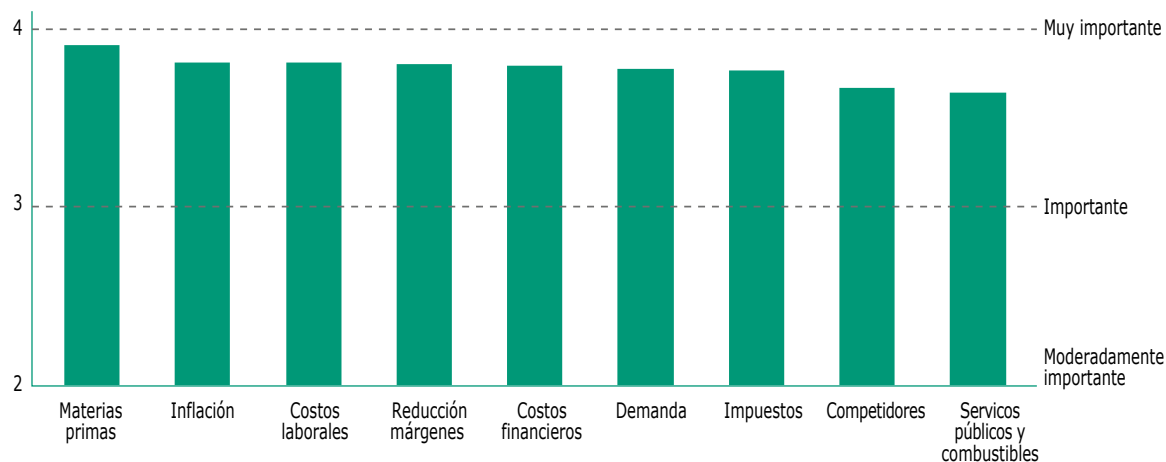


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

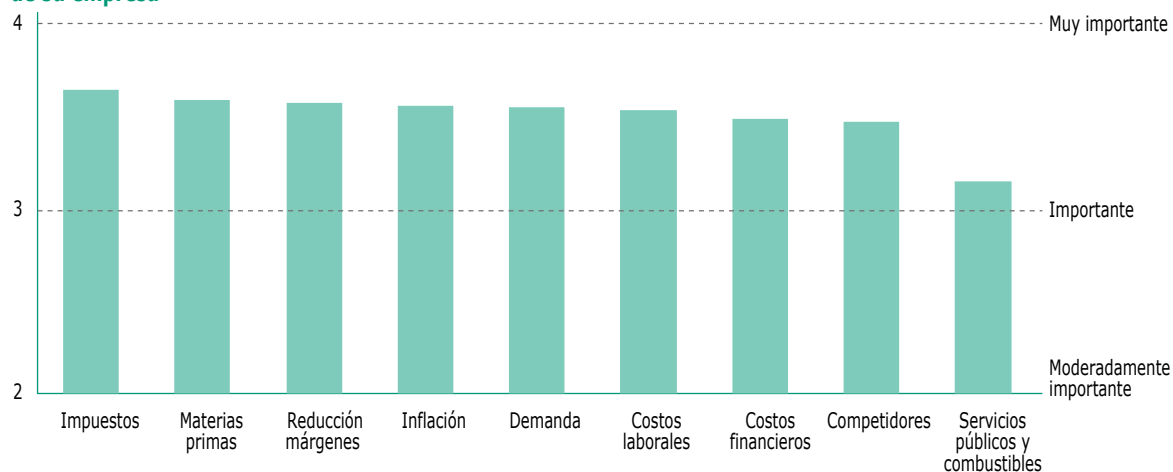
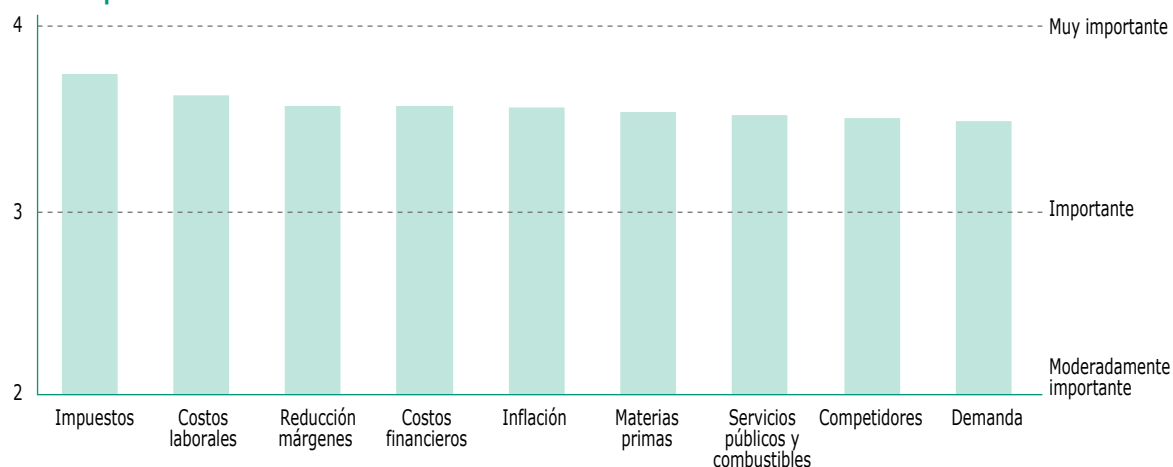


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en el caso del sector comercio, los costos de los servicios públicos y combustibles fueron catalogados apenas

como “moderadamente importantes” (ver gráfico 38). De forma específica, se destaca que para el sector comercial y el de servicios Pyme de Buga los impuestos fueron los que más incidieron en el alza de precios de sus productos. En cambio, en el sector Pyme de industria de esta ciudad, el factor más importante para elevar los precios fue el costo de las materias primas, (ver gráfico 37).

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 8% de las Pymes industriales y el 0% de las de servicios exportaron en 2016-II. Estos resultados son negativos, ya que respecto al año anterior se observa una reducción en la proporción de Pymes industriales que exportaron (-14 puntos porcentuales) y un descenso en la proporción de Pymes de servicios que exportaron (-9 puntos porcentuales) durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 40).

En línea con lo anterior, las expectativas del empresariado bugueño eran pesimistas para el sector industrial y el de servicios en contraste con los resultados para 2016-I. Tan solo el 5% de los empresarios industriales y los de servicios esperaban aumentar sus volúmenes de exportación para 2017-I. Estos por-

centajes son inferiores a las cifras observadas un año atrás (14% en industria y 7% en servicios). Asimismo, el 92% de los empresarios del sector industria y el 89% del empresariado del sector servicios no esperaban exportar durante 2017-I. En el caso del sector industrial, se observa un aumento en 17 puntos porcentuales respecto a lo observado para 2016-I, y para el sector servicios se observó un incremento de 8 puntos porcentuales para el mismo período (ver gráfico 41).

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 razón por la cual no exportan es porque consideran que no tienen productos que sean exportables (53% y 57%). La segunda razón por la cual los empresarios de los

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

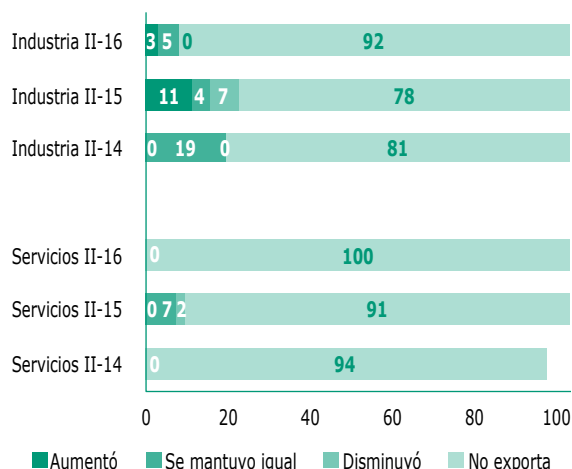
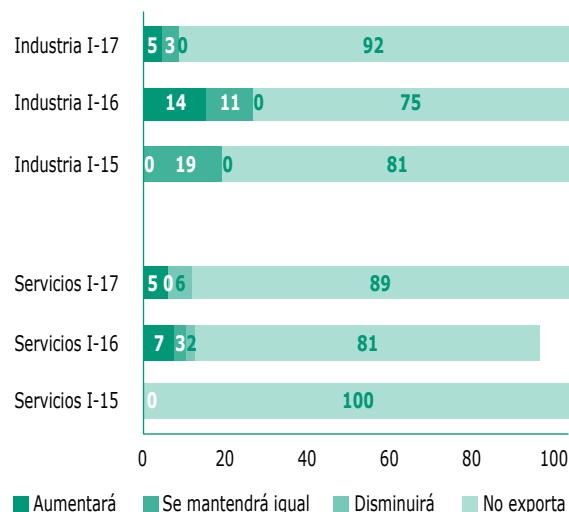


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



sectores de industria y servicios no exportan es porque no están interesados en hacerlo (27% y 38%), ver gráfico 42.

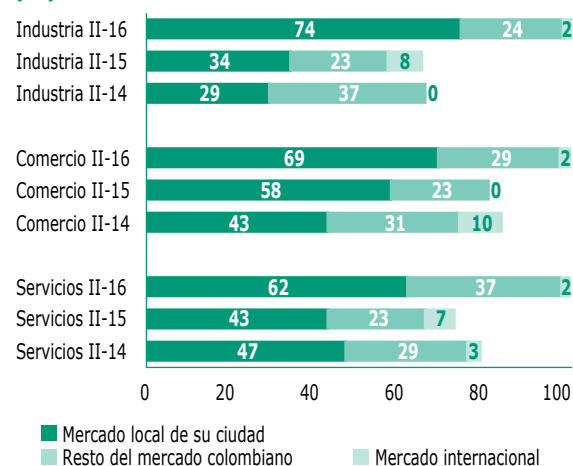
Finalmente, debido a la vigencia de los tratados de libre comercio, se preguntó a las Pymes por la participación de los distintos mercados en el total de las

ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2016. A lo anterior, las Pymes de los tres macro-sectores de Buga respondieron que entre el 62% y el 74% de las ventas está definido para el mercado local, alrededor del 24% al 37% de las ventas va para el resto del mercado colombiano, y el 2% está destinado para el mercado internacional (ver gráfico 43).

Gráfico 42. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



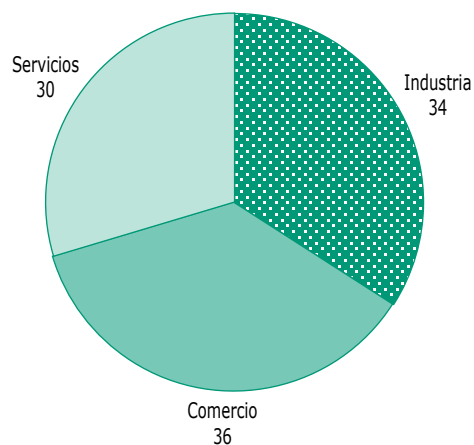
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Cartago

Distribución de la muestra (%)

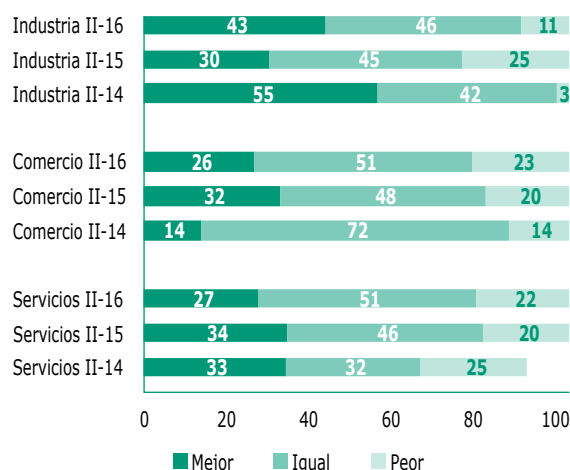


Situación actual

Segundo semestre de 2016

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2017 para el municipio de Cartago evidencian que los empresarios Pyme de los sectores de comercio y servicios en este municipio tuvieron una percepción menos positiva frente a la medición anterior. En efecto, el 23% (vs. 20% un año atrás) de los encuestados comerciales y el 22% de servicios (vs. 20% un año atrás)

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



señalaron que su situación actual había empeorado en el segundo semestre de 2016, mientras que para la industria esta cifra fue del 11% (vs. 25%). Por otro lado, el 46% de los empresarios de industria reportó que la situación actual de sus negocios se mantuvo igual en 2016-II respecto a 2016-I, mientras que esta cifra llegó al 51% en comercio y en servicios. Adicionalmente, el 43% de las Pymes industriales (vs. 30% en 2015-II), el 26% de comercio (vs. 32%) y el 27% de servicios (vs. 34%) mencionaron que la situación económica mejoró en 2016-II frente al semestre anterior (ver gráfico 1, sección Valle del Cauca-Cartago).

De otro lado, 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 2016 con respecto al semestre inmediatamente anterior fue del 54% para ambos sectores (ver gráfico 2). En cambio, para el sector industrial un 41% de las firmas vio aumentadas sus ventas, mientras que el 43% afirmó que estas se mantuvieron iguales.

Al preguntar a los empresarios de Cartago sobre el crecimiento promedio anual de ventas, nos encon-

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

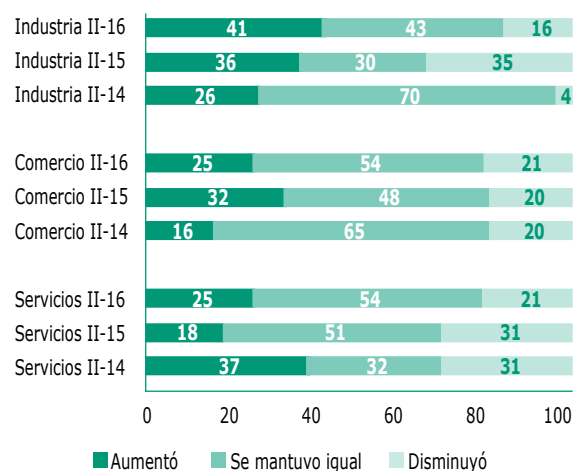
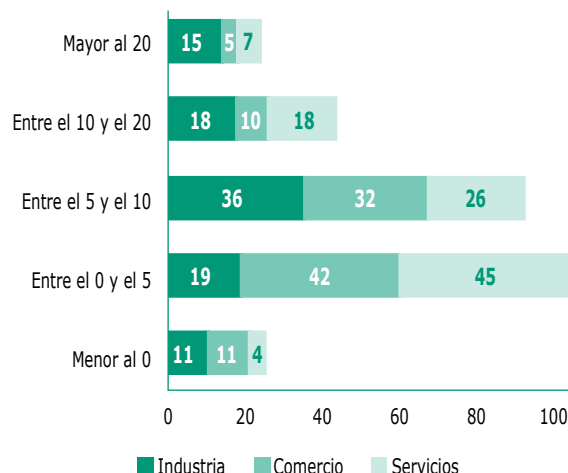


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



tramos que para la industria, el 19% de las empresas Pyme crece en los rangos del 0%-5% y el 36% entre un 5% y un 10%. Por su parte, el sector comercio reportó que el 53% de los encuestados crece a ritmos inferiores al 5% anual, mientras que en servicios un 45% crece un 0%-5% y un 26% de los encuestados crece entre un 5% y un 10% (ver gráfico 3).

En línea con las ventas, el volumen de pedidos parece mantener la estabilidad para los tres macrosectores. Así, el 62% de la industria afirmó que su volumen de pedidos se mantuvo igual respecto al primer semestre de 2016 (vs. 28% que reporta

mejoría). Asimismo, en el sector comercio un 56% de los encuestados mostró estabilidad para esta variable, al igual que el 57% del sector servicios (ver gráfico 4).

Con relación a las existencias, el 72% de las Pymes industriales de Cartago afirmó que su nivel durante el segundo semestre de 2016 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año, mientras que este porcentaje llegó al 90% en el caso del sector comercial. Esto evidencia un ajuste adecuado de los empresarios de este municipio a la evolución de la demanda (ver gráfico 5).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%)

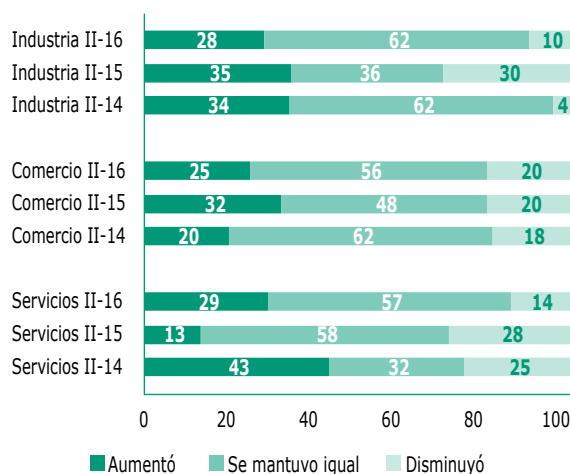


Gráfico 5. Existencias (%)

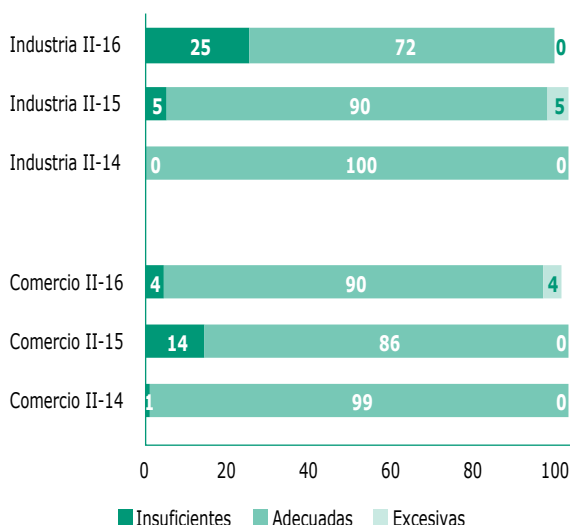


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%)

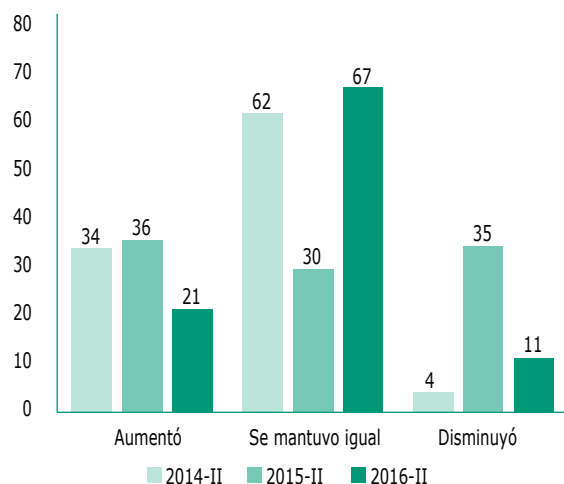


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)



El gráfico 6 muestra cómo el nivel de producción industrial permaneció relativamente estable, pues el 67% de los encuestados manifestó haber mantenido inalterada su producción. Por su parte, el 21% de los encuestados manifestó que su producción había aumentado, mientras que solo un 11% afirmó que esta había disminuido. En cuanto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el gráfico 7 nos muestra que el 87% de las Pymes industriales utilizó entre el 61% y el 100% de la capacidad de sus empresas. Por su parte, el 62% de los empresarios industriales mantuvo la inversión en maquinaria

en 2016-II con respecto al primer semestre de este mismo año (ver gráfico 8).

En términos de costos, el 47% de las Pymes de comercio manifestó haber enfrentado un aumento en los costos de sus insumos en el segundo semestre de 2016 (frente al 64% registrado en 2015). En cambio, a nivel de industria y servicios prevaleció la estabilidad, pues un 54% y un 62% de los entrevistados manifestaron que esta variable se había mantenido inalterada al corte de 2016-II. Cabe destacar que, en el sector de servicios, el porcentaje

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

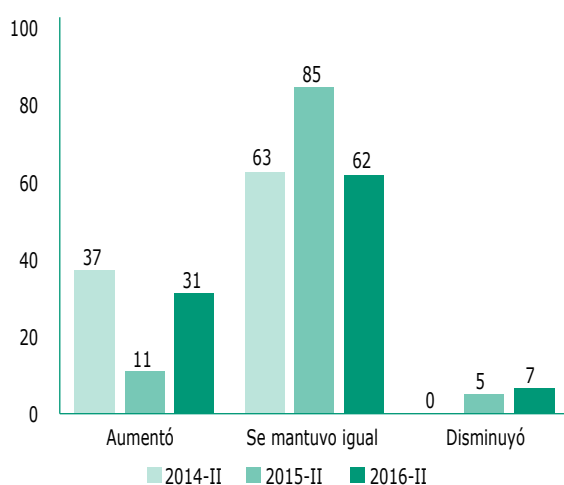


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

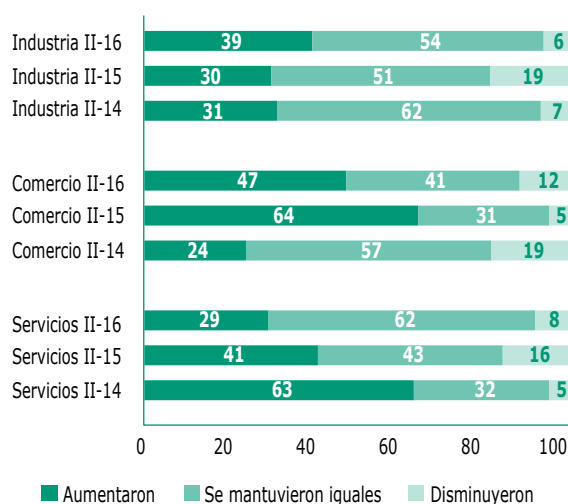


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

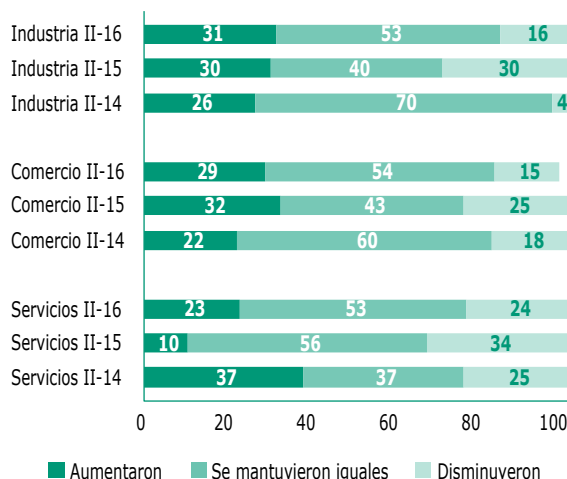
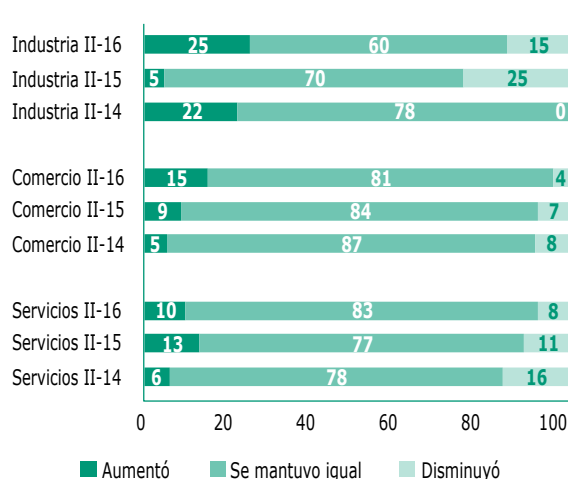


Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



de encuestados que percibieron un aumento en sus costos pasó del 41% al 29% entre 2015 y 2016, tal y como lo muestra el gráfico 9.

Entre tanto, los márgenes de ganancia mostraron principalmente estabilidad en los tres macrosectores. Según el gráfico 10, en el sector industrial la percepción sobre los márgenes de ganancia estuvo distribuida de la siguiente manera: el 53% afirmó que los márgenes se mantuvieron, mientras que el 31% aseguró que los márgenes habían aumentado y el 16% aseguró que estos habían disminuido. Por su

parte, un 54% de los empresarios de comercio observó que sus márgenes de ganancia se mantuvieron constantes en el segundo semestre de 2016 (vs. 43% reportado hace un año). A su vez, el 29% de los comerciantes dijo haber aumentado sus márgenes de ganancia, mientras que un 15% los disminuyó. Igualmente, entre los empresarios de servicios prevalecieron las firmas que mantuvieron inalterados sus márgenes, con un registro del 53% de los encuestados. El 23% de los encuestados de este sector, por su parte, manifestó aumentos en sus márgenes, cifra superior a la del año anterior (10%).

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Cartago. La mayoría de los empresarios mantuvo constante su planta de personal durante el segundo semestre de 2016: un 60% en el caso de industria, un 81% en comercio y un 83% en servicios (ver gráfico 11). Allí, tan solo el 25% de las Pymes industriales, el 15% de las comerciales y el 10% de las de servicios crearon empleo en este período de tiempo. Por otro lado, 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 (74% industria, 96% comercio y 87% servicios).

Respecto a las problemáticas que tuvieron que enfrentar los empresarios manufactureros en 2016, se destaca que el 38% de los encuestados identificó los altos impuestos como su mayor problema, seguido del capital de trabajo insuficiente, con un 23%, y

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?

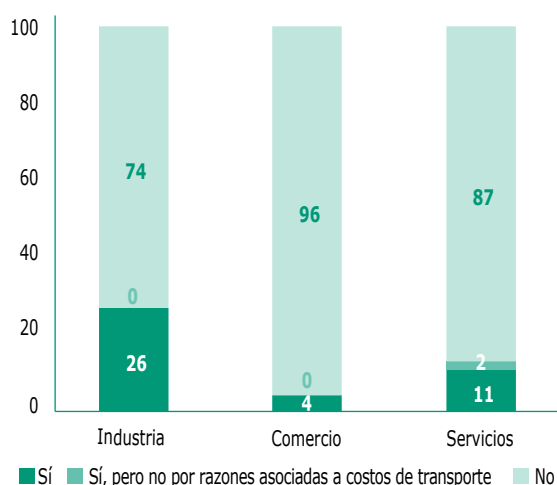


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

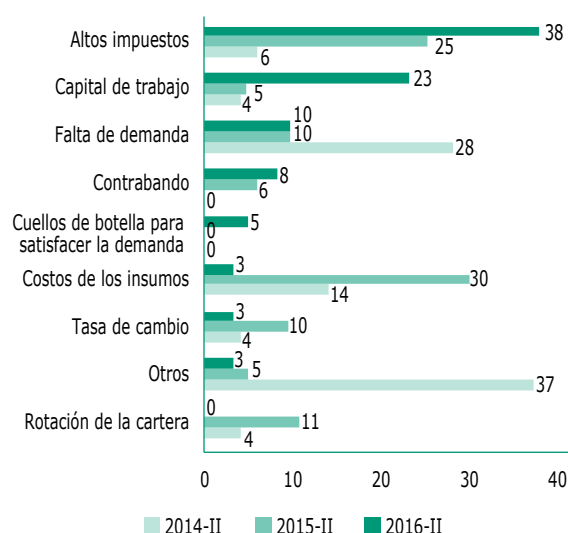
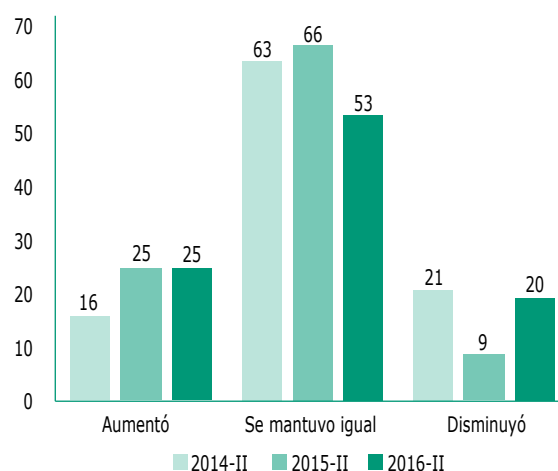


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



la falta de demanda, con el 10%. Cabe resaltar que un año atrás, la problemática de capital de trabajo insuficiente apenas afectaba al 5% de los encuestados (ver gráfico 13).

La superficie de ventas de las Pymes comerciales de este municipio del Valle del Cauca tuvo un comportamiento, en su mayoría, estable. De hecho, el 53% de los comerciantes reportó que esta variable no se alteró durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 14). Entre tanto, el 25% de los empresarios reportó un crecimiento de esta variable, mientras que el 20% dijo que se generó una caída (aumentando frente al 9% de un año atrás).

Complementando esto, las Pymes comerciales de Cartago consideraron los altos impuestos como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (un 47% de los entrevistados). La competencia de grandes superficies se ubicó en segundo lugar, con una participación del 20%, y la falta de demanda en tercer lugar, con un 10% (ver gráfico 15).

Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fue la competencia, con una proporción del 36%, seguida por los altos impuestos, con un 23%. El tercer puesto lo alcanzó la falta de demanda, escogida por un 20% de los encuestados (ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

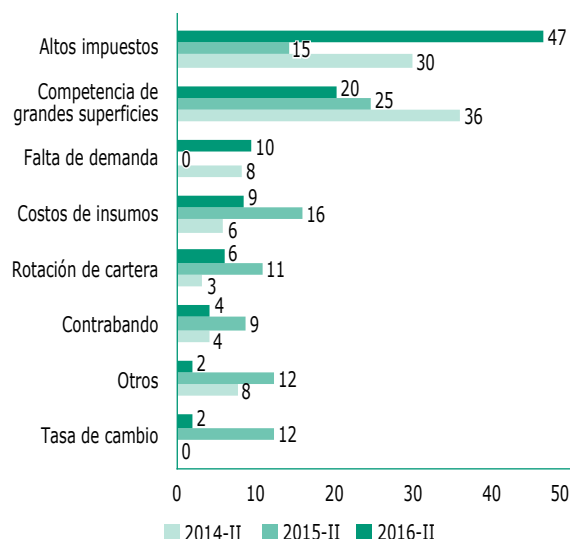
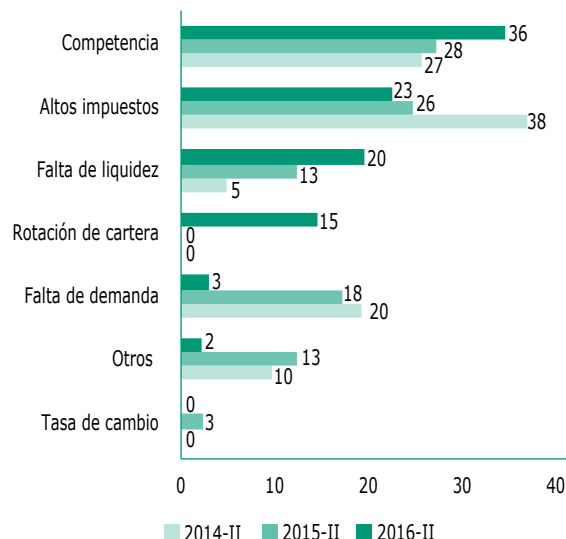


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Las perspectivas frente al primer semestre de 2017 se mantuvieron optimistas para los empresarios del municipio de Cartago, pero con un mayor grado de incertidumbre comparado con la medición de un año atrás. En efecto, el 41% de las Pymes industriales esperaba que la evolución de sus empresas para el cierre de ese período fuera favorable, frente al 39% de hace un año (ver gráfico 17). La misma opinión la compartieron el 47% de los comerciantes y el 44% de los empresarios de servicios. Entre tanto, se resalta que

la perspectiva de estabilidad en cuanto a la situación económica llegaba al 23% de la industria, al 24% del comercio y al 33% 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 23% para los tres macrosectores. Sin embargo, las perspectivas de incertidumbre llegaron a valores del 21% en industria, el 6% en comercio y el 18% en servicios (vs. 0% en industria y comercio y 10% en servicios durante 2016-I).

El sector industrial manifestó optimismo respecto a las expectativas de producción en el primer semestre de 2017. Efectivamente, el 51% habría manifestado tener intenciones de aumentarla. Por su parte, el 44% de los encuestados reportó mantener el nivel de producción, mientras que el 5% reportó disminuirla. Resultados que, como lo muestra el gráfico 18, son positivos respecto a lo encontrado hace un año. De forma similar, el 52% de los industriales encuestados afirmó que mantendrían igual su inversión en maquinaria, mientras que solo el 3%

pensó en disminuirla en el primer semestre de 2017 (ver gráfico 20).

Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidencian que los empresarios de los tres macrosectores volvieron a sus expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 41% para las Pymes industriales en 2017-I (+6 puntos porcentuales frente a los resultados de 2016), del 44% para las de comercio (+12 puntos

Gráfico 17. Desempeño general (%)

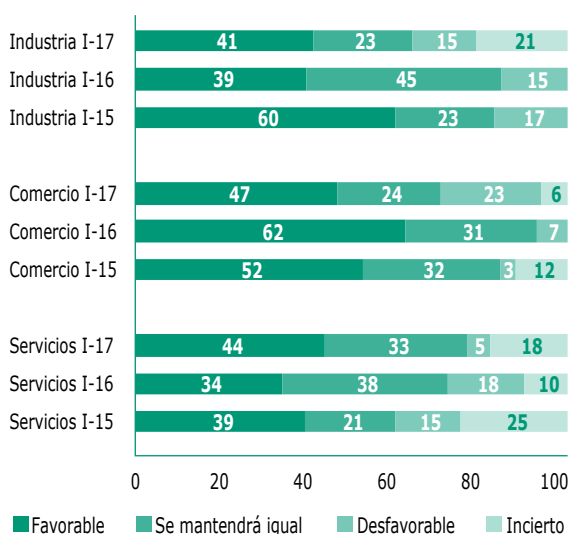


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2016, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

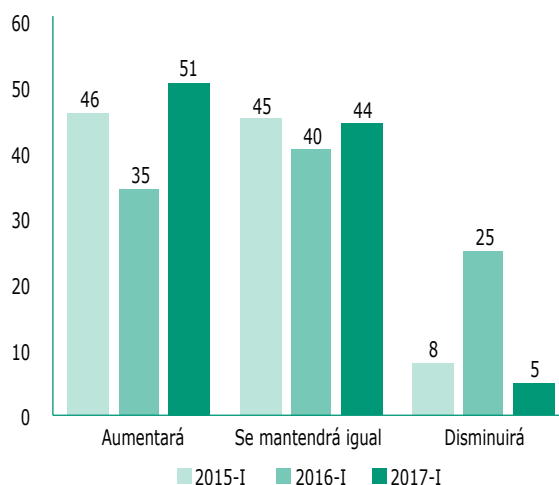


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

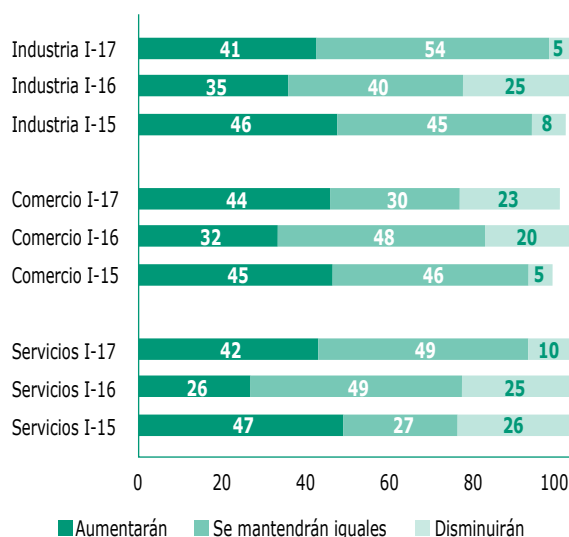
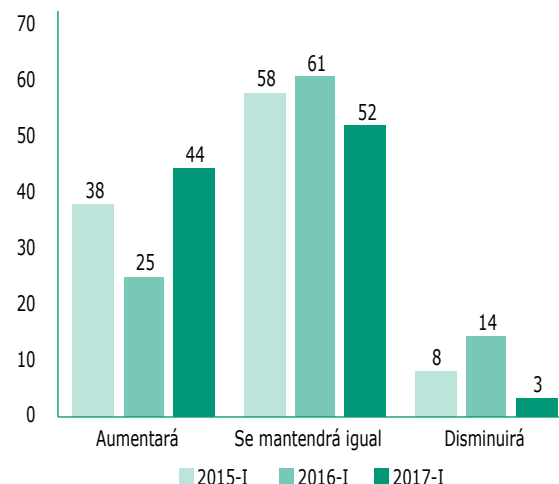


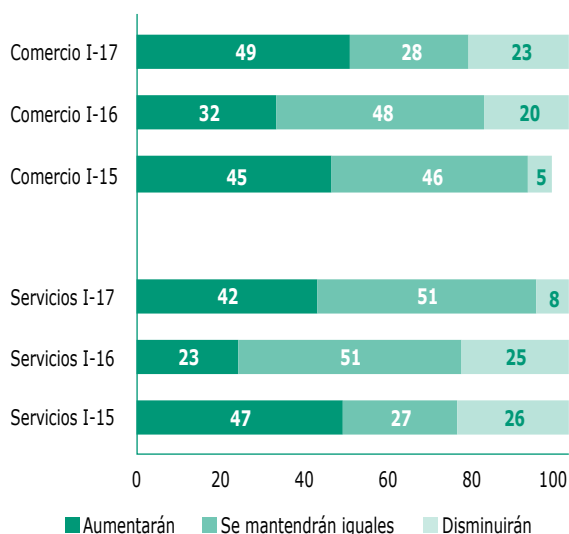
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)



porcentuales) y del 42% en servicios (+16 puntos porcentuales). A su vez, las expectativas de disminución de pedidos cayeron en esta medición. En efecto, el 5% de la industria, el 23% de comercio y el 10% de servicios esperaban resultados negativos en esta variable para 2017-I, cuando un año atrás estas cifras eran del 25%, el 20% y el 25%, respectivamente (ver gráfico 19).

En materia de ventas, se alcanzaron registros similares, pues el 49% de las Pymes comerciales y el 42% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2017 (ver gráfico 21). Estas cifras resultan notoriamente más altas que las reportadas hace un año (32% en comercio y 23% en servicios).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 30% de las empresas industriales de Cartago, el 29% de las comerciales y el 22% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 22). Allí cabe resaltar que los resultados de aprobación fueron del 100% para el sector comercial, mientras que para las manufacturas y los servicios la tasa de aprobación fue del 83% y del 90% (ver gráfico 23).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado para los encuestados de industria y servicios (60% industria y 77% servicios). En cambio, para el sector comercial las solicitudes de préstamos fueron principalmente a largo plazo (58%). Por su parte, las aprobaciones estuvieron en línea con lo solicitado: el 60% y el 66% de los créditos solicitados por industria y servicios se aprobaron a mediano plazo, mientras que para comercio el 58%

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

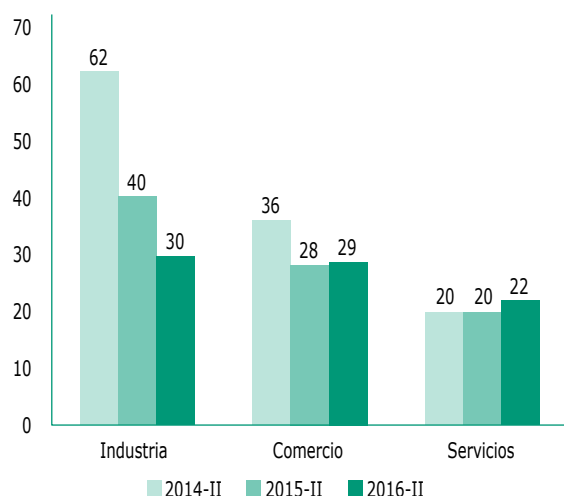


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



de las solicitudes fue aprobado a largo plazo (ver gráficos 24 y 25).

La satisfacción de los empresarios de Cartago frente al monto de los créditos recibidos fue del 100% para el sector comercio. Por su parte, el 87% de las Pymes de industria (vs. el 100% del año pasado) y el 66% de las Pymes de servicios se sintieron satisfechos con el monto del crédito obtenido (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 medianas empresas de Cartago,

podemos ver que existen similitudes entre los tres sectores, ya que en los tres la mayoría de sus empresarios accedió a tasas hasta DTF+4 (67% industria, 55% comercio y 73% servicios). Por su parte, en ningún sector se otorgaron tasas de interés mayores a DTF+8, ver gráfico 27. En línea con lo anterior, el nivel de satisfacción respecto a la tasa recibida fue del 78% en comercio y del 89% en servicios, mientras que la tasa de satisfacción más baja la mostró el sector industria con el 40% (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

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

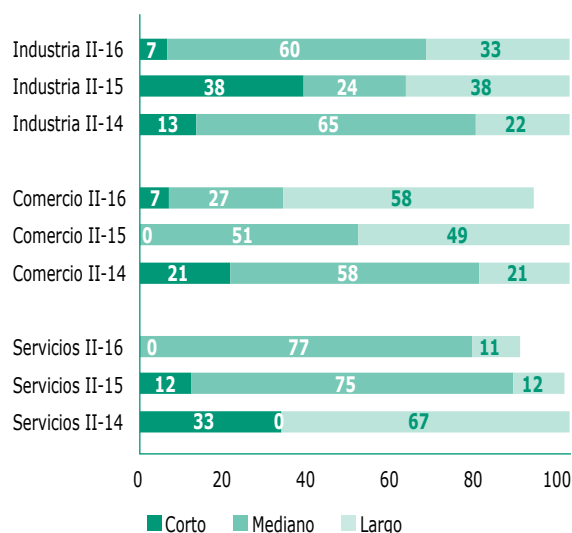


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

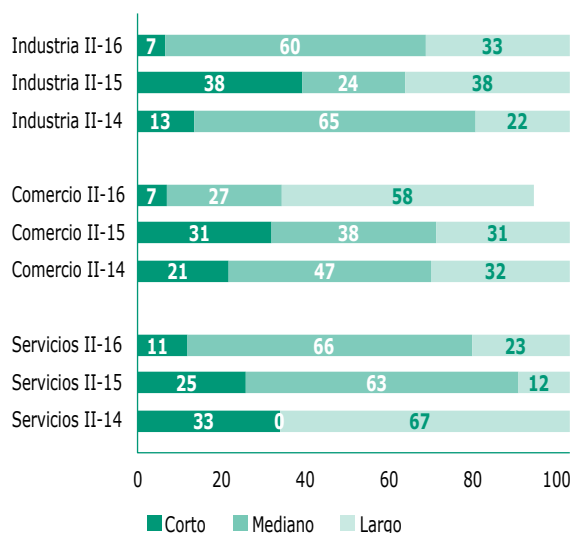


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

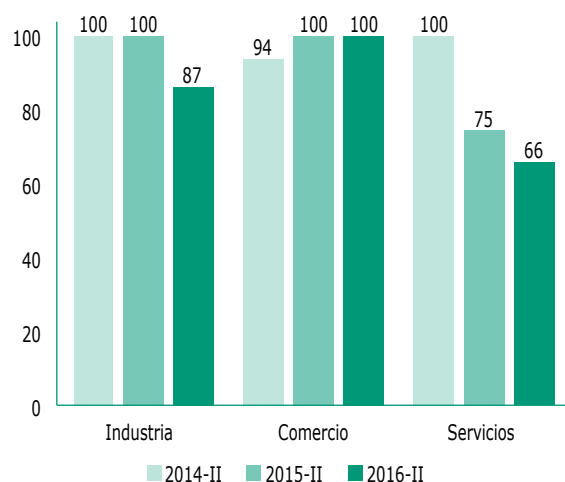


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

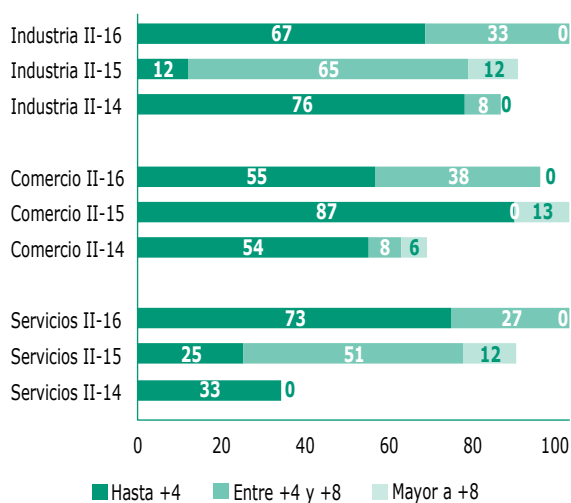
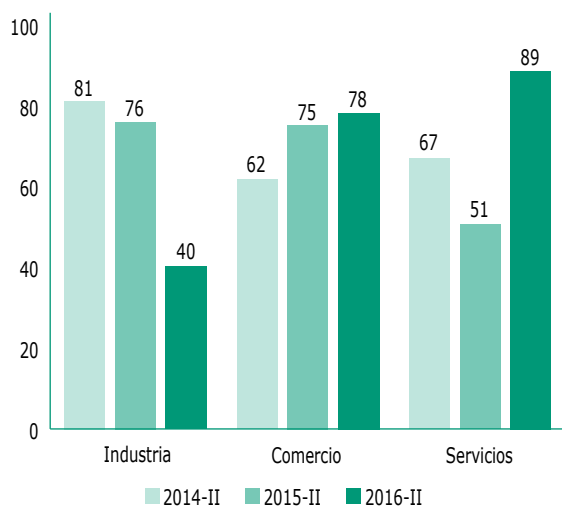
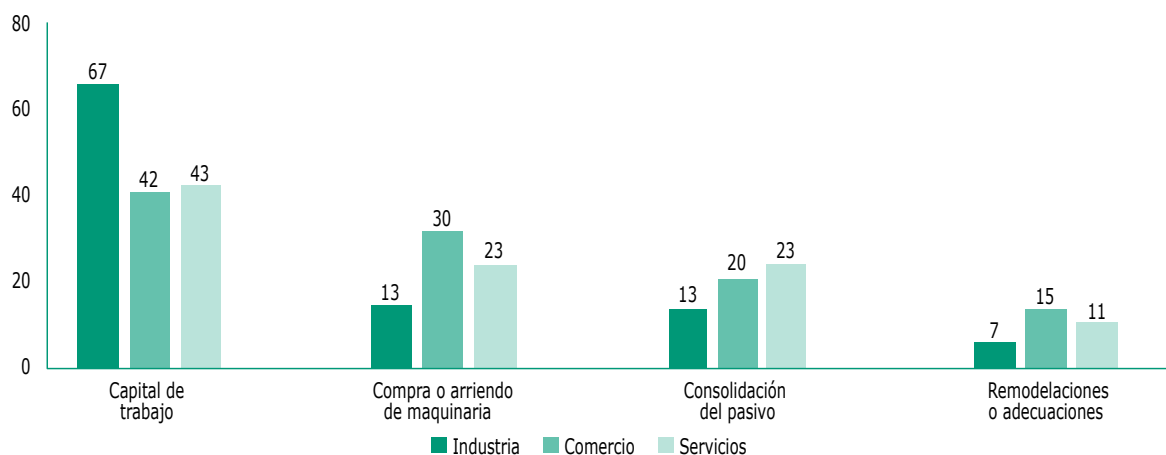
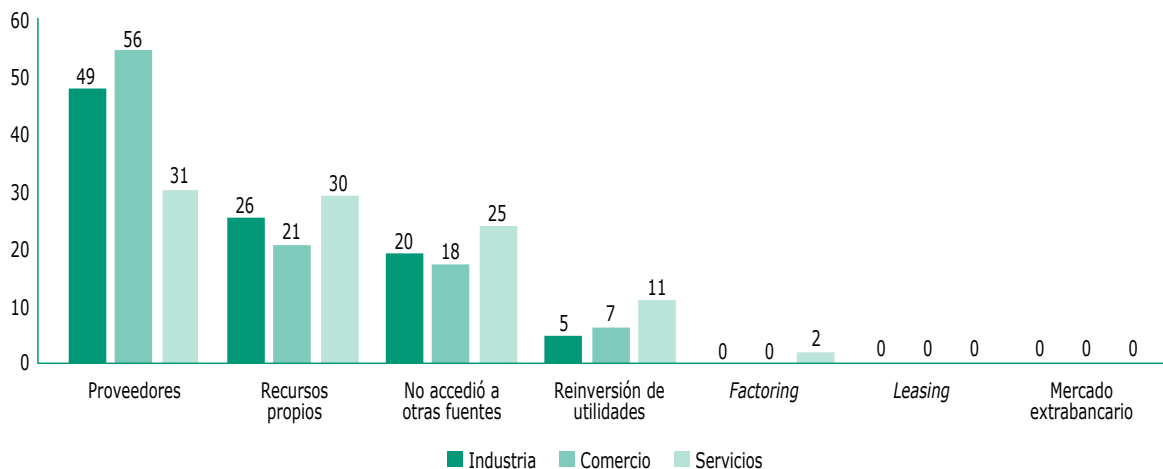


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

los tres macrosectores (67% industria, 42% comercio y 43% servicios). Los recursos para compra o arriendo de maquinaria (13% en industria, 30% en comercio y 23% en servicios) y consolidación del pasivo (13% en industria, 20% en comercio y 23% en servicios) también fueron ampliamente utilizados por los empresarios Pyme de esta región. Por su parte, en comercio el 15% de los encuestados utilizó los recursos para remodelaciones o adecuaciones (ver gráfico 29).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el gráfico 30 muestra que el 20% de las Pymes industriales, el 18% de las comerciales y el 25% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Entre tanto, los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los tres sectores (49% de los industriales,

Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**

56% de los comerciantes y 31% del sector de servicios). Vale la pena destacar que el mercado de *factoring* solo fue utilizado por el 2% del sector servicios y el extra-bancario y el *leasing* no fueron utilizados por ninguna de las empresas consultadas en los tres macrosectores. En cuanto al acceso a fondos de capital privado y apoyo emprendedor, entre el 82% y el 89% de los encuestados en los tres macrosectores afirmó que no han accedido a ese tipo de recursos (ver gráfico 31).

Finalmente, 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 (91% en industria, 86% en comercio y un 96% en servicios). Adicionalmente, el 8% de comercio y el 4% de servicios consideran que los trámites son excesivos, mientras que un 2% de los industriales asumen que su solicitud será negada (ver gráfico 32).

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?

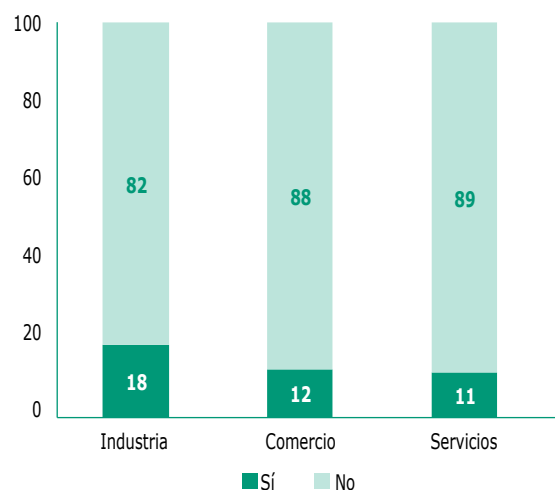
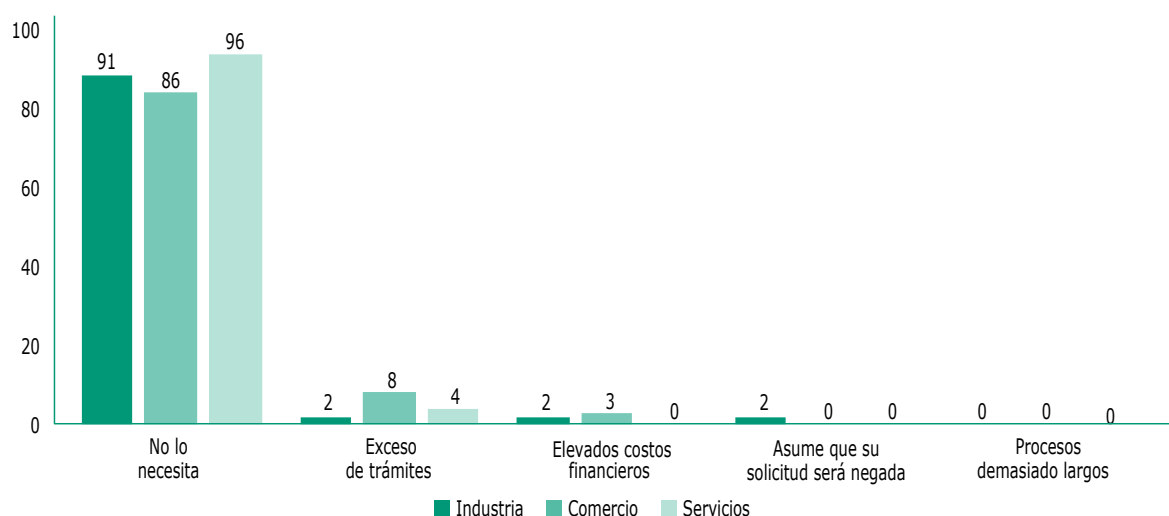


Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

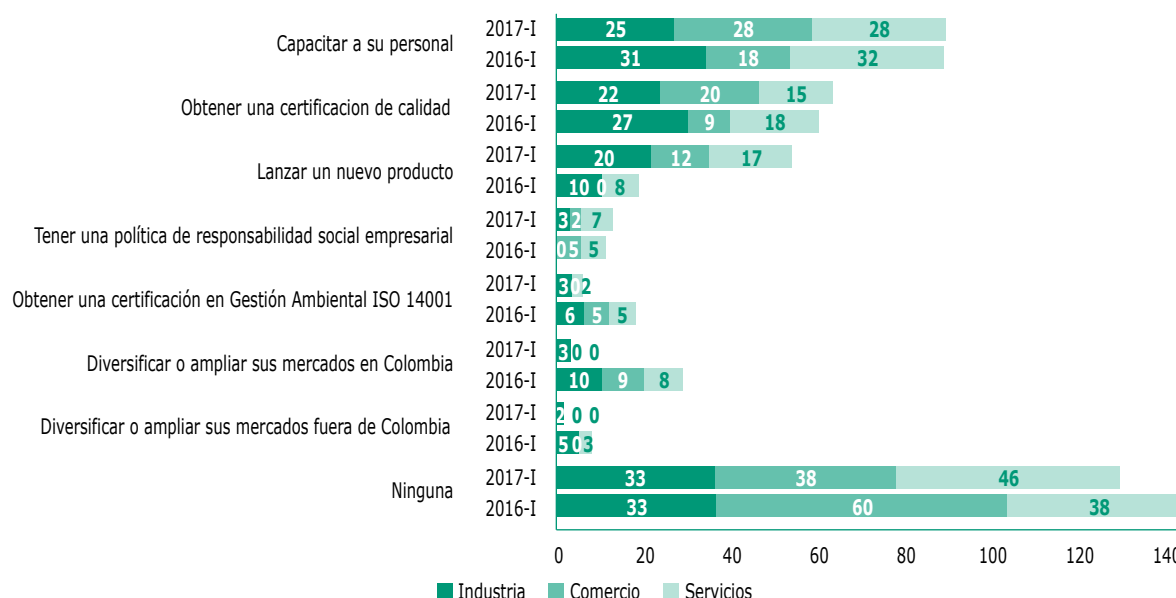


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cartago en el primer semestre de 2017 fue capacitar al personal (un 25% en industria y un 28% en comercio-servicios). En segundo lugar, los empresarios industriales y comerciales buscaron obtener una certificación de calidad (22% en industria y 20% en comercio), mientras que los de servicios se enfocaron en lanzar un nuevo producto (17%) en 2017-I (ver gráfico 33). Es importante mencionar que el porcentaje de em-

presas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2017 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 (38%), y para servicios esta cifra llegó al 46%, 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.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



— Capital social y formación de precios —

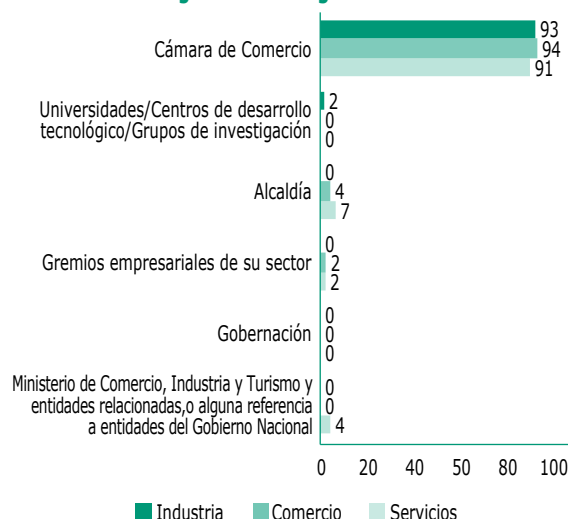
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una aproximación del capital social y la formación de precios del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en el municipio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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de Cartago si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (93% industria, 94% comercio y 91% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios del municipio de Cartago con: i) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (2% en industria, 0% en comercio y en servicios); ii) la Alcaldía (0% en industria, 4% en comercio y 7% en servicios); iii) los gremios empresariales de su sector (0% en industria, 2% en comercio y en servicios); iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas, o alguna referencia a entidades del Gobierno Nacional (0% en industria y comercio, y 4% en servicios). Además, no se observó ninguna vincu-

lación o asociación de los empresarios Pyme encuestados con la Gobernación del Valle del Cauca (ver gráfico 34).

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios de Cartago cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayo-

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



ría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (62% en industria, 48% en comercio y 66% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (42% en industria y en comercio, y 62% en servicios); ii) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (21% en industria, 16% en comercio y 21% en servicios); iii) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (9% en industria, 12% en comercio y 9% en servicios); iv) incremento del nivel de ventas (3% en industria, 15% en comercio y 22% en servicios); v) incursionar en nuevos mercados (0% en industria, 3% en comercio y 7% en

servicios); vi) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (0% en industria y en comercio, y 2% en servicios); y vii) desarrollar nuevos productos o servicios (0% en industria y en comercio, y 2% en servicios), ver gráfico 35.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes de Cartago, se preguntó con qué frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (56% en industria, 40% en comercio y 68% en servicios). Asimismo, se observó que el 16% de los empresarios industriales, el 9% de los comerciales y

Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

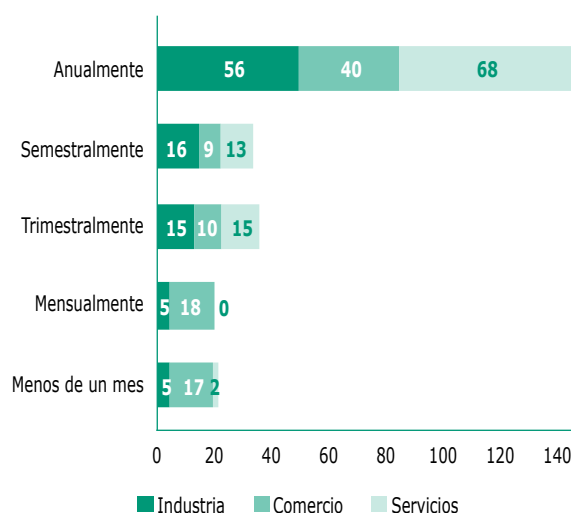
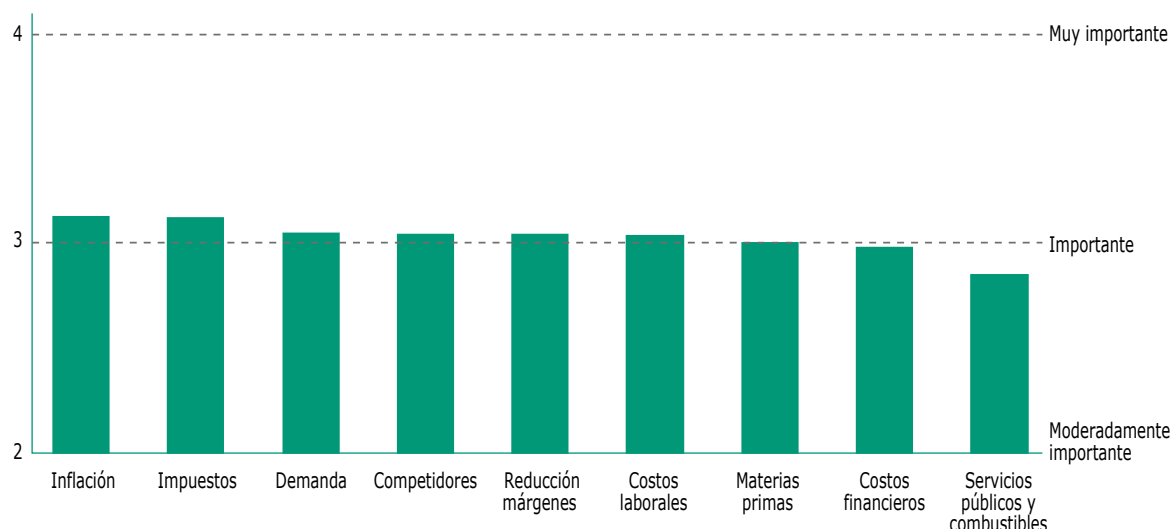


Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



el 13% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Menos del 20% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (15% en industria, 10% en comercio y 15% en servicios) y mensualmente (5% en industria, 18% en comercio y 0% en servicios). Por último, menos del 5% de los encuestados industriales, el 17% de los comerciales y el 2% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en las empresas. En general, todos los

factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en los tres macrosectores los costos de servicios públicos y combustibles fueron catalogados apenas como “moderadamente importantes” (ver gráficos 37, 38 y 39). De forma específica, se destaca que para el sector industrial y el de servicios Pyme de Cartago los costos asociados con la inflación y los impuestos fueron los que más incidieron en el alza de precios de sus productos. En cambio, en el sector Pyme comercial de este municipio, los factores más importantes para elevar los precios fueron la inflación y los costos laborales.

Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

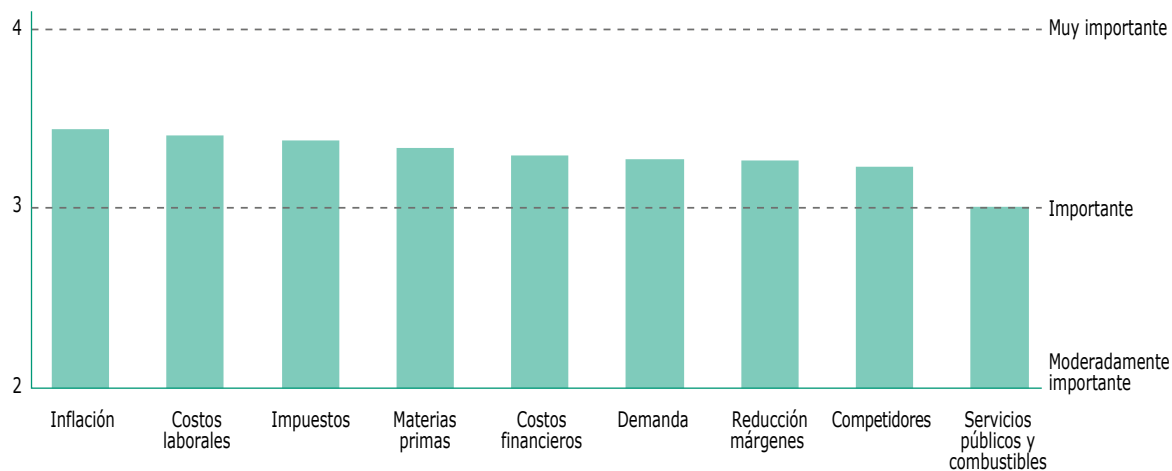
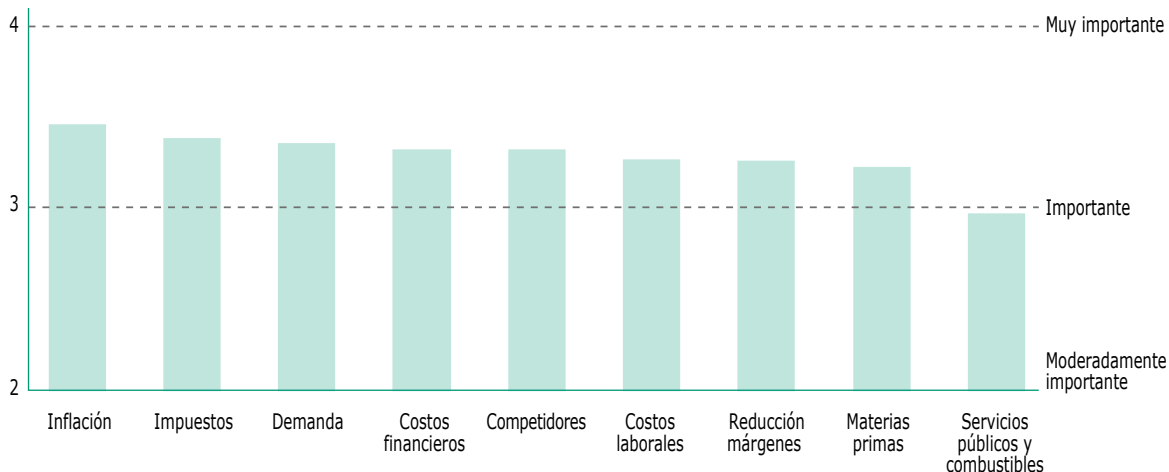


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta tercera lectura de la Encuesta, en Cartago se encontró que el 90% de las Pymes industriales no realizó exportaciones durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 40). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 87% de los encuestados manufactureros no preveía exportar en 2017-I (ver gráfico 41). De forma similar, para el sector de servicios se encontró que el 97% de las empresas Pyme no es exportador y tampoco tenía planeado exportar para 2017. Esto da a entender que

la oferta exportadora para este municipio del Valle del Cauca es prácticamente nula.

Al referirse a las principales causas por las cuales las empresas Pyme de Cartago no exportan, encontramos que un 38% de las empresas industriales y un 27% de las prestadoras de servicios no están interesadas en hacerlo. Adicionalmente, un 32% de la industria y un 65% de las empresas de servicios consideran que no cuentan con productos de exportación (ver gráfico 42). Sin

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

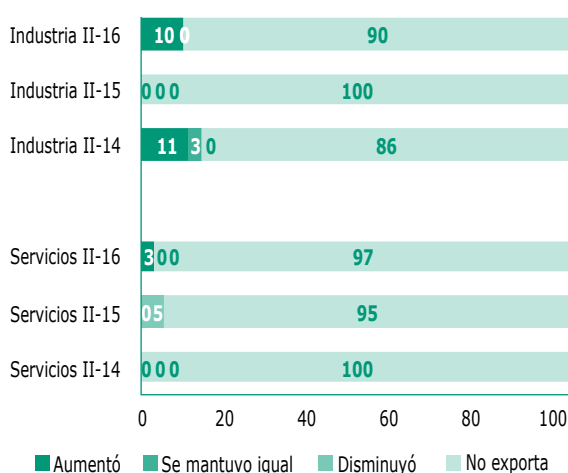


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

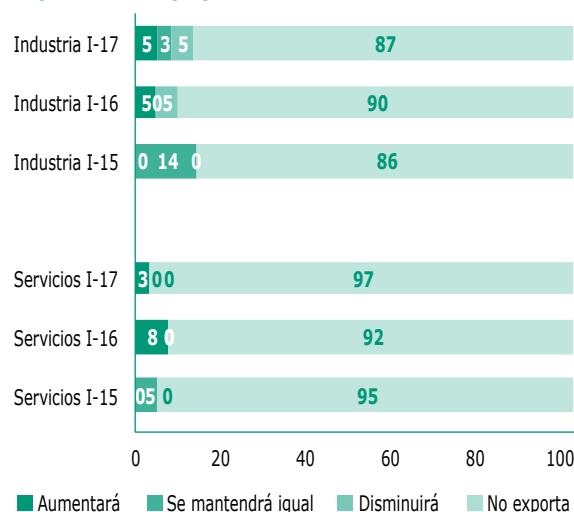
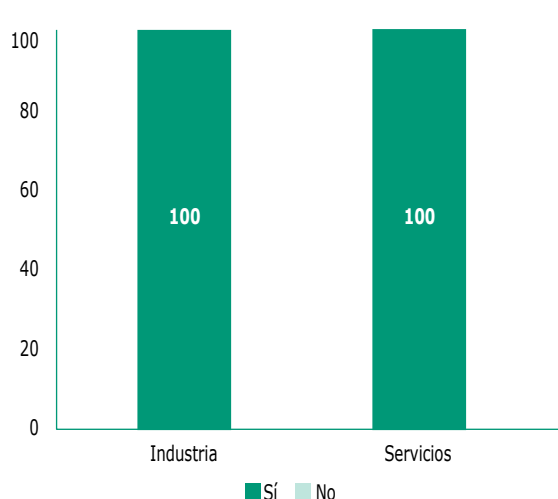


Gráfico 42. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



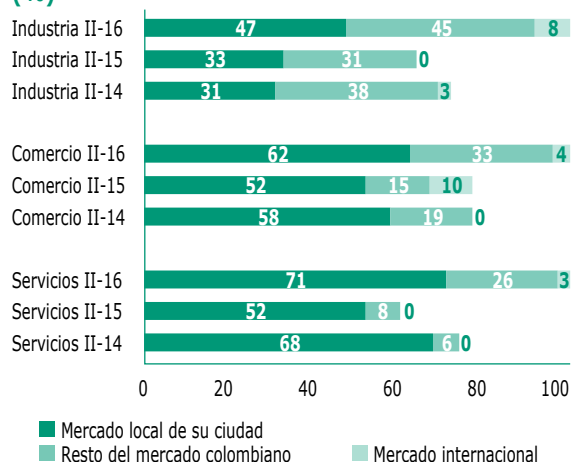
Gráfico 43. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



embargo, como lo muestra el gráfico 43, el 100% de los encuestados del sector servicios ha pensado en un plan de internacionalización para sus negocios.

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 (62% en comercio y 71% en servicios), ver gráfico 44. Asimismo, el sector manufacturero se enfocó en el mercado local (47% de los encuestados industriales), pero también tuvo una participación activa en el resto del mercado colombiano (45%). Por su parte, menos del 8% de los empresarios industriales encuestados, el 4% de los comerciales y el 3% de los de servicios manifestaron haber tenido ventas en los mercados internacionales.

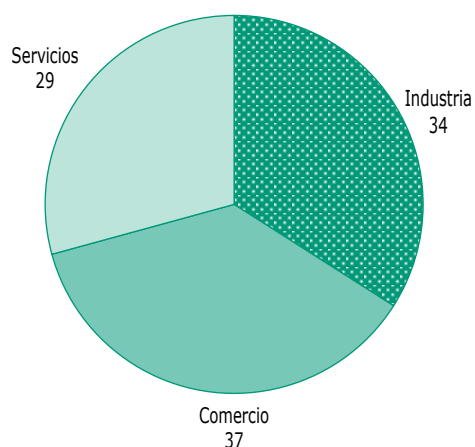
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Tuluá

Distribución de la muestra (%)

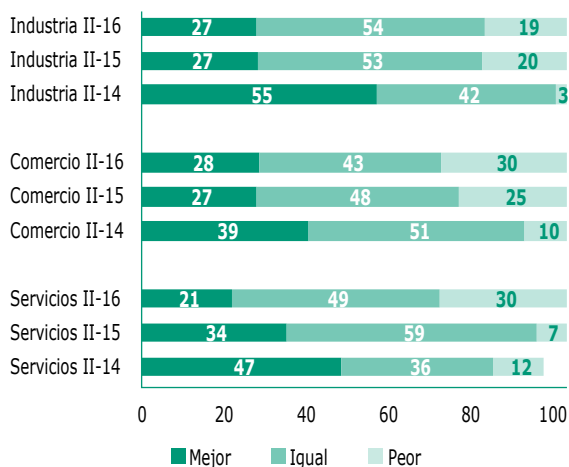


Situación actual

Segundo semestre de 2016

Los resultados de la tercera medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Tuluá mostraron relativa estabilidad en la percepción del desempeño económico del segundo semestre de 2016 por parte del empresariado Pyme con respecto a 2015-II. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Valle

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



del Cauca-Tuluá), la proporción de encuestados que afirmaron que su situación económica mejoró se mantuvo en niveles similares en dos de los tres macrosectores: en el sector industria se estabilizó en el 27% entre 2015-II y 2016-II, en el sector comercio pasó del 27% al 28%, y en el sector de servicios se redujo del 34% al 21% durante el mismo período. De igual forma, la mayoría de los empresarios de Tuluá mostró una visión estable de su situación económica durante el segundo semestre de 2016 (54% para industria, 43% para comercio y 49% para servicios). Por su parte, para los sectores de comercio y servicios se presentó un aumento en la proporción de encuestados con apreciaciones negativas sobre su desempeño general (+5 puntos porcentuales en comercio y +23 puntos porcentuales en servicios).

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 42% en industria y comercio, mientras que en servicios representó el 52% para el segundo semestre de 2016. Entre tanto, la proporción de empresas que afirmaron que sus volúmenes de ventas aumentaron en 2016-II se redujo marginalmente frente al

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

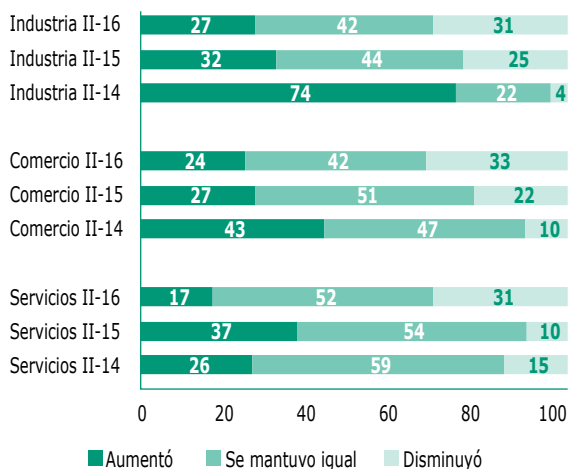
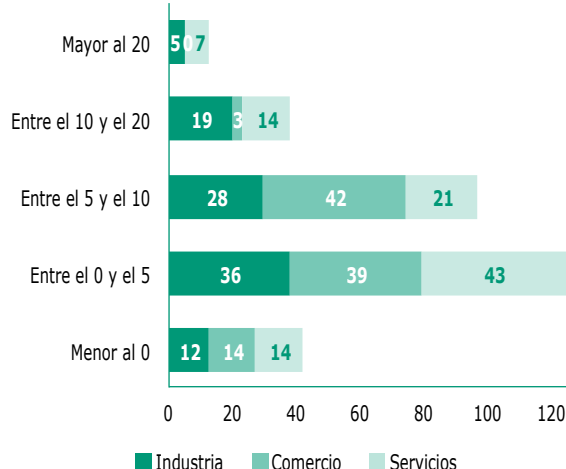
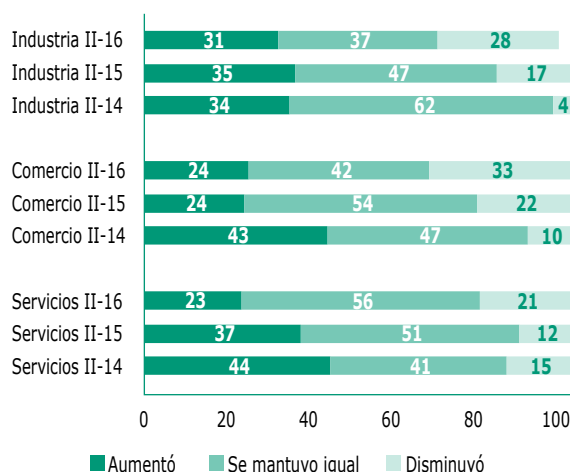


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



mismo período del año anterior para los sectores de industria (27% en 2016-II vs. 32% en 2015-II) y comercio (24% en 2016-II vs. 27% en 2015-II). En contraste, esta proporción se redujo de forma significativa del 37% en 2015-II al 17% en 2016-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 (36% industria, 39% comercio y 43% servicios) presentó un crecimiento promedio anual en sus ventas entre el 0% y el 5%, mientras que el 28% de las Pymes industriales, el 42% de las comerciales y el 21% de las de servicios presentaron un mayor ritmo de crecimiento en las ventas (entre el 5% y el 10% promedio anual).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2016, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2016 (%)



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 proporción de firmas que observaron estabilidad en los volúmenes de pedidos alcanzó el 37% en industria, el 42% en comercio y el 56% en servicios para el segundo semestre de 2016 respecto al semestre inmediatamente anterior, mientras que la proporción de empresas que manifestaron que sus volúmenes de pedidos aumentaron fue del 31% en industria, el 24% en comercio y el 23% en servicios para el mismo período (ver gráfico 4). Entre tanto, los niveles de existencias de las Pymes fueron adecuados para el 63% de los industriales y para el 92% de las comerciales durante el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 5).

Al preguntar a las Pymes industriales por sus niveles de producción, solo el 28% contestó que este había aumentado en 2016-II frente al 32% observado un año atrás. Entre tanto, un 27% afirmó que este nivel había disminuido, cifra 2 puntos porcentuales inferior a la observada en 2015 (ver gráfico 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 54% en 2015-II al 48% en 2016-II (ver gráfico 7).

Respecto a la inversión en maquinaria y equipo, el 21% de las Pymes industriales afirmó que la inversión aumentó, un 74% contestó que esta se mantu-

Gráfico 5. Existencias (%)

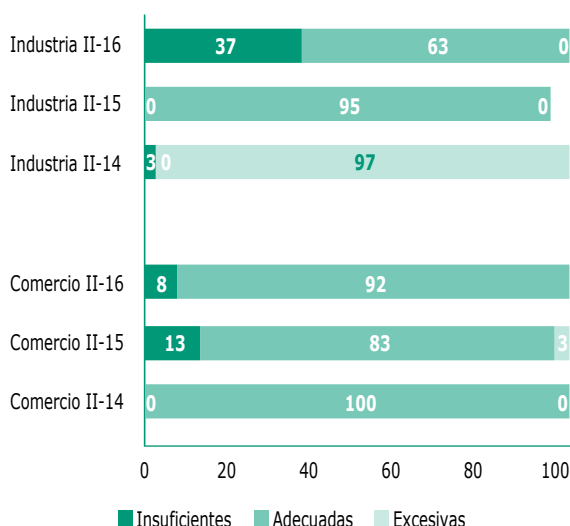
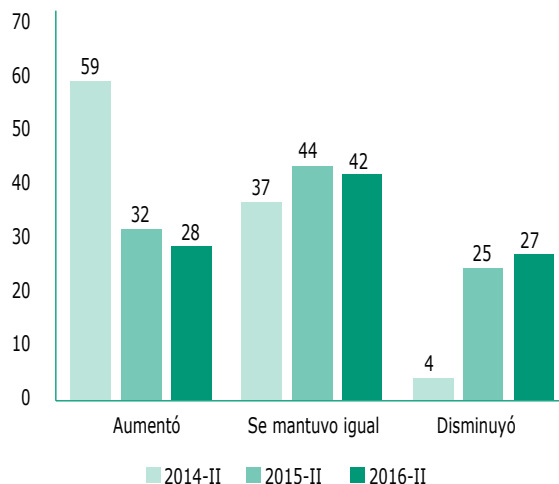


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2016, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2016 (%)



vo igual y un 3% aseguró haberla disminuido en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 8). Frente al mismo período del año anterior, la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión disminuyó en 5 puntos porcentuales, mientras que la proporción que afirmó mantenerlos estables aumentó en +5 puntos porcentuales.

El gráfico 9 muestra que para cerca del 50% de las Pymes de los tres macrosectores los costos de funcionamiento se mantuvieron iguales en 2016-II. En el caso de las Pymes industriales, el porcentaje de encuestados que reportaron estabilidad en sus cos-

tos fue del 42%, mientras que un 48% reportó incrementos en sus costos de producción. Por otro lado, el 65% de las Pymes comerciales y el 51% de las de servicios respondieron que sus costos se mantuvieron iguales, mientras que un 26% de los comerciantes y un 40% de los empresarios de servicios observaron un aumento en esta variable. Las cifras anteriores son similares a las reportadas en 2015-II.

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 2016-II. La

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

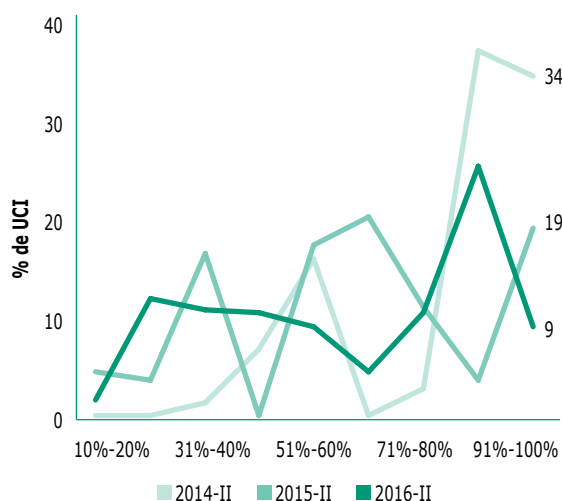


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2016 (%)

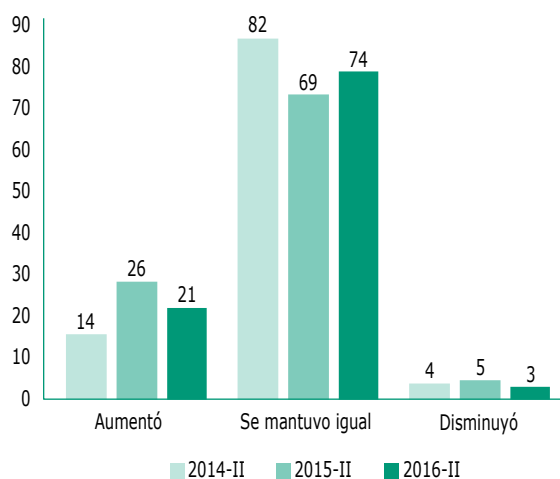


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2016, los costos durante el segundo semestre de 2016 (%)

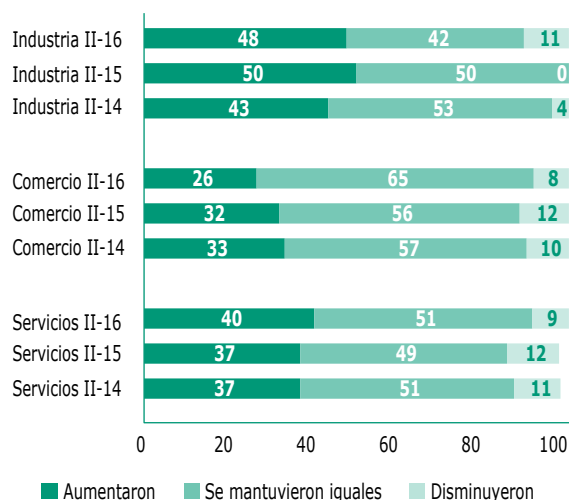
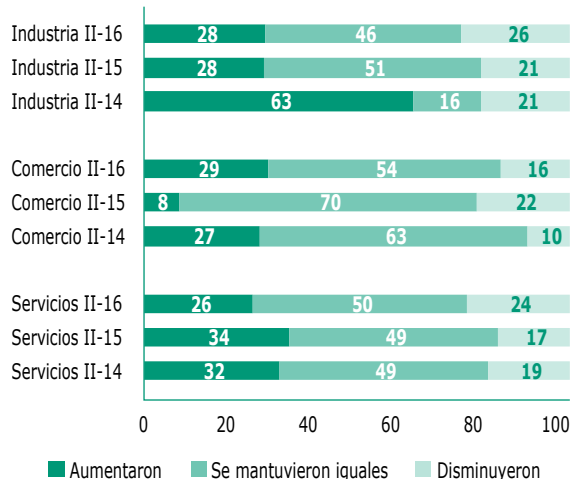


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2016, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes aumentaron fue del 28% para industria, el 29% para comercio y el 26% para servicios para 2016-II. Asimismo, la proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes se mantuvieron constantes respecto al primer semestre de 2016 fue del 46% para industria, el 54% para comercio y el 50% para servicios (ver gráfico 10). Cabe destacar el repunte en el porcentaje de Pymes comerciales que aumentaron sus márgenes de ganancia frente al año anterior (+18 puntos porcentuales).

En Tuluá, el comportamiento del empleo en el sector Pyme presentó poco dinamismo durante la

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2016, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

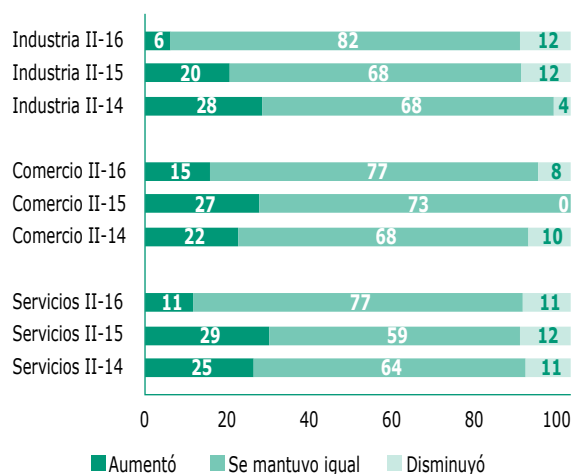
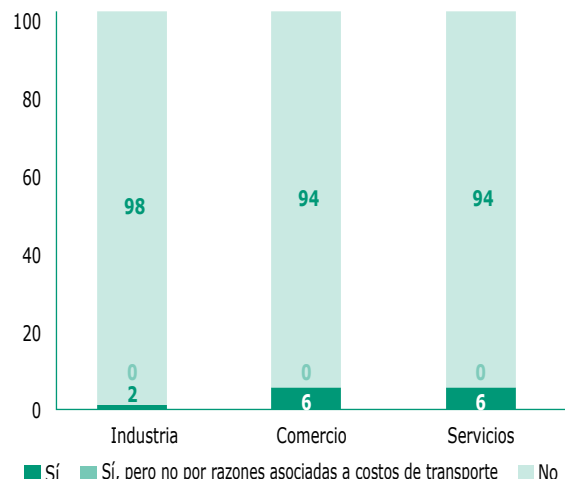


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?



segunda mitad de 2016. El gráfico 11 muestra que para los tres sectores la proporción de empresarios que afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante (82% industria, 77% comercio y servicios) superó ampliamente la proporción de empresarios que incrementaron su planta de personal (6% industria, 15% comercio y 11% servicios) o la proporción de quienes la redujeron (12% industria, 8% comercio y 11% servicios) en el segundo semestre de 2016.

La mayoría de las Pymes de la ciudad de Tuluá no pensó o realizó una relocalización geográfica de sus empresas durante 2016-II. Un 2% de los industriales y un 6% de los comerciantes y de los empresarios de servicios consideraron cambiar de locación con el fin de reducir sus costos de transporte, ver gráfico 12.

Las Pymes industriales identificaron como el principal problema para el desarrollo de la actividad empresarial los altos impuestos (30% de las respuestas) para el segundo semestre de 2016. En segundo lugar, en el *ranking* de problemas para la industria se ubicó la falta de demanda (22%), seguido de los costos de los insumos (10%). Cabe resaltar que la tasa de cambio redujo su nivel de importancia al caer -22 puntos porcentuales frente al año anterior (ver gráfico 13).

En el sector comercio, la superficie de ventas aumentó durante la segunda mitad de 2016. En efecto, un 62% de los empresarios de este sector reportó que la superficie se mantuvo igual frente al 76% reportado

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

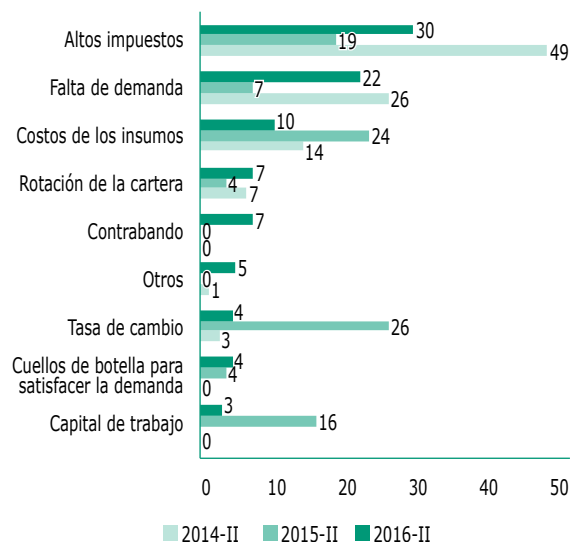
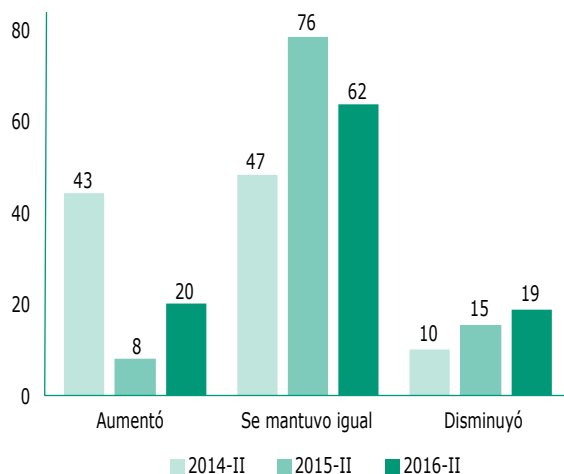


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2016, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2016 (%)



el año anterior. Por su parte, el porcentaje de encuestados que reportaron un aumento en la superficie de ventas pasó del 8% en 2015-II al 20% en 2016-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 22% de las respuestas. Seguido por la falta de demanda (21%), la competencia con grandes superficies (20%) y el costo de los insumos (10%), ver gráfico 15.

Finalmente, para las empresas de servicios se encontró que la falta de demanda y los altos impuestos son los principales problemas a los que se enfrentan las Pymes de este sector (46% y 24% respectivamente). La competencia, con un 21% de los encuestados, también resalta como un problema significativo para el sector servicios de esta ciudad (ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

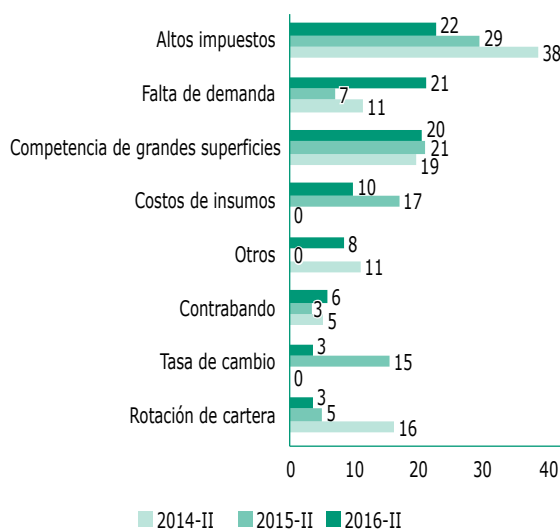
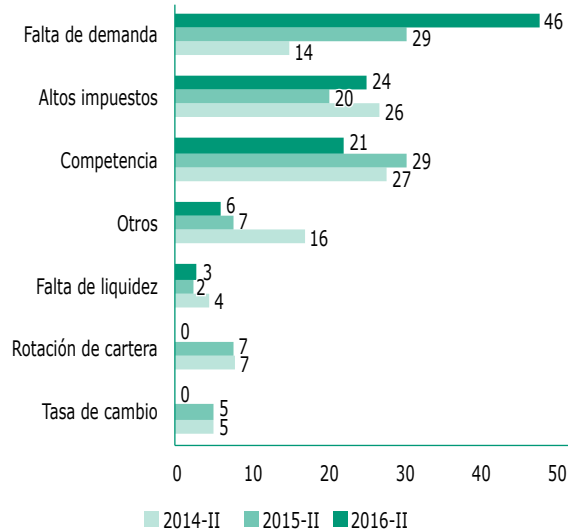


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2017

Las perspectivas para el primer semestre de 2017 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 2017-I, el 39% de los encuestados de industria,

el 45% de comercio y el 46% de los de servicios dijeron esperar un desempeño favorable (ver gráfico 17). Aun así, se observa un aumento, para los sectores de industria y comercio, en la proporción de percepciones desfavorables sobre el desempeño económico general

con respecto al año anterior (+5 puntos porcentuales en industria y +8 puntos porcentuales en servicios). Por su parte, esta misma respuesta se mantuvo inalterada para el sector servicios (12%). Asimismo, el 25% de las Pymes industriales, el 24% de las Pymes comerciales y el 23% 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 servicios mostraron un incremento (12% en 2017-I vs. 4% en 2016-I y 20% en 2017-I vs. 5% en 2016-I, respectivamente), mientras que en el sector comercio la incertidumbre cayó en -6 puntos porcentuales.

Gráfico 17. Desempeño general (%)

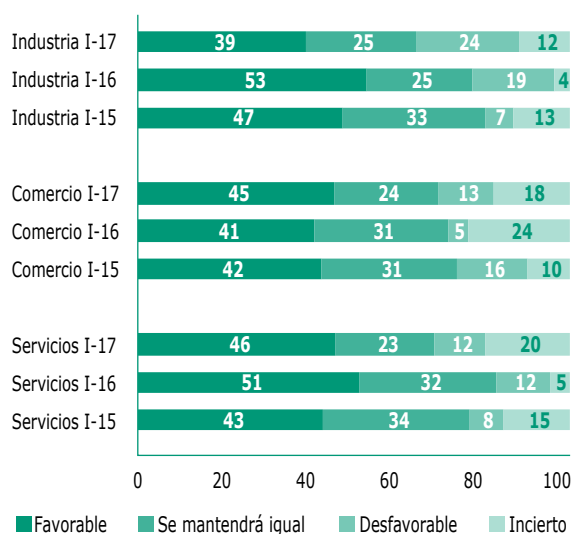
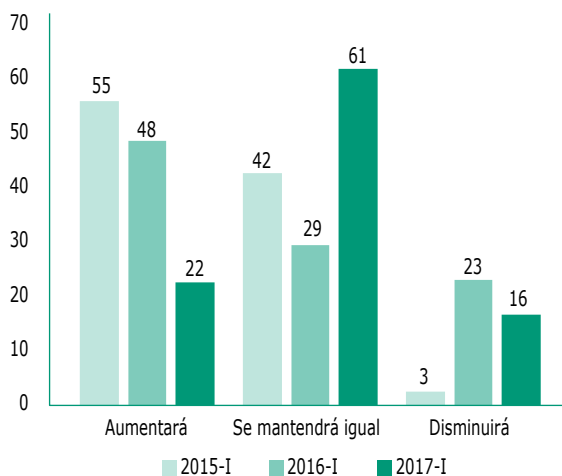


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2017 (%)

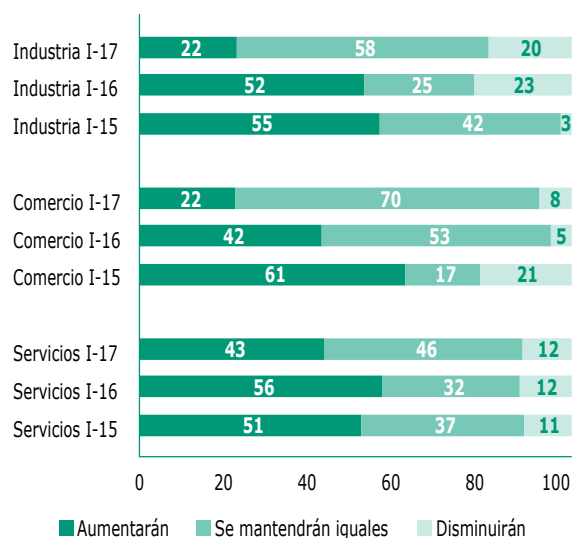


En cuanto a las expectativas de los industriales sobre la producción, se encuentra que el optimismo respecto a esta variable resultó ser bastante moderado si se compara con los resultados de 2016-I. En efecto, el 22% de las Pymes industriales esperaba que sus niveles de producción se incrementaran, cifra bastante inferior a la observada un año atrás (48%). Sumado a lo anterior, hubo un incremento significativo en la proporción de empresarios que consideraban que su producción se mantendría igual, al pasar del 29% en el primer semestre de 2016 al 61% en el mismo semestre de 2017 (ver gráfico 18).

Las expectativas de pedidos resultaron principalmente positivas para los empresarios de servicios, pues el 43% de los encuestados consideraba que estos aumentarían, ver gráfico 19. Para los sectores de industria y comercio las expectativas favorables se redujeron del 52% al 22% y del 42% al 22% respectivamente. Adicionalmente, la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores esperaba que el volumen de pedidos se mantuviera inalterado durante el primer semestre de 2017 (58% de industria, 70% de comercio y 46% de servicios).

Para el primer semestre de 2017, las Pymes manufactureras de Tuluá anticipaban en un 21% un incremento en la inversión en maquinaria y equipo (vs. 45% observado en 2016-I), un 60% de este segmento esperaba que se mantuviera constante (vs. 40% observado en 2016-I), mientras que el 16% esperaba una caída en la inversión industrial (vs. 15% observado en 2016-I), ver gráfico 20.

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)



En materia de ventas, las expectativas del sector comercio sobre el comportamiento de esta variable para 2017-I respecto a lo observado un año atrás fueron más moderadas que las expectativas del sector servicios (ver gráfico 21). El 24% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas, cifra inferior en -25 puntos porcentuales a la cifra observada en 2016-I, mientras

que los empresarios que esperaban estabilidad en sus ventas se incrementaron en +22 puntos porcentuales durante el mismo período (ubicándose en el 68%). Por su parte, en el sector servicios el 43% de los empresarios tenía expectativas positivas acerca de sus ventas para 2017-I, el 46% esperaba que se mantuvieran constantes y el 12% anticipaba que sus ventas disminuirán.

Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2016, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2017 (%)

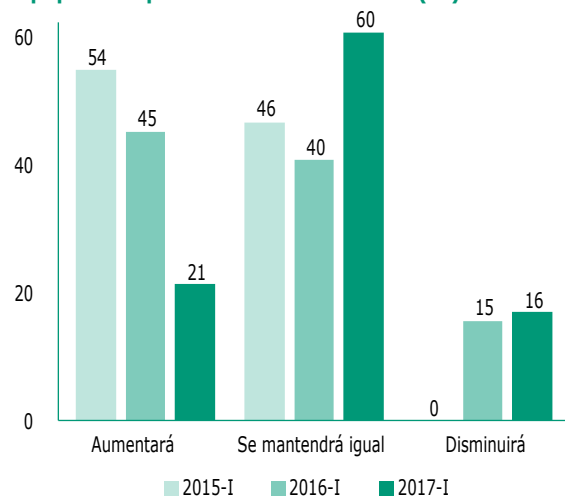
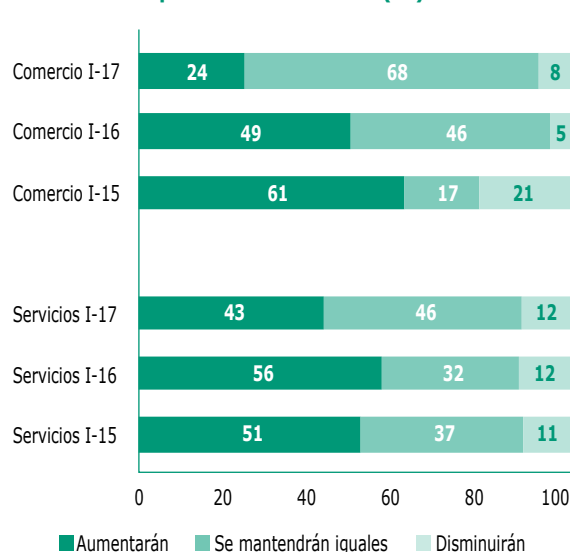


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)

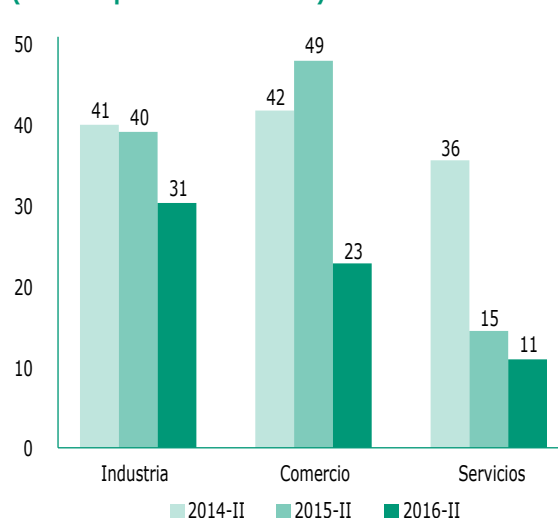


Financiamiento

El 31% de las Pymes industriales de Tuluá, el 23% de las Pymes comerciales y el 11% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2016-II (ver gráfico 22). Lo anterior reveló una caída sustancial en las solicitudes de crédito de los empresarios de los tres macrosectores: en el caso de la industria se redujo en -9 puntos porcentuales, para comercio la reducción fue de -26 puntos porcentuales y en servicios se redujo en -4 puntos porcentuales frente al segundo semestre de 2015. Por otro lado, en el gráfico 23 se observa que los resultados de aprobación para los macrosectores de industria y servicios fueron del 100%, mientras que la aprobación en el sector comercio cayó a niveles del 91% (frente al 100% reportado en 2015-II).

En cuanto a los términos de crédito, el 38% de las Pymes industriales solicitó y se le aprobó el crédito

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



a mediano plazo, el 48% a largo plazo y el 14% consiguió que se lo aprobaran a corto plazo (ver gráfico 24). Por su parte, el 53% de los empresarios comerciales solicitó y se le aprobó crédito a corto plazo, el 40% a largo plazo, mientras que solo un 7% solicitó y consiguió a mediano plazo. En cuanto a las Pymes de servicios, un 62% solicitó y se le aprobó a mediano plazo, un 25% a largo plazo y un 12% a corto plazo.

En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 100% de los empresarios de industria, comercio y servicios afirmó estar satisfecho con el monto de crédito aprobado en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 26). Allí se

identificó un aumento frente al año anterior en industria (+11 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 inferiores a DTF+8. En efecto, el 42% de los encuestados del sector industria, el 10% del sector comercio y el 75% del sector servicios recibieron tasas de hasta DTF+4 (ver gráfico 27). Mientras que un 34% de la industria, un 57% del comercio y un 12% de las empresas de servicios recibieron tasas entre DTF+4 y DTF+8. La satisfacción del empresariado de la ciudad de Tuluá con la tasa de interés recibida fue relativamente

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

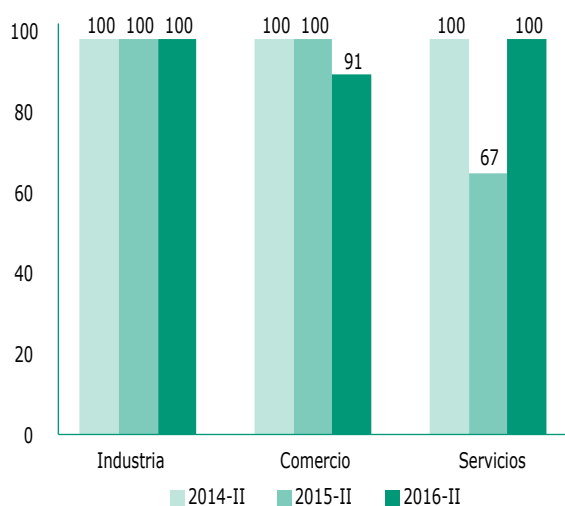


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

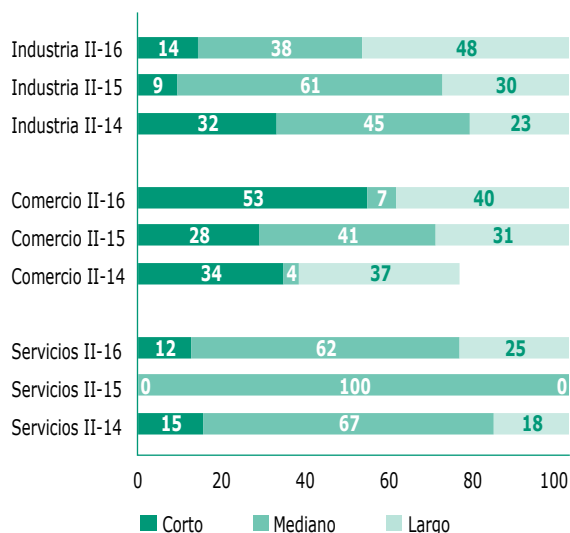


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

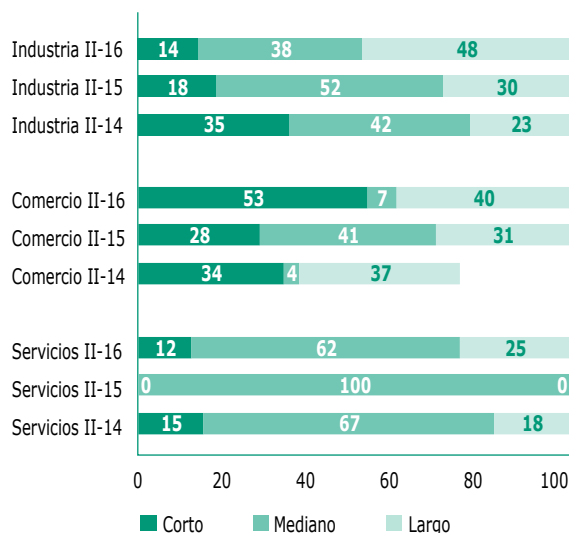
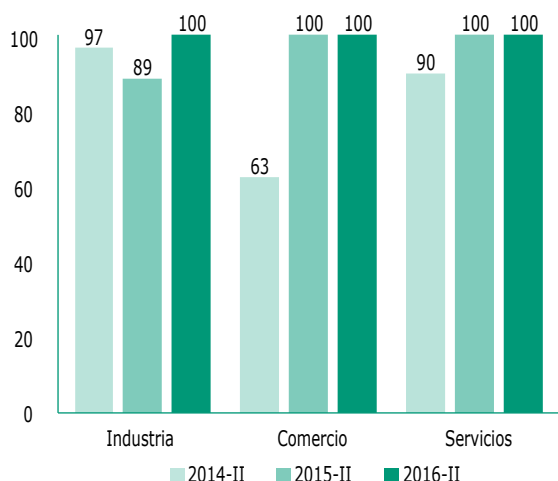


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



alta para los tres macrosectores, ya que el 62% de los empresarios industriales, el 51% de los comerciales y el 75% de los de servicios consideraron que esta fue apropiada, aunque dichas cifras fueron inferiores a las presentadas en 2015-II en el caso de industria y comercio (80% y 86% respectivamente). Por su parte, la satisfacción del sector servicios aumentó significativamente desde el 25% evidenciado en 2015-I (ver gráfico 28).

El principal destino de los recursos que el empresario Pyme solicitó al sistema financiero durante la segunda mitad de 2016 fue la inversión en capital de trabajo (33% industria, 47% comercio y 62% servicios). Como lo muestra el gráfico 29, para

las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fueron las remodelaciones y adecuaciones (29%), para el comercio la consolidación del pasivo (33%) y para servicios la compra o arriendo de maquinaria (38%).

Al preguntar a los encuestados por el acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 45% de los empresarios industriales, el 37% de los empresarios comerciales y el 54% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2016-II (ver gráfico 30). De los encuestados de industria y comercio que sí accedieron, la mayoría lo hizo vía sus proveedores (el 25% y el 43% respectivamente). Por su parte, los encuestados del sector

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

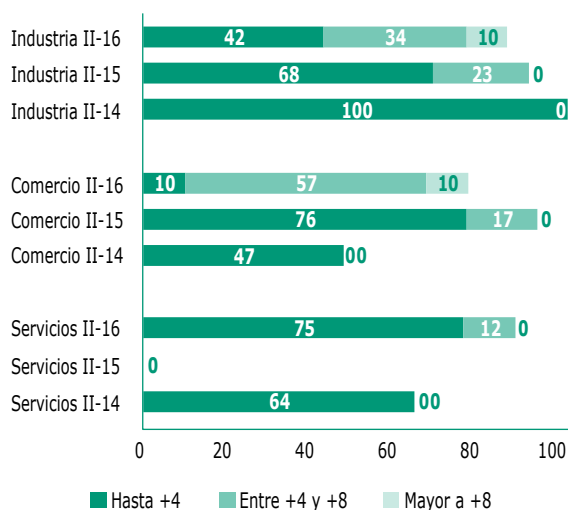


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

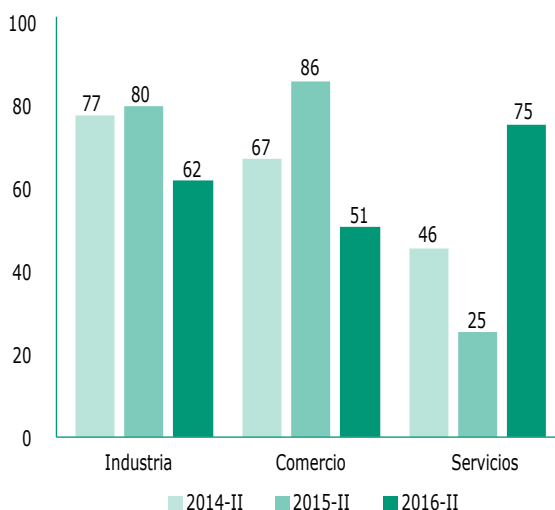


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

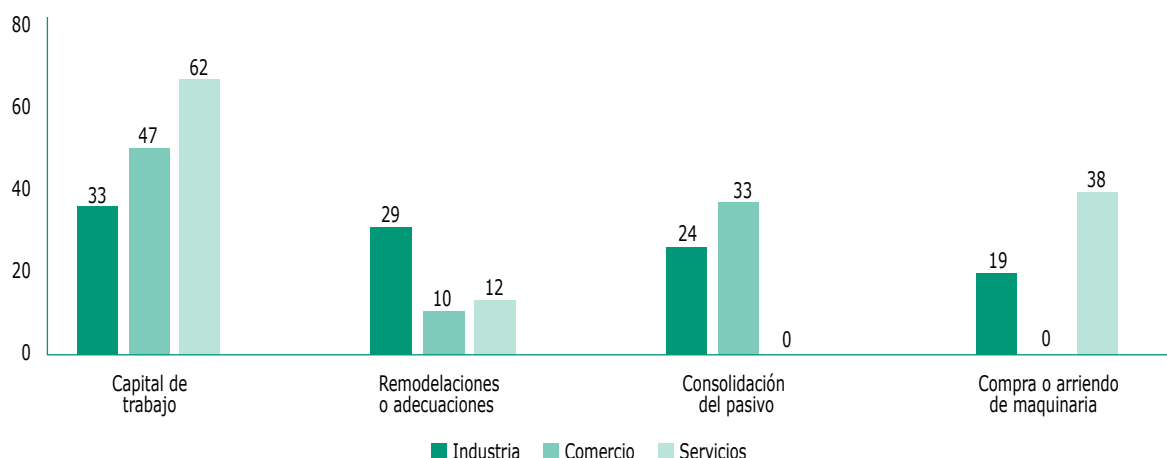


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

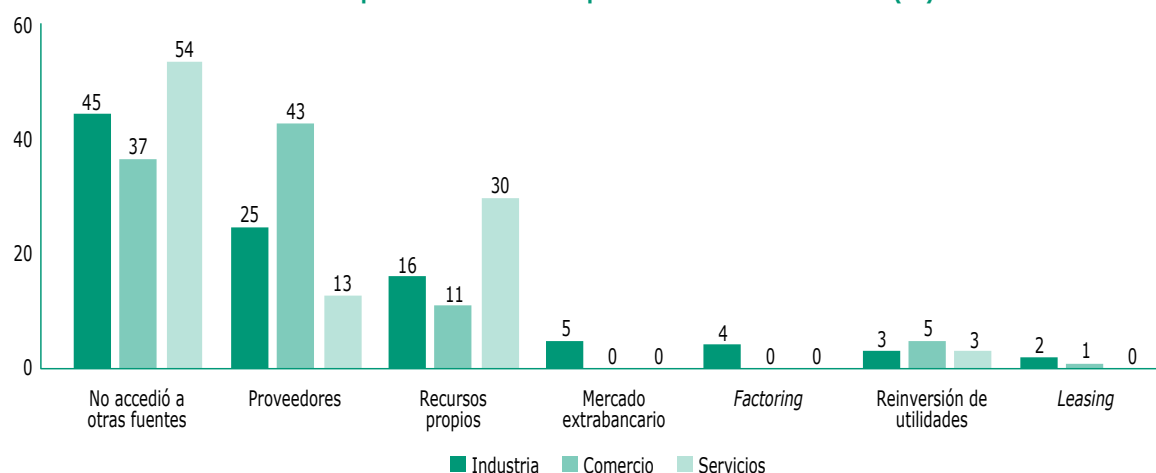
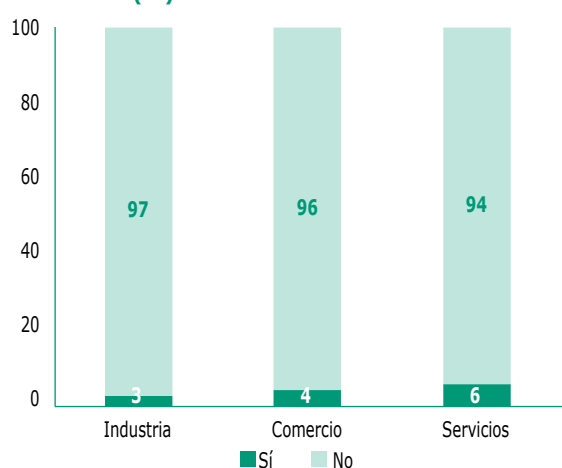


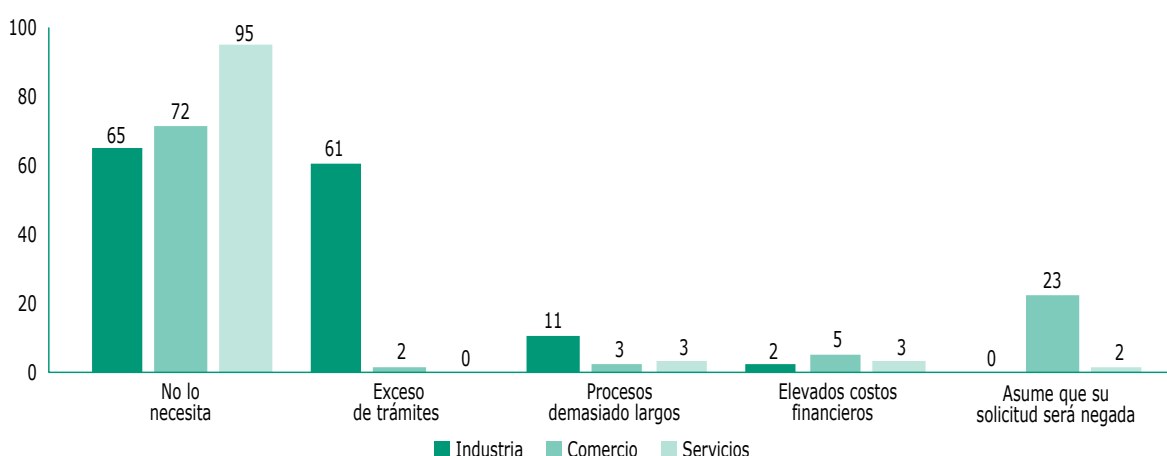
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



servicios que accedieron a estas fuentes lo hicieron mediante recursos propios (30%). En línea con lo anterior, más del 90% 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 6% accedió a estos recursos (ver gráfico 31).

Por último, en materia de acceso al financiamiento, la principal razón por la cual el empresario Pyme de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2016 fue porque afirmaron no necesitarlo (65% industria, 72% comercio y 95% servicios), ver gráfico 32. Les siguen el exceso de trámites (61% en industria) y porque asumen que su solicitud será negada (23% en comercio).

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

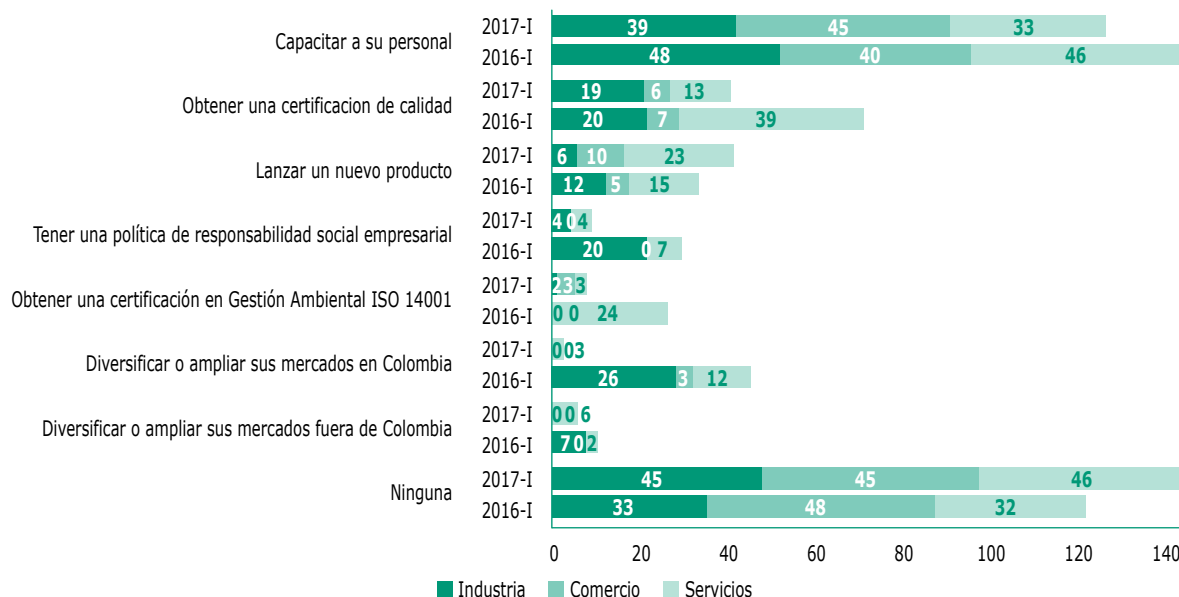


Acciones de mejoramiento

Para esta tercera 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 39% de las Pymes industriales, el 45% de las Pymes comerciales y el 33% de las Pymes de servicios respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal en 2017-I. En segundo lugar, los empresarios industriales (19%) se concentraron en obtener una certificación de calidad, mientras que los comerciantes (10%) y los empresarios de servicios (23%) se enfocaron en lanzar un nuevo producto durante el primer semestre de 2017 (ver gráfico 33).

Hay que anotar que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño durante 2017-I fue relevante, especialmente en el sector servicios donde la mayoría de las Pymes (46%) no realizó ningún tipo de gestión. En industria y comercio el porcentaje también resultó significativo, donde el 45% (en ambos casos) no efectuó ningún tipo de acción. Cabe destacar cómo para el sector de comercio esta cifra se redujo en -3 puntos porcentuales. Por el contrario, en industria y servicios se observó un aumento de +12 puntos porcentuales y +14 puntos porcentuales respectivamente frente al mismo período del año anterior.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Capital social y formación de precios

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de Tuluá si la empresa parti-

cipaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la gran mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (93% industria, 87% comercio y 84% servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios tuluenses con: i) la Alcaldía (10% industria, 2% comercio y 4% servicios); ii) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (2% en indus-

tria, 3% en comercio y 4% en servicios); iii) gremios empresariales de su sector (4% en comercio y 6% en servicios); y iv) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas, o alguna referencia a entidades del Gobierno Nacional (3% en servicios), ver gráfico 34.

Adicionalmente, se indagó con los empresarios de la ciudad de Tuluá cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con dichas entidades. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (50% en industria, 49% en comercio y 37% en

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?

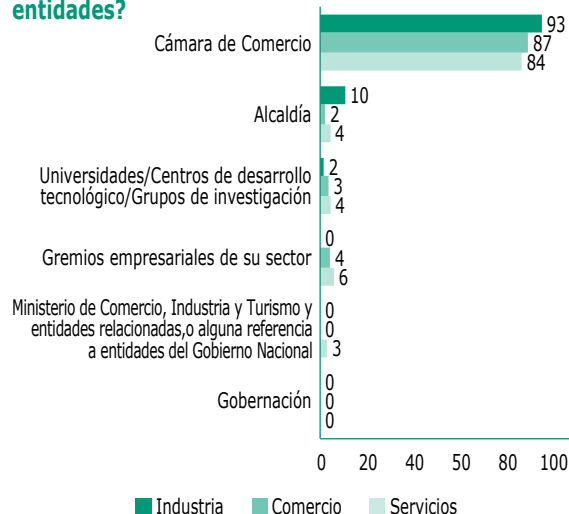
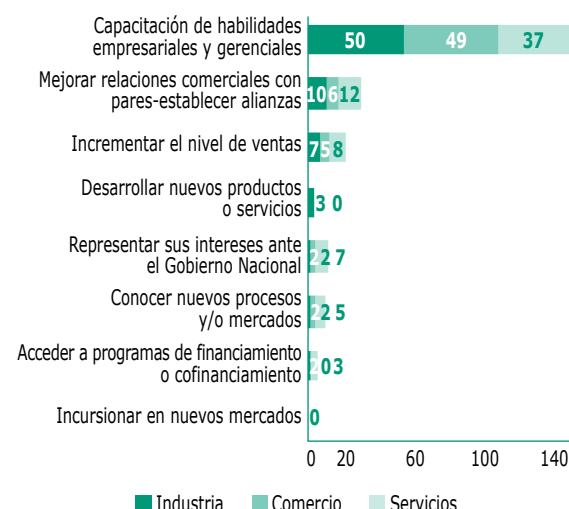


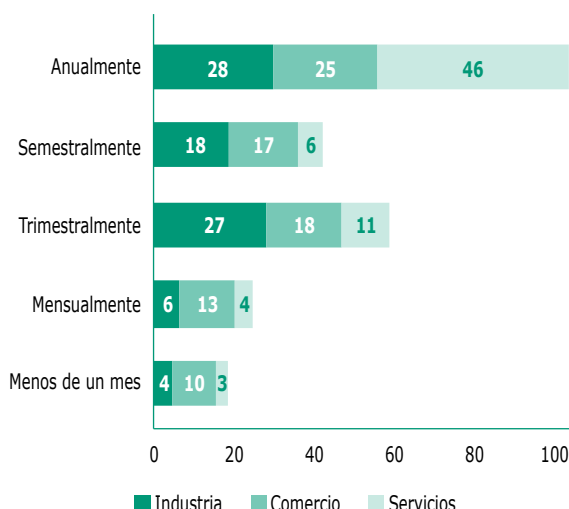
Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (10% en industria, 6% en comercio y 12% en servicios); ii) incrementar el nivel de ventas (7% en industria, 5% en comercio y 8% en servicios); iii) desarrollar nuevos productos (3% en industria, 0% en comercio y servicios); iv) representar sus intereses ante el Gobierno Nacional (2% en industria, 2% en comercio y 7% en servicios); v) conocer nuevos procesos y/o mercados (2% en industria, 2% en comercio y 7% en servicios); y vi) acceder a programas de financiamiento o cofinanciamiento (2% en industria y 3% en comercio), ver gráfico 35.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes tuluéñas, se preguntó acerca de la frecuencia con la que actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (28% en industria, 25% en comercio y 46% en servicios). Asimismo, se observó que el 18% de los empresarios industriales, un 17% de los comerciales y un 6% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, un 27% de los industriales, un 18% de los comerciantes y un 11% de las firmas de servicios actualizaban sus precios trimestralmente, mientras que menos de un 16% lo hacía de forma mensual (6% en industria, 13% en comercio y 4% en servicios). Por último, el 4% de los encuestados industriales, el 10% de los comerciales y el 3% de los de servicios afirmaron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 36).

Gráfico 36. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?



Finalmente, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios en sus empresas. En general, todos los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, para las empresas industria-

les, los costos de las materias primas, los impuestos, la inflación y los costos laborales fueron particularmente importantes (ver gráfico 37). En cambio, las Pymes del sector servicios consideraron como “medianamente importantes” las categorías de servicios públicos y competidores (ver gráficos 38 y 39).

Gráfico 37. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

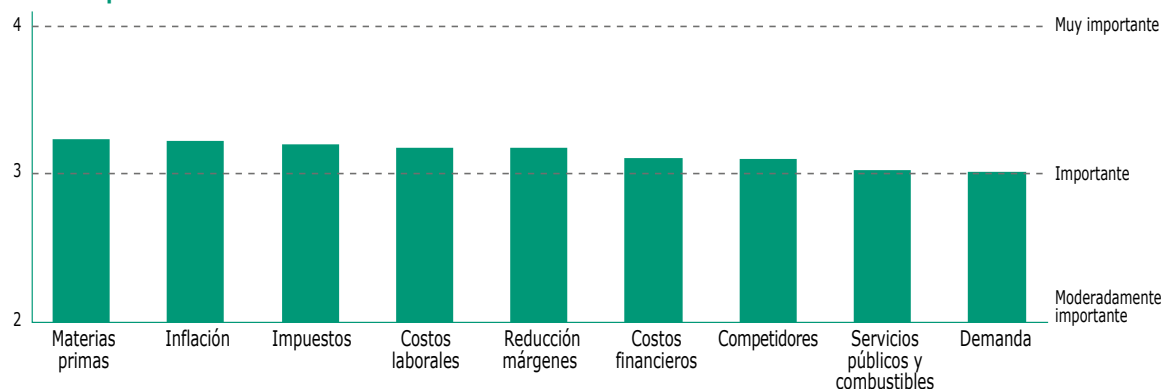


Gráfico 38. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

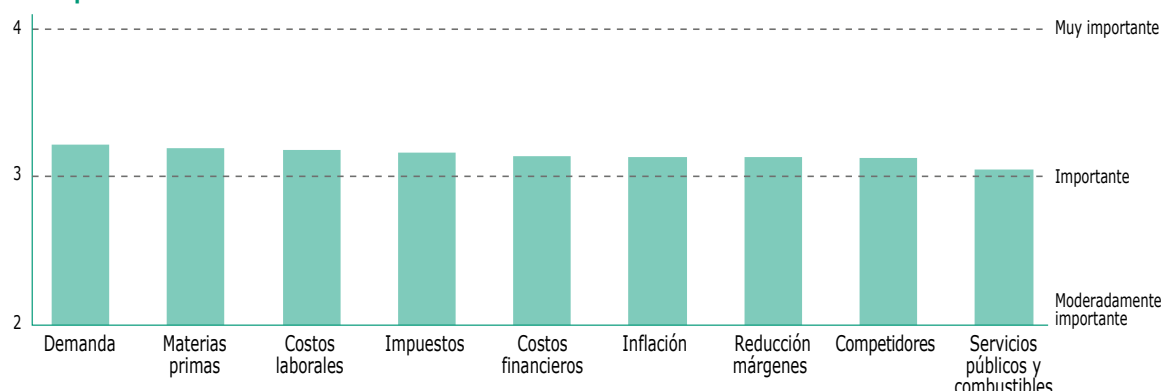
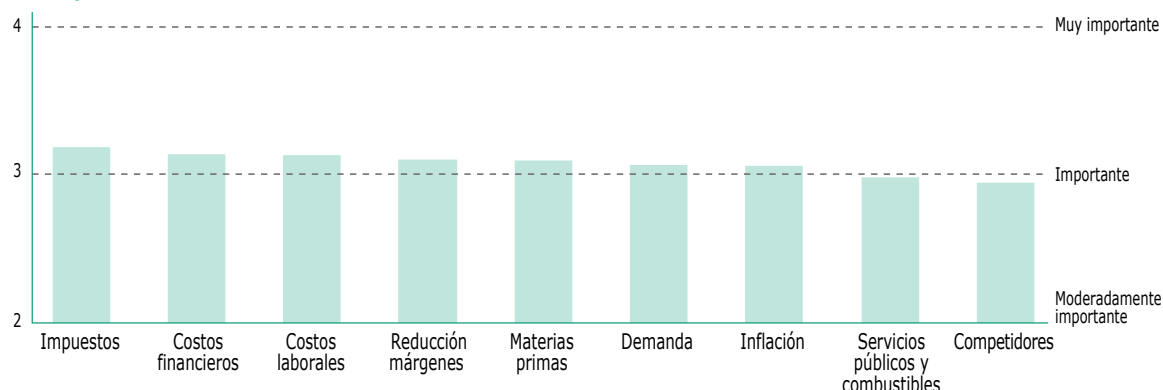


Gráfico 39. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, los resultados de esta tercera medición de la Encuesta para la ciudad de Tuluá indican que la oferta es casi inexistente, ya que el 97% de las Pymes de servicios no exportó durante el segundo semestre de 2016, al igual que el 98% de las Pymes de industria. Cabe señalar que el porcentaje de firmas industriales que no exportaron en 2016-II aumentó en +6 puntos porcentuales frente al mismo período del año

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)

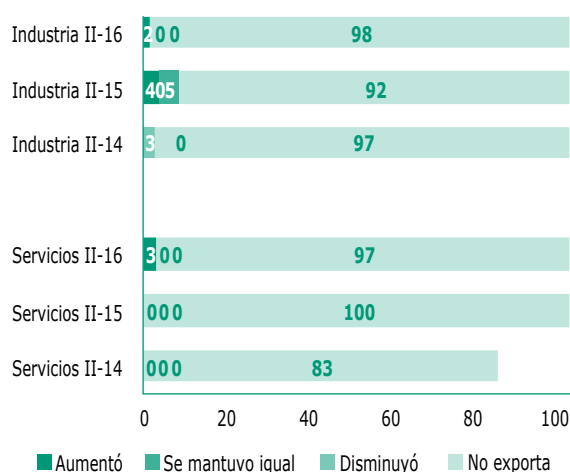
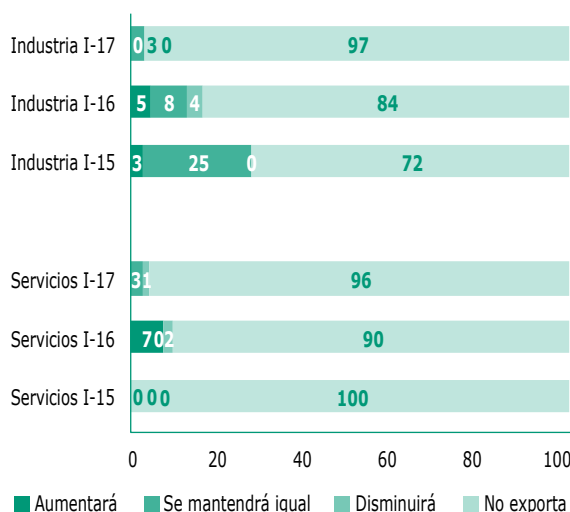


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



anterior. Por su parte, el 3% de los empresarios de servicios aumentó sus volúmenes de exportación (ver gráfico 40).

En línea con lo anterior, las expectativas sobre las exportaciones son igualmente preocupantes. En los sectores de industria y servicios, el 3% anticipaba que sus volúmenes de exportaciones se mantendrían iguales. Mientras que un 1% de los empresarios industriales esperaba ver disminuciones en sus exportaciones (ver gráfico 41).

En esta ocasión, se preguntó a los empresarios Pyme las razones por las cuales no exportan, encontrando que un 53% de los industriales y un 69% de servicios consideran que aún no cuentan con productos para exportación. Sumado a esto, el 17% de los empresarios del sector industrial y el 31% de servicios no están interesados en exportar (ver gráfico 42). En el gráfico 43 se muestra cómo todas las firmas exportadoras del sector industrial han pensado en un plan de internacionalización para sus negocios.

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 2016. A lo anterior, las empresas de todos los macrosectores respondieron que

Gráfico 42. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



la mayor participación (80% industria, 87% comercio y 74% servicios) la tuvo el mercado local de su región. El resto del mercado colombiano fue el segundo más significativo para los tres sectores. De esta forma, representó el 12% de las ventas para industria, el 11% para comercio y el 26% para servicios. Por otro lado, solo un 5% de las empresas industriales y un 1% de las de servicios señalan el mercado internacional como el de mayor participación en sus ventas (ver gráfico 44).

Gráfico 43. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

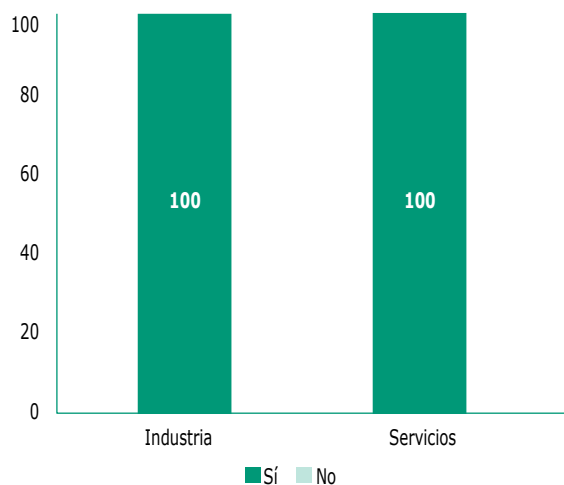
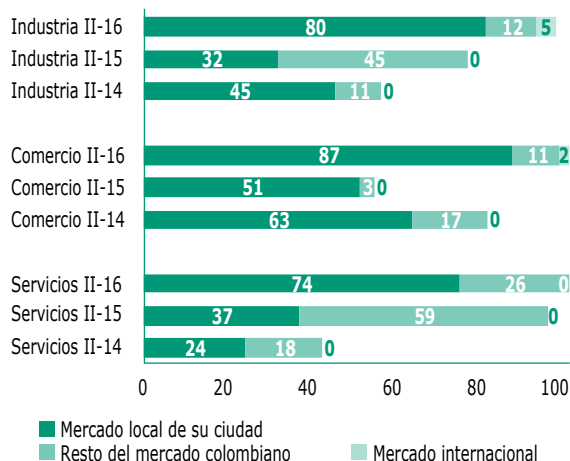


Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016? (%)



Indicador Pyme Anif - IPA 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 2017, el IPA nacional alcanzó un valor de 61, ubicándose en el plano denominado como “bueno”. Así, este indicador presentó un descenso de una unidad 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 quinta vez el cálculo del IPA a nivel regional. Los resultados de este análisis muestran que para cinco de las ciudades que contaban con ante-

cedentes de información hubo reducciones en este indicador (Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira). A pesar de ello, Barranquilla (62 en 2017-I vs. 66 en 2016-I), Cali (62 en 2017-I vs. 63 en 2016-I), Medellín (64 en 2017-I vs. 65 en 2016-I) y Pereira (63 vs. 68) mantuvieron su IPA en el plano de “buen” desempeño económico en esta ocasión. Por su parte, Bucaramanga (55 vs. 61) se situó en el techo del rango de desempeño económico “regular”.

En el caso de la ciudad de Bogotá (61 en 2017-I vs. 55 en 2016-I) se observó un incremento en el IPA, con el cual la ciudad se ubicó en el rango de desempeño económico “bueno”.

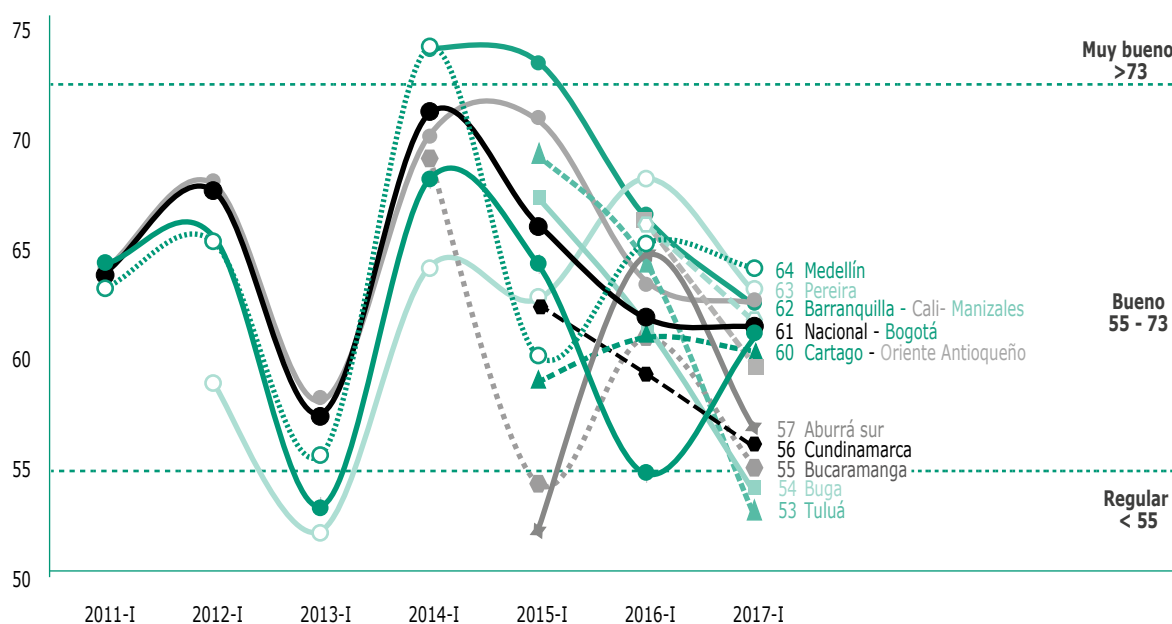
La tendencia de desaceleración en el IPA para Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira es consistente con el menor dinamismo experimentado por los empresarios de los tres macrosectores Pyme con respecto a su situación económica general en el segundo semestre de 2016. A nivel de expectativas, los sectores de comercio y servicios fueron optimistas, esperando un repunte en su actividad económica durante 2017-I. *Ex post*, dicho repunte probablemente no se materializó, dadas las persistentes debilidades de la economía, donde se habrían observado crecimientos de solo un 1.5% durante el primer semestre de 2017 (vs. el 2.6% de un año atrás). Por el contrario, dicha desaceleración fue capturada de mejor manera por las expectativas de los empresarios Pyme del sector industrial. Ello es consistente con la debilidad de dicho sector, observándose incluso contracciones del -2.8% en la producción industrial en lo corrido del año a abril (vía Dane), al netear los efectos de la refinación de petróleo (efecto estadístico de Reficar).

En esta edición se han incluido por tercera vez los resultados para las regiones de Aburrá Sur (57 en 2017-I vs. 65 en 2016-I) y Cundinamarca (56 en 2017-I vs. 59 en 2016-I), las cuales lograron situarse en el plano de desempeño económico “bueno”. También completan su tercera medición las ciudades del Valle del Cauca: Cartago (60 vs. 61), Buga (54 vs. 61) y Tuluá (53 vs. 64). En estos dos últimos casos, los des-

censos en sus IPAs las situaron en el plano de clima económico “regular”.

Finalmente, en esta edición de la Encuesta se incluyeron por segundo año consecutivo resultados para el Oriente Antioqueño (60 en 2017-I vs. 66 en 2016-I) y Manizales (62 vs. 66), ambas ubicándose en el rango de clima 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 \$369 millones 596 mil y \$ 22.132 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$895 millones y \$ 17.877 millones, o número de empleados entre 11 y 200.

Tipo de muestreo

Estratificado por sector y subsector económico, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

Tamaño de la muestra

3.550 empresas encuestadas.

Municipio/Región	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Aburrá Sur	74	81	92	247
Barranquilla	105	106	120	331
Bogotá	188	207	233	628
Bucaramanga	85	92	102	279
Cali	114	125	141	380
Cundinamarca	83	92	104	279
Manizales	59	62	70	191
Medellín	131	142	160	433
Oriente Antioqueño	49	54	61	164
Pereira	55	60	67	182
Valle del Cauca: Buga	51	56	47	154
Valle del Cauca: Cartago	46	49	40	135
Valle del Cauca: Tuluá	50	54	43	147
Total	1.090	1.180	1.280	3.550

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 – Junio de 2017.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

Comité técnico

Banco Interamericano de Desarrollo – BID

Carlos A. Novoa

SECO

Catalina Pulido
Christian Sieber

Bancóldex

Claudia Da Cunha
María José Naranjo

Banco de la República

Eliana González
María Alejandra Hernández

Anif

Alejandro Vera
Nelson Vera
Daniela Londoño
Juan Diego Londoño
Julián Cortés
María Camila Ortiz
María Inés Vanegas · Publimarch Ltda.

Cifras & Conceptos S.A

César Caballero
Daniel Castellanos
Ana Marrugo

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

Diseño de carátula: Camilo Ángel

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