

ISSN 1909-4175



Centro de
Estudios
Económicos

LA GRAN ENCUESTA PYME

Lectura Nacional

1er. semestre
2018



BANCOLDEX
GRUPO BANCOLDEX

FNG
Fondo Nacional de Garantías S.A.

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Firma Encuestadora:



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE®

LA GRAN ENCUESTA PYME

Lectura Nacional

1er. semestre
2018

CONTENIDO

Página	Capítulo
3	PRESENTACIÓN
4	DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA TOTAL
5	DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA A NIVEL SECTORIAL
6	SITUACIÓN ACTUAL
19	PERSPECTIVAS
25	FINANCIAMIENTO
33	ACCIONES DE MEJORAMIENTO
34	CAPITAL SOCIAL
36	PREGUNTAS COYUNTURALES
38	COMERCIO EXTERIOR
41	IPA NACIONAL
43	FICHA TÉCNICA NACIONAL

PRESENTACIÓN

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras – Anif, Bancóldex, Confecámaras, el Banco de la República y el Fondo Nacional de Garantías tienen el gusto de presentar los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2018.

Con esta medición, la Encuesta completa 25 lecturas semestrales, a nivel nacional, en sus cuatro módulos temáticos: Situación actual, Perspectivas, Financiamiento y Acciones de mejoramiento. Asimismo, se incluyen, por decimotercera ocasión, los resultados de la diferenciación por tamaño de empresas (pequeña vs. mediana).

La Encuesta fue realizada durante los meses de marzo a junio de 2018 por Cifras & Conceptos, firma encuestadora encargada del trabajo de campo de la Gran Encuesta Pyme desde 2014. En esta lectura se entrevistó a 1.791 empresarios Pyme de los macrosectores de industria, comercio y servicios, ahondando en el detalle de los 21 subsectores económicos con mayor participación de pequeñas y medianas empresas.

Los resultados de la lectura del primer semestre de 2018 reflejaron una recuperación en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios y la demanda en el segundo semestre de 2017 (vs. lo observado un semestre atrás). Dicho repunte se evidenció tanto en las pequeñas como en las medianas empresas. A pesar de dicho repunte, la percepción sobre la situación actual se mantiene cercana a los registros observados un año atrás.

En lo concerniente a las expectativas, los empresarios mantuvieron inalterado su nivel de optimismo para el primer semestre de 2018 (frente al semestre anterior y a lo observado un año atrás). Ello a pesar del moderado repunte en el crecimiento económico, pronosticándose expansiones del orden del 2.3% en el PIB-real durante 2018 (vs. el 1.8% de 2017).

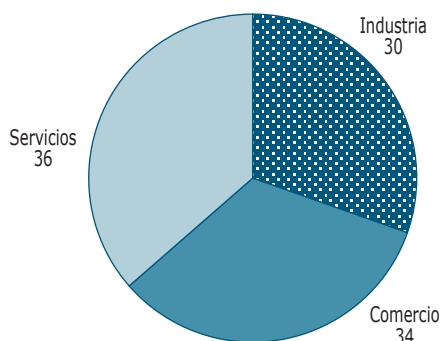
Dado todo lo anterior, el Indicador Pyme Anif (IPA) del primer semestre de 2018 aumentó en 7 puntos con respecto a lo observado en el segundo semestre de 2017. De este modo, el indicador se recuperó hacia un valor de 61 y se ubicó en el plano denominado como “bueno”. Este repunte se presentó tanto en el IPA de las medianas (+4 puntos) como en las pequeñas empresas (+6 puntos). En el caso de las medianas empresas, ello implicó mejoras en su IPA hacia niveles de 63 (manteniéndose en el plano denominado como “bueno”). En las pequeñas empresas, el IPA llegó a valores de 58 (volviendo al plano de “buen” desempeño). Cabe resaltar que, 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.

Anif reitera su agradecimiento a los patrocinadores de la Gran Encuesta Pyme, quienes a través de su apoyo técnico y económico han permitido su consolidación como una de las principales fuentes de información estadísticamente significativa sobre el importante segmento de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

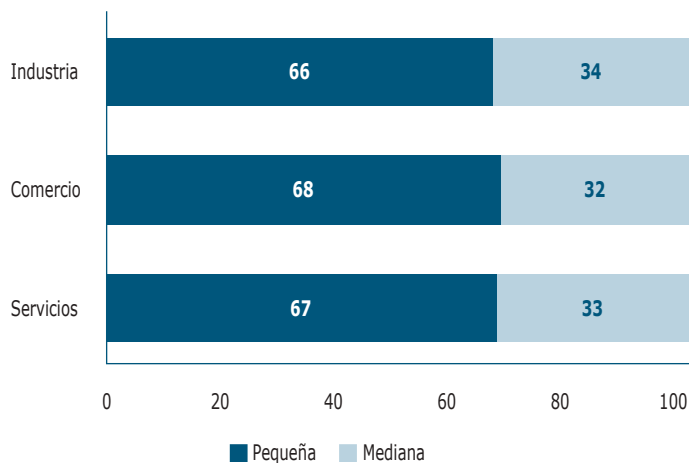
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Distribución de la muestra (%)

Total



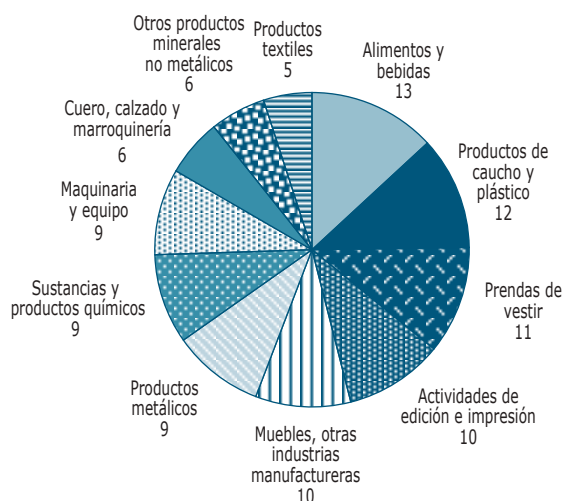
Por tamaño



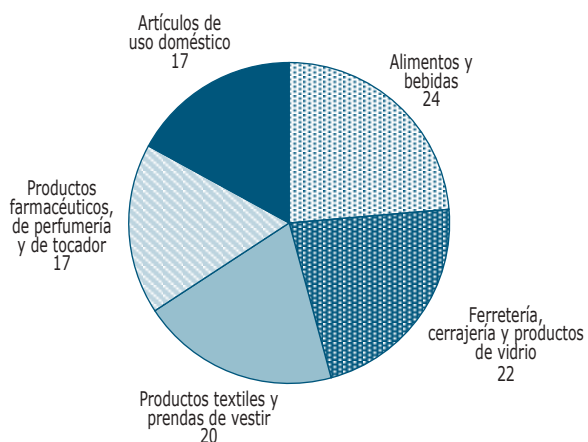
A NIVEL NACIONAL

Distribución de la muestra a nivel sectorial (%)

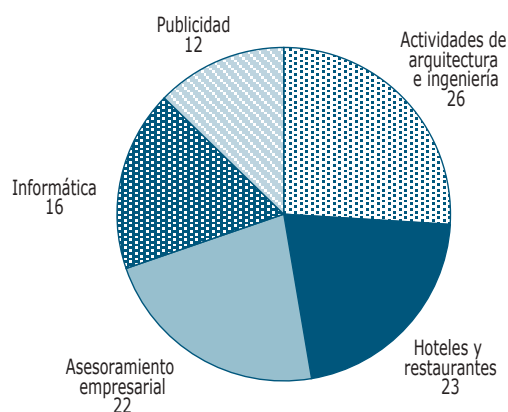
Industria



Comercio



Servicios



Situación actual

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

La situación económica general de las Pymes industriales presentó deterioros en su balance general hacia niveles del 8% en el segundo semestre de 2017 (vs. 14% un año atrás). Allí confluyeron los efectos referentes a: i) disminuciones en el porcentaje de Pymes industriales que reportaron mejoras en su situación económica (32% en 2017-II vs. 35% en 2016-II); y ii) aumentos en la porción de empresarios insatisfechos con su desempeño (24% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráficos 1 y 2.

En particular, el balance de respuestas de las pequeñas empresas industriales cayó a niveles del 1% en el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de: i) menores porciones de pequeñas empresas con mejoras en su situación actual (29% en 2017-II vs. 34% en 2016-II); y ii) mayores porcentajes de pequeños empresarios con descensos en dicha variable (27% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). Por el contrario, los medianos empresarios de industria aumentaron su balance de respues-

tas sobre la situación económica actual hacia el 29% en el segundo semestre de 2017 (vs. 27% un año atrás). Ello obedeció a la mayor proporción de medianas empresas con mejoras en su situación actual (44% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), lo cual sobrepasó el efecto del ligero aumento en la porción de la muestra con disminuciones en dicha variable (15% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 3.

Por subsectores, se destacan las buenas lecturas en los balances de respuestas de las actividades de edición e impresión (+26%), muebles (+22%), prendas de vestir (+17%) y alimentos-bebidas (+11%). Por el contrario, los subsectores con los peores registros fueron los pertenecientes a cuero, calzado y marroquinería (-19%); maquinaria y equipo (-5%); y productos textiles (-4%).

En lo referente a la evolución de las ventas, el balance de respuestas se redujo levemente hacia niveles del 9% en el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás), ver gráfico 4. Ello obe-

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2017 con respecto al primer semestre de 2017? (%)

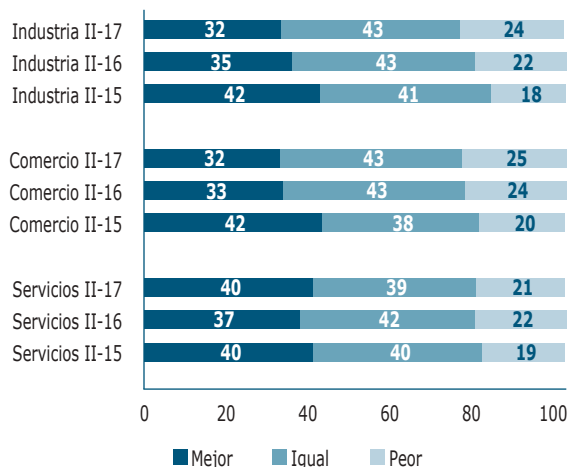
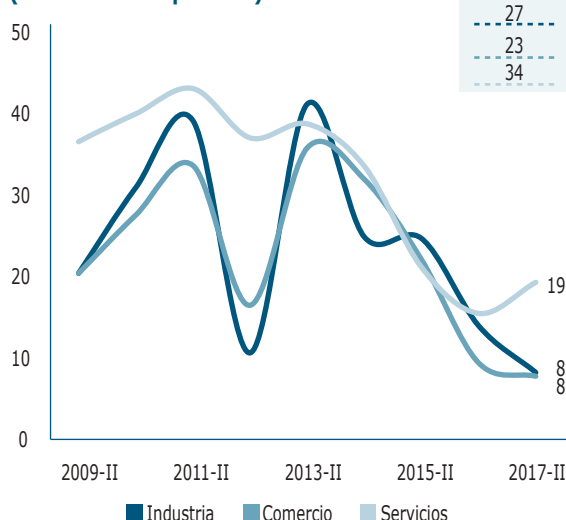


Gráfico 2. Situación económica general (Balance de respuestas)



deció a leves descensos en la porción de Pymes que manifestaron incrementos en ventas (34% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), pues el porcentaje de aquellos industriales que vieron reducciones en sus ventas permaneció inalterado en niveles del 25%. Allí el deterioro en las empresas pequeñas (2% en 2017-II vs. 5% en 2016-II) se vio parcialmente compensado por la mejora en las empresas medianas (34% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), ver gráfico 5. El crecimiento promedio anual de las ventas de la mayoría de las empresas Pyme industriales estuvo entre el 0% y el 10% (61% de las Pymes encuestadas) en 2017-II (vs. 64% un año atrás), ver gráfico 6.

Algo similar ocurrió en los pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 6% en el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás), ver gráfico 7. Por tamaño, se evidenciaron deterioros en los balances de respuestas en las empresas pequeñas (-2% en 2017-II vs. +6% en 2016-II), pero mejoras en las medianas (32% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 8.

Para el sector industrial, el nivel de existencias fue adecuado en el 83% de los casos durante el segundo semestre de 2017-II (vs. el 83% un año atrás), ver gráfico 9. El porcentaje de empresas pequeñas que reportaron que sus existencias

Gráfico 3. Situación económica general por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

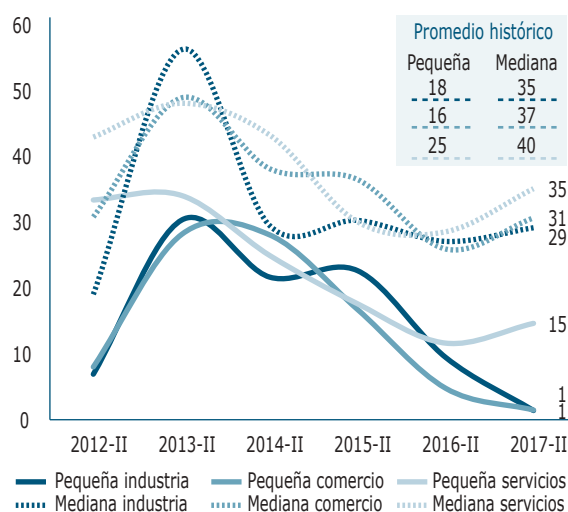


Gráfico 4. Ventas (Balance de respuestas)

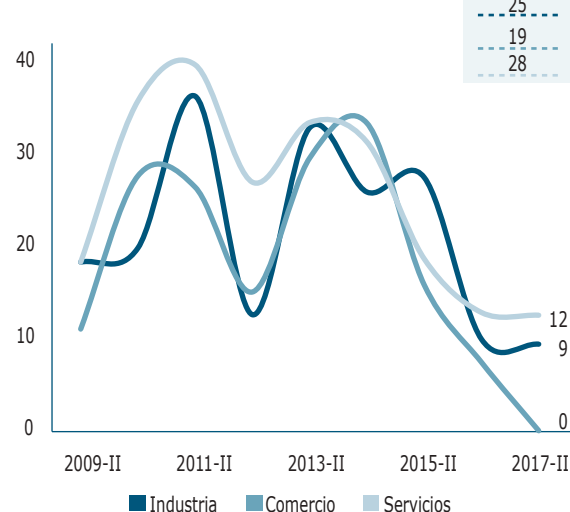


Gráfico 5. Ventas por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

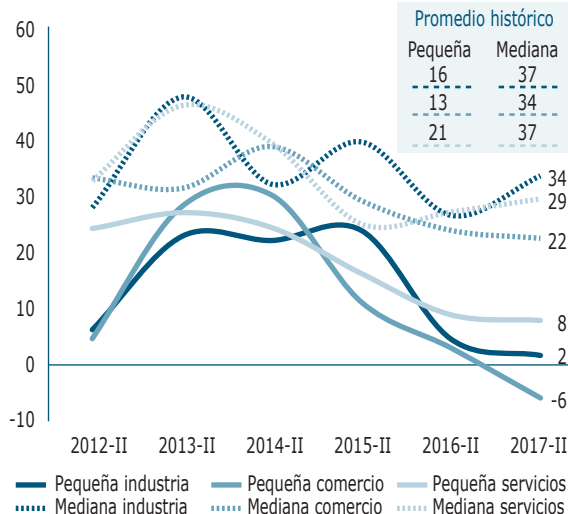


Gráfico 6. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)

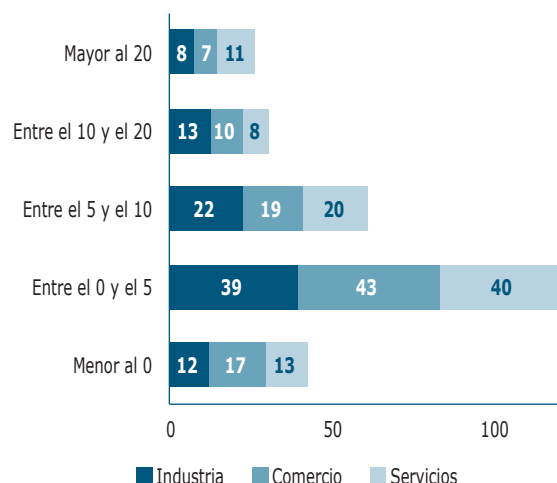
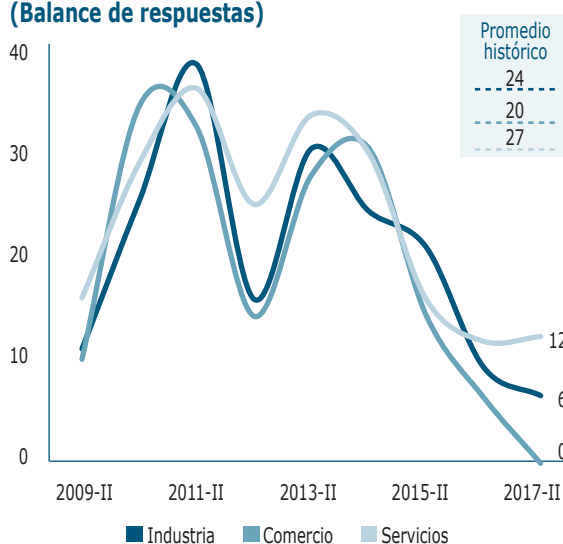
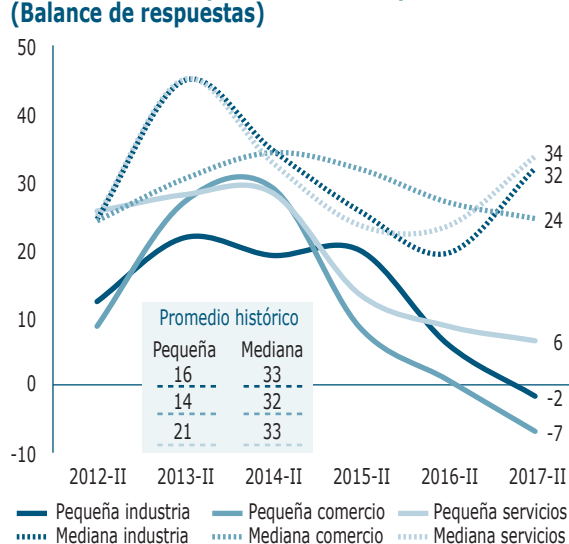
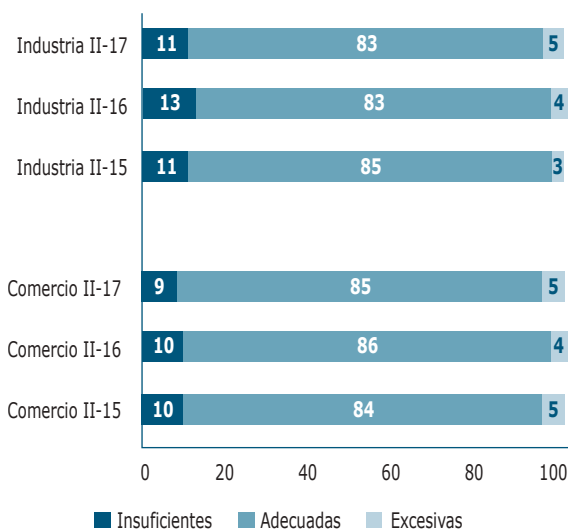
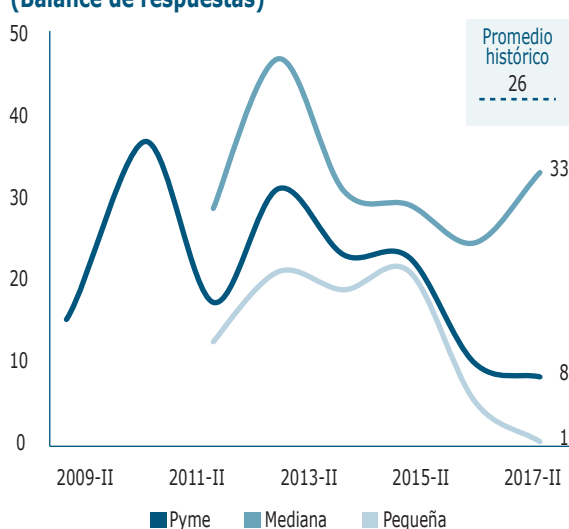


Gráfico 7. Pedidos (Balance de respuestas)**Gráfico 8. Pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)****Gráfico 9. Existencias (%)****Gráfico 10. Producción industrial (Balance de respuestas)**

eran adecuadas fue del 82%, mientras que en las medianas empresas dicha cifra fue del 86%. Estos elevados niveles de ajuste indican que las Pymes siguieron anticipando sus niveles de inventarios y continuaron regulando su producción de acuerdo con la evolución de la demanda.

El gráfico 10 muestra que el balance de respuestas acerca del nivel de producción se deterioró hacia niveles del 8% en el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás). Dicha disminución se dio tanto por el descenso de los industriales que aumentaron su producción (32% en 2017-II vs. 33% en

2016-II), como por el aumento en aquellos que disminuyeron dicha variable (24% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). Por tamaño, se evidenciaron deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de producción en las pequeñas empresas (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), pero mejoras en las medianas (33% en 2017-II vs. 24%).

Dichos leves descensos en producción no redujeron la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI). En efecto, dicha UCI se mantuvo estable en niveles cercanos al 80% (ver gráfico 11). Por tamaño, tanto las pequeñas como las medianas empre-

Gráfico 11. Utilización de la Capacidad Instalada (Promedio de las Pymes industriales)

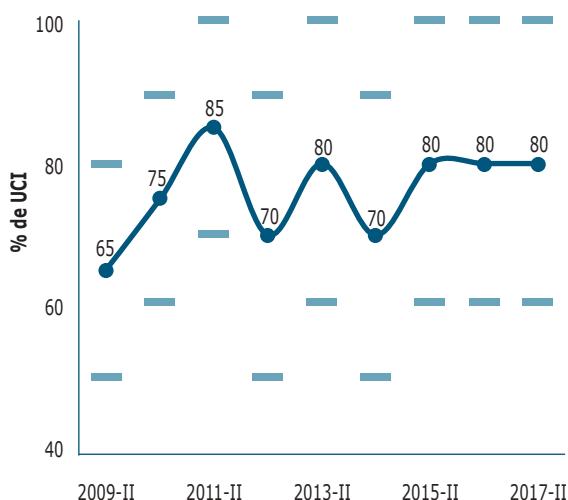


Gráfico 12. Utilización de la Capacidad Instalada por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2017 (% de las Pymes industriales)

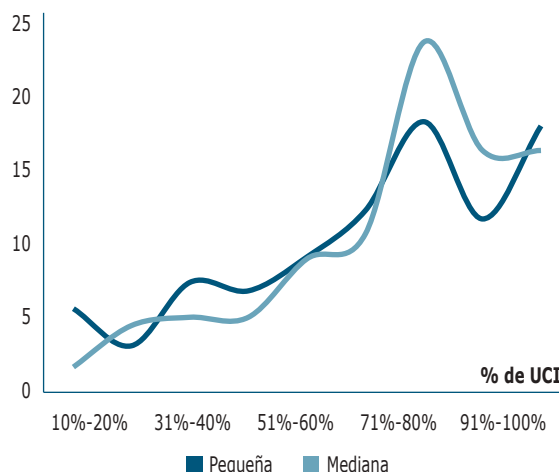


Gráfico 13. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

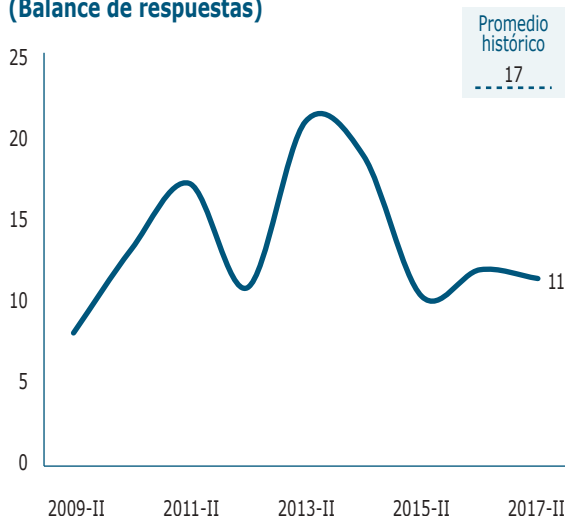
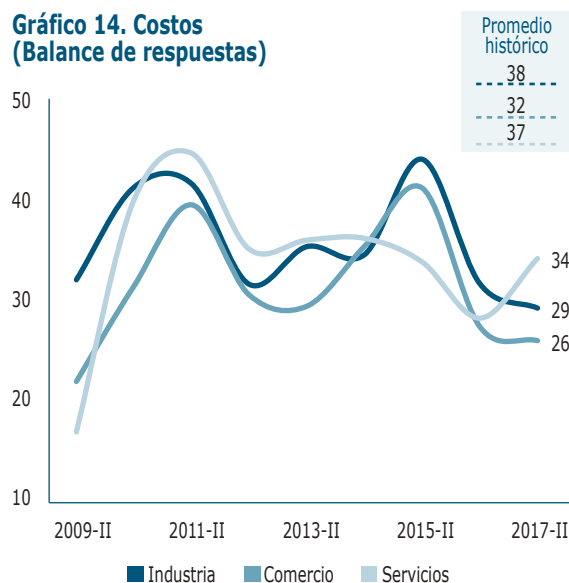


Gráfico 14. Costos (Balance de respuestas)



sas tuvieron niveles de UCI en el rango 70%-100% (ver gráfico 12).

A pesar de los menores niveles en los indicadores de situación actual, los empresarios industriales mantuvieron inalterada su inversión en maquinaria y equipo. En efecto, el balance de respuestas a esta pregunta permaneció estable en el 11% durante el segundo semestre de 2017, aunque aún situándose por debajo de su promedio histórico del 17% (ver gráfico 13).

De otro lado, en el sector manufacturero se observó un descenso en los costos de los insumos producti-

vos durante el segundo semestre de 2017. Allí se observaron descensos en el balance de respuestas hacia el 29% en el segundo semestre de 2017 (vs. 32% un año atrás). Ello obedeció a una reducción en el porcentaje de Pymes industriales con incrementos en sus costos (41% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), pues la porción de la muestra con reducciones en dicha variable se mantuvo inalterada en niveles del 12% (ver gráfico 14). Por tamaño empresarial, se observaron reducciones en el balance de respuestas acerca de los costos tanto para pequeñas (28% en 2017-II vs. 30% en 2016-II) como para medianas (35% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 15.

A pesar de dicha reducción de costos, la debilidad de la demanda implicó deterioros en el balance de respuestas acerca del margen hacia el 2% en el segundo semestre de 2017 (vs. 5% un año atrás y 10% del promedio histórico). Allí primó el deterioro en el balance de las empresas pequeñas (-6% en 2017-II vs. 0% en 2016-II), más que compensando el repunte observado en las empresas medianas (27% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 17.

A pesar de la coyuntura de menor demanda, el balance de respuestas del número de trabajado-

res se recuperó levemente hacia el +1% en el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás). Ello obedeció al incremento en la porción de industriales que aumentaron su planta de personal (20% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), pues la porción de empresarios que destruyeron puestos de trabajo se mantuvo inalterada en el 19% (ver gráfico 18). Dicha tendencia en el balance de respuestas se observó tanto en las empresas pequeñas (-3% en 2017-II vs. -6% en 2016-II) como en las medianas (14% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 19.

Gráfico 15. Costos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

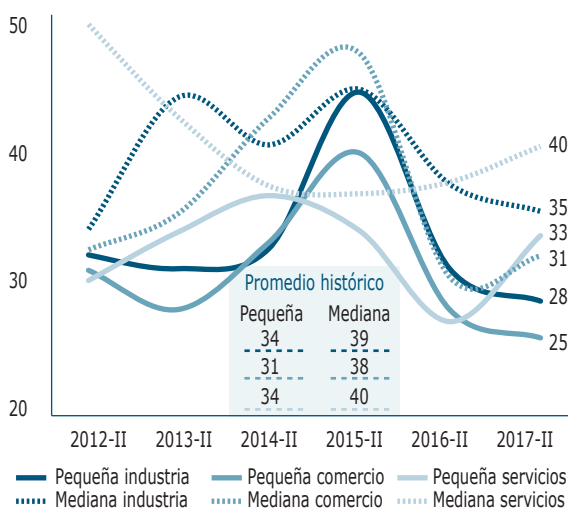


Gráfico 16. Márgenes (Balance de respuestas)

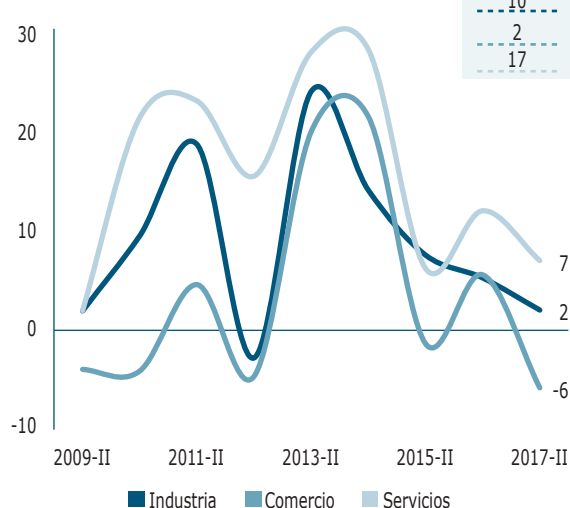


Gráfico 17. Márgenes por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

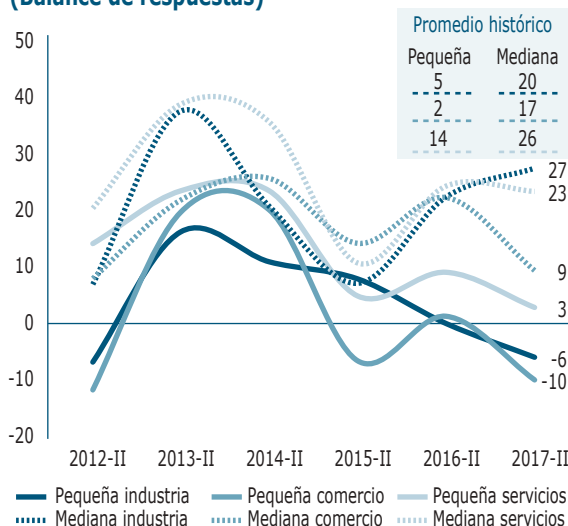
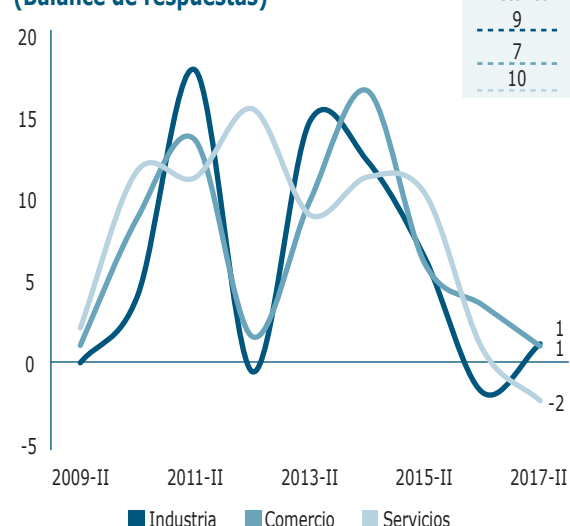


Gráfico 18. Empleo (Balance de respuestas)



Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales, la mayoría (88%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2017-II (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (7%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (6%).

Finalmente, el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras para el desarrollo de sus actividades en el segundo semestre de 2017

fueron los altos impuestos (26% vs. 21% un año atrás). La falta de demanda se ubicó en el segundo lugar, con una participación del 24% del total (vs. 24% un año atrás). Les siguieron en el *ranking* los costos de los insumos (12% en 2017-II vs. 17% en 2016-II) y la rotación de cartera (9% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), ver gráfico 21. Por tamaño empresarial, las pequeñas se vieron principalmente afectadas por los altos impuestos (28%), mientras que las medianas sufrieron particularmente por la falta de demanda (23%), ver gráfico 22.

Gráfico 19. Empleo por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

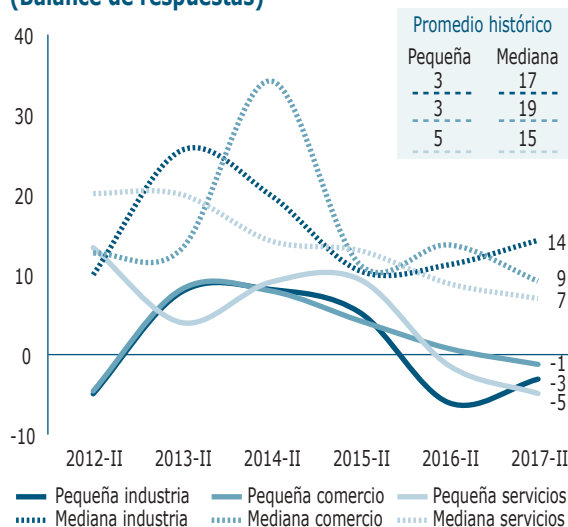


Gráfico 20. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

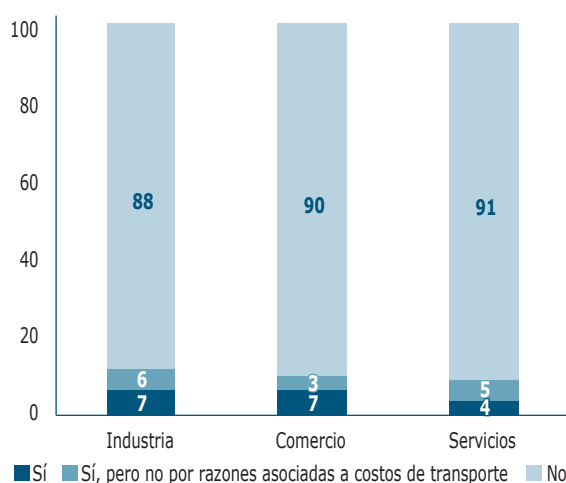


Gráfico 21. Sector industria: principal problema (%)

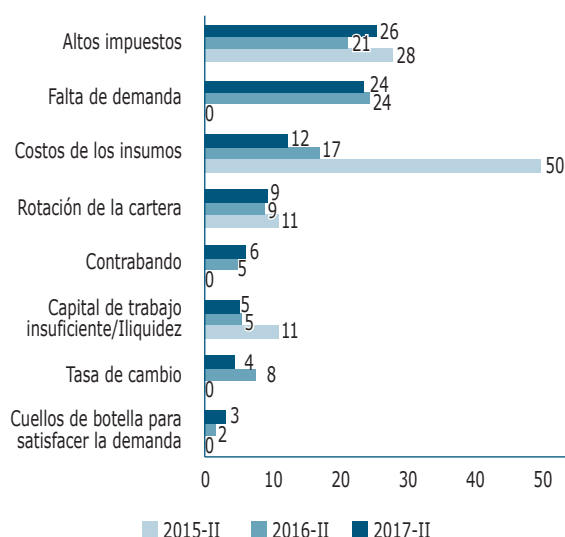
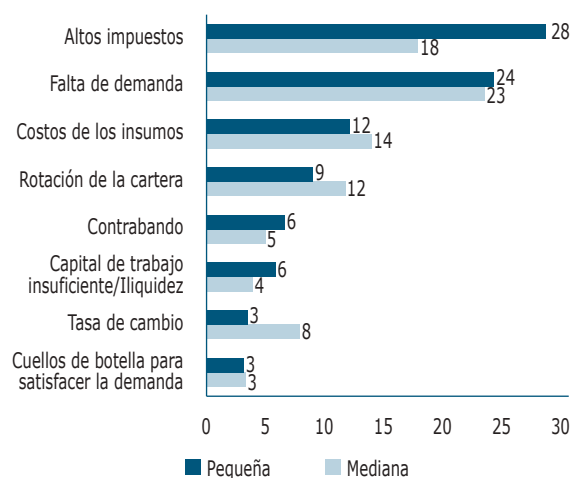


Gráfico 22. Sector industria: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2017 (%)



Resultados subsectores industria

Balance de respuestas*

Gráfico 23. Situación económica general

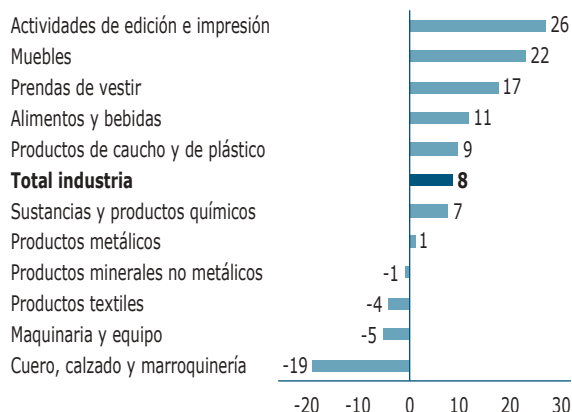


Gráfico 24. Volumen de ventas

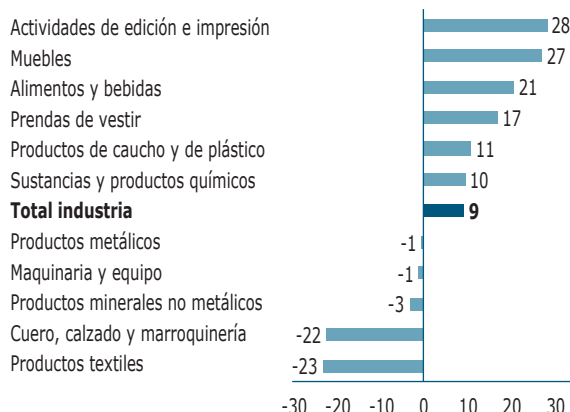


Gráfico 25. Volumen producido

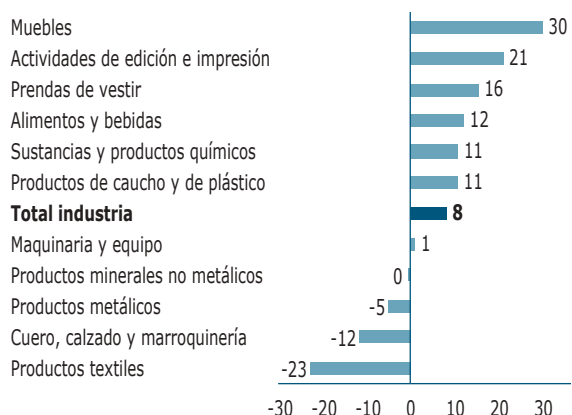


Gráfico 26. Nivel de pedidos recibidos

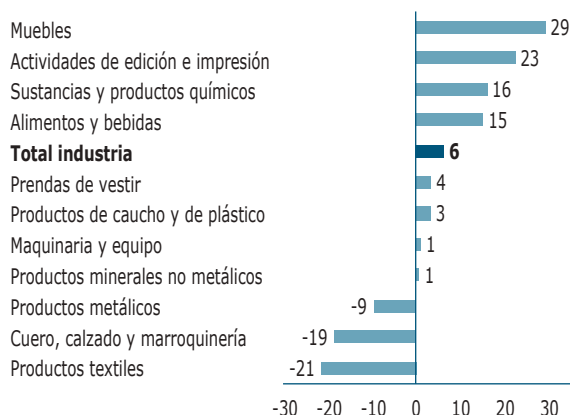


Gráfico 27. Márgenes

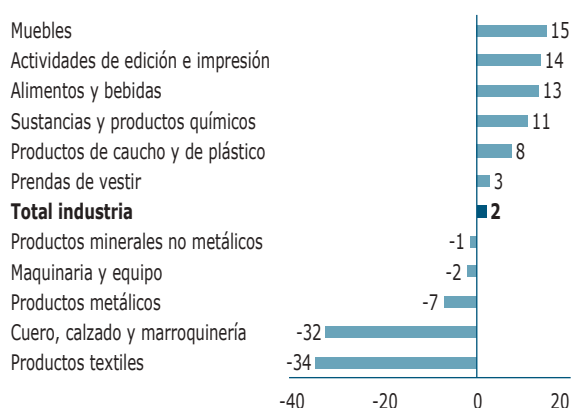
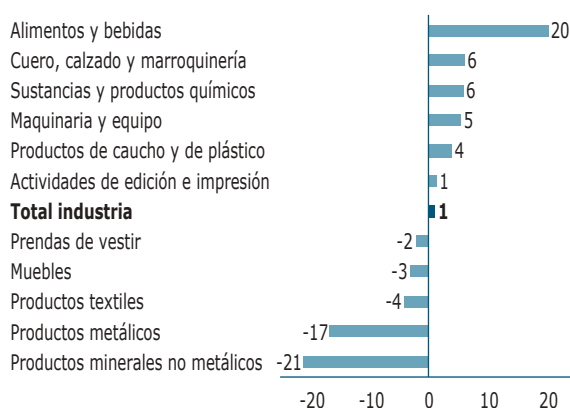


Gráfico 28. Número de trabajadores



* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

Gráfico 29. Costos de producción**Gráfico 30. Inversión en maquinaria y equipo**

• Sector comercio

Al igual que en la industria, los empresarios del comercio percibieron leves deterioros en su balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia valores del 8% en el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás). Allí se reportaron menores proporciones en los comerciantes con mejoras en su situación general (32% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), además de mayores registros de empresarios con descensos en dicha variable (25% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráficos 1 y 2.

Por tamaño de empresa, se observaron efectos encontrados referentes a disminuciones en el balance de respuestas en las empresas pequeñas (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), pero incrementos en las medianas (31% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 3.

Por subsectores, se destacaron por su buen comportamiento las actividades de alimentos y bebidas (+16%); y ferretería, cerrajería y productos de vidrio (+11%). Por el contrario, los subsectores con los peores registros fueron los pertenecientes a productos farmacéuticos, de perfumería y de tocador (-1%); y los artículos de uso doméstico (-1%).

A nivel de ventas, el balance de respuestas también mostró descensos hacia el 0% para el total de las Pymes comerciales durante el segundo semestre de 2017 (vs. 7% un año atrás). Allí influ-

yó el incremento en la porción de comerciantes con peores registros de ventas (32% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), y el descenso en los empresarios del sector comercio con mayores ventas (32% en 2017-II vs. 35% en 2016-II). Dicho descenso se presentó en el balance de respuestas tanto de las pequeñas empresas (-6% en 2017-II vs. +3% en 2016-II), como de las medianas empresas (22% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráficos 4 y 5. El crecimiento promedio anual de las ventas de la mayoría de las empresas Pyme comerciales estuvo entre el 0% y el 10% (62% de las Pymes encuestadas) en el segundo semestre de 2017 (vs. 66% un año atrás), ver gráfico 6.

A nivel de pedidos, también se registró una caída en el balance de respuestas hacia el 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 6% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de descensos en la proporción de comerciantes con incrementos en sus pedidos (29% en 2017-II vs. 33% un año atrás) e incrementos en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (29% en 2017-II vs. 27% en 2016-II). Dicho deterioro se observó tanto en las empresas pequeñas (-7% en 2017-II vs. +1% en 2016-II) como en las medianas (24% vs. 27%), ver gráficos 7 y 8.

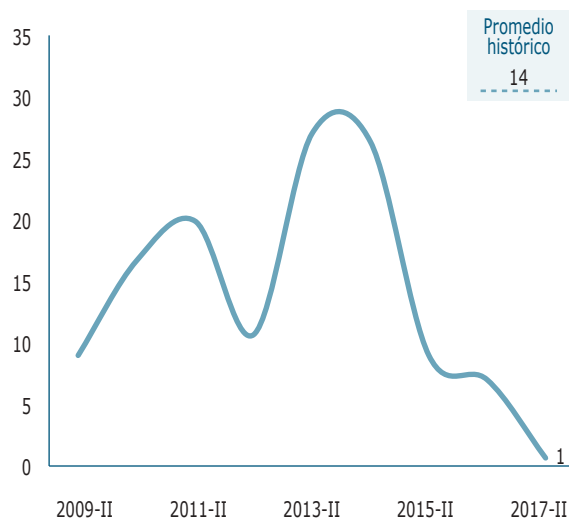
El balance de respuestas acerca de la superficie de ventas también se deterioró hacia niveles del 1% en el segundo semestre de 2017 (vs. 7% un año atrás). Allí se reforzaron los efectos de: i) la

disminución de los comerciantes con mayores superficies de ventas (23% en 2017-II vs. 27% en 2016-II); y ii) el aumento en los empresarios del sector comercio con desmejoras en dicha variable (22% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 31. Por tamaño, se presentaron reducciones en el balance de respuestas acerca de esta variable por parte de las empresas pequeñas (-4% en 2017-II vs. +3% en 2016-II) y de las empresas medianas (17% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). Lo anterior sugiere que, en general, los comerciantes disminuyeron el área destinada a ventas.

Para el sector comercial, el nivel de existencias fue adecuado en el 85% de los casos durante el segundo semestre de 2017 (vs. el 86% un año atrás), ver gráfico 9. El porcentaje de empresas pequeñas que reportaron que sus existencias eran adecuadas fue del 84%, mientras que en las medianas empresas dicha cifra fue del 90%. Estos elevados niveles de ajuste indican que las Pymes siguieron anticipando sus niveles de inventarios y continuaron regulando su producción de acuerdo con la evolución de la demanda.

En materia de costos de comercialización, el balance de respuestas tuvo una ligera reducción hacia niveles del 26% en el segundo semestre de 2017 (vs. 27% un año atrás), ver gráfico 14. Allí primó la reducción del balance de las pequeñas empresas (25% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), compensando el encarecimiento en las medianas (31% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 15.

Gráfico 31. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

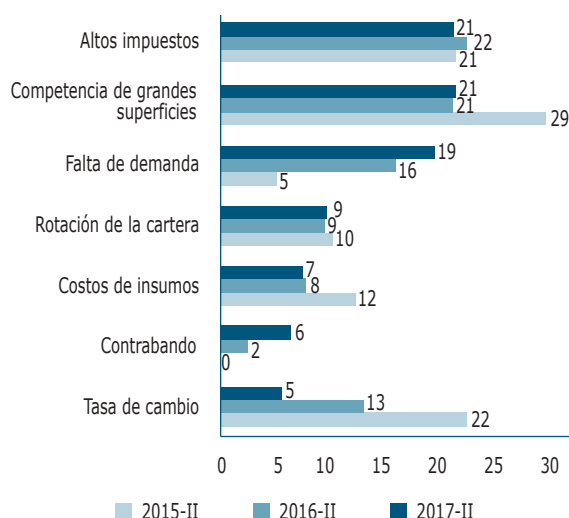


El menor nivel de ventas y pedidos llevó a un descenso en el margen de ganancia del sector. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se deterioró hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +6% un año atrás). Ello obedeció al efecto de la disminución en los comerciantes con mejores márgenes (22% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), reforzado por el incremento de empresarios con deterioros en dicha variable (28% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 16. Por tamaño, la caída de este indicador se explica por reducciones en el balance de respuestas tanto de las empresas pequeñas (-10% en 2017-II vs. +1% en 2016-II), como de las empresas medianas (9% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 17.

El empleo del sector también presentó un leve descenso durante el segundo semestre de 2017, observándose balances de respuestas del 1% en el segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás). Dicho comportamiento obedeció al incremento de la porción de comerciantes con menos trabajadores (19% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), lo cual no logró ser compensado por el leve aumento de los comerciantes con mayor número de trabajadores (20% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 18. Esta reducción del balance de respuestas se observó tanto en las pequeñas empresas (-1% en 2017-II vs. +1% en 2016-II), como en las medianas empresas (9% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 19.

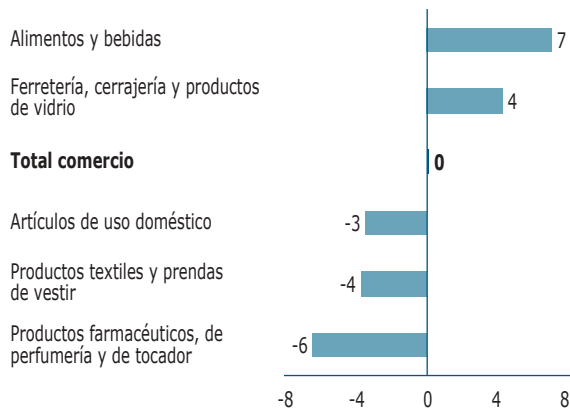
Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales, la mayoría (90%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2017-II (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (7%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (3%).

Las Pymes comerciales señalaron a los altos impuestos como el principal problema que enfrentaron durante el segundo semestre de 2017 (21% vs. 22% un año atrás). La competencia con las grandes superficies alcanzó el segundo lugar del *ranking* con un 21% de las respuestas (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 32. Por tamaño empresarial, las pequeñas se vieron principalmente afectadas por los altos impuestos (22%), mientras que las medianas sufrieron particularmente por la competencia con las grandes superficies (20%), ver gráfico 33.

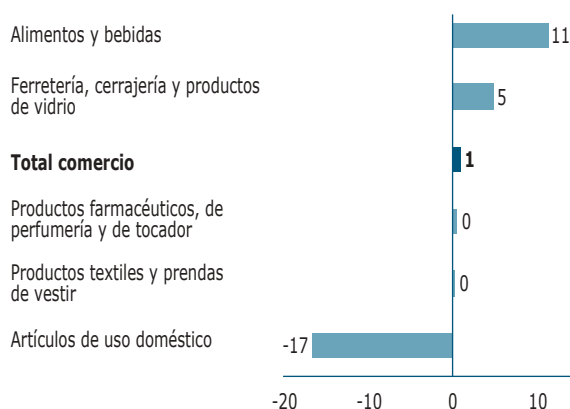
Gráfico 32. Sector comercio: principal problema (%)**Gráfico 33. Sector comercio: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2017 (%)**

Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas*

Gráfico 34. Situación económica general**Gráfico 35. Volumen de ventas****Gráfico 36. Nivel de pedidos recibidos****Gráfico 37. Márgenes**

* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

Gráfico 38. Número de trabajadores**Gráfico 39. Costo de ventas**

• Sector servicios

Al contrario que en los otros dos macrosectores, los empresarios del sector de servicios percibieron mejores niveles en su situación económica general. En efecto, el balance de respuestas llegó al 19% en el segundo semestre de 2017 (vs. 15% un año atrás). Allí se reportaron mayores proporciones en los comerciantes con mejoras en su situación general (40% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), lo cual se vio reforzado por menores registros de empresarios del sector servicios con descensos en dicha variable (21% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráficos 1 y 2. Por tamaño, tanto pequeñas (15% en 2017-II vs. 12% en 2016-II) como medianas empresas (35% en 2017-II vs. 29% en 2016-II) reportaron mejoras en su situación actual, ver gráfico 3.

Al interior del sector servicios, se destacaron por su buen comportamiento los subsectores de asesoramiento empresarial (23%); informática (20%); y actividades de arquitectura e ingeniería (20%). Por el contrario, los subsectores que se situaron por debajo del promedio del sector fueron los de hoteles y restaurantes (14%) y publicidad (18%).

A pesar de lo anterior, el balance de respuestas acerca de las ventas se deterioró levemente hacia niveles del 12% en el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás). Ello obedeció a aumentos

en la porción de empresarios de servicios con menores ventas (25% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), pues el porcentaje de aquellos que aumentaron dicha variable permaneció en el 37%. Por tamaño, se evidenciaron deterioros en las pequeñas empresas (8% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), pero recuperaciones en las medianas (29% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), ver gráficos 4 y 5. El crecimiento promedio anual de las ventas de la mayoría de las empresas Pyme de servicios estuvo entre el 0% y el 10% (60% de las Pymes encuestadas) en el segundo semestre de 2017 (vs. 63% un año atrás), ver gráfico 6.

El balance de respuestas sobre las órdenes de servicios se mantuvo estable en niveles del 12% en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 7). Por tamaño de empresas, se evidenciaron deterioros en dicho balance en las pequeñas (6% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), pero incrementos en las medianas (34% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 8.

El balance de respuestas acerca de los costos de las Pymes de servicios se incrementó hacia el 34% en el segundo semestre de 2017 (vs. 28% un año atrás), ver gráfico 14. Allí se sumaron los efectos de un aumento en la porción de empresarios de servicios con mayores costos (43% en

2017-II vs. 39% en 2016-II), y de un menor porcentaje de encuestados con disminuciones en sus costos (9% en 2017-II vs. 11% en 2016-II). Por tamaño, hubo un aumento en el balance de respuestas acerca de los costos tanto en las pequeñas empresas (33% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), como en las medianas empresas (40% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 15.

Dicho aumento de costos implicó deterioros en el margen, observándose descensos en el balance de respuestas hacia el 7% en el segundo semestre de 2017 (vs. 12% un año atrás), ver gráfico 16. Ello obedeció a la disminución de la porción de empresarios que expandieron sus márgenes (31% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), y al incremento de aquellos que redujeron dicha variable (24% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). Por tamaño, el balance de respuestas acerca del margen de ganancia se redujo para las pequeñas empresas (3% en 2017-II vs. 9% en 2016-II) y las medianas empresas (23% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 17.

El balance de respuestas del número de trabajadores cayó al -2% en el segundo semestre de 2017 (vs. +1% un año atrás), ver gráfico 18. Allí se presentaron incrementos en la proporción de encuestados

con menos trabajadores (20% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), y reducciones en aquellos que contrataron personal (17% en 2017-II vs. 18% en 2016-II). Por tamaño, el balance de respuestas descendió tanto en las pequeñas empresas (-5% en 2017-II vs. -1% en 2016-II), como en las medianas empresas (7% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), ver gráfico 19.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios en el país, la mayoría (91%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (4%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (5%).

Por último, los dos principales problemas que señalaron las Pymes del sector servicios en el segundo semestre de 2017 fueron la competencia (25% vs. 21% en 2016-II) y los altos impuestos (23% vs. 24% en 2016-II). En tercer lugar, se ubicó la falta de demanda (20% vs. 23% en 2016-II), seguido por la rotación de cartera (11% vs. 8% en 2016-II). Tanto las pequeñas (24%) como las medianas empresas (30%) se vieron principalmente afectadas por la competencia, ver gráficos 40 y 41.

Gráfico 40. Sector servicios: principal problema (%)

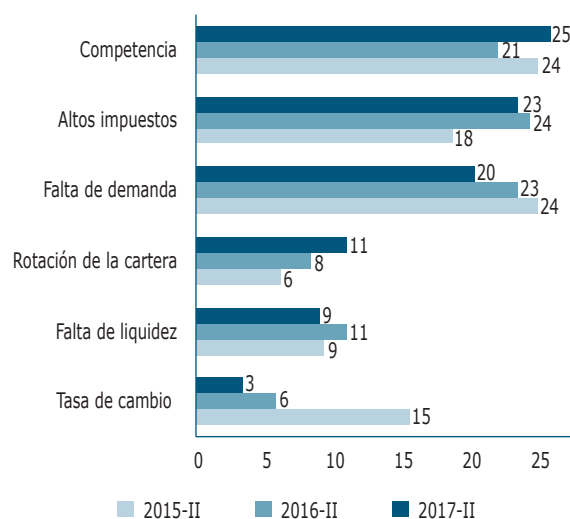
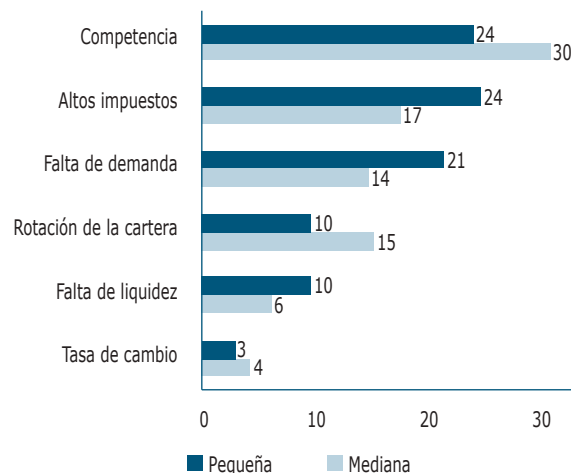


Gráfico 41. Sector servicios: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2017 (%)



Resultados subsectores servicios

Balance de respuestas*

Gráfico 42. Situación económica general

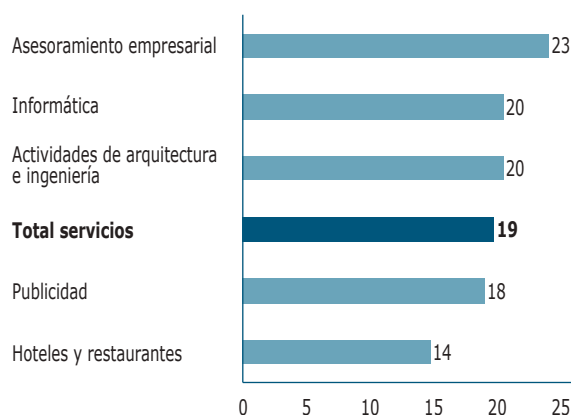


Gráfico 43. Volumen de ventas

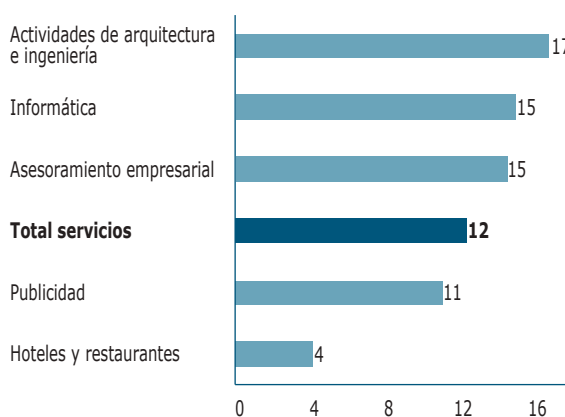


Gráfico 44. Volumen de órdenes de servicios

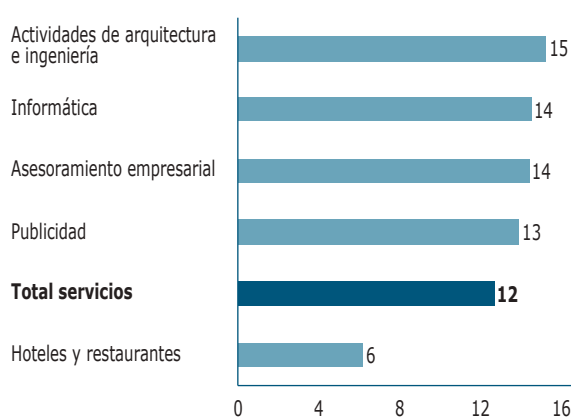


Gráfico 45. Número de trabajadores directos

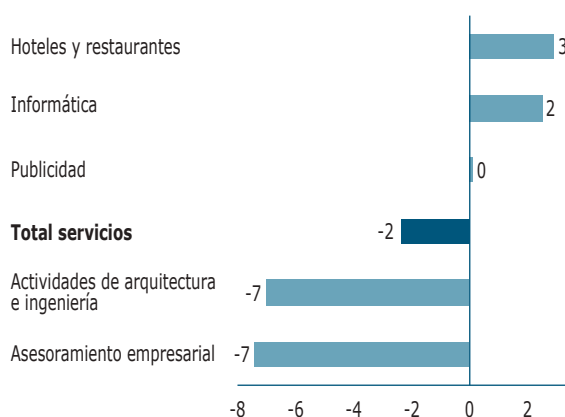
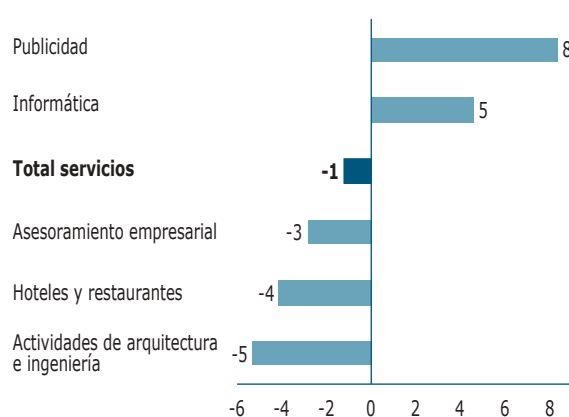


Gráfico 46. Número de trabajadores indirectos



* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

Gráfico 47. Costos de operación

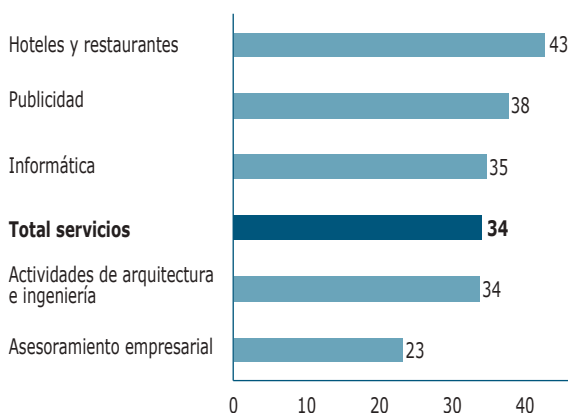
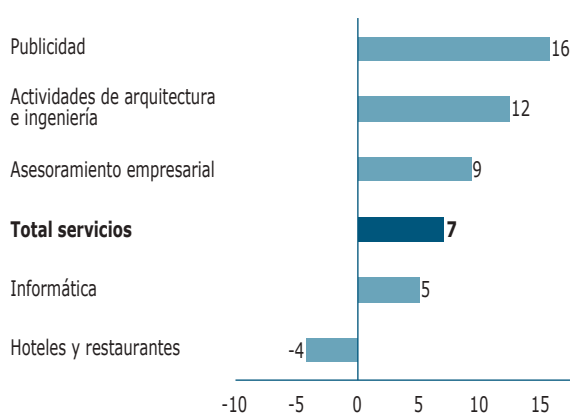


Gráfico 48. Márgenes



Perspectivas

Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas de los empresarios industriales acerca de las expectativas sobre el desempeño general aumentó hacia niveles del 32% para el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás). Allí la porción de industriales que se mostraron optimistas aumentó (43% en 2018-I vs. 39% en 2017-I),

al tiempo que los pesimistas se redujeron (12% en 2018-I vs. 14% en 2017-I), ver gráfico 49. Por tamaño, el balance de respuestas reflejó optimismo tanto en las pequeñas empresas (30% en 2018-I vs. 25% en 2017-I), como en las medianas empresas (37% en 2018-I vs. 23% en 2017-I), ver gráfico 50.

Gráfico 49. Desempeño general de la empresa (%)

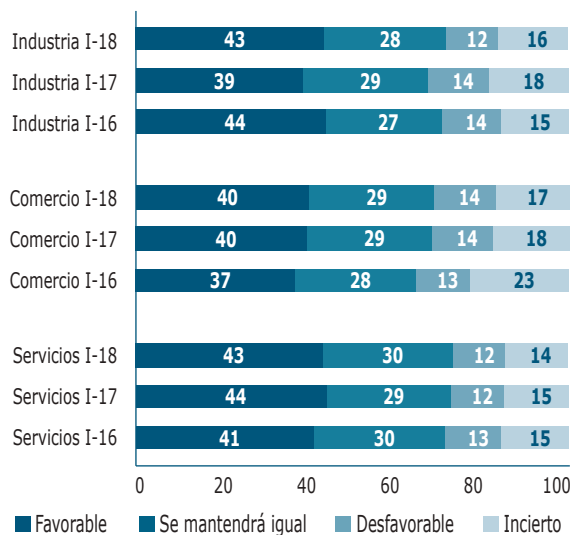
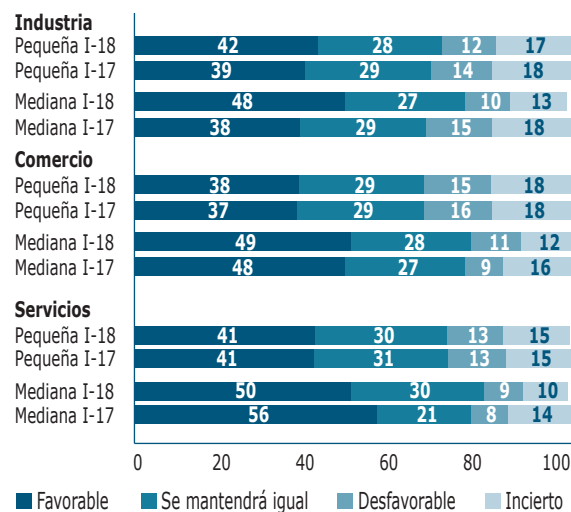


Gráfico 50. Desempeño general por tamaño de empresa (%)



Las expectativas más positivas sobre la situación económica general se observaron en los subsectores de: maquinaria y equipo (con un balance de respuestas del 50%); alimentos y bebidas (43%); y productos de caucho y plástico (34%). Por el contrario, los subsectores de cuero, calzado y marroquinería (8%); productos minerales no metálicos (11%); prendas de vestir (26%); y productos textiles (30%) mostraron expectativas menos positivas (ver gráfico 55).

Los empresarios también fueron optimistas con sus expectativas de producción industrial, pues su balance de respuestas se incrementó hacia el 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 29% un año atrás), ver gráfico 51. Ello obedeció a una menor proporción de empre-

sarios con descensos en su nivel de expectativas de producción industrial (14% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), pues la porción de industriales con mejores registros de esta variable se mantuvo inalterada en el 45%. Por tamaño, las empresas pequeñas no alteraron su balance de respuestas acerca del nivel de producción (29%), mientras que las empresas medianas vieron incrementar dicho balance (36% en 2018-I vs. 30% en 2017-I).

De manera similar, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos se incrementó hacia el 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás), ver gráfico 52. Allí se vieron incrementos en la porción de industriales con aumentos en el número de pedidos (45% en 2018-I vs. 43% en 2017-I),

Gráfico 51. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)

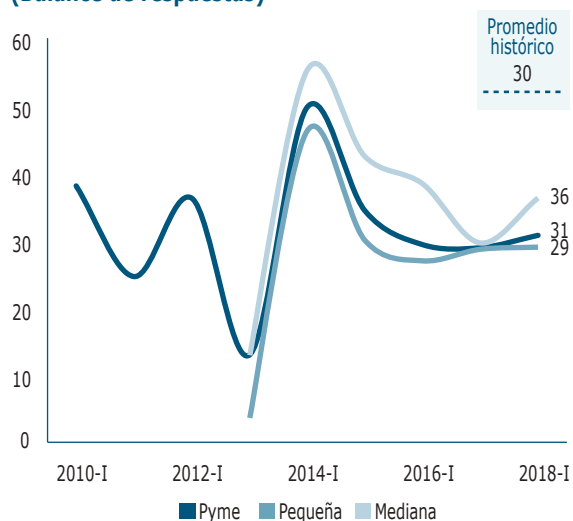


Gráfico 52. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

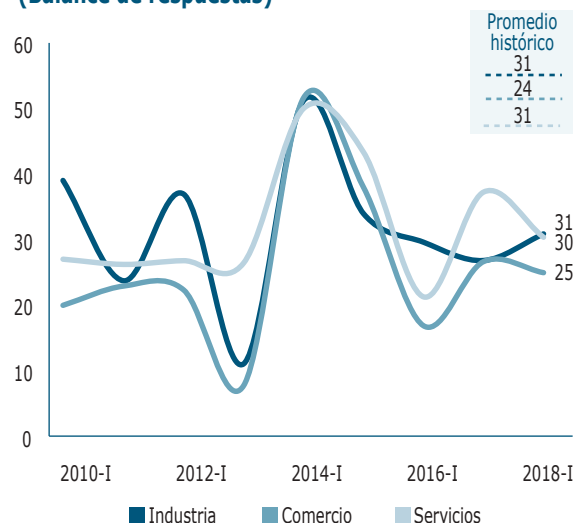


Gráfico 53. Expectativas de pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

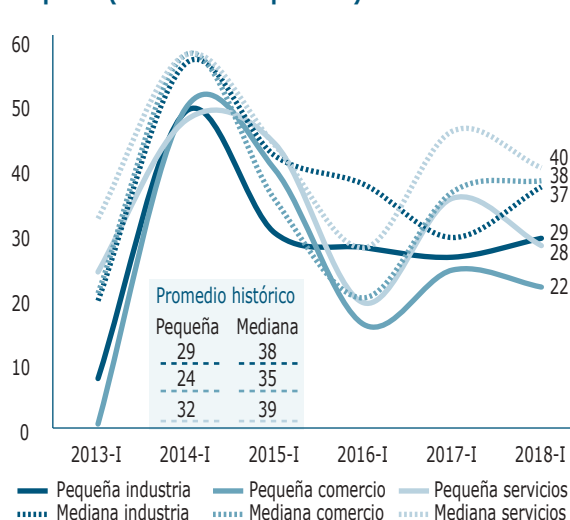
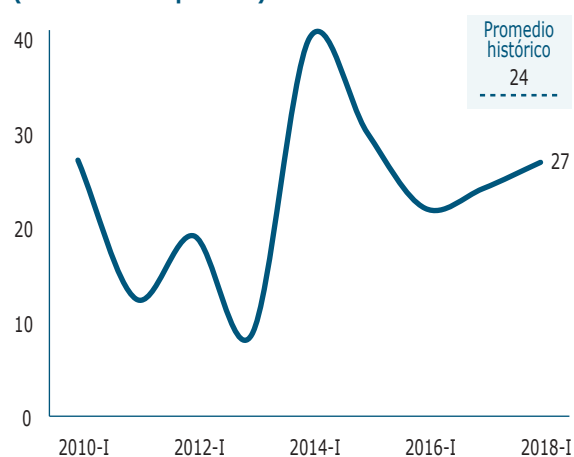


Gráfico 54. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



efecto reforzado por descensos en la proporción de empresarios con desmejoras en dicha variable (14% en 2018-I vs. 16% en 2017-I). Por tamaño, el balance de respuestas aumentó tanto para pequeñas empresas (29% en 2018-I vs. 26% en 2017-I), como para las medianas empresas (37% en 2018-I vs. 29% en 2017-I), ver gráfico 53.

Al interior de la industria, los subsectores de muebles (44% en el balance de respuestas) y prendas de vestir (39%) se mantienen como los más optimistas con respecto a su nivel de producción. Por el contrario, los sectores de productos de cuero, calzado y marroquinería (-5%); productos minerales no metá-

licos (11%); y productos textiles (14%) se destacan por tener las expectativas menos favorables (ver gráfico 56).

Por último, dado el optimismo en las expectativas sobre situación económica general, producción industrial y pedidos, el balance de respuestas acerca de la inversión en maquinaria y equipo aumentó hacia el 27% en el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás). Allí hubo incrementos en la proporción de industriales que esperaban aumentar la inversión (36% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), a lo que se sumó la reducción en aquellos que esperaban disminuir dicha variable (9% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 54.

Resultados subsectores industria

Balance de respuestas*

Gráfico 55. Situación económica general



Gráfico 56. Volumen de producción



Gráfico 57. Nivel de pedidos recibidos



Gráfico 58. Inversión en maquinaria y equipo



* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

Gráfico 59. Ventas



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de las empresas de comercio se mantuvo estable en niveles del 26% para el primer semestre de 2018 (ver gráfico 49). Allí se mantuvieron estables tanto la porción de comerciantes con mejores expectativas (40%), como la proporción de aquellos que esperaban peores registros (14%). Por tamaño, las pequeñas empresas mantuvieron su balance de respuestas estable (22%), mientras que las medianas empresas lo redujeron (38% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), ver gráfico 50.

Al desagregar las respuestas por subsectores, encontramos que dentro de los más optimistas están

los de productos farmacéuticos, de perfumería y de tocador (32% en el balance de respuestas), junto con los artículos de uso doméstico (30%), en ambos casos superando el promedio del sector (26%). Por el contrario, el subsector de productos textiles y prendas de vestir (22%) tuvo el balance de respuestas más bajo entre todos los subsectores, ver gráfico 62.

El balance de respuestas sobre las expectativas de ventas de los comerciantes se mantuvo estable en niveles del 26% en el primer semestre de 2018. Dicha estabilidad se mantuvo tanto en las empresas pequeñas (23%) como en las medianas empresas (36%), ver gráficos 60 y 61.

Gráfico 60. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)

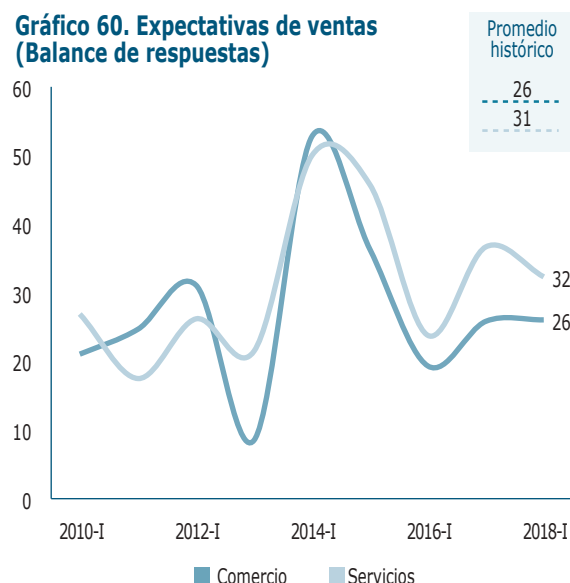
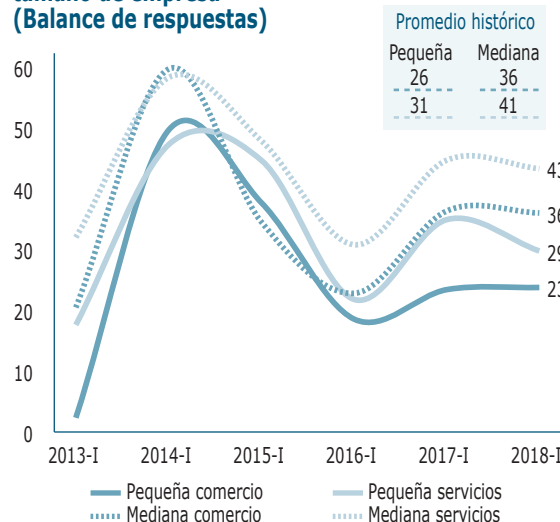


Gráfico 61. Expectativas de ventas por tamaño de empresa (Balance de respuestas)



En el caso de los pedidos, el balance de respuestas de las Pymes del sector se redujo hacia el 25% en el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás). Ello obedeció a la disminución en la proporción de comerciantes con incrementos en su volumen de pedidos (41% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), pues la

porción de aquellos con descensos en dicha variable permaneció en niveles del 16%. Por tamaño, el balance de respuestas se redujo en las pequeñas empresas (22% en 2018-I vs. 24% en 2017-I), mientras que se mantuvo estable para las medianas empresas (38%), ver gráficos 52 y 53.

Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas*

Gráfico 62. Situación económica general



Gráfico 63. Volumen de ventas



Gráfico 64. Nivel de pedidos recibidos



* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

• Sector servicios

A diferencia de lo ocurrido en los otros dos macrosectores, el balance de respuestas acerca de las expectativas sobre el desempeño general en servicios se redujo levemente hacia el 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás). Dicho comportamiento obedeció a la reducción en la proporción de empresarios con visiones optimistas sobre su situación general (43% en 2018-I vs. 44% en 2017-I), pues aquellos que esperaban peores registros permanecieron en niveles del 12% (ver gráfico 49). Por tamaño, se observa que el balance de respuestas disminuyó en las empresas medianas (41% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), mientras que aumentó levemente en las empresas pequeñas (29% en 2018-I vs. 28% en 2017-I), ver gráfico 50.

Dentro del sector de servicios, los subsectores de actividades de informática (39%), y actividades de arquitectura e ingeniería (34%) presentaron el mayor optimismo en los balances de respuestas. Por el contrario, los subsectores de hoteles-restaurantes (25%) y asesoramiento empresarial (29%) presentaron un balance de respuestas inferior al reportado en el promedio total del sector (31%).

Las expectativas de pedidos de los empresarios de servicios experimentaron descensos en su balance de respuestas hacia el 30% para el primer semestre de 2018 (vs. 37% un año atrás), ver gráfico 52. Ello se debió a la disminución en la porción de empresarios con mayor volumen de pedidos (44% en 2018-I vs. 49% en 2017-I), y al incremento en la proporción de encuestados con descensos en dicha variable (13% en 2018-I vs. 12% en 2017-I). Por tamaño, el balance de respuestas disminuyó tanto para las pequeñas empresas (28% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), como para las medianas empresas (40% en 2018-I vs. 45% en 2017-I), ver gráfico 53.

De manera similar, el balance de respuestas sobre las expectativas de ventas descendió hacia el 32% en el primer semestre de 2018 (vs. 37% un año atrás), ver gráfico 60. Ello obedeció a los descensos en la porción de empresarios con mayores ventas (46% en 2018-I vs. 50% en 2017-I), lo cual se vio reforzado por leves incrementos en la proporción de encuestados con menores ventas (14% en 2018-I vs. 13% en 2017-I). Por tamaño, el balance de respuestas decreció tanto en las pequeñas empresas (29% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), como en las medianas empresas (43% en 2018-I vs. 44% en 2017-I), ver gráfico 61.

Resultados subsectores servicios

Balance de respuestas*

Gráfico 65. Situación económica general

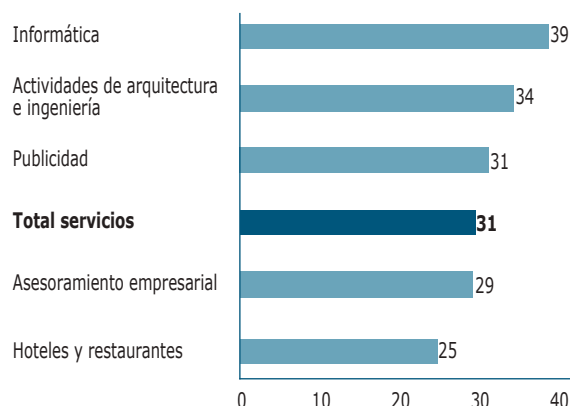
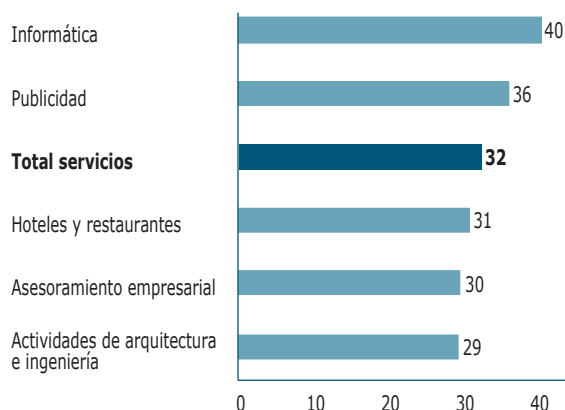
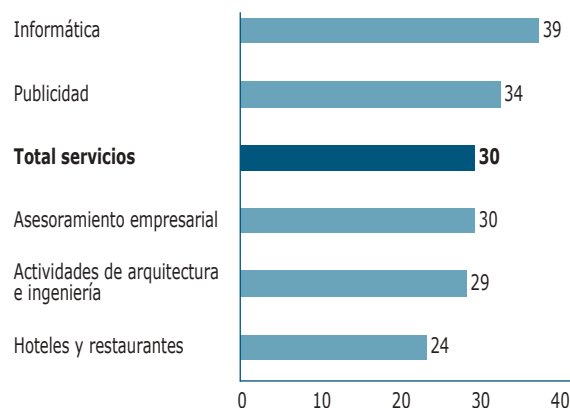


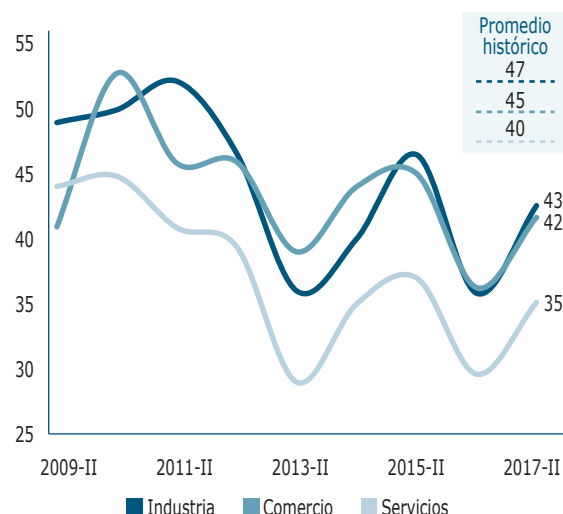
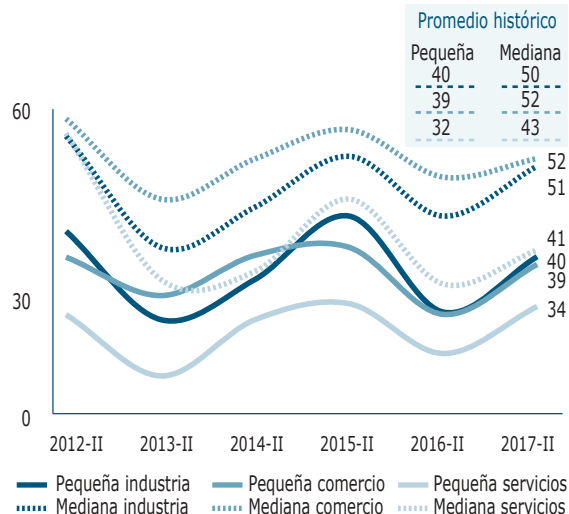
Gráfico 66. Volumen de ventas**Gráfico 67. Volumen de órdenes de servicios**

* % Respuestas positivas – % Respuestas negativas

Financiamiento

En el sector industrial, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero se incrementó hacia el 43% en el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás). Ello se explica tanto por expansiones en la porción de empresas pequeñas con acceso al crédito (40% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), como en las medianas (51% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), ver gráficos 68 y 69.

Algo similar ocurrió en el sector comercio, donde el porcentaje de Pymes que solicitaron crédito se incrementó al 42% en el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás). Ello se dio por incrementos tanto en la porción de las empresas pequeñas (39% en 2017-II vs. 33% en 2016-II) como en la de las empresas medianas (52% en 2017-II vs. 50% en 2016-II) que aumentaron sus solicitudes.

Gráfico 68. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)**Gráfico 69. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)**

Asimismo, en el sector servicios, el porcentaje de Pymes que demandaron crédito se incrementó al 35% en el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás). Allí, tanto pequeñas (34% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) como medianas empresas (41% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) incrementaron sus solicitudes de crédito.

En el sector industrial sobresalió el subsector de productos de caucho y plástico por presentar el porcentaje de solicitud de crédito más alto (55%), seguido por alimentos y bebidas (49%), mientras

que el subsector de muebles (27%) fue el de menor solicitud de crédito. En comercio, los porcentajes de solicitud fueron similares entre subsectores, pero sobresalieron los productos de ferretería-cerrajería (51%) y los productos de textiles-prendas de vestir (43%). El acceso más bajo en comercio fue en el subsector de productos farmacéuticos (35%). En el sector servicios, las actividades de arquitectura e ingeniería (47%) y publicidad (40%) fueron las que más créditos pidieron, mientras que el subsector de asesoramiento empresarial presentó el porcentaje más bajo de solicitudes (27%).

Gráfico 70. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado?
(% de respuestas afirmativas)

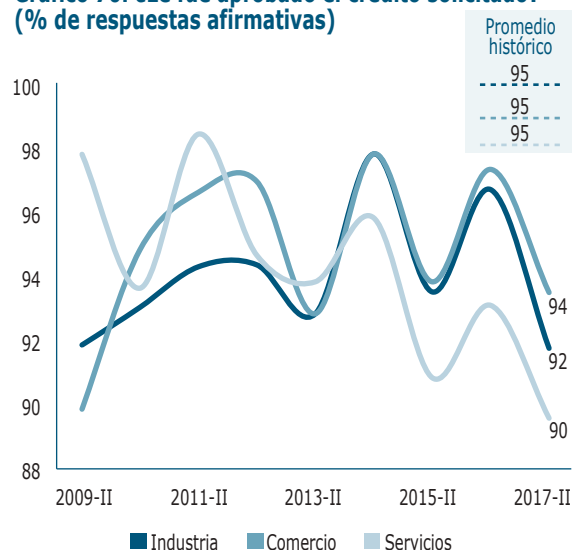


Gráfico 71. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado?
(% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

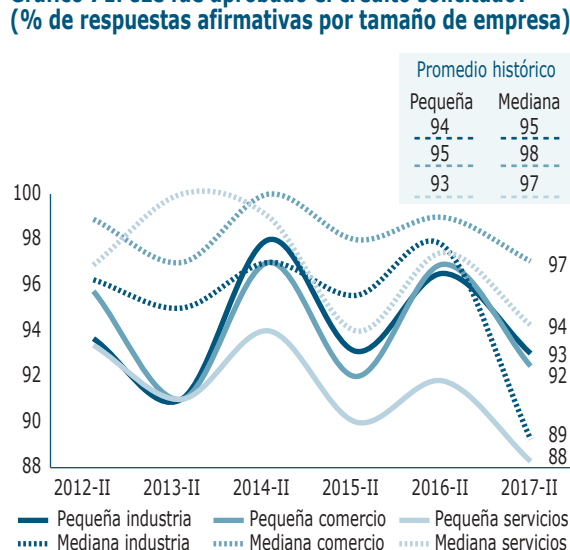
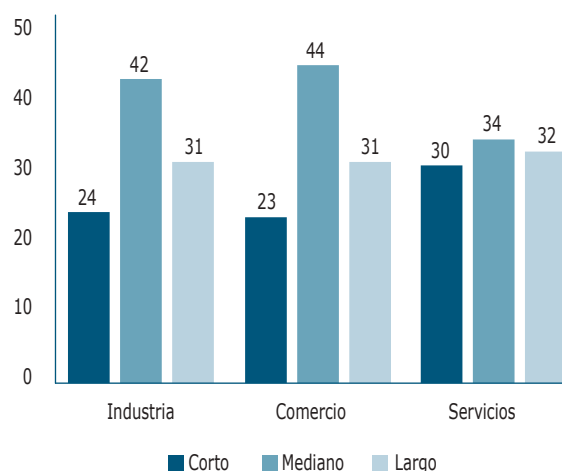
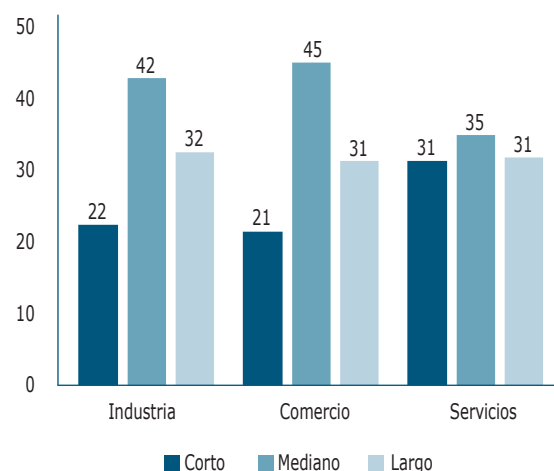


Gráfico 72.

a. ¿A qué plazo le fue aprobado el crédito?
(%)



b. ¿A qué plazo había solicitado el crédito?
(%)



Durante el segundo semestre de 2017 se evidenció una ligera caída en las tasas de aprobación de los créditos en los sectores de industria (92% en 2017-II vs. 97% en 2016-II), comercio (94% en 2017-II vs. 98% en 2016-II) y servicios (90% en 2017-II vs. 93% en 2016-II), aunque dicha aprobación se mantiene en niveles elevados (ver gráfico 70). Por tamaño de empresa, las pequeñas superaron la tasa de aprobación de las medianas en el sector industrial (93% pequeña vs. 89% mediana), mientras que en los sectores de comercio (92% pequeña vs. 97% mediana) y servicios (88% pequeña vs. 94% mediana) ocurrió lo contrario (ver gráfico 71).

Para las Pymes de industria, el plazo con mayores solicitudes y aprobaciones fue el crédito a mediano plazo (42% solicitado vs. 42% aprobado), ver gráfico 72. A ello le siguieron los créditos a largo plazo (32% solicitado vs. 31% aprobado) y a corto plazo (22% solicitado vs. 24% aprobado). En el sector comercio, la mayor proporción fue solicitada y aprobada a mediano plazo (45% solicitado vs. 44% aprobado), seguida por el largo plazo (31% solicitado vs. 31% aprobado) y el corto plazo (21% solicitado vs. 23% aprobado). En el caso del sector servicios, la mayor proporción solicitó y recibió créditos a mediano plazo (35% solicita-

Gráfico 73. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?
(% de respuestas afirmativas)

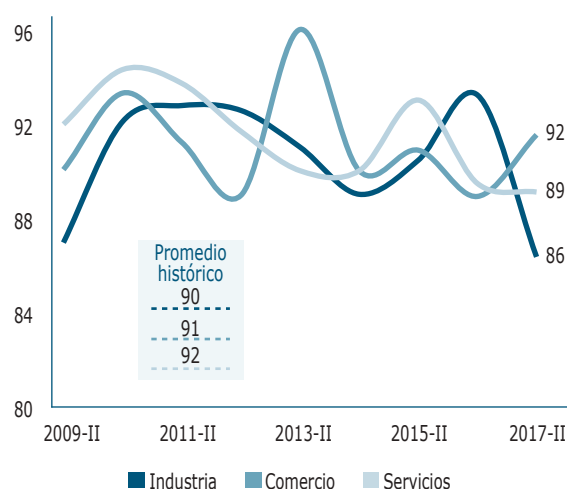


Gráfico 74. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?
(% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

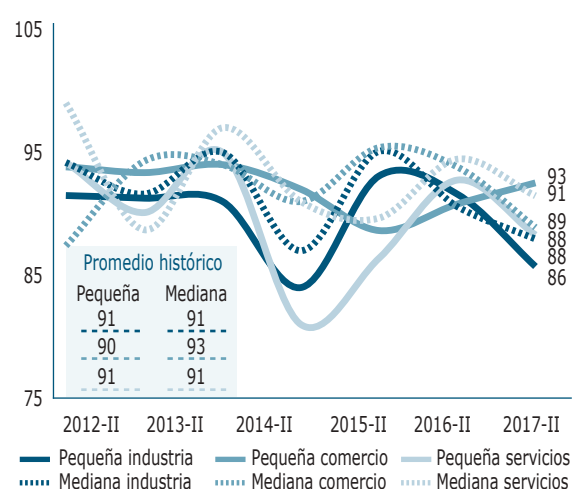


Gráfico 75. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

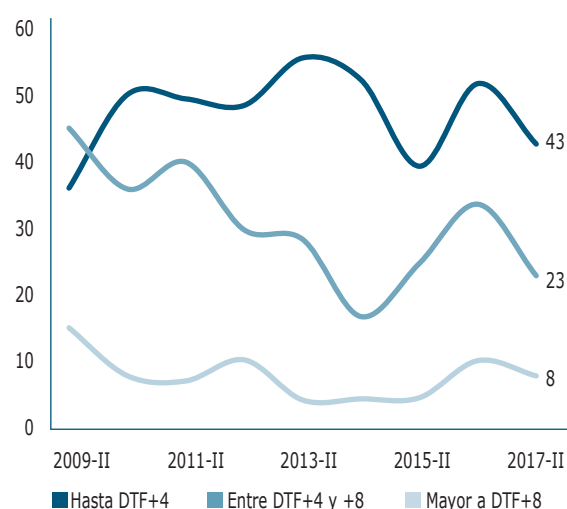
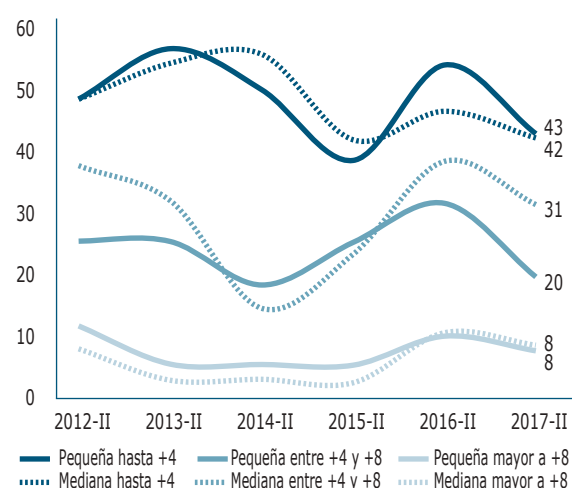


Gráfico 76. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)



do vs. 34% aprobado), seguidos por las solicitudes a largo plazo (31% solicitado vs. 32% aprobado) y corto plazo (31% solicitado vs. 30% aprobado).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado (satisfacción con el monto de crédito obtenido), se presentaron descensos en el sector de industria (86% en 2017-II vs. 93% en 2016-II). Dicha variable aumentó en el comercio (92% en 2017-II vs. 89% en 2016-II) y se mantuvo estable en servicios (89%), ver gráfico 73. Por tamaño de empresa, en los sectores de

industria (86% pequeña vs. 88% mediana) y servicios (88% pequeña vs. 91% mediana) las pequeñas tuvieron menos satisfacción sobre los créditos aprobados, mientras que en el sector comercio (93% pequeña vs. 89% mediana) ocurrió lo contrario, ver gráfico 74. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en el país.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados al sector de industria fue de hasta DTF+4

Gráfico 77. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

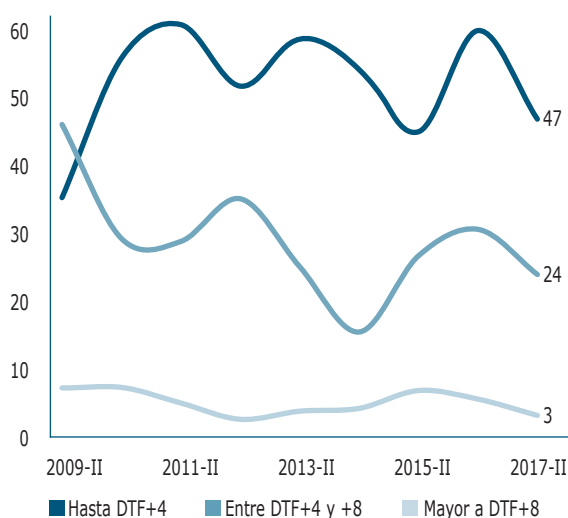


Gráfico 78. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)

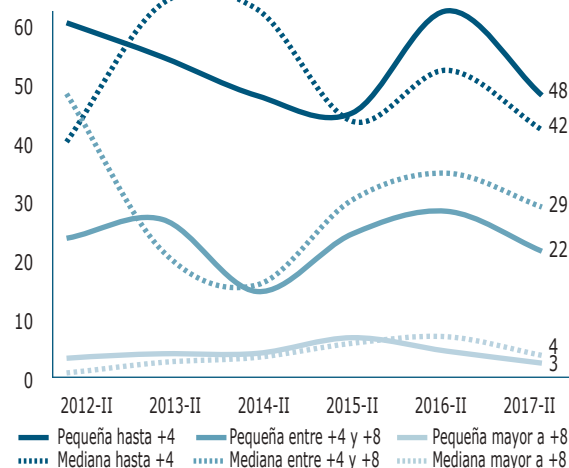


Gráfico 79. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

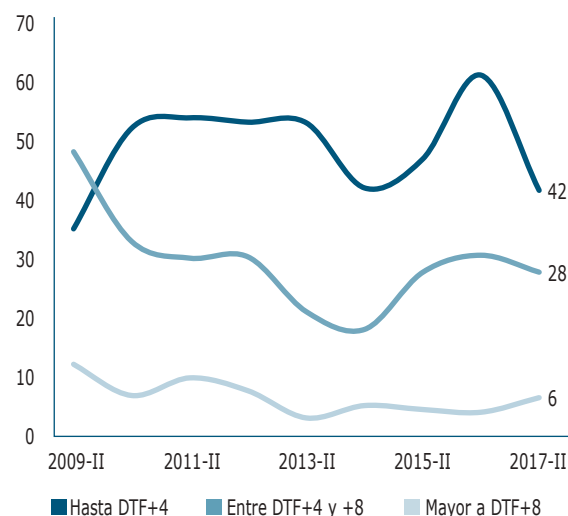
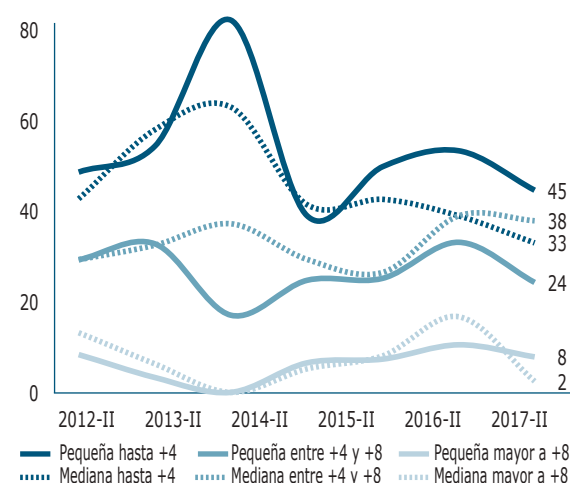


Gráfico 80. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)



puntos (43% en 2017-II vs. 52% en 2016-II). A ello les siguieron los créditos a tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (23% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), y por encima de DTF+8 puntos (8% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 75. Por tamaño, no se observaron diferencias en el costo de los créditos, pues la mayoría fue otorgada a DTF+4 puntos para ambos tipos de empresas (43% pequeña vs. 42% mediana), ver gráfico 76.

En el sector comercio, el rango de tasa más común en los créditos otorgados fue de hasta DTF+4 pun-

tos (47% en 2017-II vs. 60% en 2016-II). A ello les siguieron los créditos a tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (24% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), y por encima de DTF+8 puntos (3% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 77. Por tamaño de empresa, no se observaron diferencias sustanciales en el costo de los créditos, pues la mayoría fue otorgada a DTF+4 puntos para ambos tipos de empresas (48% pequeña vs. 42% mediana), ver gráfico 78.

Asimismo, el rango de tasa más común en los créditos otorgados en el sector servicios fue de hasta

Gráfico 81. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

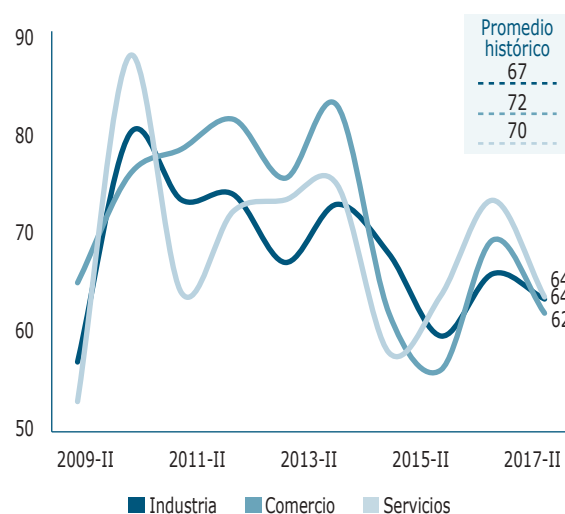


Gráfico 82. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

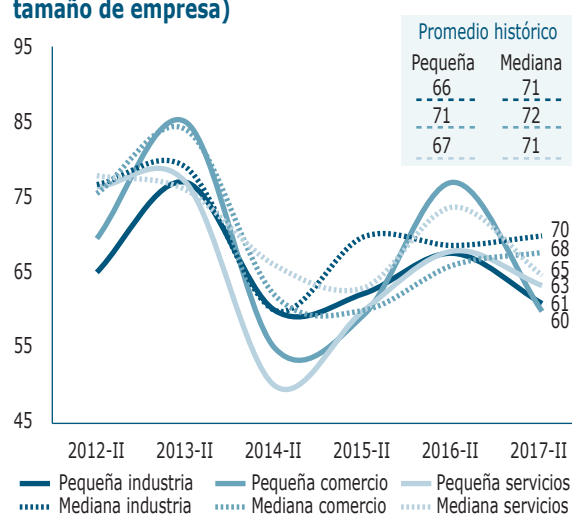


Gráfico 83. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

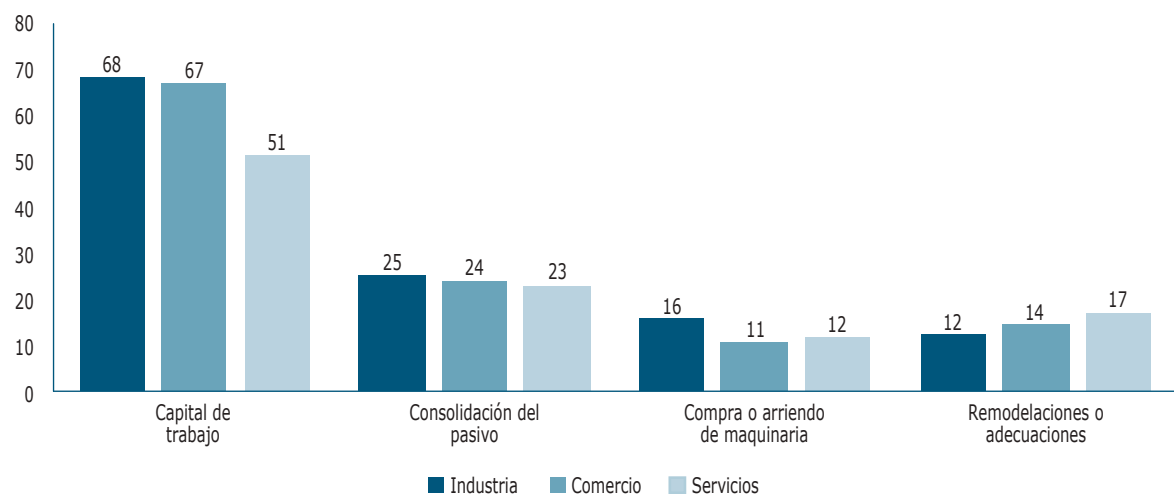
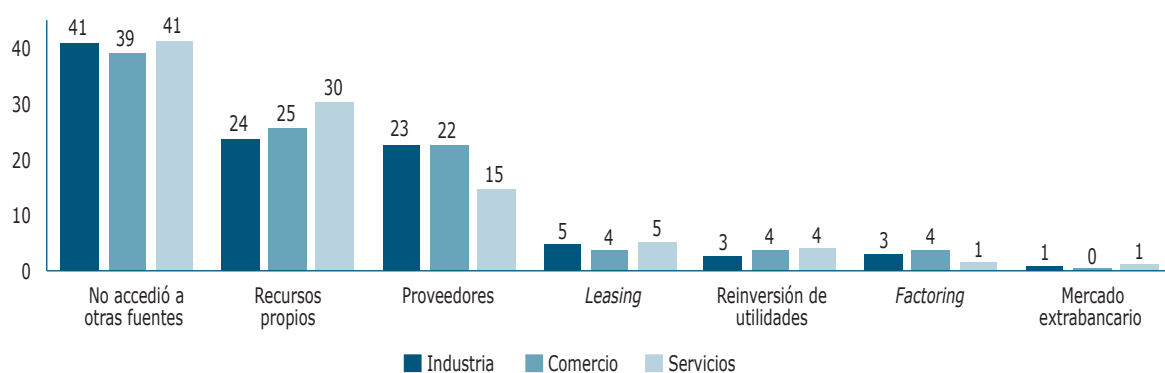
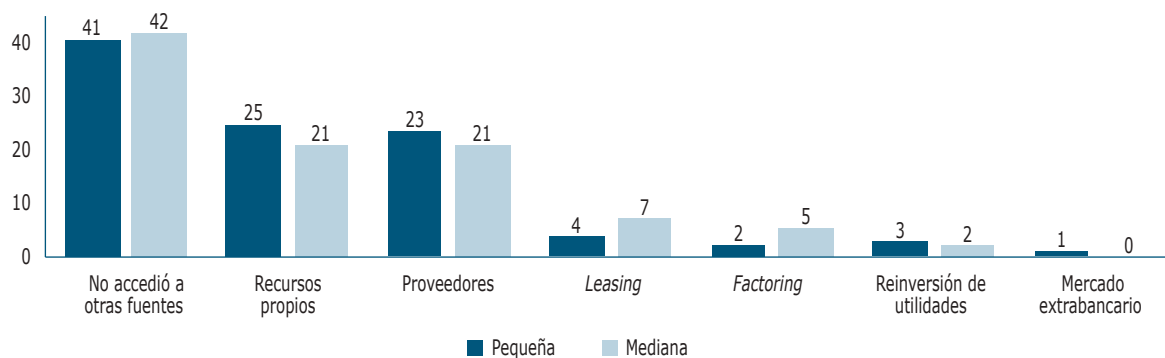
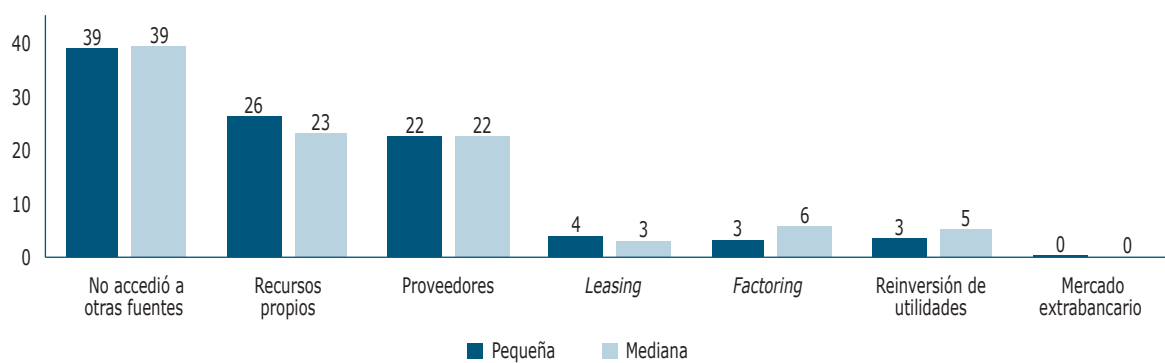
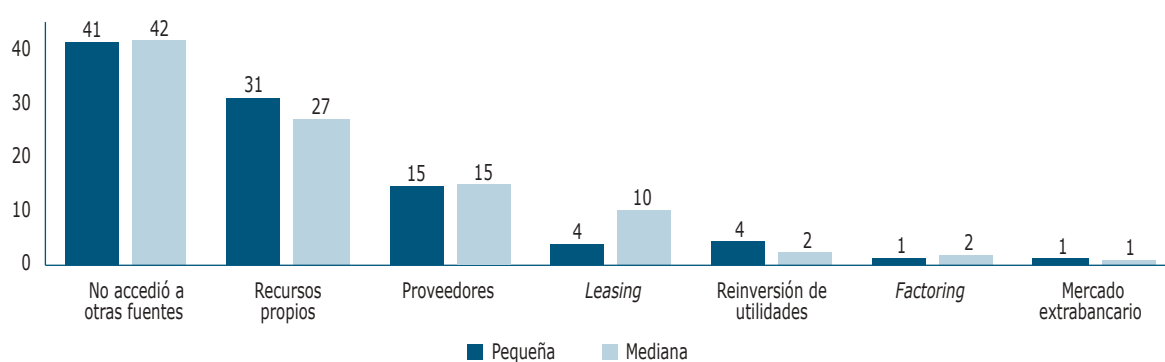


Gráfico 84. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**a. Industria (%)****b. Comercio (%)****c. Servicios (%)**

DTF+4 puntos (42% en 2017-II vs. 61% en 2016-II). A ello les siguieron los créditos a tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (28% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), y por encima de DTF+8 puntos (6% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), ver gráfico 79. Por tamaño, se observaron algunas diferencias en el costo de los créditos, pues para las pequeñas empresas la mayoría fue otorgada a DTF+4 puntos (45% pequeña vs. 33% mediana), mientras que, en las medianas, la mayoría se otorgó a tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (24% pequeña vs. 38% mediana) ver gráfico 80.

La satisfacción respecto a la tasa de interés se redujo en los sectores de industria (64% en 2017-II vs. 68% en 2016-II), comercio (62% en 2017-II vs. 74% en 2016-II) y servicios (64% en 2017-II vs. 69% en 2016-II), ver gráfico 81. Por tamaño de empresa, las pequeñas tuvieron menores niveles de satisfacción que las medianas en los sectores de industria (61% pequeña vs. 70% mediana), comercio (60% pequeña vs. 68% mediana) y servicios (63% pequeña vs. 65% mediana), ver gráfico 82.

La mayoría de las Pymes usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo en el segundo semestre de 2017 (68% industria, 67% comercio y 51% servicios), seguido de usos relacionados con la consolidación del pasivo (25% industria, 24% comercio y 23% servicios), ver gráfico 83. El tercer destino más popular de los recursos fue la compra o arriendo de maquinaria para el sector industrial (16%), y las remodelaciones o adecuaciones para el comercio (14%) y los servicios (17%).

Una parte importante de las Pymes no accedió a fuentes alternativas de financiamiento durante el segundo semestre de 2017 (41% industria, 39% comercio y 41% servicios). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los tres macrosectores (24% industria, 25% comercio y 30% servicios), seguidos de los proveedores (23% industria, 22% comercio y 15% servicios). Por su parte, el *leasing*, la reinversión de utilidades, el *factoring* y el mercado extra bancario no superaron el 5% de las respuestas para ningún macrosector, ver gráfico 84. Por tamaño, no se observa una diferencia significativa en las tendencias de solicitudes de créditos externos al sistema financiero. En efecto, en los sectores de industria (41% pequeñas vs. 42% medianas), comercio (39% pequeñas y medianas) y servicios (41% pequeñas vs. 42% me-

dianas) se observaron proporciones similares que no accedieron a fuentes alternativas de crédito. Los recursos propios fueron la fuente alternativa de crédito preferida por las empresas pequeñas y medianas en los sectores de industria (25% pequeña vs. 21% mediana), comercio (26% pequeña vs. 23% mediana) y servicios (31% pequeña vs. 27% mediana).

Se les preguntó a los empresarios Pyme 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 (95% industria-comercio y 96% servicios), ver gráfico 85.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (74% industria, 76% comercio y 70% servicios). La segunda razón en los tres macrosectores está asociada a los elevados costos financieros (7% industria, 8% comercio y 11% servicios), seguida por el exceso de trámites (7% industria-comercio y 10% servicios), ver gráfico 86. Por tamaño de empresa, las pequeñas afirmaron no necesitar dicho financiamiento en menor medida que las medianas en los sectores de industria (72% pequeña vs. 83% mediana), comercio (74% pequeña vs. 83% mediana) y servicios (67% pequeña vs. 83% mediana).

Gráfico 85. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)

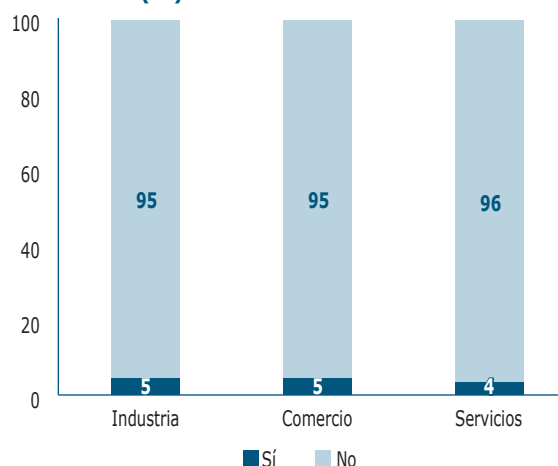
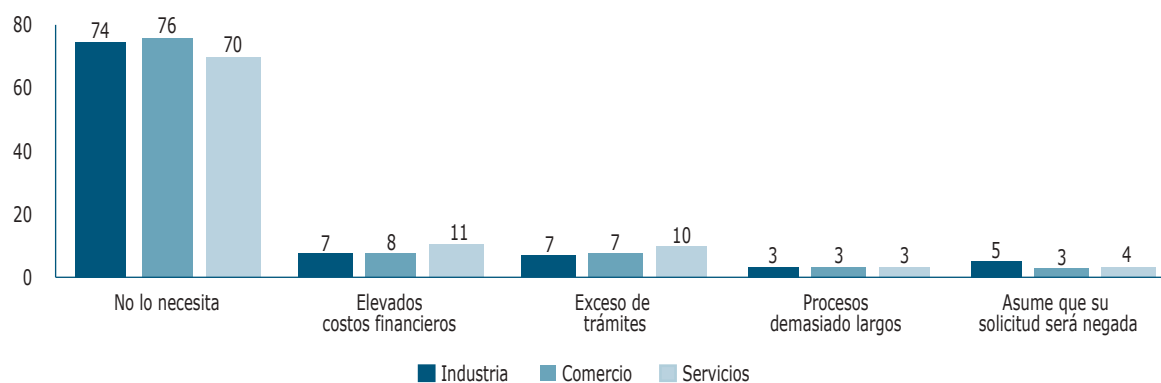
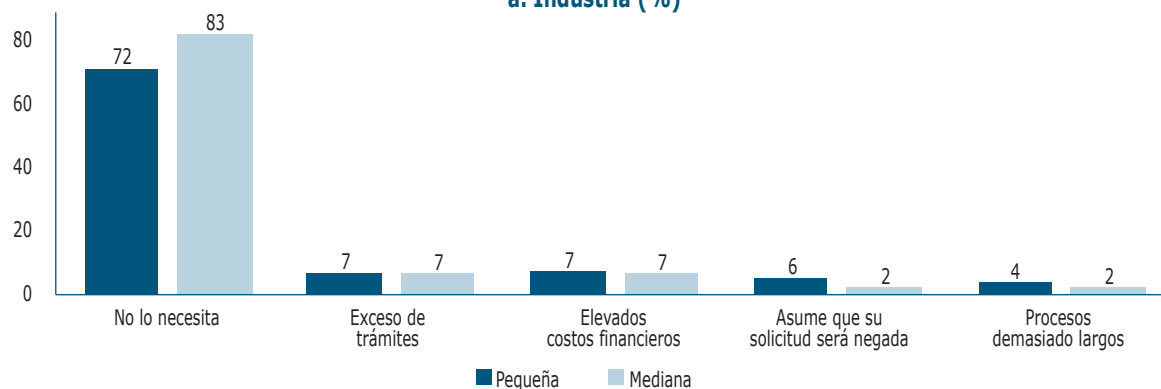
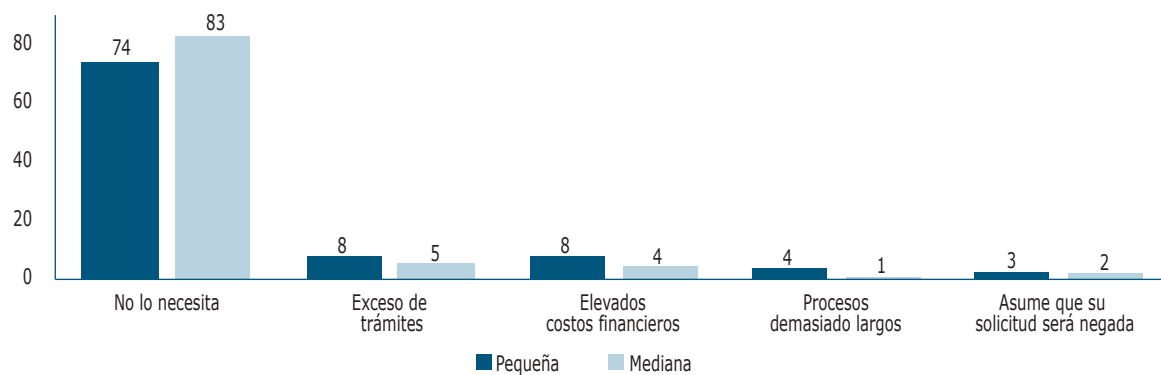
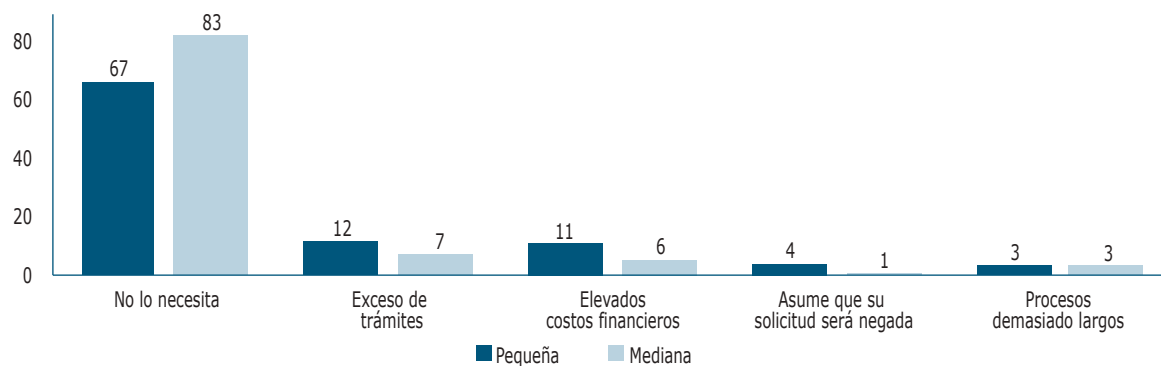


Gráfico 86. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)**a. Industria (%)****b. Comercio (%)****c. Servicios (%)**

Acciones de mejoramiento

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes del país fue capacitar al personal (35% industria-comercio y 38% servicios). En segundo lugar, se situó obtener una certificación de calidad (20% industria, 14% comercio y 24% servicios). En tercer lugar, se situó diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (13% industria, 12% comercio y 12% servicios), seguido de diversificar o ampliar sus mercados fuera de Colombia (5% industria, 2% comercio y 2% servicios).

El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los sectores

El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los sectores

Gráfico 87. Acciones de mejoramiento (%)

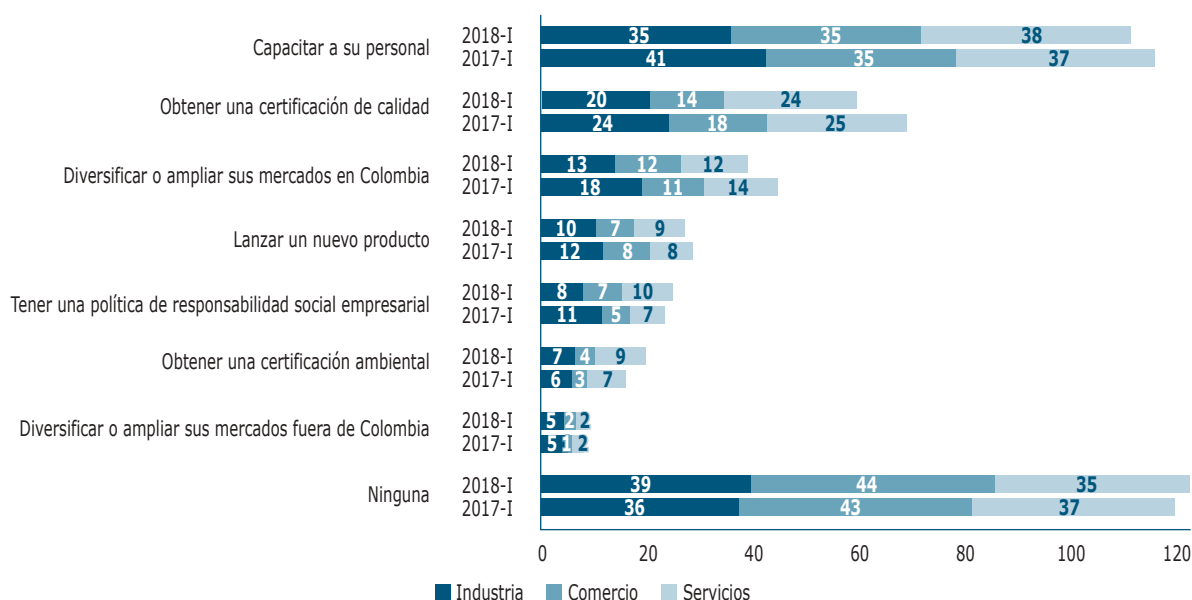
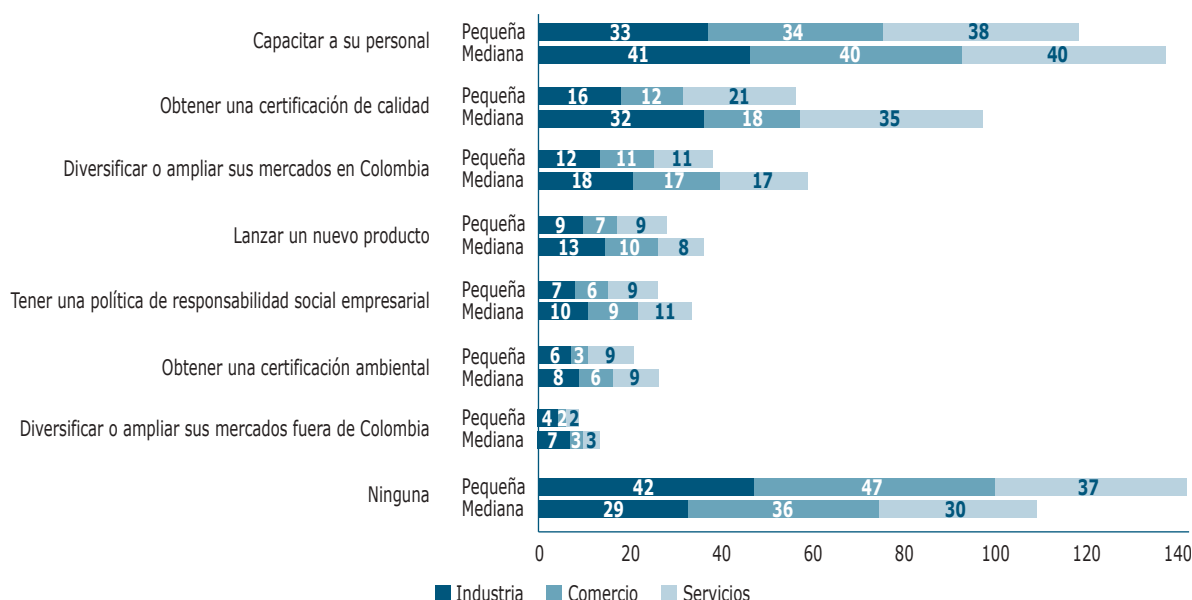


Gráfico 88. Acciones de mejoramiento por tamaño de empresa en el primer semestre de 2018 (%)



de industria (39% en 2018-I vs. 36% en 2017-I) y comercio (44% en 2018-I vs. 43% en 2017-I). En cambio, dicha proporción se redujo en el sector de servicios (35% en 2018-I vs. 37% en 2017-I). Por tamaño de empresa, la proporción de pequeñas

que no realizaron ninguna acción de mejoramiento superó a la de las medianas en los sectores de industria (42% pequeña vs. 29% mediana), comercio (47% pequeña vs. 36% mediana) y servicios (37% pequeña vs. 30% mediana), ver gráfico 88.

Capital social

El gráfico 89 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes del país tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (95% en 2017-II vs. 85% en

2016-II), comercio (97% en 2017-II vs. 85% en 2016-II) y servicios (95% en 2017-II vs. 86% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (11% industria, 9% comercio y 17% servicios), alcaldías

Gráfico 89. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%)

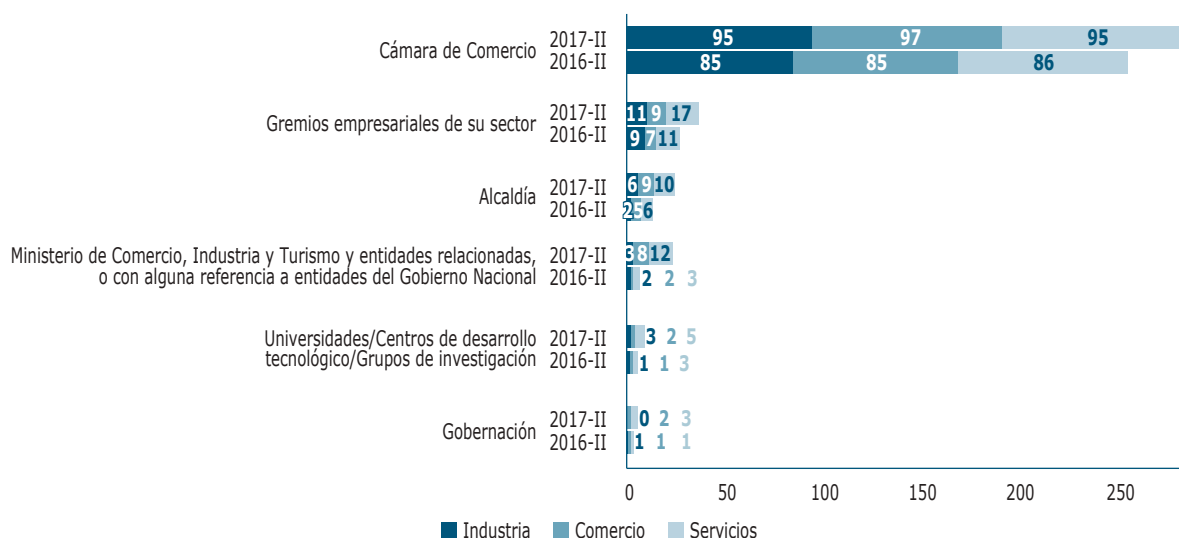
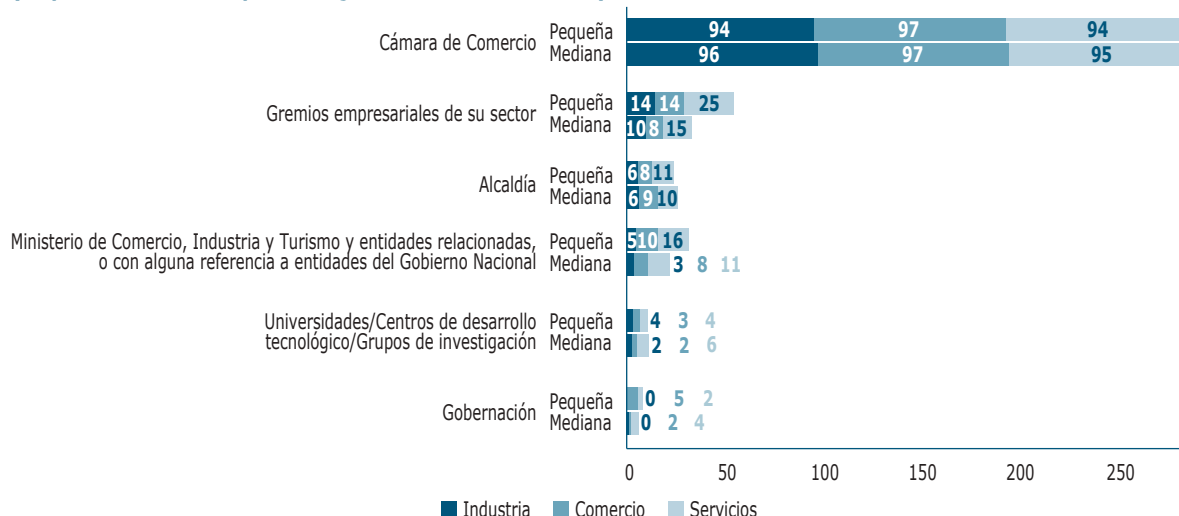


Gráfico 90. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (% por tamaño de empresa; segundo semestre de 2017)



(6% industria, 9% comercio y 10% servicios) y entidades del Gobierno Nacional (3% industria, 8% comercio y 12% servicios). Por tamaño de empresa, se observan resultados similares, donde la principal relación se dio con las cámaras de comercio en los sectores de industria (94% pequeña vs. 96% mediana), comercio (97% pequeña y mediana) y servicios (94% pequeña vs. 95% mediana), ver gráfico 90.

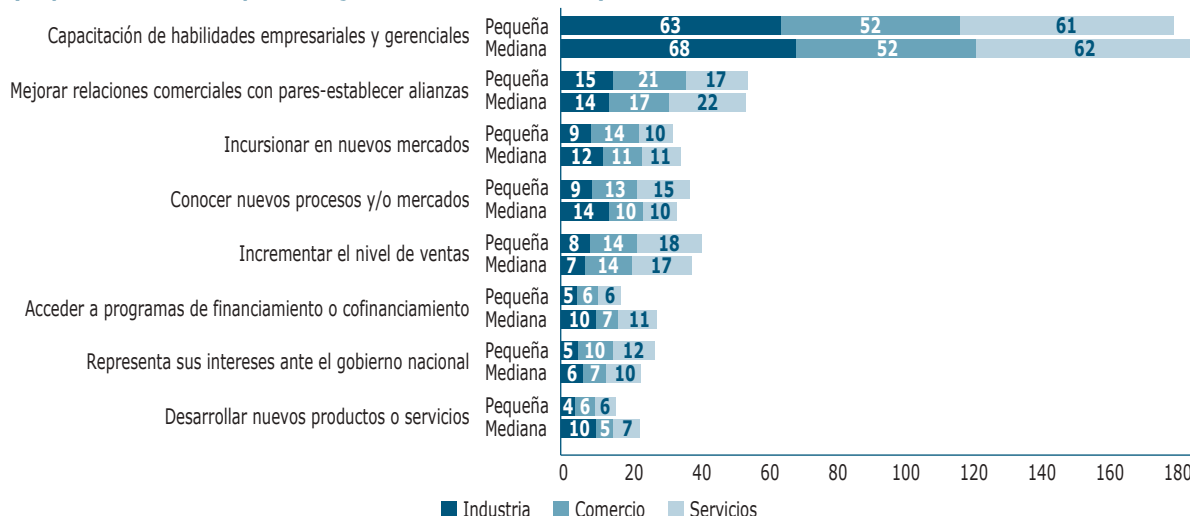
El gráfico 91 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (65% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), comercio (52% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) y servicios (61% en 2017-II vs. 46% en 2016-II). A

ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar relaciones comerciales y establecer alianzas (15% industria, 20% comercio y 18% servicios), incursionar en nuevos mercados (10% industria, 13% comercio y 10% servicios), conocer nuevos procesos o mercados (10% industria, 12% comercio y 14% servicios) e incrementar el nivel de ventas (8% industria, 14% comercio y 18% servicios). Por tamaño de empresas, las pequeñas parecen recibir menores beneficios derivados de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (63% pequeña vs. 68% mediana) y servicios (61% pequeña vs. 62% mediana), mientras que en el sector comercio no se evidencia diferencia por tamaño de empresa (52%), ver gráfico 92.

Gráfico 91. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)



Gráfico 92. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (% por tamaño de empresa; segundo semestre de 2017)



Preguntas coyunturales

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos, junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 93 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (11% industria, 10% comercio y 11% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente elevada en los tres macrosectores (67% industria, 79% comercio y 52% servicios).

Gráfico 93. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)

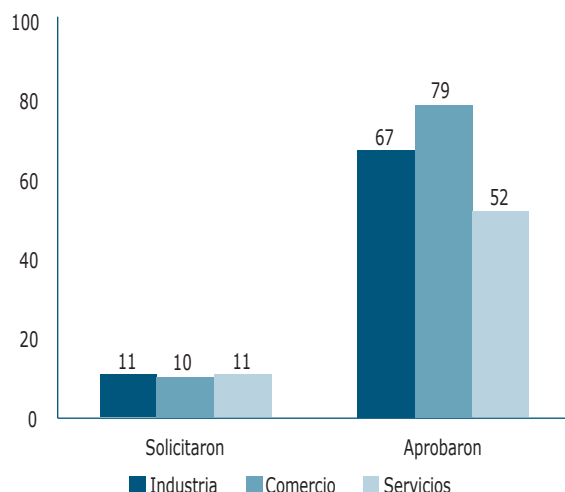
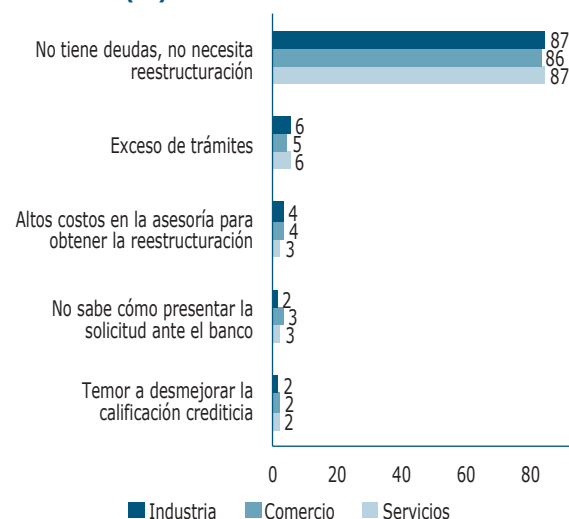


Gráfico 94. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)



cio y 52% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (87% industria, 86% comercio y 87% servicios), ver gráfico 94. Con porcentajes menores le siguieron el exceso de trámites (6% industria, 5% comercio y 6% servicios), los altos costos de asesoría (4% industria-comercio y 3% servicios), el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (2% industria, 3% comercio-servicios) y el temor a desmejorar la calificación crediticia (2% industria-comercio-servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 95 muestra cómo menos de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (19% industria, 16% comercio y 17% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales en los casos de industria (85%), comercio (72%) y servicios (74%), ver gráfico 96. En los sectores de industria y comercio, el modo de contratación principal fue bajo contrato a término.

no fijo (54% industria y 39% comercio), seguido por contratos por prestación de servicios (26% industria y 34% comercio) y a término indefinido (20% industria y 27% comercio). En el sector de servicios la mayor porción de contrataciones se hizo mediante prestación de servicios (41%), seguida por contratos a término fijo (31%) y a término indefinido (28%), ver gráfico 97. Finalmente, sobre los salarios que devengaban los trabajadores venezolanos frente a sus pares colombianos, casi un tercio de los sectores de industria (27%), comercio (31%) y servicios (36%) afirmó pagar salarios inferiores a los inmigrantes (ver gráfico 98).

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (79% industria, 85% comercio y 77% servicios), ver gráfico 99. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos

Gráfico 95. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

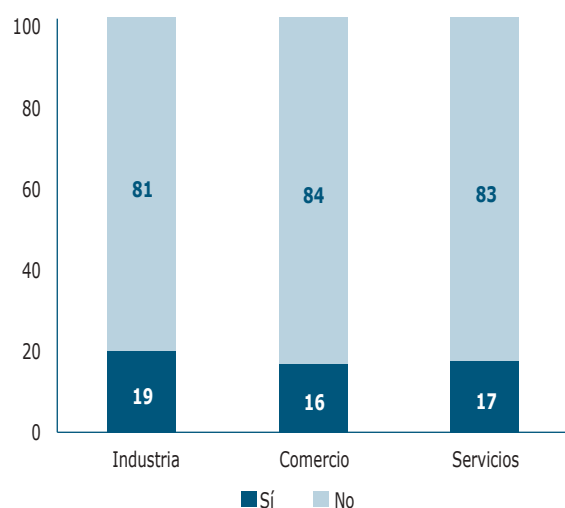


Gráfico 96. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

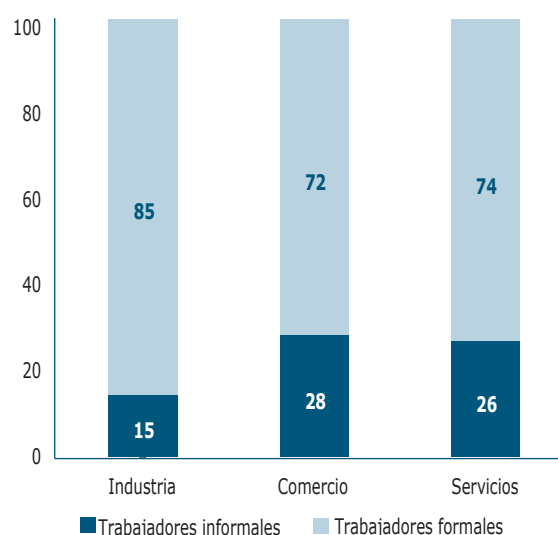


Gráfico 97. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

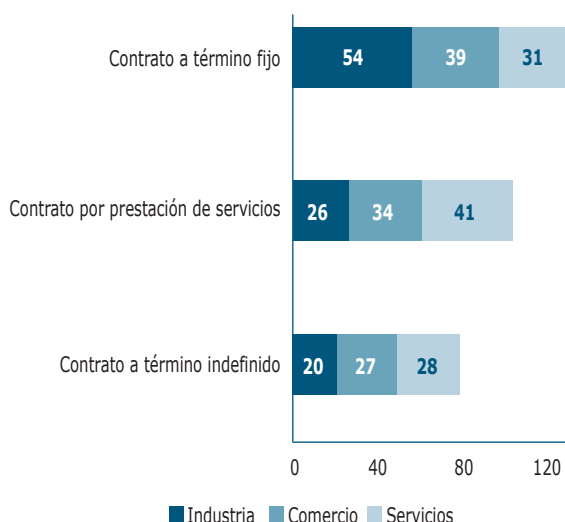
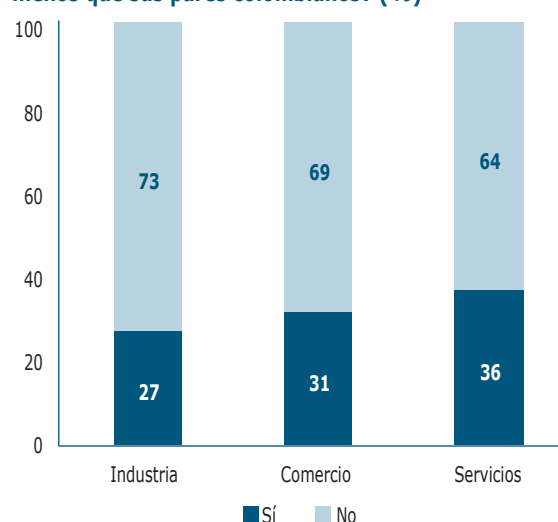


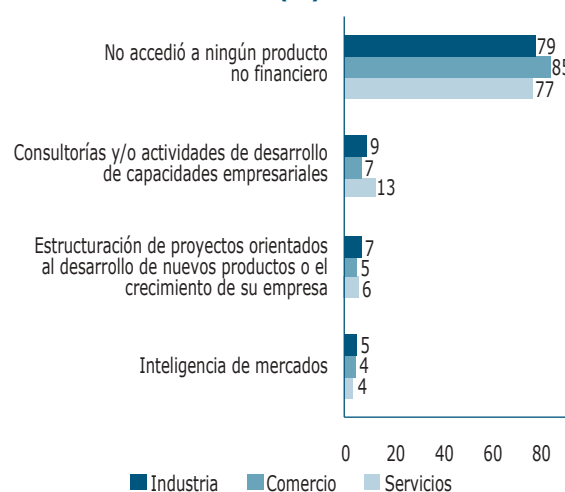
Gráfico 98. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)



se focalizaron en consultorías (9% industria, 7% comercio, 13% servicios), estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (7% industria, 5% comercio y 6% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (5% industria y 4% comercio-servicios).

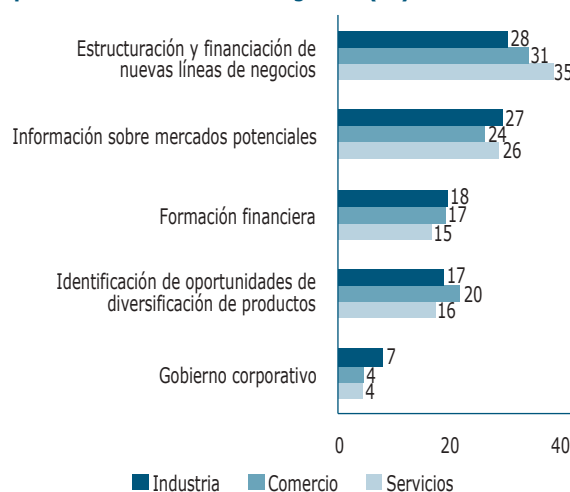
Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porcio-

Gráfico 99. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



nes significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 100. Los encuestados de los tres macrosectores mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (28% industria, 31% comercio y 35% servicios), la información sobre mercados potenciales (27% industria, 24% comercio y 26% servicios) y la formación financiera (18% industria, 17% comercio y 15% servicios).

Gráfico 100. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)

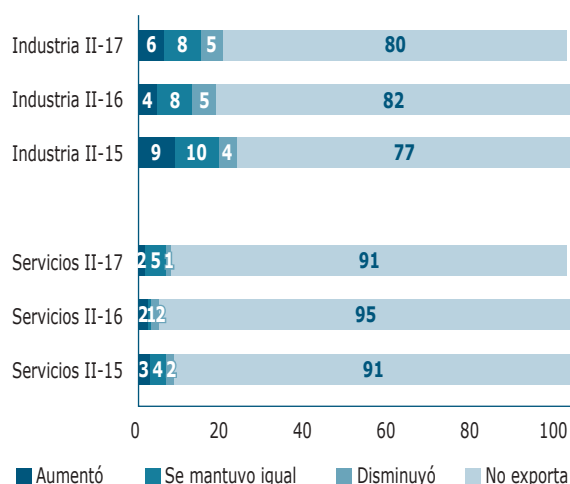


Comercio exterior

El gráfico 101 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial en el país (con valores del 80% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 82% en 2016-II). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dio una leve expansión de la proporción con incrementos en sus exportaciones (6% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), mientras que la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas se mantuvo inalterada (5%).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se redujo levemente hacia el 91% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 95% un año atrás). Ello se vio acompañado de un decrecimiento en la porción de empresarios de servicios con disminuciones en sus exportaciones (1% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), mientras que la

Gráfico 101. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



porción con ascensos en dichas ventas se mantuvo estable (2%).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar durante el segundo semestre de 2017 fue el poco interés en dichas ventas externas (43%). A ello le siguió considerar que no tienen productos exportables (22%) y no contar con información sobre el mercado internacional (12%), ver gráfico 102. En los empresarios de servicios primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (57%), seguido por la ausencia de interés en exportar (22%) y fallencias de información (7%). Nótese cómo todo lo anterior se da a pesar de que casi la mitad de la

muestra encuestada cuenta con planes de internacionalización (47% industria y 44% comercio), ver gráfico 103.

Prospectivamente, se esperan cambios menores en dicha baja vocación exportadora de las Pymes del país. El gráfico 104 muestra cómo un 75% de las Pymes industriales no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 81% un año atrás). Ello es consistente con un leve aumento en la porción de industriales que preveían incrementar sus ventas externas (10% en 2018-I vs. 9% en 2017-I) y con leves descensos en aquellos que esperaban disminuirlas (2% en 2018-I vs. 3% en 2017-I). Por su parte, en el sector de servicios, el

Gráfico 102. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 103. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

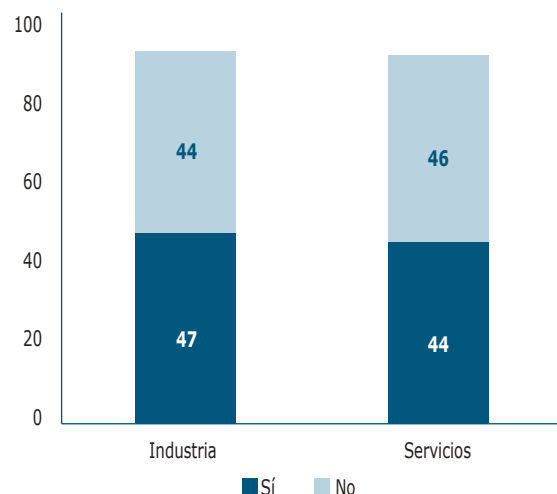


Gráfico 104. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

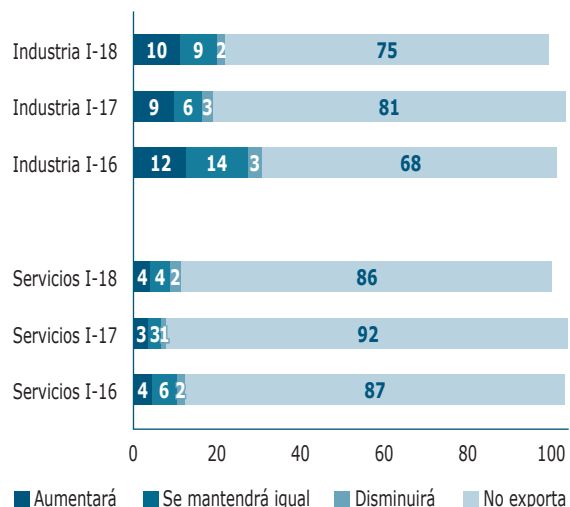
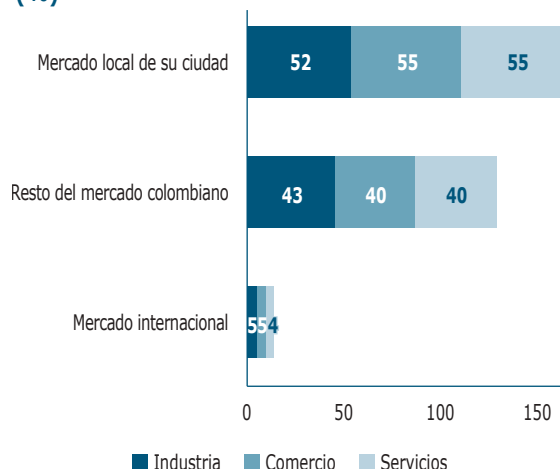


Gráfico 105. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



86% de las Pymes de servicios no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 92% un año atrás). Allí se evidenciaron ascensos marginales en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (4% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), aunque también se dio un leve incremento en aquellos industriales que esperaban disminuir sus niveles de ventas externas (2% en 2018-I vs. 1% en 2017-I).

También 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 industria (52%), comercio (55%) y servicios (55%) se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 105. A dicho mercado le siguieron las ventas al resto del mercado colombiano (43% industria, 40% comercio-servicios) y al mercado internacional (5% industria-comercio y 4% servicios).

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 106 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 70%-80%

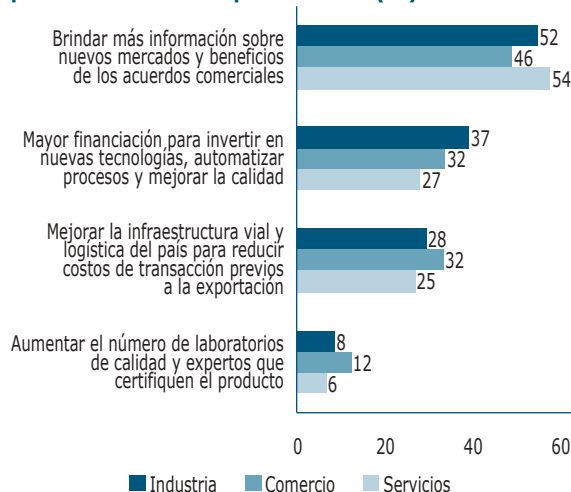
de la muestra no exporta). Sin embargo, dentro de la porción de la muestra que sí exporta, se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados que den margen de ganancia a la empresa (13% industria, 6% comercio y 7% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (7% industria, 3% comercio y 6% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (6% industria, 2% comercio-servicios); y obtener la certificación del producto (4% industria, 2% comercio-servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar más información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (52% industria, 46% comercio y 54% servicios), ver gráfico 107. La segunda respuesta más popular fue mayor financiación para incrementar la productividad (37% industria, 32% comercio y 27% servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (28% industria, 32% comercio y 25% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (8% industria, 12% comercio y 6% servicios).

Gráfico 106. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



Gráfico 107. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)





LA GRAN ENCUESTA PYME

INDICADOR PYME ANIF - IPA

LECTURA NACIONAL

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 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 2018, el IPA se recuperó hacia valores de 61, pasando del plano denominado como "regular" al "bueno" (ver gráfico 108). Así, este indicador presentó un ascenso de 7 unidades con respecto al valor reportado en la anterior medición de la Encuesta, marcando el primer incremento de consideración desde el inicio de la desaceleración económica durante 2014-2017, derivada del fin del súper ciclo de los precios de *commodities*.

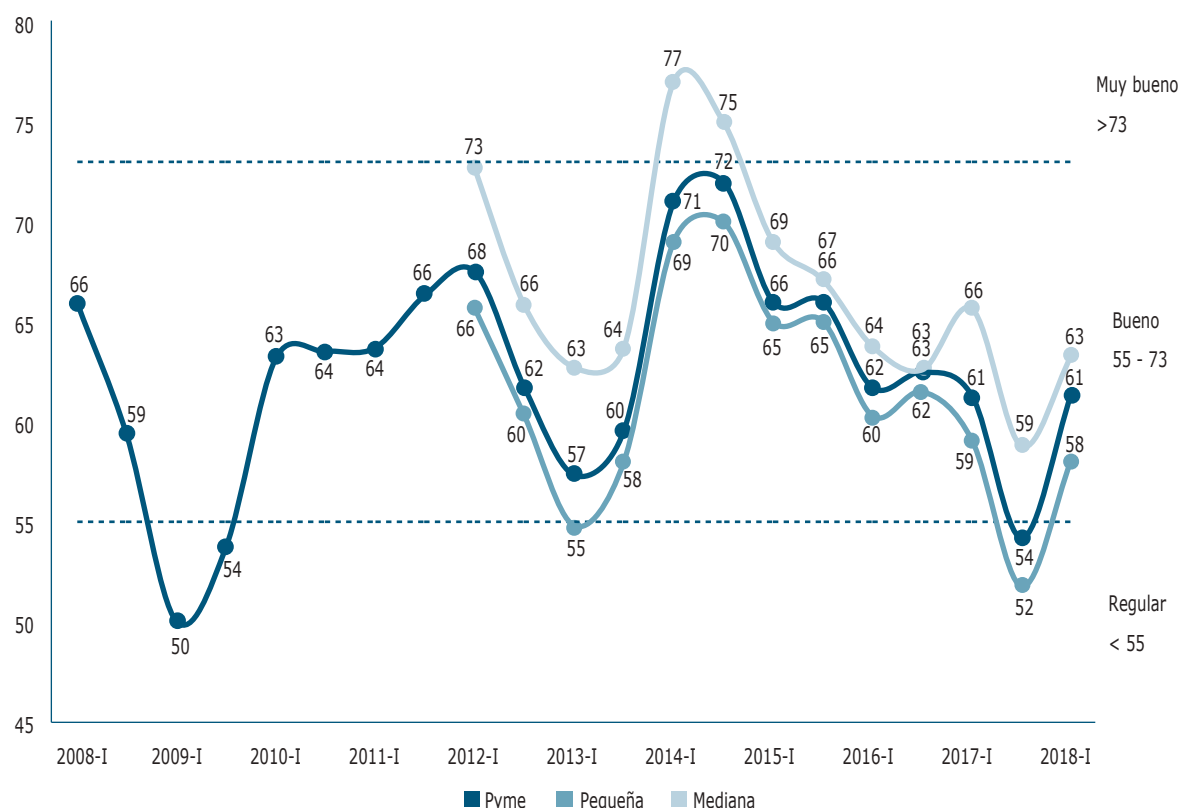
Adicionalmente, se incluyó la diferenciación del IPA por tamaño de empresa, como se viene haciendo desde el primer semestre de 2012. Los resultados indican que ambos tamaños de empresa rebotaron en sus lecturas del primer semestre de 2018. En efecto, el IPA de las empresas pequeñas alcanzó valores de 58 puntos (vs. 52 puntos en la última medición), mientras que las medianas se ubicaron en 63 (vs. 59 en la última medición). Nótese cómo ello implicó que tanto las empresas pequeñas como las medianas se situaran en la franja de "buen" ambiente de negocios.

La recuperación del IPA obedeció principalmente a las mejores lecturas en el balance de respuestas acerca de la situación económica actual en industria (8% en 2017-II vs. -21% en 2017-I), comercio (8% en 2017-II vs. -24% en 2017-I) y servicios (19% en 2017-II vs. -5% en 2017-I). En lo concerniente a las expectativas, se observó relativa estabilidad en los sectores de industria (32% en 2018-I vs. 30% en 2017-II) y comercio (26%

en 2018-I vs. 26% en 2017-II), mientras que se dieron deterioros en servicios (31% en 2018-I vs. 40% en 2017-II).

Todo lo anterior es consistente con una moderada recuperación económica durante 2018, donde Anif estima un crecimiento del PIB-real del 2.3% para dicho año, superando el pobre desempeño del 1.8% observado durante 2017.

Gráfico 108. Indicador Pyme Anif-IPA
(Histórico de situación económica y ventas; y expectativas de desempeño general y ventas)



FICHA TÉCNICA NACIONAL

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 \$391 millones 402 mil y \$23.437 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$948 millones y \$18.932 millones, o número de empleados entre 11 y 200.

CUBRIMIENTO

Nacional (18 departamentos)

TIPO DE MUESTREO

Estratificado por sector y subsector económico, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

1.791 empresas encuestadas.

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Pequeñas	359	409	431	1.199
Medianas	182	196	214	592
Total	541	605	645	1.791

MARGEN DE ERROR

Menor al 5% a nivel de los macrosectores y al 15% a nivel de los subsectores.

FRECUENCIA

Semestral.

MEDICIÓN

Marzo – Junio de 2018.

REALIZADO POR

Cifras & Conceptos S.A.

COMITÉ TÉCNICO

CONFECÁMARAS

Julián Domínguez, Clara Ramírez y Margalida Murillo

BANCÓLDEX

María José Naranjo, Gustavo Montes y Elkin Preciado

BANCO DE LA REPÚBLICA

Eliana González y María Alejandra Hernández

FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS

Iván Ruiz, Juan Romero y Viviana Cisneros

ANIF

Alejandro Vera, Nelson Vera, Daniel Beltrán, Juan Diego Londoño y Juan Pablo Valencia

CIFRAS & CONCEPTOS S.A.

César Caballero y María Victoria Pineda

INFORMES

avera@anif.com.co • nvera@anif.com.co • dbeltran@anif.com.co • jlondono@anif.com.co

DISEÑO DE CARÁTULA

Juan Camilo Ángel

DISEÑO Y PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA

Tatiana Herrera • Juan Camilo Ángel • Camila Rodríguez