

La Gran Encuesta Pyme



INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2015



ISSN 1909-4175

Lectura Regional



Firma Encuestadora: CIFRAS & CONCEPTOS
Información Inteligente

La Gran Encuesta Pyme

Lectura Regional



Centro de
Estudios
Económicos

INFORME DE RESULTADOS 1er. semestre 2015

Contenido

Presentación	3
La Gran Encuesta Pyme - Aburrá sur	5
La Gran Encuesta Pyme - Barranquilla	21
La Gran Encuesta Pyme - Bogotá	37
La Gran Encuesta Pyme - Bucaramanga	57
La Gran Encuesta Pyme - Cali	75
La Gran Encuesta Pyme - Cundinamarca	93
La Gran Encuesta Pyme - Medellín	107
La Gran Encuesta Pyme - Pereira	127
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca	145
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Buenaventura	159
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Buga	171
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Cartago	185
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Palmira	199
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Tuluá	215
Indicador Pyme Anif - IPA Regional	229
Ficha Técnica Regional	231

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 2015.

En esta quinta medición a nivel regional se incluyen los resultados de la profundización en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira (por cuarta vez), y, por segunda vez, Barranquilla y Bucaramanga, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, la Cámara de Comercio de Cali, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Acopi Centro-Occidente, la Universidad Libre Seccional Pereira, la Universidad de Santander, Acopi Atlántico y la Universidad Libre seccional Barranquilla. Adicionalmente, en esta medición de la encuesta a nivel regional, se tienen resultados, por primera vez, para el departamento de Cundinamarca, para la región de Aburrá Sur y para las ciudades de Buenaventura, Buga, Cartago, Palmira y Tuluá con el respaldo de la Gobernación de Cundinamarca y de las Cámaras de Comercio de Aburrá Sur y de cada una de las ciudades del Valle del Cauca. 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 mayo de 2015 por Cifras & Conceptos S.A, firma encuestadora encargada del trabajo de campo. En la última lectura se entrevistó a 2.639 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 Bogotá, Medellín, Cali, Pereira, Barranquilla, Bucaramanga, Aburrá Sur y Cundinamarca, se presentan los resultados de cada macrosector para los diferentes módulos de la Encuesta. En el caso de las ciudades de Buenaventura, Buga, Cartago, Palmira y Tuluá, los resultados de estas ciudades se agruparon bajo la sección del departamento del Valle del Cauca. En dicha sección se presentan los resultados de los tres macrosectores para el departamento, al igual que para la ciudad de Palmira. Por su parte, para las ciudades de Buenaventura, Buga, Cartago y Tuluá se presentan los resultados únicamente de los sectores de comercio y servicios debido a la escasa presencia en estas ciudades de pequeñas y medianas empresas del sector industrial.

En general, los resultados del primer semestre de 2015 de la Gran Encuesta Pyme reflejaron un comportamiento moderado en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios en el segundo semestre de 2014, para los tres macrosectores analizados. Cabe señalar que estos resultados van en línea con la desaceleración de la economía del país durante el segundo semestre de 2014, donde la tasa de crecimiento alcanzó un 3.9% real, frente a un 6.1% real observado para el mismo período un año atrás.

En cuanto a las perspectivas sobre la situación futura de sus negocios, se observa una importante caída en los niveles de optimismo de los empresarios. Así, las expectativas de corto plazo de los empresarios en las diferentes ciudades y regiones

reversaron su tendencia optimista para los tres macrosectores que abarca la Encuesta.

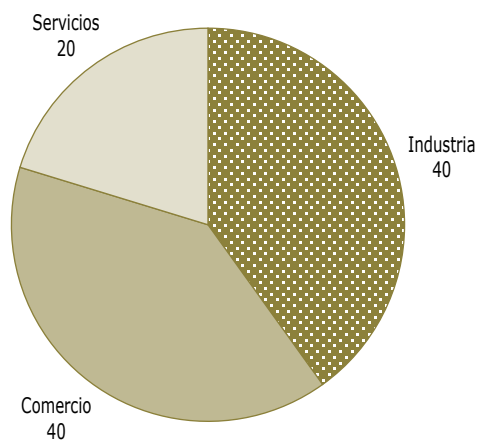
Por otra parte, el Indicador Pyme Anif (IPA) para las diferentes ciudades y regiones, que mide el clima de los negocios en el segmento Pyme, registró reducciones para las ciudades de Bogotá, Medellín, Pereira, Bucaramanga y Barranquilla, y un aumento para la ciudad de Cali en el primer semestre de 2015. Para

el departamento de Cundinamarca y las ciudades de Buenaventura, Buga, Cartago, Palmira y Tuluá, el IPA se ubicó en el plano de bueno, oscilando entre 59 y 69. Por su parte, para la región de Aburrá Sur, el IPA alcanzó un valor de 52, clasificando así el clima de negocios de esta región 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 (%)



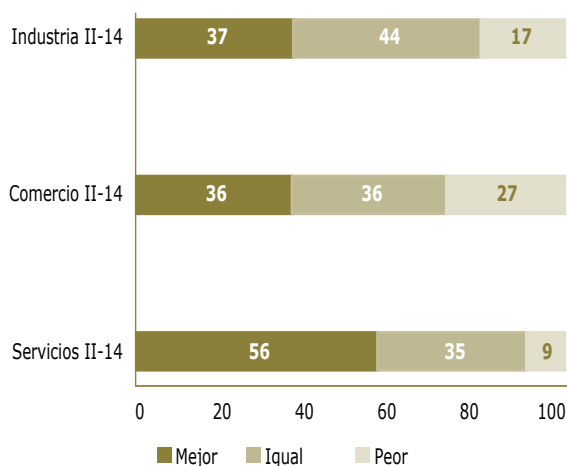
Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2015 para la región de Aburrá sur (compuesta por los municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta) evidencian que los empresarios Pyme de esta región tuvieron una percepción mayoritariamente positiva sobre su desempeño empresarial para cada uno de los tres macrosectores analizados en el segundo semestre de 2014. En primer lugar, los empresarios del sector industrial tu-

vieron un buen desempeño en su actividad económica reciente. En efecto, el 37% de los empresarios consultados tuvo una visión positiva sobre la situación actual de sus negocios. Por otro lado, el 44% de las Pymes de este sector mencionó que la situación económica se mantuvo igual en 2014-II frente al semestre anterior y solo un 17% reportó un empeoramiento en dicho período (ver gráfico 1, sección Aburrá sur).

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



Asimismo, se presentó una opinión favorable en las preguntas referidas a las ventas y los pedidos. Allí, el porcentaje de los pequeños y medianos empresarios industriales que vieron un incremento de estas variables durante el segundo semestre de 2014, con respecto al semestre inmediatamente anterior, fue del 36% y del 44%, respectivamente (ver gráficos 2 y 3). En cambio, solamente un 24% de los industriales vio disminuidas sus ventas y un 18% sus pedidos.

Las Pymes comerciales de esta región antioqueña percibieron resultados similares en comparación con la industria. Esto se refleja en que los porcentajes de favorabilidad alcanzaron un 36%, un 37% y un 39% en materia de situación económica general, ventas y pedidos, respectivamente. Sin embargo, las respuestas desfavorables fueron más altas en este macrosector en lo referente a estas variables, con registros que superaron el 25% para los tres casos. Por su parte, el sector servicios presentó el mejor desempeño en el segundo semestre

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

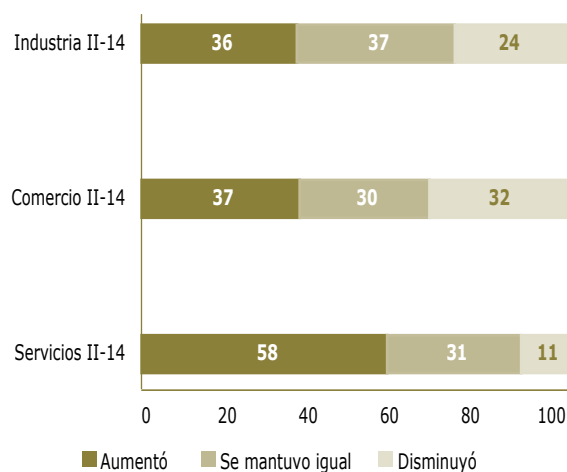
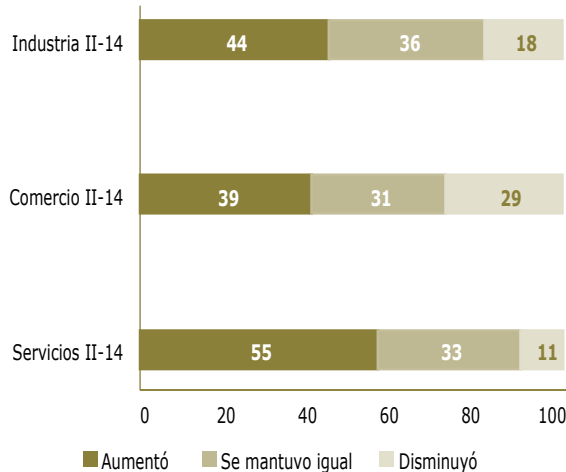


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



de 2014 entre los tres macrosectores. El porcentaje de empresarios de servicios que vieron mejorar dichas variables fue del 56% en situación económica actual, el 58% en ventas y el 55% en pedidos, durante 2014-II.

El 87% de las Pymes industriales y el 83% de las de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2014 se mantuvo adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 6% y el 10%, en cada caso, no contaron con niveles de existencias suficientes durante el mismo período (ver gráfico 4).

Por otra parte, el 38% de los industriales de esta región encuestados consideró que su nivel de produc-

ción industrial se incrementó, el 44% que se mantuvo igual y solo el 15% de ellos sufrió una disminución en esta variable en 2014-II (ver gráfico 5). Lo anterior va en línea con la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) registrada en dicho período. De hecho, el 60% de las Pymes industriales de Aburrá sur utilizó entre el 60% y el 100% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 6). 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 68% de las Pymes de esta región de Antioquia mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2014, mientras que un 20% la incrementó y únicamente un 6% la redujo (ver gráfico 7).

Gráfico 4. Existencias (%)

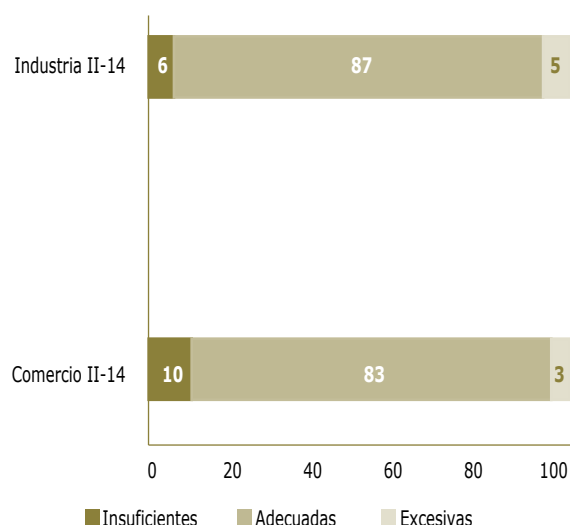


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

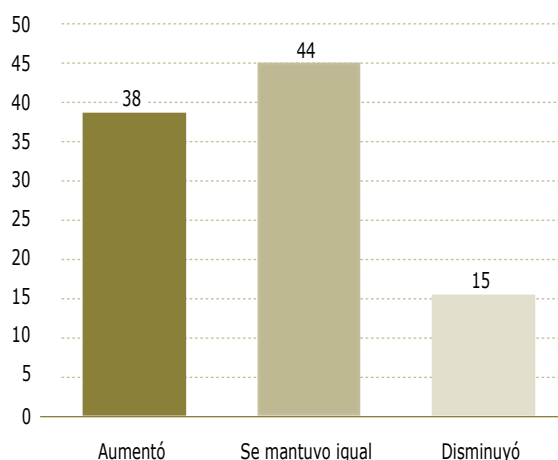


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)

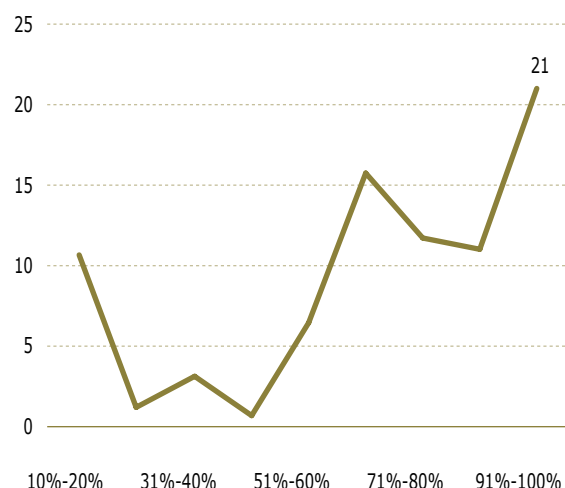
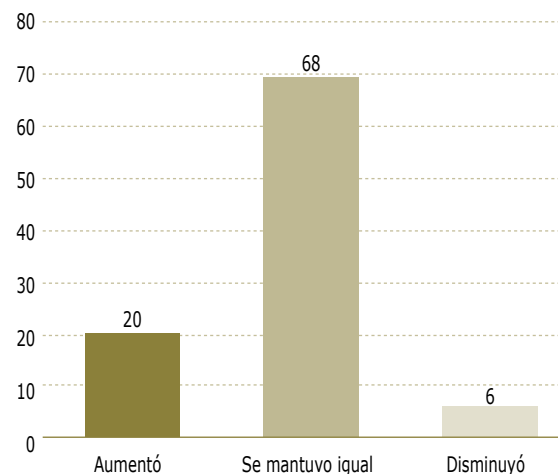


Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)



El gráfico 8 muestra cómo la mayoría de las Pymes de los macrosectores de industria y servicios manifestó haber enfrentado un aumento en los costos de sus insumos en el segundo semestre de 2014 (un 46% y un 59%, respectivamente). En contraste, en el sector de comercio primó la estabilidad de esa variable, pues un 45% de los encuestados reportó que esta se había mantenido constante durante dicho lapso.

Entre tanto, los márgenes mostraron un comportamiento estable en industria y en comercio, y bas-

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

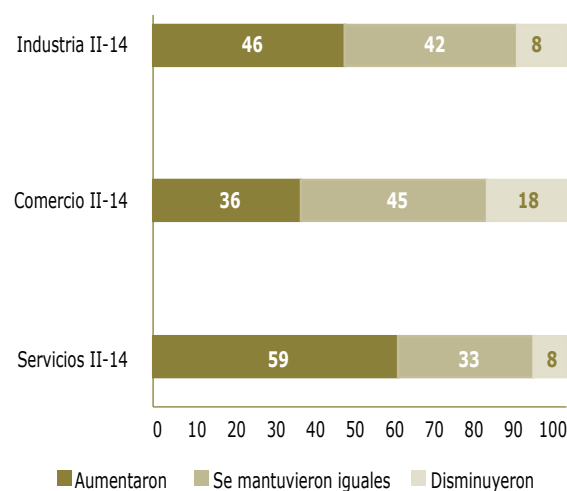
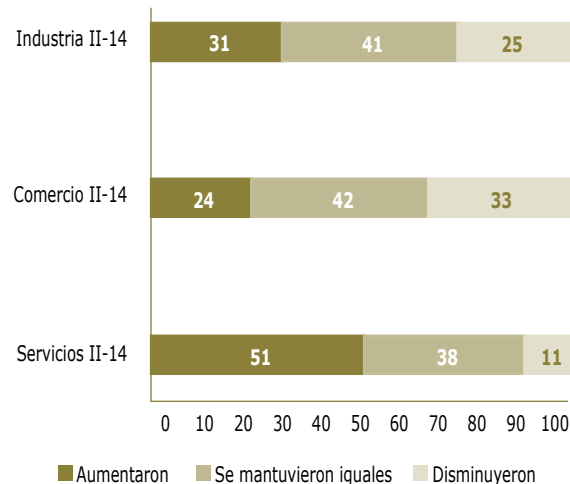


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



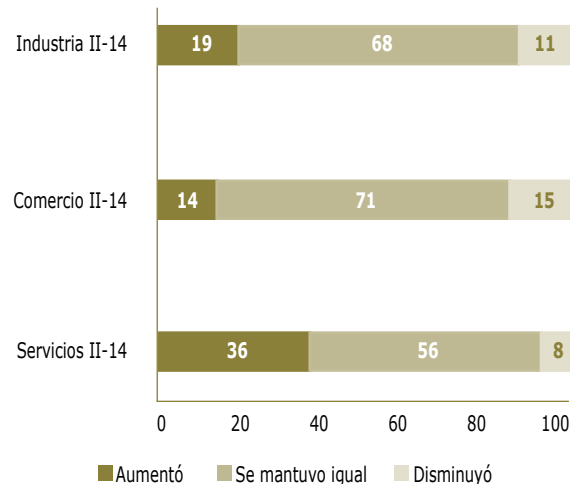
tante positivo en servicios. En efecto, según el gráfico 9, la mayoría de los empresarios industriales y de comercio observó una estabilización de sus márgenes de ganancia durante este período (un 41% y un 42%, en cada caso). Por su parte, entre los empresarios de servicios prevaleció un comportamiento favorable, ya que un 51% de los entrevistados reportó que esta variable se incrementó en 2014-II.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Aburrá sur. La mayoría de los empresarios mantuvo igual su planta de personal durante el segundo semestre de 2014, un 68% en el caso de industria, un 71% en el caso de comercio y un 56% en el de servicios (ver gráfico 10). Solo en el sector de servicios (36%), más de la quinta parte del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores.

Las Pymes industriales identificaron la falta de demanda (19% de los entrevistados), el costo de los insumos (16%) y la tasa de cambio (13%) como los principales problemas para el desarrollo de su actividad empresarial. El capital de trabajo insuficiente se ubicó en el cuarto lugar, con una participación del 11%, mismo registro que alcanzaron los altos impuestos (ver gráfico 11).

Entre tanto, la superficie de ventas tuvo un comportamiento estable, pues un 38% de los comerciantes reportó que esta variable se mantuvo igual du-

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



rante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 12). Por el contrario, el 31% de los empresarios reportó un incremento de esta variable, mientras que un 28% afirmó que esta se redujo.

Complementando esto, las Pymes comerciales de Aburrá sur consideraron los altos impuestos como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (un 22% de los entrevistados). La competencia de grandes superficies y la rotación de la cartera se ubicaron en el segundo y tercer lugar, con una participación del 19% y del 18%, respectivamente. Por

su parte, el problema asociado a la tasa de cambio obtuvo un porcentaje del 16%, seguido por la falta de demanda con el 7% (ver gráfico 13).

Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fue la competencia, con una proporción del 31%, seguida por otros problemas diferentes a los que tradicionalmente han afectado a las Pymes a nivel nacional, con un 27%. El tercer puesto lo alcanzó la opción de altos impuestos escogida por un 13% de los encuestados (ver gráfico 14).

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

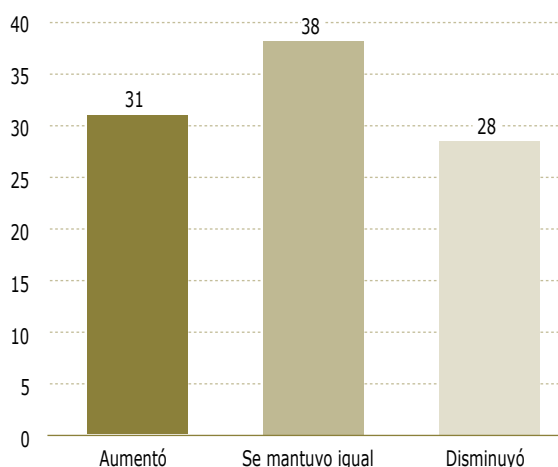


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2015

Las perspectivas frente al primer semestre de 2015 fueron en su mayoría optimistas para los pequeños y medianos empresarios de la región de Aburrá sur, especialmente para los pertenecientes a los sectores de industria y servicios. En efecto, el 47% de las Pymes de industria y de servicios esperaba que la evolución de sus empresas para el cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 15). El 42% de

los comerciantes compartió la misma opinión. Entre tanto, se resalta que la perspectiva neutra en cuanto a la situación económica ascendía el 24% de los industriales, el 19% de los comerciantes y el 16% de los prestadores de servicios. 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, el cual fue particularmente significativo en comercio (26%) y servicios (27%), y más bajo en industria (16%). Dicha tendencia también se observó en Medellín (ver sección Medellín), donde los niveles de incertidumbre ascendieron a alrededor del 15%-30% entre las Pymes de los tres macrosectores.

En cuanto al nivel de producción industrial, el 45% de los empresarios manufactureros de esta región antioqueña consideró que este se incrementaría en el primer semestre de 2015 y el 40% consideró que se mantendría igual, dando indicios de un desempeño positivo a corto plazo (ver gráfico 16). Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidencian que los empresarios de los tres macrosectores tienen expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 44% para las Pymes industriales, del 43% para las comerciales

Gráfico 15. Desempeño general (%)

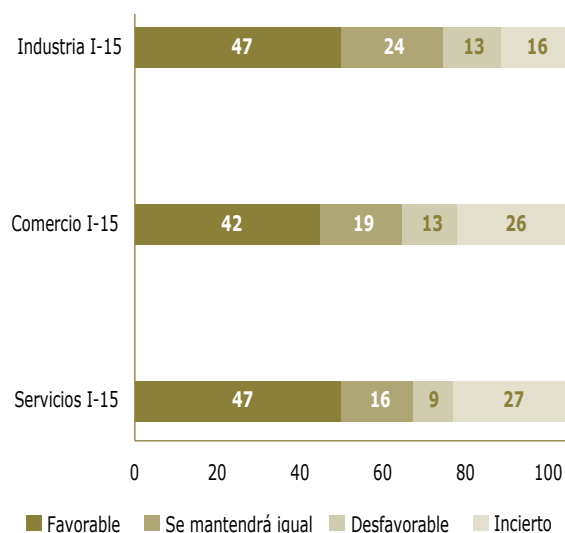


Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

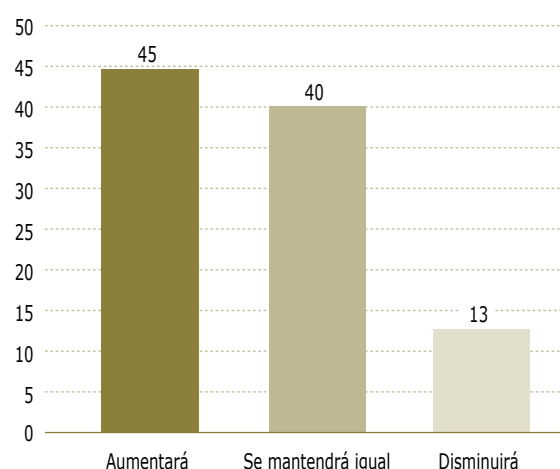
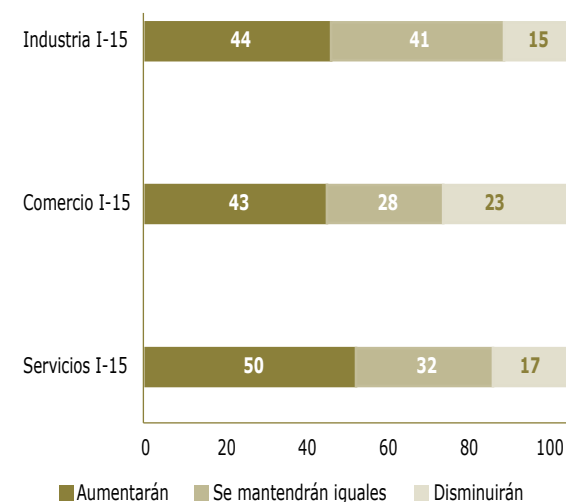


Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)



y del 50% para las de servicios. En cambio, menos del 25% del total de empresarios de comercio, y menos del 20% en industria y servicios esperaban una reducción de esta variable en 2015-I (ver gráfico 17).

Para el primer semestre de 2015, las Pymes manufactureras de Aburrá sur anticipaban estabilidad en materia de inversión en maquinaria y equipo (gráfico 18). De hecho, el 58% de ellas afirmó que esta

se mantendría igual, mientras que el 29% pensaba incrementarla y el 14% disminuirla.

En materia de ventas, el 42% de las Pymes comerciales y el 51% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2015 (ver gráfico 19). Estas cifras resultan más altas que la proporción de empresarios que esperaban una caída de esta variable (24% y 17%, respectivamente).

Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)

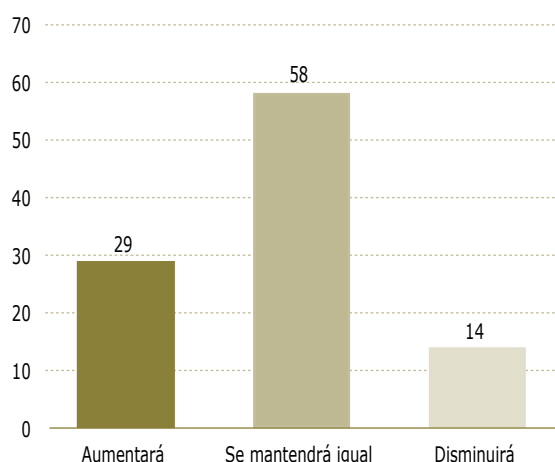
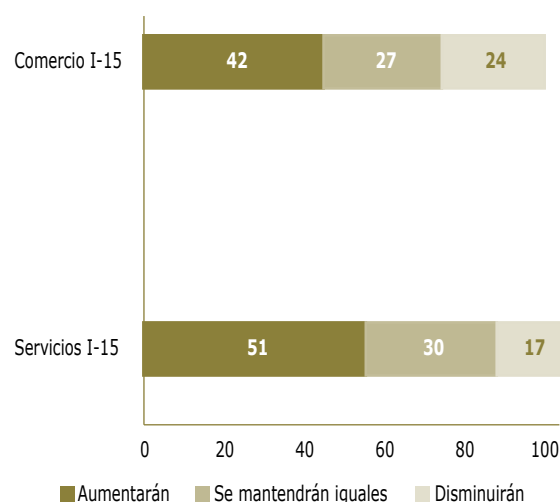


Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)

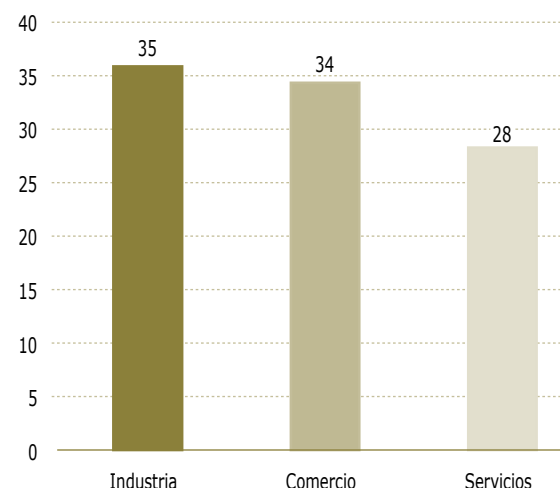


Financiamiento

El 35% de las empresas manufactureras de Aburrá sur, el 34% de las comerciales y el 28% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 20). Estas cifras fueron inferiores a las observadas en la ciudad de Medellín, donde los niveles de solicitud fueron del 38% en industria y servicios, y del 39% en comercio (ver sección Medellín). Los resultados de aprobación fueron mayores al 95% para los tres macrosectores, especialmente en industria y servicios, donde el 100% de las solicitudes fue aprobado (ver gráfico 21).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado por los encuestados de industria (42%) y comercio (38%), mientras que el de largo plazo (mayor a 3 años) fue el mayormente

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



solicitado por las Pymes de servicios (39%). Dicha tendencia se presentó también a nivel de aprobación, alcanzando porcentajes similares para el mediano plazo en industria y comercio (46% y 37%, respectivamente) e idénticos para el largo plazo en servicios (39%), ver gráficos 22 y 23. En segundo lugar, los encuestados de industria y comercio prefirieron los créditos a largo plazo (más de 3 años) con niveles de aprobación (30% en industria y 33% en comercio) y de solicitud (34% en industria y 33% en comercio) bastante parecidos. Por su parte, en servicios el mediano plazo fue la segunda

opción preferida, con una proporción de solicitud y aprobación del 37%.

La satisfacción de los empresarios de Aburrá sur frente al monto de los créditos recibidos fue superior o igual al 80% para los tres macrosectores analizados. En efecto, el 87% de las Pymes industriales, el 85% de las comerciales y el 80% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 24). Estos resultados se consideran muy positivos y reflejan una armonización entre el sector financiero y el sector real de esta región.

Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

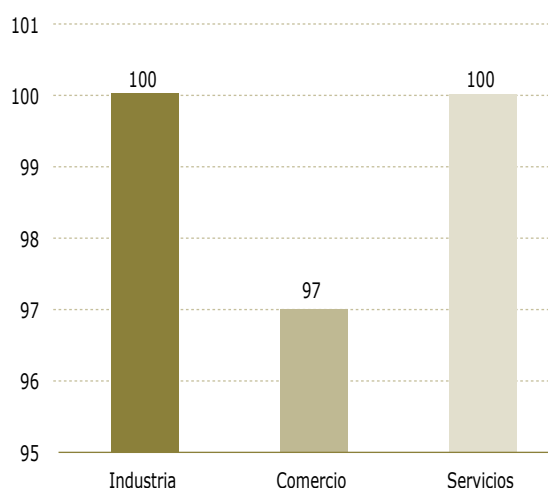


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

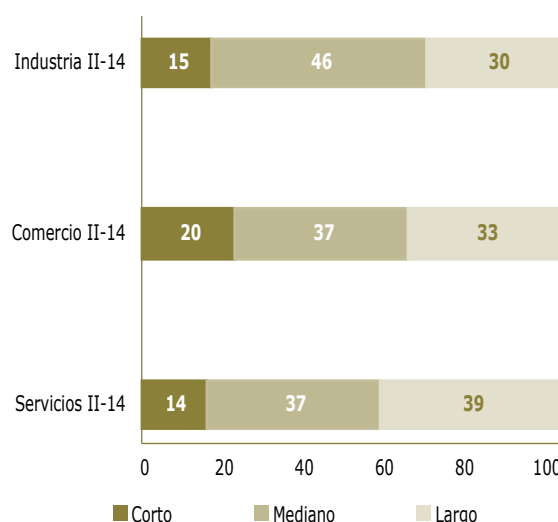


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

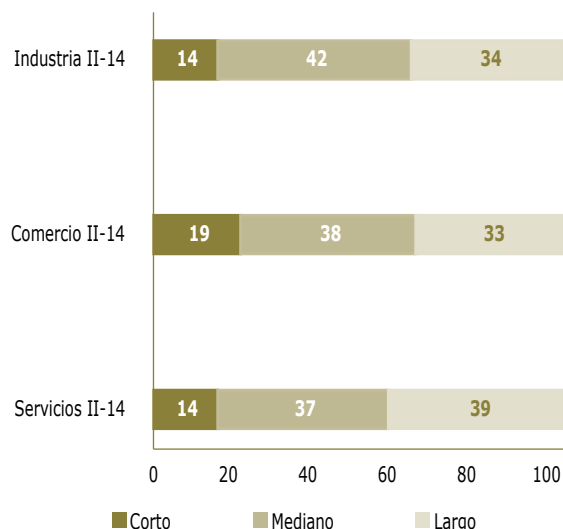
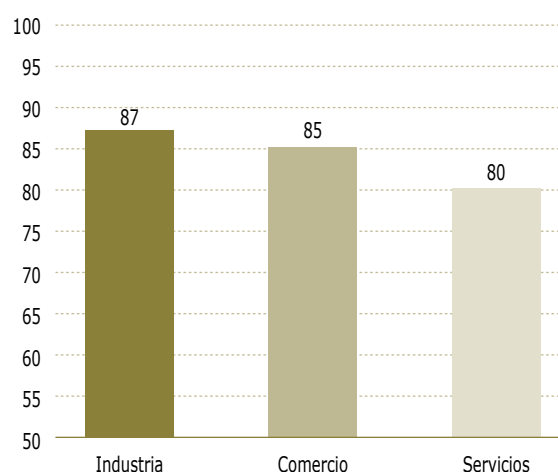


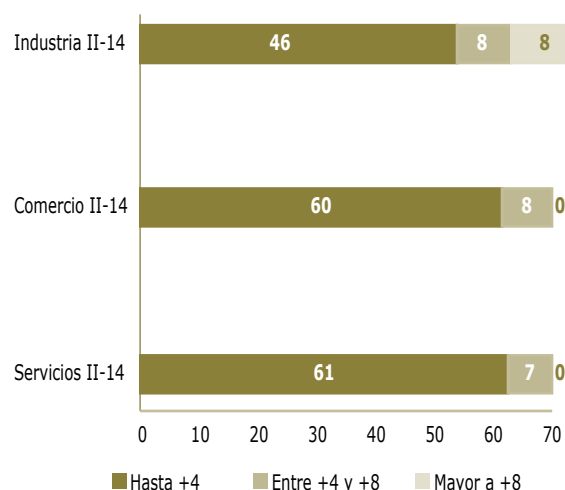
Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



El flujo de crédito para las pequeñas y medianas empresas ha mostrado una tendencia similar para los tres macrosectores, alcanzando costos de endeudamiento bajos, ya que la tasa más común para los créditos otorgados fue de hasta DTF+4 puntos (46% de las industriales, 60% de las comerciales y 61% de las de servicios). Como segunda opción estuvo la tasa entre DTF+4 y DTF+8, con niveles de escogencia inferiores al 10% para el total de encuestados (ver gráfico 25).

El nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés fue mayor al 50% para el total de las Pymes.

Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



En el caso de la industria, el porcentaje de satisfacción fue del 66%; en comercio se presentó el registro más bajo, con un 51%; y en servicios se tuvo el más alto, con un 80% (ver gráfico 26). Esto es consistente con el hecho de que los empresarios de servicios enfrentan los menores costos de endeudamiento dentro de los sectores encuestados.

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 73% en comercio y un 43% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos para las Pymes manufactureras y comerciales (ambas con una proporción del 25%). En cambio, dentro del sector de servicios adquirieron particular importancia las remodelaciones y adecuaciones (40%). Cabe destacar que la compra o arriendo de maquinaria tuvo una significativa relevancia en industria (21%) y servicios (20%), ver gráfico 27.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 61% de las Pymes industriales, el 59% de las comerciales y el 64% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2014. Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (21%), mientras que en industria y servicios fueron los recursos propios de las firmas (22% y 14%, respectivamente). El *leasing* tuvo una baja penetración, alcanzando valores inferiores al

Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

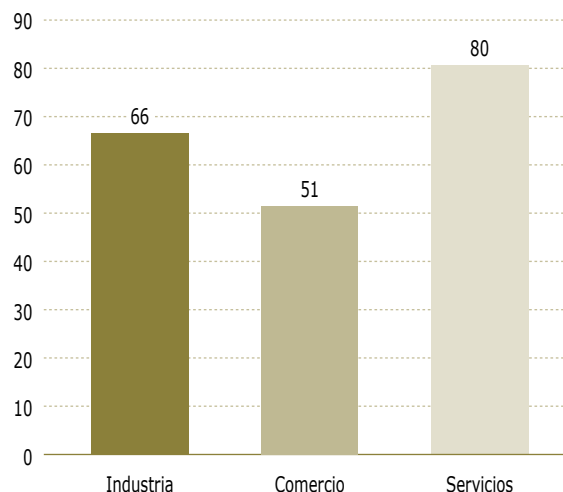
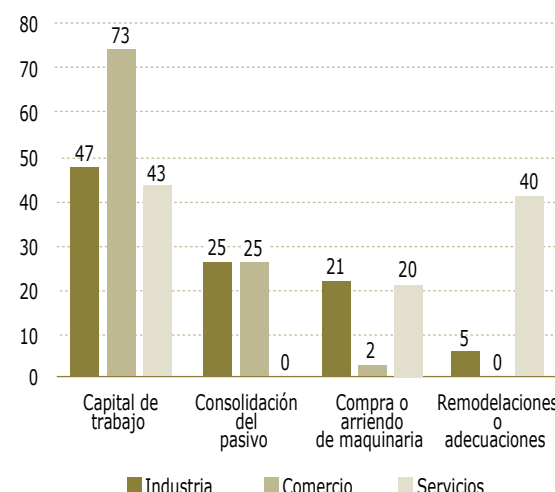


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



10% para los tres macrosectores. Cabe destacar que en el caso del *factoring*, su uso en la región de Aburrá sur fue nulo, con registros del 0% para el total de las Pymes (ver gráfico 28).

La principal razón por la cual las Pymes de Aburrá sur de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 64% en industria, un 72% en comercio y un 65% en servicios). Adicionalmente, la proporción

de Pymes de los tres macrosectores que no solicitan créditos al sistema financiero porque anticipan que estos podrían ser negados es muy baja (un 1% para industria, un 8% en comercio y un 0% para servicios). Finalmente, los resultados de esta primera medición en esta región antioqueña indicaron que para el 7% de las Pymes industriales, el 6% de las comerciales y el 2% de las de servicios, la razón que explica la no solicitud del crédito bancario se debe a los elevados costos financieros (ver gráfico 29).

Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

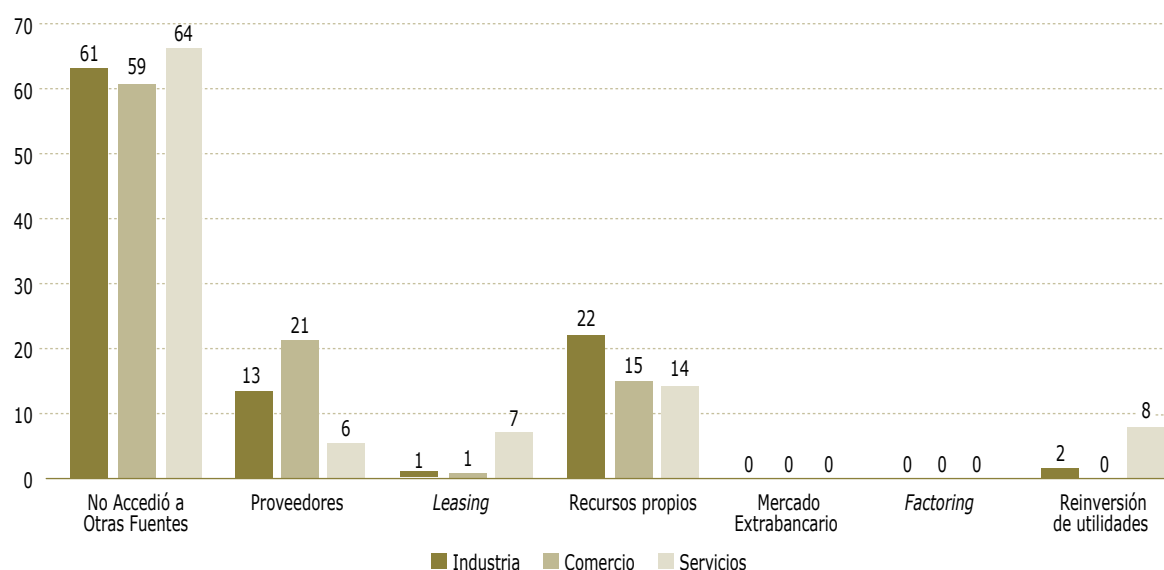
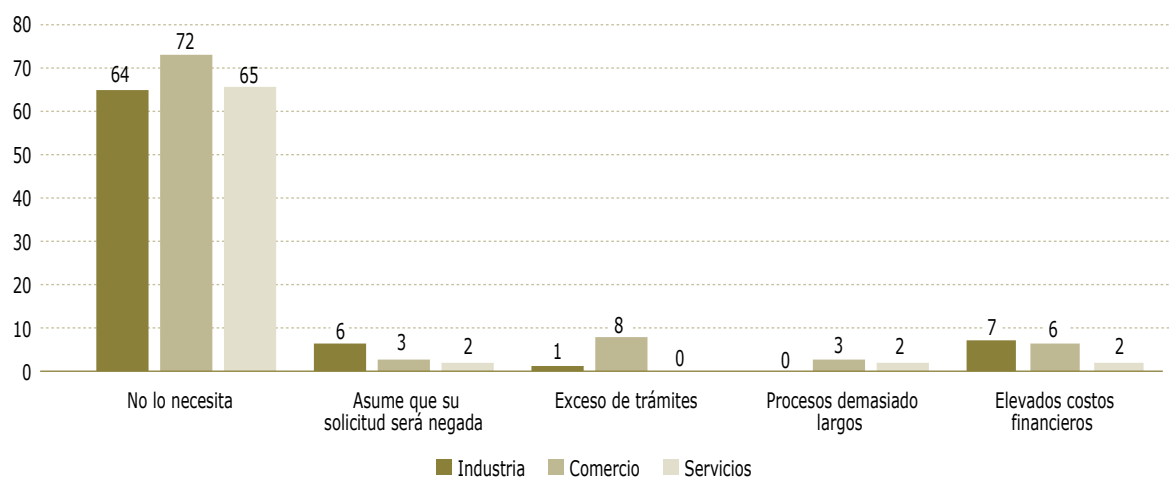


Gráfico 29. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

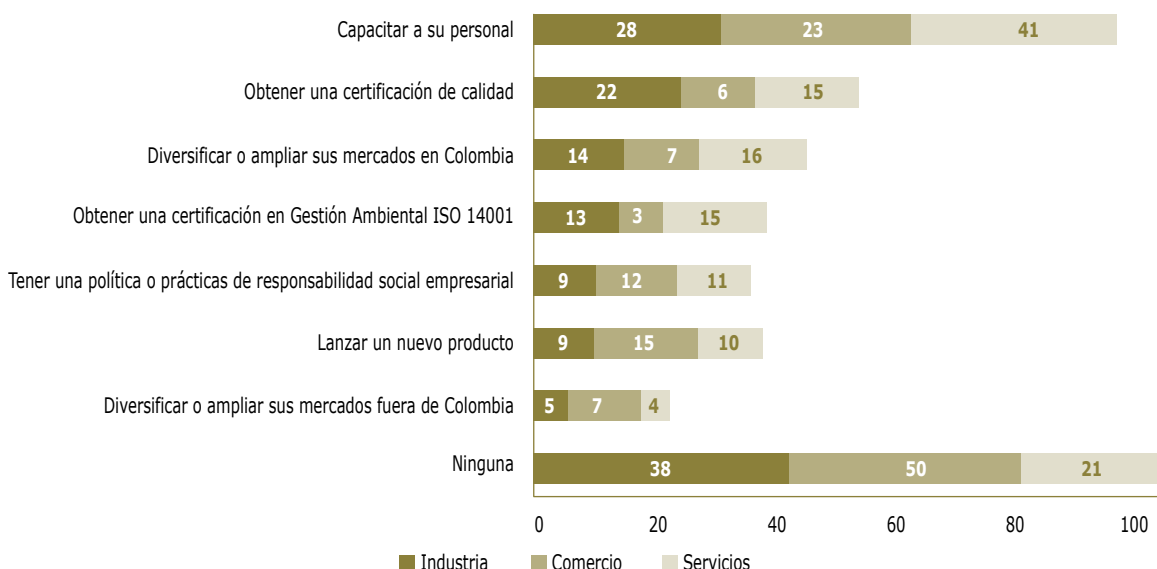


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Aburrá sur en el primer semestre de 2015 fue capacitar al personal (un 28% en industria, un 23% en comercio y un 41% servicios). En segundo lugar, los empresarios industriales (22%) se enfocaron en obtener una certificación de calidad, mientras que los de comercio procuraron lanzar un nuevo producto (15%). En cambio, las firmas de servicios buscaron diversificar sus mercados en Colombia (16%) en 2015-I (ver gráfico 30).

Es importante mencionar que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2015 fue bastante alto, especialmente en el sector comercio donde la mitad de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión (50%). Cabe destacar que en industria el porcentaje también resultó significativo (38%), e incluso en servicios, donde se encontró el porcentaje más bajo de empresas que no efectuaron ninguna acción de este tipo, esta cifra superó el 20%.

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización 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 esta región antioqueña

cuál era la antigüedad de las empresas. Se encontró que en industria y en comercio la mayoría de los encuestados reportó que sus firmas superaban los 22 años (43% y 36%, respectivamente). En cambio, en el sector servicios las firmas resultaron ser en promedio más jóvenes, pues un 35% de los encuestados reportó tener una edad entre los 6 y 10 años, mientras que un 26% tenía una antigüedad entre los 3 y 5 años en 2014-II (ver gráfico 31).

Analizando las características de los gerentes Pymes, se encontró que en su gran mayoría eran los mismos dueños de las empresas (con cifras superiores al 60% para los tres macrosectores), ver gráfico 32. Asimismo, al preguntar por el género del gerente, se encontró que más de las tres cuartas partes eran hombres, siendo particularmente alto el caso de servicios (84%), ver gráfico 33.

Cuando se indagó por la edad de estos administradores, se encontró que en industria y servicios esta rondaba principalmente el rango de los 46-55 años

(32% y 36% en cada caso), ver gráfico 34. En cambio en las Pymes comerciales de Aburrá sur, los registros muestran una mayor juventud de los gerentes, pues un 32% de los encuestados reportó tener entre 36 y 45 años. Siguiendo la misma tendencia, el máximo nivel educativo de estos funcionarios varió entre macrosectores, siendo los industriales los que alcanzaron el perfil académico más alto, al tener posgrado el 55% de los gerentes de las firmas entrevistadas (ver gráfico 35). En contraste, en comercio y servicios gran parte de las Pymes tuvo gerentes con título universitario (el 40% y el 69%, respectivamente).

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

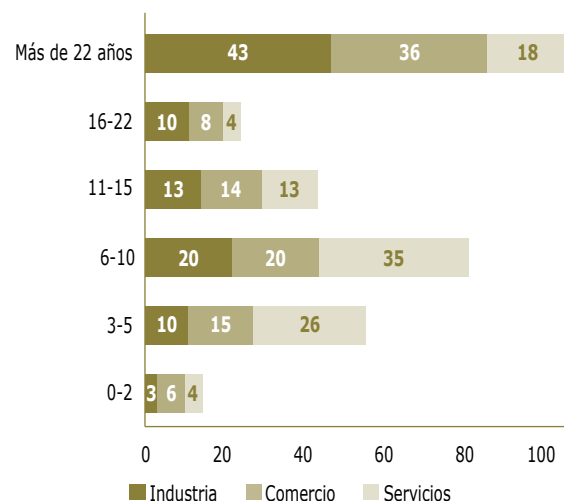


Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

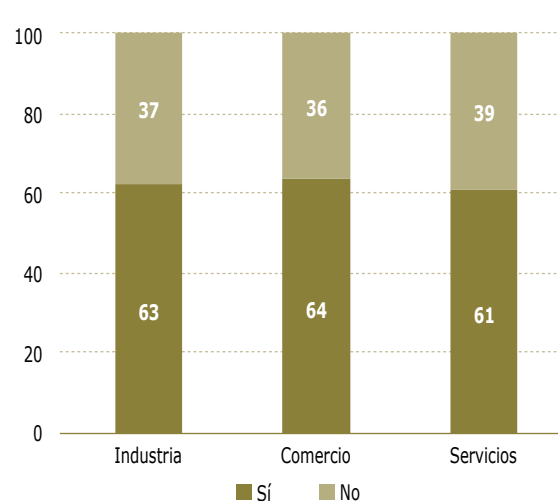


Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

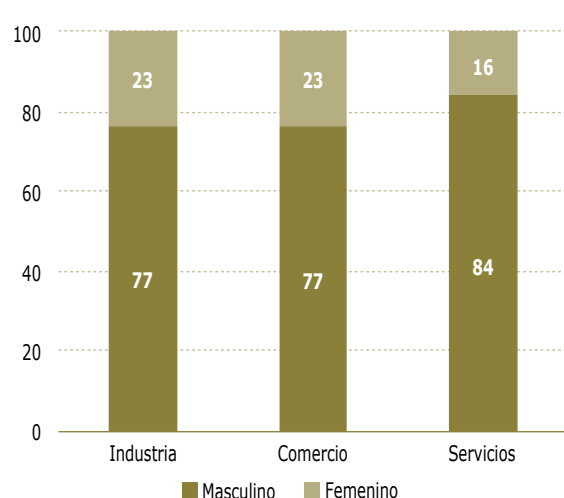
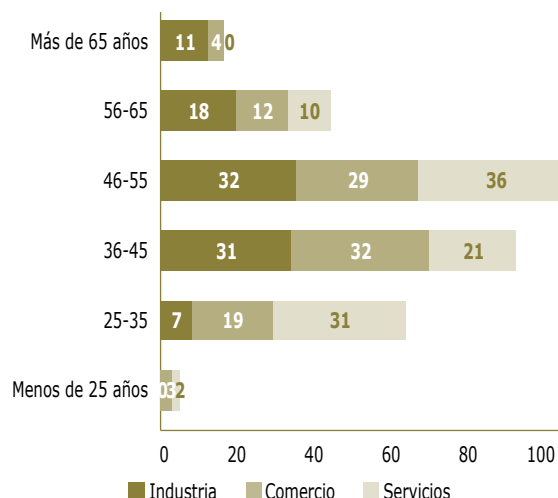


Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



La mayoría de las Pymes manufactureras (40%) y de comercio (38%) se caracterizó por tener empresas de tipo familiar, sin gerencia independiente (ver gráfico 36). En cambio en servicios se dio un fenómeno completamente distinto, pues el 63% de los empresarios entrevistados afirmó tener una empresa de carácter no familiar. Entre aquellas empresas que son familiares gran parte no aplica un protocolo de sucesión, especialmente en lo que respecta al caso de las industriales (75% en este sector vs. 55% de comercio y 32% de servicios), ver gráfico 37. No obstante, cabe destacar que el 30% de las Pymes de comercio y el

28% de las de servicios sí contaban con esa clase de protocolo al corte de 2014-II.

Finalmente, se analizó si se habían dado cambios en la actividad económica de las Pymes durante su tiempo de existencia. Se encontró que más del 55% de las firmas de los tres macrosectores había mantenido la actividad económica en la que se había registrado inicialmente (ver gráfico 38). Sin embargo, se destacó que en el sector de comercio un 26% manifestó haber modificado dicha actividad, lo cual contrasta con el dato de los otros dos macrosectores, el cual no superó el 10%.

Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/ administrador de la empresa? (%)

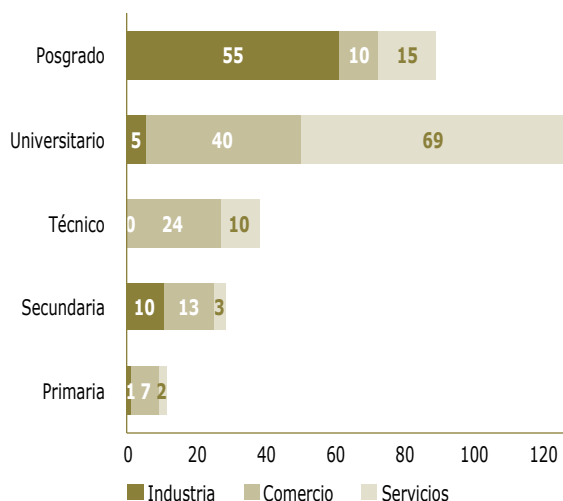


Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

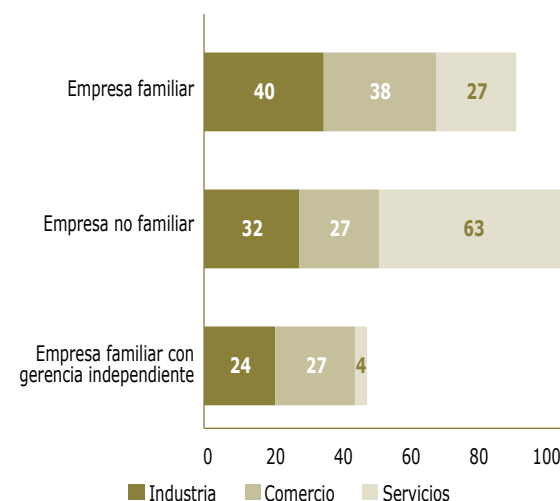


Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

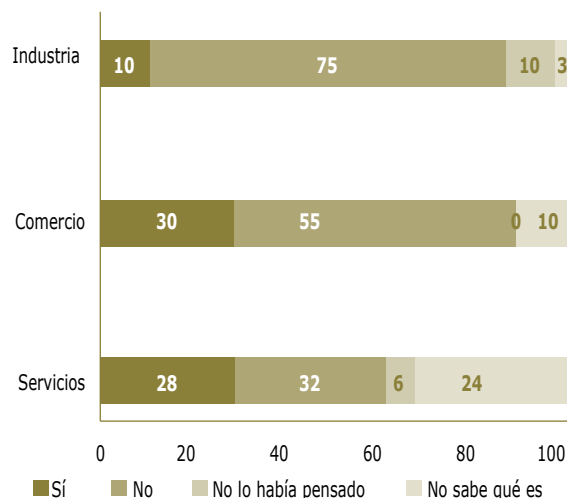
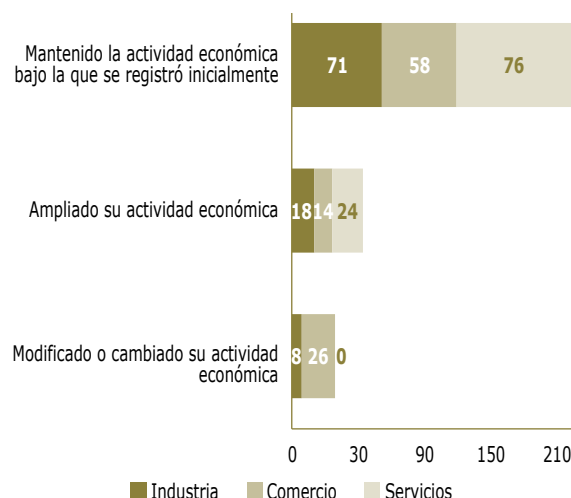


Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta primera lectura de la Encuesta, en la región de Aburrá sur se encontró que el 77% de las Pymes industriales y el 81% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 39). Entre tanto, solamente un 4% de los empresarios manufactureros aumentó sus ven-

tas al exterior, cifra que para el sector servicios fue totalmente nula (0%). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 62% de los encuestados en el sector industria y el 81% del sector servicios no preveían exportar en 2015-I. En contraste, menos de un 10% de los pequeños y medianos empresarios de esta región de Antioquia espera-

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

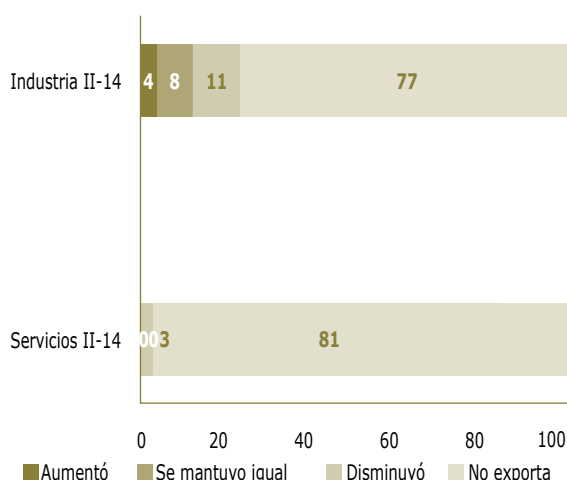


Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

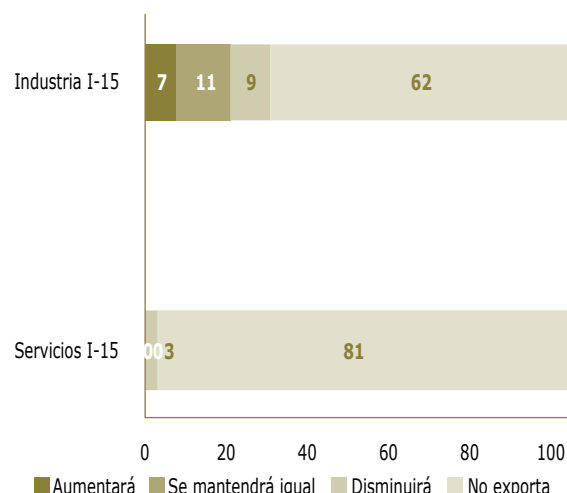


Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

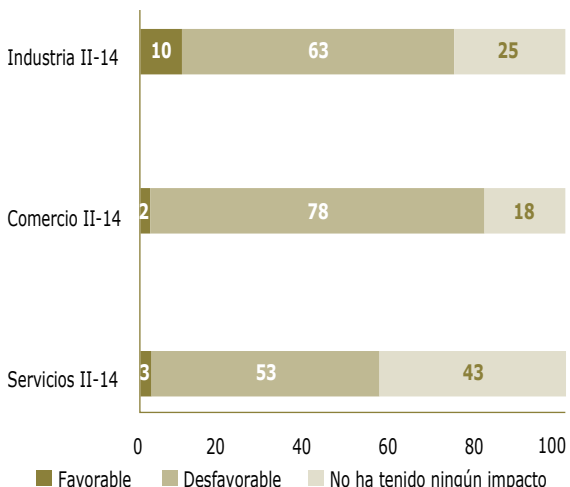
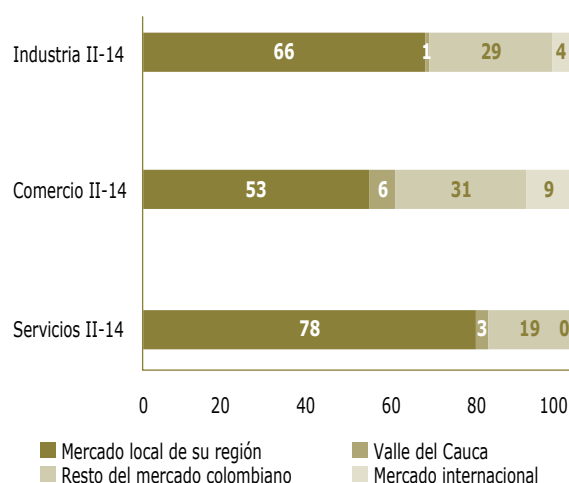


Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



ba incrementar su oferta exportadora para ambos macrosectores (ver gráfico 40).

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes de Aburrá sur sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la reciente devaluación que ha afrontado el país. Más de un 50% de los encuestados de los tres macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 41). Esta condición es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase de firmas (en el caso de los sectores de industria y servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. Igualmente, el sector servicios fue el que se mostró más indiferente a esta tendencia, pues un 43% de sus firmas reportó no haber percibido ningún

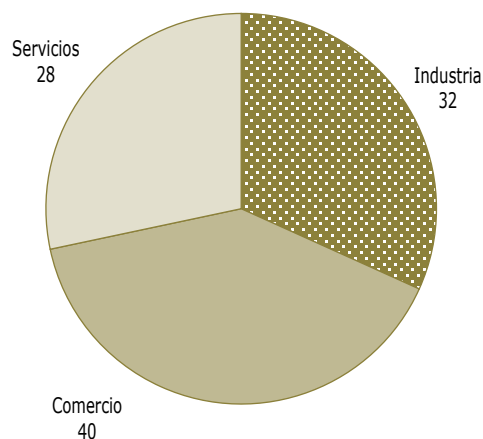
impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar.

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 local de su región (un 66% de los entrevistados industriales, un 53% de los comerciales y un 78% de los de servicios), ver gráfico 42. Entre tanto, los empresarios de comercio (31% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su región), seguidos por los de industria (29%). 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%.

La Gran Encuesta Pyme

Barranquilla

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Barranquilla mostraron que los empresarios tenían percepciones optimistas respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2014. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Barranquilla), la mayor proporción de los encuestados de los sectores de industria (64%), comercio (52%) y servicios (41%) reportó que su desempeño económico mejoró durante 2014-II. En contraste con lo observado un año atrás, hubo un aumento en la proporción de empresarios con apreciaciones favorables sobre su desempeño en los tres macrosectores (+2 puntos porcentuales en industria, +11 puntos porcentuales en comercio y +8 puntos porcentuales en servicios), así como una reducción de la proporción de empresarios que reportaron mejoras en su desempeño general (-1 punto porcentual en industria, -6 puntos porcentuales en comercio y -0.1 puntos porcentuales en servicios).

Las percepciones del volumen de ventas y pedidos también mostraron ser optimistas. El gráfico 2 muestra que para los tres macrosectores hubo un incremento en la proporción de empresarios que experimentaron aumentos en su volumen de ven-

tas entre el segundo semestre de 2013 y el mismo período de 2014. En efecto, el 59% las Pymes industriales barranquilleras experimentó aumentos en sus volúmenes de ventas en 2014-II vs. un 50% para 2013-II, así como el 51% de las Pymes de comercio vs. el 39% para 2013-II, y el 39% de las empresas de servicios vs. el 37% para 2013-II. Asimismo, la proporción de empresarios que reportaron que sus ventas se mantuvieron disminuyó para los tres macrosectores y la proporción de empresarios que afirmaron experimentar reducciones en sus ventas se mantuvo constante para el sector industrial (9% para 2013-II y 2014-II), cayó en el sector comercial (21% en 2013-II frente al 18% de 2014-II) y creció marginalmente para el sector servicios (11% en 2013-II frente al 12% de 2014-II).

De forma similar, entre el 51% y el 66% de las Pymes barranquilleras reportó que el volumen de pedidos aumentó para el período 2013-2014. El gráfico 3 muestra que la proporción de Pymes industriales que reportaron aumentos (66%) y constancia en el volumen de pedidos que recibieron (26%) es mayor a la proporción de firmas que dijeron experimentar una caída en esta variable (9%). Las Pymes comerciales y de servicios que afirmaron incremen-

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)

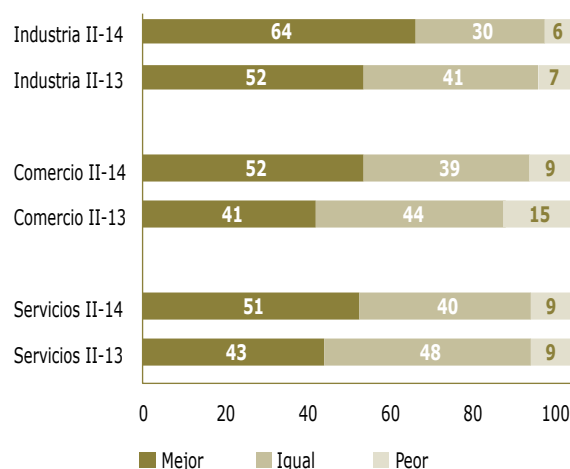
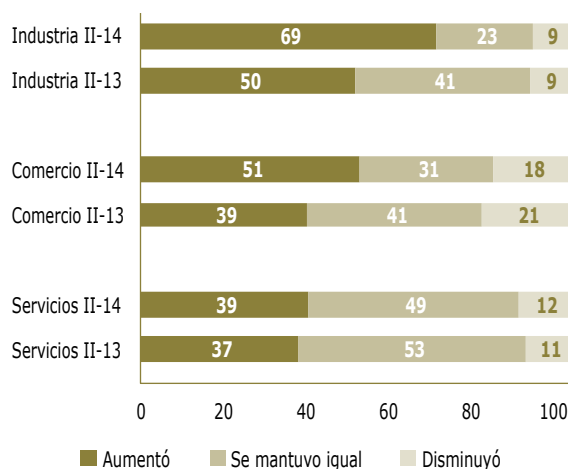


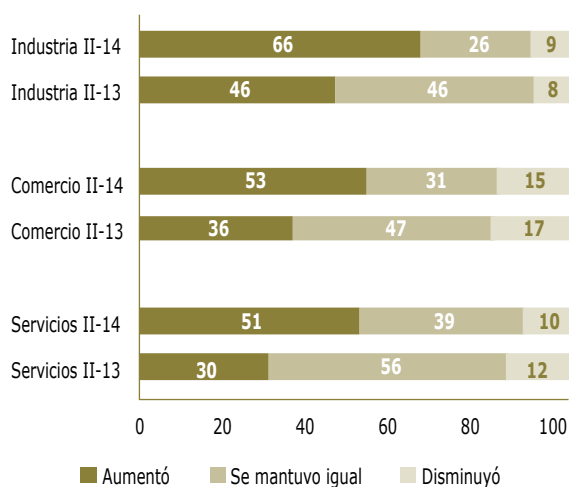
Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



tar su volumen de pedidos alcanzaron mayores proporciones (53% y 51% respectivamente) que aquellas que reportaron mantener constante el volumen de sus pedidos (31% y 39%).

El 90% de las Pymes industriales y el 96% de las Pymes de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2014 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 7% de las Pymes industriales y el 1% de las Pymes comerciales no contaron con suficientes niveles de existencias durante 2014-II (ver gráfico 4).

Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 63% dijo que este había aumentado en 2014-II frente al 53% observado un año atrás. Entre tanto, un 28% afirmó que este nivel se había mantenido igual, cifra inferior en 12 puntos porcentuales a la observada un año atrás (ver gráfico 5). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 50% de las Pymes industriales barranquilleras utilizó entre el 50% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 6). En términos de inversión en maquinaria y equipo, el 27% de las Pymes industriales afirmó que esta aumentó, un 67% dijo que esta se mantuvo igual y un 6% ase-

Gráfico 4. Existencias (%)

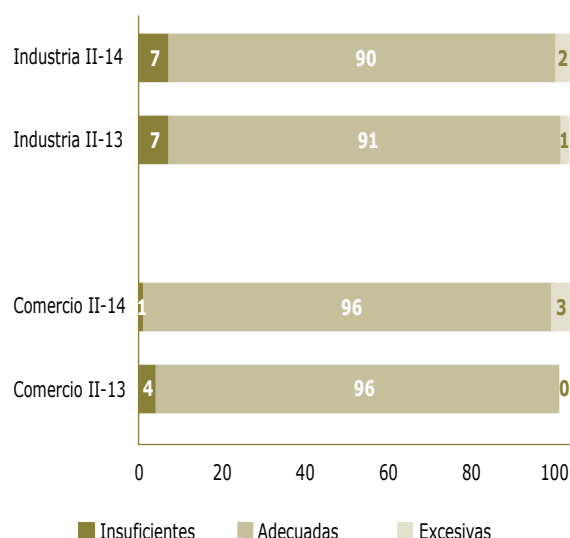


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

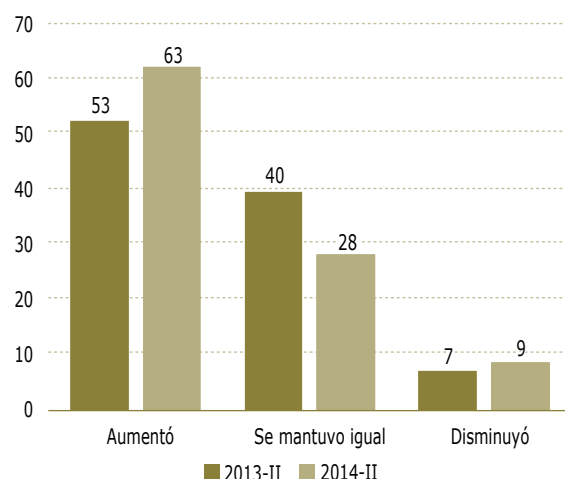
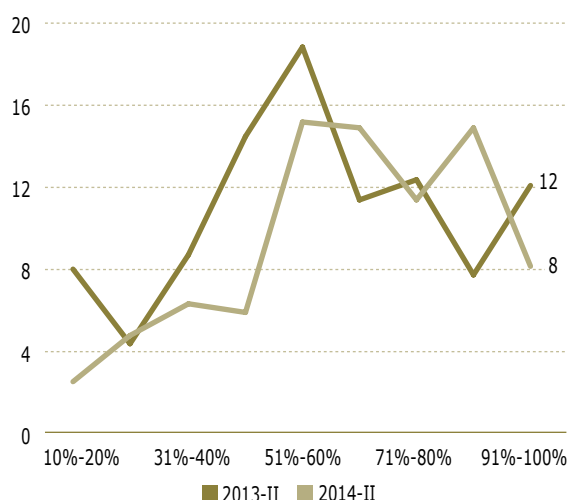


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)



guró que esta se redujo para el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 7). Frente al año anterior, la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión cayó en 4 puntos porcentuales, mientras que la proporción de empresarios que afirmaron mantener estable su inversión aumentó en 3 puntos porcentuales, al igual que la proporción de empresarios que redujeron su inversión, la cual aumentó de forma marginal.

El gráfico 8 muestra que para la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores hubo un incremento en los costos de operación y funcionamiento

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)

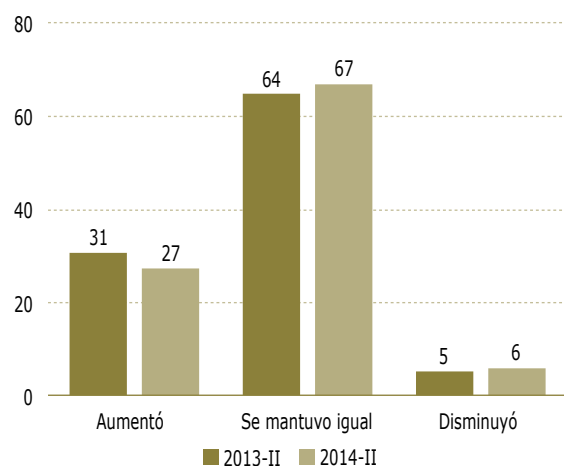
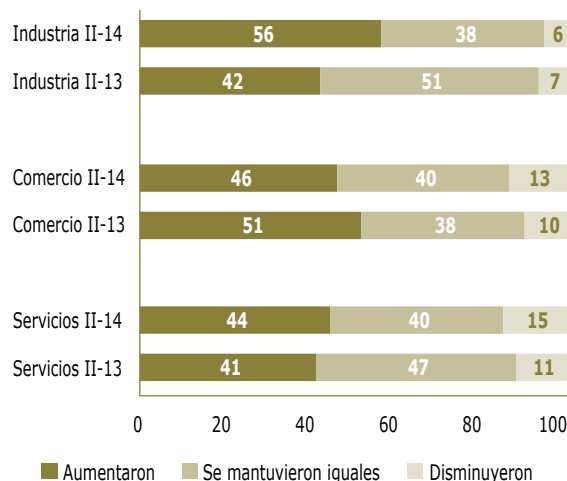


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

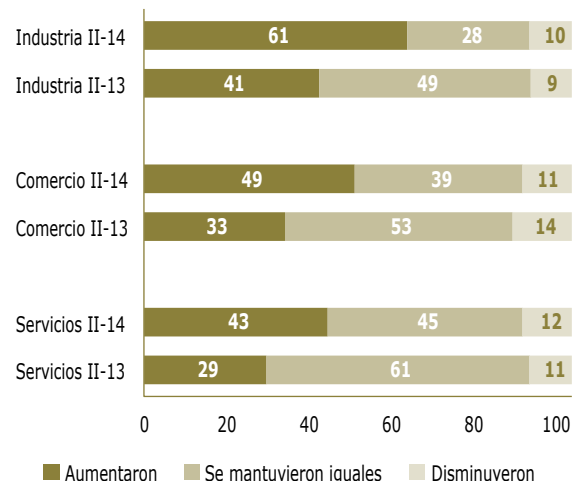


to en 2014-II. En el caso de las Pymes industriales, el porcentaje de encuestados que experimentaron incrementos en los costos de producción alcanzó el 56%, cifra superior en 14 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. El 46% de los empresarios del sector comercial experimentó aumentos en sus costos de operación, pero a diferencia de los empresarios del sector industrial, esta cifra fue inferior en 5 puntos porcentuales a la observada en la anterior medición. Al igual que para el empresariado industrial, la proporción de empresarios del sector servicios que reportaron aumentos en sus costos (44%) creció en 4 puntos porcentuales para el segundo semestre de 2014 respecto al año anterior.

Al preguntarles a las Pymes barranquilleras por los márgenes de sus empresas, su respuesta fue coherente con las percepciones optimistas del desempeño económico general. Las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (61%) frente a las Pymes de comercio y servicios (49% comercio y 43% servicios). En general, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes no pasó del 12% para ninguno de los macrosectores, reafirmando que la perspectiva barranquillera sobre la situación económica ha sido altamente favorable (ver gráfico 9).

Para Barranquilla, la tasa de desempleo se mantuvo alrededor del 7.4% durante el último trimestre de 2014, es decir, 0.9 puntos porcentuales por deba-

Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



jo de lo observado un año atrás. Los resultados para las Pymes de esta ciudad en materia de empleo son coherentes con esto debido a que: i) hubo un incremento en la proporción de encuestados que afirmaron aumentar su planta de personal para los tres macrosectores (+20 puntos porcentuales para industria, +11 puntos porcentuales para comercio y +13 puntos porcentuales para servicios); y ii) entre el 55% y el 64% de los encuestados afirmó que el número de trabajadores de sus empresas se mantuvo constante (ver gráfico 10).

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

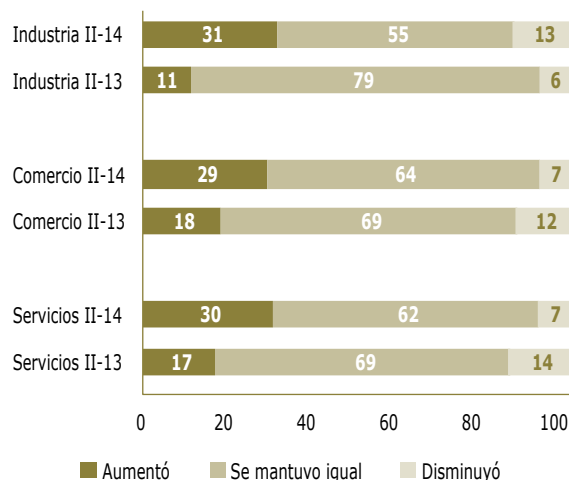
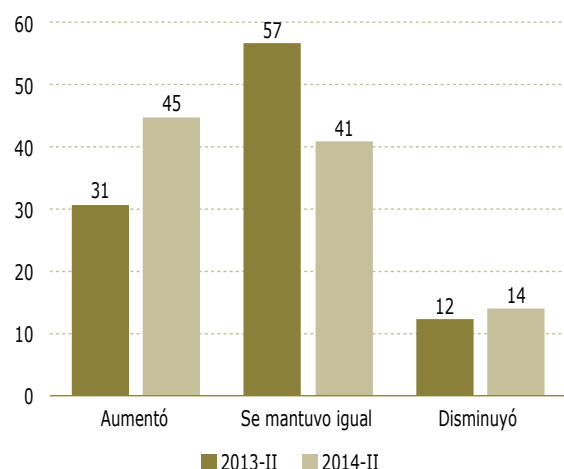


Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)



El gráfico 11 muestra que las Pymes industriales identificaron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial la tasa de cambio (17% de las respuestas) para el segundo semestre de 2014. En el ranking de los problemas que identificaron los empresarios industriales se ubicó en segundo lugar el costo de los insumos (16%), en tercer lugar la falta de demanda (15%) y en cuarto lugar los altos impuestos (12%). Cabe destacar que la tasa de cambio ganó 17 puntos porcentuales frente a lo observado un año atrás.

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)

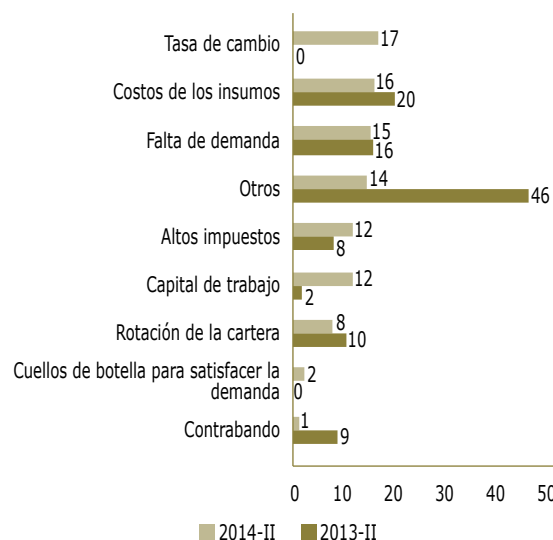
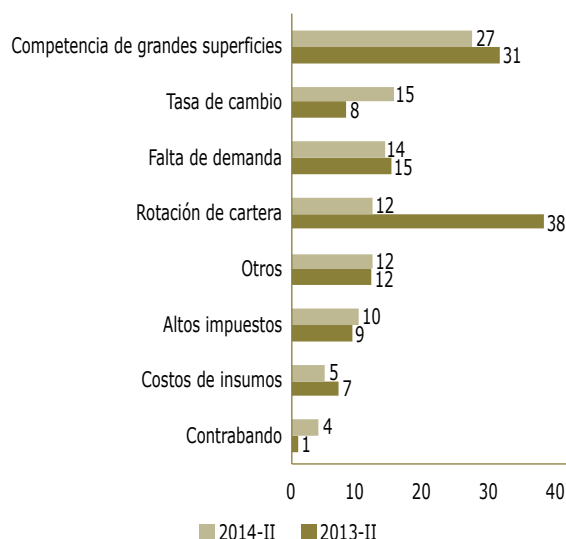


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



La superficie de ventas, por su parte, parece haber aumentado durante el segundo semestre de 2014. El gráfico 12 muestra una caída en la proporción de encuestados que afirmaron que esta variable se mantuvo estable (57% en 2013-II vs. 41% en 2014-II), mientras que se dio un aumento en la proporción de empresarios que reportaron que su superficie de ventas aumentó (31% en 2013-II vs. 45% en 2014-II).

Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales barranquilleras para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2014-II fueron la competencia con grandes superficies (27%), la tasa de cambio (15%), la falta de demanda (14%) y la rotación de cartera (12%), (ver gráfico 13). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas la competencia (27%), la falta de demanda (21%), los altos impuestos (11%) y la rotación de cartera (11%), (ver gráfico 14).

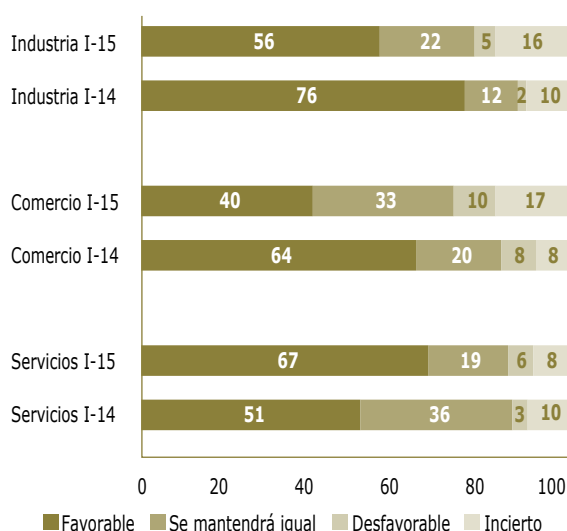
Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2014 fueron predominantemente optimistas en el segmento Pyme de la capital del Atlántico, pero más moderadas respecto a lo observado un año atrás, ver gráfico 15. Al preguntar a los empresarios barran-

Gráfico 15. Desempeño general (%)



quilleros por sus perspectivas sobre el desempeño general, el 56% de los empresarios industriales, el 40% de los empresarios de comercio y el 67% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2015. Aun así, para los sectores de industria y comercio, los resultados son más moderados debido a una reducción de 20 puntos porcentuales en la proporción de empresarios industriales que esperaron observar un desempeño económico favorable y de 24 puntos porcentuales para el empresariado del sector comercio entre 2014-I y 2015-I. En el caso de las Pymes de servicios, esta proporción aumentó del 51% en 2014-I al 67% en 2015-I. De la misma forma, hubo un incremento en la proporción de empresarios de los sectores de industria y comercio que esperaron un desempeño desfavorable (+6 puntos porcentuales en industria y +9 puntos porcentuales en comercio) durante 2015-I, así como una reducción en el porcentaje de empresarios del sector servicios que esperaban un desempeño desfavorable (-2 puntos porcentuales) para el mismo período.

El gráfico 16 muestra que, aunque las expectativas sobre la producción industrial son favorables, es-

tas se moderaron entre 2014-I y 2015-I. En efecto, el 61% de las Pymes industriales esperaba que su nivel de producción se incrementara, cifra inferior a lo observado un año atrás (72%). Sumado a lo anterior, hubo un incremento en la proporción de empresarios que esperaban una estabilización de la producción industrial para 2015-I.

Las expectativas de pedidos estuvieron alineadas con las expectativas sobre el desempeño general de las firmas para el primer semestre de 2015. De esta forma, a pesar de que la mayoría de los empresarios del segmento expresó tener perspectivas favorables sobre esta variable (entre el 44% y el 61% de los en-

cuestados), hubo una reducción en la proporción de empresarios de los sectores de industria (-13 puntos porcentuales) y comercio (-20 puntos porcentuales) que favorecieron el comportamiento del volumen de pedidos y un aumento de esta misma proporción del empresariado de servicios (+15 puntos porcentuales) entre 2014-I y 2015-I, ver gráfico 17.

Con relación a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 58% de las Pymes industriales de la ciudad de Barranquilla esperaba un incremento en la inversión (vs. 67% observado en 2014-I), el 27% de este segmento creyó que la inversión de mantendría constante (vs. 27% observado en 2014-

Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

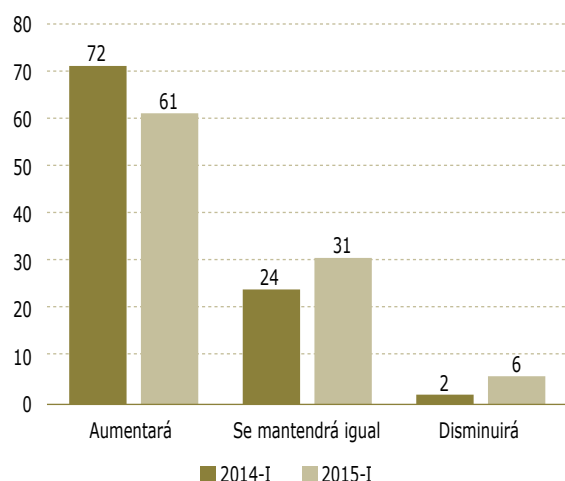


Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)

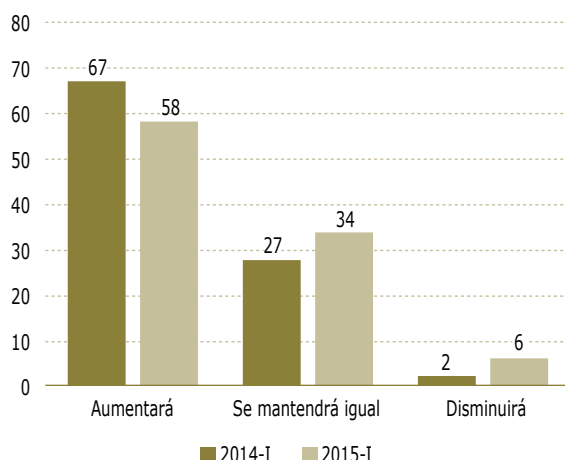


Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)

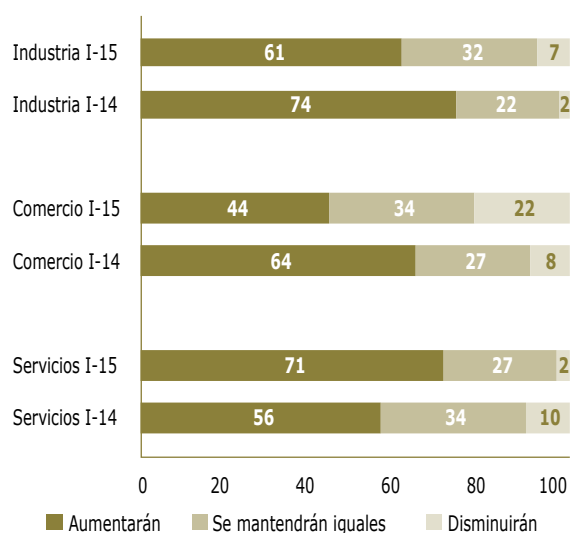
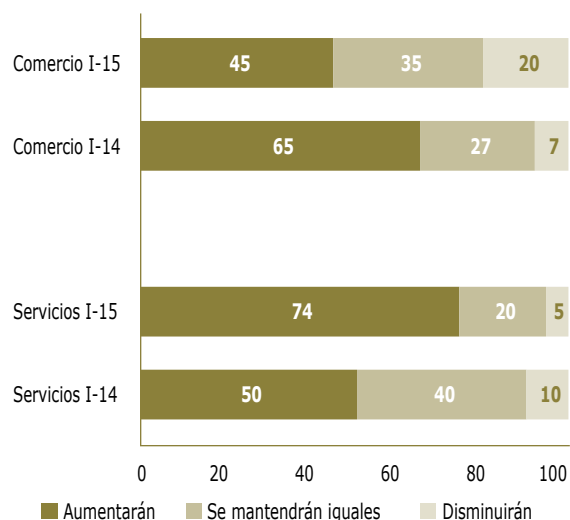


Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)



l), mientras que solo el 2% esperaba una caída en esta variable durante 2015-I (vs. 2% observado en 2014-I) (ver gráfico 18).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector comercio sobre el comportamiento de estas para 2015-I respecto a lo observado un año atrás fueron más moderadas que las expectativas del sector servicios (ver gráfico 19). El 45% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas en 2015-I, cifra inferior en 20 puntos porcen-

tuales a la cifra observada para 2014-I. Por su parte, la proporción de empresarios del sector servicios que esperaban aumentos en sus ventas alcanzó el 74% para 2015-I, dato superior en 24 puntos porcentuales a lo observado para 2014-I. Asimismo, hubo un aumento en 13 puntos porcentuales en la proporción de empresarios comerciales que esperaban disminuciones en su nivel de ventas durante el primer semestre de 2015, mientras que para el empresario del sector servicios esta proporción se redujo en 5 puntos porcentuales para el mismo período.

Financiamiento

El 44% de las Pymes industriales, el 48% de las comerciales y el 26% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II (ver gráfico 20). Lo anterior reveló un aumento en las solicitudes de crédito formal de los empresarios de los sectores de industria (+18 puntos porcentuales) y comercio (+2 puntos porcentuales) en el último año. En el caso de las Pymes de servicios no hubo cambios en el porcentaje de solicitudes de crédito entre 2013-II y 2014-II. El gráfico 21 muestra la tasa de aprobación de las solicitudes de crédito. Allí se observa que esta creció para los sectores de industria y servicios, mientras que cayó para el sector comercial. De esta forma se aprobaron los créditos solicitados en el 93% de los casos para los empresarios Pyme del sector industrial, y para el 96% de las

solicitudes de las Pymes de comercio y servicios en el segundo semestre de 2014.

En cuanto al término de los créditos, a la mayor proporción de Pymes de industria (52%) y comercio (29%) se les aprobó créditos a largo plazo, mientras que a la mayor proporción de Pymes de servicios (51%) se les aprobó créditos a mediano plazo, (ver gráfico 22). En cuanto a la aprobación del crédito al plazo deseado, esta fue afín con los plazos solicitados. En efecto, como lo muestra el gráfico 23, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (52%) y comercio (32%) se les aprobó créditos a largo plazo, mientras que a los encuestados del sector servicios se les aprobó en mayor proporción créditos a mediano plazo (51%). Respecto a la satisfac-

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

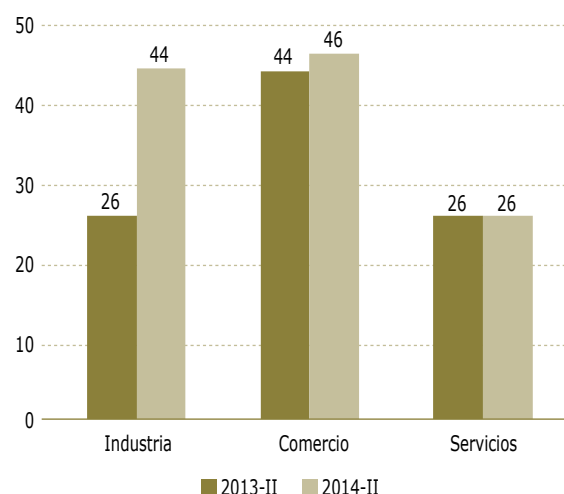
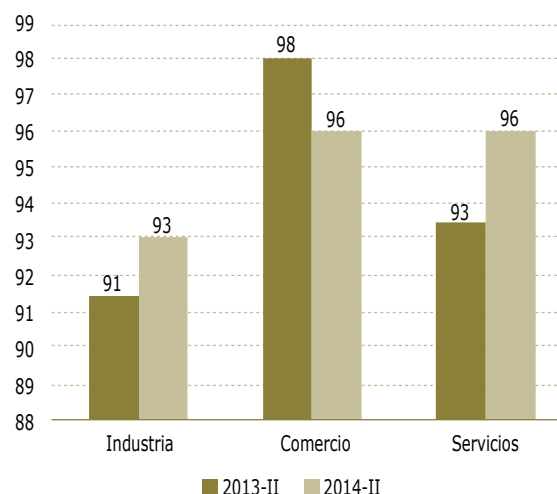


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



ción de los encuestados respecto al monto aprobado, esta se redujo para los tres macrosectores. El porcentaje de los empresarios de industria que reportaron estar satisfechos con el monto del crédito aprobado cayó del 94% al 82% entre 2013 y 2014. En el caso del sector comercial este porcentaje cayó del 98% al 95%, y para el sector servicios, este se redujo del 93% al 83% para el mismo período (ver gráfico 24).

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 comercio recibió tasas de hasta DTF+4 puntos (42% industria y 55% comercio) para 2014-II. Por su parte,

la mayor proporción de empresarios del sector servicios recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (25% de los encuestados) en el mismo período. Respecto a los resultados observados un año atrás, hubo una caída importante en la proporción de empresarios de los sectores de industria y comercio que recibieron tasas entre DTF+4 y DTF+8 (-14 puntos porcentuales para industria y -16 puntos porcentuales para comercio), así como una reducción en el porcentaje de empresarios del sector servicios que recibieron tasas de hasta DTF+4 (-56 puntos porcentuales), ver gráfico 25. Esto muestra un encarecimiento del crédito formal para las empresas de servicios en la ciudad de Barranquilla durante el segundo semestre de 2014.

Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

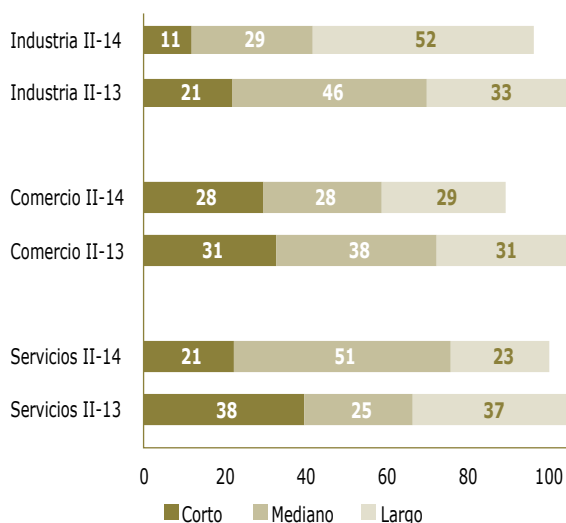


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

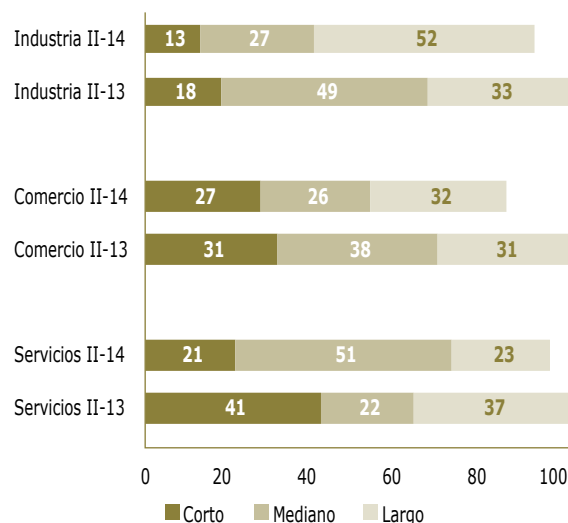


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

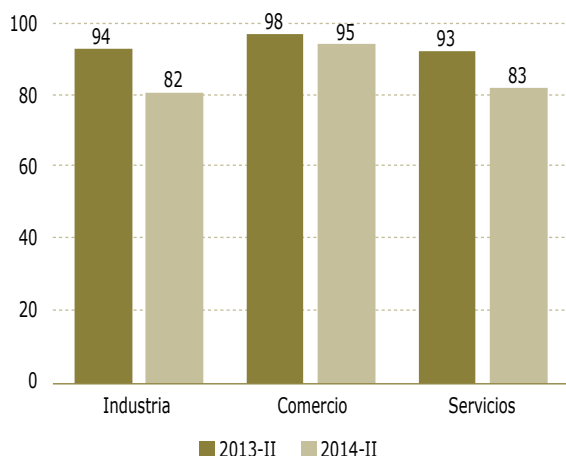
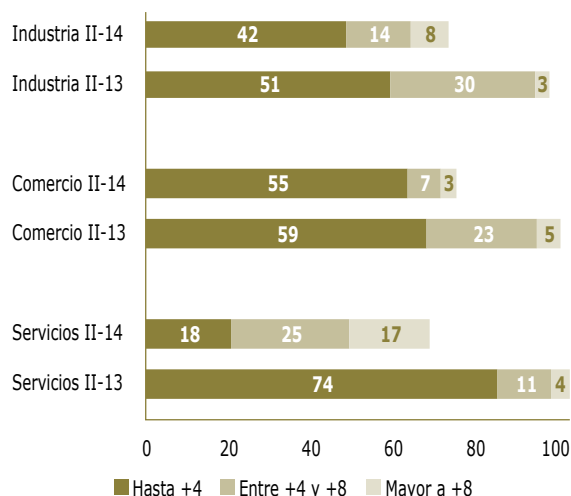


Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



La satisfacción del empresariado barranquillero con la tasa de interés recibida se redujo en esta medición. Para el empresariado industrial, la satisfacción pasó del 73% en 2013-II al 67% en 2014-II. Asimismo, la satisfacción de los empresarios comerciales se redujo del 80% al 64%, así como la satisfacción del empresariado Pyme de servicios, la cual cayó del 70% al 45% en el mismo período, ver gráfico 26.

El principal destino de los recursos que el empresariado barranquillero Pyme solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (80%

industria, 63% comercio y 49% servicios). Como lo muestra el gráfico 27, para las Pymes de industria y servicios, el segundo destino de estos recursos fueron las remodelaciones o adecuaciones (14% y 29%), mientras que para las Pymes comerciales (20%) fue la consolidación del pasivo. El tercer destino de los recursos para las Pymes industriales (10%) fue la compra o arriendo de maquinaria. Para las Pymes comerciales (16%) este puesto lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones, y para las Pymes de servicios (24%) este lugar lo ocupó la consolidación del pasivo.

Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

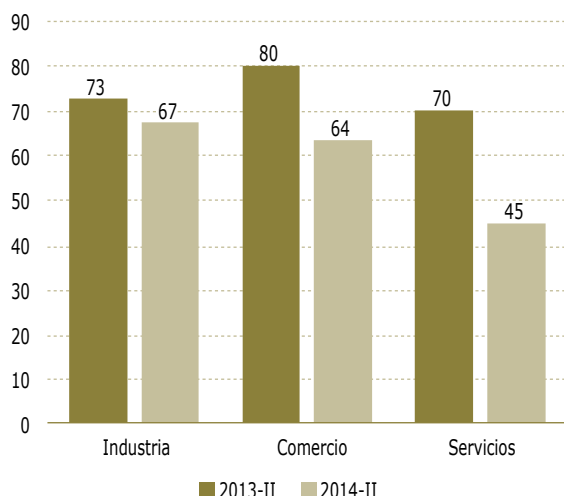


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

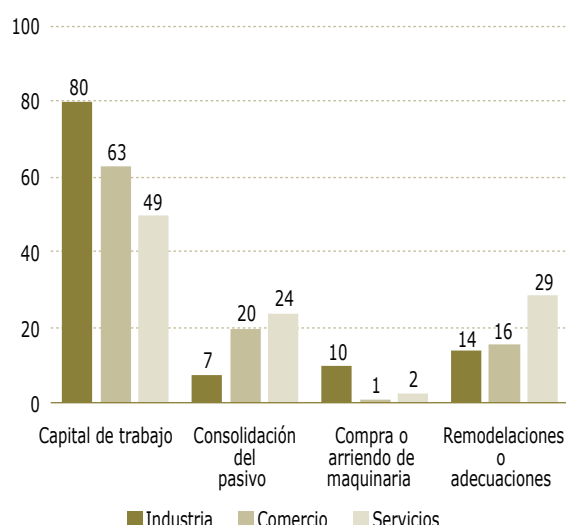
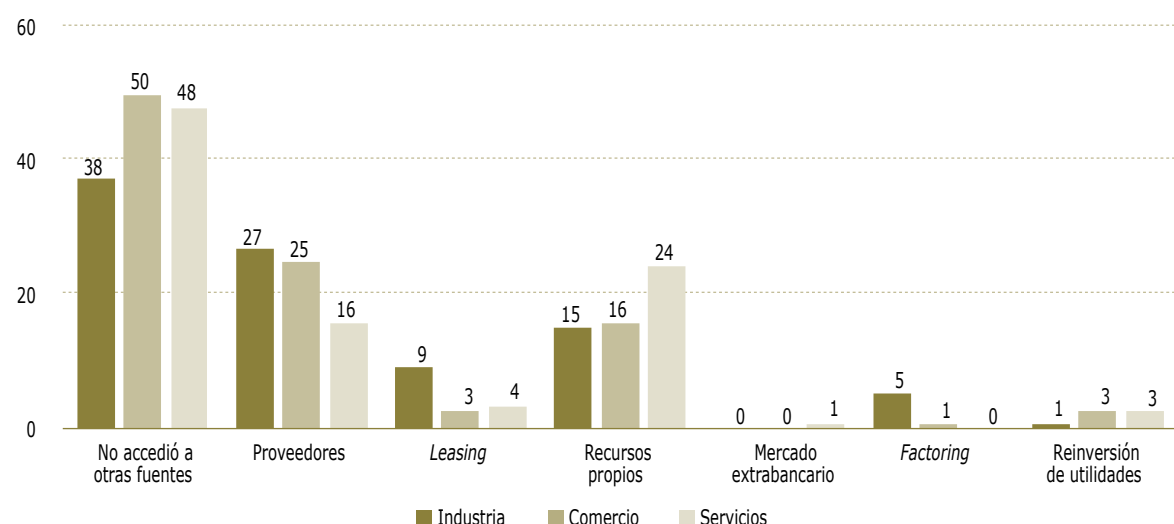


Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



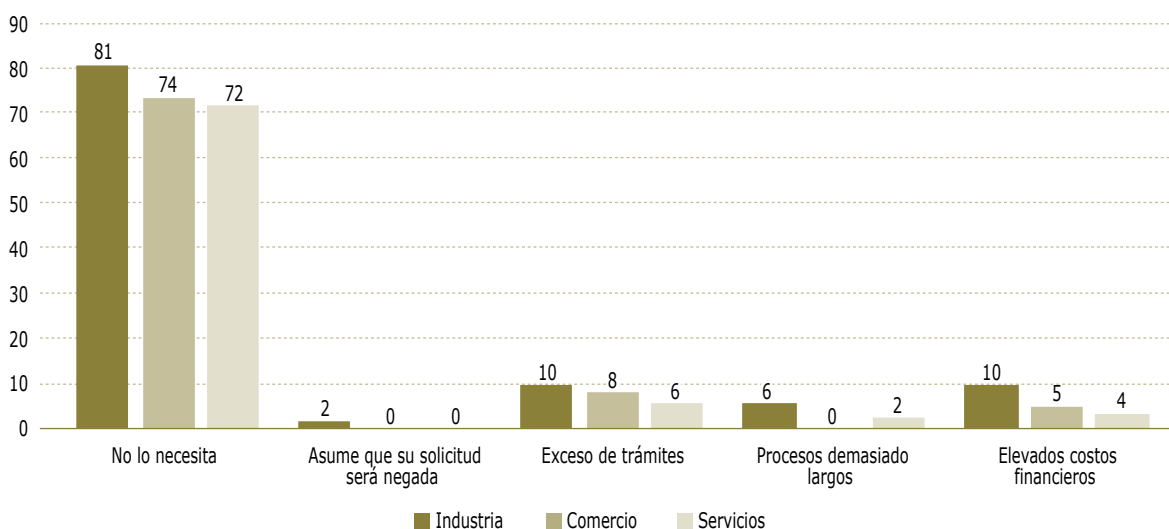
Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 38% de los empresarios de industria, el 50% de comercio y el 48% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa durante 2014-II (ver gráfico 28). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de las Pymes de industria y comercio lo hizo vía sus proveedores (27% industria y 25% comercio), en tanto que la mayoría de las Pymes de servicios accedió mediante recursos propios (24%).

Aunque las Pymes industriales fueron las que menor acceso tuvieron a las fuentes de financiación alternativas, para estas, la segunda fuente de financiación de este tipo fueron los recursos propios (15%), seguido por el *leasing* (9%). Al igual que los empresarios industriales, los empresarios comerciales optaron como segunda opción por los recursos propios (16%) y como tercera opción el *leasing* (3%). Los em-

presarios del sector servicios escogieron en segundo lugar a sus proveedores (16%), y en tercer lugar el *leasing* (4%). Cabe destacar la notable penetración del *leasing* en los tres macrosectores en la ciudad de Barranquilla (ver gráfico 28).

Por último, en materia de acceso al financiamiento, la principal razón por la cual el empresario Pyme barranquillero de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2014 fue porque no lo necesitan (81% industria, 74% comercio y 72% servicios). Como lo muestra el gráfico 29, las Pymes industriales no solicitaron crédito por los elevados costos financieros y por el exceso de trámites (10%). Finalmente, las Pymes comerciales y de servicios no solicitaron crédito por el exceso de trámites (8% y 6%) y por los elevados costos financieros (5% y 4%).

Gráfico 29. 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 que llevan a cabo las Pymes para mejorar su desempeño. Para la ciudad de Barranquilla se encontró que el 47% de las Pymes industriales, el 50% de

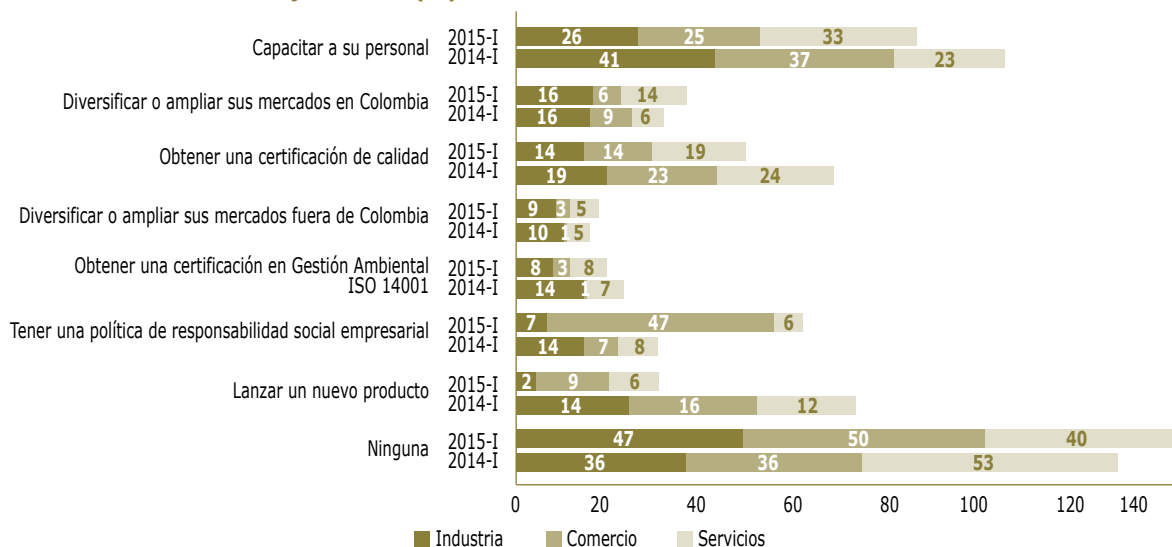
las Pymes comerciales y el 40% de las Pymes del sector servicios no tomaron ninguna acción para mejorar su desempeño durante el primer semestre de 2015. Para los sectores de industria y comercio estas cifras aumentaron en 9 puntos porcentuales y 14 puntos

porcentuales, respectivamente, entre 2014-I y 2015-I. En el caso del sector servicios, esta cifra cayó en 13 puntos porcentuales para el mismo período.

El 26% de las Pymes industriales, el 25% de las Pymes comerciales y el 33% de las Pymes del sector

servicios respondieron que su principal acción fue capacitar personal en 2015-I. En segundo lugar, las Pymes industriales (16%) dijeron diversificar o ampliar sus mercados en Colombia. Para las Pymes comerciales y de servicios este lugar lo ocupó obtener una certificación de calidad (14% y 19%), (ver gráfico 31).

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento (%)



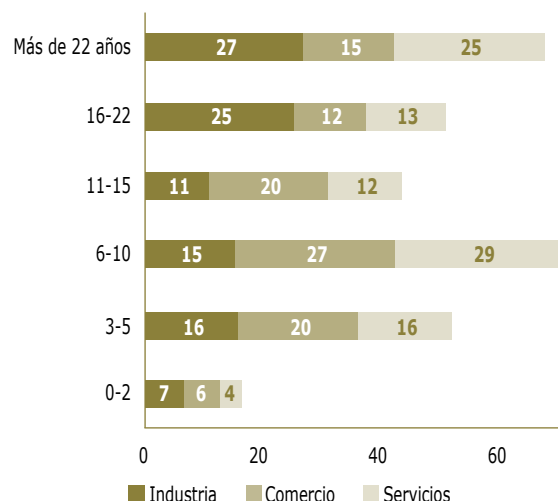
Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización empresarial del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Barranquilla.

El gráfico 31 muestra que para la capital del Atlántico, la mayor proporción de empresas Pyme industriales tiene una antigüedad de más de 22 años. Por su parte, la mayor concentración de Pymes comerciales y del sector servicios tiene una antigüedad entre 6 y 10 años con un 27% y un 29% de las respuestas de los encuestados, respectivamente.

Al indagar por el gerente de la Pyme, los gráficos 32, 33, 34 y 35 muestran que entre el 71% y el 83% de los gerentes de las Pymes son sus dueños; entre

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)



el 71% y el 78% son hombres; y estos gerentes suelen estar en el rango de edad entre los 36 y los 45 años (32% para industria, 27% para comercio y 37% para servicios). Finalmente, entre el 55% y el 71% de los gerentes del segmento Pyme barranquillero ha culminado estudios universitarios. Sobre esto último debe resaltarse que entre el 15% y el 22% de los gerentes ha culminado estudios de posgrado.

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas industriales son en un 45% de propiedad familiar, mientras que las Pymes

comerciales y de servicios lo son en un 42% y un 39% de los casos. La mayor proporción de Pymes del sector servicios no son familiares (48%). Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos, a lo cual, de forma general, los empresarios de los tres macrosectores respondieron no emplearlos (80% industria, 78% comercio y 62% servicios). Cabe anotar que entre el 3% y el 10% de los encuestados respondió no conocer lo que es un protocolo de sucesión.

Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

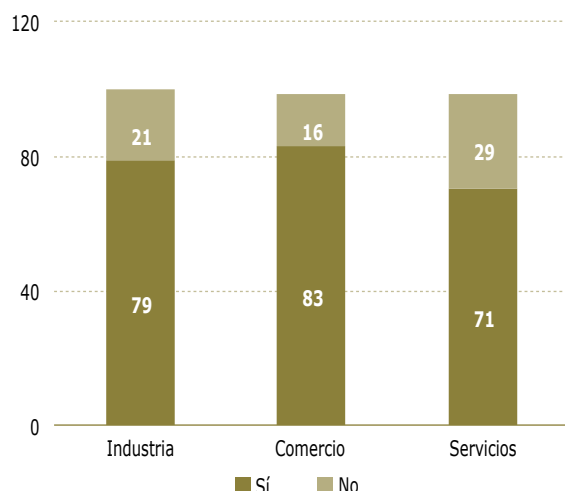


Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

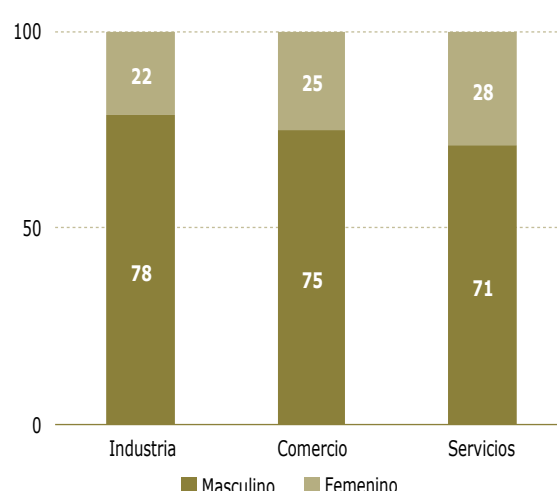


Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)

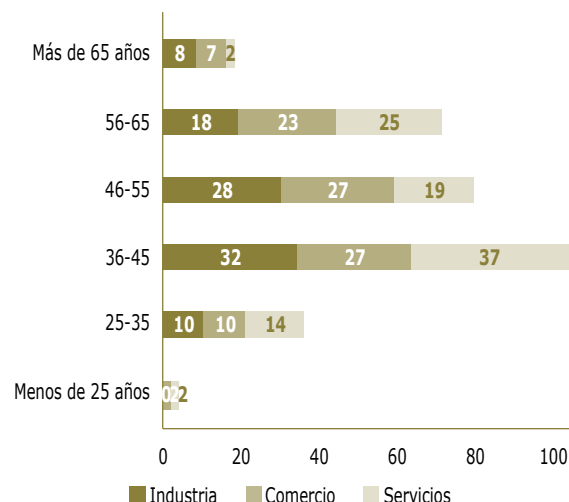
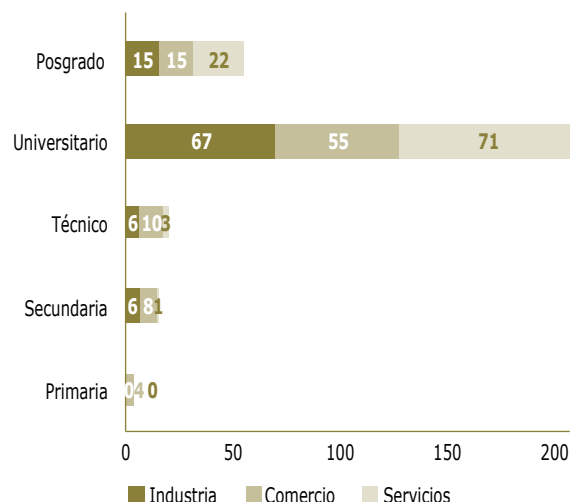


Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)



Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme de la capital del Atlántico si las empresas habían modificado, ampliado o mantenido su actividad económica original. A lo anterior, el 86% de las

Pymes industriales, el 87% de las Pymes comerciales y el 84% de servicios respondieron haber mantenido la actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente.

Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

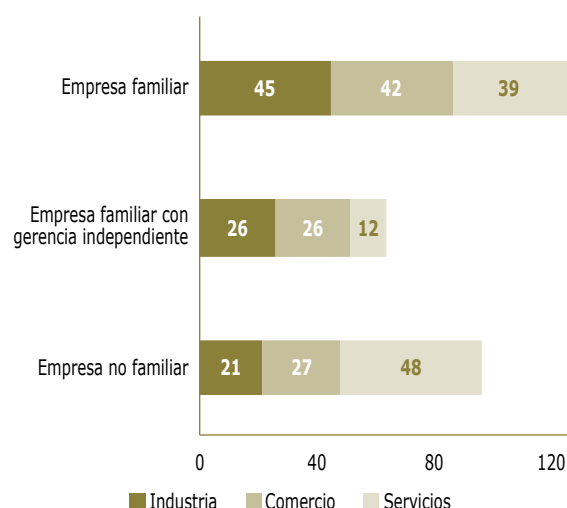


Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

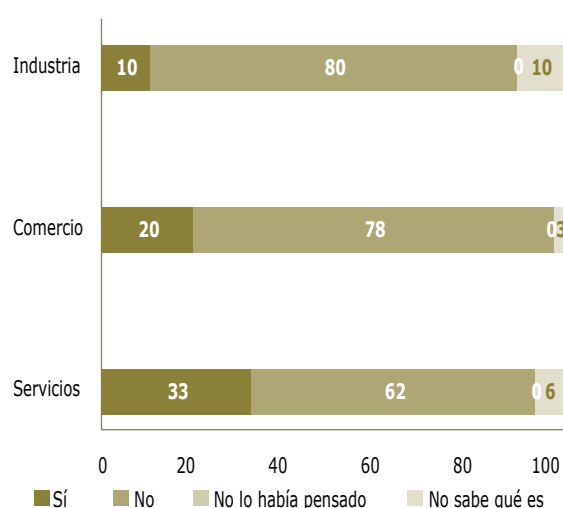
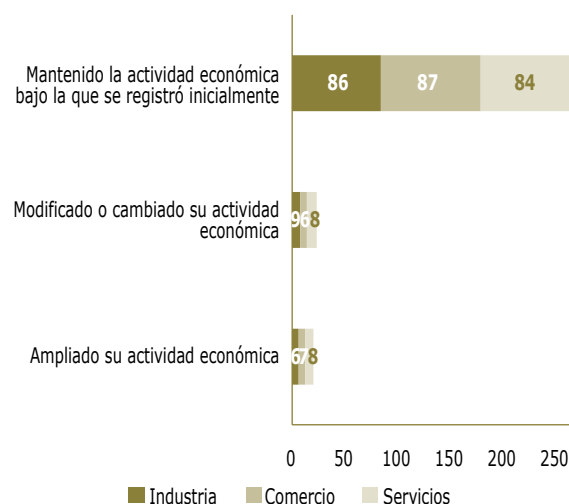


Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta barranquillera es reducida, ya que solo el 16% de las Pymes industriales y el 13% de las de servicios exportaron en 2014-II. Estos

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

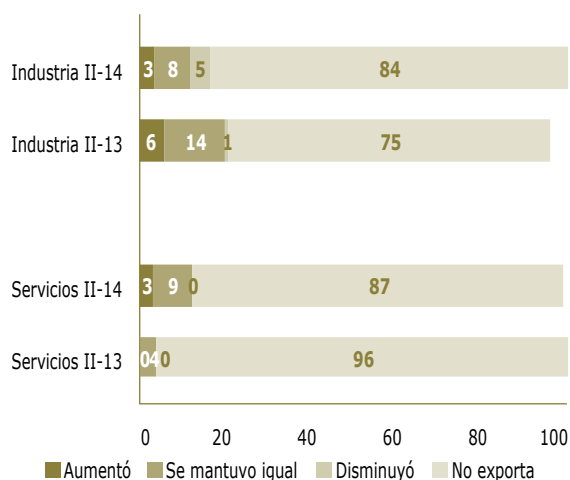
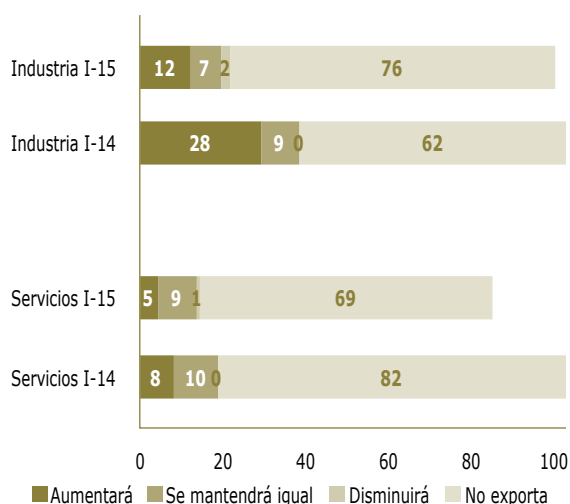


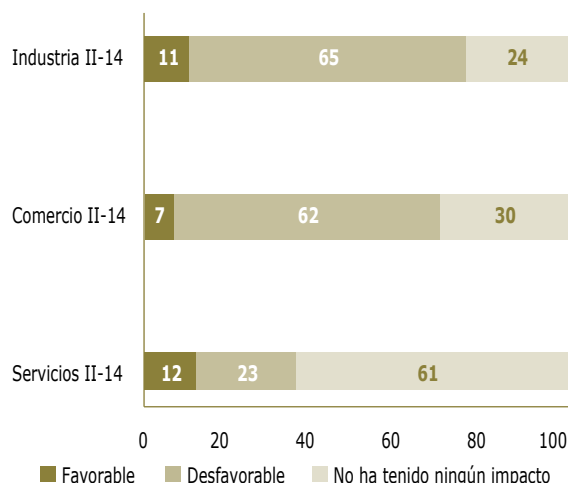
Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



resultados son mixtos, ya que respecto al año anterior se observa una caída en la proporción de Pymes industriales que exportaron (-9 puntos porcentuales) y un aumento en la proporción de Pymes de servicios que exportaron (+9 puntos porcentuales) durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 39).

En línea con lo anterior, las expectativas del empresario barranquillero son moderadas para el sector de servicios y menos favorables para el sector industrial en contraste con los resultados para 2014-I. El 12% de los empresarios industriales y el 5% de los de servicios esperaron aumentar su volumen de exportación para 2015-I. Aun así, estos porcentajes son inferiores a las cifras observadas un año atrás (28% industria y 8% servicios). Asimismo, el 76% de los empresarios del sector industria y el 69% del empresario del sector servicios no esperaban exportar durante 2015-I. En el caso del sector industrial, se observa un aumento en 16 puntos porcentuales respecto a lo observado para 2014-I, mientras que para el sector servicios se observó una caída en 13 puntos porcentuales para el mismo período, ver gráfico 40.

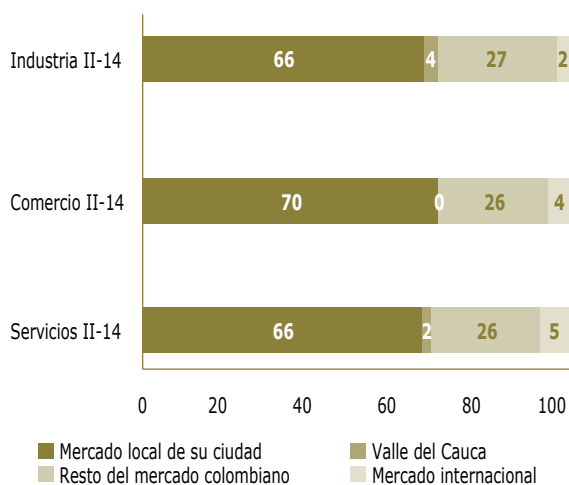
Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



Debido a la coyuntura económica donde el peso ha sufrido una devaluación cercana al 30% con respecto al dólar, para esta medición se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 65% de los empresarios industriales, el 62% de los comerciales y el 23% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 41). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (11% industria, 7% comercio, y 12% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (24% industria, 30% comercio y 61% servicios).

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 2014. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 66% y

Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)

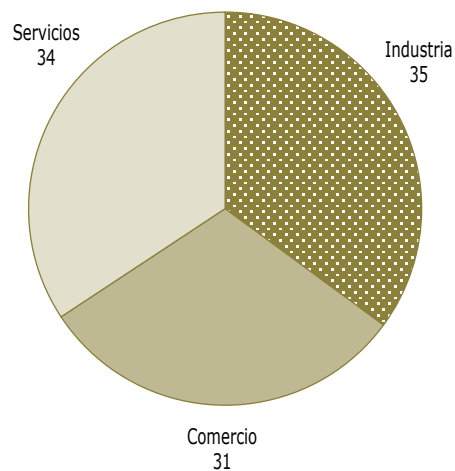


el 70% de las ventas está definido para el mercado local, alrededor de un 26%-27% de las ventas va para el resto del mercado colombiano, y entre el 2% y el 5% está destinado para el mercado internacional, ver gráfico 42.

La Gran Encuesta Pyme

Bogotá

Distribución de la muestra (%)



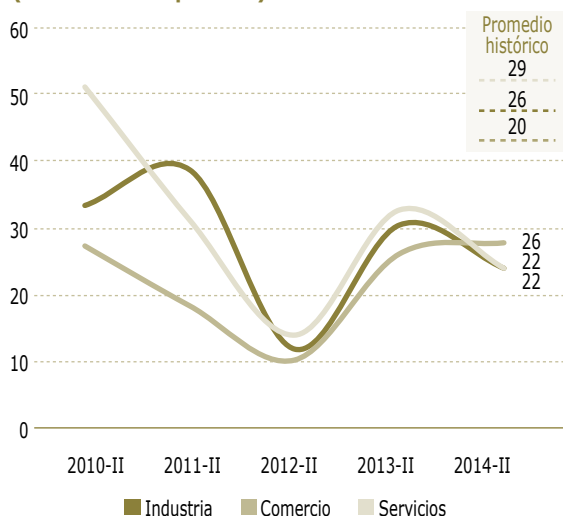
Situación actual

Segundo semestre de 2014

• Sector industria

Para la ciudad de Bogotá se observó que la percepción de la situación económica general de las Pymes en el segundo semestre de 2014 mostró deterioro para dos de los tres macrosectores. En el caso de la industria, un 39% de los empresarios Pyme afirmó que su situación mejoró en el segundo semestre

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



de 2014 con respecto al primer semestre del mismo año, cifra inferior en 2 puntos porcentuales al dato observado un año atrás. Por su parte, la proporción de Pymes que reportaron experimentar un deterioro en su situación económica general pasó de un 12% en 2013-II a un 17% en 2014-II, lo que hizo que el balance de respuestas pasara de 29 a 22 puntos en 2014-II (ver gráfico 1, sección Bogotá). Este valor del balance de respuestas se ubicó por debajo del promedio histórico (26).

Los empresarios de sector industrial capitalino mostraron una percepción ligeramente más optimista respecto a la dinámica de las ventas. Esta se mantuvo en el plano positivo debido al importante incremento de 8 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que afirmaron observar aumentos en sus volúmenes de ventas respecto al año anterior (36% en 2013-II vs. 44% en 2014-II). Aun así, este incremento fue sopesado por el aumento de 5 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que reportaron caídas en sus volúmenes de ventas (15% para 2013-II vs. 20% para 2014-II). Lo anterior hizo que el balance de respuestas mantuviese una tendencia al alza moderada: este pasó de 21 puntos en 2013-II a 24 puntos en 2014-II.

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

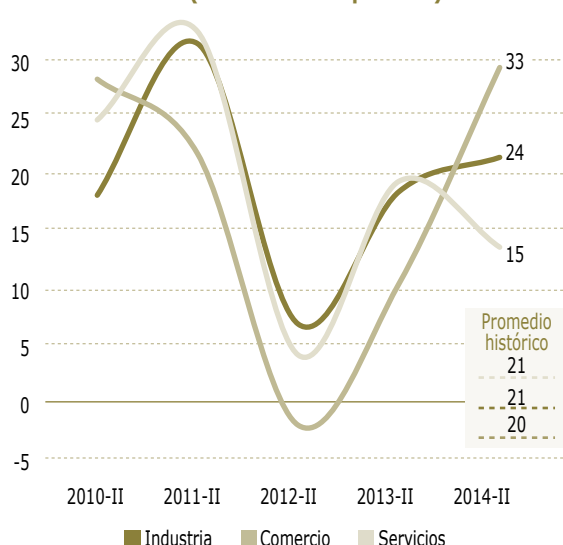
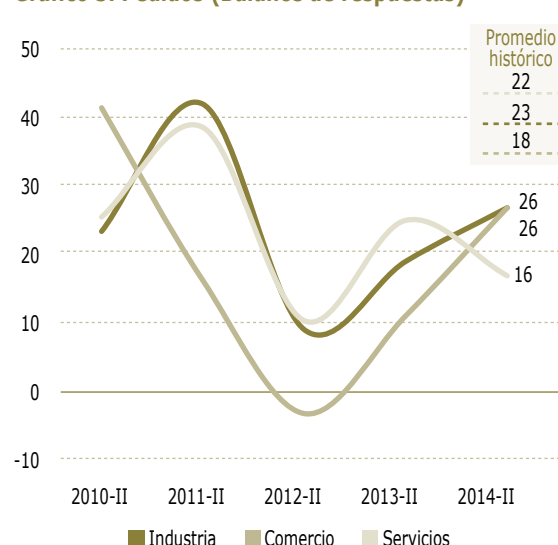


Gráfico 3. Pedidos (Balance de respuestas)

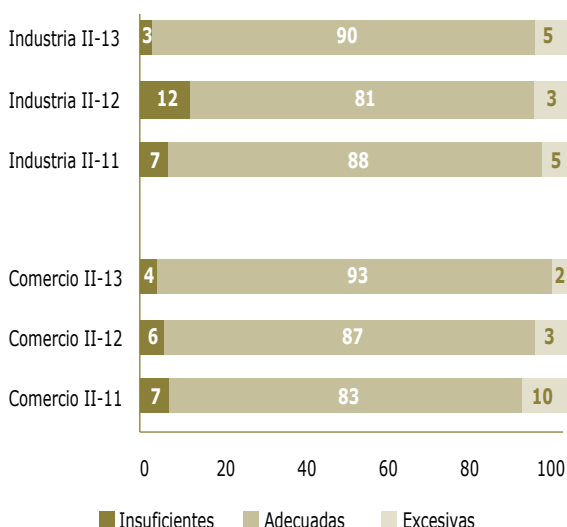


El deterioro en la demanda observado en el segundo semestre de 2012 parece consolidarse, ya que la evolución de los pedidos a las Pymes industriales de Bogotá presentó una notoria desaceleración (ver gráfico 3). El 43% de los encuestados dijo que observó un aumento en esta variable en el segundo semestre de 2014, mientras que solo el 17% dijo que el volumen de pedidos disminuyó. Esto hizo que para el segundo semestre de 2014 el balance de respuestas pasara de 18 a 26 puntos.

En cuanto a la capacidad de regular sus existencias, los empresarios industriales de Bogotá respondieron de forma acertada a la recuperación de la demanda

observada vía el mejor comportamiento del volumen de los pedidos. El gráfico 4 muestra que las Pymes industriales respondieron en el 3% de los casos que dichas existencias fueron insuficientes en 2014-II, en el 90% de los casos que fueron adecuadas y en el 5% de los casos que fueron excesivas. Esto es una mejora respecto al año anterior durante el cual se experimentó una desaceleración de la demanda, y dichos valores fueron del 12%, el 81% y el 3% respectivamente. Así, pareciera que la respuesta de las Pymes de industria en Bogotá estuvo acorde con las expectativas altamente optimistas de un año atrás, lo que hizo que la insuficiencia de las existencias fuera mucho más baja para 2014-II.

Gráfico 4. Existencias (%)



La aceleración de la demanda estuvo acompañada de un aumento en los niveles de producción de las Pymes industriales. Aunque el porcentaje de empresas que redujeron su producción aumentó en 5 puntos porcentuales entre 2013-II y 2014-II, la proporción de Pymes que dijeron aumentar su producción experimentó un incremento en 9 puntos porcentuales con respecto a 2013, lo que en términos del balance de respuestas significó un aumento de 4 puntos frente a la cifra de 2013-II (17), (ver gráfico 5).

El mayor nivel de producción industrial llevó a una estabilización en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI). En promedio, el 50% de las Pymes industriales de Bogotá utilizó el 85% de su capacidad instalada en el segundo semestre de 2013 y para el mismo período de 2014 dicho porcentaje ascendió al 80%, mismo valor tomado dos años atrás (ver gráfico 6).

Gráfico 5. Producción industrial (Balance de respuestas)

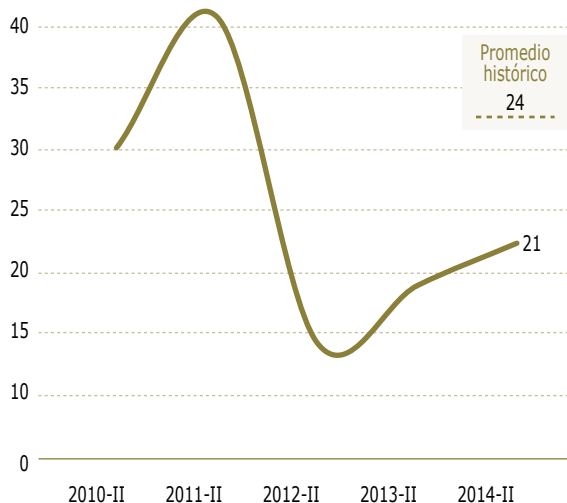
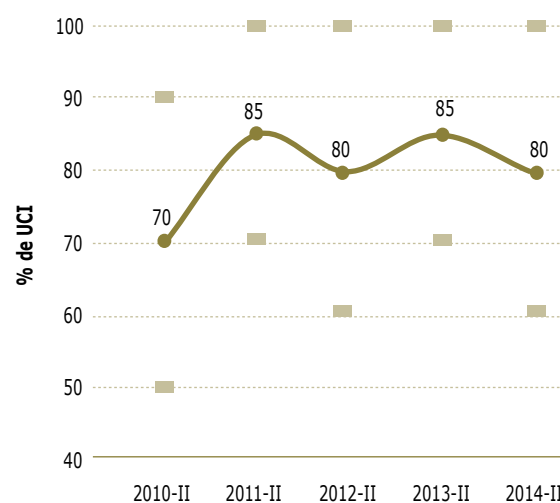
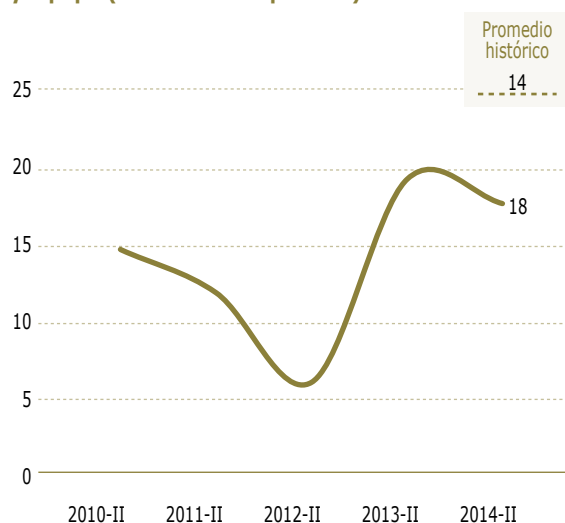


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



La inversión en maquinaria y equipo se estabilizó para el segundo semestre de 2014. Esto se debió a que el porcentaje de empresarios que afirmaron que esta variable se mantuvo estable aumentó del 57% en 2013-II al 68% en 2014-II. Por su parte, el 23% de las Pymes industriales incrementó sus niveles de inversión en 2014-II frente al 29% reportado en 2013-II. Asimismo, el porcentaje de Pymes que manifestaron disminuir el nivel de esta variable pasó del 10% en 2013-II al 5% en 2014-II. Así, el balance de respuestas de esta variable llegó a 18 en 2014-II, inferior al 20 logrado en 2013 (ver gráfico 7).

Gráfico 7. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



En materia de costos, el porcentaje de Pymes industriales bogotanas que reportaron un abaratamiento de sus insumos productivos en el segundo semestre de 2014 cayó en 2 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Asimismo, el porcentaje de empresas que experimentaron un incremento en sus costos creció en 6 puntos porcentuales durante ese mismo periodo, rompiendo con la tendencia a la baja observada desde la primera medición para Bogotá en 2010. El gráfico 8 muestra el comportamiento del balance de respuestas a la pregunta por el comportamiento de los costos. En esta medición este balance de respuestas toma un valor de 32 puntos, el cual se encuentra 8 puntos por debajo del valor observado un año atrás y 3 puntos por debajo del promedio histórico (35).

El aumento en los costos de producción se tradujo en la reducción de los márgenes de ganancia de las Pymes del sector. Aunque el porcentaje de empresas manufactureras que mencionaron observar un aumento en sus márgenes de ganancia creció con respecto al año anterior (35% para 2014-II vs. 30% para 2013-II), el porcentaje de Pymes que mencionaron ver reducciones en esta variable creció en 8 puntos porcentuales frente a la cifra del año anterior (14% en 2013-II vs. 22% en 2014-II). En términos del balance de respuestas, este paso de 16 en 2013 a 13 en esta medición (ver gráfico 9).

El empleo del sector industrial también se vio afectado por este aumento moderado en la producción y las ventas. En efecto, el porcentaje de empresarios bogotanos que disminuyeron su planta de

Gráfico 8. Costos (Balance de respuestas)

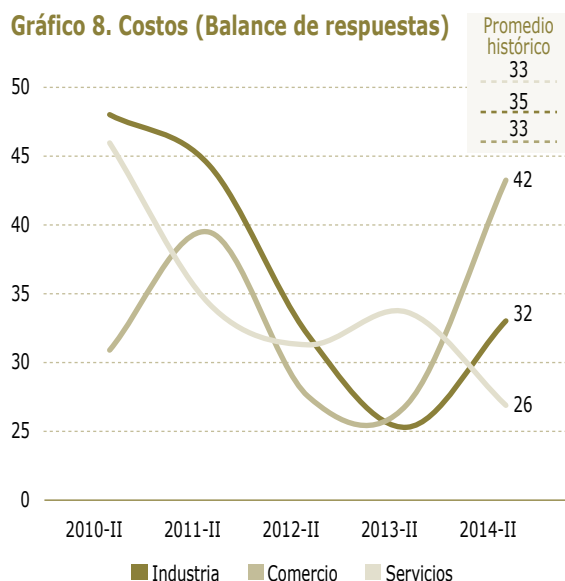
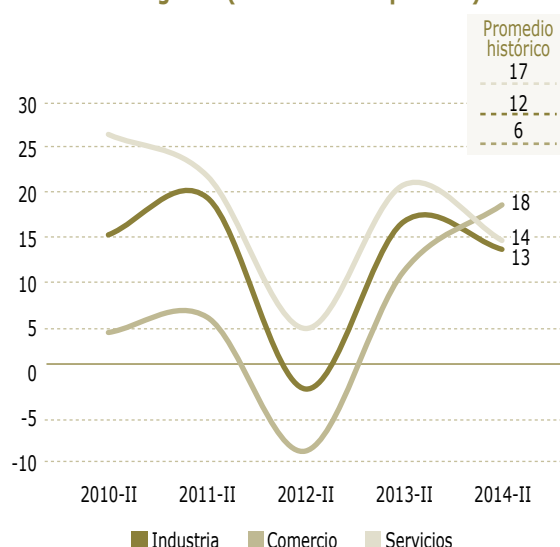


Gráfico 9. Márgenes (Balance de respuestas)

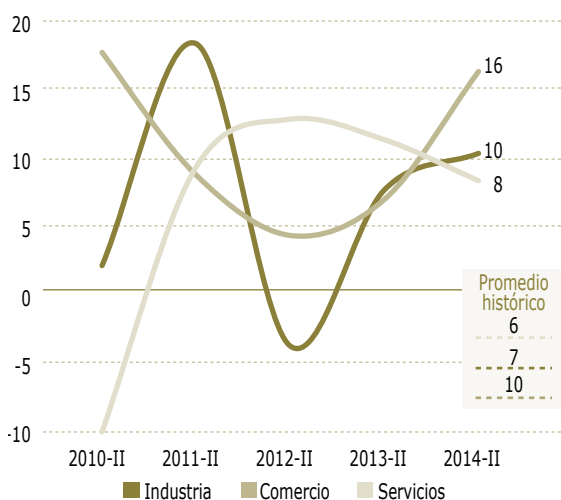


trabajo en el segundo semestre de 2014 (13%) fue inferior al de quienes incrementaron su planta (23%), por lo cual se continuó observando una tendencia creciente en el balance de respuestas. Como muestra el gráfico 10, este pasó de -4 puntos en 2012-II a 7 en 2013-II y, finalmente, a 10 en 2014-II.

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras de Bogotá para el desarrollo de sus actividades durante el segundo semestre de 2014 fue la falta de demanda, la cual pasó de un 34% de las respuestas en 2013-II a un 22% en

el último año. Este problema se caracteriza por ser de naturaleza estructural al sector industrial. Le siguen en el ranking los altos impuestos, con un 19% de los encuestados. Esta alternativa ha venido tomando relevancia durante los últimos dos años debido a las recientes reformas tributarias. En tercer lugar se ubica el costo de los insumos, con un 16% de los encuestados, perdiendo participación frente al año anterior (17%) y su posición en el ranking del año pasado. En cuarto lugar aparece la tasa de cambio, con un 16% de los empresarios del sector, ganando participación gracias a la reciente depreciación de más del 30% del peso frente al dólar. Entre otros problemas con menor participación se encontraron el capital de trabajo insuficiente (7%), la rotación de cartera (5%) y el contrabando (3%), ver gráfico 11.

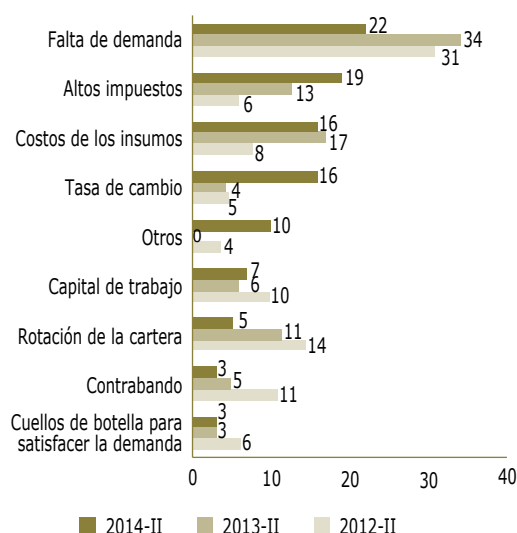
Gráfico 10. Empleo (Balance de respuestas)



• Sector comercio

Durante el segundo semestre de 2014, el empresariado Pyme comercial mostró una estabilización en las perspectivas respecto a su situación económica. Un 44% afirmó que hubo una mejoría en esta variable, 6 puntos porcentuales por encima de la cifra reportada un año atrás. De la misma forma, la proporción de empresarios que percibieron una desmejora en su situación económica aumentó en 5 puntos porcentuales frente a la anterior medición (13% en 2013 vs. 18% en 2014). En consecuencia, el balance de respuestas mostró un ligero aumento al pasar de 24 a 26 (ver gráfico 1).

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



A diferencia de las percepciones sobre su situación económica, las percepciones de ventas del empresariado Pyme del sector comercio presentaron una mejora significativa frente a lo observado un año atrás. La proporción de encuestados que indicaron que sus ventas se incrementaron pasó de alcanzar el 29% de los encuestados en 2013-II al 51% de los encuestados en 2014-II. Por su parte, la proporción de empresarios que experimentaron una caída en sus ventas se mantuvo estable (18% de los encuestados para 2014-II), por lo cual el balance de respuestas se ubicó en 33 puntos, 13 puntos por encima del promedio histórico (ver gráfico 2).

El comportamiento de la superficie de ventas también presentó incrementos, pues el 39% de los encuestados afirmó que esta variable aumentó, mientras que solo el 13% aseveró que su superficie de ventas disminuyó en 2014-II. Frente a los valores

observados en 2013, el gráfico 12 muestra un aumento del balance de respuestas, el cual pasó de 14 en 2013-II a 26 en 2014-II.

En línea con el mayor el aumento en el nivel de ventas, el nivel de pedidos del sector comercio también mostró mejoras notables. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó de un 27% a un 44% entre 2013-II y 2014-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó de forma marginal, pasando de un 17% a un 18% en el mismo período (ver gráfico 3).

En cuanto al nivel de existencias, un 93% de las Pymes considera que estas son adecuadas. Este porcentaje aumentó en 6 puntos porcentuales respecto a la medición anterior, así como hubo una reducción en los porcentajes de empresas que consideraron sus existencias insuficientes (6% en 2013 vs. 4% en 2014) o excesivas (3% en 2013 vs. 2% en 2014), ver gráfico 4. En comparación con las Pymes industriales, las Pymes comerciales de la capital del país continuaron mostrando mayor habilidad a la hora de regular su inventario frente a la aceleración de la demanda que estas empresas experimentaron durante el segundo semestre de 2014.

Los costos de las ventas reversaron la tendencia a la baja que venían presentando desde 2011. La proporción de encuestados que afirmaron que sus costos aumentaron (52%) y disminuyeron (10%) aumentó en 16 puntos porcentuales para el primer

grupo, mientras que se estabilizó en el 10% para el segundo grupo respecto a lo observado un año atrás. El gráfico 8 muestra el comportamiento del balance de respuestas, el cual también creció hasta 16 puntos y se ubicó en un valor de 42, 9 puntos por encima de su promedio histórico (33).

A pesar del aumento en los costos de venta, gracias a la dinámica de la demanda, los márgenes de ganancia de los empresarios continuaron presentando una tendencia positiva. En efecto, para el segundo semestre de 2014 un 36% del empresariado capitalino afirmó que sus márgenes aumentaron vs. un 29% reportado un año atrás. Un 18% de los empresarios reportó caídas en sus márgenes, cifra equivalente a la observada un año atrás. Como consecuencia, el balance de respuestas tomó un valor de 18, 12 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 9).

En línea con la buena percepción que se observó en términos de desempeño económico, ventas y márgenes, la contratación por parte de las Pymes comerciales capitalinas presentó un comportamiento altamente dinámico. El 27% de las Pymes comerciales encuestadas reportó un incremento en su planta de personal y el 11% reportó una reducción. Esto hizo que el balance de respuestas aumentara de 7 en 2013-II a 16 en 2014-II (ver gráfico 10).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales en el desarrollo de sus actividades fue la devaluación del peso, la cual

Gráfico 12. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

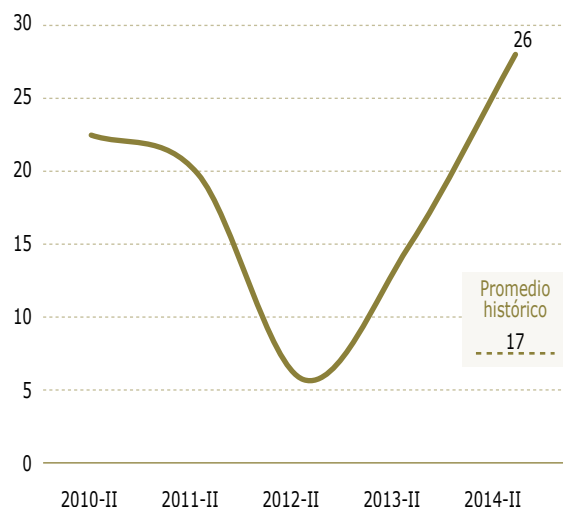


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



pasó de tener una participación del 10% en 2013-II a una del 24% en 2014-II. Le sigue en el ranking la competencia de las grandes superficies, con un 15% de los encuestados. En tercer lugar se ubicó el alto nivel de impuestos (14%), seguido por la falta de demanda (13%), ver gráfico 13. Debe notarse que la rotación de cartera perdió un alto nivel de participación en esta medición al pasar del 35% en 2013 al 9% en 2014.

• Sector servicios

Al igual que lo reportado por los empresarios Pyme industriales, 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 cayó del 43% al 39% entre 2013-II y 2014-II. Al mismo tiempo, el porcentaje de empresarios que indicaron un deterioro de esta variable creció del 12% al 17% durante el mismo período (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. El porcentaje de empresas que manifestaron que su volumen de ventas creció se mantuvo estable con respecto a 2013-II (39%), y el de aquellas que reportaron lo contrario creció en 7 puntos porcentuales, llevando a una caída en el

balance de respuestas de 22 en 2013-II a 15 en 2014-II (ver gráfico 2).

Al igual que para el volumen de ventas, las órdenes de servicio recibidas mostraron un deterioro notable. El 32% de las Pymes de servicios en Bogotá reportó un incremento en esta variable en 2014-II, mientras que en el segundo semestre de 2013 dicho porcentaje ascendió a un 38%. Entre tanto, un 16% reportó un descenso en el nivel de pedidos, cifra superior al 14% observado en 2013-II (ver gráfico 3).

Los costos de operación del sector, a diferencia de los del sector industrial y comercial, reversaron su tendencia al alza. El 35% de las Pymes reportó haber sufrido un encarecimiento en sus costos de operación en el segundo semestre de 2014 y un 9% indicó que estos disminuyeron, registrándose un balance de respuestas de 26, cifra inferior en 7 puntos a la del año anterior (ver gráfico 8).

A pesar de la caída en los costos de operación del sector, la desaceleración de la demanda (ventas y órdenes de servicio) es congruente con la caída en los márgenes, ver gráfico 9. El porcentaje de Pymes que aumentaron sus márgenes se mantuvo estable en el 34% entre 2013 y 2014, mientras que el de aquellas para las cuales esta variable se redujo pasó del 13% al 20% en el mismo período.

Los resultados en materia de empleo indican que, debido al menor dinamismo en el desempeño económico del sector, dicha variable reversó la tendencia favorable que venía presentado desde el segundo semestre de 2011. Así, el 22% de los empresarios del sector servicios aumentó su planta de personal, el 14% la redujo y un 63% la mantuvo estable (ver gráfico 10). Este fue el sector donde se observó la mayor proporción de encuestados que reportaron reducciones en su planta de personal.

Finalmente, el principal problema que señalaron las Pymes de servicios para el desarrollo de sus actividades fue la competencia (20% de los encuestados). La devaluación del peso frente al dólar se ubica en segundo lugar, con el 17% de los encuestados. En tercer lugar se ubica la falta de demanda, con un 15% de las respuestas, y le siguen los altos impuestos, con un 14% (ver gráfico 15). Cabe resaltar que la tasa de cambio ganó una participación importante, pues creció 14 puntos porcentuales entre 2013 y 2014, lo cual es consistente con el fuerte proceso de devaluación que ha experimentado el peso frente al dólar.

Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2015

• Sector industria

El desempeño económico de las Pymes durante el segundo semestre de 2014 incidió de forma notoria sobre las perspectivas para el primer semestre de 2015. Un 40% de los empresarios encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable, mientras que un año atrás dicho porcentaje ascendía al 53%. Asimismo, el grado de incertidumbre creció del 12% al 29% en el último año. Como lo muestra el gráfico 15, el balance de respuestas cayó de 47 puntos en 2014 a 34 puntos en 2015, cifra inferior en 1 punto al promedio histórico, (ver gráfico 15).

En línea con lo anterior, las perspectivas de producción también reflejaron menos optimismo del empresariado industrial bogotano. Mientras que el 47% de los encuestados esperaba para 2014-I que la producción aumentara, esta cifra se redujo al 41% para 2015-I. Asimismo, el 8% esperaba para 2014-I una caída en la producción industrial y dicha cifra llegó al 12% en 2015-I. En suma, dada la caída en la proporción de encuestados que esperaban una aceleración de la producción industrial, el balance de respuestas se contrajo significativamente, pasando de 39 para 2014-I a 29 en 2015-I, ver gráfico 16.

En materia de pedidos, las Pymes manufactureras también anticipaban un menor dinamismo. El 41% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en 2015-I, lo que representa una caída de 10 puntos porcentuales con respecto al dato observado en la lectura de 2014-I, y el 14% opinó lo contrario (5 puntos más que lo observado para 2014 -I), (ver gráfico 17).

Acorde con las expectativas de producción y ventas, el porcentaje de empresarios que esperaban aumentar su inversión en activos fijos se redujo de un 42% en 2014-I a un 35% en 2015-I. Como lo muestra el gráfico 18, la tendencia de esta variable fue claramente a la baja en 2015-I, pero en línea con las perspectivas generales del panorama del desempeño económico del sector industrial bogotano.

• Sector comercio

El segmento Pyme comercial bogotano se mostró poco optimista al esbozar una caída de la proporción

Gráfico 15. Desempeño general
(Balance de respuestas)

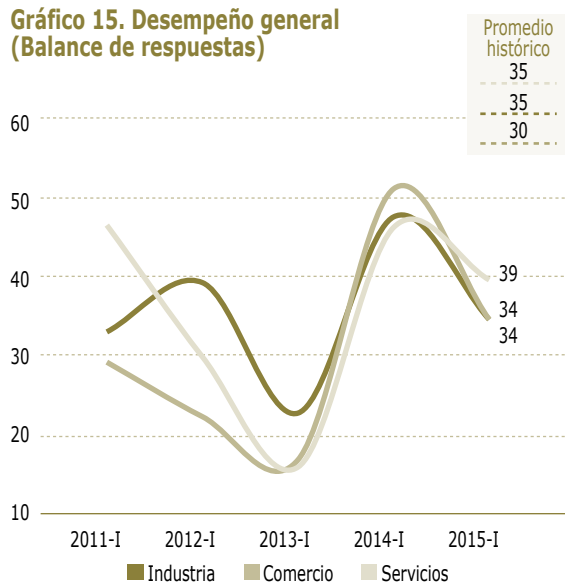
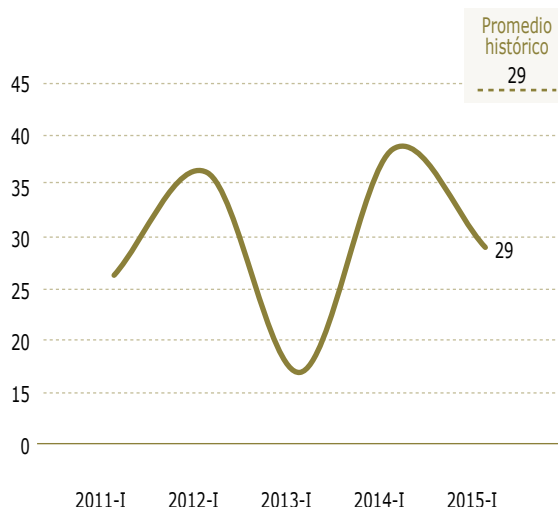


Gráfico 16. Expectativas producción industrial
(Balance de respuestas)

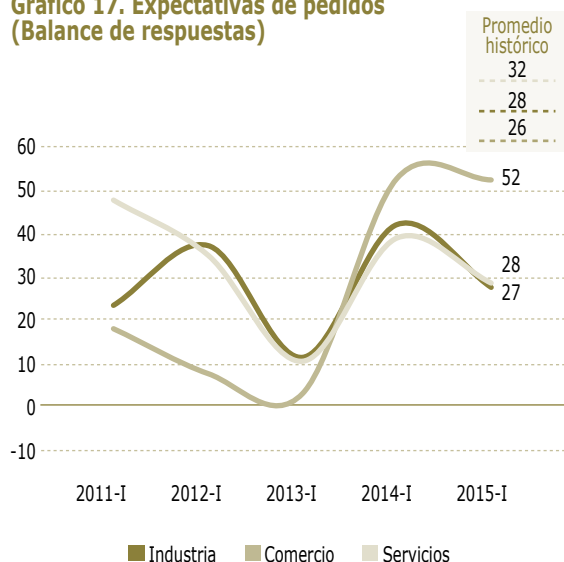


de empresarios que esperaban que el desempeño general de sus empresas fuera favorable para el primer semestre de 2015 (57% para 2014-I vs. 43% para 2015-I). Adicional a esto, el porcentaje de encuestados que afirmaron que el desempeño general de sus empresas sería incierto o desfavorable creció en 9 y 3 puntos porcentuales respectivamente. Todo esto llevó a que el balance de respuestas cayera de 51 a 34 puntos entre 2014-I y 2015-I (ver gráfico 15).

A nivel de demanda, las expectativas de las Pymes comerciales bogotanas fueron las más optimistas entre los empresarios de los tres macrosectores para

el primer semestre de 2015. En cuanto a pedidos, el 58% de los encuestados esperaba que estos aumentaran, mientras que el 6% esperaba que estos disminuyeran. Esto último, comparado con los resultados de la medición anterior, cambia de forma marginal, por lo cual el balance de respuestas se estabiliza en 52 puntos (ver gráfico 17). De forma similar, el 57% de las Pymes comerciales esperaba que las ventas en el primer semestre de 2015 se incrementaran (equivalente al registro del año anterior), mientras que un 8% anticipaba un descenso (ver gráfico 19). La tendencia de ambas variables es a estabilizarse de acuerdo con lo observado en esta medición.

Gráfico 17. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)



• Sector servicios

Las expectativas de los empresarios bogotanos del sector servicios estuvieron en línea con las del empresariado Pyme industrial. El 47% de los encuestados esperaba que el desempeño de sus empresas para 2015-I fuera favorable, dato inferior en 3 puntos porcentuales a lo observado en 2014-I. De forma similar, el 8% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra que a su vez es 4 puntos porcentuales superior a la reportada en 2014-I. Todo lo anterior presenta unas expectativas del empresariado de servicios mucho más moderadas y menos optimistas que las observadas en mediciones anteriores (ver gráfico 15).

De acuerdo con las perspectivas de desempeño general, los empresarios de las Pymes de servicios de Bogotá se mostraron menos optimistas frente a

Gráfico 18. Sector industria: expectativas de la inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

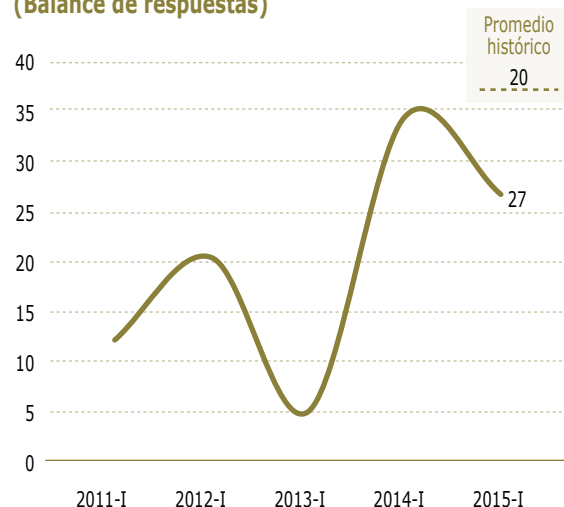
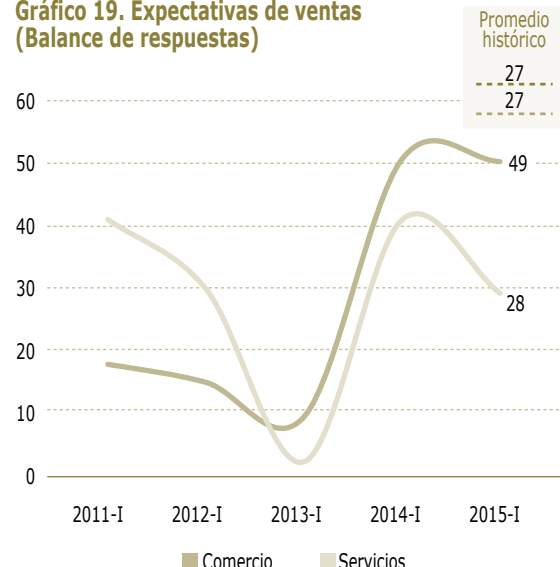


Gráfico 19. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



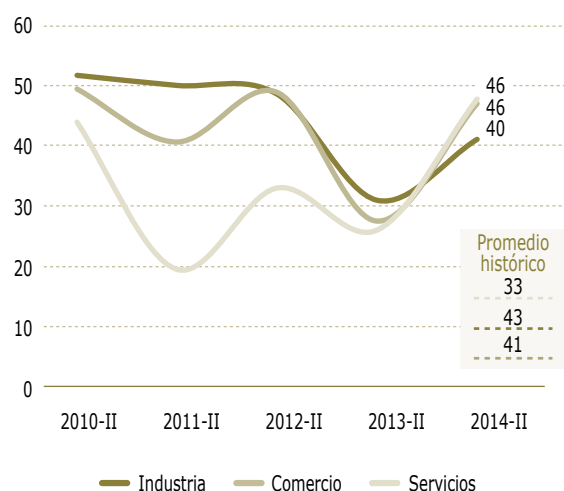
las perspectivas de demanda. A nivel de pedidos, un 45% opinó que estos se incrementarían en 2015-I, cuando para 2014-I dicho porcentaje alcanzó un 47%. Entre tanto, un 17% esperaba una contracción de los pedidos en 2015-I frente al 8% reportado en 2014-I (ver gráfico 17). De forma similar, en el nivel

de ventas también se observan expectativas menos favorables frente a las registradas un año atrás. El 44% de los empresarios creía que las ventas se incrementarían en 2015-I (vs. 48% en 2014-I) y un 16% opinaba que serían menores (vs. 8% un año atrás), (ver gráfico 20).

Financiamiento

El porcentaje de empresarios Pyme industriales de Bogotá que solicitaron crédito durante el segundo semestre de 2014 creció frente a lo observado un

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



año atrás, al ubicarse en un 40% (10 puntos porcentuales por encima del año anterior). Esta tendencia también se observó en los sectores de comercio y servicios. En el caso del comercio, las solicitudes pasaron del 26% al 46% entre 2013-II y 2014-II. En el sector servicios, las solicitudes crecieron 22 puntos porcentuales al pasar del 24% al 46% durante el mismo período (ver gráfico 20). Las tasas de aprobación de los créditos se mantuvieron altas en los tres macrosectores, con un 98% en industria, un 99% en comercio, y un 97% en el sector servicios (ver gráfico 21). Cabe señalar que este aumento en las tasas de aprobación podría explicarse por el incremento en las solicitudes de crédito que se dieron para los tres macrosectores.

Con respecto a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, la satisfacción expresada por los empresarios consultados fue alta con relación al plazo aprobado. En el caso de la industria, la modalidad más común fue el mediano plazo (entre 1 y 3 años), con un 39% de los créditos solici-

Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

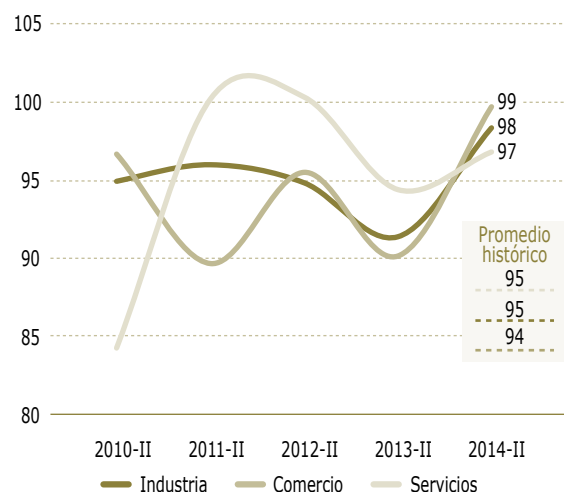
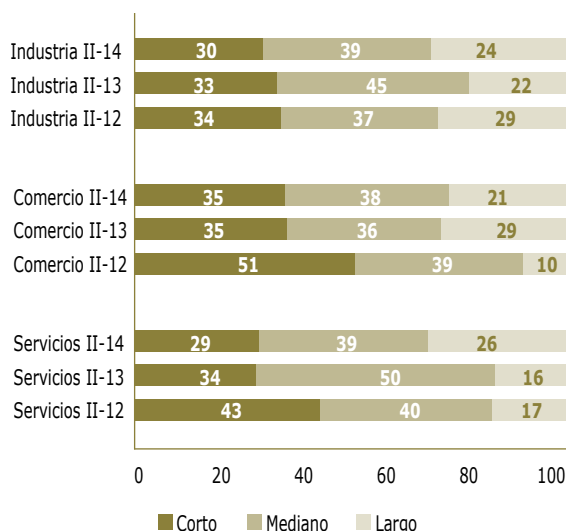


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



tados y un 38% de las aprobaciones. Al igual que en industria, en comercio la modalidad más solicitada por las Pymes fue el mediano plazo (39%), con un 38% de los créditos aprobados. De forma similar, en servicios un 36% de los créditos solicitados y un 39% de los aprobados fueron de mediano plazo (ver gráficos 22 y 23).

Los niveles de satisfacción sobre los montos aprobados variaron entre sectores, ya que para los sectores de industria y servicios estos aumentaron, del 84% en 2013-II al 91% en 2014-II para industria, y del 90% en 2013-II al 91% en 2014-II en servicios.

En cambio, el sector comercio presentó desmejoras, pasando del 96% de respuestas afirmativas en 2013-II al 89% en 2014-II, ver gráfico 24.

Las tasas que recibieron los empresarios de los tres macrosectores en su mayoría alcanzaron un valor de hasta DTF+4; aun así, respecto al año anterior, las proporciones de empresarios que recibieron estas tasas se redujeron de forma generalizada. Como lo muestran los gráficos 25, 26 y 27, el 44% de los empresarios industriales, el 56% de los comerciales y el 44% de los empresarios de servicios recibieron tasas de hasta DTF+4 durante el segundo semestre

Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

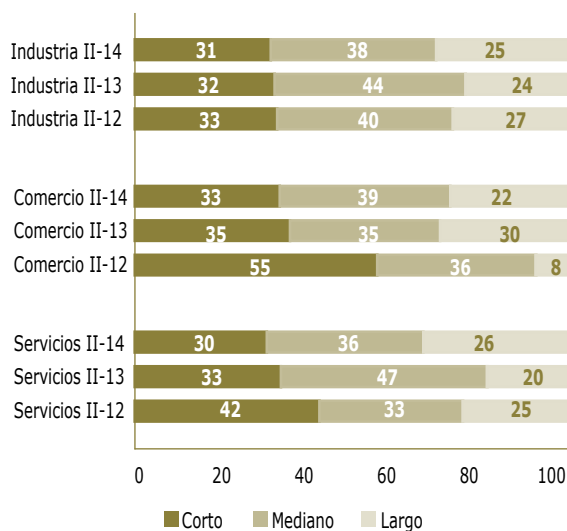


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

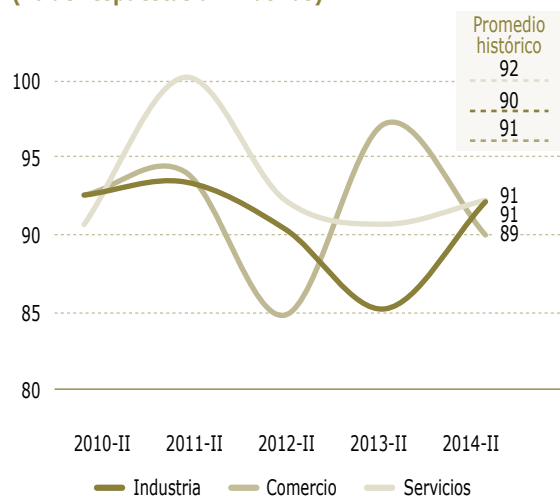


Gráfico 25. Sector Industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

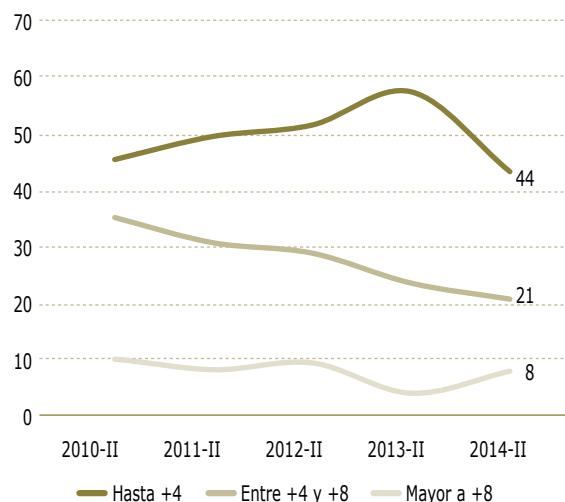
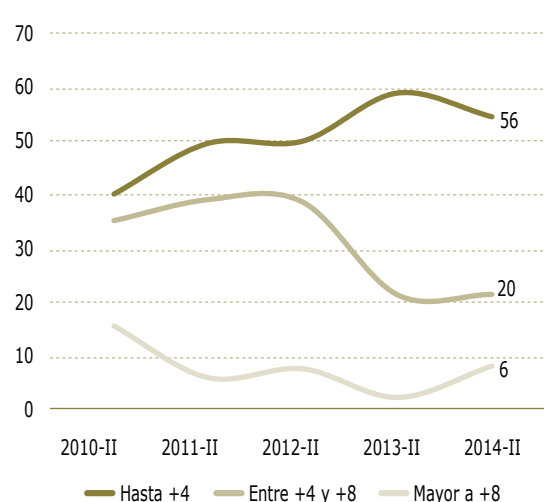


Gráfico 26. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



de 2014. Estas proporciones son las más altas para cada uno de los macrosectores en 2014-II. Ahora, si se compara lo anterior con los porcentajes de empresarios que recibieron tasas de hasta DTF+4 un año atrás, se observa que hay una reducción de 14 puntos porcentuales para industria, 5 puntos porcentuales para comercio y 23 puntos porcentuales para servicios en dichos porcentajes de empresarios.

Adicional a esto, se pudieron observar aumentos en los porcentajes de Pymes de los sectores de industria y comercio para las cuales se les aprobaron créditos a tasas mayores que DTF+8. En el caso del empresario Pyme industrial, la proporción de encuestados

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

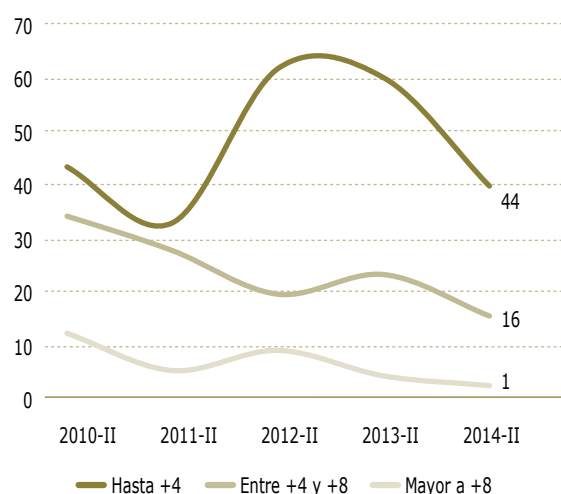
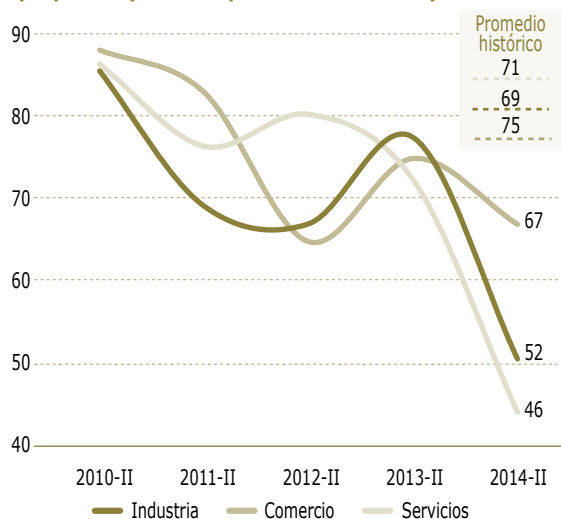


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

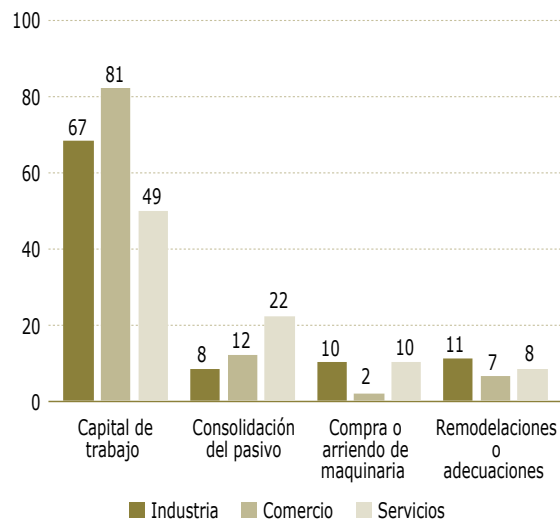


que recibieron tasas mayores a la DTF+8 pasó del 4% en 2013-II al 8% en 2014-II. Por su parte, para el empresariado comercial de la ciudad capitalina, el incremento de esta proporción fue de 6 puntos porcentuales, pasando del 0% en 2013-II al 6% de los encuestados en 2014-II. En el caso del sector servicios, esta proporción bajó del 3% en 2013-II al 1% en 2014-II.

Como consecuencia de lo anterior, los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2014 sufrieron una fuerte reducción, en particular para los sectores de industria y servicios. En efecto, la tasa de satisfacción reportada por las firmas industriales pasó de alcanzar el 76% en 2013-II al 52% en 2014-II. De igual forma, la tasa de satisfacción para las Pymes de servicios cayó de un 72% a un 46% durante el mismo período. En el caso de los empresarios comerciales esta caída en la tasa de satisfacción fue mucho menos pronunciada, ya que pasó del 74% al 67% entre 2013 y 2014 (ver gráfico 28).

Los recursos solicitados por las Pymes bogotanas al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo, con un 67% de las respuestas en industria, un 81% en comercio y un 49% en servicios. En segundo lugar se ubicaron las remodelaciones y adecuaciones para las firmas industriales (11%), mientras que la consolidación del pasivo tomó este lugar para las firmas comerciales y de servicios (12% y 22% respectivamente). En tercer lugar se encontró la compra o arriendo de maquinaria para industria y servicios (10% en ambos casos), y para comercio este lugar fue ocupado por las remodelaciones y adecuaciones, con un 7% de los encuestados (ver gráfico 29).

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



En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, se encontró que el 62% de las Pymes industriales bogotanas no accedió a estas, mientras que esta proporción fue del 52% para las empresas de comercio y del 62% para las de servicios. El gráfico 30 muestra que la principal fuente alternativa de financiación de las Pymes fueron los recursos propios (20% industria, 9% comercio y 14% servicios), mientras que la segunda fueron los proveedores (8% industria, 7% comercio y 9% servicios). La tercera fuente fue el uso del *leasing* (5% para todos los macrosectores). Como en mediciones anteriores, puede verse que el uso del *factoring* es reducido, ya que solo entre el 1% y el 2% de las Pymes emplea este mecanismo alternativo. Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes

bogotanas de los tres macrosectores no solicitaron crédito al sistema financiero es que no lo necesitan (un 70% en industria y en comercio, y un 67% en servicios). Para las Pymes de comercio y servicios bogotanas, la segunda razón por la cual no acceden al sistema financiero es por el exceso de trámites (2% comercio y servicios), mientras que este lugar lo ocuparon los elevados costos financieros para las Pymes manufactureras (7%). La tercera razón por la cual los empresarios de comercio y servicios dijeron no acceder al sistema financiero fue por los elevados costos financieros (2% y 1% respectivamente). Entre tanto, la tercera razón por la cual el empresario Pyme industrial no accedió al sistema financiero fue el exceso de trámites (4%), ver gráfico 31.

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

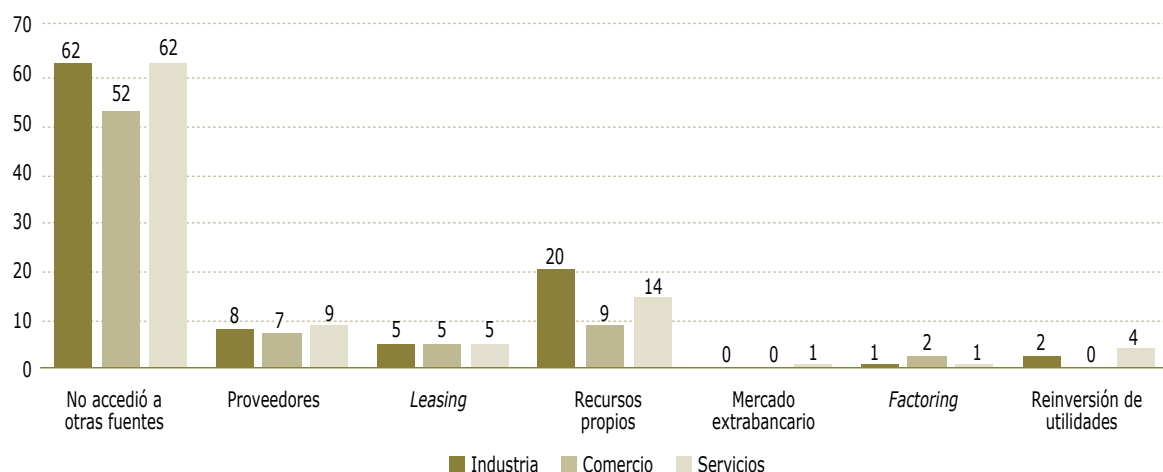
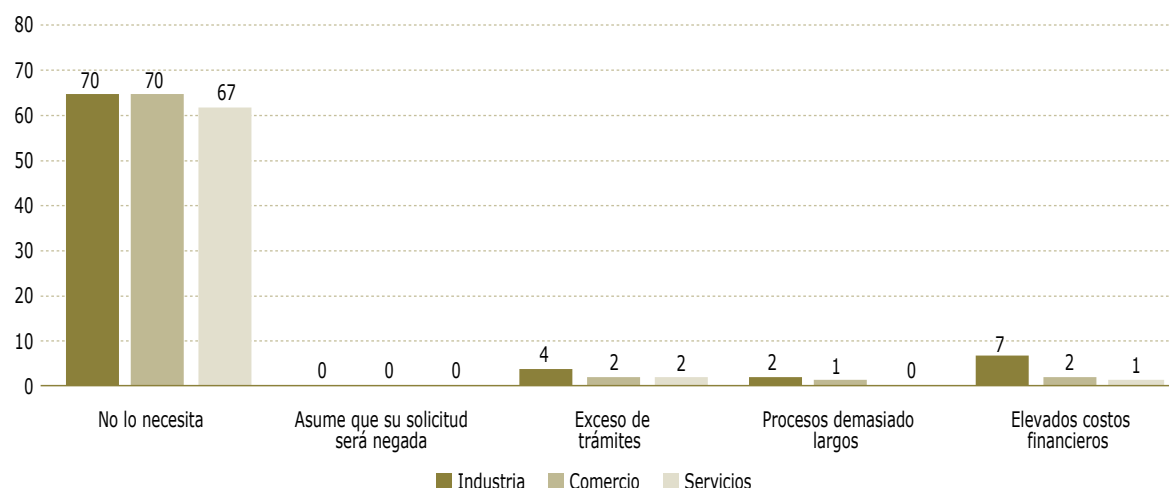


Gráfico 31. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



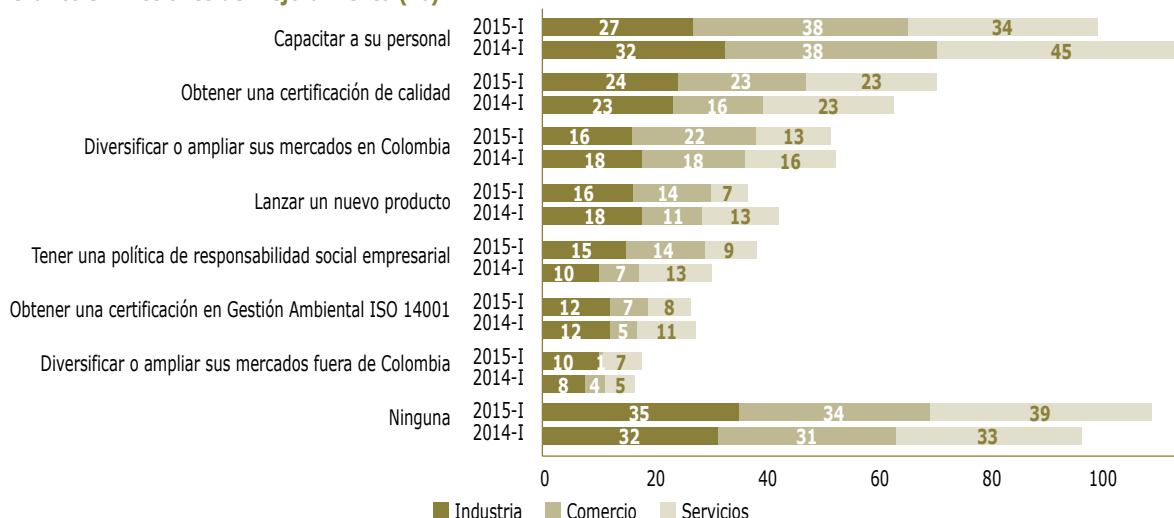
Acciones de mejoramiento

Durante varias mediciones, la Encuesta ha venido incluyendo el 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 32 se observa cómo el porcentaje de Pymes bogotanas del sector industrial, comercial y de servicios que no tomaron acciones para incrementar su competitividad aumentó en 2015-I respecto a lo observado en el primer semestre de 2014. De este modo, en el sector industrial, el porcentaje de Pymes que no realizaron ningún tipo de acción de mejoramiento pasó de un 31% a un 35% en el úl-

timo año, en el sector comercio pasó del 31% en 2014-I al 34% en 2015-I, y en el sector servicios pasó del 33% al 39% en el mismo período.

Las Pymes bogotanas que sí implementaron acciones de mejoramiento se concentraron en capacitar a su personal (27% industria, 38% comercio y 34% servicios); obtener una certificación de calidad (24% industria, 23% comercio y 23% servicios); diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (16% industria, 22% comercio y 13% servicios), y lanzar un nuevo producto (16% industria, 14% comercio y 7% servicios).

Gráfico 32. Acciones de mejoramiento (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Bogotá.

El gráfico 33 muestra que para la ciudad de Bogotá, la mayor proporción de empresas Pyme industriales, comerciales y de servicios tiene una antigüedad de más de 22 años (46%, 27% y 24%

respectivamente). Asimismo, puede observarse que, a medida que se reduce la antigüedad, disminuye el número de empresas para los tres macrosectores, lo cual indica que al pasar los 5 años, este segmento empresarial parece consolidar su actividad económica.

Al indagar por el gerente de la Pyme, los gráficos 34, 35, 36 y 37 muestran que entre el 59% y el 81% de los gerentes de las Pymes son sus dueños;

entre el 74% y el 78% son hombres; para los sectores de industria y comercio estos gerentes suelen estar en el rango de edad entre los 46 y los 55 años (37% para industria y 31% para comercio), y para el sector servicios este rango de edad está entre los 36 y los 45 años. Finalmente, entre el 54% y el 58% de los gerentes del segmento Pyme bogotano ha culminado estudios universitarios.

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas industriales son en un 45% de propiedad familiar, mientras que las Pymes

comerciales y de servicios lo son en un 32% y un 24%. Las mayores proporciones de Pymes del sector comercio y servicios no son familiares (37% y 53% respectivamente). Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos, a lo cual, de forma general, los empresarios de los tres macrosectores respondieron no emplearlos (68% industria, 66% comercio y 69% servicios). Cabe anotar que solo entre el 8% y el 13% de los encuestados respondió no conocer lo que es un protocolo de sucesión, lo cual sugiere

Gráfico 33. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

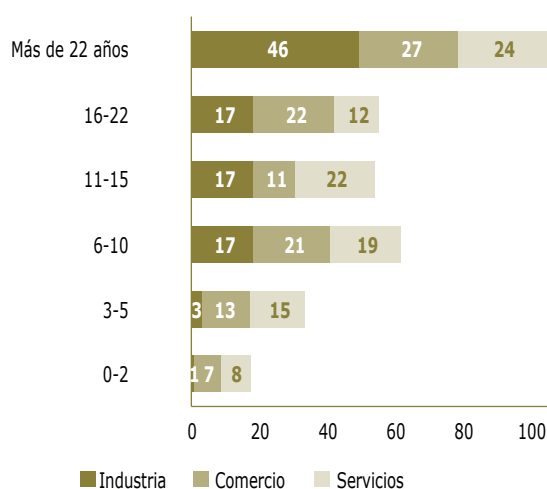


Gráfico 34. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

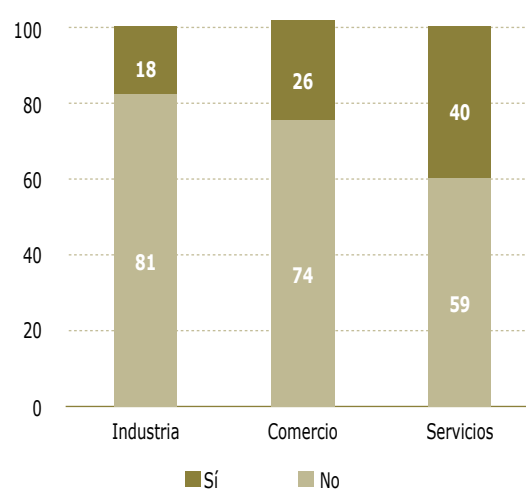


Gráfico 35. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

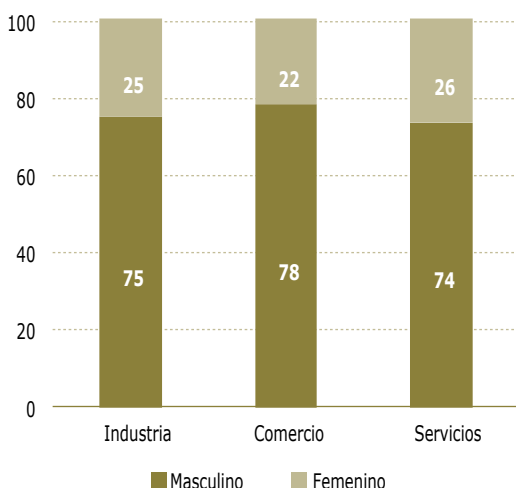
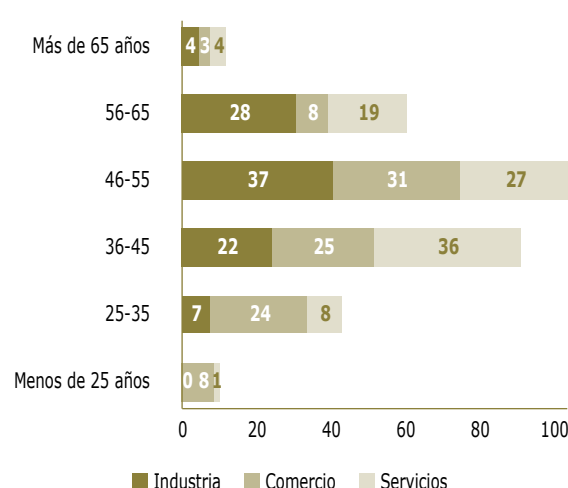


Gráfico 36. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



que existe un conocimiento en las Pymes familiares respecto a este tipo de instrumentos gerenciales y administrativos.

Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme capitalinos si la empresa había alterado o mantenido la actividad económica de la empresa. A lo anterior, el 77% de las Pymes industriales,

el 82% de las Pymes comerciales y el 72% de las Pymes de servicios respondieron haber mantenido la actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente. Es destacable que en cuanto a alteraciones de la actividad económica original, el sector servicios es aquel con mayores proporciones: 19% han ampliado su actividad económica y un 9% ha modificado o cambiado esta.

Gráfico 37. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

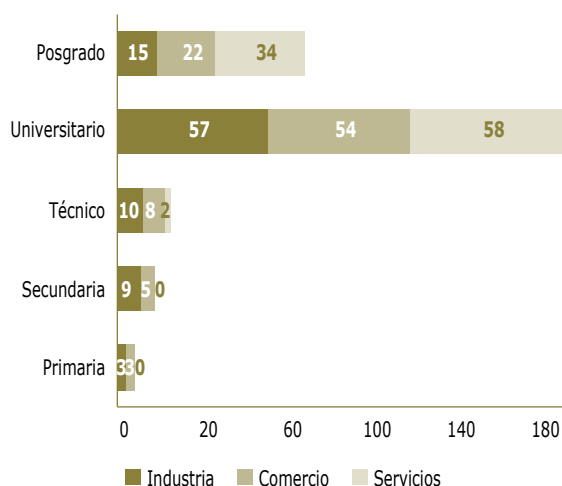


Gráfico 38. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)



Gráfico 39. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

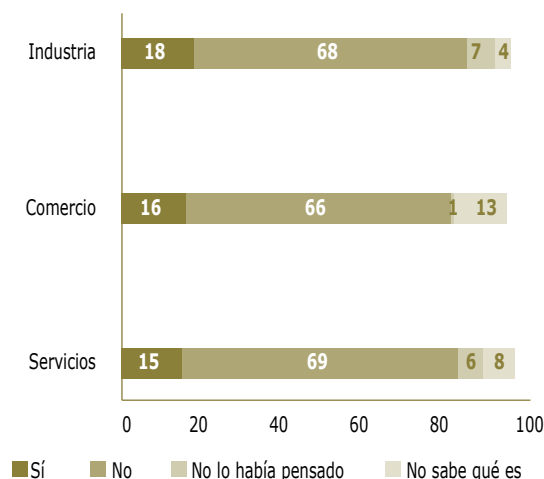
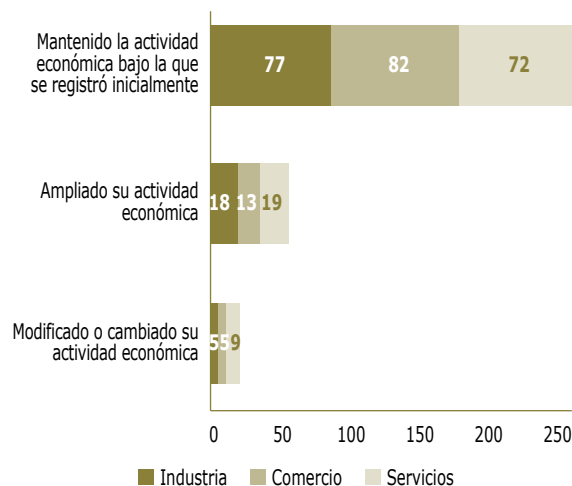


Gráfico 40. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

En el ámbito del comercio exterior, las Pymes bogotanas se caracterizan por tener una oferta reducida en materia de manufacturas y servicios. En esta medición se volvieron a observar incrementos en la proporción de empresas, tanto de industria como de servicios, que no exportan. En particular, para el sector industrial se ve que, a pesar de la estabilización de las firmas que no exportaron entre 2012 y 2013 (76%), esta proporción aumentó al 79% en 2014-II, ver gráfico 41. Solo el 5% aumentó sus exportaciones, frente a una cifra mayor en 2 puntos porcentuales para la medición anterior. En cuanto a la proporción de Pymes de servicios que exportan, esta pasó del 12% en 2013-II al 8% en 2014-II. Asimismo, el porcentaje de Pymes que afirmaron experimentar un aumento en sus exportaciones pasó del 5% en 2013-II al 2% en 2014-II.

Las expectativas de exportación, al igual que las expectativas de los empresarios sobre el desempeño económico general de las empresas, se presentan muy poco optimistas en los empresarios industriales y de servicios de la capital del país. Como lo muestra el gráfico 42, las Pymes que esperan aumentos en su volumen de exportación pasaron del 21% en 2014-I al 9% en 2015-I en el caso industrial,

y del 9% en 2014-I al 4% en 2015-I en el caso de las Pymes de servicios.

Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una devaluación del 30%, para esta medición se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 67% de los empresarios industriales, el 71% de los comerciales y el 48% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de las empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 43). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (8% industria y servicios, y 7% comercio) y con un considerable porcentaje de empresarios que manifestaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (23% industria, 21% comercio y 43% servicios).

Para esta medición, debido a la vigencia de los tratados comerciales internacionales, 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 2014. A lo

Gráfico 41. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

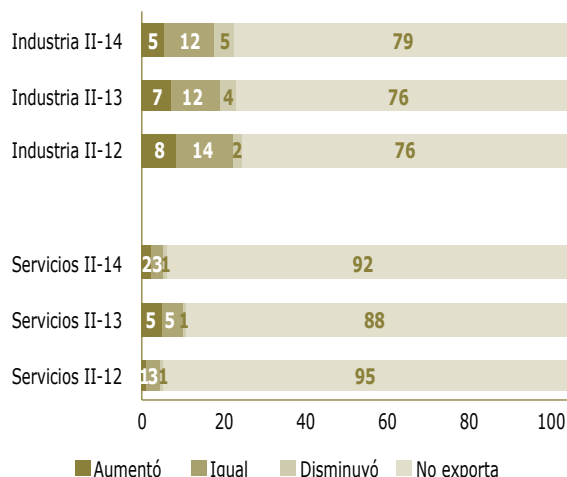
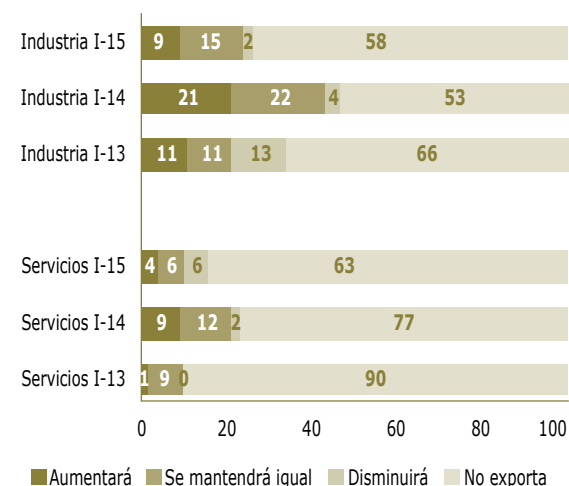


Gráfico 42. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 57% y el 63% de las ventas está definido para el mercado local, entre el 33% y

el 36% se destina al resto del mercado colombiano, y entre el 4% y el 9% se destina al mercado internacional, ver gráfico 44.

Gráfico 43. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

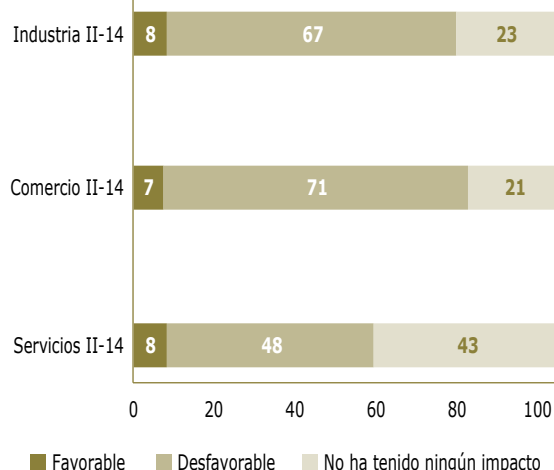
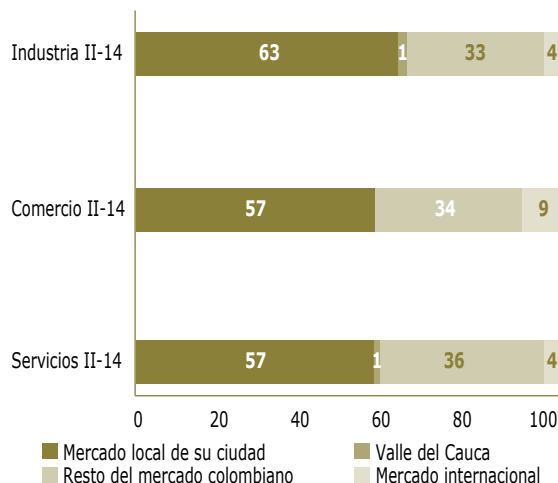


Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



Competitividad

Para la ciudad de Bogotá se incluyeron dos preguntas adicionales en la presente medición respecto a competitividad. La primera de estas preguntas indaga sobre las estrategias que las empresas de la capital del país tienen para afrontar la mayor competencia. Como vimos en el módulo de acciones de mejoramiento, se ha venido observando una reducción sistemática de la proporción de firmas que toman acciones para mejorar su desempeño económico. Es por ello que resulta importante indagar por acciones más concretas que estén empleando las Pymes de diferentes macrosectores para aumentar su competitividad en el mercado local y nacional.

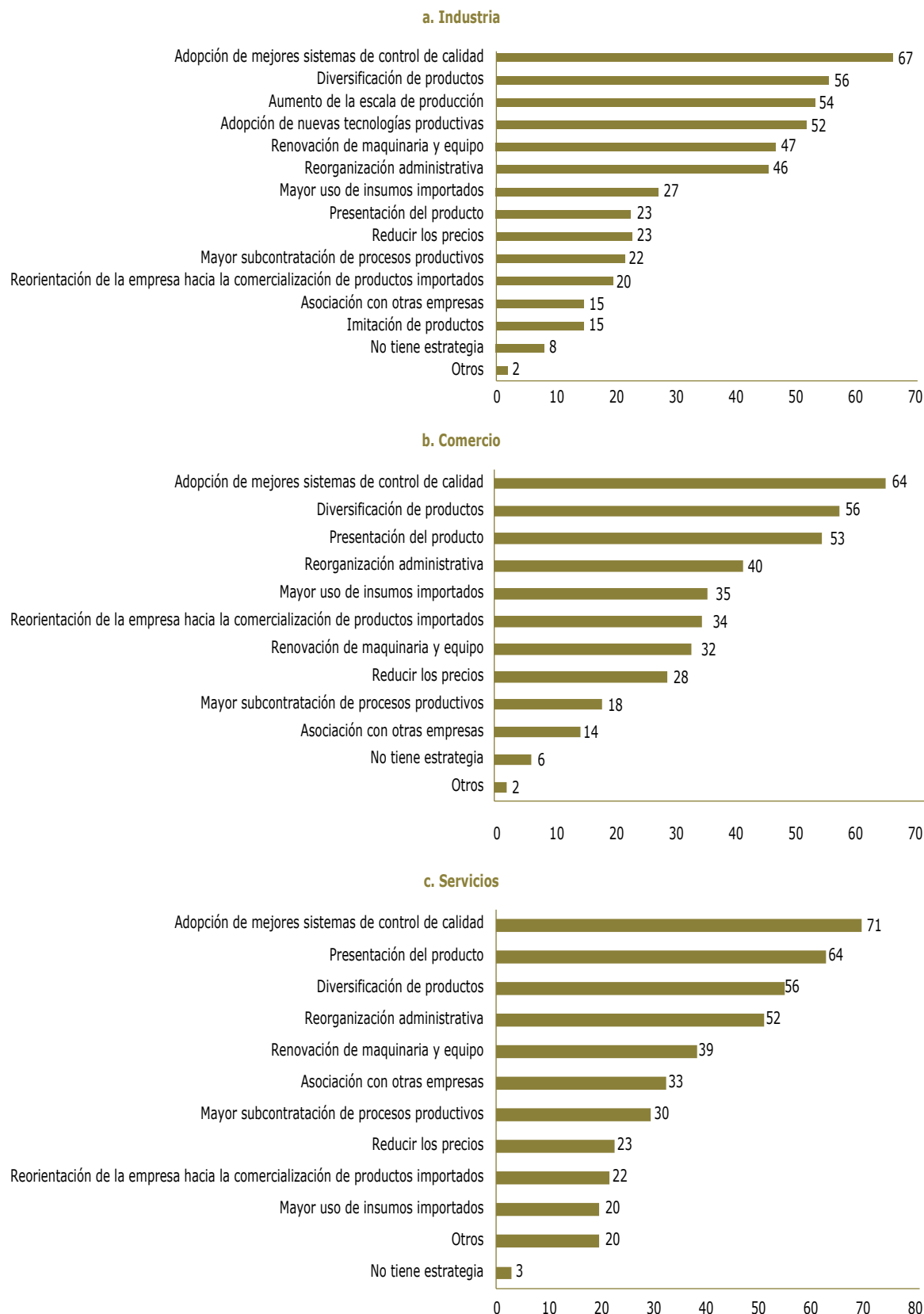
Como lo muestra el gráfico 45, las principales estrategias que escogen las Pymes capitalinas para afrontar la competencia son: i) la adopción de mejores sistemas de control de calidad (67% en industria, 64% en comercio y 71% en servicios); ii) la diversificación de productos (56% en industria, comercio y servicios); iii) la presentación del producto (53% en

comercio y 64% en servicios); y iv) el aumento de la escala de producción (54% en industria).

La segunda pregunta se enfoca en identificar cuáles son los mayores obstáculos para enfrentar la mayor competencia de productos o servicios importados. Al hacer esto se hace posible la formulación de políticas públicas que faciliten la adopción de medidas enfocadas a impulsar la competitividad de las Pymes de Bogotá.

Al indagar por los principales obstáculos que se les presentan a las Pymes a la hora de enfrentar la competencia de productos importados se encuentra que estos varían por sector. En el caso del sector industrial, los altos costos tributarios ocupan el primer puesto del ranking, con un 62% de las respuestas (ver gráfico 46). En segundo lugar se ubican los altos costos de las materias primas nacionales, con el 60% de las respuestas, y en tercer lugar se encuentran los altos costos financieros, con el 57% de respuestas. En el caso de las Pymes

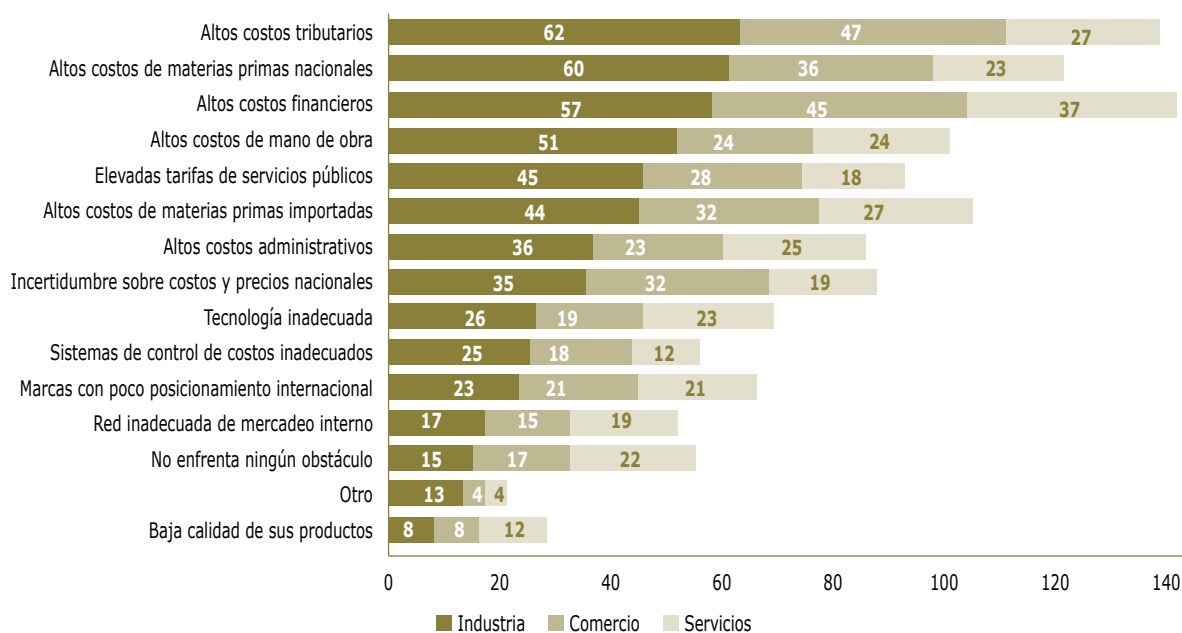
Gráfico 45. ¿Cuáles son sus principales estrategias para enfrentar la mayor competencia en el mercado nacional? (%)



comerciales, al igual que para las Pymes industriales, los altos costos tributarios son el principal obstáculo para competir contra productos importados (47% de las respuestas). El segundo lugar lo ocupan los altos costos financieros (45%) y el tercer lugar lo ocupan los altos costos de materias pri-

mas nacionales (36%). Finalmente, para las Pymes bogotanas de servicios, el principal obstáculo para competir con la competencia de servicios extranjeros son los altos costos financieros (37%), seguido por los altos costos tributarios (27%) y el alto costo de la materias primas importadas (27%).

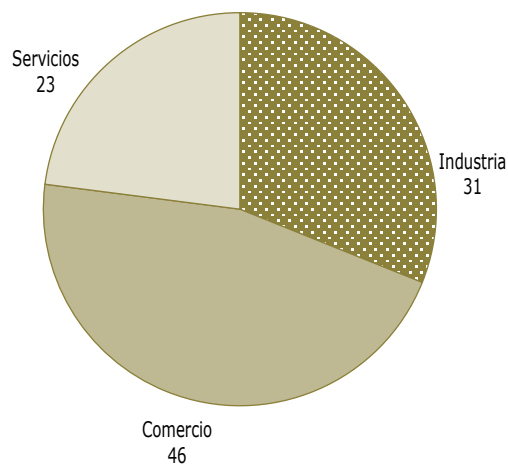
Gráfico 46. ¿Cuáles son los mayores obstáculos para enfrentar la mayor competencia de productos importados? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Bucaramanga

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

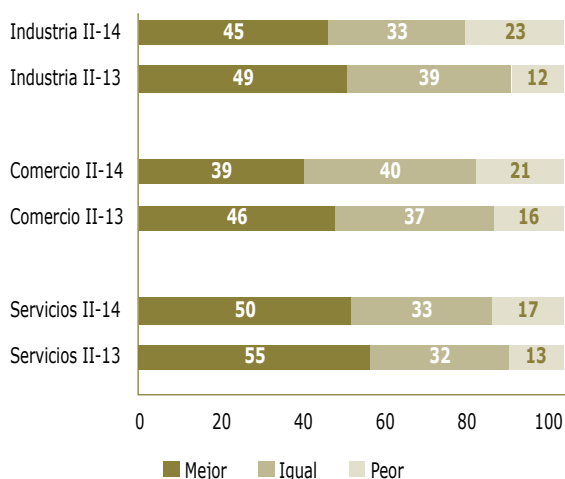
Segundo semestre de 2014

• Sector industria

En la ciudad de Bucaramanga, un 45% de las Pymes industriales afirmó que su situación económica general en el segundo semestre de 2014 fue mejor con respecto al primer semestre del mismo

año. Esta cifra fue inferior en 4 puntos porcentuales, contrastando con el 49% observado un año atrás. Al mismo tiempo, la proporción de empresarios que indicaron que su situación se deterioró subió del 12% al 23% para el mismo período (ver gráfico 1, sección Bucaramanga).

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



La percepción de los empresarios manufactureros bumangueses con respecto al incremento de sus ventas presentó una baja importante. En efecto, el 44% de ellos consideró que el volumen de ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2014 se incrementó, cuando un año atrás este porcentaje fue del 51%, evidenciando una baja de 7 puntos porcentuales (ver gráfico 2). En cambio, un 35% reportó una estabilidad en sus ventas, lo que significó un crecimiento de 7 puntos porcentuales frente al dato de 2013-II (28%).

En lo referente a la evolución de los pedidos de los empresarios industriales durante el segundo semestre de 2014, se encontró que el 42% de los empresarios del sector reportó un aumento, rebajando el dato de un año atrás cuando dicho por-

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

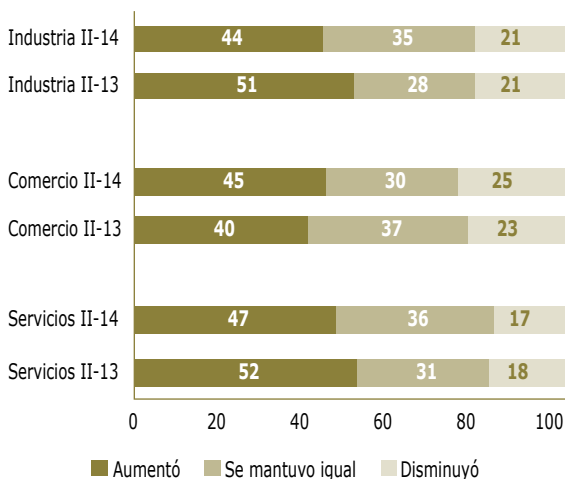
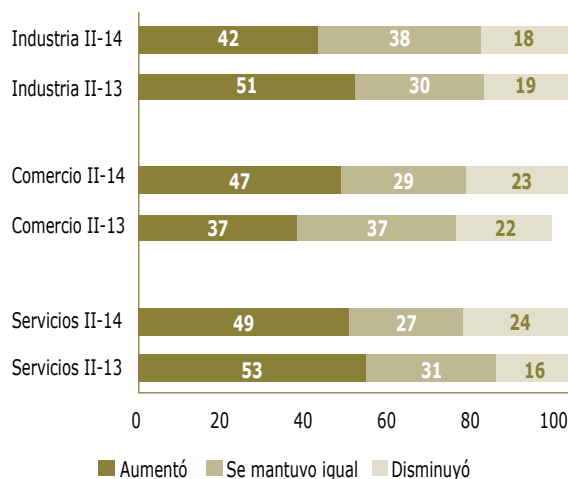


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



centaje llegó al 51% (ver gráfico 3). En cambio, la proporción de empresarios que manifestaron que sus pedidos se habían mantenido iguales subió del 30% al 38% para este período, mientras que la de aquellos que indicaron una disminución de esta variable prácticamente se mantuvo igual, cayendo solo 1 punto porcentual en el último año. Así, se evidencia una desaceleración en la demanda de las Pymes de este sector.

En cuanto al nivel de existencias en las Pymes manufactureras santandereanas, un 88% considera

Gráfico 4. Existencias (%)

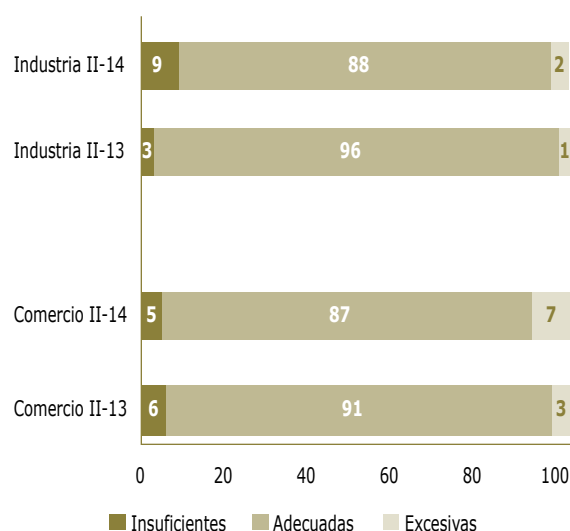
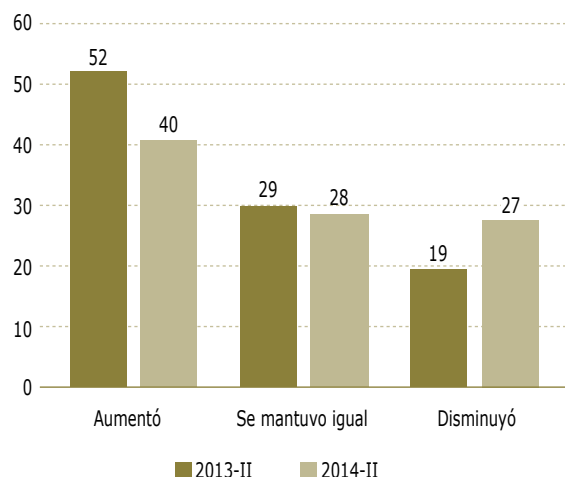


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

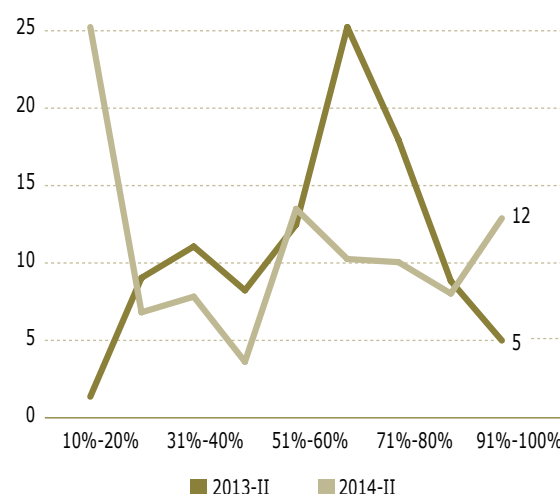


que estas fueron adecuadas para el segundo semestre de 2014, porcentaje que disminuyó con respecto al de 2013-II, cuando se alcanzó una cifra del 96% (ver gráfico 4). Por el contrario, la proporción de empresas que las consideraron insuficientes se incrementó del 3% al 9% en el último año, al igual que aquellas que las vieron excesivas (pasando del 1% al 2%). Esto quiere decir que las empresas de este segmento han comenzado a enfrentar dificultades al momento de regular su producción de acuerdo con la evolución de la demanda.

Siguiendo una dinámica similar a la de las ventas, el porcentaje de Pymes industriales que incrementaron su producción fue de un 40% en 2014-II, 12 puntos porcentuales por debajo del registro de 2013-II (52%). En contraste, la proporción de encuestados que afirmaron una reducción de su producción se incrementó del 19% al 27% para el último año, lo que demuestra el deterioro de esta variable en dicho período en la ciudad de Bucaramanga (ver gráfico 5). 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% disminuyó del 55% al 39% (ver gráfico 6).

Por su parte, la inversión en maquinaria y equipo tendió a estabilizarse. En efecto, el porcentaje de Pymes de Bucaramanga que manifestaron haber mantenido igual su inversión aumentó del 60% en 2013-II al 77% en 2014-II (ver gráfico 7). Por su parte, un 18% de los empresarios incrementó su inver-

Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)



sión, cuando en el segundo semestre de 2013 dicho porcentaje había sido de un 33%. Entre los que reportaron una disminución de esta variable, su porcentaje (4%) fue levemente inferior al de un año atrás (7%).

De otro lado, en el sector manufacturero de la capital de Santander se observa que en el segundo semestre de 2014 el porcentaje de Pymes industriales que reportaron un abaratamiento de sus costos

de producción (9%) fue similar al del mismo semestre de 2013 (8%). En cambio, el porcentaje de Pymes que manifestaron haber enfrentado un aumento de dicho costo alcanzó un porcentaje del 41% para 2014-II, situándose 10 puntos porcentuales por debajo del registro de un año atrás, lo que sugeriría una desaceleración de esta variable (ver gráfico 8). Esto se refuerza con el hecho de que las Pymes que reportaron una estabilización de sus costos crecieron en 6 puntos porcentuales.

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)

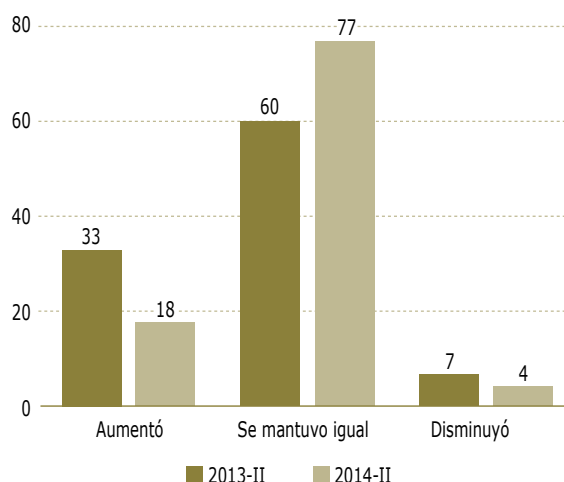


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

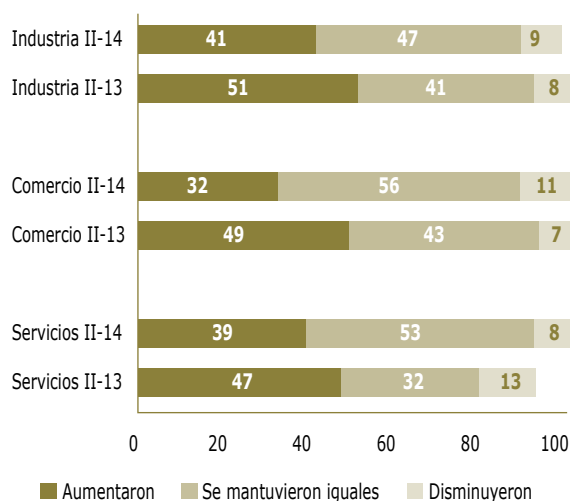


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

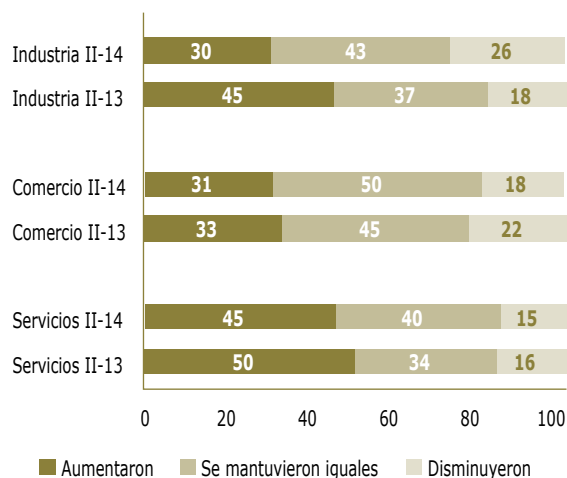
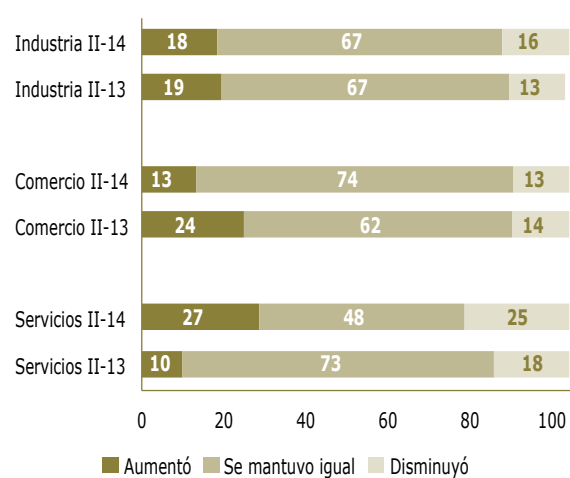


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



En el gráfico 9 se observa que las Pymes industriales tuvieron una disminución en los márgenes de ganancia. Aunque el 43% de los empresarios manifestó que sus márgenes en 2014-II se mantuvieron iguales con respecto a 2014-I, un 26% reportó que estos cayeron, cifra superior en 8 puntos porcentuales a la observada en 2013-II. Por el contrario, la proporción de respuestas positivas sobre la evolución de esta variable cayó en 15 puntos porcentuales durante dicho lapso.

A su vez, el empleo en el sector industrial Pyme mostró un comportamiento estable en Bucaramanga. Mientras que el 18% de las empresas Pyme manufactureras de esta ciudad reportó un aumento en el número de trabajadores, un 67% mantuvo constante su planta de personal. De esta forma, la proporción de empresas que incrementaron su planta de personal estuvo 1 punto porcentual por debajo de la cifra observada en 2013-II, y la de aquellas que reportaron estabilidad fue igual frente al dato de un año atrás (ver gráfico 10).

Finalmente, el principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras bumanguesas para el desarrollo de sus actividades durante el segundo semestre de 2014 fueron otras dificultades distintas a las que tradicionalmente han afectado a las Pymes a nivel nacional, concentrando un 21% de las respuestas. Le siguió en el ranking la falta de demanda (16%), que perdió notoria relevancia frente a lo ob-

servado un año atrás (43%). El costo de los insumos se ubicó en la misma posición con un 16%, disminuyendo ligeramente su porcentaje frente a 2013-II (20%), ver gráfico 11.

• Sector comercio

El 39% de los empresarios del sector comercio en Bucaramanga reportó una mejoría de su situación económica general durante el segundo semestre de 2014, mostrando un decrecimiento de 7 puntos porcentuales frente al dato de 2013-II. En cambio, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento fue del 21%, incrementándose 5 puntos porcentuales en el último año (ver gráfico 1). Esto sugiere que las firmas percibieron que su situación económica general se había deteriorado en dicho período. Por su parte, la proporción de aquellos que afirmaron que su situación económica se mantuvo igual en 2014-II fue del 40%, mientras que esta cifra ascendía al 37% en 2013-II.

No obstante, en las ventas de las Pymes de comercio santandereanas se observó una tendencia favorable en la evolución del último año. De hecho, un 45% de los empresarios manifestó que estas se habían incrementado durante el segundo semestre de 2014, 5 puntos porcentuales por encima del registro de 2013-II. Asimismo, el porcentaje de aquellos que vieron una reducción en sus ventas llegó al 25% de los encuestados en 2014-II, cifra mayor a la percibida en el mismo semestre de 2013 (23%), ver gráfico 2. Lo anterior permite inferir que hubo un incremento en las respuestas positivas mayor al de las negativas entre las Pymes de este sector.

En la misma línea del incremento de las ventas, el nivel de pedidos del sector comercio creció en el último año. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó del 37% al 47% entre 2013-II y 2014-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó levemente, subiendo del 22% al 23% en el mismo período (ver gráfico 3).

En cuanto al nivel de existencias, un 87% de las Pymes considera que estas son adecuadas, porcentaje que fue ligeramente inferior al 91% de 2013-II (ver gráfico 4). Esto sugiere que las empresas del

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



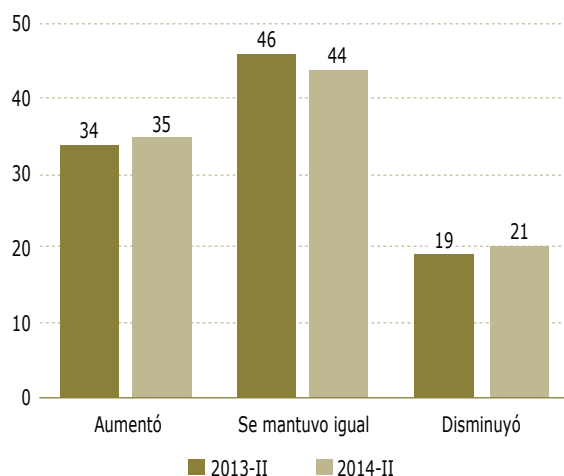
sector han podido mantener regulados sus inventarios de acuerdo con la evolución de la demanda.

En términos de costos, los empresarios Pyme de comercio de Bucaramanga enfrentaron un fuerte decrecimiento entre 2013-II y 2014-II. En efecto, se observa que un 32% manifestó que estos aumentaron (17 puntos porcentuales por debajo de la lectura de 2013-II). Asimismo, un 11% reportó una disminución (cifra mayor al 7% de 2013-II), ver gráfico 8.

Esta situación en los costos permitió estabilización en los márgenes de ganancia de los empresarios, lo que indica que esta baja en los costos no se pudo transferir a los precios finales. Esto se evidencia en que se encontró que el 50% de los encuestados mantuvo igual dichos márgenes en 2014-II (vs. un 45% en 2013-II). En cambio, un 18% de los encuestados indicó que estos disminuyeron, mientras que un 31% los vio incrementados, lo que llevó a que el balance de respuestas a esta pregunta llegara a 13 vs. 11 del año anterior (ver gráfico 9).

La generación de empleo se desaceleró durante el segundo semestre de 2014. De hecho, el 74% de las Pymes del sector en Bucaramanga mantuvo constante el número de trabajadores y únicamente un 13% reportó un incremento en su planta de personal, cuando en 2013-II este porcentaje había alcanzado un 24% (ver gráfico 10).

Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)



En la misma vía, la superficie de ventas se mantuvo mayoritariamente constante. Esto se reflejó en que un 44% de los encuestados reportó una estabilidad en esta variable (cifra similar frente al 46% de 2013-II). Por otra parte, la proporción de empresarios que vieron una reducción en su superficie subió levemente, del 19% al 21% en el último año, mientras que la de aquellos que percibieron un aumento creció levemente en 1 punto porcentual (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Bucaramanga en el desarrollo de sus actividades fue la competencia de las grandes superficies, con un 31% de los encuestados, la cual ganó un poco de preponderancia en el último año con un crecimiento de 1 punto porcentual (ver gráfico 13). En segundo lugar están la falta de demanda y los altos impuestos (ambas con un 15%). Cabe destacar que la falta de demanda perdió notoria relevancia en el último año (con una caída de 16 puntos porcentuales), caso contrario al de los altos impuestos que vieron aumentada su participación en 7 puntos porcentuales.

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Bucaramanga sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2014 mostró una leve desaceleración de esta variable. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios cayó del 55% al 50% con respecto al mismo semestre del año 2013. Por su parte, el de quienes indicaron un deterioro aumentó, pasando del 13% al 17% durante el mismo período (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 ligeramente menos positiva entre 2013-II y 2014-II, que a pesar de ello terminó siendo la más alta de los tres macrosectores. Así, un 47% manifestó que estas se habían incrementado (5 puntos por debajo del dato del año anterior). No obstante, solo un 17% manifestó lo contrario (vs. el 18% de 2013-II). La proporción de los que reportaron que sus ventas se habían mantenido estables fue del

36%, cifra mayor a la de un año atrás que fue del 31% (ver gráfico 2).

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 2014-II fue del 49%, superior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento constante (27%) y decreciente (24%), ver gráfico 3. No obstante, la proporción de respuestas afirmativas presentó una caída de 4 puntos porcentuales con respecto al dato de 2013-II (53%), lo cual coincidió con un incremento de aquellos que reportaron una reducción de sus pedidos de 8 puntos porcentuales para el mismo período.

A su vez, el 53% de las Pymes de servicios bu-mangueras reportó que sus costos de operación en el segundo semestre de 2014 se habían mantenido iguales, un 39% que habían aumentado y tan solo un 8% indicó que estos decayeron (ver gráfico 8). Esto significa que hubo una tendencia hacia la estabilización de los costos, ya que el porcentaje que reportó este suceso subió 21 puntos porcentuales frente al mismo semestre de 2013. Sin embargo, este sostenimiento 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 50% en 2013-II al 45% en

2014-II, mientras que el de aquellas cuyos márgenes se estabilizaron subió del 34% al 40% en el mismo período (ver gráfico 9).

Los resultados en materia de empleo indican un incremento de la polarización. El porcentaje de empresas que mantuvieron igual su nivel de trabajadores fue del 48% en el segundo semestre de 2014, 25 puntos porcentuales menos que el dato de 2013-II (ver gráfico 10). Se destaca que el 27% de los empresarios del sector servicios elevó su planta de personal en 2014-II, mientras que esta cifra ascendía al 10% un año atrás. Asimismo, la proporción de repuestas negativas a esta pregunta aumentó 7 puntos porcentuales en este período (ver gráfico 10).

Finalmente, de forma similar a lo ocurrido en el comercio, el principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Bucaramanga para el desarrollo de sus actividades fue la competencia (36% de los encuestados), aunque reduciendo en 7 puntos porcentuales la proporción de un año atrás (43%). El otro problema con una importancia mayor al 20% fueron las dificultades no tradicionales (27%), que aumentaron su participación en 20 puntos porcentuales. Finalmente, se destacan en el tercer puesto del ranking los altos impuestos, que ganaron relevancia entre 2013-II y 2014-II, pasando del 8% al 15% de los encuestados del sector (ver gráfico 14).

Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)

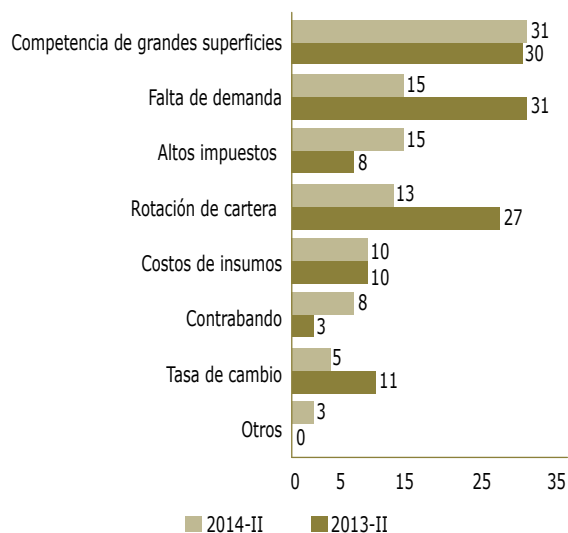


Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

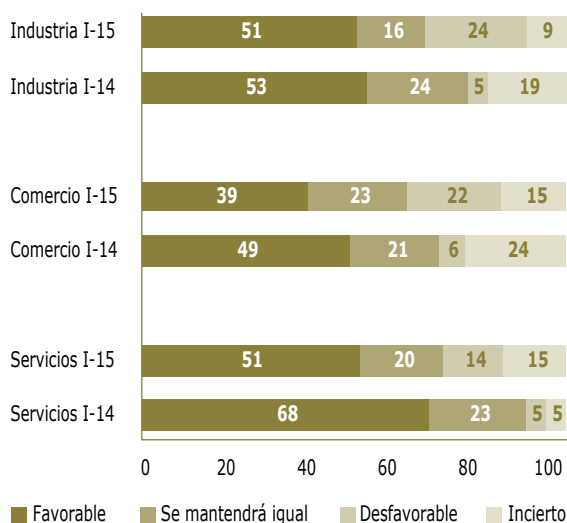
Primer semestre de 2015

• Sector industria

El 51% de los empresarios industriales Pyme de Bucaramanga encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable (cifra levemente inferior al 53% de 2014-I). Asimismo, el grado de in-

certidumbre sufrió un considerable descenso en el último año, pasando del 19% al 9%. Sin embargo, la menor incertidumbre tuvo un impacto sobre la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas, ya que estas crecieron significativamente con respecto al dato de un año atrás (5% en 2014-I vs. 24% en 2015-I), ver gráfico 15.

Gráfico 15. Desempeño general (%)



En el nivel de producción industrial, la mayoría de empresarios de esta ciudad preveía una desaceleración para 2015-I. De hecho, el 41% de los empresarios indicó que se incrementaría, cuando un año atrás este porcentaje fue del 53%. Esto coincidió con un incremento en la proporción de respuestas negativas, la cual pasó del 13% al 15% para el mismo período (ver gráfico 16).

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras bumanguesas también anticiparon un menor dinamismo. El 48% de los empresarios opinó que estos se incrementarían (vs. un 53% que lo hizo para 2014-I). En cambio, un 18% indicó que esperaba lo contrario (cifra mayor a la que se esperaba para el primer semestre de 2014 que fue del 13%), ver gráfico 17.

Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

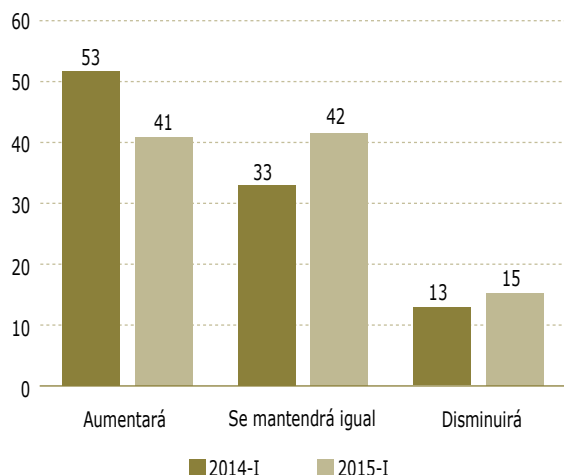
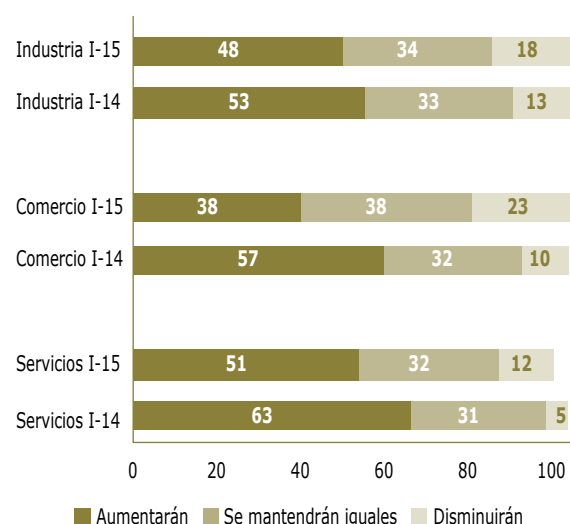


Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)



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 31% de los casos, cifra menor al dato del año anterior que fue del 36% (ver gráfico 18). En contraste, el porcentaje de empresarios que esperaban una estabilidad presentó un incremento de 5 puntos porcentuales, pasando del 52% al 57% entre 2014-I y 2015-I, lo que demuestra que las expectativas por mantener constante esta variable crecieron en el último año.

• Sector comercio

El 39% de las Pymes comerciales santandereanas esperaba que su desempeño general en el primer semestre de 2015 fuera positivo, mientras que el 23% esperaba que se mantuviera estable y un 22% preveía que empeoraría. Esto evidencia un notorio deterioro del optimismo entre los empresarios del sector en esta ciudad, pues un año atrás estos porcentajes fueron de un 49%, un 21% y un 6%, respectivamente (ver gráfico 15). Similar a lo observado en industria, la incertidumbre entre las firmas comerciales cayó en 9 puntos porcentuales en el último año, aunque esto fue a costo de un incremento del pesimismo.

Siguiendo la línea de esta expectativa negativa sobre la situación económica, las Pymes comerciales de Bucaramanga preveían un menor dinamismo en la demanda para 2015-I. A nivel de pedidos, un 38% indicaba que estos aumentarían (19 puntos porcentua-

les por debajo del registro del año anterior) frente a un 23% que esperaba lo contrario (cifra superior en 13 puntos porcentuales a la de 2014-I), ver gráfico 17.

En lo correspondiente a las ventas, también se observó un aumento en el pesimismo de los encuestados. Así, mientras que un 36% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2015 se incrementaran (19 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior), otro 25% preveía una caída de esta variable, lo cual significó un aumento de 12 puntos porcentuales frente a la expectativa para 2014-I (ver gráfico 19). Asimismo, se dio un crecimiento de 8 puntos porcentuales en la proporción de encuestados que esperaban que esta variable se mantuviera igual frente al dato de un año atrás.

• Sector servicios

Un 51% de los empresarios del sector servicios bumangués consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable. Este valor es 17 puntos porcentuales más bajo que el registrado un año atrás. Por el contrario, un 14% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra que a su vez es 9 puntos porcentuales mayor a la encontrada en 2014-I. Lo anterior deja ver un significativo descenso en las expectativas favorables del sector en Bucaramanga, que el año anterior eran altamente favorables (ver gráfico 15). Igualmente, a diferencia de lo encontrado en los otros dos ma-

Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)

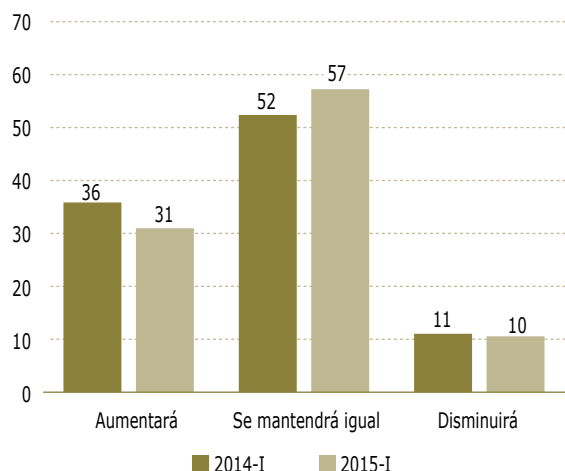
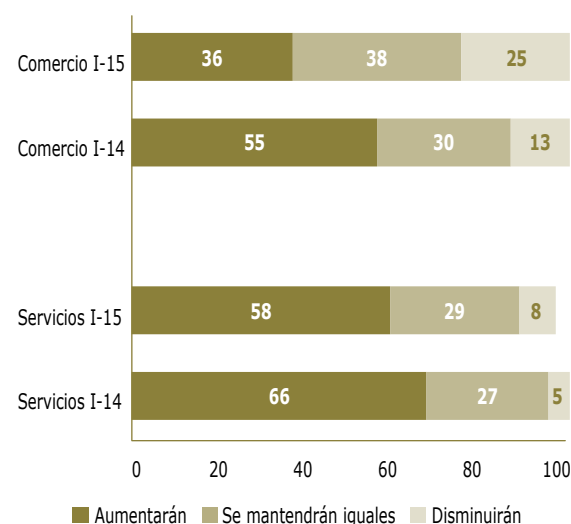


Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)



crosectores, las Pymes de servicios sí reportaron un incremento de 10 puntos porcentuales en sus niveles de incertidumbre.

En consecuencia, los empresarios santandereanos se mostraron menos optimistas frente a las perspectivas de demanda. A nivel de pedidos, un 51% opinó que estos se incrementarían en 2015-I, cuando para 2014-I este porcentaje alcanzó un 63%. En cambio, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos subió del 5% en el primer semestre de 2014 a un 12% esperado para el mismo período de 2015 (ver gráfico 17). Esto demuestra que a pesar de que más de la mitad de

los encuestados esperaba un comportamiento favorable de esta variable, se detecta una merma a nivel de expectativas favorables frente a lo esperado un año atrás.

De manera similar, en el nivel de ventas también se observan expectativas menos positivas a las registradas un año atrás. El 58% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas se incrementarían (comparado con un 66% del año anterior), mientras que un 29% opinó que se mantendrían iguales (vs. un 27% que lo consideraba para 2014-I). Asimismo, la proporción de respuestas negativas creció en 3 puntos porcentuales (ver gráfico 19).

Financiamiento

Para los sectores Pyme industrial y comercial de la ciudad de Bucaramanga, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó variaciones negativas significativas en el segundo semestre de 2013 con respecto al mismo semestre de 2013. En efecto, para la industria Pyme, la proporción cayó del 46% al 23% entre 2013-II y 2014-II, mientras que en el caso del comercio se observó una contracción menor al pasar del 42% al 33% durante dicho período (ver gráfico 20). Por el contrario, en el sector de servicios se tuvo un crecimiento importante de las solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicita-

ron crédito con el sistema financiero subió del 39% al 47% durante el último año.

Por su parte, la tasa de aprobación se mantuvo alta en los tres macrosectores, particularmente en industria y servicios, donde se alcanzó una cifra del 100%, aunque en el caso de las Pymes manufactureras para menos solicitudes. En el sector comercial, las tasas de aprobación tuvieron un aumento, pasando del 96% al 98% (ver gráfico 21). Estos niveles de aprobación superiores al 95% reflejan una adecuada sincronización entre las Pymes que ingresan al mercado financiero y las entidades que lo componen.

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

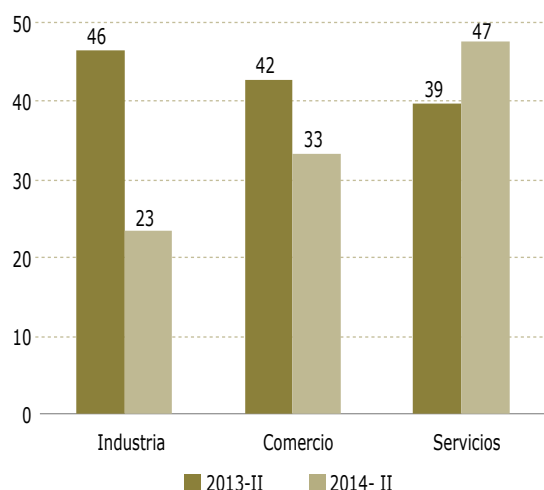
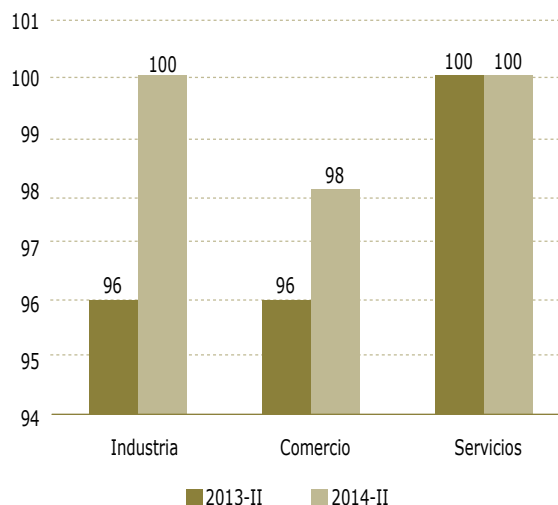


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



En lo referente a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, se encontró un comportamiento homogéneo entre estas dos variables en la ciudad de Bucaramanga. En el caso de la industria, el crédito más solicitado y aprobado fue el de mediano plazo (entre 1 y 3 años) que para ambas variables alcanzó un porcentaje alrededor del 42% de los encuestados. Dicha tendencia también se encontró en los otros dos macrosectores, aunque con proporciones más altas. En las Pymes de comercio, un 48% de los créditos solicitados y un 53% de los aprobados fueron a esta duración. Igualmente, en el sector servicios el 56% de los créditos apro-

bados y solicitados tuvieron este mismo plazo (ver gráficos 22 y 23).

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 75% para los tres macrosectores (ver gráfico 24). 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 5 puntos porcentuales en el porcentaje de empresarios satisfechos entre 2013-II y 2014-II.

Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

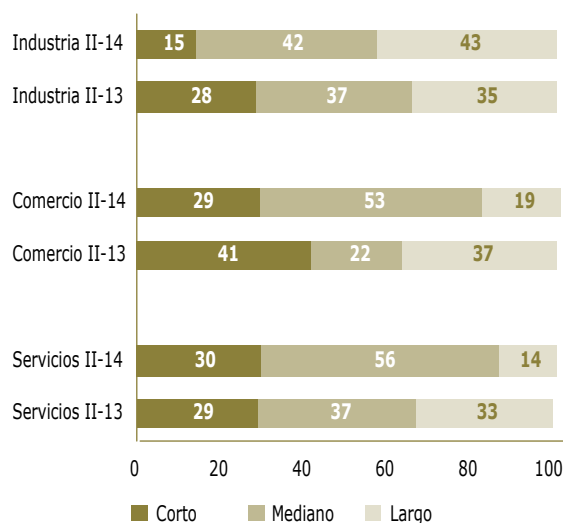


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

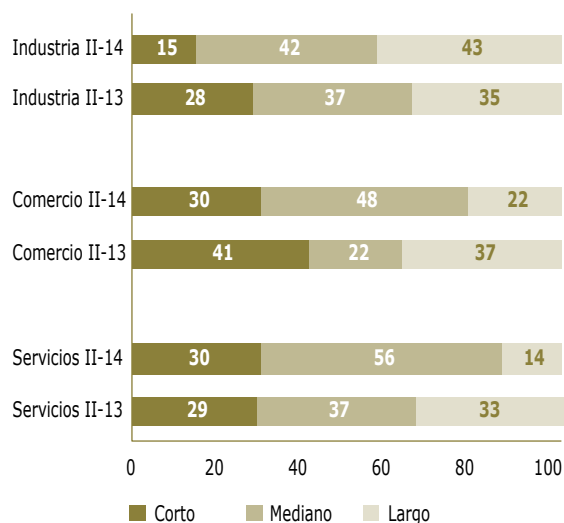


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

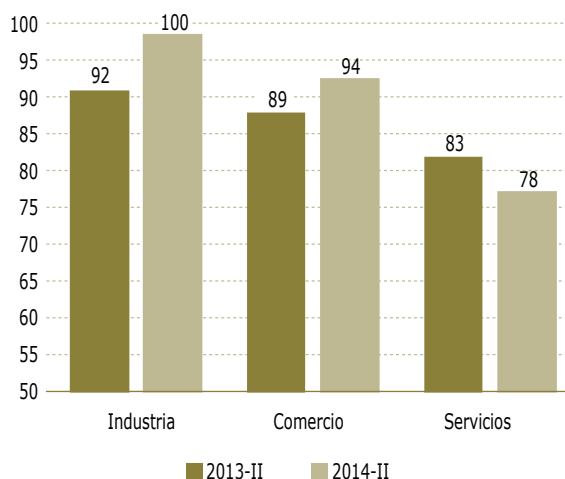
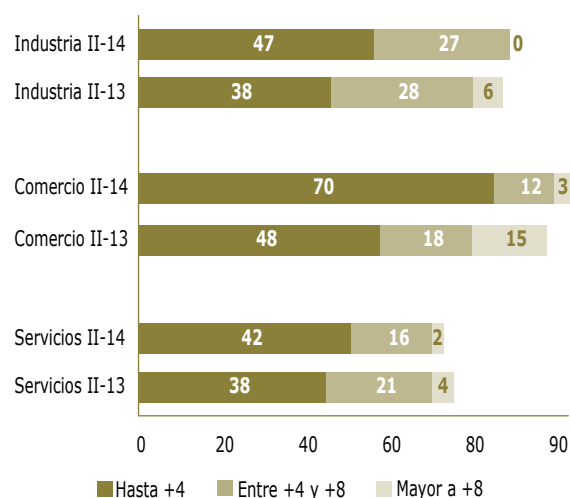


Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



De acuerdo con los resultados de la última medición de la Encuesta, el rango de tasa más común en los créditos otorgados para los tres macrosectores fue de hasta DTF+4 puntos. Un 47% de los entrevistados de industria, un 70% de los de comercio y un 42% de los de servicios reportaron ese rango (ver gráfico 25). Cabe destacar que en el sector industria se dio la proporción más alta de préstamos a una tasa DTF entre + 4 y + 8 puntos (27%). En contraste, en los otros dos macrosectores la participación de este rango de tasa fue inferior al 20%.

Los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2014 fueron significativamente menores a los reportados en el mismo período de 2013, aunque estos se mantienen por

encima del 55%. La caída más drástica se dio en las Pymes de servicios, donde dicho porcentaje pasó del 75% al 58% entre 2013-II y 2014-II. En los otros dos macrosectores, la reducción fue de la misma magnitud (13 puntos porcentuales), aunque la satisfacción fue más baja en industria (62%) que en comercio (72%), ver gráfico 26.

Los recursos solicitados por las Pymes santandereanas al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo (alrededor del 43% de las Pymes industriales, un 77% de las comerciales y un 64% de las de servicios). En segundo lugar, las Pymes manufactureras gastaron estos recursos en compra y arriendo de maquinaria (24%). En cambio, para las empresas de los sectores comercio y servicios la consolidación del pasivo ocupó el segundo destino principal de los recursos (14% y 27%, respectivamente). Adicionalmente, las remodelaciones y adecuaciones tuvieron una baja relevancia entre los empresarios, con cifras que no superaron el 10% del total de encuestados (ver gráfico 27).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, entre el 50% (industria) y el 63% (servicios) de las Pymes bumanguesas consultadas no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2014. Los proveedores siguen siendo la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los tres macrosectores (más del 15% de los entrevistados), sobre todo en el sector comercial, donde un 35% afirmó haber usado este mecanismo de financiamiento. Cabe destacar el nulo uso del *factoring* en esta ciudad, donde el 0% de los entrevistados reportó su utilización. También en el caso del *leasing* se encontró una baja penetración, aunque al menos sus registros

Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

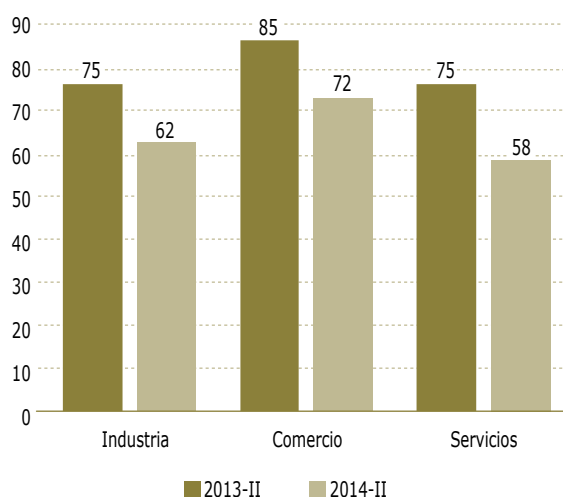
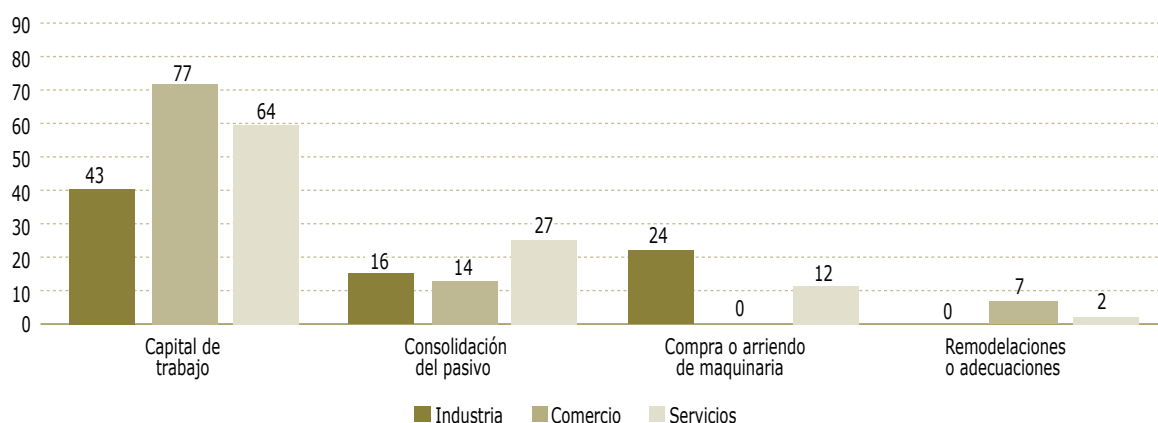


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



fueron levemente mayores (con un promedio del 4% para el total del segmento Pyme), ver gráfico 28.

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 75% en industria, un 81% en comercio y un 86% en servicios). Dicha opción parece ser la gran explicación para no acceder al sistema financiero, pues ninguna de las otras opciones superó proporciones cercanas al 10% de los entrevistados (ver gráfico 29).

Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

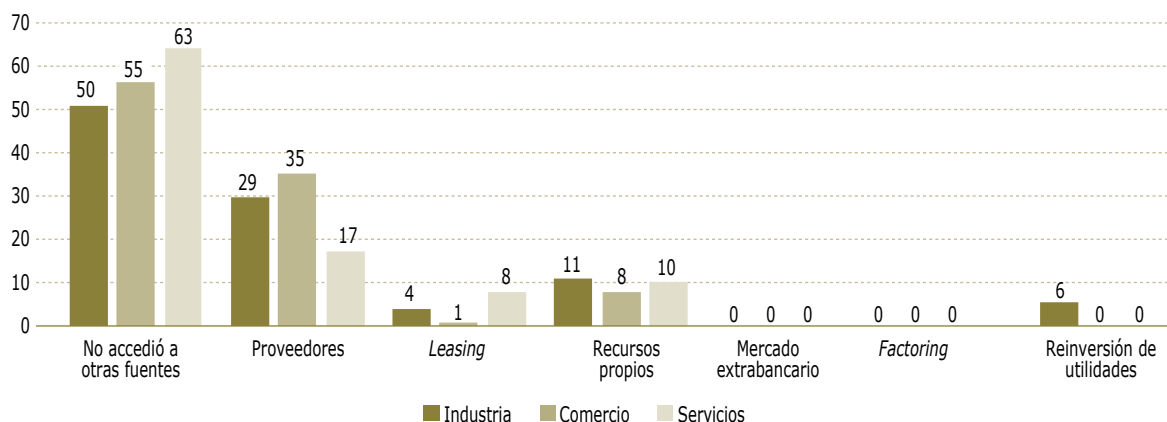
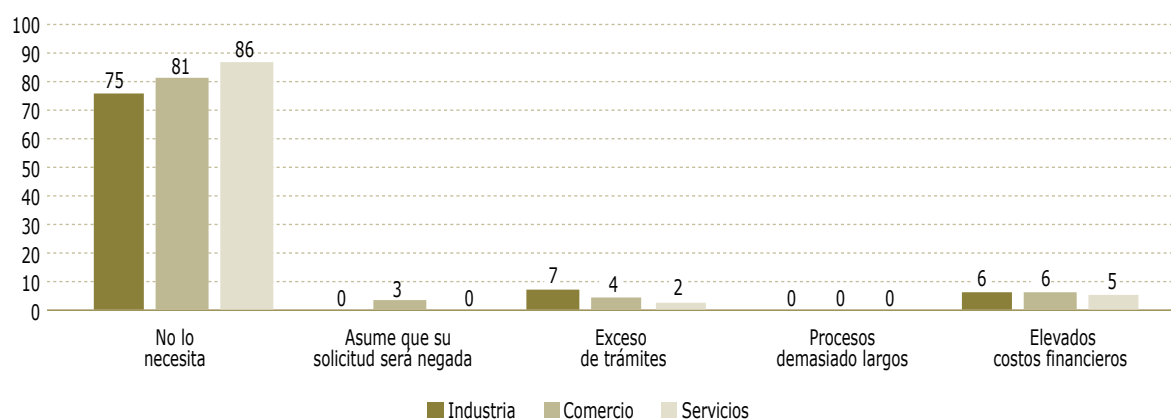


Gráfico 29. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

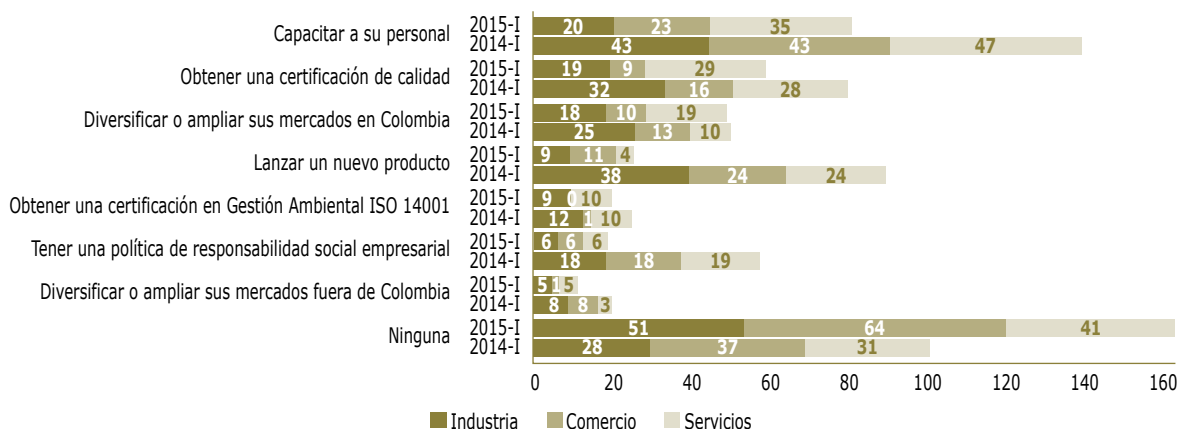
En el módulo de acciones de mejoramiento se indaga sobre las actividades que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. En el gráfico 30 se observa cómo el porcentaje de Pymes bumanguesas que desarrollaron recientemente alguna acción para incrementar su competitividad fue del 49% en industria, el 36% en comercio y el 59% en

servicios. Para los sectores de industria y comercio el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción de mejoramiento cayó fuertemente frente al año anterior (23 y 27 puntos porcentuales, respectivamente), mientras que en servicios la reducción fue más baja, aunque de todas formas relevante (10 puntos porcentuales). Capacitar a su personal se ubicó como la principal área de mejo-

ramiento de las Pymes de los tres macrosectores, con una participación del 20% en el sector industrial, el 23% en comercio y el 35% en servicios. En el segundo lugar del ranking para las Pymes de industria y servicios estuvo la obtención de una cer-

tificación de calidad, con una proporción del 19% y el 29%, respectivamente. Por su parte, para las Pymes comerciales, su segunda opción de mayor relevancia fue lanzar un nuevo producto con un porcentaje del 11%.

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización 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 Bucaramanga.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital de Santander cuál era la antigüedad de las empresas. Se encontró que en industria y en comercio la mayoría de los encuestados reportó que sus firmas superaban los 22 años (30% y 31%, respectivamente). En cambio, en el

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

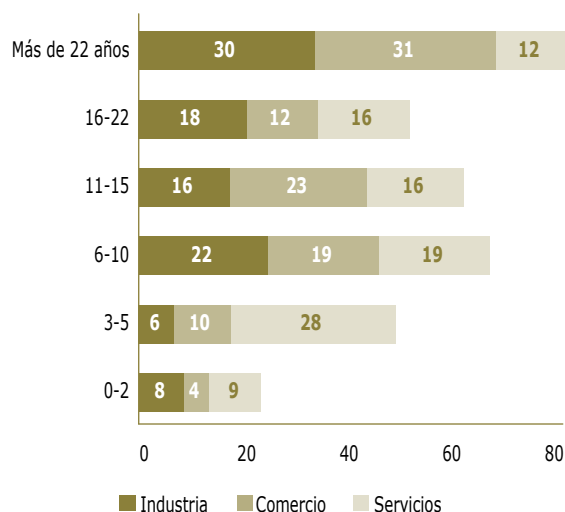
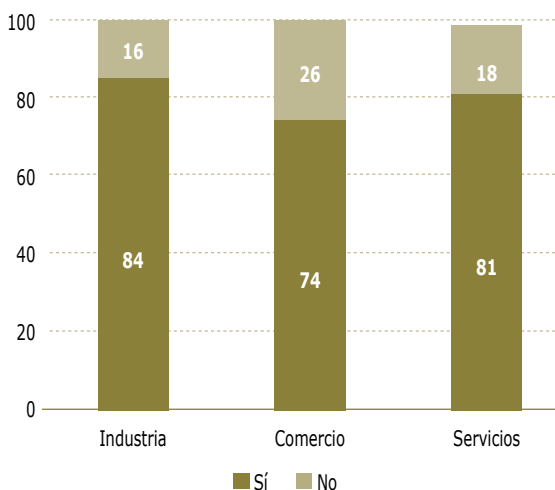


Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)



sector servicios las firmas resultaron ser en promedio mucho más jóvenes, pues un 28% de las encuestadas reportó tener una edad entre los 3 y 5 años, mientras que un 19% tenía una antigüedad entre los 6 y 10 años en 2014-II (ver gráfico 31).

Analizando las características de los gerentes Pyme, se encontró que en su gran mayoría eran los mismos dueños de las empresas (con cifras superiores al 70% para los tres macrosectores), ver gráfico 32. Asimismo, al preguntar por el género del gerente, se encontró que más del 75% eran hombres, siendo el más alto el caso de servicios (82%), ver gráfico 33.

Cuando se indagó por la edad de estos administradores, se encontró que en industria y comercio esta rondaba principalmente el rango de los 46-55 años (33% y 37% en cada caso), ver gráfico 34. En cambio en las Pymes de servicios bumanguenses, los registros muestran una mayor juventud de los gerentes, pues un 39% de los encuestados reportó tener entre 36 y 45 años. El máximo nivel educativo de estos funcionarios fue el universitario para los tres macrosectores (un 45% de los industriales, un 51% de los comerciales y un 58% de los de servicios) ver gráfico 35. Sin embargo, cabe destacar que un porcentaje alto de encuestados manufactureros y de comer-

Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

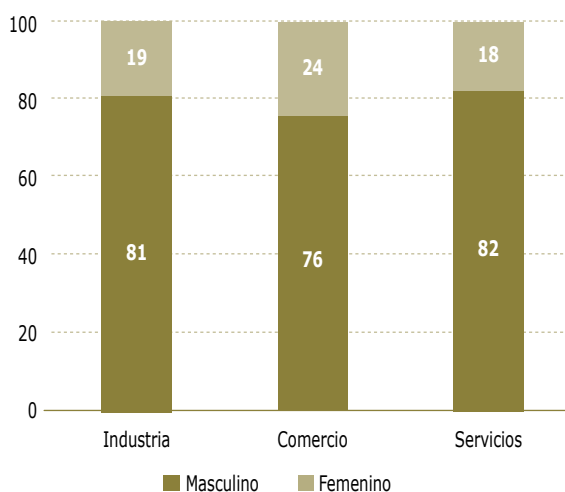


Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)

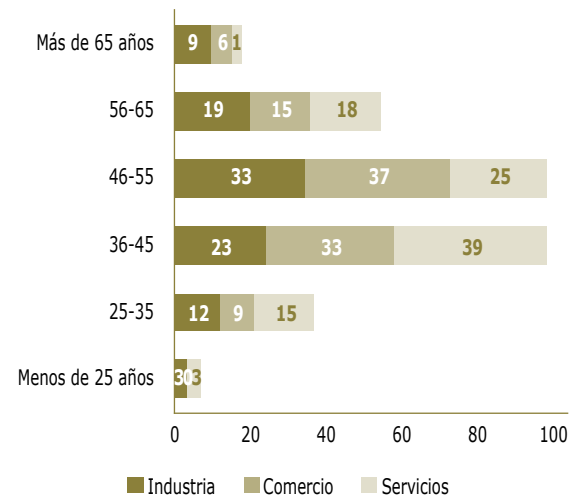


Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

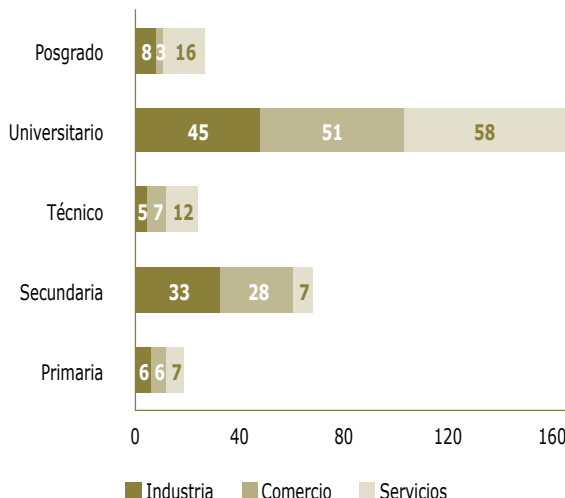


Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)



cio no contaba con un título de educación superior (cerca del 30% de los entrevistados de ambos macrosectores), dato que en las Pymes de servicios fue inferior al 10%.

La mayoría de las Pymes manufactureras (52%) y de comercio (35%) se caracterizó por tener empresas de tipo familiar, sin gerencia independiente (ver gráfico 36). En cambio en servicios se dio un fenómeno completamente distinto, pues el 43% de los empresarios entrevistados afirmó tener una empresa de carácter no familiar. Entre aquellas empresas que son familiares, gran parte no aplica un protocolo de sucesión (78% en industria y comercio, y un 74% de servicios), ver gráfico 37. No obstante, cabe destacar

que el 18% de las firmas de servicios sí contaba con esa clase de protocolo al corte de 2014-II, superando en 5 puntos porcentuales el porcentaje alcanzado por los empresarios manufactureros (13%) y en 10 puntos a los comerciales (8%).

Finalmente, se analizó si habían existido cambios en la actividad económica de las Pymes durante su tiempo de existencia. Se encontró que más del 65% de las firmas de los tres macrosectores había mantenido la actividad económica en la que se había registrado inicialmente (ver gráfico 38). Sin embargo, se destacó que en industria y servicios un 25% de los encuestados de ambos sectores manifestó haber ampliado dicha actividad, dato que en comercio fue del 18%.

Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

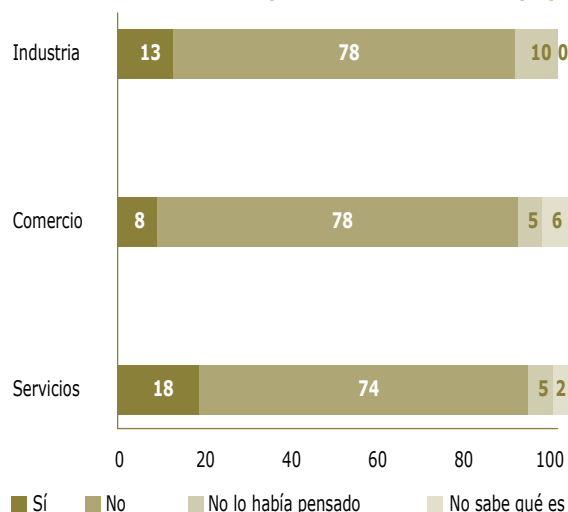
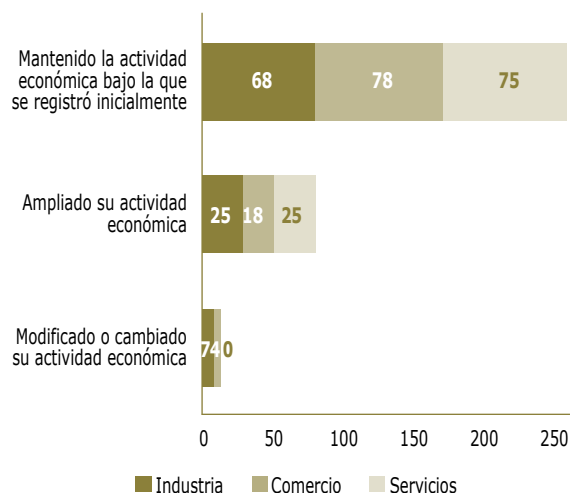


Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta segunda lectura de la Encuesta en Bucaramanga se encontró que el 89% de las Pymes industriales y el 95% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 39). Entre tanto, solamente un 2% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue ligeramente mayor (5%), pero también significativamente baja. En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 73% de los encuestados en el sector industria y el 84% del sector servicios no pre-

veían exportar en 2015-I. En contraste, solamente un 9% de los pequeños y medianos empresarios humanagueses esperaba incrementar su oferta exportadora (ver gráfico 40).

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes de Bucaramanga sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la reciente devaluación que ha afrontado el país. Más de un 60% de los encuestados de industria y comercio reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 41). En

cambio, en servicios prevaleció la indiferencia, pues un 54% de las firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar. El bajo impacto favorable de este fenómeno en el desempeño económico de las Pymes es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase de firmas (en el caso de los sectores de industria y servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. 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 69% de los entrevistados industriales, un 71% de los comerciales y un 56% de los de servicios), ver gráfico 42. Entre tanto, los empresarios de servicios (36% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), seguidos por los de industria (29%). 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% para los tres macrosectores.

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

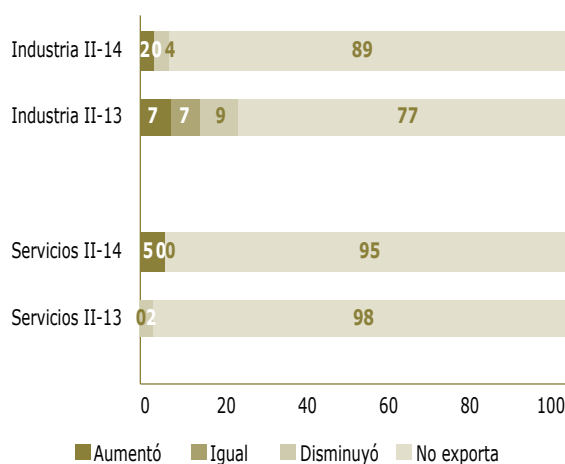


Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

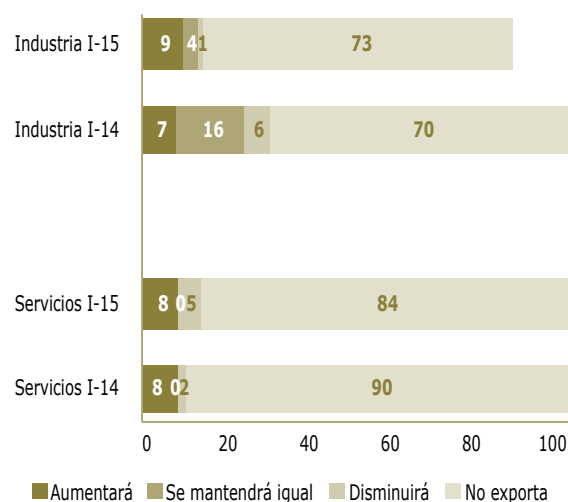


Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

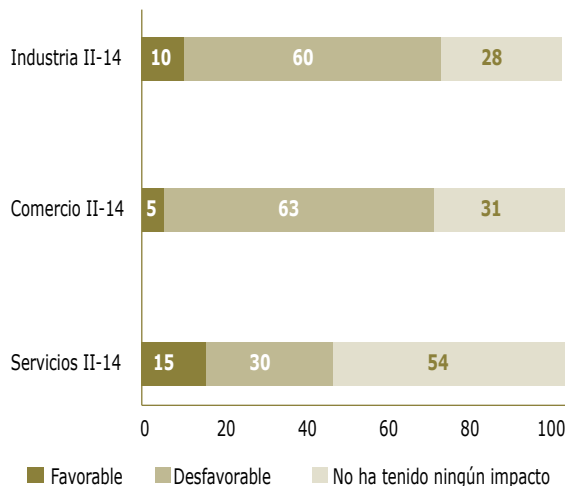
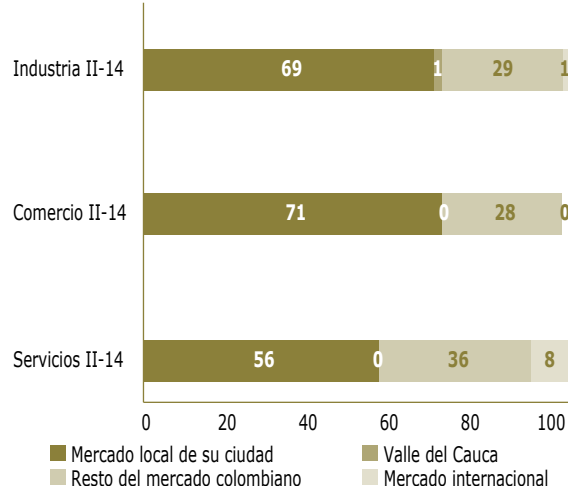


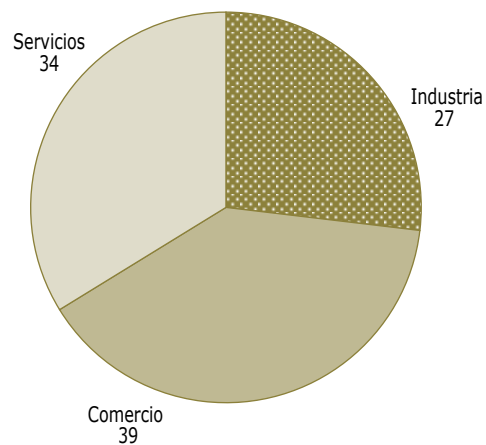
Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Cali

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2014

• Sector industria

La percepción sobre el desempeño económico de las Pymes industriales en la ciudad de Cali fue optimista en el segundo semestre de 2014. El porcentaje de las empresas que reportaron una mejo-

ría en su situación económica general durante el segundo semestre de 2014 fue del 47%, cifra superior en 2 puntos porcentuales a la observada un año atrás (45%). Asimismo, la proporción de empresarios insatisfechos creció marginalmente entre 2013 y 2014. Lo anterior tuvo un impacto positivo en el balance de respuestas, el cual pasó de 35 en 2013-II a 37 en 2014-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 un incremento en el porcentaje de empresarios industriales caleños que consideraron que su volumen de ventas aumentó respecto al segundo semestre de 2013. Este porcentaje pasó del 42% en 2013-II al 49% en 2014-II. Ahora, la proporción de empresarios que percibieron una reducción en sus ventas se mantuvo estable frente a la medición anterior (12%). Por tanto, como lo muestra el gráfico 2, hubo un incremento importante de 7 puntos en el balance de respuestas frente a la cifra del año anterior. El balance de respuestas fue de 37 en 2014-II, valor que se encuentra por encima de su promedio histórico (31) en 6 puntos.

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

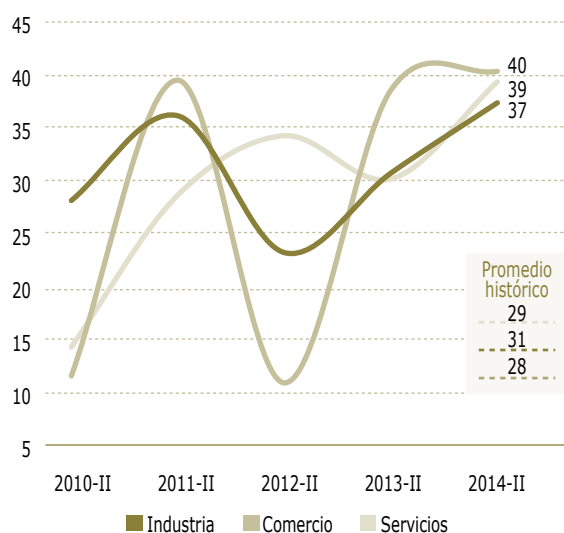
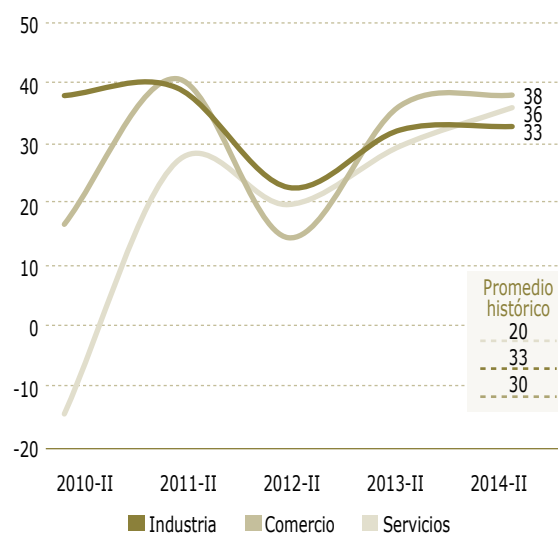
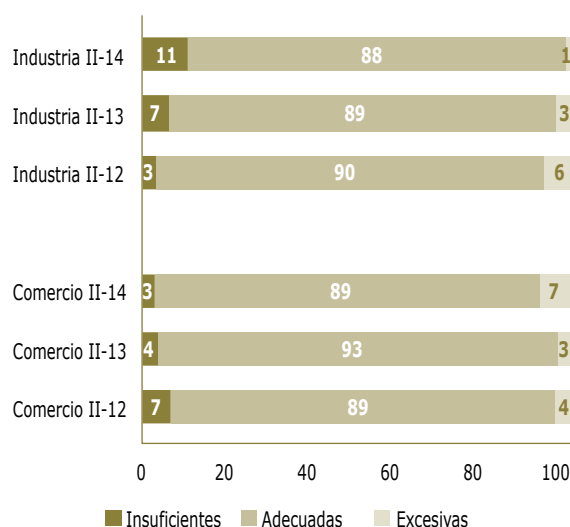


Gráfico 3. Pedidos (Balance de respuestas)



En materia de pedidos, los resultados de la Encuesta muestran una estabilización de la demanda industrial en la capital vallecaucana entre 2013 y 2014. La proporción de empresarios que reportaron crecimientos en sus volúmenes de pedidos pasó del 44% en 2013-II al 45% en 2014-II. Esta variación fue equivalente al cambio observado en el porcentaje del empresariado industrial que reportó disminuciones en el volumen de pedidos recibidos (pasando del 11% en 2013-II al 12% en 2014-II). Lo anterior tuvo un efecto favorable sobre el balance de respuestas, el cual aumentó, pasando de 32 en 2013-II a 33 en 2014-II, (ver gráfico 3).

Gráfico 4. Existencias (%)



Al igual que en la anterior medición de la Encuesta, el comportamiento de los niveles de existencias de las Pymes del sector industrial de Cali continuó siendo poco adecuado. Esto se debe a que aunque se mantuvo constante la proporción de encuestados que afirmaron que sus existencias fueron adecuadas, hubo un aumento en la proporción de encuestados que dijeron que sus existencias fueron insuficientes, (ver gráfico 4). El 88% de las Pymes industriales caleñas reportó que sus niveles de existencias fueron adecuados durante 2014-II. Por su parte, el 11% de los encuestados afirmó que estos niveles fueron insuficientes, cifra superior en 4 puntos porcentuales a la observada el año anterior.

El 47% de las empresas manufactureras caleñas aumentó su producción en 2014-II, cifra superior al 42% de 2013-II. Asimismo, solo el 10% de las Pymes manufactureras encuestadas reportó haber contraído su nivel de producción. Esto hizo que el balance de respuestas aumentara de 30 a 37 puntos en 2014-II, 5 puntos por encima del promedio histórico de esta variable (ver gráfico 5). El gráfico 6 muestra que, en promedio, el 50% de las Pymes utilizaba el 75% de su Capacidad Instalada (UCI) en 2013-II, cifra equivalente a la del segundo semestre de 2014.

La inversión en equipo y maquinaria crece en esta medición, rompiendo con la tendencia de años anteriores. El 30% de los encuestados afirmó haber aumentado la inversión en equipo y maquinaria, ci-

Gráfico 5. Producción industrial (Balance de respuestas)

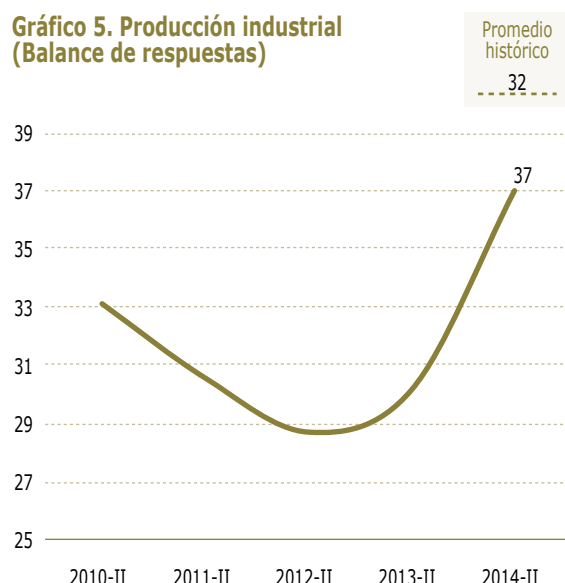
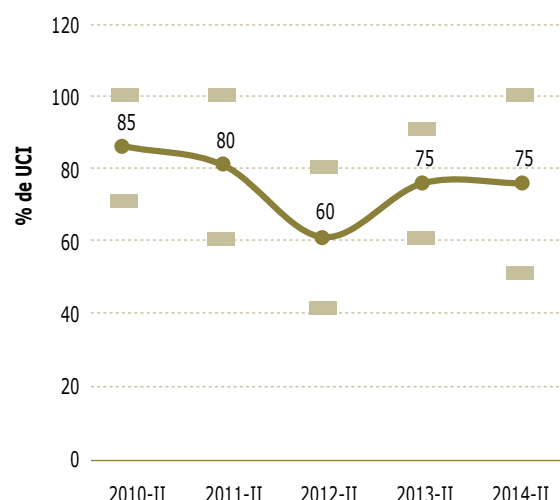


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



fra superior en 11 puntos porcentuales a la del año anterior. Asimismo, hubo una importante disminución de la proporción de encuestados que reportaron haber reducido la inversión en equipo y maquinaria durante 2014-II (26% para 2013-II vs. 7% para 2014-II). En el gráfico 7 se puede observar la notoria recuperación en el balance de respuestas, el cual tomó el valor de 23 en 2014-II, ubicándose 10 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 (52%) en 2014-II superó la proporción

observada en 2013-II en 12 puntos porcentuales. Las Pymes manufactureras que observaron una reducción en sus costos de producción pasaron del 12% en 2013-II al 10% en 2014-II. Esto hizo que el balance de respuestas aumentara de 28 en 2013-II a 42 en 2014-II. Como lo muestra el gráfico 8, la tendencia a la baja de esta variable se reversa para la ciudad de Cali.

En línea con lo reportado a nivel de costos, la proporción de empresarios que reportaron aumentos en sus márgenes de ganancia se mantuvo estable en un 41%, mientras que la proporción de empresarios que manifestaron ver reducciones en

Gráfico 7. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

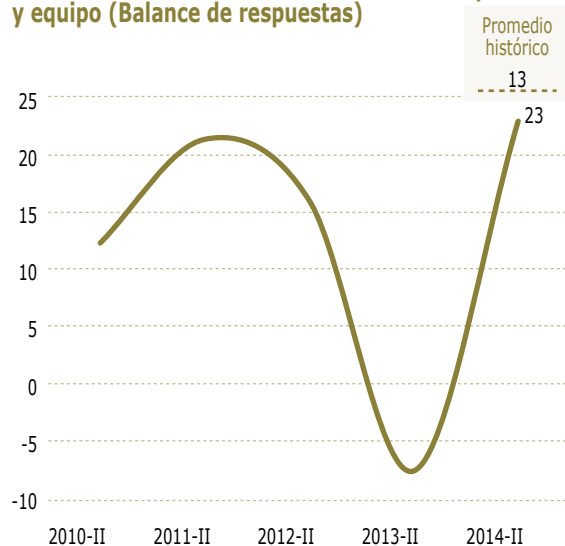


Gráfico 8. Costos (Balance de respuestas)

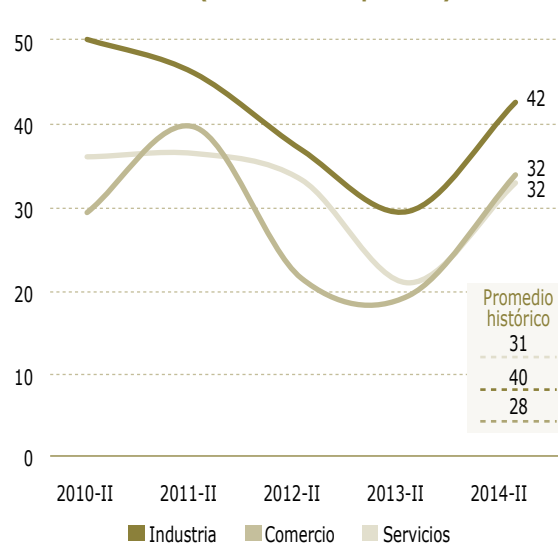


Gráfico 9. Márgenes (Balance de respuestas)

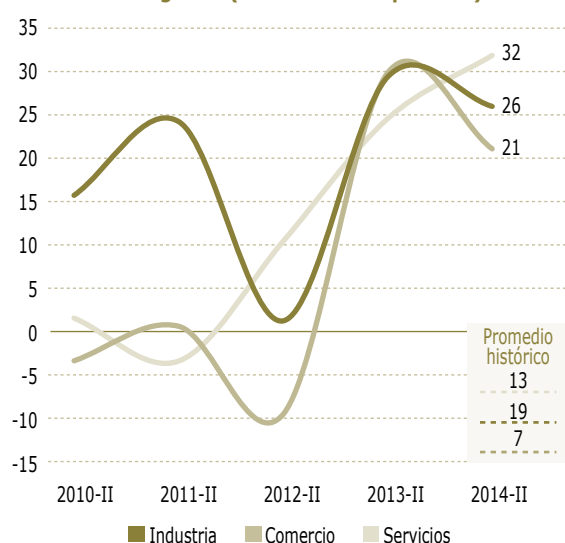
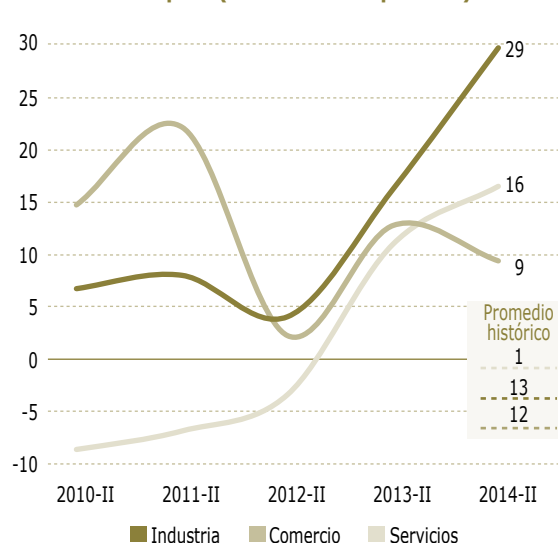


Gráfico 10. Empleo (Balance de respuestas)

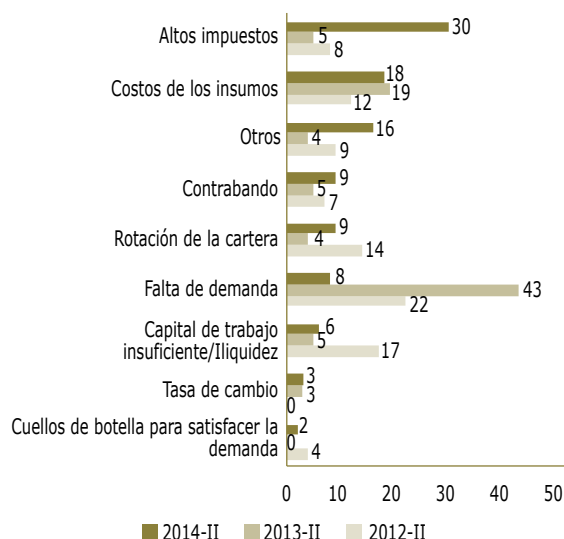


sus márgenes creció del 11% en 2013-II al 15% en 2014-II. El gráfico 9 muestra que el balance de respuestas se redujo en 4 puntos (de 29 en 2013-II a 25 en 2014-II).

El empleo mostró variaciones que hicieron que el balance de respuestas aumentara en 13 puntos (ver gráfico 10). De acuerdo con lo anterior, la proporción de Pymes del sector industrial que incrementaron su planta de personal (37%) en el segundo semestre de 2014 fue mayor al resultado de un año atrás (26%). Además, se encontró que el porcentaje de empresas que redujeron su planta de personal disminuyó del 10% en 2013-II al 8% en 2014-II.

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 2014. A esto, el 30% respondió que el principal problema que afrontaron fueron los altos impuestos. Los empresarios expresaron que en el segundo lugar del ranking estuvieron los costos de los insumos, con un 18%; en tercer lugar otros problemas (16%), y en cuarto lugar el contrabando (9%). Resulta importante destacar la participación que han ganado los altos impuestos (solo el 5% de los encuestados lo identificaron como problema en la anterior medición). Adicional a esto, la falta de demanda, caracterizada por ser el principal problema del sector, perdió de forma muy notoria participación al pasar del 43% de las respuestas de los encuestados en 2013-II a solo el 8% en el segundo semestre de 2014.

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El sector comercial Pyme en la ciudad de Cali se caracterizó por ser el más optimista entre los tres macrosectores sobre su desempeño económico en el segundo semestre de 2014. El 53% de los empresarios Pyme comerciales de esta ciudad reportó haber experimentado mejoras en su situación económica general. Esta proporción es 2 puntos porcentuales superior al dato para 2013-II. El 10% de los encuestados del sector experimentó una desmejora en su situación económica, porcentaje equivalente al dato observado en 2013-II. Por lo anterior, el balance de respuestas pasó de 35 en 2013-II a 37 en 2014-II, ubicándose 5 puntos por encima del promedio histórico de esta variable en la capital vallecaucana (ver gráfico 1).

Al igual que los empresarios del sector industrial, hubo un incremento en la proporción de empresarios que percibieron aumentos en el volumen de sus ventas. Esta proporción fue del 48% durante el segundo semestre de 2013 y del 53% durante el mismo período de 2014. Como puede observarse en el gráfico 2, el balance de respuestas muestra un incremento de 2 puntos en las ventas de las Pymes comerciales respecto a lo observado un año atrás, llegando a 40 en 2014-II. Este valor se posicionó 12 puntos por encima del promedio histórico de esta variable.

En materia de pedidos, los resultados reflejaron una estabilización de la demanda de las Pymes de comercio en Cali en el segundo semestre de 2014. El porcentaje de empresarios que indicaron que los pedidos crecieron aumentó marginalmente del 44% en 2013-II al 45% en 2014-II. De la mano con lo anterior, el porcentaje de empresarios que observaron una caída en esta variable pasó del 11% al 12% para el mismo período (ver gráfico 3). Estos resultados en materia de ventas y pedidos reflejan una estabilización de esta actividad económica en el segmento Pyme de la ciudad de Cali entre 2013-II y 2014-II. Respecto al nivel de existencias de estas empresas, los empresarios afirmaron que estas fueron adecuadas en el 89% de los casos para 2014-II, (ver gráfico 4). Este valor reversó la tendencia creciente observada desde 2011-II, ya que cayó en un punto porcentual y alcanzó el 88% de las respuestas de los encuestados del sector.

Para las Pymes comerciales caleñas, el comportamiento de los costos visto desde el balance de respuestas no fue favorable, ver gráfico 8. Este pasó de 33 en 2013-II a 42 en 2014-II como conse-

cuencia de un importante aumento de la proporción de Pymes que experimentaron aumentos en sus costos de funcionamiento, sumado a una caída en la proporción de empresarios que reportaron reducciones en esta variable. El porcentaje de Pymes que reportaron un aumento en sus costos creció en 6 puntos porcentuales (37% en 2013-II vs. 43% en 2014-II), mientras que el porcentaje de Pymes que reportaron caídas en sus costos se contrajo en 9 puntos porcentuales (19% en 2013-II vs. 10% en 2014-II).

En línea con el comportamiento de los costos, la percepción sobre los márgenes de ganancia fue negativo, ya que respecto al año anterior la proporción de encuestados que reportaron percibir aumentos de sus márgenes fue la única en reducirse. Este valor pasó del 40% al 34% entre 2013-II y 2014-II. En el gráfico 9 se puede ver que el balance de respuestas cayó a la mitad, pasando de 30 en 2013-II a 15 en 2014-II.

Sobre el nivel de contratación de trabajadores, el panorama del sector comercial de Cali no es dinámico. La proporción de Pymes que incrementaron su planta de personal (22%) en el segundo semestre de 2014 fue inferior al resultado del año anterior (26%), acercándose a los niveles observados hace cuatro años (21%). El 13% de estas empresas redujo el número de trabajadores en 2014-II, cifra marginalmente menor a la observada en 2013-II (14%). Por su parte, las empresas que mantuvieron su planta de personal constante creció del 59% en 2013-II al 65% de los encuestados en 2014-II. En

términos del balance de respuestas, este cayó en 3 puntos, pasando de 12 en 2013-II a 9 en 2014-II (ver gráfico 10).

La proporción de Pymes comerciales caleñas que indicaron que su superficie de ventas aumentó fue del 38% en 2014-II, cifra inferior en 7 puntos porcentuales al dato del año anterior. El porcentaje de quienes respondieron que esta variable había disminuido durante el período 2014-II (10%) aumentó solo en un punto porcentual frente a lo encontrado un año atrás (9%). Lo anterior dio espacio para una caída del balance de respuestas en 9 puntos, posicionándose en 28 (ver gráfico 12).

A diferencia del año anterior, las Pymes comerciales caleñas identificaron la competencia con grandes superficies como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (34% de los encuestados en 2014-II). Los altos impuestos se ubicaron en el segundo lugar del ranking, con una participación del 15% de encuestados, 13 puntos porcentuales por encima de lo observado un año atrás. El tercer lugar lo ocupó la tasa de cambio, con el 11% de respuestas, 3 puntos porcentuales por debajo de lo observado en la medición de 2013-II. Cabe resaltar que los altos impuestos ganaron relevancia en esta medición, ya que el año anterior esta alternativa se ubicó en el sexto lugar del ranking. Adicional a esto, la tasa de cambio ganó un puesto respecto al año anterior y la falta de demanda perdió dos puestos respecto a lo observado un año atrás, ubicándose en el quinto lugar durante el segundo semestre de 2014.

Gráfico 12. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

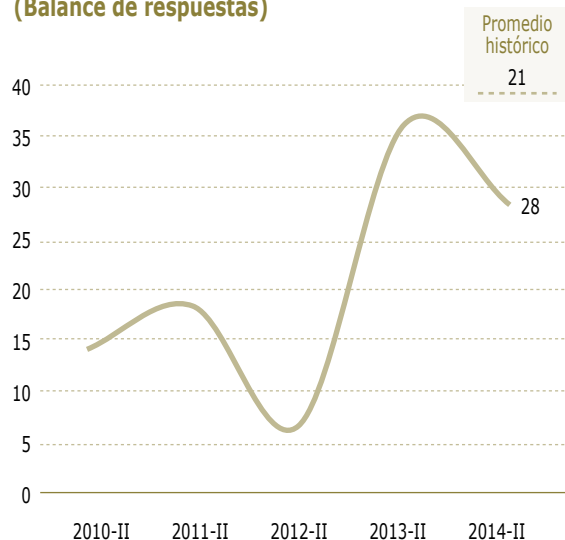
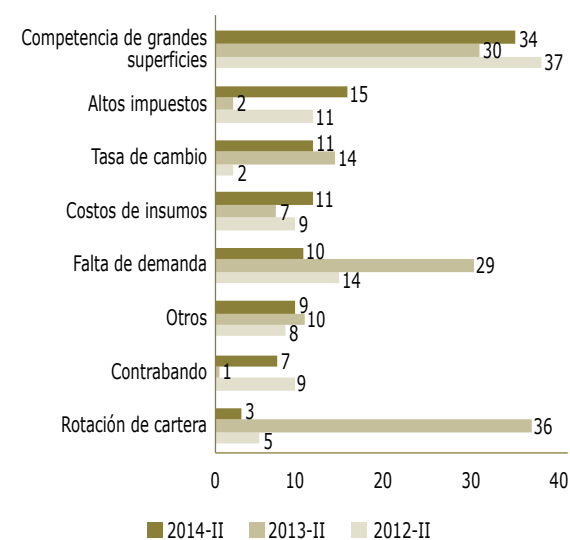


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Cali sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2014 fue la menos optimista al compararla con los otros dos macrosectores. Esta percepción se puede considerar como de optimismo moderado, ya que aunque hubo incrementos en las proporciones de encuestados que percibieron mejoras y desmejoras en su situación económica general, el balance de respuestas continuó mostrando una tendencia al alza y superando su promedio histórico (30). En efecto, el 42% de los encuestados de este sector reportó observar mejoras en su situación económica general en 2014-II, porcentaje mayor en 8 puntos porcentuales al de 2013-II, mientras que el 15% reportó experimentar desmejoras en su situación general, cifra mayor en 2 puntos porcentuales a lo observado en 2013-II. De acuerdo con esto, el balance de respuestas se ubica en 35 puntos para 2014-II, 6 puntos por encima 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 repuntó al pasar de 30 en 2013-II a 39 en 2014-II. Esto tuvo que ver con un aumento en la proporción de empresarios que vieron aumentos en sus ventas (43% en 2013-II vs. 51% en 2014-II) y una reducción marginal en la proporción de empresarios que reportaron que sus ventas cayeron (13% en 2013-II vs. 12% en 2014-II), ver gráfico 2. Ahora bien, respecto al volumen de órdenes de servicios recibidas, el balance de respuestas pasó de 30 a 36 como consecuencia de un aumento en la proporción de empresarios que vieron que esta variable creció (44% en 2013-II al 50% en 2014-II), así como una estabilización en la proporción de empresarios que aseguraron ver que estas órdenes de servicios disminuyeron (14% para 2013-II y para 2014-II), ver gráfico 3.

Al igual que lo observado en los macrosectores de industria y comercio, la mayoría de las Pymes de servicios manifestó incrementos en sus costos. De hecho, el 40% de los encuestados reportó haber sufrido un encarecimiento de sus costos de operación en el segundo semestre de 2014, cifra superior en 7 puntos porcentuales a la observada un año atrás (33%). A su vez, se continuó observando una reducción en la proporción de empresarios que indicaron una caída en sus costos de operación (pasando del 13% al 8% entre 2013-II y 2014-II), (ver gráfico 8).

Todo esto hizo que el balance de respuestas pasara de 20 a 32 entre 2013-II y 2014-II.

El comportamiento de los márgenes respondió a lo reportado por lo empresarios sobre el desempeño económico general, ya que se observó un incremento de 7 puntos en el balance de respuestas de esta variable (ver gráfico 9). Lo anterior se debió a un aumento en la proporción de empresarios que afirmaron que sus márgenes crecieron (39% en 2013-II y 42% en 2014-II) y a una menor reducción en la proporción de empresarios que afirmaron que estos se contrajeron (15% en 2013-II y 10% en 2014-II). De esta forma, el balance de respuestas se ubicó en 32 para el segundo semestre de 2014, cifra superior en 19 puntos a su valor histórico.

El 66% de los empresarios Pyme de servicios de Cali mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2014, el 9% la redujo y el 25% contrató trabajadores nuevos. En el segundo semestre de 2013 estos porcentajes alcanzaron valores del 64%, el 13% y el 23%, respectivamente. En general, se puede afirmar que hubo un aumento en las plantas de personal, ya que el balance de respuestas pasó de 11 a 16 para el período entre 2013-II y 2014-II (ver gráfico 10).

El principal problema que señalaron las Pymes prestadoras de servicios de Cali para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2013 fue la competencia (31%). En segundo lugar los empresarios identificaron otros problemas no relacionados con su capacidad interna de gestión (21%), en tercer lugar se ubicó la falta de liquidez (16%) y en cuarto lugar la falta de demanda (13%).

Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

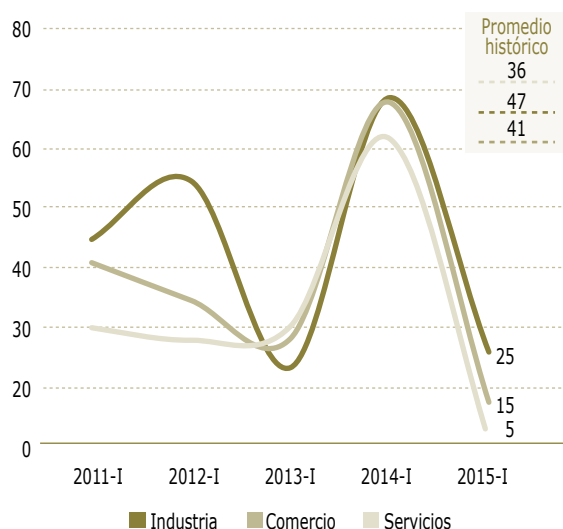
Primer semestre de 2015

• Sector industria

El 54% de los empresarios industriales Pyme de Cali encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable, mientras que un año atrás este porcentaje alcanzó el 69% (ver gráfico 15). Para este período también se observó un incremento en la proporción de empre-

sarios con expectativas negativas sobre el desempeño de sus empresas. Esta proporción pasó de alcanzar el 1% de las respuestas en 2014-I al 9% en 2015-I. Todo esto llevó a una reducción en el balance de respuestas de 23 puntos, ubicándose en 45 puntos para 2015-I, mostrando un claro deterioro de las expectativas de los empresarios Pyme del sector industrial.

Gráfico 15. Desempeño general (Balance de respuestas)



De la misma forma, las expectativas de las Pymes caleñas del sector se deterioraron respecto al nivel de producción industrial, pues quienes esperaban aumentos pasaron del 66% en 2014-I al 52% en 2015-I (una reducción de 14 puntos porcentuales), ver gráfico 16. En línea con lo anterior, el 11% del empresariado Pyme industrial esperaba que su producción se redujera en 2015-I, cifra superior en 7 puntos porcentuales al registro del período anterior. Por tanto, estos cambios hicieron que el balance de respuestas tuviese una reversa en su tendencia al alza y cayera de 63 puntos en 2014-I a 41 puntos en 2015-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 2015-I. El 55% de los encuestados esperaba que los pedidos aumentaran, cifra inferior en 12 puntos

Gráfico 16. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)

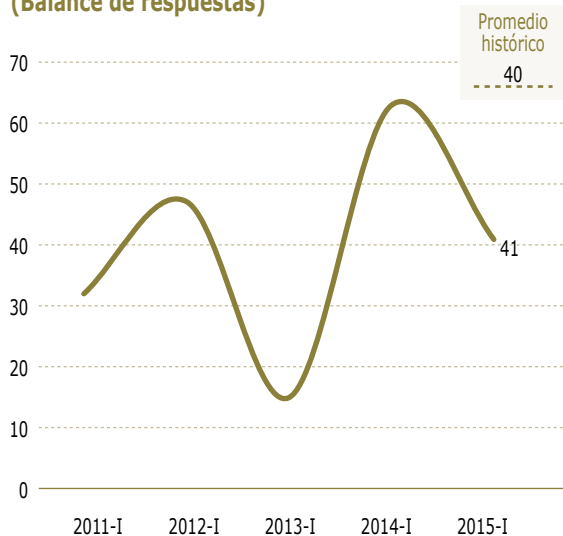
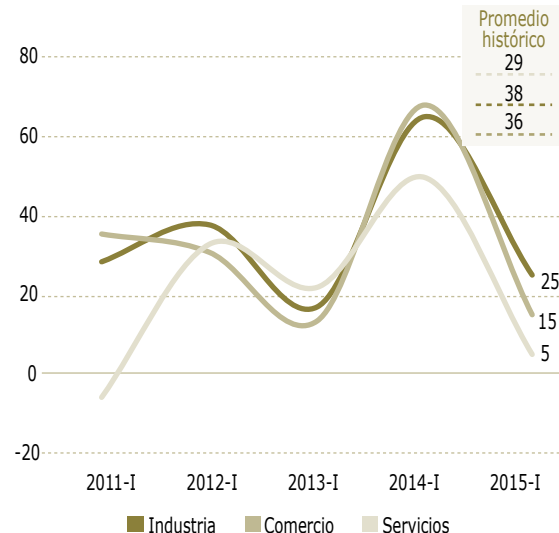


Gráfico 17. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)



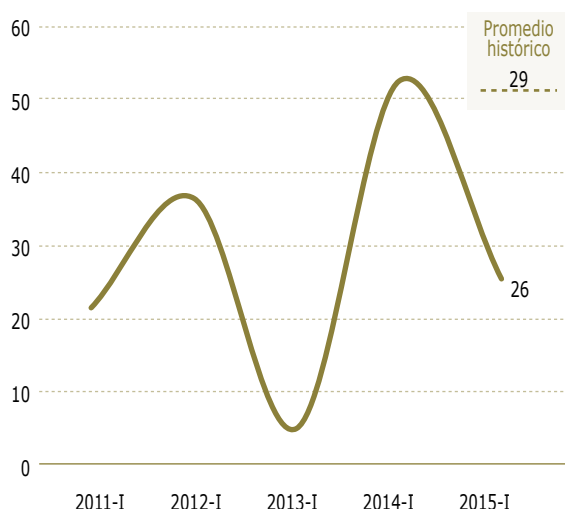
porcentuales a lo observado un año atrás. De la misma forma, el 14% de estos empresarios esperaba que la dinámica de pedidos se deteriorara, proporción superior en 12 puntos porcentuales a lo observado en el período anterior. Esto hizo que el balance de respuestas se redujera drásticamente de 65 puntos observados en 2014-I a 41 puntos para 2015-I, ver gráfico 17.

A diferencia de lo esperado para el primer semestre de 2014, para 2015-I las Pymes manufactureras anticiparon una desaceleración del dinamismo de las inversiones en maquinaria y equipo (ver gráfico 18). En efecto, el 11% de los empresarios encuestados manifestó que su nivel de inversión caería (vs. el 3% registrado en 2014-I). No obstante, el 37% de los industriales esperaba que la inversión aumentara en 2015-I, cuando dicho porcentaje alcanzó solo el 11% en 2014-I. Finalmente, el 51% de los encuestados esperó que la inversión se mantuviese igual en 2015-I (vs. un 42% en 2014-I).

• Sector comercio

El 54% de las Pymes comerciales de la capital vallecaucana esperaba que el desempeño general de sus empresas fuera favorable en el primer semestre de 2015, en comparación con un 68% en 2014-I. Por su parte, el porcentaje de empresarios comerciales que anticiparon estabilidad en su situación económica para el primer semestre de 2015 con respecto al semestre inmediatamente anterior creció hasta el 28%, frente al 16% del año anterior. Debe destacarse que el 9% de las Pymes esperaba un comportamiento desfavorable para 2015-I y un año atrás este porcentaje ascendía al 1%.

Gráfico 18. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



Así, el gráfico 15 muestra una caída en el balance de respuestas coherente con la tendencia menos optimista en la percepción sobre la situación económica general para 2015-I. Para esta medición, el balance de respuestas toma un valor de 36, 31 puntos por debajo del valor que tomó para la medición anterior y 10 puntos por debajo de su promedio histórico.

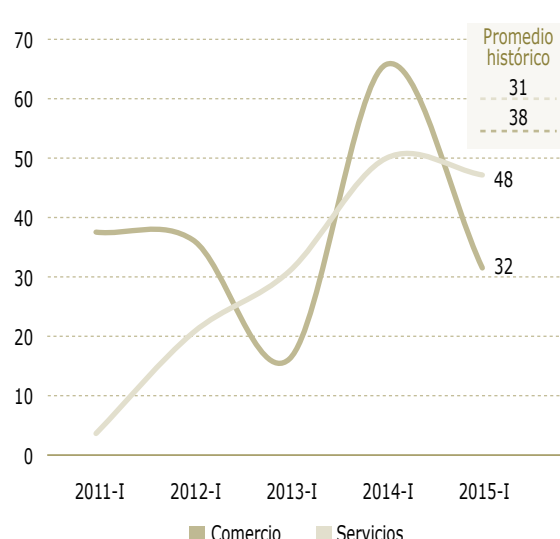
Por otra parte, las Pymes comerciales esperaban una desaceleración de la demanda en el primer semestre de 2015. De hecho, el porcentaje correspondiente al aumento en los niveles de pedidos cayó del 71% para 2014-I al 44% para 2015-I. Por su parte, el 13% de las Pymes comerciales de la ciudad esperaba que los pedidos disminuyeran, cifra superior en 10 puntos porcentuales a la reportada el año anterior, por lo cual el balance de respuestas se redujo en 37 puntos, ubicándose en 31, es decir 5 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 17).

El porcentaje de comerciantes que esperaron que el volumen de ventas aumentara pasó del 69% en 2014-I al 45% en 2015-I, mientras que la proporción de empresarios que esperaban ver una reducción en esta variable pasó del 2% en 2014-I al 13% en 2015-I. Por tanto, el balance de respuestas cayó de 67 en 2014-I a 32 para 2015-I, ver gráfico 19.

• Sector servicios

El 51% de los empresarios Pyme de servicios de Cali manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2015 sería favora-

Gráfico 19. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



ble, cifra inferior en 12 puntos porcentuales a la reportada un año atrás (63%). Asimismo, la tendencia a la baja en la proporción de empresas del sector servicios que esperaban que el desempeño fuera desfavorable se reversó, pasando del 2% observado para 2014-I al 15% para 2015-I. Ambos hechos se ven reflejados en la caída del balance de respuestas, el cual pasó de 61 puntos para 2014-I a 36 puntos para 2015-I, ver gráfico 15.

Las expectativas sobre la evolución futura del nivel de pedidos mostraron que más de la mitad de los encuestados (58%) esperaba que estos aumentaran. Aun así, se presentó un aumento en el porcentaje de empresarios que pensaban que sus pedidos

se reducirían en 2015-I (11%), 7 puntos porcentuales por encima de lo registrado un año atrás. Lo anterior hizo que el balance de respuestas cayera ligeramente, ya que como lo muestra el gráfico 17, este pasó de 50 en 2014-I a 47 en 2015-I, posicionándose 18 puntos por encima de su promedio histórico. El porcentaje de empresas Pyme prestadoras de servicios en Cali que esperaban que el volumen de ventas aumentara creció ligeramente del 53% en 2014-I al 59% en 2015-I. Al haber un incremento de 9 puntos porcentuales en la proporción de empresas que esperaban que el volumen de ventas disminuyera en 2015, el balance de respuestas reversó su tendencia al alza, y pasó de 51 puntos en 2014 a 48 puntos para 2015-I (ver gráfico 19).

Financiamiento

En dos de los tres macrosectores Pyme de la ciudad de Cali se observó un aumento en el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero para el segundo semestre de 2014 con respecto al segundo semestre de 2013. En efecto, estos porcentajes alcanzaron un 37% en el caso de la industria y los servicios, y un 28% en el caso del sector comercio, mientras que un año atrás esta proporción llegaba al 23% en industria, al 30% en comercio y al 15% en servicios (ver gráfico 20). Respecto a las tasas de aprobación, estas aumentaron para los sectores de industria y comercio y se redu-

jeron para el sector servicios. Los porcentajes fueron del 100% para industria y comercio, y del 95% para servicios en 2014-II, frente a un 82% en industria, un 88% en comercio y un 96% en servicios para 2013-II. Respecto al promedio histórico para cada macrosector, industria y comercio se ubican por encima de su promedio histórico en 11 y 5 puntos porcentuales, respectivamente. Por su parte, el registro para el sector de servicios se ubica un punto porcentual por debajo del promedio histórico en el segundo semestre de 2014.

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

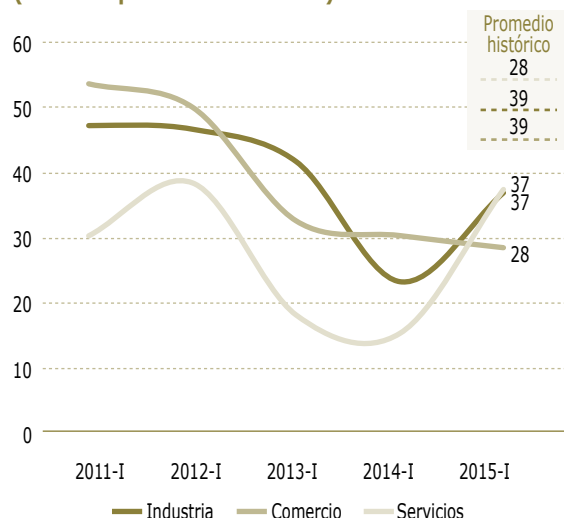
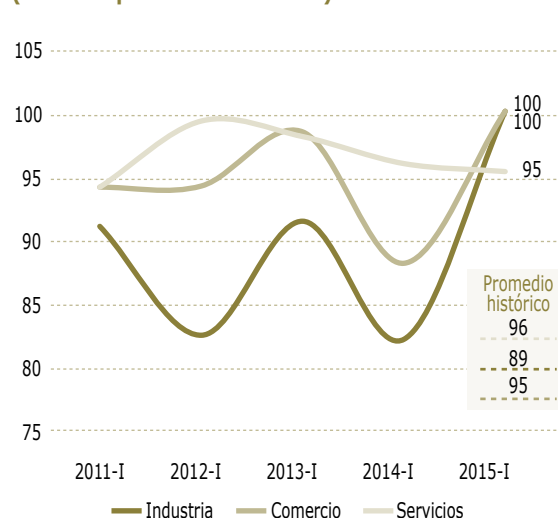


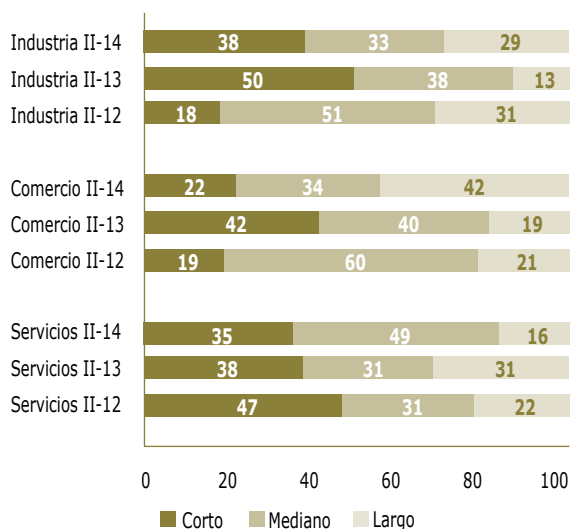
Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



En cuanto a las condiciones de los préstamos aprobados y solicitados, la mayor proporción de Pymes del sector industrial se caracterizó por solicitar y recibir préstamos de corto plazo (38%), mientras que este mismo porcentaje de Pymes comerciales y de servicios se caracterizó por solicitar y acceder a préstamos de mediano plazo (ver gráficos 22 y 23). Respecto a lo observado un año atrás, la proporción de préstamos solicitados y aprobados a corto plazo se redujo en los tres macrosectores. En efecto, los préstamos aprobados a corto plazo cayeron en 12 puntos porcentuales (pp) para industria, 22 pp para comercio y 3 pp para servicios en el

período 2013-2014. En cuanto a las solicitudes de estos préstamos, la reducción en las proporciones para cada sector fueron de 9 pp para industria, 8 pp para comercio y 24 pp para servicios. La solicitud y la aprobación de los préstamos a mediano plazo mostraron reducciones para los sectores de industria (-5 pp para aprobación y -6 pp para solicitudes) y comercio (-6 pp para aprobación y -4 pp para solicitudes) e incrementos para el sector servicios (+18 pp para aprobación y +25 pp para solicitudes). Los préstamos a largo plazo mostraron reducciones en las proporciones de solicitud y aprobación para el sector servicios (-15 pp para aprobación y -22 pp para solicitudes) y aumentos en las proporciones de los sectores de industria (+16 pp para aprobación y +10 pp para solicitudes) y comercio (+23 pp para aprobación y +9 pp para solicitudes).

Gráfico 22. ¿A qué plazo lo había aprobado? (%)



Para el segundo semestre de 2014, el porcentaje de satisfacción con respecto al monto del crédito obtenido por parte de las Pymes caleñas de los tres macrosectores fue superior al 80% (el 86% en industria, el 98% en comercio y el 95% en servicios). Un año atrás estos porcentajes fueron del 97%, el 98% y el 100%, respectivamente (ver gráfico 24). Estos resultados preocupan en la medida en que para dos de los tres macrosectores la tasa de satisfacción disminuyó.

Los gráficos 25, 26 y 27 muestran la evolución de los rangos de tasa de interés de los créditos aprobados para los tres macrosectores. Tanto para industria como para comercio y servicios, los gráficos muestran que desde 2010 los costos de endeudamiento han venido cayendo. Según los resultados

Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

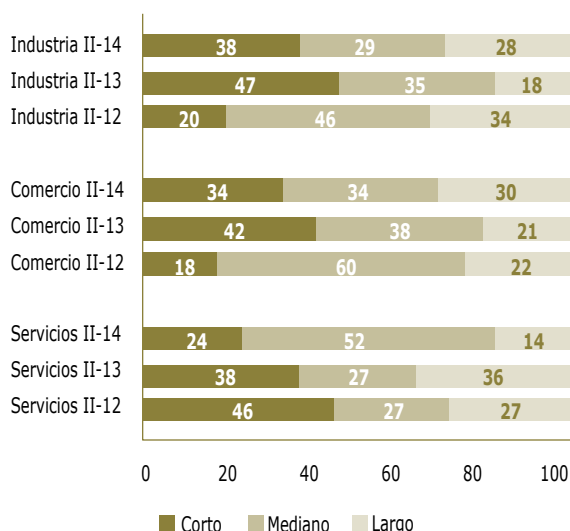
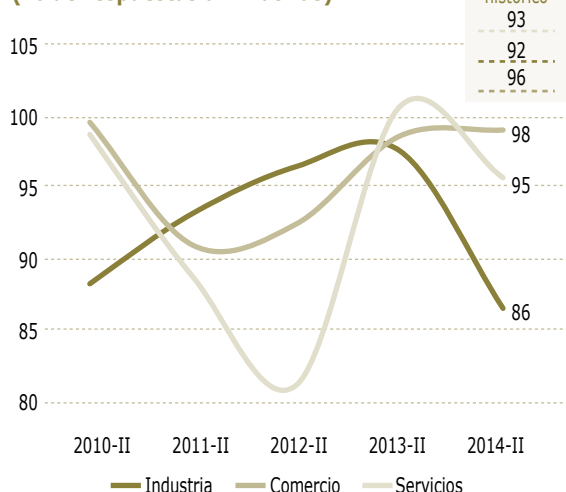


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



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 industria y comercio en Cali fue hasta DTF+4 puntos (un 69% en industria y un 59% en comercio) durante el segundo semestre de 2014. El rango de tasa más común recibido por los empresarios del sector de servicios fue de DTF+4-8 puntos (32% de los encuestados).

Los niveles de satisfacción sobre la tasa de interés mostraron una caída importante, mostrando los valores más bajos vistos históricamente (ver gráfico 28). Estos no superaron el 54% de los encuestados

para cada uno de los tres sectores analizados (49% industria, 47% comercio y 54% servicios). Estas caídas fueron notorias en cada uno de los sectores: en el caso del sector industrial se observó una caída de 38 pp, en comercio esta fue de 47 pp y en servicios esta fue de 28 pp para el período 2013-2014.

Los recursos solicitados por las Pymes caleñas al sistema financiero se destinaron principalmente para capital de trabajo, con porcentajes del 69% de las respuestas en industria, el 59% en comercio y el 80% en servicios (ver gráfico 29). En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo para las

Gráfico 25. Sector industria: Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

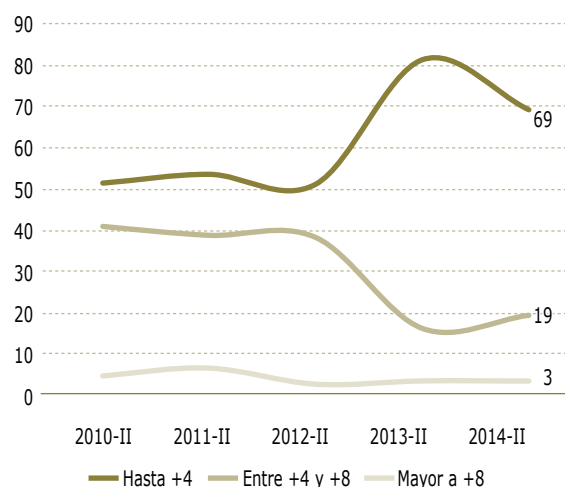


Gráfico 26. Sector comercio: Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

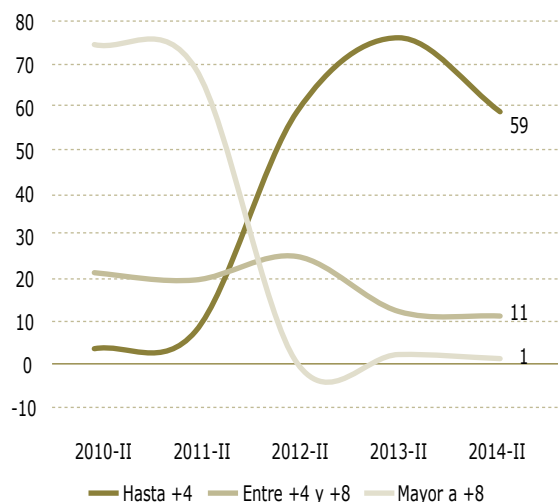


Gráfico 27. Sector servicios: Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

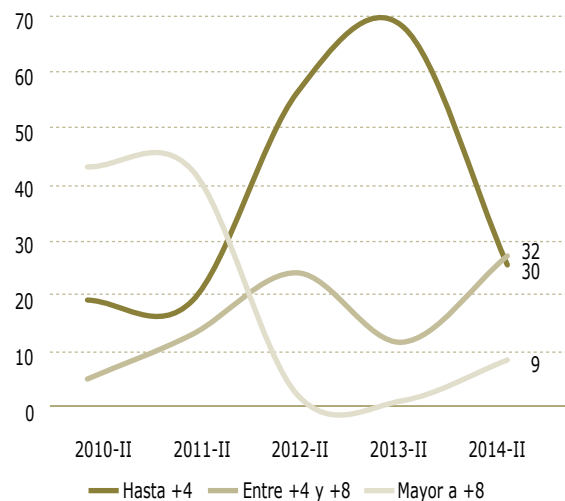
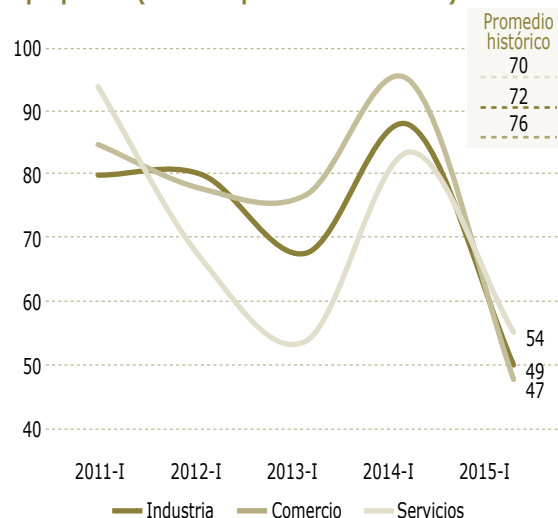


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



empresas de industria (18%) y comercio (15%), y para las empresas de servicios este lugar lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones (17%). En tercer lugar para las empresas industriales (3%) y comerciales (15%) se ubicaron las remodelaciones o adecuaciones, y para las empresas prestadoras de servicios se ubicó la consolidación del pasivo (12%).

Al preguntar a los encuestados sobre el acceso a fuentes alternativas de financiación, el 64% de los empresarios de industria, el 69% de los de comercio y el 49% de los de servicios afirmaron no acceder a ninguna fuente alternativa en el segundo semestre

de 2014, (ver gráfico 30). En cuanto al resto de los encuestados que sí accedieron a estas fuentes, la principal de estas fueron los recursos propios (22% industria, 16% comercio y 21% servicios). La segunda fuente alternativa de financiación a la que accedieron las Pymes caleñas fueron sus proveedores (6% industria, 9% comercio y 11% servicios). El tercer puesto en el ranking lo ocupó, para las empresas industriales (2%) y de servicios (1%), la reinversión de utilidades, mientras que para las empresas de servicios este lugar lo ocupó el *factoring* (7%). Para las empresas industriales (2%) y comerciales (1%) el cuarto lugar lo ocupó el *leasing*, aunque este puesto estuvo ocupado por la reinversión de utilidades para las empresas de servicios, con el 4% de las respuestas de los encuestados.

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 2014, en la mayoría de los casos estas respondieron que no lo necesitaban (82% industria, 79% comercio y 86% servicios). Para los empresarios del sector industrial y de servicios la segunda razón para no solicitar crédito al sistema financiero fueron los altos costos financieros, con una proporción del 9% de los encuestados. Para los empresarios del sector comercial, la segunda razón para no solicitar crédito formal se debió al exceso de trámites (7%) y la tercera razón tuvo que ver con los elevados costos financieros (6%). Por último, la tercera razón por la cual los empresarios industriales no solicitaron crédito formal se debió a que estos asumieron que su solicitud sería negada (3%), (ver gráfico 30).

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

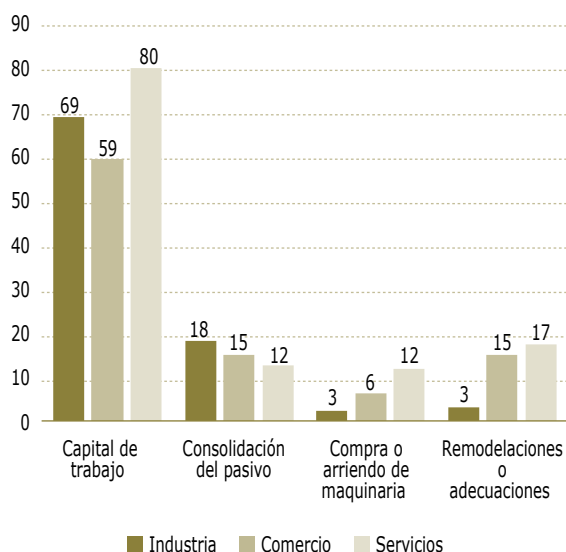


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

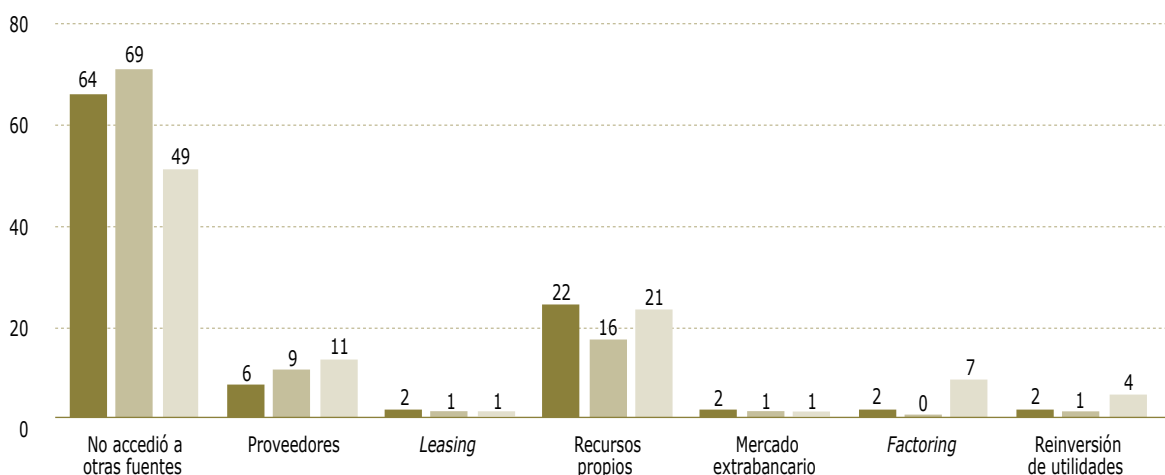
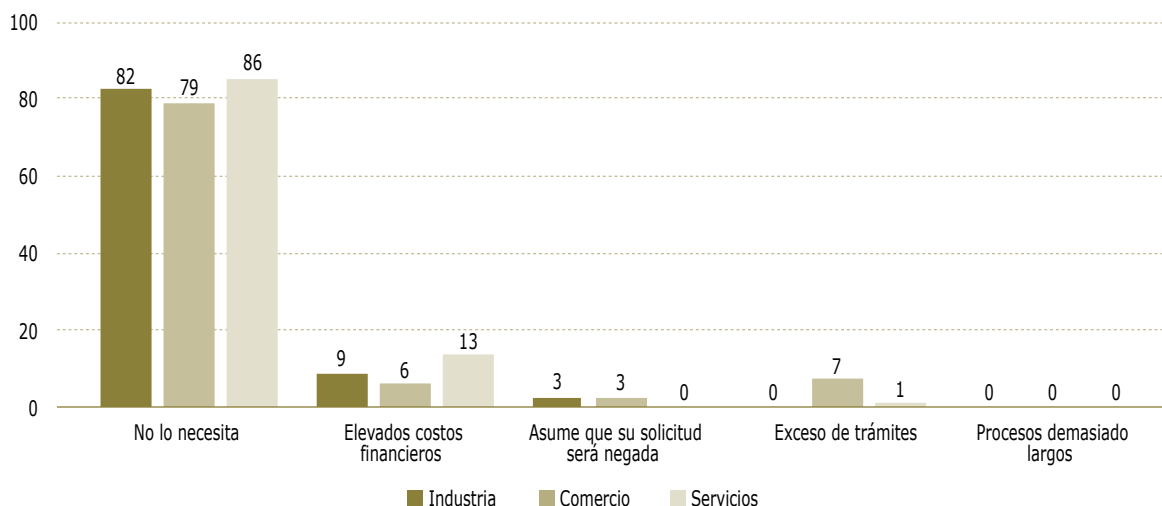


Gráfico 31. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes caleñas en 2015-I fue capacitar al personal: un 51% del total de empresarios en industria, un 33% en comercio y un 42% en servicios, cifras inferiores a los porcentajes observados un año atrás: un 64%, un 53% y un 68%, respectivamente. Por su

parte, como segunda medida de mejoramiento, el 28% de las Pymes industriales y el 31% de las comerciales tomaron acciones encaminadas a lanzar un nuevo producto, mientras que el 33% de las Pymes de servicios enfocó sus esfuerzos en obtener una certificación de calidad. La tercera acción de mejo-

Gráfico 32. Acciones de mejoramiento (%)



ramiento que tomaron los empresarios industriales, comerciales y de servicios fue diversificar o ampliar sus mercados en Colombia, con un 25% de las respuestas para los sectores de industria y comercio, y un 24% de las respuestas para el sector servicios.

Se resalta que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento du-

rante el primer semestre de 2015 aumentó respecto a la medición de 2014-I. Mientras que en 2014-I se encontró que el 13% de las Pymes industriales, el 20% de las de comercio y el 19% de las de servicios no tomaron acciones encaminadas al mejoramiento del desempeño de sus empresas, estos porcentajes fueron del 24%, el 24% y el 23% respectivamente para 2015-I, ver gráfico 32.

Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Cali.

El gráfico 33 muestra que para esta ciudad, la mayor proporción de empresas Pyme industriales y comerciales tiene una antigüedad de más de 22 años (28% para ambos sectores). En el caso del sector servicios, la mayor concentración de Pymes tiene entre 3 y 5 años de antigüedad, con un 29% de las respuestas de los encuestados. Cabe anotar que existen dos grupos de antigüedad donde hay una mayor concentración de Pymes: entre los 3 y los 5 años, y Pymes con antigüedad mayor a los 22 años.

Al indagar sobre el gerente de la Pyme, los gráficos 34, 35, 36 y 37 muestran que entre el 72% y el 76% de los gerentes de las Pymes son sus dueños; entre el 71% y el 75% son hombres; y estos gerentes suelen estar en el rango de edad entre los 36 y los 45 años (22% para industria, 34% para comercio y 30% para servicios). Finalmente, entre el 57% y el 71% de los gerentes del segmento Pyme caleño ha culminado estudios universitarios. Sobre esto último debe resaltarse que la alta proporción de gerentes del sector servicios que han alcanzado grados universitarios tiene que ver con la intensidad en capital humano que caracteriza al sector.

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas industriales son en un

Gráfico 33. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

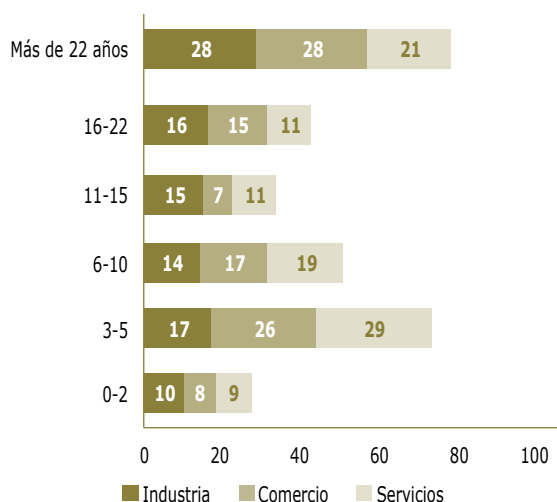
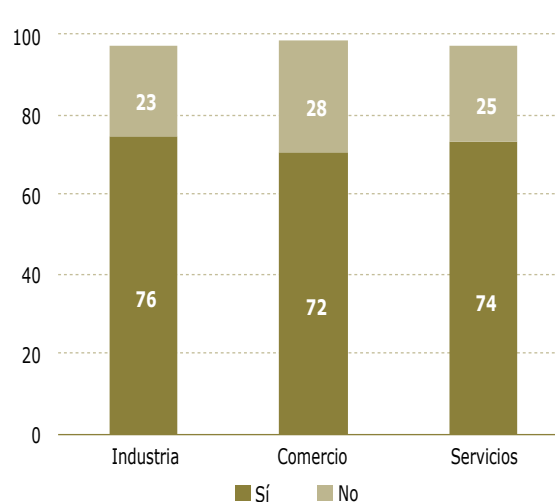


Gráfico 34. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)



40% de propiedad familiar, mientras que las Pymes comerciales y de servicios lo son en un 23% y un 36% de los casos. Las mayores proporciones de Pymes del sector comercio y servicios no son familiares (37% y 38% respectivamente). Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos, a lo cual, de forma general, los empresarios de los tres macrosectores respondieron no emplearlos (52% industria, 60% comercio y 73% servicios). Vale la pena mencionar que entre el 10%

y el 15% de los encuestados respondió no conocer lo qué es un protocolo de sucesión, lo cual sugiere que existe un vacío en el conocimiento de las Pymes familiares respecto a este tipo de instrumentos para garantizar la longevidad de las Pymes a través de distintas generaciones familiares.

Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme de la capital vallecaucana si la empresa había alterado o mantenido su actividad económica. A lo anterior, el 67% de las Pymes industriales y el 61%

Gráfico 35. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

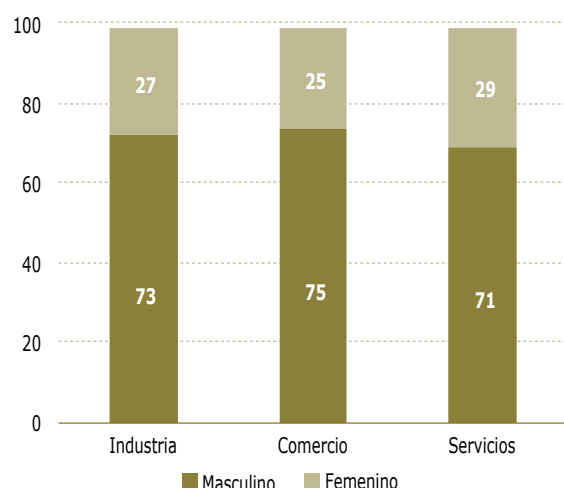


Gráfico 36. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)

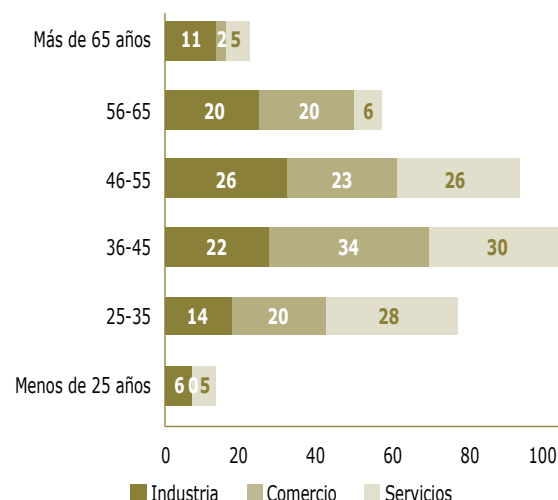


Gráfico 37. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

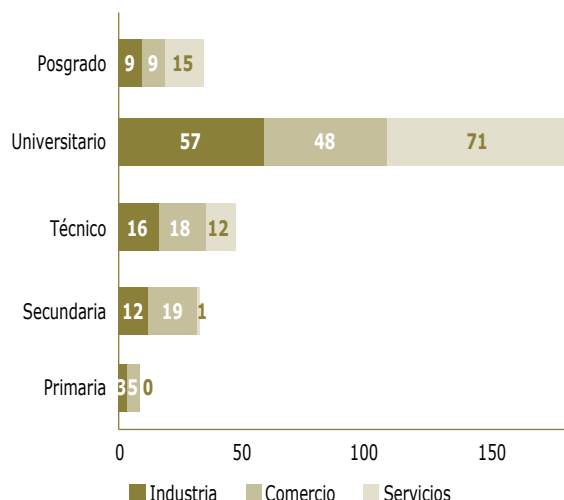
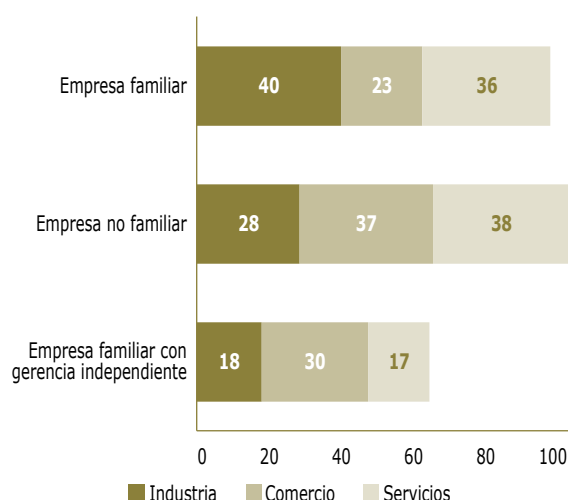


Gráfico 38. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)



de las Pymes comerciales y de servicios respondieron haber mantenido la actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente. Es destacable que para los tres macrosectores la proporción de

empresarios que afirmaron ampliar su actividad económica es más alta que la proporción de empresarios que afirmaron modificar la actividad económica de la empresa.

Gráfico 39. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

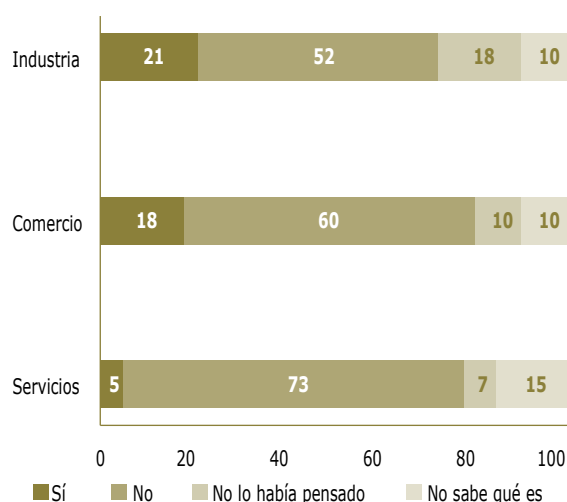
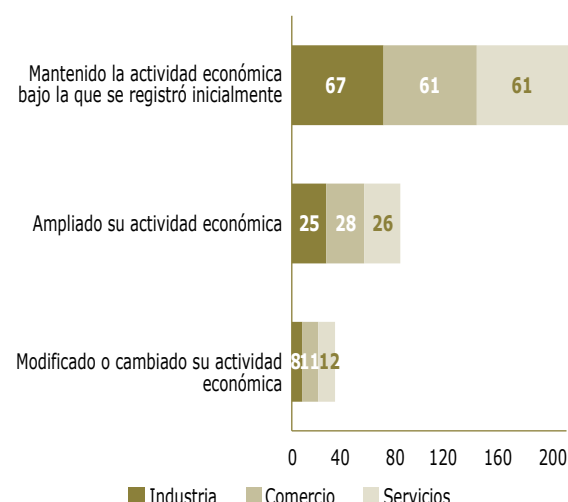


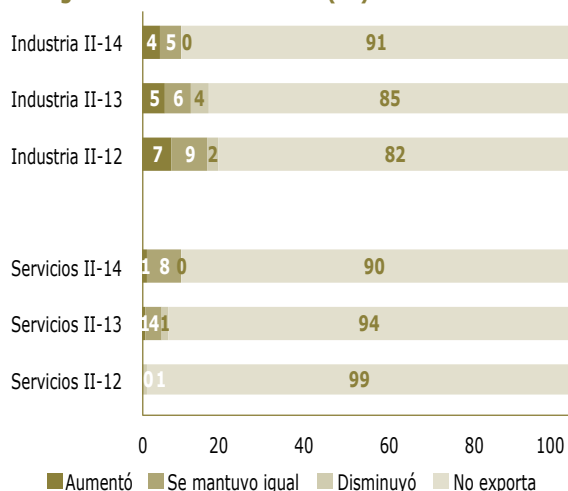
Gráfico 40. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

En el área de comercio exterior se identificó una contracción del mercado externo para las Pymes manufactureras caleñas. En efecto, el 91% de las Pymes del sector industrial no exportó en el segundo semestre de 2014, cifra superior a la del año anterior, la cual alcanzó el 85% de las empresas (ver gráfico 41). Adicionalmente, solo el 4% de las Pymes industriales en 2014-II aumentó el volumen de exportaciones con respecto al semestre anterior, cifra inferior en 1 punto porcentual a la observada en 2013-II. El alcance de las Pymes de servicios en el área de exportaciones resultó ligeramente superior al de las Pymes industriales, ya que el 90% de las Pymes de servicios no exportó en 2014-II. Aunque crece la cantidad de Pymes de este sector que exportan (el 94% de las Pymes de servicios en 2013-II no exportaba), solo el 1% de estas afirmó que su volumen de exportación aumentó en 2014-II.

Gráfico 41. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



Las expectativas sobre el volumen de exportación mostraron un comportamiento menos optimista al observado en 2014-I por parte de los empresarios de industria, pero más favorable por parte del empresariado de servicios. El 8% de las Pymes industriales caleñas esperaba que sus exportaciones aumentaran en el primer semestre de 2015, cifra inferior a la del año anterior (12%). Por su parte, el 5% del empresariado de servicios esperaba que sus exportaciones aumentaran en 2015-I, cifra equivalente a la registrada el año anterior. Al observar el gráfico 42 puede verse que la proporción de Pymes industriales que no exportarían aumentaría del 77% observado para 2014-I al 85% para el primer semestre de 2015. Por

Gráfico 42. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

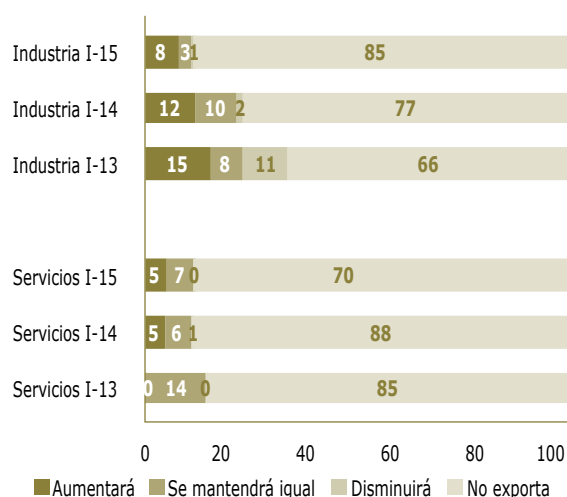
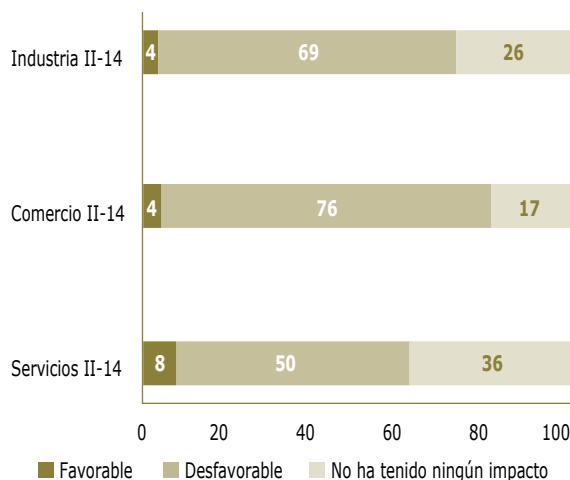


Gráfico 43. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

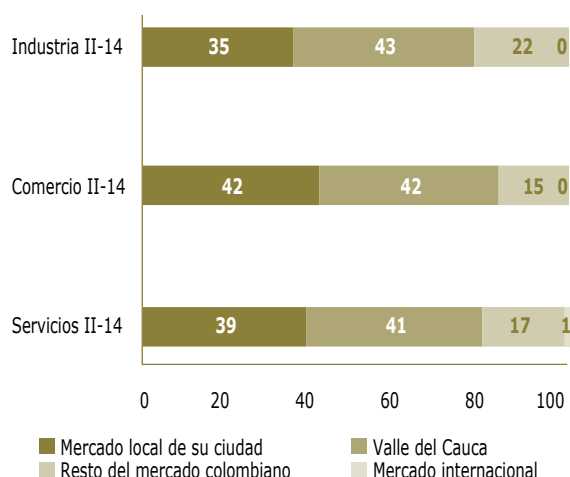


su parte, las Pymes de servicios muestran un comportamiento más favorable, ya que la proporción de Pymes que no esperaban exportar se redujo del 88% registrado para 2014-I al 70% para 2015-I.

Debido a la coyuntura económica donde el peso ha sufrido una devaluación cercana al 30% con respecto al dólar, para esta medición se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A lo cual el 69% de los empresarios industriales, el 76% de los comerciales y el 50% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 43). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (4% industria y comercio, y 8% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (26% industria, 17% comercio y 36% servicios).

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 2014. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 35% y el 42% de las ventas está definido para el mercado local, entre el 41% y el 43% estaba destinado para el mercado del Valle del Cauca, y alrededor de un 15%-22% de las ventas se destinaba para el resto del mercado colombiano, ver gráfico 44.

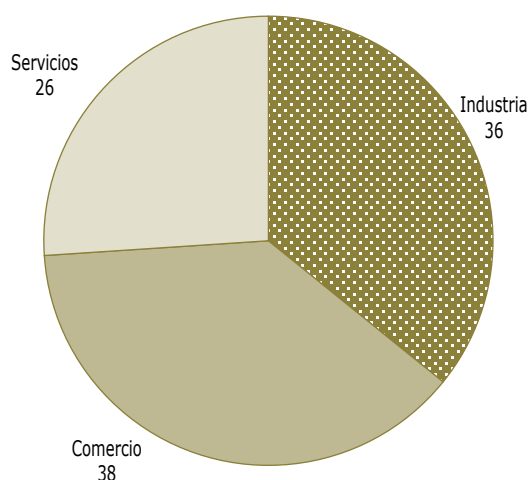
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Cundinamarca

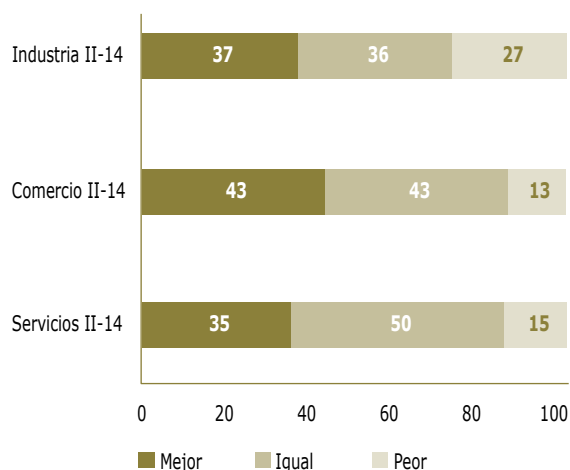
Distribución de la muestra (%)



Situación actual Segundo semestre de 2014

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para el departamento de Cundinamarca mostraron que la mayoría de los empresarios consideró que el desempeño de la actividad económica de sus empresas se mantuvo estable durante el segundo semestre de 2014. En efecto, como lo muestra el gráfico 1 (sección Cundinamarca), el 50% de los encuestados del sector de servicios dijo que su situación económi-

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



ca se mantuvo igual en 2014-II (frente a la de 2014-I). Por su parte, la mayor proporción de los empresarios de los sectores de industria y comercio consideró que el desempeño económico mejoró (37% en el primer caso y 43% en el segundo) o se mantuvo igual (36% y 43%) durante 2014-II. El número de empresarios que reportó una desmejora en la actividad económica fue bajo en 2014-II, la proporción fue del 27% en industria, del 13% en comercio y del 15% en servicios. Estos resultados son bastante similares a los registrados en Bogotá, donde la mayoría de empresarios de los tres macrosectores consideró que su situación se mantuvo igual durante el segundo semestre de 2014.

Con relación al comportamiento de las ventas y los pedidos, las percepciones resultaron ser más optimistas en los sectores de industria y comercio. El 41% de las Pymes industriales y el 49% de las comerciales reportaron aumentos en sus ventas durante 2014-II. En contraste, las empresas Pyme de servicios fueron un poco menos optimistas pues, como se observa en el gráfico 2, la mayoría (44%) dijo que el volumen de sus ventas se mantuvo igual al observado en 2014-I.

De forma similar, la mayoría de las Pymes de industria y comercio de Cundinamarca reportó que el volumen de pedidos aumentó. El gráfico 3 muestra que un

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

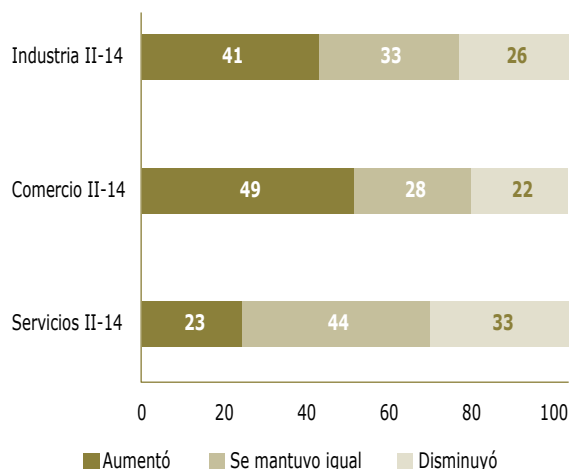
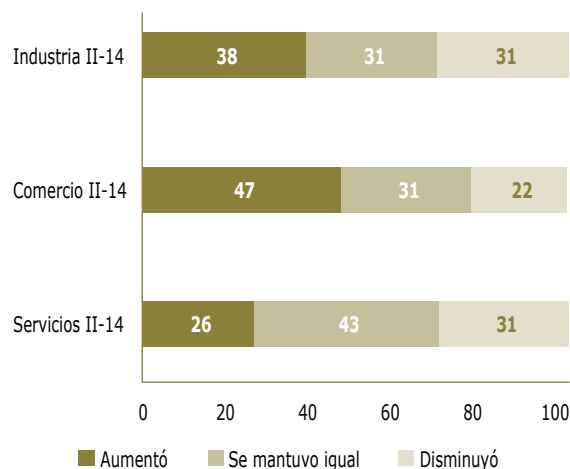


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



38% de los empresarios industriales dijo haber experimentado un incremento en esta variable, mientras que la misma proporción de encuestados consideró que los pedidos se mantuvieron o disminuyeron (31%). De las Pymes comerciales, el 47% reportó aumentos en el volumen de pedidos recibidos, el 31% dijo que se mantuvieron estables y el 22% que se redujeron. Por su parte, las Pymes de servicios que afirmaron que los volúmenes de pedidos se mantuvieron iguales (43%) superaron a aquellas que consideraron que estos disminuyeron (31%) o aumentaron (26%).

En el gráfico 4 se observa que el 95% de las Pymes del sector de comercio y el 92% de las de industria re-

portaron que el nivel de existencias fue adecuado durante 2014-II. Así, tan solo el 6% de los encuestados del sector industrial y el 3% del comercial no contaron con niveles suficientes de existencias.

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 36% dijo que este había aumentado. Entre tanto, el 38% de estas empresas afirmó que este nivel se había mantenido igual y el 25% dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 5). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 71% de las Pymes industriales de Cundinamarca utilizó entre el 60% y el 90% de la capacidad de sus em-

Gráfico 4. Existencias (%)

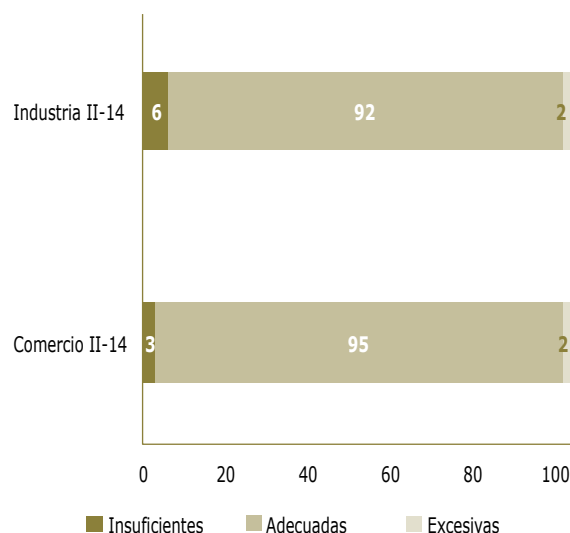


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

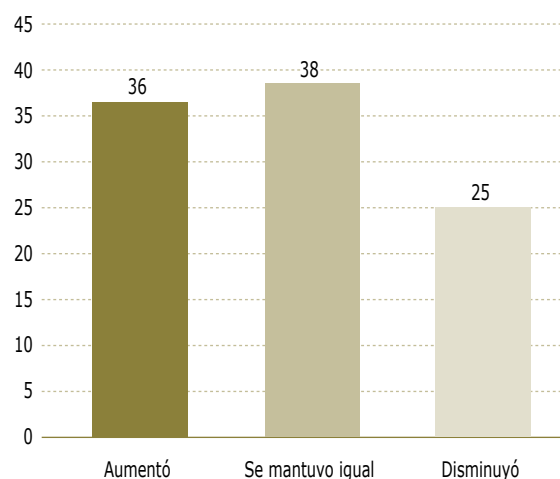


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)

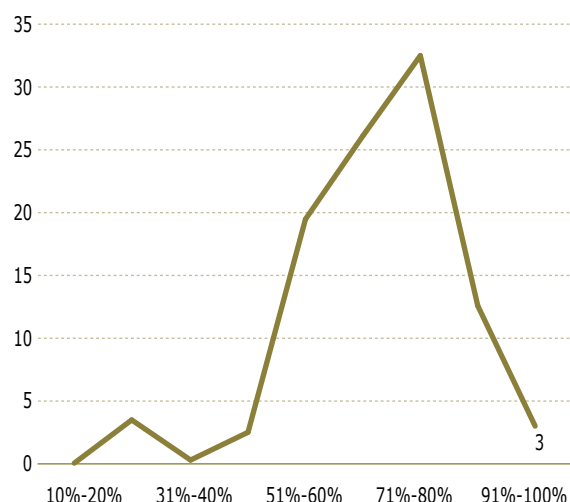
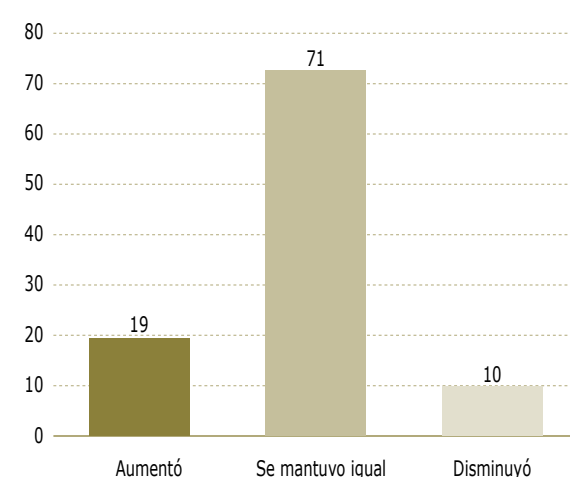


Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)



presas (ver gráfico 6). En cuanto a la inversión en maquinaria y equipo que estas Pymes realizaron, el 19% afirmó que esta aumentó, el 71% que se mantuvo igual y el 10% que esta se redujo durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 7).

El gráfico 8 muestra que para la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores los costos de sus insumos se mantuvieron iguales en 2014-II. Así, el 48% de las Pymes industriales, el 44% de las comerciales y el 53% de las de servicios reportaron que sus costos permanecieron en los mismos niveles en 2014-II. Por su parte, el 37% de los empresarios del sector de industria, el 21% de los de comercio y el 22% de los de servicios

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

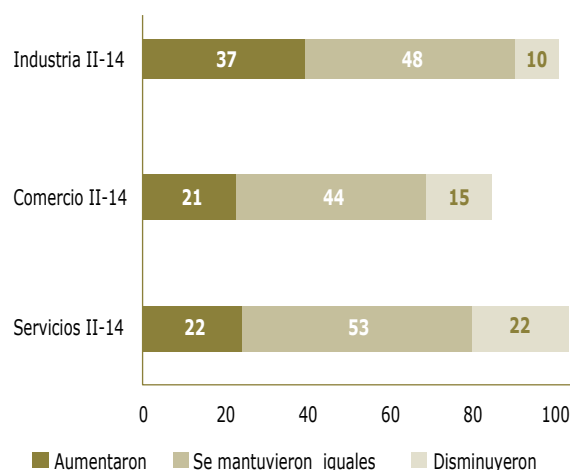
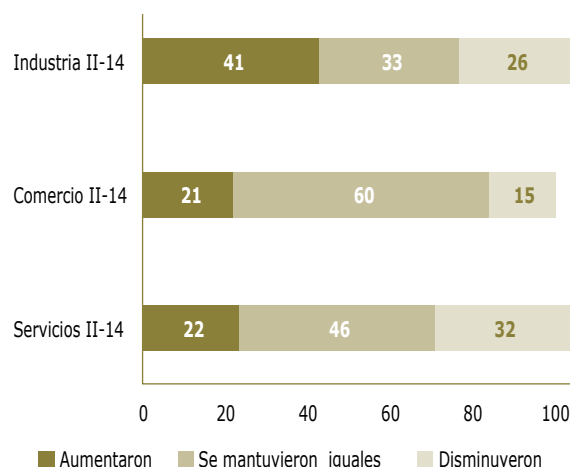


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

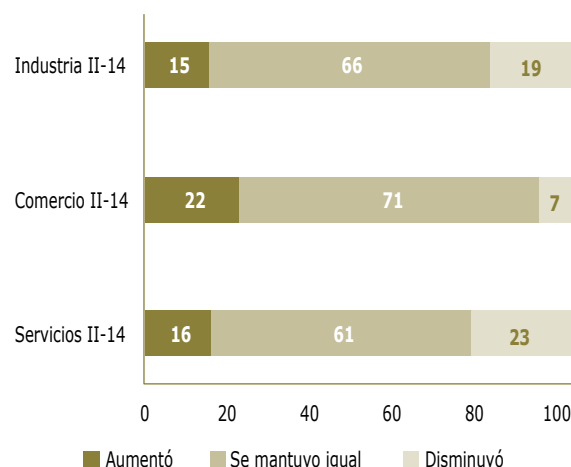


consideraron que los costos de sus insumos aumentaron, mientras que el 10% de los encuestados industriales, el 15% de los comerciales y el 22% de los de servicios reportaron caídas en sus costos.

Al preguntarle a las Pymes de Cundinamarca por los márgenes de sus empresas, su respuesta estuvo en línea con las percepciones moderadas y optimistas del desempeño económico ya descrito. Las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (41%). En cambio, en las Pymes de comercio y servicios, se observó que en esta variable primó la estabilidad (60% en comercio y 46% en servicios). Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes fue del 26% en las Pymes industriales, del 15% en las comerciales y del 32% en las de servicios. Así, tan solo en el caso de los empresarios del sector de servicios la percepción de disminución de los márgenes superó la de aumento, confirmando que la situación económica en el departamento de Cundinamarca ha sido favorable, aunque moderada (ver gráfico 9).

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 10, donde una proporción equivalente al 66% de los encuestados del sector de industria, al 71% de los de comercio y al 61% de los de servicios afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante. Por su parte, en industria y servicios los empresarios que reportaron disminuciones en su planta de personal (19% y 23%) superaron a los que registraron aumentos (15% y 16%). En contraste, en el

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



sector de comercio los empresarios que dijeron haber aumentado el número de trabajadores contratados (22%) fueron más que los que dijeron haberlo disminuido (7%).

El gráfico 11 muestra que las Pymes industriales encontraron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial, diferente a los que tradicionalmente han afrontado las Pymes a nivel nacional, la tasa de cambio (18%) en el segundo semestre de 2014. A este problema le siguen la falta de demanda (17%), el costo de los insumos (16%) y la rotación de la cartera (14%).

Durante el segundo semestre de 2014, la superficie de ventas de las Pymes comerciales parece haberse estabilizado. El gráfico 12 muestra que el 67% de

los empresarios Pyme del sector de comercio afirmó que su superficie de ventas se mantuvo igual, mientras que el 22% dice que esta aumentó y el 10% que esta variable disminuyó.

En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes comerciales, estas reportaron que el principal problema fue la tasa de cambio (15%) durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 13). Este estuvo seguido por el costo de los insumos y la falta de demanda (ambos con un 13%), mientras que el cuarto lugar lo alcanzaron los altos impuestos (12%). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales dificultades la competencia (21%), la falta de demanda (14%) y los altos impuestos (13%), ver gráfico 14.

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

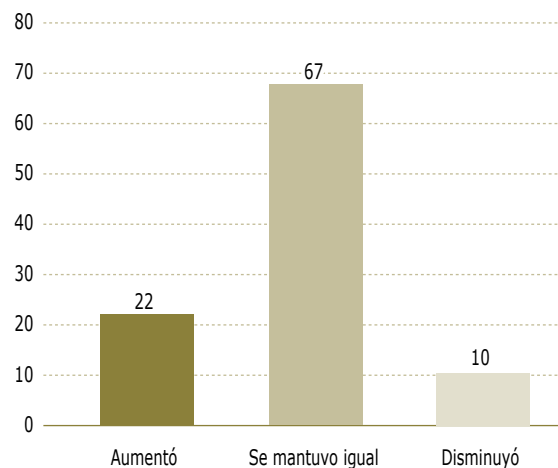


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)

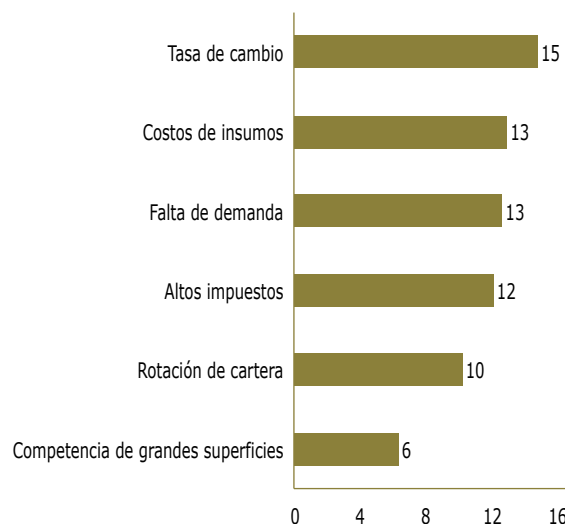


Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2015 fueron, en su mayoría, optimistas en el segmento Pyme de Cundinamarca. Al preguntar a los encuestados por el desempeño general que esperaban observar durante 2015-I, el gráfico 15 muestra que el 49% de los empresarios industriales, el 38% de los empresarios de comercio y el 30% de los empresarios de ser-

vicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2015. Asimismo, se observa que el porcentaje de empresarios con perspectivas inciertas acerca del desempeño de sus empresas no es nada despreciable, pues el 21% de las Pymes industriales, el 36% de las Pymes comerciales y el 29% de las de servicios no sabían qué pasaría durante 2015-I. En cuanto a los encuestados que pensaban que la situación se mantendría igual o que sería desfavorable, el porcentaje en los tres macrosectores es inferior al de las otras dos opciones (ya comentadas). Vale la pena destacar que estos resultados son muy acordes con los observados en Bogotá. Allí, también la mayoría de los empresarios Pyme de industria, comercio y servicios esperaba una situación favorable (entre el 40% y el 50%) o incierta (del 20% al 30%).

Sobre el nivel de producción industrial, el 46% de las Pymes industriales de Cundinamarca esperaba que aumentara y el 42% que se mantuviera igual. Por su parte, tan solo el 11% de los encuestados consideró que su nivel de producción caería durante este semestre (ver gráfico 16). Con relación a las expectativas de pedidos, alrededor del 50% de los empresarios de los tres macrosectores esperaba que estos aumentaran (ver gráfico 17). Por el contrario, el 13% de los empresarios industriales, el 15% de los comerciales y el 20% de los de servicios esperaban

Gráfico 15. Desempeño general (%)

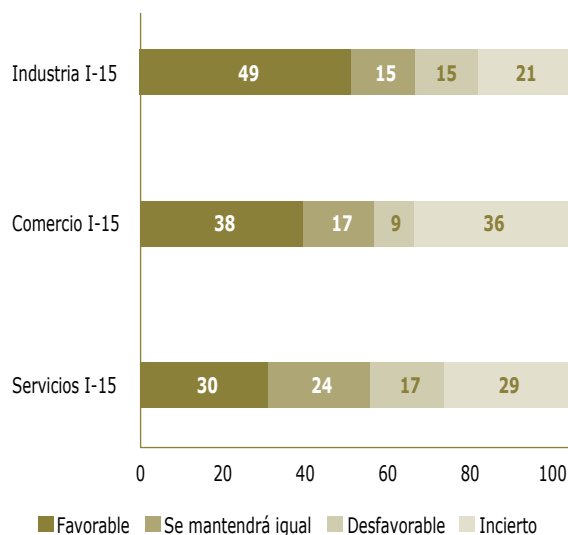


Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

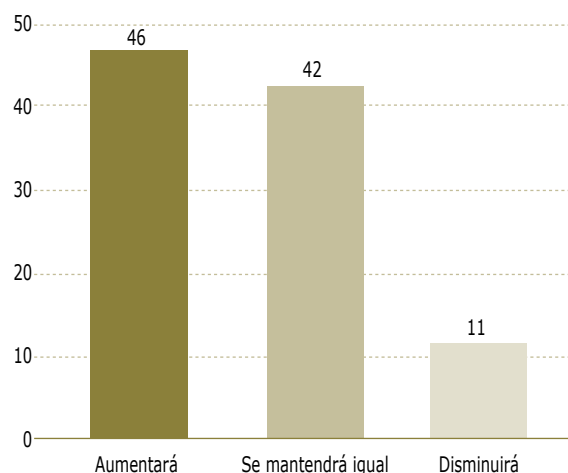
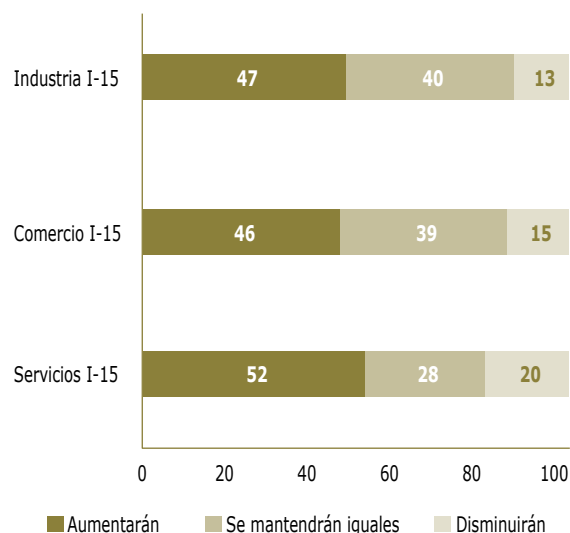


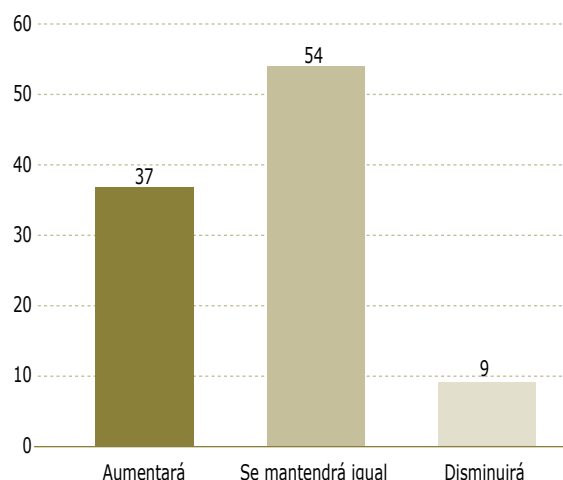
Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)



una disminución en sus pedidos. Estas cifras demuestran que las Pymes en Cundinamarca esperaban una buena dinámica de la demanda y el consumo durante 2015-I.

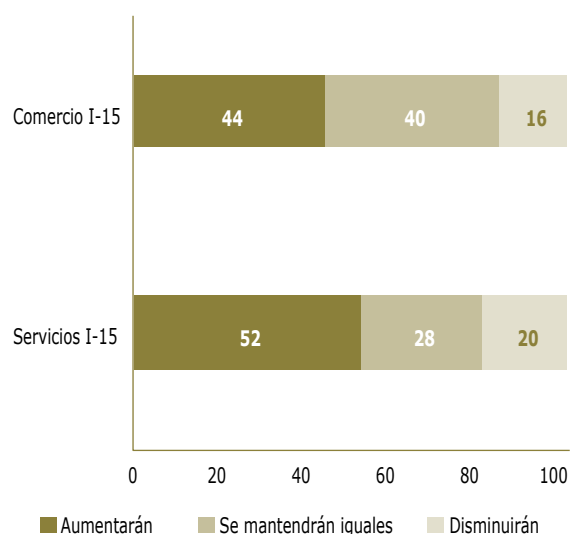
Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 37% de las Pymes industriales esperaba un incremento en la inversión. Por su parte, el 54% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 9% esperaba una caída en esta variable durante 2015-I (ver gráfico 18).

Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)



Finalmente, en materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios eran optimistas (ver gráfico 19). En efecto, el 44% de las Pymes comerciales y el 52% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2015. Así, un porcentaje inferior de empresarios, aunque aún importante, consideraba que las ventas se mantendrían estables (40% en comercio y 28% en servicios). Tan solo el 16% y el 20% de los empresarios de las Pymes del sector de comercio y de servicios, respectivamente, anticipaban caídas en el volumen de ventas.

Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

En el gráfico 20 se observa que el 48% de las Pymes industriales de Cundinamarca, el 37% de las comerciales y el 30% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II. De estas, al 90% de los empresarios del sector de industria, al 100% de los de comercio y al 88% de los de servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 21).

En cuanto al término de los créditos, la mayor proporción de Pymes de industria (49%) y comercio (33%) optó por solicitar créditos a mediano plazo (entre 1 y 3 años), mientras que la mayoría de las Pymes de servicios (39%) prefirió solicitar créditos a

corto plazo (menor a 1 año). En cuanto a la aprobación del crédito al plazo solicitado, esta fue acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 22 y 23). En efecto, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (49%) y comercio (33%) se le aprobó créditos a mediano plazo, mientras que a la mayor proporción de encuestados del sector servicios se le aprobó créditos a corto plazo (39%). En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 94% de los empresarios de industria, el 88% de los de comercio y el 90% de los de servicios dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 24). Todo lo anterior

refleja la armonía que existe entre el sector real y el sistema financiero del departamento.

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 25 muestra que alrededor del 50% de los encuestados de los tres macrosectores dijo recibir tasas entre DTF+4 y DTF+8 (46% en industria, 58% en comercio y 67% en servicios). Menos del 40% recibió tasas hasta DTF+4 (35% en industria, 22% en comercio y 20% en servicios). Finalmente, los empresarios que recibieron tasas superiores a DTF+8 no superan el 5%. Estas tasas que recibieron los empresarios en Cundina-

marca muestran que los costos de endeudamiento más altos los percibe el sector de servicios. De hecho, esto se refleja en el gráfico 26, que exhibe la satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron. Mientras que el 84% de los encuestados de los sectores de industria y comercio consideró que la tasa fue apropiada, en el caso del sector de servicios el 78% de los empresarios estaba satisfecho.

El principal destino de los recursos que el empresario Pyme de Cundinamarca solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (50%

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

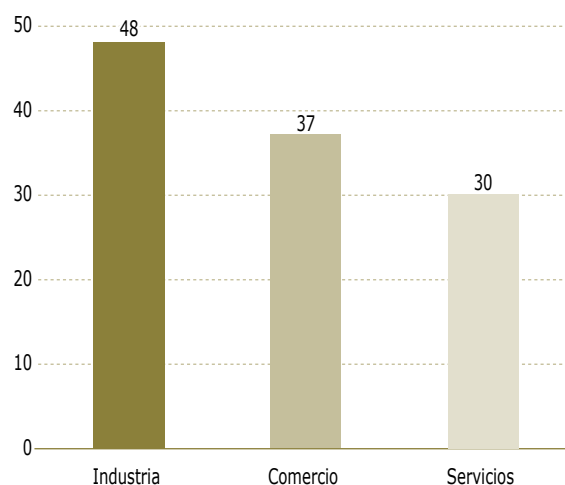


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

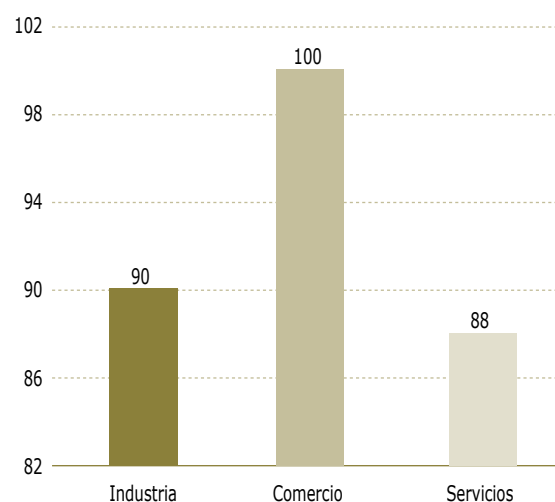


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

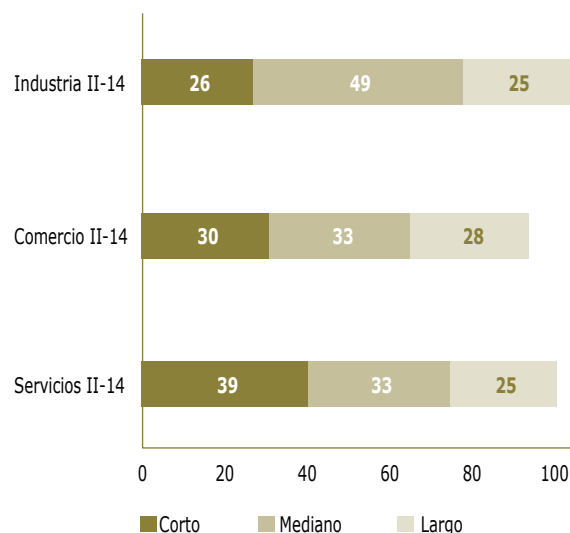
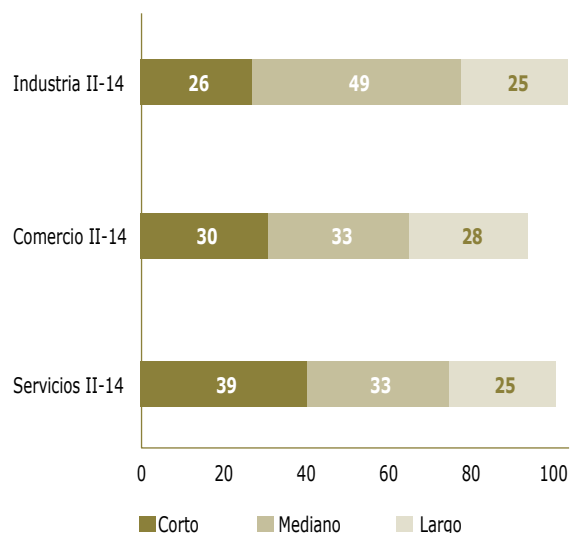


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



en industria, 78% en comercio y 52% en servicios). Como lo muestra el gráfico 27, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fue la consolidación del pasivo (36%), mientras que para las Pymes de comercio fueron la consolidación del pasivo y la compra o arriendo de maquinaria (ambas 13%), y para las de servicios fueron las remodelaciones o adecuaciones (30%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 65% de los empresarios de industria, el 59% de comercio y el 73% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente

alternativa en 2014-II (ver gráfico 28). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría lo hizo a recursos propios (6% en industria, 16% en comercio y 15% en servicios) o *leasing* (9% en industria, 8% en comercio y 2% en servicios). En este caso, cabe destacar la baja penetración del *factoring* y de la reinversión de utilidades como fuentes alternativas al crédito en los tres macrosectores. En estos casos, el porcentaje de empresarios no supera ni siquiera el 2%.

Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme de Cundinamarca de los tres macrosectores no solici-

Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

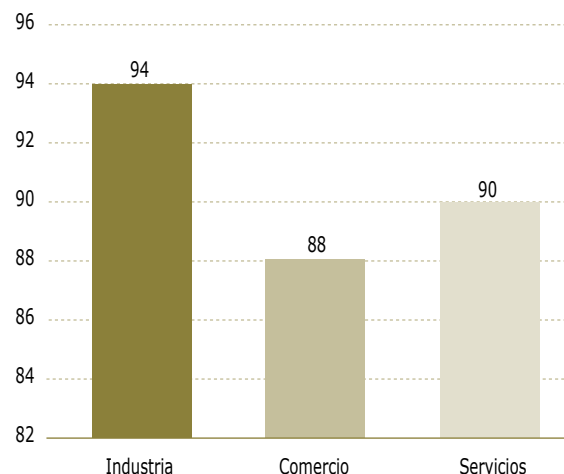


Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

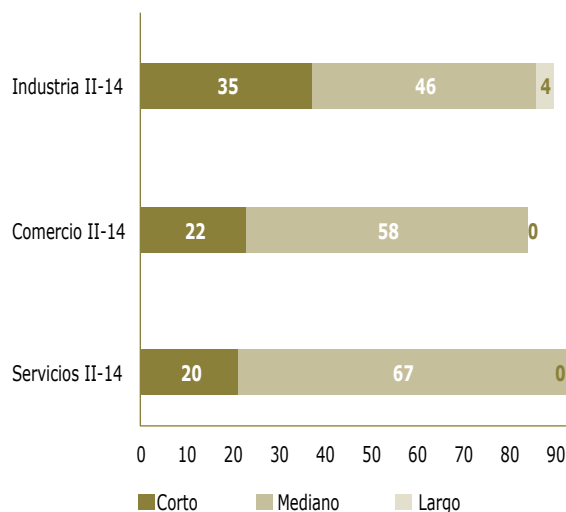


Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

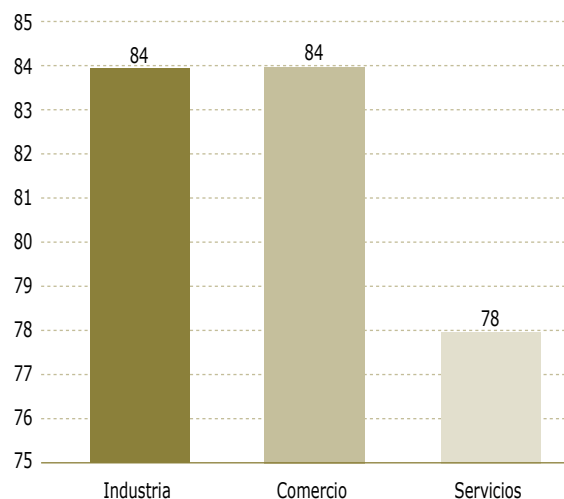
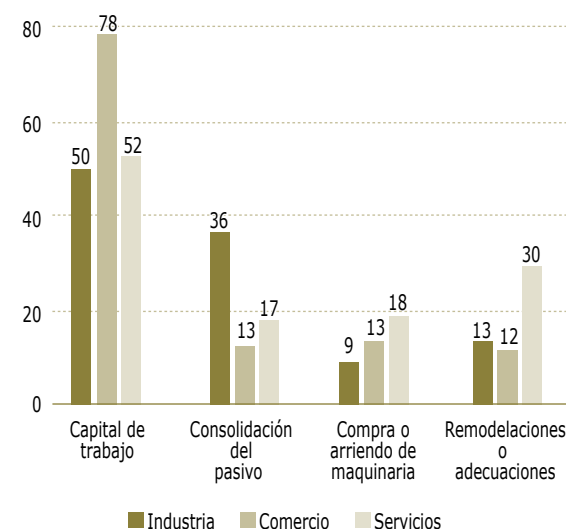


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



tó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2014 fue porque no lo necesitaron (65% en industria, 54% en comercio y 72% en servicios). Como lo muestra el gráfico 29, las otras razones por las cuales las Pymes industriales no solicitaron crédito fueron los elevados costos financieros y el ex-

ceso de trámites (ambas con un 9%). Por su parte, las Pymes comerciales tampoco solicitaron crédito por los elevados costos financieros (19%) y los largos procesos (17%). Finalmente, las Pymes de servicios dijeron que también las afectó el exceso de trámites que deben realizar (8%).

Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

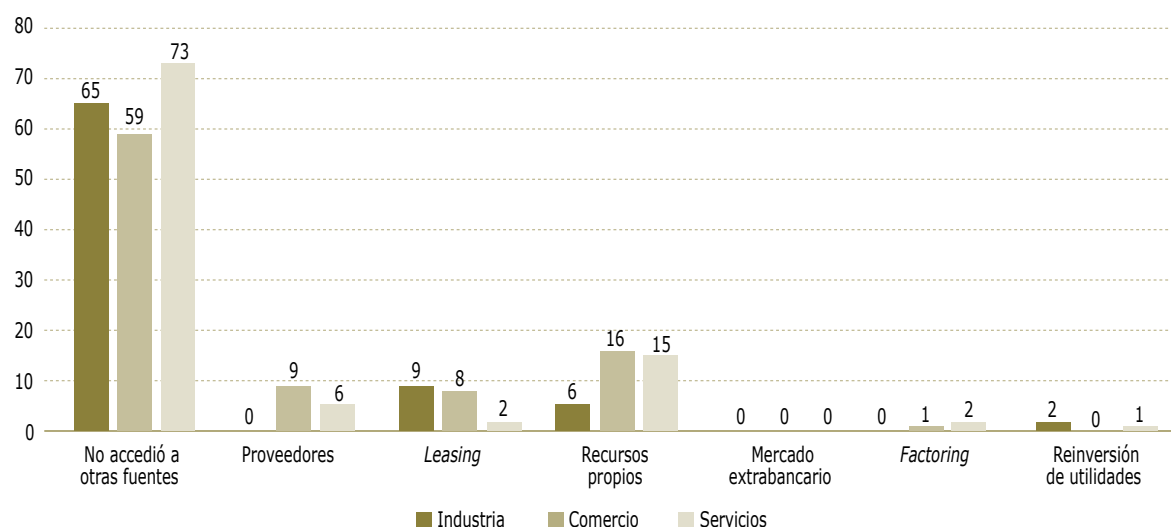
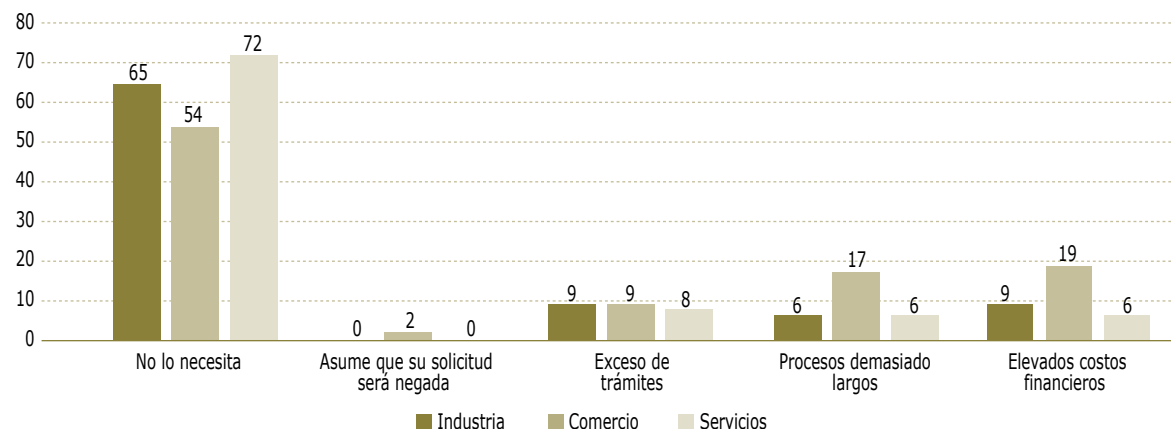


Gráfico 29. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en el departamento de Cundinamarca se indagó sobre las principales acciones que implementaron las Pymes de esta región para mejorar su

desempeño. A lo anterior, las Pymes de industria y comercio respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal (59% y 50%). En contraste, las Pymes de servicios dijeron que su acción prin-

principal fue tener una política de responsabilidad social empresarial (51%). Entre tanto, dicha acción fue la segunda más importante en el caso de las Pymes industriales, mientras que la segunda acción llevada a cabo por las Pymes de comercio fue obtener una certificación de calidad (34%). En el caso de las Pymes de servicios, la segunda acción

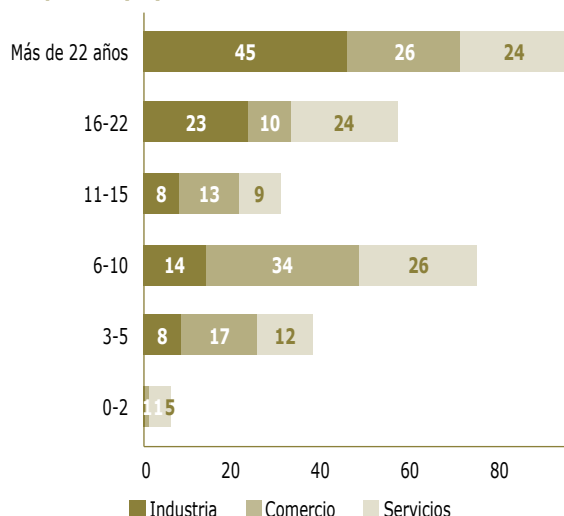
más importante fue capacitar a su personal (47%). Ahora bien, cabe anotar que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño en 2015-I fue relevante. Esta proporción fue del 19% en las Pymes industriales, del 30% en las comerciales y del 22% en las Pymes de servicios de Cundinamarca.

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)



La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas para establecer una caracterización 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, con respecto a la antigüedad de la empresa, la mayoría de los industriales (45%) dijo que su empresa tiene más de 22 años de existencia (ver gráfico 31). En contraste, las empresas de los sectores de comercio y servicios generalmente son más jóvenes, y llevan entre 6 y 10 años de actividad (34% y 26%).

Al preguntarles a los empresarios Pyme de los tres macrosectores acerca del gerente de la empresa, las respuestas fueron bastante similares. En efecto, más del 70% de los encuestados dijo

que el dueño de la empresa es también el gerente y, además, de género masculino (ver gráficos 32 y 33). Con relación a la edad del gerente, en los sectores de comercio y servicios la mayoría tiene entre 36 y 45 años (37% y 33%), ver gráfico 34. En industria, por su parte, los gerentes son generalmente un poco mayores, en el rango de 46 a 55

Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

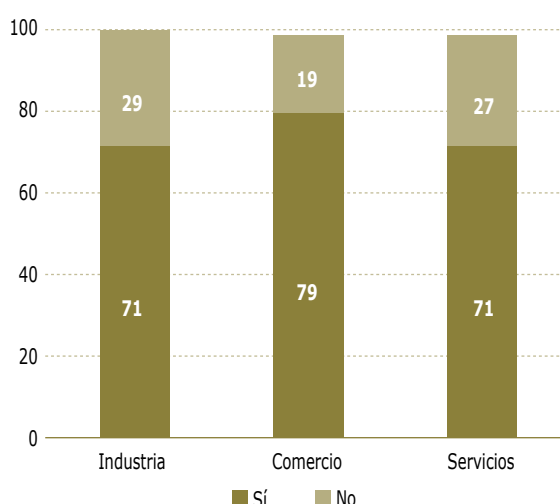
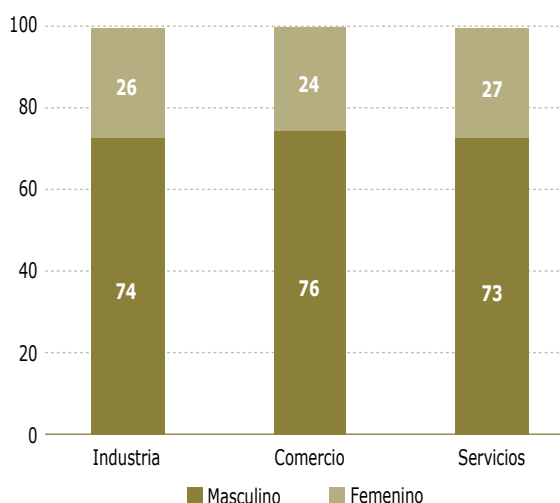


Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)



años (34%). Por último, el máximo nivel de educación alcanzado en mayor proporción por los gerentes de industria (46%), comercio (65%) y servicios (70%) es el universitario (ver gráfico 35). El gráfico 36 ilustra la proporción de las empresas de la muestra que son familiares (con y sin gerencia independiente) y las que no lo son. Como se observa, la mayor proporción (cerca del 45%-50%) en todos los macrosectores es de empresas no familiares (ver gráfico 36). Sin embargo, la proporción de empresas familiares es importante también en los tres casos, ubicándose en valores del 35%-40%. Adicionalmente, a los empresarios que contestaron que la empresa es familiar se les preguntó si esta cuenta con un protocolo de sucesión. Como puede deducirse del gráfico 37, la respuesta de la gran mayoría de Pymes fue negativa (entre el 55% y el 68% de las firmas entrevistadas).

Finalmente, en lo relativo a la actividad económica de la empresa, el 59% de las Pymes industriales, el 66% de las Pymes comerciales y el 45% de las de servicios dijeron haber mantenido la actividad económica bajo la cual se registraron inicialmente (ver gráfico 38). No obstante, vale la pena destacar que un porcentaje importante de encuestados mencionó que la empresa ha ampliado su actividad económica (37% en industria, 30% en comercio y 45% en servicios).

Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

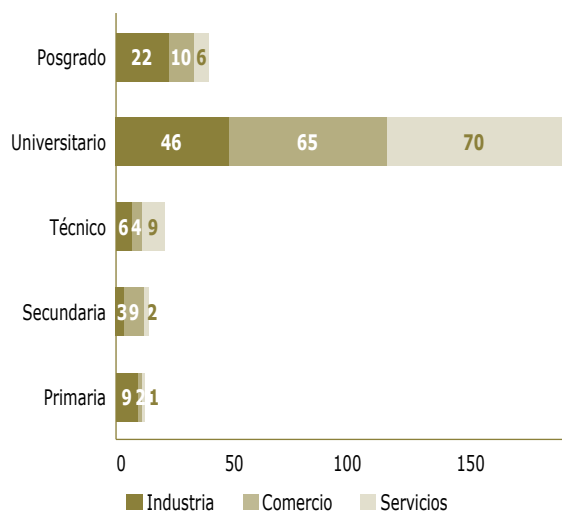


Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

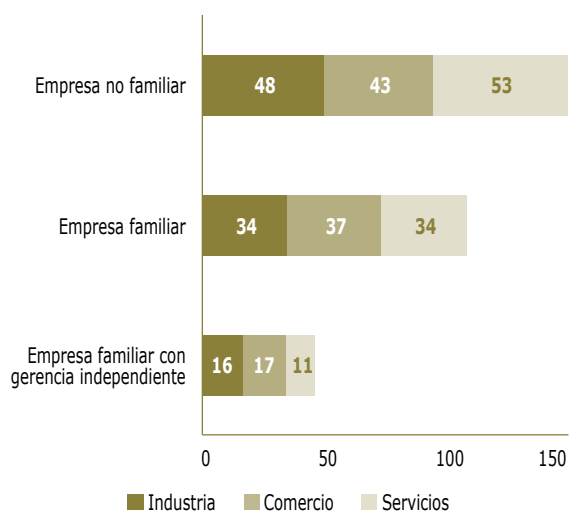


Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

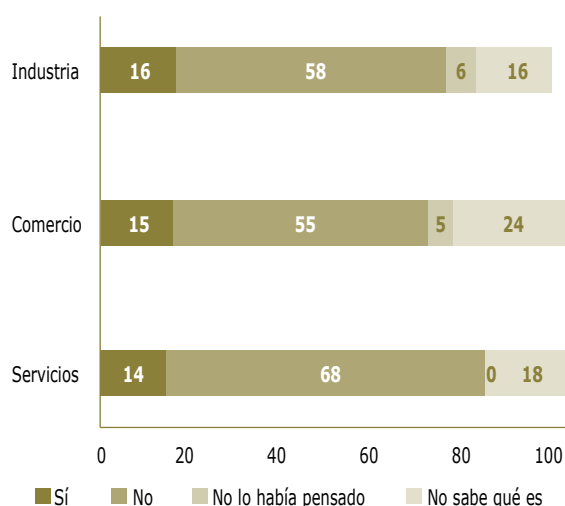
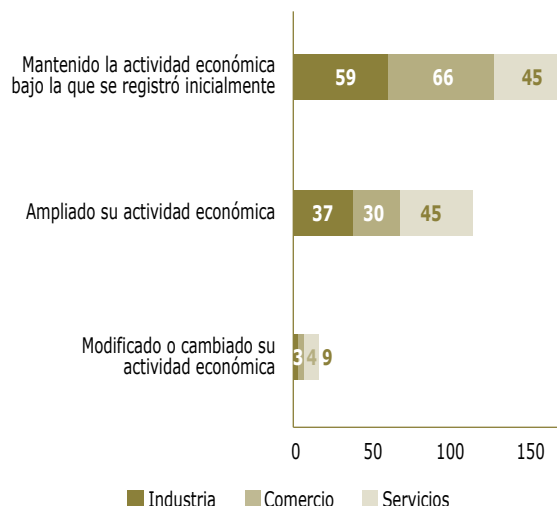


Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif revelan que una muy pequeña proporción de las Pymes de Cundinamarca exporta. En efecto, el 74% de los encuestados en el sector de industria y el 94% en el de servicios dije-

ron que no exportan sus productos (ver gráfico 39). Lo anterior es acorde con el pequeño porcentaje de Pymes industriales (6%) y de servicios (2%) que aumentaron su volumen de exportación en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre.

En línea con esto, las expectativas sobre el volumen de exportación no son muy optimistas, pues la mayoría de empresarios espera no exportar en 2015-I (70% en industria y 91% en servicios), ver gráfico 40. Así, tan solo el 4% de los industriales y el 3% de las firmas de servicios piensan que sus exportaciones aumentarán.

Con respecto a la reciente devaluación que ha sufrido el país, los empresarios de los sectores de industria (63%) y comercio (66%) consideran que esta ha tenido un impacto desfavorable sobre la situación económica de su empresa (ver gráfico 41). En el sector

de servicios, la mayoría menciona que la devaluación no ha tenido ningún efecto sobre su actividad (54%), aunque un 42% cree que el impacto ha sido negativo.

Finalmente, con relación al mercado que tuvo mayor participación en el total de las ventas de las empresas industriales (55%), comerciales (58%) y de servicios (70%) de Cundinamarca, el más importante fue el mercado local (ver gráfico 42). También, alrededor del 30%-40% de los encuestados dijo que el resto del mercado colombiano tuvo una alta participación en sus ventas.

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

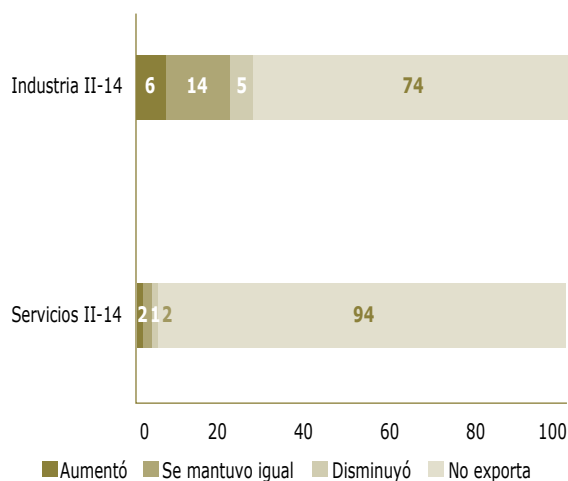


Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

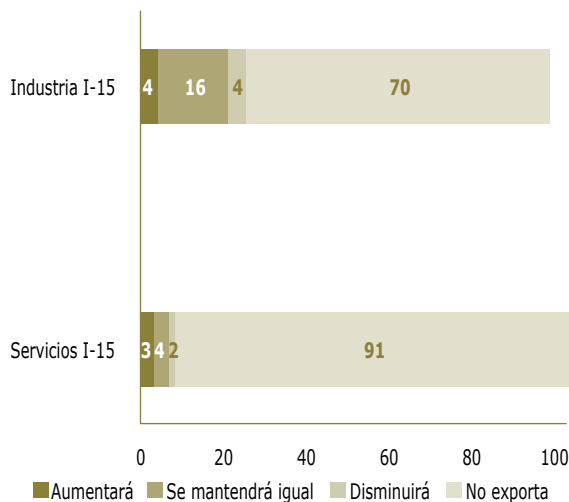


Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa(%)

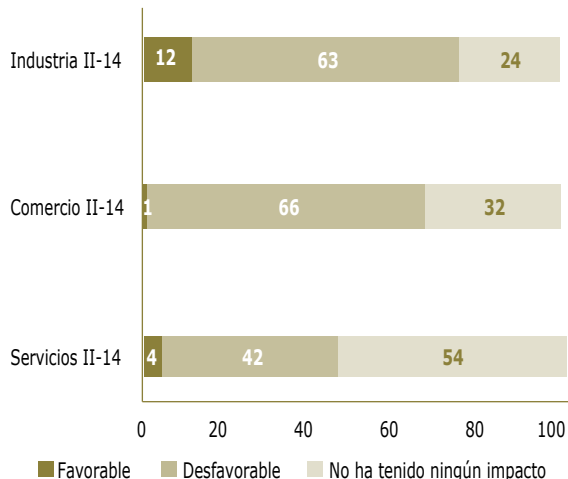
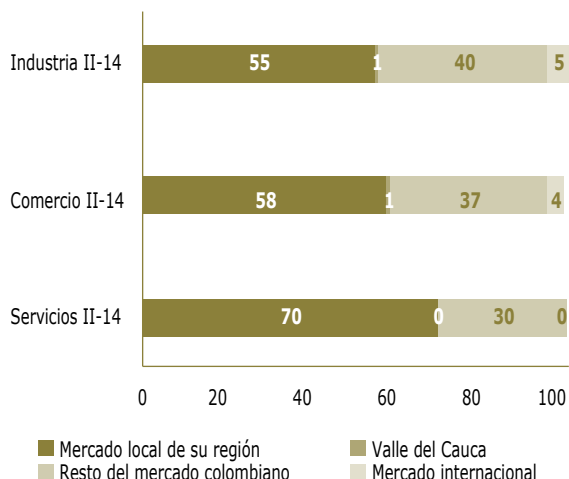


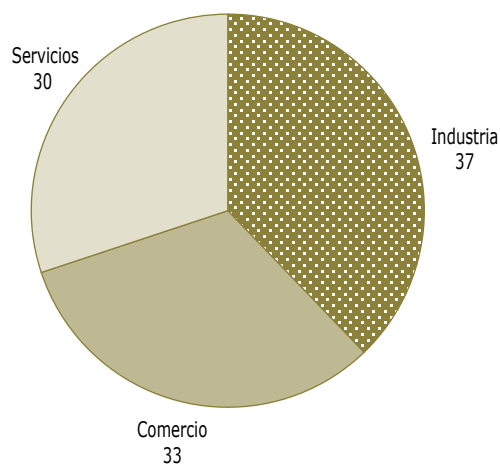
Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Medellín

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2014

• Sector industria

El porcentaje de Pymes industriales en Medellín que reportaron una mejoría de su situación económica general durante el segundo semestre de 2014 fue del 41%, inferior en 10 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Por su parte, la proporción de empresarios industriales insatisfechos con su desempeño en el segundo semestre de 2014 subió levemente con relación al año anterior. En efecto, la proporción de encuestados que indicaron que su situación se deterioró pasó del 10% al 13% entre 2013-II y 2014-II. Todo esto llevó a que el balance de respuestas de esta variable cayera de 41 a 28 durante dicho período (ver gráfico 1, sección Medellín).

Con respecto a la evolución de las ventas, las opiniones de los empresarios del sector industrial fueron menos positivas frente a lo observado un año atrás. Se encontró una reducción entre aquellos que reportaron un aumento en el volumen de ventas del 49% en 2013-II al 45% en 2014-II. A su vez, un 19% de los industriales expresó un deterioro en el volumen de ventas en 2014-II, subiendo en 8 puntos porcentuales el dato del año anterior. Así, el

balance de respuestas tuvo una caída de 12 puntos, cerrando en 26 al corte del segundo semestre de 2014 (ver gráfico 2).

Al hablar sobre el volumen de pedidos, también se pudo identificar un descenso en el balance de respuestas, el cual pasó de 34 a 23. Esta situación se explica en gran medida porque el porcentaje de Pymes que percibieron un aumento en el volumen de pedidos bajó del 49% al 41% entre 2013-II y 2014-II. En contraste, la proporción de empresarios que dijeron que sus pedidos habían disminuido entre los dos períodos subió del 15% al 18% (ver gráfico 3). De esta manera, el menor dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un comportamiento más desfavorable de la situación económica y con el menor dinamismo del volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 90% de los casos en 2014-II, cifra mayor en 8 puntos porcentuales a la de 2013-II, sugiriendo que los empresarios han logrado ajustar sus inventarios adecuadamente a la desaceleración a nivel de ventas y pedidos (ver gráfico 4).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)

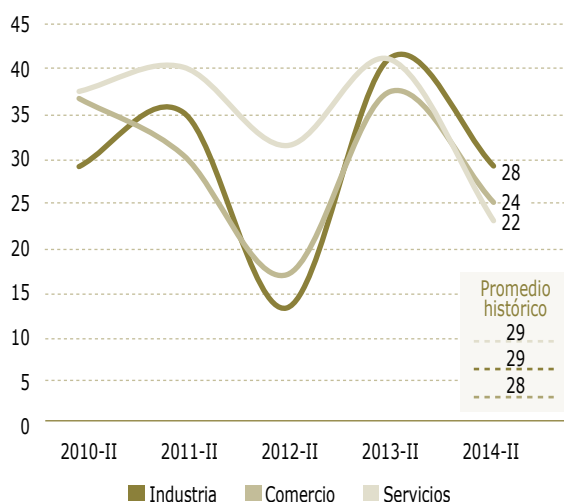
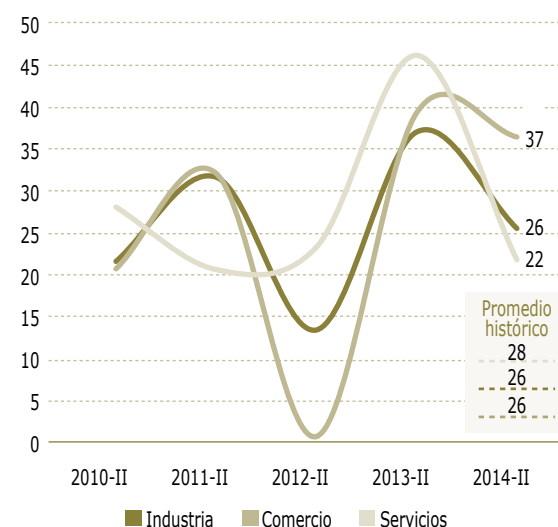


Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)



Esta desaceleración de la demanda para las Pymes industriales de la ciudad de Medellín se ha visto respaldada por un menor crecimiento en los niveles de producción. En efecto, el 40% de las empresas manufactureras aumentó su producción en 2014-II, rebajando en 7 puntos porcentuales la cifra de 2013-II. En cambio, la producción se redujo para el 15% de los entrevistados, medida que fue ligeramente mayor a la de un año atrás (14%), ver gráfico 5. Con ello el balance de respuestas se situó en 25, 1 punto menos que su promedio histórico (26).

El anterior comportamiento ha implicado una reducción de la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), ver gráfico 6. Esto se traduce en que mientras que el 50% de las Pymes alcanzó una UCI del 85% en 2013-II, este valor bajó al 75% en 2014-II. Asimismo, en materia de inversión en maquinaria y equipo se observó un decrecimiento en las respuestas afirmativas, ya que el 23% aumentó su inversión en 2014-II en comparación con un 37% en 2013-II. Entre tanto, el porcentaje de empresas que disminuyeron su inversión fue bajo (7%), aunque mayor en 2 puntos porcentuales a la cifra del

Gráfico 3. Pedidos (Balance de respuestas)

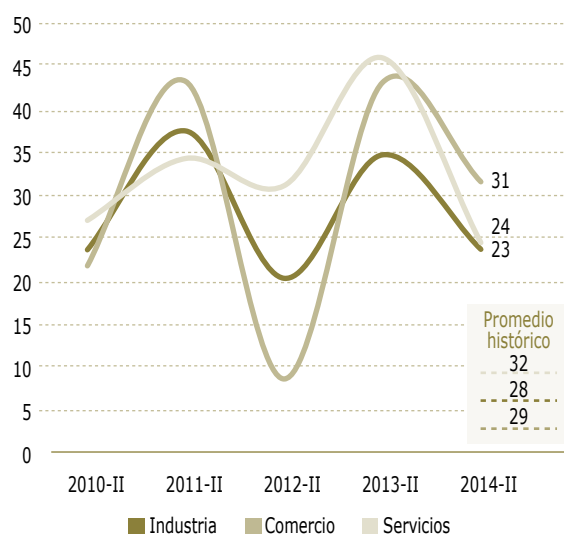


Gráfico 4. Existencias (%)

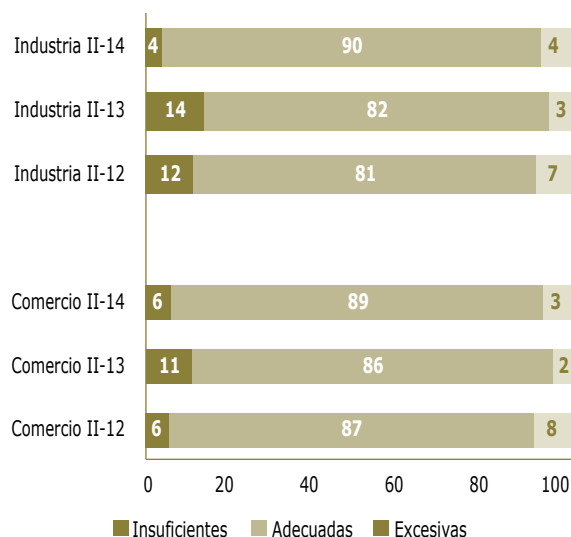


Gráfico 5. Producción industrial (Balance de respuestas)

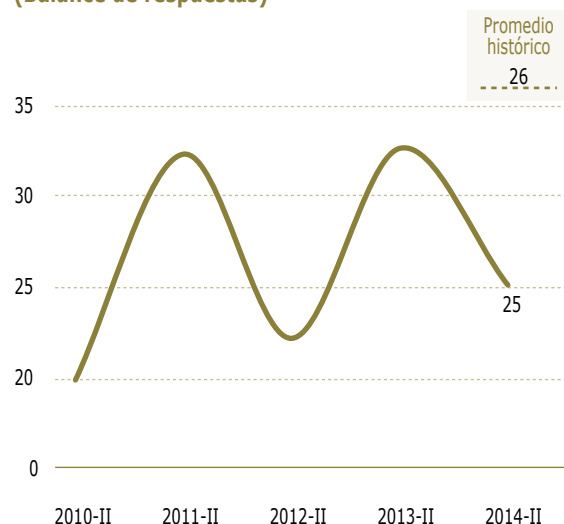
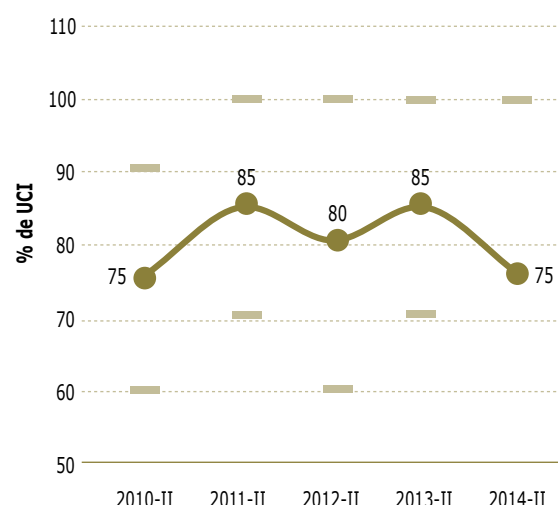


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



año anterior (5%). Así, el balance de respuestas de esta variable tuvo un valor de 16, levemente por debajo del promedio histórico registrado (17), ver gráfico 7.

El nivel de costos presentó un descenso, pues el 54% de los empresarios industriales antioqueños los mantuvo constantes en 2014-II, cifra superior al 43% de 2013-II. Asimismo, el porcentaje de encuestados que reportaron una reducción de esta variable aumentó 7 puntos durante el último año, llegando al 14%. En contraste, la proporción

de Pymes que enfrentaron un aumento de sus costos cayó del 49% al 30% durante dicho lapso, con lo cual el balance de respuestas llegó a 16, muy por debajo del promedio histórico del sector (33), ver gráfico 8.

A pesar de esta baja de 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 en el balance de respuestas de esta variable de 21 a 10 entre 2013-II y 2014-II. Particularmente, subió significati-

Gráfico 7. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

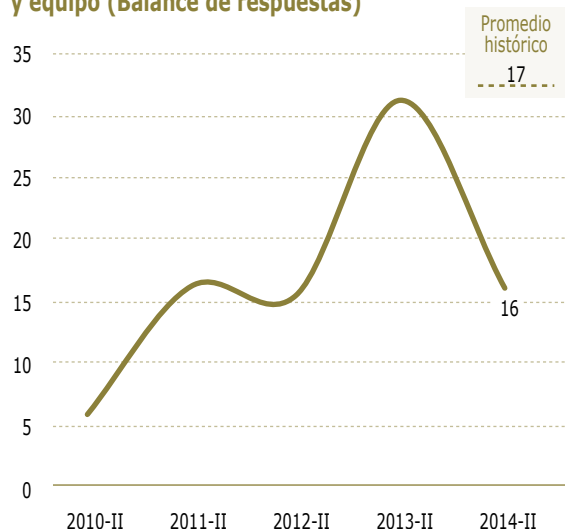


Gráfico 8. Costos (Balance de respuestas)

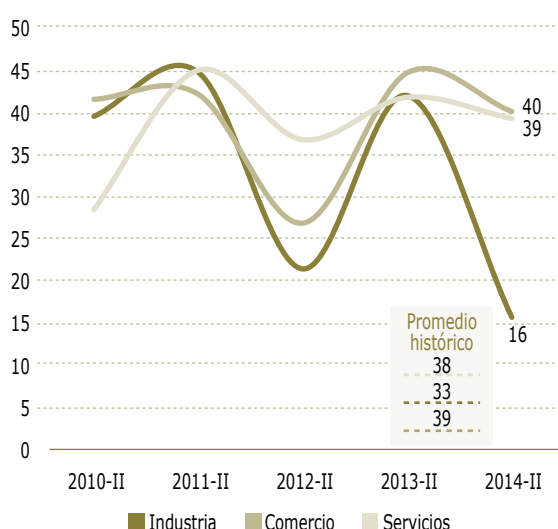


Gráfico 9. Márgenes (Balance de respuestas)

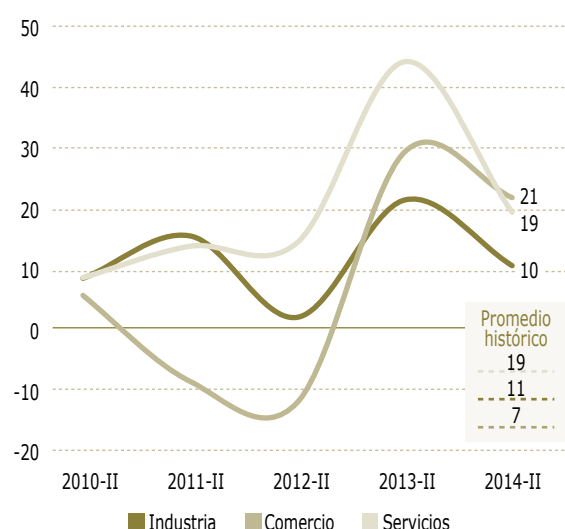
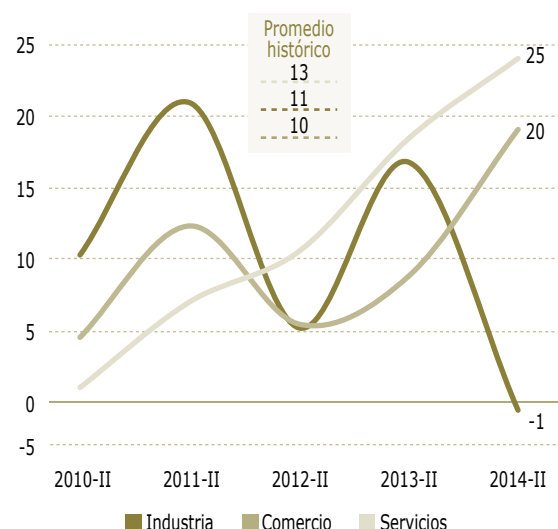


Gráfico 10. Empleo (Balance de respuestas)



vamente la proporción de empresarios que manifestaron una disminución de sus márgenes del 13% al 22% durante dicho lapso (ver gráfico 9). Es decir, la deflación de los costos de producción que afrontaron las empresas del sector industrial en Medellín no favoreció la evolución de sus márgenes de ganancia, lo cual en gran medida se puede explicar por el peor desempeño de la demanda.

El empleo se vio afectado negativamente por las condiciones previamente descritas. Aunque la proporción de Pymes del sector industrial en la capital de Antioquia que mantuvo su planta de personal (57%) en el segundo semestre de 2014 fue mayor a la mitad de los encuestados, el porcentaje de empresas que aumentaron el número de trabajadores bajó entre 2013-II y 2014-II (del 28% al 21%). Asimismo, el porcentaje de firmas que destruyeron empleo aumentó en 11 puntos porcentuales. Ello contribuyó a una reducción en el comportamiento del balance de respuestas a la pregunta referida al número de trabajadores contratados, el cual presentó un decrecimiento de 18 puntos, alcanzando un registro de -1 en 2014-II, siendo el registro más bajo a nivel histórico (ver gráfico 10).

El principal problema para el sector industrial antioqueño, al igual que en los dos años anteriores, es la falta de demanda (el 22% de los entrevistados vs. el 24% de un año atrás y el 25% de 2012-II). El segundo puesto lo ocupó el costo de los insumos, el cual, de todas formas, perdió notoria preponderancia en el último año, al pasar del 23% al 15% (ver gráfico 11). Por otra parte, los altos impuestos y el capital

de trabajo insuficiente se ubicaron en el tercer lugar, con una participación del 10% en 2014-II. El problema con menor importancia para las Pymes industriales de Medellín es el contrabando (un 2% en 2014-II frente a un 4% del mismo semestre de 2013).

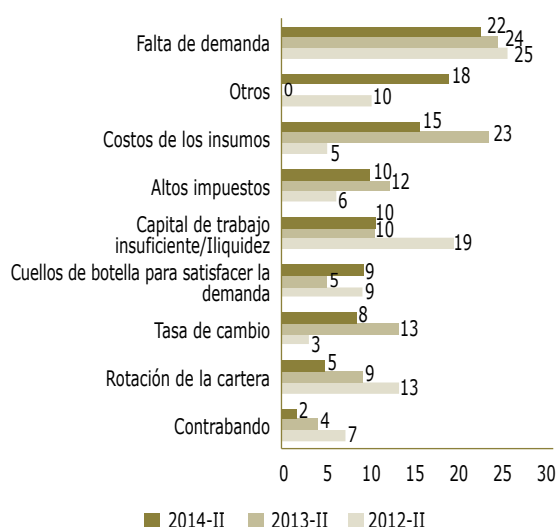
• Sector comercio

El 44% de los empresarios Pyme del sector comercio en Medellín reportó una mejoría de su situación económica durante el segundo semestre de 2014, mismo registro del año anterior. A su vez, el 20% de los comerciantes calificó esta variable como peor en 2013-II, mostrando un ascenso en comparación con el 7% de 2013-II. Todo esto desembocó en que el balance de respuestas se redujera de 37 a 24 en dicho lapso, ubicándose por debajo del promedio histórico del sector (28) en 4 puntos, ver gráfico 1.

Similar a lo sucedido en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre el volumen de sus ventas. A pesar de que el 54% de los empresarios tuvo una percepción de aumento en sus ventas en el segundo semestre de 2014 (cifra mayor en 4 puntos porcentuales a la encontrada en 2013-II), el porcentaje de comerciantes antioqueños que afirmaron que su volumen de ventas cayó fue del 17% en 2014-II, incrementándose en 7 puntos porcentuales frente a la cifra observada en el segundo semestre de 2013. Dado que el aumento en las respuestas negativas fue mayor al de las positivas, el balance de respuestas bajó de 40 a 37 durante este período (ver gráfico 2).

Adicionalmente, el volumen de pedidos presentó una desaceleración en el último año, reflejando un comportamiento menos favorable de 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 pasó del 52% del total de Pymes de comercio en 2013-II al 49% en 2014-II (representando una reducción de 3 puntos porcentuales). La desaceleración de esta variable también se refleja en el hecho de que la proporción de encuestados que reportaron una disminución creció del 9% al 18% en el último año. De esta forma, el balance de respuestas alcanzó un valor de 31, acercándose a la cifra referente al promedio histórico (29), ver gráfico 3.

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)

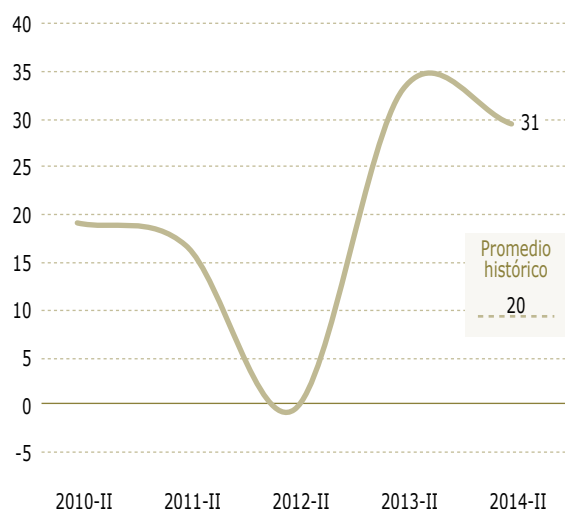


Estos resultados en materia de ventas y pedidos reflejan un menor dinamismo de la actividad Pyme en Medellín a nivel comercial entre el segundo semestre de 2013 y el mismo período de 2014. Lo anterior se ve reforzado por el comportamiento del nivel de existencias comerciales, pues hubo un decrecimiento de 5 puntos porcentuales entre los encuestados que las consideraron insuficientes durante este lapso (ver gráfico 4). Sin embargo, la mayoría de empresarios parecieron ajustar sus inventarios a las variaciones en los niveles de demanda (89%).

Ahora bien, el porcentaje de comerciantes que manifestaron haber sufrido un encarecimiento de sus insumos descendió del 53% en 2013-II al 51% en el segundo semestre de 2014, mientras que el de aquellos que experimentaron una deflación de esta variable subió del 8% al 11% durante el mismo lapso. Ello explicó la caída en el balance de respuestas de esta variable de 45 a 40 durante este período (ver gráfico 8).

Pese a lo anterior, las Pymes comerciales de Medellín mostraron un peor desempeño 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 levemente del 41% al 40%, mientras que el de aquellos que los vieron reducir aumentó del 12% al 19% entre 2013-II y 2014-II. Dicha tendencia impulsó un descenso del balance de respuestas de 29 a 21 en el último año (ver gráfico 9).

Gráfico 12. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

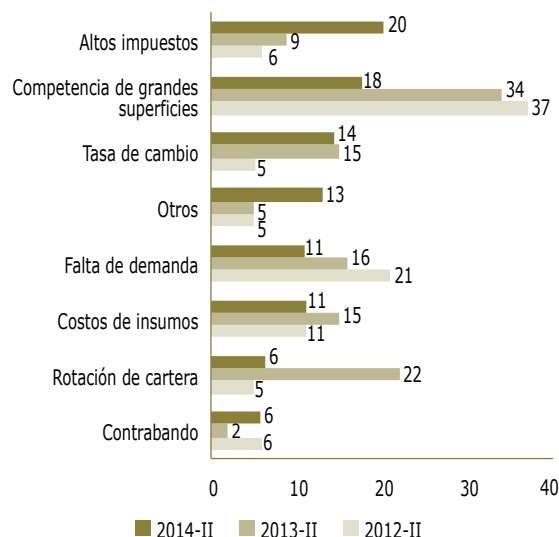


A pesar de esta coyuntura económica menos favorable, la mayoría de las Pymes comerciales mantuvo su planta de personal estable (61%) en el segundo semestre de 2014, alcanzando una proporción más baja que el resultado de 2013-II (70%). Entre tanto, el balance de respuestas a esta pregunta tuvo un incremento de 11 puntos, alcanzando un valor de 20 en 2014-II, gracias, en gran medida, a que el porcentaje de firmas que aumentaron sus niveles de contratación subió en 10 puntos porcentuales (ver gráfico 10).

Con referencia a la superficie de ventas se presentó una leve desaceleración en el dinamismo de esta variable, lo cual se reflejó en un decrecimiento del balance de respuestas de 35 en 2013-II a 31 en 2014-II. Paradójicamente, la proporción de comerciantes que informaron que la superficie de ventas se expandió en el segundo semestre de 2014 fue del 47%, 6 puntos porcentuales por encima al registro de un año atrás. No obstante, el crecimiento de las respuestas negativas fue mayor. En efecto, el 17% de los empresarios Pyme del sector redujo la superficie de ventas en 2014-II, cifra que ascendía al 7% en 2013-II, condición que explicó la caída del balance de respuestas de esta variable (ver gráfico 12).

Las Pymes comerciales antioqueñas identificaron los altos impuestos como el principal problema para el desarrollo de sus actividades en el último año de análisis. Este alcanzó el 20% en 2014-II, 11 puntos porcentuales más que lo observado en 2013-II. Por otra parte, la competencia de las gran-

Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



des superficies se ubicó en el segundo lugar del ranking, reduciendo fuertemente la proporción de encuestados del 34% al 18% en el último año. En tercer lugar estuvo la tasa de cambio, que vio reducida levemente su participación del 15% al 14% en dicho período (ver gráfico 13).

• Sector servicios

El 42% 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 2014, cifra inferior a la del año anterior (47%). En cambio, la proporción de respuestas negativas subió del 6% al 20%. Bajo este panorama, el balance de respuestas bajó de 41 a 22, siendo el menor valor entre los tres macrosectores (ver gráfico 1).

A su vez, el 42% de las empresas Pyme de servicios aumentó sus ventas en el segundo semestre de 2014, cifra significativamente más baja a la encontrada un año atrás (55%). Complementando esto, la proporción de las que percibieron una disminución creció del 8% en 2013-II al 20% en 2014-II. Todo esto sugiere un menor dinamismo en el volumen de ventas, representado en una caída del balance de respuestas de 47 a 22 durante el lapso mencionado (ver gráfico 2).

La percepción de aumento en el número de pedidos se redujo del 54% en 2013-II al 41% en 2014-II, mientras que la visión sobre su disminución pasó del 8% al 17%. Estos comportamientos permitieron que el balance de respuestas, al igual que lo sucedido en la situación actual y en las ventas, descendiera de 46 a 24 en el último año y se alejara de su promedio histórico (32), ver gráfico 3.

Las Pymes de servicios de la ciudad de Medellín tuvieron una tendencia ligeramente deflacionaria en los costos de operación. En particular, el 51% de estas indicó que sus costos aumentaron, lo cual muestra un ascenso de solo 2 puntos porcentuales con relación a las cifras de 2013-II. Por su parte, el 12% de las Pymes de servicios reportó haber reducido sus costos de operación en el segundo semestre de 2014, cifra mayor a la de un año atrás cuando este porcentaje fue del 7%. Así, el balance de respuestas alcanzó un registro de 39, 3 puntos inferior al registro de un año atrás (42), ver gráfico 8.

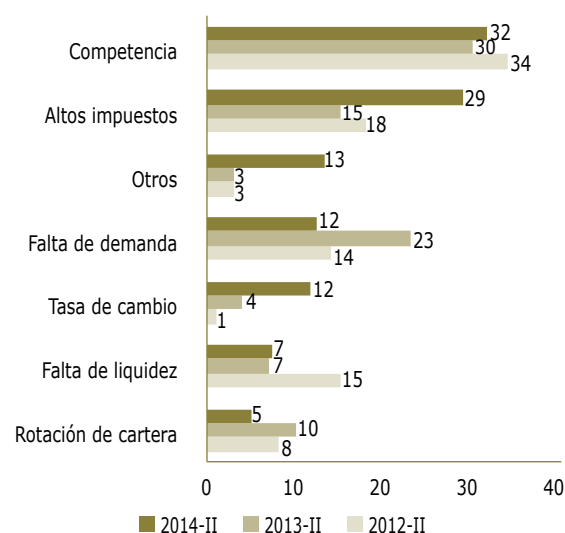
Pese al decrecimiento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron un desempeño bas-

tante desfavorable, con un caída del balance de respuestas de 44 a 19 (ver gráfico 9). En efecto, los márgenes aumentaron para el 41% de los encuestados en 2014-II, valor inferior al 49% reportado en el segundo semestre de 2013. En contraste, para el 23% de las empresas del sector disminuyeron sus márgenes en 2014-II, cifra mayor en 17 puntos porcentuales a la reportada en el mismo período de 2013.

En materia de empleo en Medellín, el 65% de los empresarios Pyme de servicios mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2014, el 30% la aumentó y el 5% la redujo. Para el segundo semestre de 2013 estos porcentajes fueron respectivamente del 66%, el 26% y el 7%, mostrando un leve repunte en la dinámica del empleo, lo que permitió que el balance de respuestas ascendiera de 19 a 25 en este lapso (ver gráfico 10).

El principal problema que señalaron las Pymes prestadoras de servicios antioqueñas para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2014 fue la competencia, con el 32% del total de respuestas, porcentaje que repuntó ligeramente en comparación con el obtenido un año atrás (30%). En segundo lugar sobresalió la opción de altos impuestos, con un 29% de las respuestas, incrementándose en 14 puntos porcentuales frente al dato del año anterior, siendo el problema que ganó mayor importancia en este período (ver gráfico 14).

Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

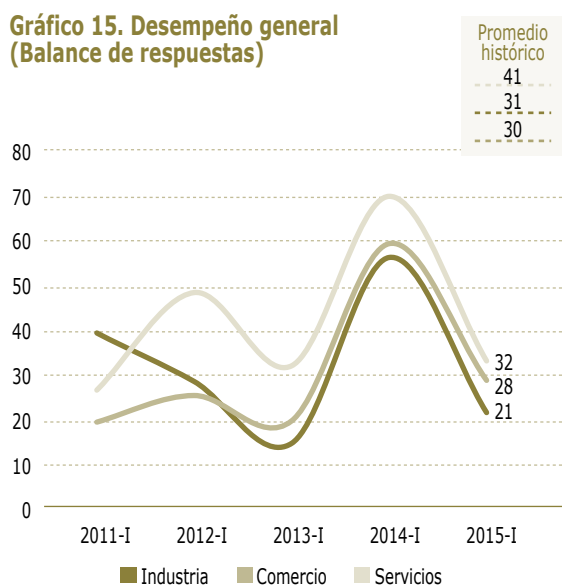
Primer semestre de 2015

• Sector industria

El 32% de los empresarios industriales antioqueños encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable, mientras que un

año atrás este porcentaje fue del 62%, lo que muestra una fuerte caída en las expectativas favorables. A ello se suma el hecho de que el porcentaje de empresarios que sentían incertidumbre mostró un franco ascenso, pasando del 11% en 2014-I al 28% en 2015-I, mientras que las perspectivas negativas subieron 4 puntos porcentuales. Ello perjudicó la evolución del balance de respuestas, el cual cayó de 55 a 21 en el último año (ver gráfico 15).

Gráfico 15. Desempeño general
(Balance de respuestas)



En esta quinta medición de la Encuesta en Medellín, los empresarios Pyme del sector industrial reportaron un notorio deterioro en cuanto a las expectativas de aumento de su producción, ya que hubo una disminución de 13 puntos porcentuales (bajando del 56% al 43%) entre los encuestados que eligieron esta opción. En contraste, aquellos empresarios que esperaban que esta variable se redujera vieron aumentada su proporción en 14 puntos porcentuales (del 8% al 22%). Estas dos tendencias en las respuestas positivas y negativas llevaron a que el balance de respuestas de esta variable decreciera de 48 a 21 durante el último año (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Expectativas de producción industrial
(Balance de respuestas)

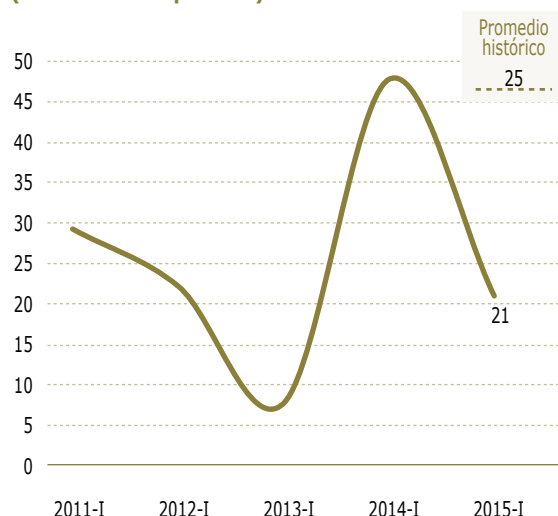
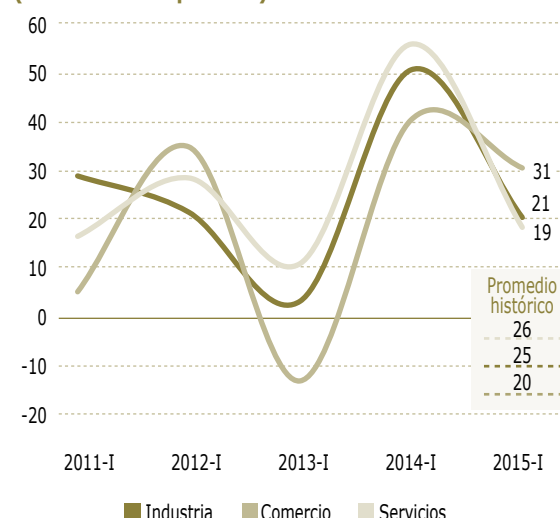


Gráfico 17. Expectativas de pedidos
(Balance de respuestas)



A nivel de pedidos se presentó la misma dinámica, pues el balance de respuestas llegó a 21, por debajo del promedio histórico (25), ver gráfico 17. El 24% de los empresarios del sector tenía una expectativa desfavorable en materia de pedidos en 2015-I y un año atrás este valor correspondía al 8%. Por su parte, el 44% pensaba que sus pedidos se expandirían en 2015-I, cifra inferior en 15 puntos porcentuales a lo registrado un año atrás. Esto muestra una significativa merma del optimismo en las expectativas de demanda por parte de los empresarios de este sector en Medellín.

Teniendo en cuenta las perspectivas anteriores, las Pymes manufactureras de Medellín esperaban estabilizar o reducir sus inversiones en maquinaria y equipo, con un balance de respuestas que pasó de 47 a 19 en el último año (gráfico 18). El 53% de los industriales esperaba mantener constantes los niveles de esta inversión en 2015-I, superando el porcentaje del 40% en 2014-I. Por su parte, un 13% preveía una disminución en su inversión, cifra que subió 7 puntos porcentuales durante el último año.

• Sector comercio

Las Pymes comerciales de Medellín han reducido su optimismo y aumentado su incertidumbre si comparamos los resultados de la última medición con los de un año atrás. Para el 20% de las Pymes comerciales el desempeño general de sus

empresas había sido incierto en el primer semestre de 2015, en comparación con un 8% que tenía dicha percepción en 2014-I. En cambio, el porcentaje de empresarios comerciales que esperaban que la situación económica mejorara en el primer semestre de 2015 fue del 43%, mientras que un año atrás este porcentaje alcanzó un nivel mucho mayor (63%). Ello contribuyó a que el balance de respuestas bajara de 58 a 28, situándose por debajo de su promedio histórico (30), ver gráfico 15.

Asimismo, las expectativas de pedidos muestran un descenso en el porcentaje de respuestas favorables, el cual pasó del 53% en 2014-I al 47% en 2015-I. Por el contrario, un 16% de los empresarios esperaba que los pedidos cayeran, cifra mayor en 3 puntos porcentuales a la reportada en el año anterior. De esta manera, el balance de respuestas de esta variable alcanzó un valor de 31 en 2015-I, menor en 9 puntos el registro de 2014-I (ver gráfico 17).

Las perspectivas sobre el comportamiento de las ventas confirman que las empresas comerciales en Medellín esperaban una evolución menos optimista, lo cual reflejó en el decrecimiento del balance de respuestas de 46 a 32 entre 2014-I y 2015-I (ver gráfico 19). Dicha situación se explica porque el porcentaje de comerciantes que esperaban que el volumen de ventas aumentara cayó del 54% en 2014-I al 48% en 2015-I. En cambio, la proporción de Pymes comerciales que esperaban una caída de sus ventas se incrementó del 8% al 16% en el mismo período.

Gráfico 18. Sector industria: expectativa de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

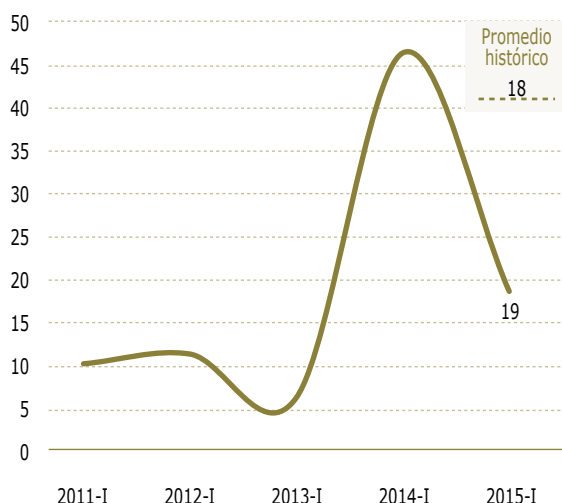
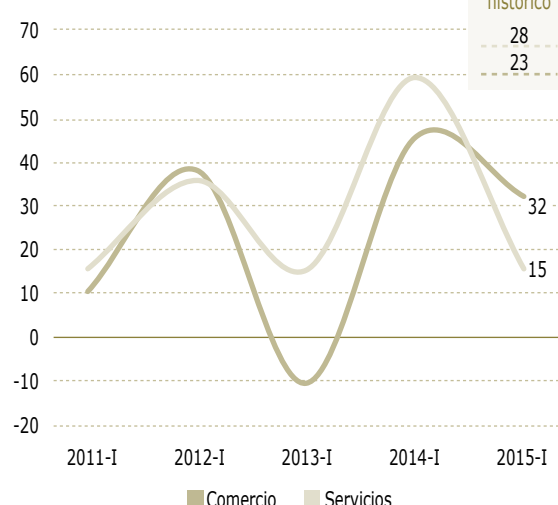


Gráfico 19. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



• Sector servicios

El sector Pyme de servicios en Medellín, de manera similar a lo observado en la industria y el comercio, evidenció un menor optimismo en materia de las expectativas sobre su actividad económica y la demanda en el primer semestre de 2015. Un 44% de los empresarios del sector manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2015 sería favorable. Esta cifra, además de ser 27 puntos porcentuales inferior a la registrada un año atrás, resultó ser la más baja a nivel histórico. Esta significativa merma en la favorabilidad llevó a que el balance de respuestas alcanzara un valor de 32, que a pesar de todo terminó siendo el más alto de los tres macrosectores (ver gráfico 15).

La evolución futura del nivel de pedidos también mostró una dinámica similar a la observada en materia de las percepciones sobre la actividad económica futura. En las respuestas favorables se observa

un notorio decrecimiento, ya que el 42% de los empresarios del sector tenía una expectativa positiva en materia de pedidos en 2015-I cuando un año atrás este valor ascendió al 64%. Por el contrario, se observó un incremento del porcentaje de respuestas negativas de 15 puntos porcentuales en este período (pasando del 8% al 23%). Con ello se tuvo una caída en el balance de respuestas de 37 puntos, registrando un valor de 19 al corte de 2015-I (ver gráfico 17).

Finalmente, las perspectivas sobre la evolución de las ventas van en la misma vía de lo analizado con las variables anteriores. En efecto, se observa una baja notoria en las expectativas positivas, ya que el 39% de los encuestados esperaba que el volumen de ventas aumentara en 2015-I, cuando un año atrás este porcentaje ascendía al 64%. En cambio, las respuestas negativas crecieron 19 puntos porcentuales durante dicho período, alcanzando una proporción del 24% para el primer semestre de 2015. Así, se alcanzó un balance de respuestas de 15, el cual es bastante menor al promedio histórico observado en esta variable (28), ver gráfico 19.

Financiamiento

Para las Pymes antioqueñas de industria, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero cayó ligeramente en el segundo semestre de 2014 con respecto al mismo semestre de 2013 (de un 40%

a un 38%). En cambio, en comercio se presentó un repunte de 4 puntos porcentuales, alcanzando un 39% de los entrevistados en 2014-II. Asimismo, la demanda de crédito de las Pymes de servicios de esta

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

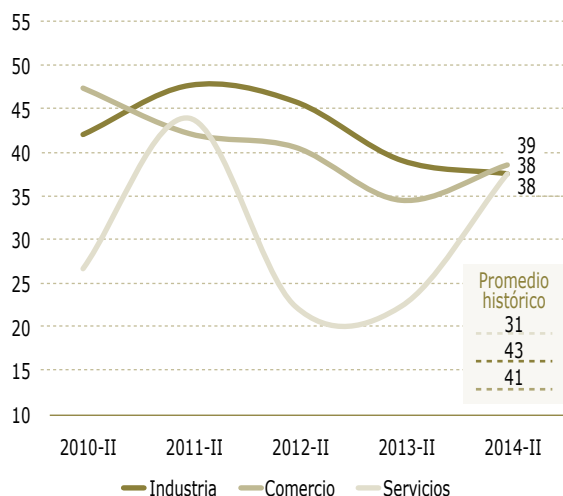
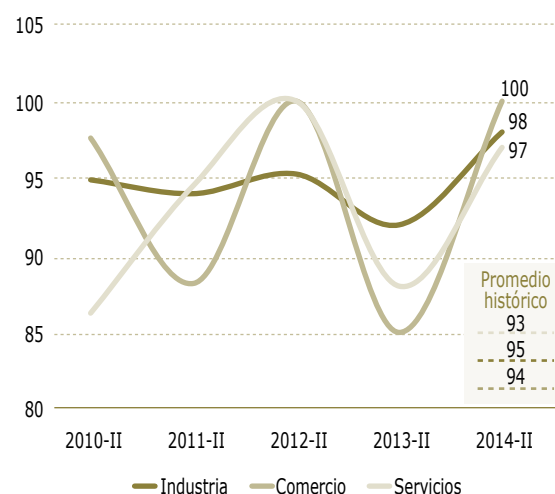


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



ciudad mostró una tendencia creciente, al saltar del 23% al 38% en dicho período (ver gráfico 20).

Las tasas de aprobación evidenciaron un alza para el sector industrial Pyme de Medellín, al pasar del 92% en el segundo semestre de 2013 al 98% en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 21). Para las Pymes comerciales se presentó un aumento todavía más considerable del porcentaje de aprobación, al pasar del 85% en 2013-II al 100% en 2014-II. Lo mismo ocurrió en el sector de servicios, aunque

en una menor magnitud, al pasar del 88% al 97% de solicitudes aprobadas.

A pesar de la caída en las solicitudes de crédito para Pymes industriales, del 50% en 2013-II al 45% en 2014-II, el plazo preferido fue el crédito a mediano plazo. En segundo lugar estuvo la financiación a largo plazo, con un 27% de las respuestas, aunque reduciendo en 10 puntos porcentuales el registro de un año atrás. Para el sector comercio de Medellín se dio una preponderancia de los créditos a largo plazo (un 14% de solicitudes en 2013-II y un 40% en 2014-II), seguidos por el mediano plazo que perdió relevancia en el último año (63% en 2013-II frente a un 34% en 2014-II). En servicios, prevaleció el mediano plazo (un 52% de solicitudes en 2013-II vs. un 48% 2014-II), destacándose que la diferencia entre las proporciones del corto y el largo plazo fue de 4 puntos porcentuales en favor de los préstamos de más largo plazo (ver gráfico 23).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme antioqueña el mediano plazo fue el más utilizado a pesar de su decrecimiento en el último año (un 52% de aprobaciones en 2013-II vs. un 41% en 2014-II). Para el sector de comercio, el largo también fue el plazo mayormente aprobado (un 13% de aprobaciones en 2013-II vs. un 40% en 2014-II). Por último, en servicios, el crédito mayormente aprobado fue el de mediano plazo (aunque este cayó del 52% de apro-

Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

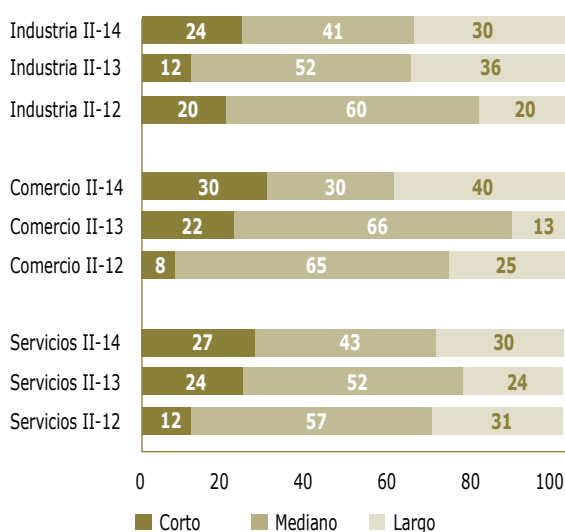


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

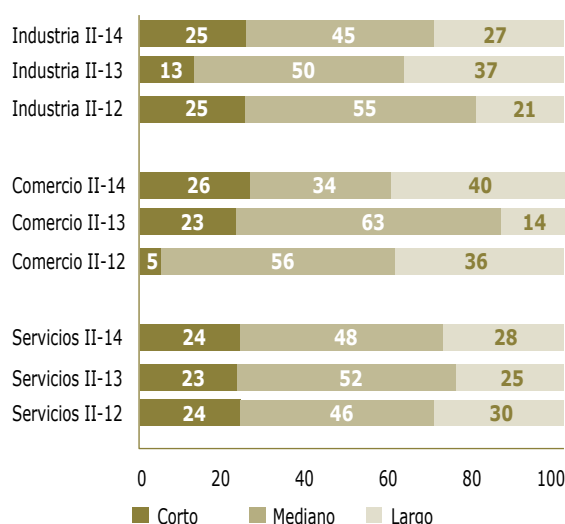
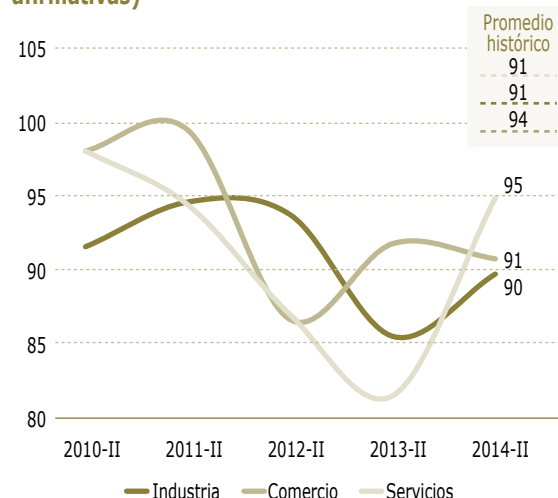


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



baciones en 2013-II al 43% en 2014-II), superando en más de 10 puntos porcentuales las otras modalidades (ver gráfico 22).

Para 2014-II, entre el 90% (industria) y el 95% (servicios) de las Pymes de Medellín se sintió satisfecho con el monto del crédito obtenido. Un año atrás estos porcentajes variaron entre el 82% (servicios) y el 92% (comercio), ver gráfico 24. 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 54% en industria, un 57% en comercio y un 39% en servicios) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2014. 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, e igualmente presentaron los porcentajes en las tasas con precio mayor a DTF+4 en rangos inferiores al 20% (ver gráficos 25, 26 y 27).

Gráfico 25. Sector industria: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

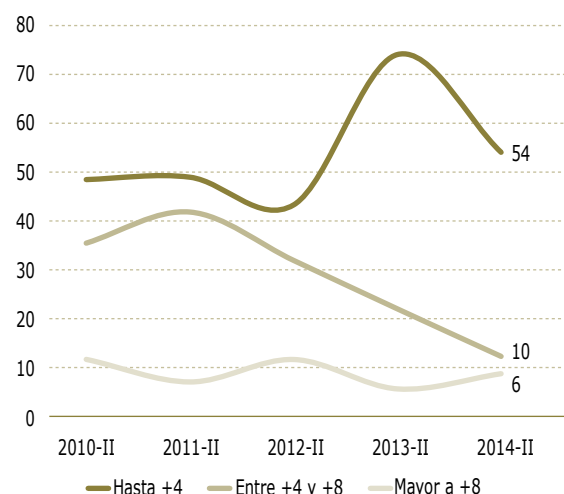


Gráfico 26. Sector comercio: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

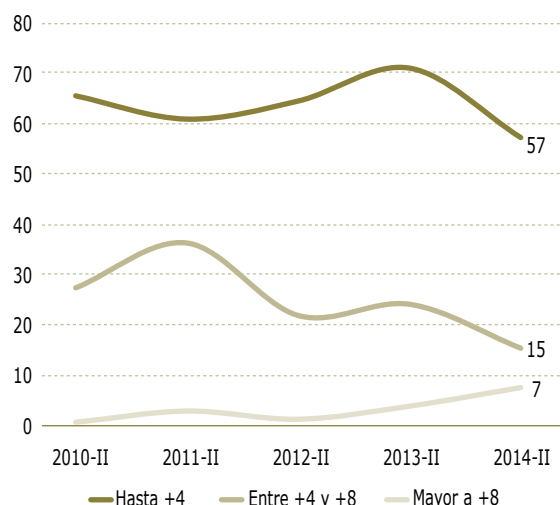


Gráfico 27. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

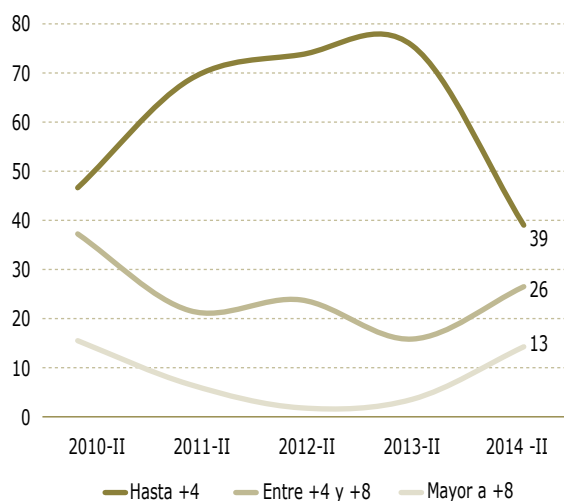
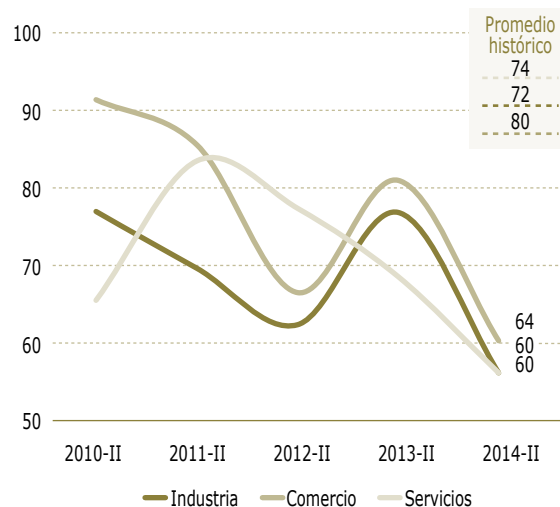


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



Los tres macrosectores sufrieron una desaceleración en el nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés entre 2013-II y 2014-II, pasando de rondar niveles del 70%-80% a proporciones del 60%-65% (ver gráfico 28). Paradójicamente, la caída más significativa se dio en industria y comercio (20 puntos porcentuales), pese a que estos sectores habían evidenciado los créditos más baratos.

Las Pymes de la ciudad de Medellín dirigieron los recursos provenientes del sistema financiero principalmente a capital de trabajo: en particular, el 74% de los encuestados en industria, el 79% de los comerciales y el 51% de los de servicios (ver gráfico 29). El segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo, cobrando particular importancia en el sector servicios, donde se tuvo un registro

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

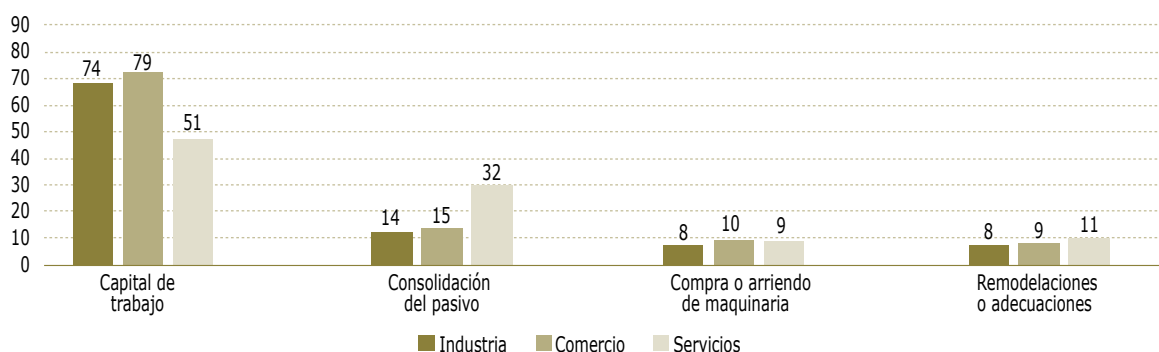


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

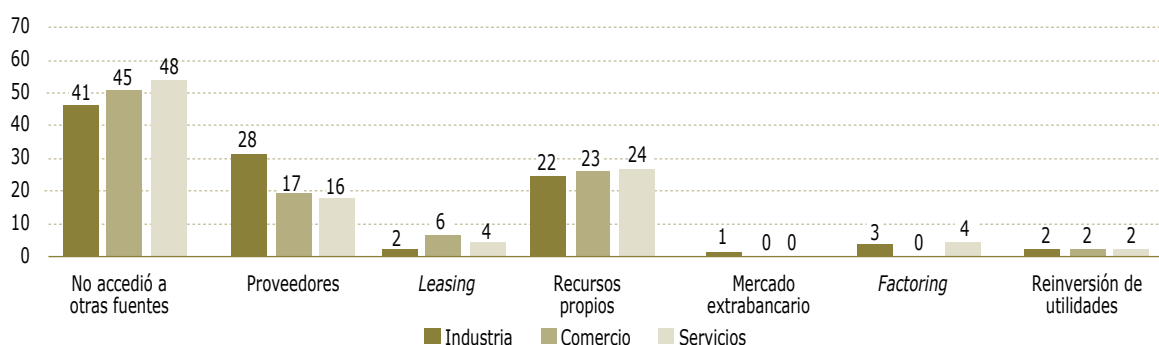
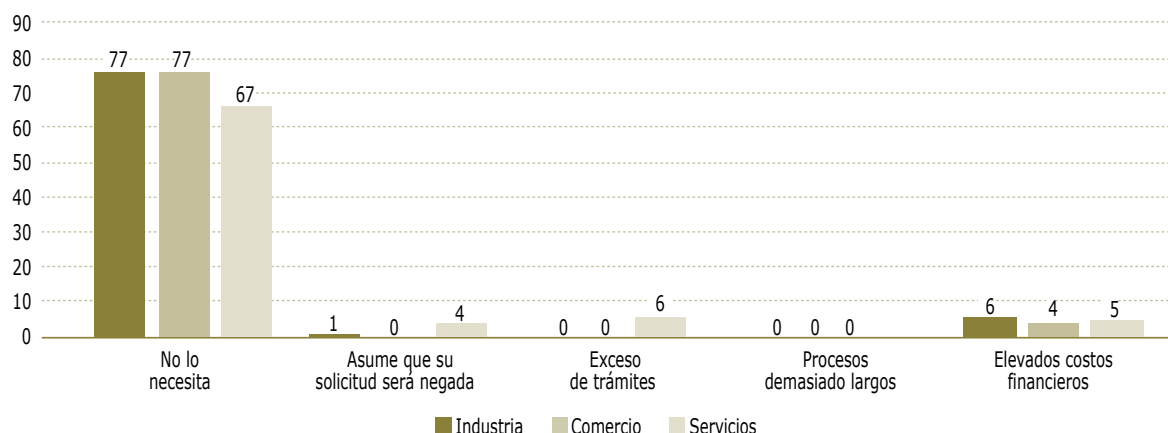


Gráfico 31. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



del 32%. Las Pymes paisas parecieron no enfocarse mucho en la compra y arriendo de maquinaria ni en las remodelaciones y adecuaciones, pues estas opciones no alcanzaron proporciones superiores al 10% del total de Pymes.

El 41% de las Pymes industriales, el 45% de las de comercio y el 48% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 30). Por su parte, los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (28%), mientras que en el caso de las de comercio y servicios

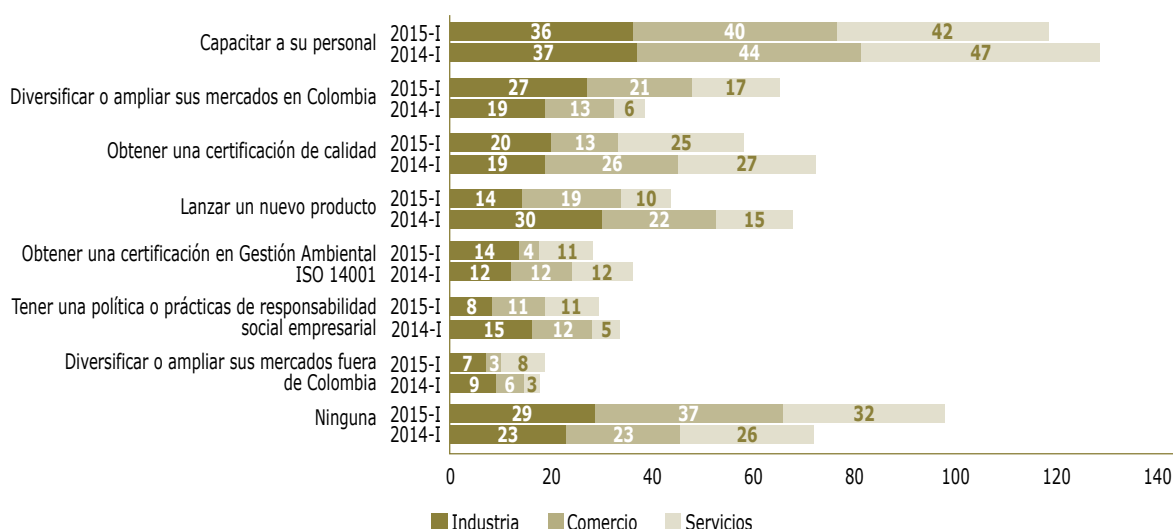
fueron los recursos propios (23% y 24%, respectivamente). Cabe destacar la pobre penetración del *factoring* entre las Pymes antioqueñas, alcanzando un porcentaje de utilización inferior al 3% en promedio para los tres macrosectores. La principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Medellín no solicitaron créditos al sistema financiero es que no lo necesitan (un 77% en industria y comercio, y un 67% en servicios). La segunda razón está asociada con el exceso de trámites para servicios (un 6%), mientras que para los empresarios industriales y comerciales el segundo motivo más relevante recayó en los elevados costos financieros (con un 6% y un 4% en cada caso), ver gráfico 31.

Acciones de mejoramiento

En el primer semestre de 2015, en Medellín, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes fue capacitar al personal (un 36% en industria, un 40% en comercio y un 42% en servicios, respectivamente). Adicionalmente, los empresarios industriales y comerciales mostraron un gran interés en diversificar sus mercados en Colombia (un 27% de los entrevistados manufactureros y un 21% de las firmas de comercio), ver gráfico 32. En cambio, las Pymes de servicios le dieron mayor relevancia a la obtención de una certificación de calidad (25%). El porcenta-

je de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2015 fue mayor que lo observado un año atrás. En las Pymes industriales esta proporción subió del 23% al 29%, misma variación alcanzada por las Pymes de servicios que cerraron con un porcentaje mayor en 2015-I (32%). Por su parte, entre los entrevistados de comercio se dio el incremento más grande (14 puntos porcentuales), y se alcanzó la mayor proporción de empresas que no efectuaron ningún tipo de actividad para favorecer su desempeño futuro (37%).

Gráfico 32. Acciones de mejoramiento (%)



Caracterización empresarial

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital antioqueña cuál era la antigüedad de las empresas. Se encontró que en industria y en comercio la mayoría de los encues-

tados reportó que sus firmas superaban los 22 años (42% y 39%, respectivamente). En cambio, en el sector servicios las firmas resultaron ser en promedio más jóvenes, pues un 26% de los encuestados reportó tener una edad entre 6 y 10 años, y un 25% entre 11 y 15 años durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 33).

Analizando las características de los gerentes Pyme, se encontró que en su gran mayoría eran los

Gráfico 33. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

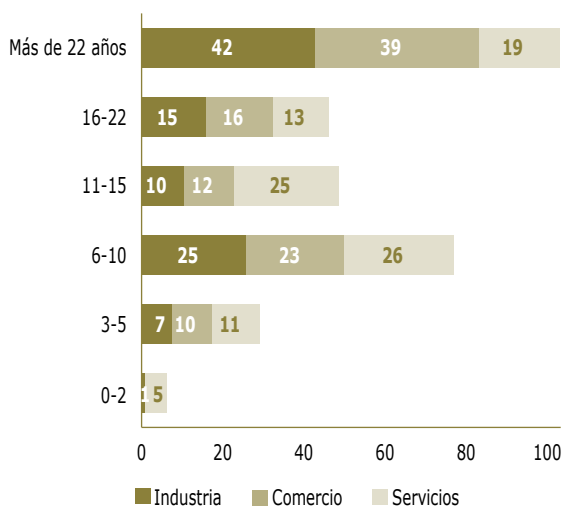


Gráfico 34. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

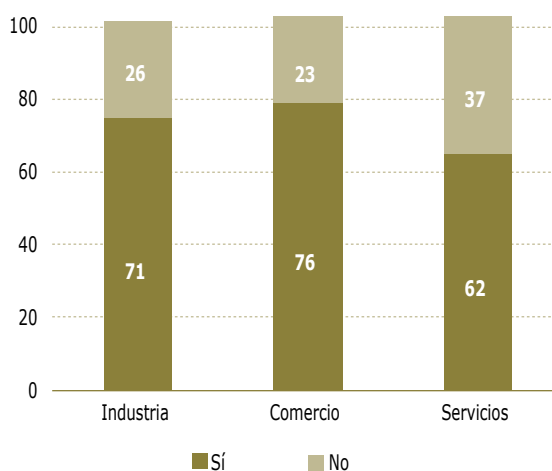


Gráfico 35. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

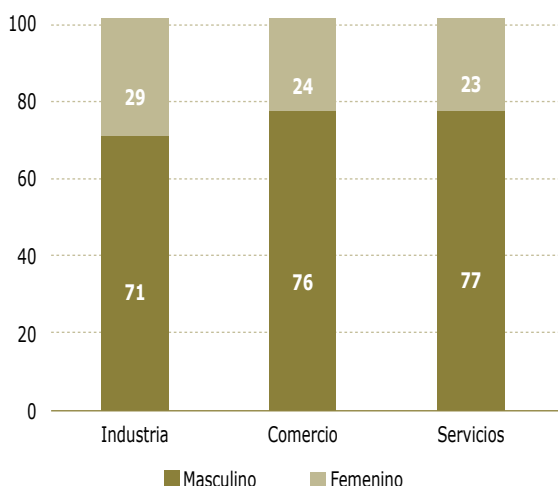
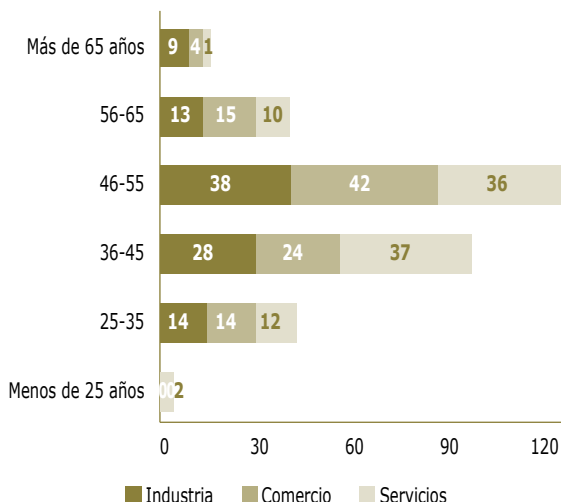


Gráfico 36. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



misimos dueños de las empresas (con cifras superiores al 60% para los tres macrosectores), ver gráfico 34. Asimismo, al preguntar por el género del gerente, se encontró que más del 70% eran hombres, siendo el más alto el caso de servicios (77%), ver gráfico 35.

Cuando se indagó por la edad de estos administradores, se encontró que en industria y comercio esta rondaba principalmente el rango de los 46-55 años (38% y 42% en cada caso), ver gráfico 36. En cambio en las Pymes de servicios de Medellín, los registros

muestran una mayor juventud de los gerentes, pues un 37% de los encuestados reportó tener entre 36 y 45 años. Por otra parte, el máximo nivel educativo de estos funcionarios fue el grado universitario para los tres macrosectores. En efecto, un 54% de los administradores industriales, un 40% de los de las firmas de comercio y un 48% de los de servicios reportaron tener esta clase de título en su haber (ver gráfico 37). No obstante, cabe destacar que el 35% de los gerentes de las Pymes de servicios tiene posgrado, cifra que en los otros dos macrosectores no superó el 20%.

Gráfico 37. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

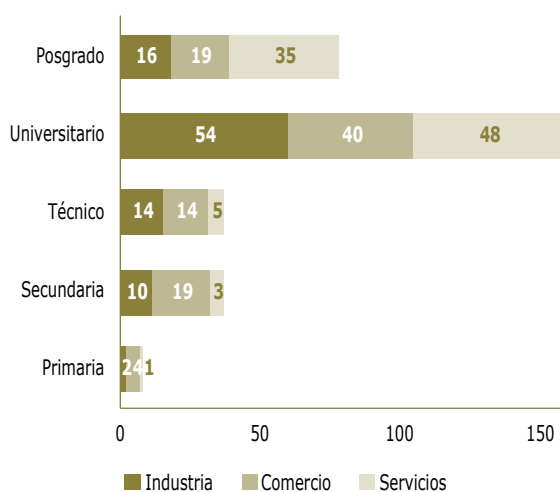


Gráfico 38. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

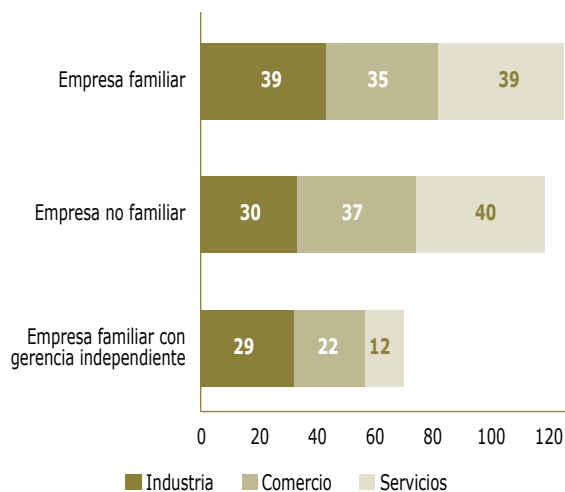


Gráfico 39. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

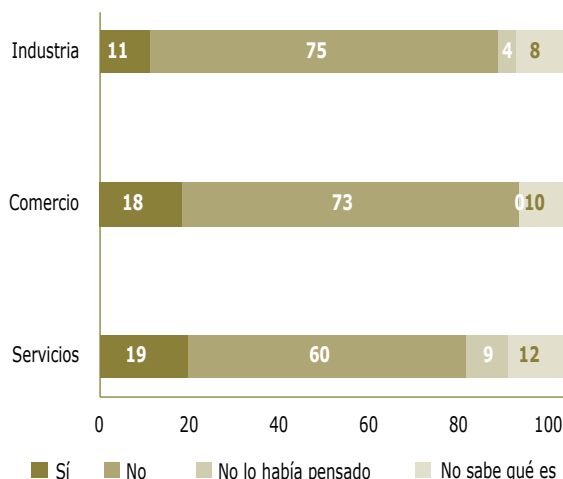


Gráfico 40. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



La mayoría de las Pymes manufactureras (39%) se caracterizó por tener empresas de tipo familiar, sin gerencia independiente (ver gráfico 38). En cambio en comercio (37%) y en servicios (40%) se dio un fenómeno distinto, pues la mayoría de los empresarios entrevistados afirmó tener una empresa de carácter no familiar. Entre aquellas empresas que son familiares, gran parte no aplica un protocolo de sucesión, especialmente en lo que respecta al caso de las industriales (75% en este sector vs. 73% de comercio y 60% de servicios), ver gráfico 39. No obstante, cabe destacar que el 19% de las Pymes

de servicios y el 18% de las comerciales sí contaban con esa clase de protocolo al corte de 2014-II.

Finalmente, se analizó si habían existido cambios en la actividad económica de las Pymes durante su tiempo de existencia. Se encontró que más del 70% de las firmas de los tres macrosectores había mantenido la actividad económica en la que se había registrado inicialmente (ver gráfico 40). Sin embargo, se destacó que en el sector de comercio un 21% manifestó haber ampliado dicha actividad, mientras que dicho dato en los otros dos macrosectores no superó el 20%.

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, el mercado se ha expandido muy poco. El 5% de las Pymes industriales antioqueñas aumentó el volumen de exportaciones en 2014-II con respecto al semestre anterior. Esta cifra fue similar al 7% de 2013-II. Además, el 84% de las Pymes de este sector en Medellín no exportó en el segundo semestre de 2014, cifra superior en 5 puntos porcentuales a la del año anterior (ver gráfico 41). Por su parte, tan solo el 1% de las empresas de servicios Pyme en Medellín reportó un incremento de sus exportaciones en el segundo semestre de 2014, y el 92% de ellas afir-

mó no haber exportado (cifra levemente menor al 96% de 2013-II). Todo esto muestra la baja oferta exportadora con que cuentan las Pymes en la ciudad de Medellín, condición que se repite a nivel nacional y de otras ciudades.

Frente a las expectativas sobre el comportamiento de las exportaciones, el 9% de los empresarios en el sector industrial y el 3% de los de servicios esperaban un aumento de sus exportaciones para 2015-I (ver gráfico 42). Estas cifras son menores a las observadas en 2014-I para industria (21%)

Gráfico 41. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

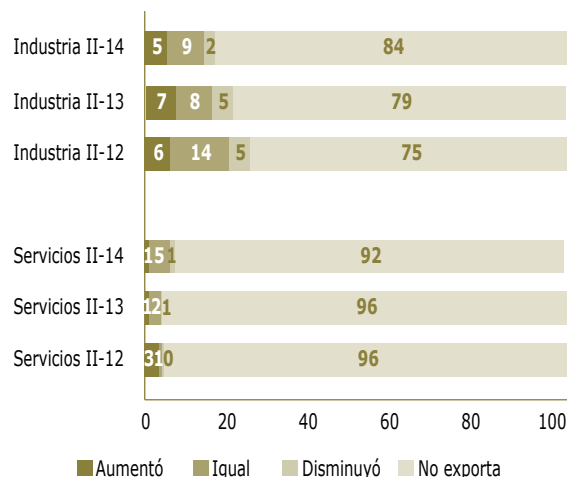
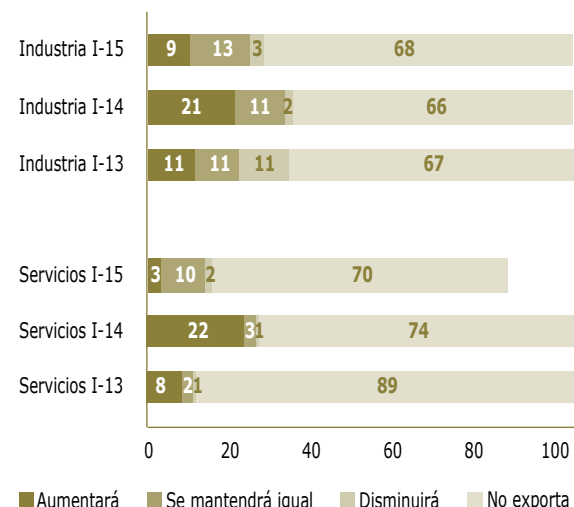


Gráfico 42. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

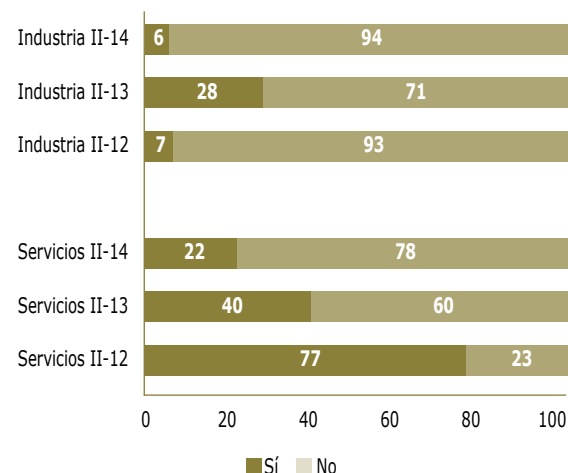


y servicios (22%). Adicionalmente, estos porcentajes resultan muy bajos si los comparamos con las empresas que no aspiran a tener una oferta exportadora (68% industria y 70% servicios).

En el sector industrial antioqueño, el acceso a nuevos mercados de sus exportaciones se redujo. En efecto, según la última lectura de la Encuesta, el 94% de los encuestados del sector industrial no accedió a nuevos mercados como destino de exportación en 2014-II, cifra que fue mayor a la reportada un año atrás (71%). Igualmente, el sector servicios disminuyó significativamente el acceso a nuevos mercados. Un año atrás el 40% de los encuestados accedió a nuevos mercados para sus exportaciones, mientras que en el último año este porcentaje se redujo a un 22% para el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 43).

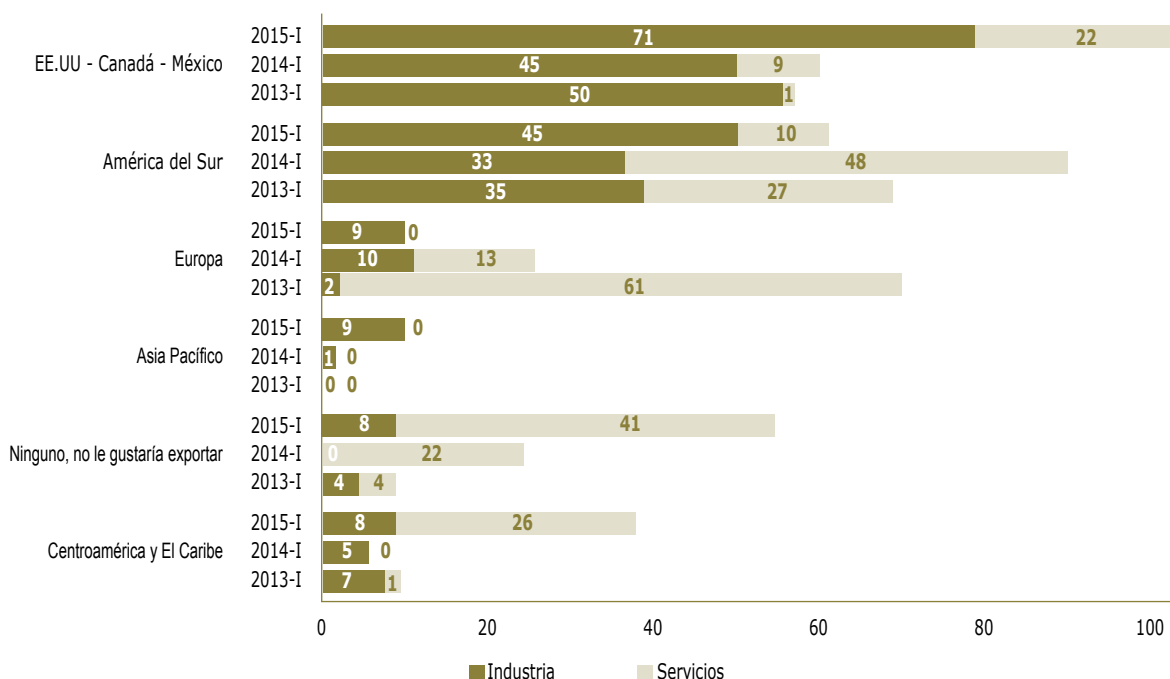
Sobre las pretensiones para abrir nuevos mercados durante 2015-I, el principal destino en el caso industrial lo ocuparon Estados Unidos, Canadá y México, con un 71%, seguido por América del Sur, con un 45%. Esto representó un sostenimiento de las preferencias observadas en el año anterior. En el sector servicios, Centroamérica y El Caribe se consolidaron como el lugar preferido con el 26% de las intenciones

Gráfico 43. Durante 2014 ¿Accedieron a nuevos mercados? (nuevos países destino de las exportaciones) (%)



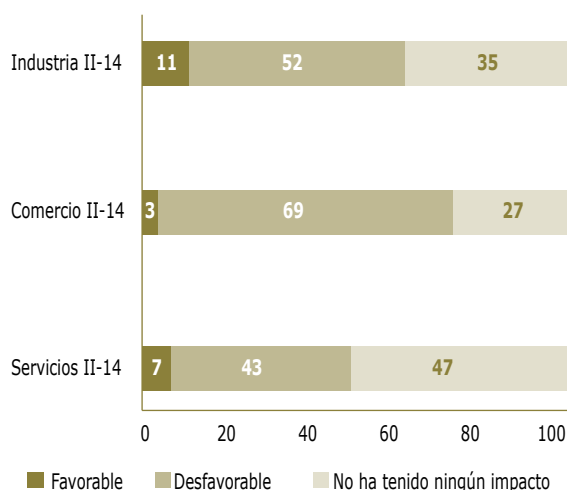
de exportación, ganando una participación considerable pues el año anterior su registro había sido nulo (0%). Por su parte, Estados Unidos, Canadá y México fueron considerados como la segunda opción con el 22%, cifra notoriamente mayor a la observada para el año anterior, cuando había alcanzado solo el 9% de las respuestas (ver gráfico 44).

Gráfico 44. De la siguiente lista de posibles destinos para exportar, ¿a cuál le gustaría y estaría en capacidad de explorar? (%)



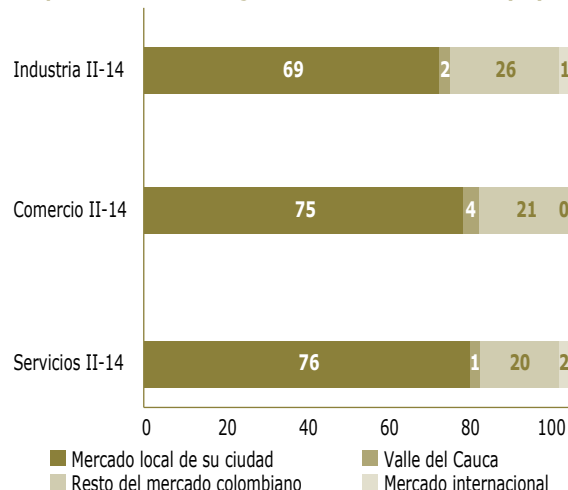
En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes paisas sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la reciente devaluación que ha afrontado el país. Más de un 40% de los encuestados de los tres macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 45). Esta condición es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase de firmas (en el caso de los sectores de industria y servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. Igualmente, el sector servicios fue el que se mostró más indiferente a esta tendencia, pues un 47% de sus firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar.

Gráfico 45. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



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 69% de los entrevistados industriales, un 75% de los comerciales y un 76% de los de servicios), ver gráfico 46. Entre tanto, los empresarios de industria (26% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), frente a sus pares de comercio (21%) y servicios (20%). Cabe destacar que nuevamente se encuentra evidencia de baja apertura comercial de las Pymes, pues las ventas al mercado internacional muestran participaciones inferiores al 5%.

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 2014? (%)

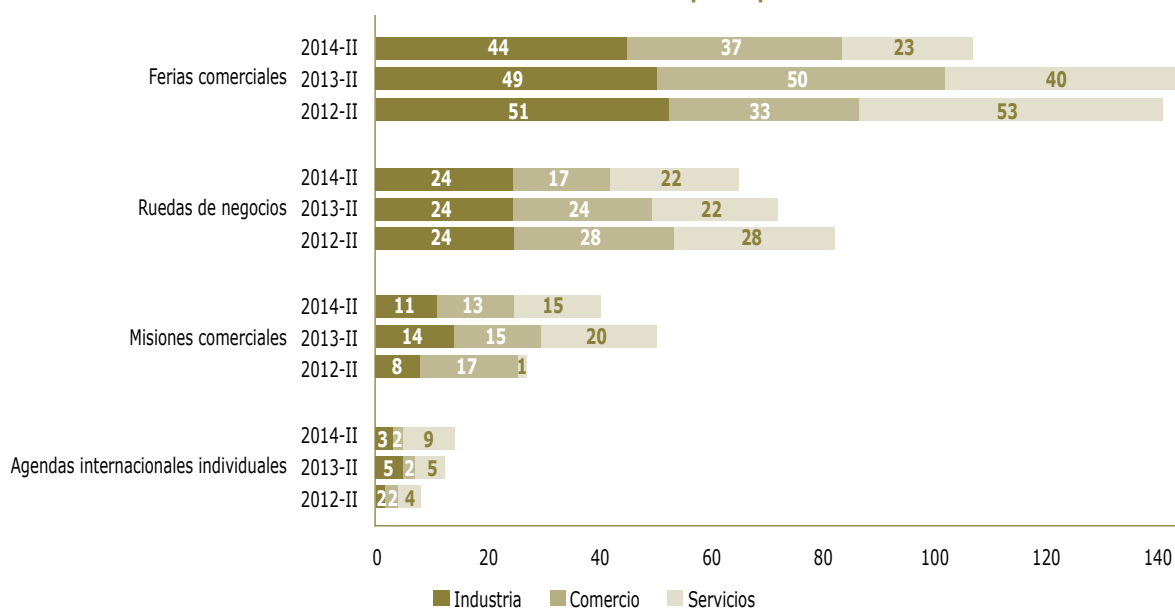


Comercialización

En cuanto a los eventos comerciales, según la última lectura de la Encuesta, los empresarios Pyme de Medellín están más interesados en las ferias comerciales (el 44% de los entrevistados de industria, el 37% de comercio y el 23% de servicios), condición similar a la encontrada para el año anterior (el 49% de

los entrevistados de industria, el 50% de comercio y el 40% de servicios). En segundo lugar, el interés está enfocado en las ruedas de negocio que han alcanzado valores que se ubicaron entre el 17% (comercio) y 24% (industria) de los encuestados en el último año (ver gráfico 47).

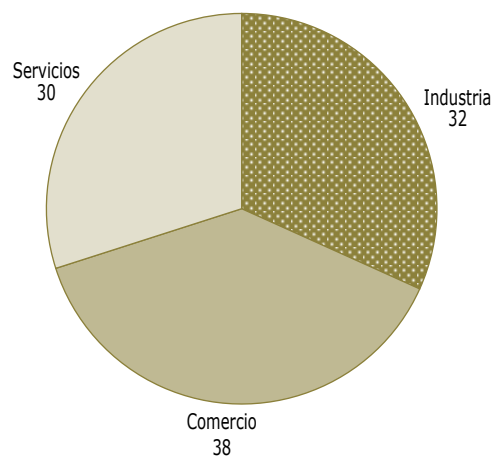
Gráfico 47. ¿En cuál evento comercial estaría más interesado en participar?



La Gran Encuesta Pyme

Pereira

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2014

• Sector industria

En la ciudad de Pereira, la situación económica de las Pymes industriales en el segundo semestre de 2014 presentó un deterioro significativo con relación a lo reportado durante el segundo semestre de 2013. Este sector se caracterizó por ser aquel con las peores percepciones sobre su situación económica general frente al resto de los macrosectores.

El 40% de la Pymes industriales risaraldenses reportó que su situación económica general durante el segundo semestre de 2014 mejoró respecto al primer semestre del mismo año. En contraste con la anterior medición, la proporción de empresas que experimentaron una mejoría en su situación económica actual cayó en 3 puntos porcentuales, pasando del 43% al 40% entre 2013 y 2014. Al mismo tiempo, se observó un importante aumento en el porcentaje de empresas que reportaron deterioro en su situación, pues este pasó del 10% en el segundo semestre de 2013 al 25% para la segunda mitad de 2014. Como consecuencia de lo anterior, el balance de respuestas (diferencia entre las respuestas positivas y negativas) se ubicó en 15 puntos, posicionándose 11 puntos por debajo de lo observado un año atrás y 12 puntos por

debajo de su promedio histórico (ver gráfico 1, sección Pereira).

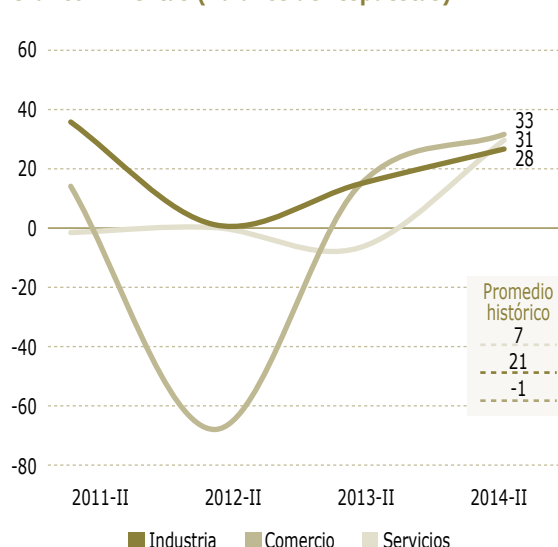
A pesar del deterioro en la percepción de la situación económica general, la apreciación sobre el comportamiento de las ventas del empresariado industrial pereirano mostró indicios de estabilización respecto a la medición anterior. La proporción de encuestados que reportaron una caída en las ventas pasó del 21% observado en 2013-II al 20% en 2014-II, mientras que la proporción de empresarios que afirmaron experimentar una mejora en el volumen de sus ventas aumentó en 11 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando un 48% de las respuestas en 2014-II. En términos del balance de respuestas, este se ubicó en 28 puntos, mostrando un aumento de 12 puntos respecto a la medición anterior y 7 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 2).

En línea con las apreciaciones del comportamiento de las ventas, las Pymes industriales reportaron que el comportamiento de los pedidos fue favorable. En efecto, el balance de respuestas creció de 16

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



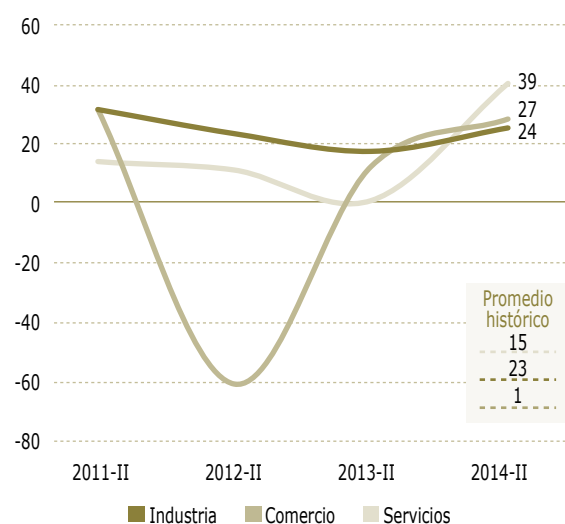
Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)



a 24 entre 2013-II y 2014-II (ver gráfico 3), con lo cual se ubicó 1 punto por debajo del promedio histórico (23). La proporción de Pymes que reportaron aumentos en el volumen de pedidos que recibieron pasó del 32% al 43% durante el segundo semestre de 2014 (+11 puntos porcentuales), mientras que la proporción de empresarios industriales que reportaron una disminución en estos pasó del 16% al 19% (+3 puntos porcentuales) para el mismo período.

En cuanto al nivel de existencias, el 85% de las Pymes manufactureras pereiranas consideró que estas fueron adecuadas para el segundo semestre de

Gráfico 3. Pedidos (Balance de respuestas)



2014, porcentaje menor al 95% alcanzado en 2013-II (ver gráfico 4). Por su parte, la proporción de empresas que consideraron insuficientes sus existencias se redujo del 2% al 1% en el último año, mientras que aquellas que las vieron como excesivas aumentaron del 1% al 11% durante el mismo período. Lo anterior muestra que las Pymes industriales sobreestimaron el incremento en la demanda que se preveía para este año.

Siguiendo la misma dinámica de las ventas y los pedidos, el volumen de producción mostró un comportamiento favorable, como lo muestra el gráfico 5. La cantidad de Pymes que reportaron un aumento en su volumen de producción creció del 34% al 41% entre 2013-II y 2014-II, mientras que la cantidad de Pymes que reportaron una caída en su producción se redujo en 2 puntos porcentuales, pasando del 17% al 15% para el mismo período. Lo anterior se refleja en un aumento en el balance de respuestas, el cual tomó un valor de 26 puntos, cifra superior en 9 puntos al dato observado un año atrás y 3 puntos sobre su promedio histórico. Respecto al nivel de Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), esta se estabilizó en el período 2013-2014. Para esta medición, en promedio, el 50% de las Pymes alcanzó un nivel de UCI del 65% en 2014-II (ver gráfico 6).

Por su parte, la inversión en maquinaria y equipo aumentó. Esto puede observarse en el gráfico 7, donde se muestra que el balance de respuestas aumenta de 21 en 2013-II a 38 en 2014-II. Esto se debió a un aumento en la proporción de empresarios que

Gráfico 4. Existencias (%)

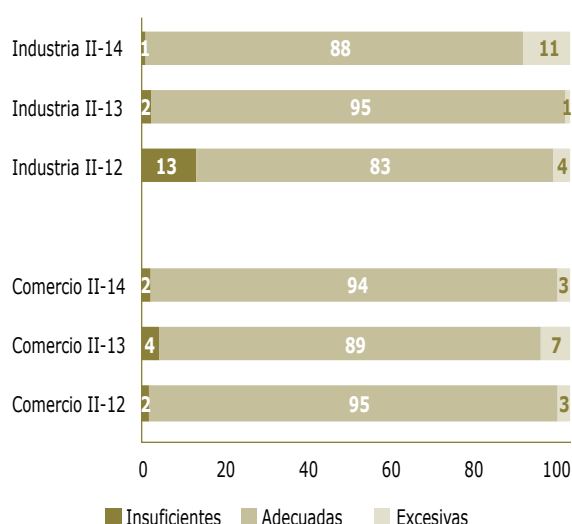
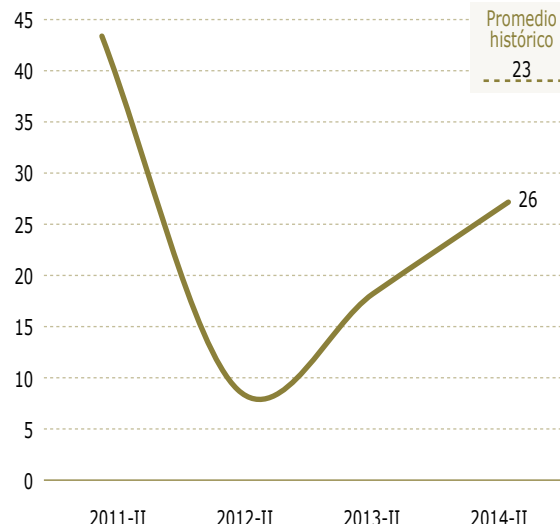


Gráfico 5. Producción industrial (Balance de respuestas)



reportaron incrementos en la inversión (+14 puntos porcentuales) y a una caída en el porcentaje de empresarios que redujeron la inversión en maquinaria para el período (-3 puntos porcentuales).

El comportamiento de los costos de producción fue desfavorable para el empresariado industrial Pyme durante el segundo semestre de 2014. Al preguntar a los empresarios industriales por el comportamiento de los costos de producción, el 64% reportó que estos aumentaron, un 4% repor-

tó que estos disminuyeron y un 30% afirmó que estos no cambiaron en 2014-II. En contraste con el comportamiento de esta variable durante el año anterior, las proporciones fueron del 44%, el 6% y el 79%, respectivamente. De esta forma se observa un incremento de 20 puntos porcentuales en la proporción de empresarios industriales que reportaron un encarecimiento en sus costos de producción y a su vez una caída en 2 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que reportaron un abaratamiento de estos durante el período

Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)

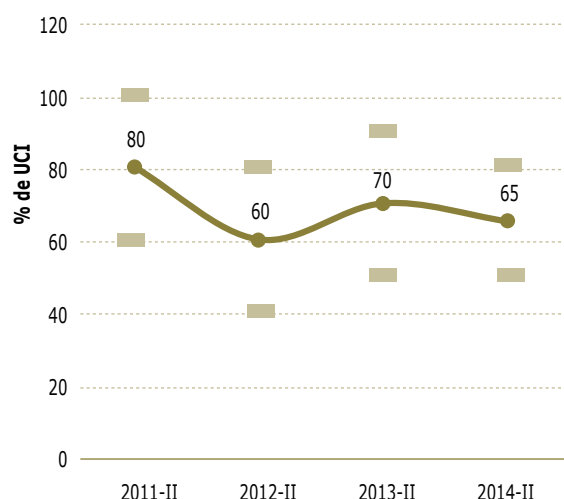


Gráfico 7. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

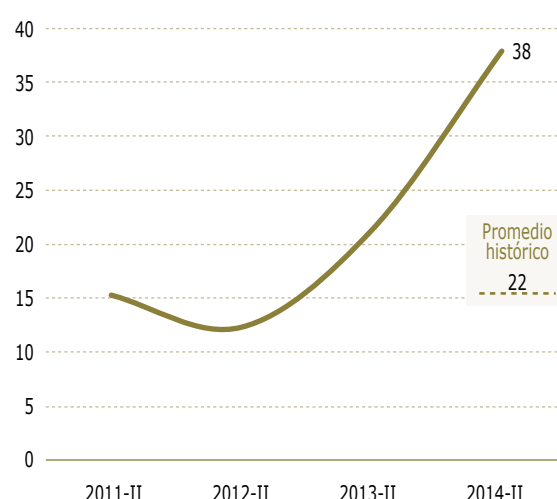


Gráfico 8. Costos (Balance de respuestas)

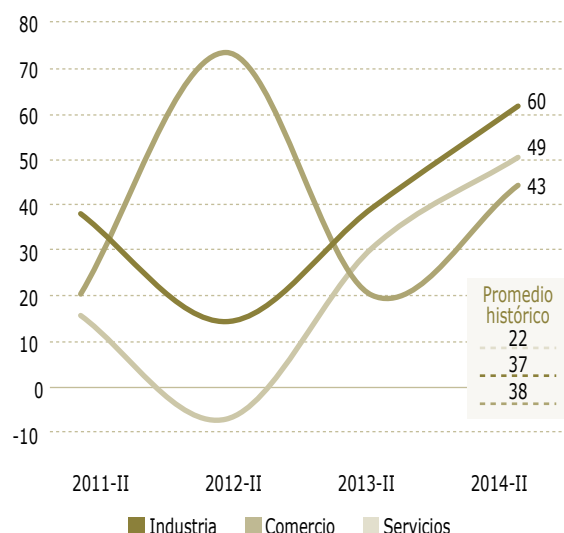
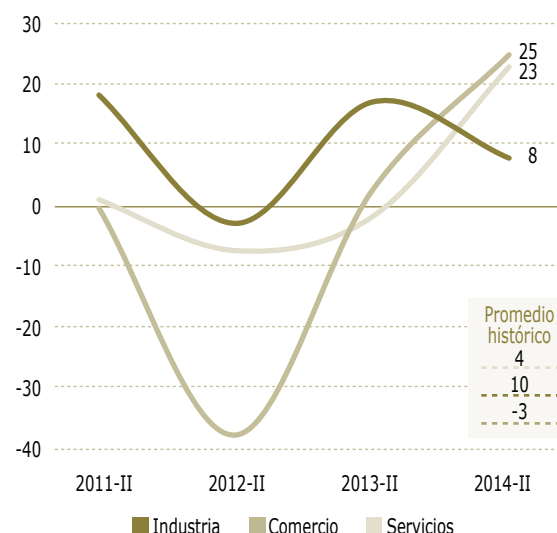


Gráfico 9. Márgenes (Balance de respuestas)



2013-2014. Lo anterior hizo que el balance de respuestas a esta pregunta pasara de 38 en 2013-II a 60 en 2014-II, ver gráfico 8.

En línea con el aumento de los costos, el gráfico 9 muestra una reducción en los márgenes de ganancia del empresariado industrial pereirano. Esto se debió a que hubo una estabilización en la proporción de empresarios que reportaron que sus márgenes crecieron (40% para 2013-II y 2014-II) y, simultáneamente, un aumento de 17 puntos porcentuales en la

proporción de empresarios que afirmaron que sus márgenes se redujeron entre 2013 y 2014 (15% en 2013-II vs. 32% en 2014-II). Todo esto hizo que el balance de respuestas cayera de 25 puntos a 8 puntos durante el segundo semestre de 2014.

La evolución del empleo industrial en el departamento de Risaralda mostró ser la mejor entre los tres macrosectores. De esta forma, el 48% de las Pymes pereiranas afirmó haber incrementado su planta de personal durante 2014-II, cifra superior en 25 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Adicional a lo anterior, la proporción de Pymes industriales que redujeron su planta de personal cayó del 16% en 2013-II al 8% en 2014-II. Así, el balance de respuestas pasó de tomar un valor de 7 puntos en 2013-II a alcanzar un valor de 40 puntos para 2014-II (ver gráfico 10).

El principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras de la ciudad de Pereira para el desarrollo de sus actividades fue la tasa de cambio, concentrando un 25% de las respuestas durante el segundo semestre de 2014. Le siguieron los altos impuestos, con un 16% de las respuestas, y en tercer lugar los cuellos de botella para satisfacer la demanda, con una participación del 15%. El cuarto puesto lo ocupó la falta de demanda, con un 12% de respuestas. De lo anterior cabe anotar que la tasa de cambio mostró un crecimiento importante de 22 puntos porcentuales entre 2013 y 2014. Asimismo, los altos impuestos entran entre los tres principales problemas para el desarrollo de las actividades de estas empresas. Finalmente, la falta de demanda perdió importancia al pasar de la segunda posición de este ranking en 2013-II a la quinta posición en 2014-II, (ver gráfico 11).

Gráfico 10. Empleo (Balance de respuestas)

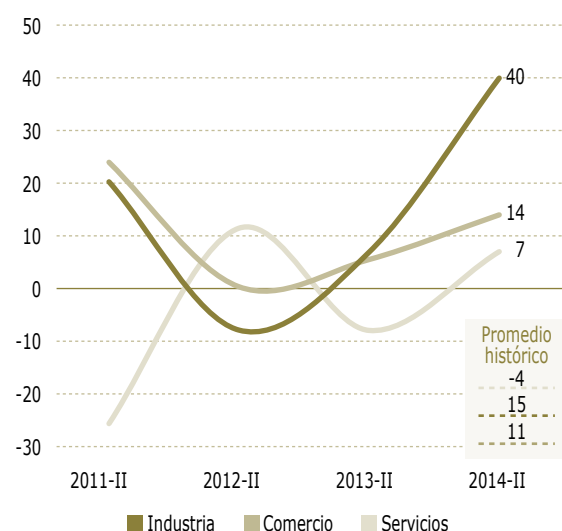
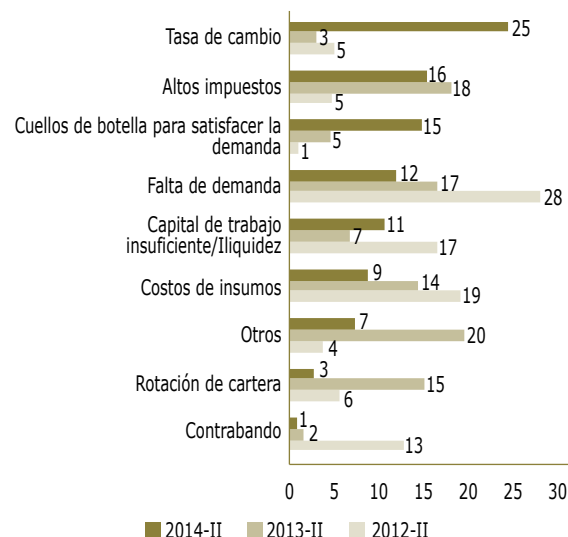


Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

Las percepciones sobre la situación económica general del empresariado Pyme del sector comercio en Pereira se comportaron de forma más moderada que las de los empresarios industriales, pero manteniéndose en el plano optimista. El 46% de los empresarios del sector comercio en Pereira reportó mejoras en su situación económica general durante el segundo semestre de 2014, mostrando un incremento de 9 puntos porcentuales frente al dato de 2013-II. No obstante, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento aumentó del 16% al 20% en 2014-II, siendo este un cambio menor (+4

puntos porcentuales) para el mismo período, lo que hizo que el balance de respuestas aumentara de 21 a 26 entre 2013-II y 2014-II (ver gráfico 1).

En el campo de las ventas de las Pymes comerciales risaraldenses, como lo muestra el gráfico 2, se puede ver que se continúa observando una recuperación de la tendencia desfavorable que venían enfrentando los empresarios desde el período 2012-II. El 52% de los encuestados reportó un aumento en sus ventas en 2014-II, dato superior en 18 puntos porcentuales al del año anterior (34%). Asimismo, se estabilizó la proporción de las Pymes comerciales que vieron una caída en sus ventas para 2014-II (19%), lo cual implica un aumento en el balance de respuestas de 17 puntos.

En línea con el comportamiento favorable de las ventas, la proporción de Pymes comerciales que reportaron un aumento en el volumen de pedidos del sector comercial pasó del 34% en 2013-II al 45% en 2014-II. Al mismo tiempo, las Pymes que reportaron una caída en el volumen de pedidos se redujo del 23% al 18% entre 2013-II y 2014-II. En consecuencia, el balance de respuestas aumentó en 16 puntos, pasando de 11 en 2013-II a 27 en 2014-II (ver gráfico 3).

En cuanto al nivel de existencias, un 94% de las Pymes considera que estas son adecuadas, porcentaje superior al 89% de 2013-II (ver gráfico 4). Adicional a esto, el porcentaje de empresas que reportaron que

sus existencias fueron excesivas o inexistentes se redujo. La proporción de empresas que reportaron que sus existencias fueron excesivas pasó del 7% en 2013-II al 3% en 2014-II. De la misma forma, el porcentaje de empresas que reportaron que sus existencias fueron insuficientes pasó del 4% en 2013-II al 2% en 2014-II. Esto sugiere que las empresas del sector han ajustado sus expectativas de demanda a la evolución de esta.

En términos de costos, un 54% de los encuestados enfrentó un aumento en los costos de ventas, mientras que un 11% percibió caídas en estos. Con relación a la medición anterior, el porcentaje de empresarios comerciales que enfrentaron alzas en sus costos aumentó en 26 puntos porcentuales. Asimismo, el porcentaje de empresarios que reportaron reducciones en sus costos aumentó 3 puntos porcentuales. Lo anterior hizo que el balance de respuestas aumentara de 19 en 2013-II a 43 en 2014-II, ubicándose 5 puntos por encima del promedio histórico (ver gráfico 8).

A pesar del comportamiento de los costos, los márgenes de ganancia de los empresarios del sector comercial mostraron ser favorables para el segundo semestre de 2014. Esto se evidencia en que se encontró que un 40% de los encuestados vio incrementados sus márgenes en 2014-II (vs. un 27% en 2013-II). En contraste, un 15% indicó que estos disminuyeron, cifra 9 puntos porcentuales menor a la observada en el segundo semestre de 2013 (ver gráfico 9).

Gráfico 12. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

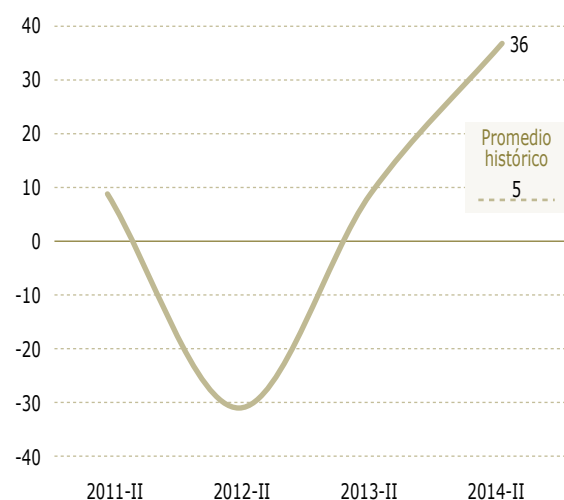
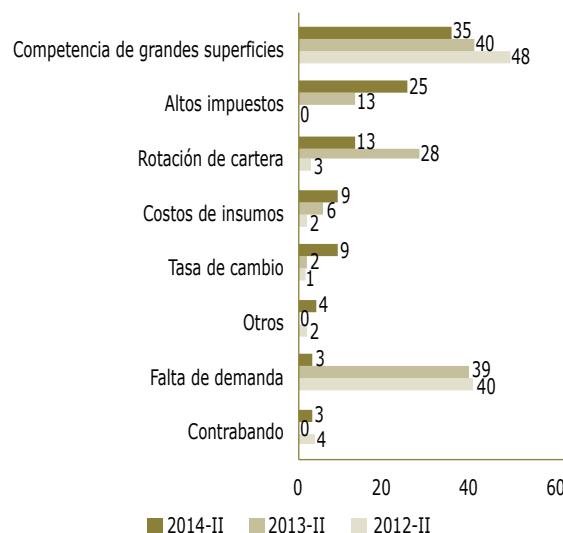


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



La dinámica del empleo del sector siguió estabilizándose durante el segundo semestre de 2014. De hecho, el 28% de las Pymes del sector en Pereira incrementó el número de trabajadores, un 14% reportó una caída en su planta de personal y un 58% dijo mantener constante el número de empleados. En contraste con 2013-II, se vio un aumento en la proporción de empresas que aumentaron la cantidad de empleados (20% en 2013-II) y reducciones en la proporción de empresas que disminuyeron su planta de personal (15% en 2013-II) y la mantuvieron estable (65% en 2013-II) (ver gráfico 10).

De acuerdo con el comportamiento de los volúmenes de ventas y pedidos, la superficie de ventas aumentó en la ciudad de Pereira. Lo anterior es consecuencia tanto del crecimiento de la proporción de firmas del sector que reportaron que su superficie de ventas aumentó respecto al año anterior (25% en 2013-II vs. 45% en 2014-II), como de la disminución en la proporción de firmas que reportaron reducciones en esta variable (17% en 2013-II vs. 9% en 2014-II). Por ello, el balance de respuestas pasó de 8 puntos en 2013-II a 36 puntos en 2014-II (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Pereira en el desarrollo de sus actividades fue la competencia de las grandes superficies, con un 35% de los encuestados. En segundo lugar se ubicaron los altos impuestos, con un 25% de las respuestas. El tercer lugar lo ocupó la rotación de cartera, con un 13% de las respuestas, y el cuarto lugar lo ocupó el costo de los insumos, con el 9% de las respuestas (ver gráfico 13).

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Pereira sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2014 mostró la evolución más favorable de todos los sectores analizados. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios aumentó del 25% al 41% respecto al segundo semestre del año 2014. Por su parte, el porcentaje de quienes indicaron un deterioro cayó, pasando del 19% al 2% durante el mismo período. Esto se ve en el gráfico 1, donde hay un rebote del balance de respuestas de 6 en 2013-II a 39 en 2014-II.

Por otra parte, los empresarios Pyme risaraldenses de este sector reportaron que el volumen de ventas de sus empresas tuvo una tendencia mucho más favorable que la observada en 2013-II. Así, un 41% manifestó que estas se habían incrementado (12 puntos por encima del dato del año anterior) en 2014-II y un 10% manifestó lo contrario (vs. el 34% de 2013-II). La proporción de los que reportaron que sus ventas se habían mantenido estables fue del 49%, cifra superior a la de un año atrás que fue del 36%. En términos del balance de respuestas, este creció en 37 puntos, ubicándose en 31 para 2014-II (ver gráfico 2).

El volumen de pedidos volvió a ubicarse en el plano positivo, reversándose una desaceleración en las respuestas positivas. El porcentaje de Pymes de servicios en Pereira que observaron un incremento de esta variable fue del 39% en 2014-II, superior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento decreciente (0%) en el mismo período. La proporción de respuestas afirmativas presentó un incremento de 13 puntos porcentuales con respecto al dato de 2013-II (26%), lo cual hace que el balance de respuestas se ubique en 39 (ver gráfico 3).

Al igual que las Pymes industriales y comerciales, los costos de operación de las Pymes prestadoras de servicios aumentaron para el segundo semestre de 2014. El 55% de las Pymes de servicios pereiranas reportó que sus costos de operación habían aumentado en el segundo semestre de 2014, un 6% que habían disminuido y un 39% indicó que estos se mantuvieron iguales (ver gráfico 8). Esto significa que hubo una tendencia al alza de los costos. Sin embargo, este incremento en los costos no se tradujo en una reducción en los márgenes de ganancia de las empresas. En efecto, el porcentaje de Pymes de servicios de esta ciudad que incrementaron sus márgenes pasó del 26% en 2013-II al 30% en 2014-II, mientras que el de aquellas cuyos márgenes disminuyeron se redujo del 28% al 7% en el mismo período. Esto permitió el aumento del balance de respuestas, el cual pasó de -2 en 2013-II a 23 en 2014-II (ver gráfico 9).

Los resultados en materia de empleo muestran una dinámica favorable en temas de contratación. El porcentaje de empresas que incrementaron su planta de personal fue del 21% en el segundo semestre de 2014, 4 puntos porcentuales por encima

del dato de 2013-II. Asimismo, hubo una reducción en 11 puntos porcentuales (25% en 2013-II vs. 14% en 2014-II) en la proporción de empresas que reportaron contracciones en su planta de personal. Lo anterior generó un incremento en el balance de respuestas de -8 en 2013 a 7 en la presente medición (ver gráfico 10).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes prestadoras de servicios de Pereira en el desarrollo de sus actividades fue la rotación de cartera, con un 25% de los encuestados. En segundo lugar se ubicó la competencia, con un 10% de las respuestas. El tercer lugar lo ocuparon los altos impuestos, con un 10% de las respuestas, y el cuarto lugar lo ocupó la falta de demanda, con el 8% de las respuestas (ver gráfico 14).

Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2015

• Sector industria

El 36% de los empresarios industriales pereiranos encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable (cifra inferior al 57% de 2014-I). A su vez, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas creció del 6% en 2014-I al 15% en 2015-I. En

términos del balance de respuestas, este se contrajo en 30 puntos, ubicándose en 21, es decir 10 puntos por debajo de su valor histórico (ver gráfico 15).

Sobre el nivel de producción industrial, la mayoría de empresarios de esta ciudad preveía una desaceleración

Gráfico 15. Desempeño general (Balance de respuestas)

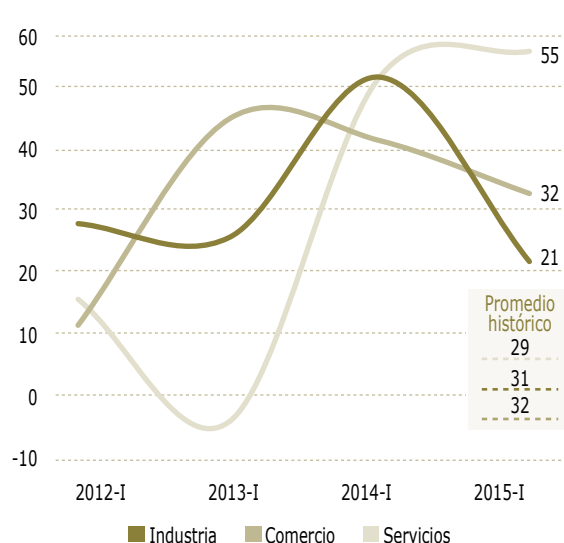
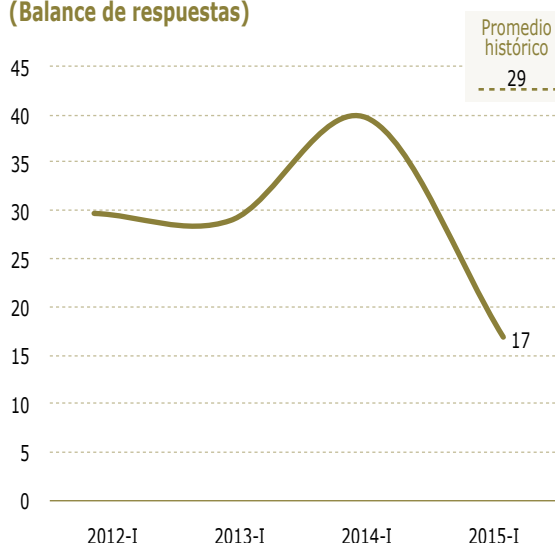


Gráfico 16. Expectativa producción industrial (Balance de respuestas)



para 2015-I. De hecho, el 38% de los empresarios indicó que esta variable crecería, cuando este porcentaje fue del 51% un año atrás. Esto coincidió con un aumento en la proporción de respuestas negativas, que pasó del 11% al 21% para el mismo período, generando un desplome del balance de respuestas de 23 puntos, tomando un valor de 17 puntos para 2015-I (ver gráfico 16).

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras de Pereira tuvieron las perspectivas menos optimistas de los tres macrosectores. El 39% de los empresarios opinó que estos crecerían (vs. un 51% que lo hizo para 2014-I), mientras que un 21% indicó que esperaba lo contrario (cifra superior al 11% observado para el primer semestre de 2014). El balance de respuestas cayó hasta 18 para 2015-I (ver gráfico 17).

Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras de Pereira consideraban que esta crecería en el 36% de los casos en 2015-I, cifra marginalmente superior al dato del año anterior (ver gráfico 18). En contraste, el porcentaje de respuestas negativas creció en 7 puntos porcentuales, pasando del 11% al 18% entre 2014-I y 2015-I, lo que muestra que para esta variable también se observó un deterioro en su perspectiva de comportamiento para 2015-I.

• Sector comercio

El 46% de las Pymes comerciales risaraldenses esperaba que su desempeño general en el primer semestre

de 2015 fuera positivo, mientras que el 27% lo consideraba incierto y un 14% 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 reducción en 5 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas favorables y un aumento en 4 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas negativas entre 2014-I y 2015-I. Lo anterior puede verse en el gráfico 15, donde estas perspectivas se ven reflejadas en la caída del balance de respuestas al pasar de 41 puntos en 2014-I a 32 puntos en 2015-I.

En línea con las perspectivas sobre la situación económica, las perspectivas sobre el dinamismo de la demanda parecen no ser favorables. Las Pymes comerciales de Pereira reportaron expectativas no tan optimistas para 2015-I. A nivel de pedidos, el 55% indicaba que estos aumentarían en 2015-I (1 punto porcentual por encima del registro del año anterior) frente a un 19% que esperaba lo contrario (cifra superior en 4 puntos porcentuales a la de 2014-I). Esta tendencia se refleja en la caída del balance de respuestas de 41 a 36 para 2015-I (ver gráfico 17).

En lo correspondiente a las ventas, se observó la misma tendencia sobre las perspectivas del volumen de pedidos recibidos. Así, mientras que un 57% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2014 se incrementaran (valor equivalente al registro del año anterior), el 26% preveía una caída de esta variable (cifra 13 puntos porcentuales superior a lo observado para 2014-I). El gráfico 19 muestra cómo cayó el balance de respuestas, el cual pasó de 44 en 2014 a 31 para 2015.

Gráfico 17. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

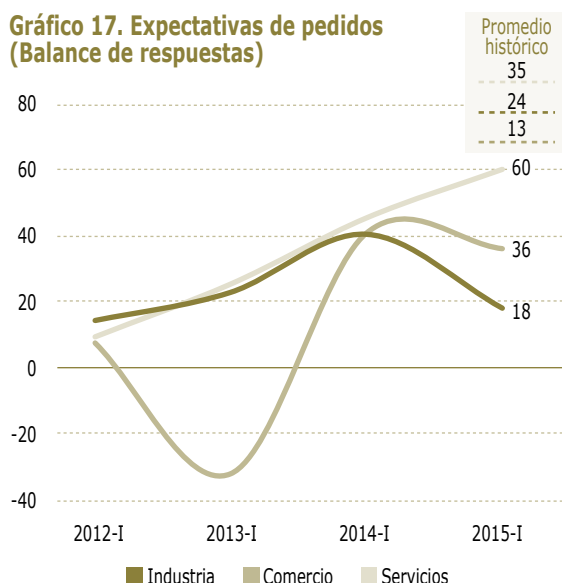
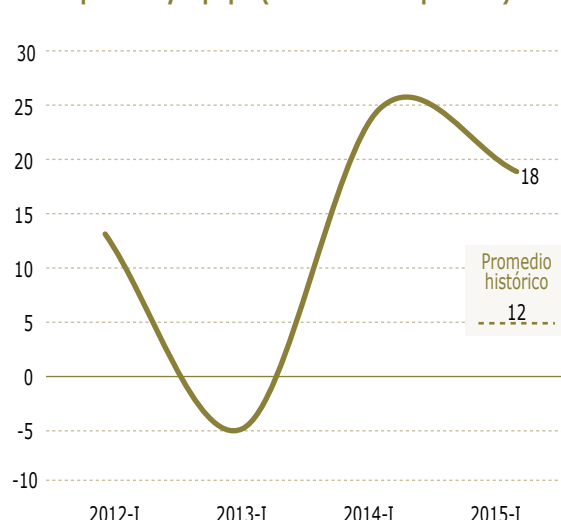


Gráfico 18. Sector industria: expectativa de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



• Sector servicios

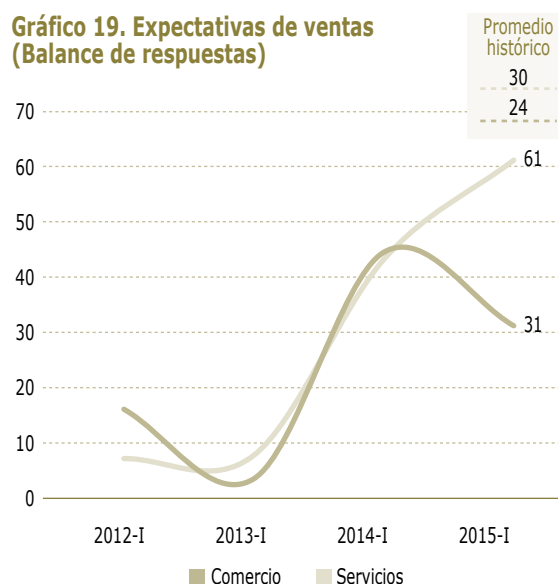
A diferencia de los empresarios de los sectores de industria y comercio, la tendencia sobre las perspectivas del desempeño general de las empresas de servicios en Pereira es positiva. Un 59% de los empresarios del sector servicios consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2015 sería favorable. Este valor es 4 puntos porcentuales más alto que el registrado un año atrás. Por el contrario, un 4% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra marginalmente menor a la encontrada en 2014-I (ver gráfico 16).

En línea con lo anterior, las expectativas frente a la demanda fueron optimistas. A nivel de pedidos, un 65% opinó que crecerían en 2015-I, cuando este porcentaje alcanzó el 59% para 2014-I. Del mismo modo, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos cayó del 14% en el primer semestre de 2014 a un 5% para el mismo período de 2015 (ver gráfico 17).

De manera similar, para el nivel de ventas también se observan expectativas favorables respecto a las registradas un año atrás. El 57% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas

aumentarían (cifra equivalente a la observada el año anterior), mientras que un 8% opinó que estas se reducirían (vs. un 14% que lo consideraba para 2014-I). El balance de respuestas aumentó de 43 a 61, lo cual reafirma la actitud positiva del empresario del sector servicios de la ciudad de Pereira (ver gráfico 19).

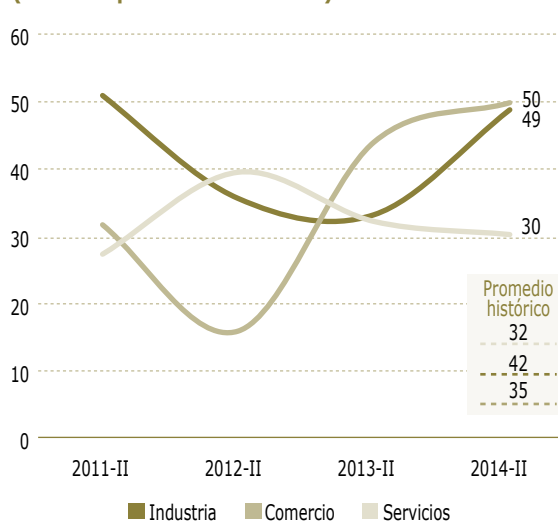
Gráfico 19. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



Financiamiento

Para los sectores Pyme industrial y comercial de la ciudad de Pereira, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó variaciones positivas significativas en el segundo semestre de 2014 con respecto al mismo semestre de 2013. En efecto, para la industria Pyme, la proporción de solicitudes de crédito creció del 33% al 49% entre 2013-II y 2014-II, mientras que en el caso del sector comercio se observó un aumento menor al pasar del 44% al 50% durante dicho período (ver gráfico 20). Por el contrario, en el sector servicios se observó una ligera reducción de las solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero cayó del 32% al 30% durante el último año. De cualquier forma, como en anteriores mediciones, más de la mitad de todos los empresarios de Pereira no solicitó crédito al sistema financiero formal.

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



Por su parte, la tasa de aprobación se mantuvo alta en los tres macrosectores. En el sector industrial la tasa de aprobación presentó un aumento importante, pasando del 90% al 100% entre 2013-II y 2014-II (ver gráfico 21). A los empresarios de comercio les aprobaron el 97% de los créditos solicitados, cayendo 1 punto porcentual respecto a la medición anterior. De la misma forma, a los empresarios del sector servicios se les aprobó el 95% de las solicitudes, reduciéndose esta tasa de forma marginal frente a lo observado un año atrás. En lo referente a las condiciones de plazo de los préstamos aprobados vs. los solicitados, no se encontró

un comportamiento homogéneo entre estas dos variables para los tres macrosectores en la ciudad de Pereira. En el caso de la industria, el crédito más solicitado y aprobado fue el de largo plazo (48% de aprobaciones y 52% de solicitudes). A diferencia de las Pymes industriales, las Pymes de comercio solicitaron en mayor proporción préstamos de mediano plazo (39%), pero les fueron aprobados en mayor medida préstamos de corto plazo (38%). Para el sector servicios, el comportamiento de estas variables fue similar a lo observado en el caso de la industria, ya que la mayor proporción de préstamos solicitados y aprobados fue de largo plazo (46% de los créditos

Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

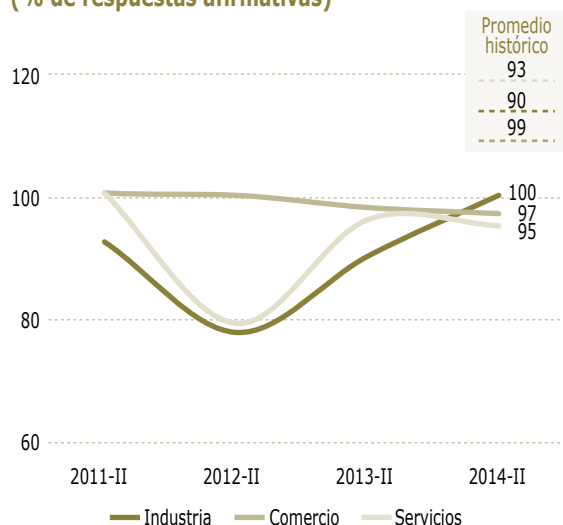


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

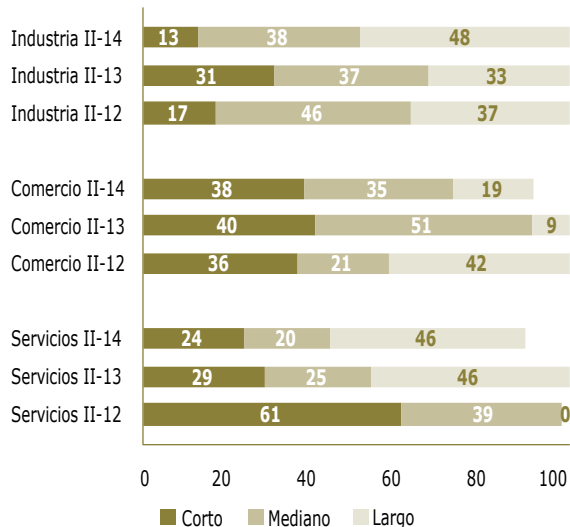


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

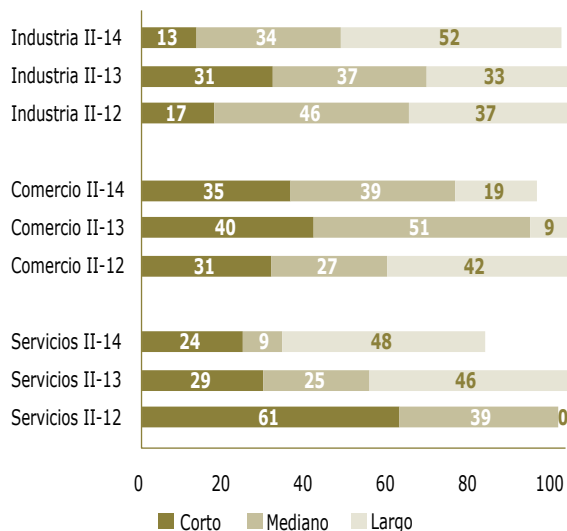
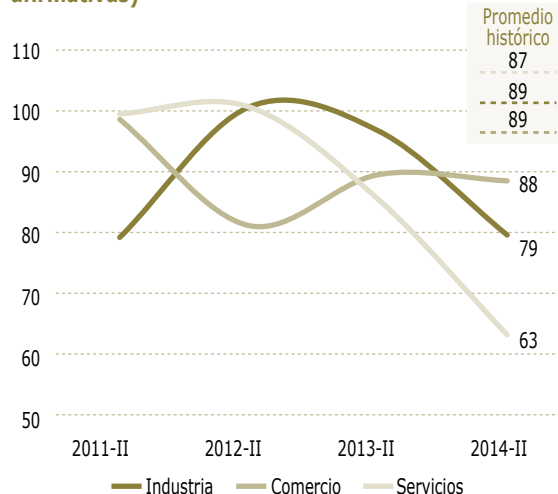


Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



aprobados y 48% de los préstamos solicitados), (ver gráficos 22 y 23).

A su vez, los niveles de satisfacción respecto al monto del crédito aprobado en las Pymes pereiranas mostraron un importante deterioro, aunque se mantuvieron por encima del 63% para los tres macrosectores (ver gráfico 24). Esto refleja la necesidad por armonizar la oferta del sistema financiero y las necesidades del sector real en la ciudad de Pereira. Cabe destacar que el sector con la mayor reducción en la tasa de satisfacción fue el sector servicios, ya que esta tasa cayó en 22 puntos porcentuales entre 2013-II y 2014-II.

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 fue de hasta DTF+4 puntos, con un 17% de Pymes industriales, un 44% de Pymes comerciales y un 32% de Pymes de servicios en el segundo semestre de 2014. No obstante, estos porcentajes fueron inferiores a los encontrados en 2013-II (ver gráficos 25, 26 y 27). Cabe resaltar que para esta medición hubo un aumento de 9 puntos porcentuales en la proporción de empresarios del sector servicios que recibieron tasas de más de DTF+8 puntos para este período.

Gráfico 25. Sector industria: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

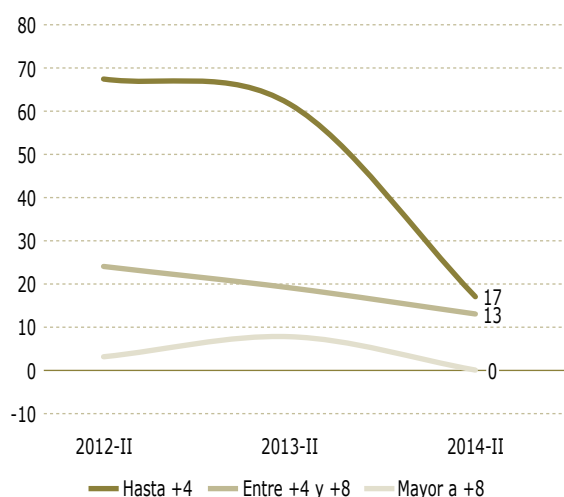


Gráfico 26. Sector comercio: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

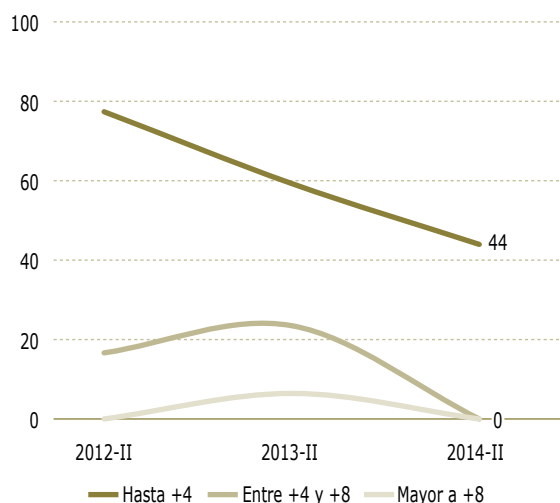


Gráfico 27. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

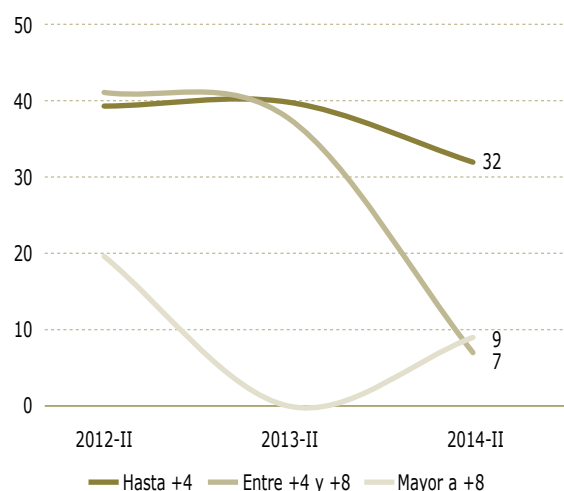
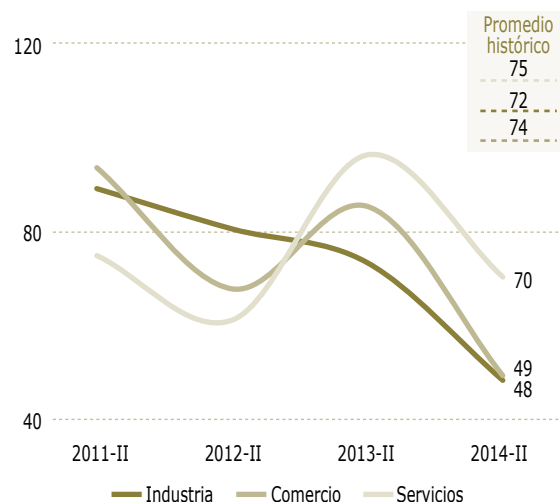


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



Lo anterior permite explicar por qué los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2014 fueron menores a los reportados en el mismo período de 2013, manteniéndose por encima del 48%. Los tres sectores presentaron una caída importante en esta variable, donde la tasa de satisfacción cayó 25 puntos porcentuales para el sector industrial, 36 puntos porcentuales para el sector comercial y 26 puntos porcentuales para el sector servicios para el período 2013-2014 (ver gráfico 28).

Los recursos solicitados por las Pymes risalraldenses al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo: un 81% de Pymes industriales, un 80% de Pymes comerciales y un 57% de Pymes de servicios en el segundo semestre de 2014. Las Pymes industriales y las comerciales destinaron, en segundo lugar, estos recursos a remodelaciones o adecuaciones (7% y 12%). En segundo lugar, las Pymes de servicios emplearon estos recursos en compra o arriendo de maquinaria (18%). En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, entre el 42% y el 63% de las

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

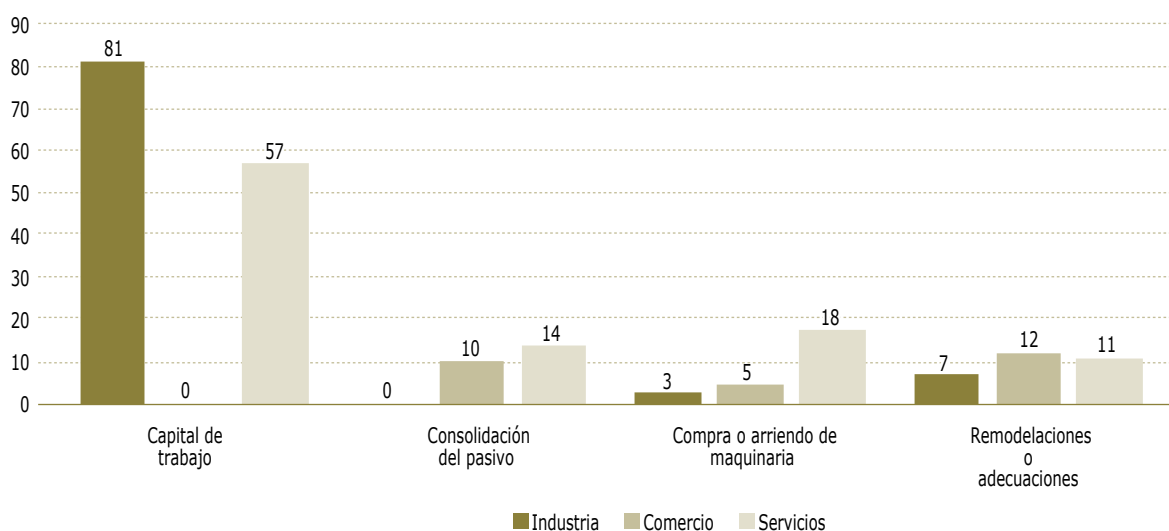
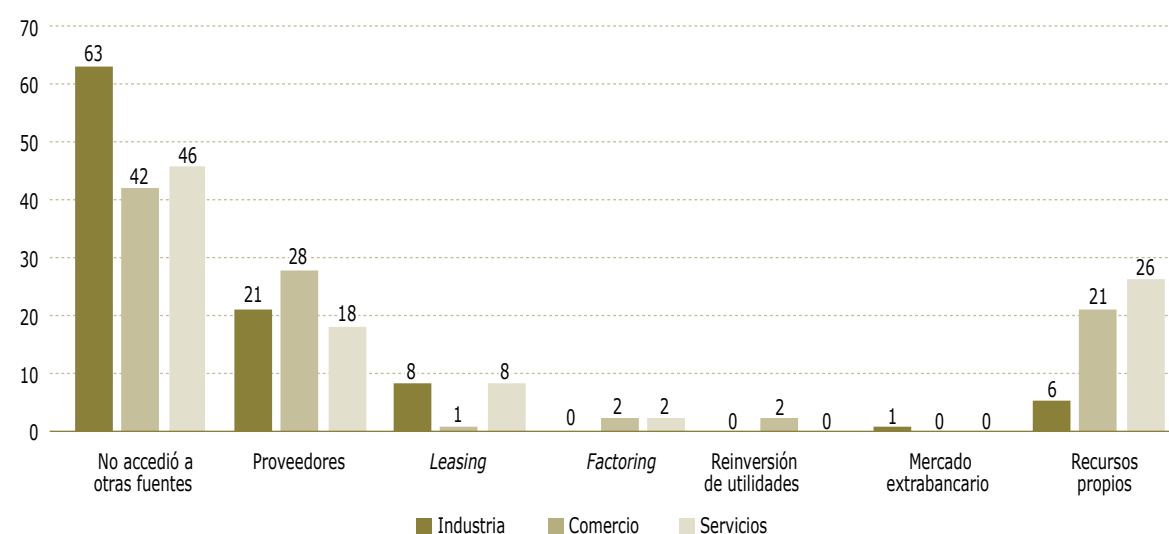


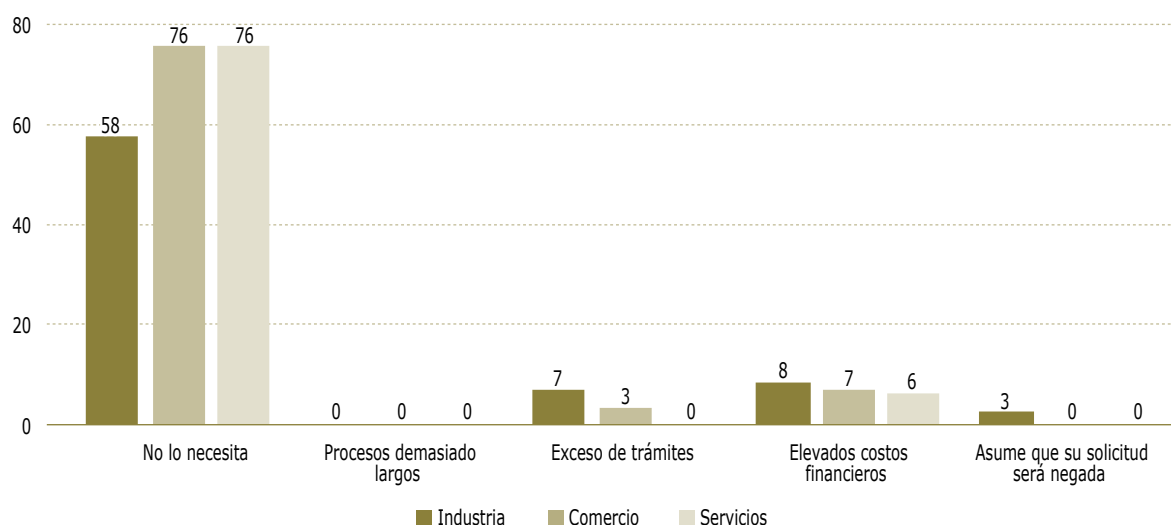
Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



Pymes pereiranas consultadas no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2014. Los proveedores siguen siendo la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes industriales y comerciales. Esto es especialmente importante en el sector comercial, donde un 28% afirmó haber usado este mecanismo de financiamiento (ver gráfico 30).

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 58% en industria y un 76% en comercio y servicios). En segundo lugar se ubicó el hecho de que los empresarios perciben muy elevados los costos financieros, con un 8% de las respuestas en industria, un 7% en comercio y un 6% en servicios (ver gráfico 31).

Gráfico 31. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

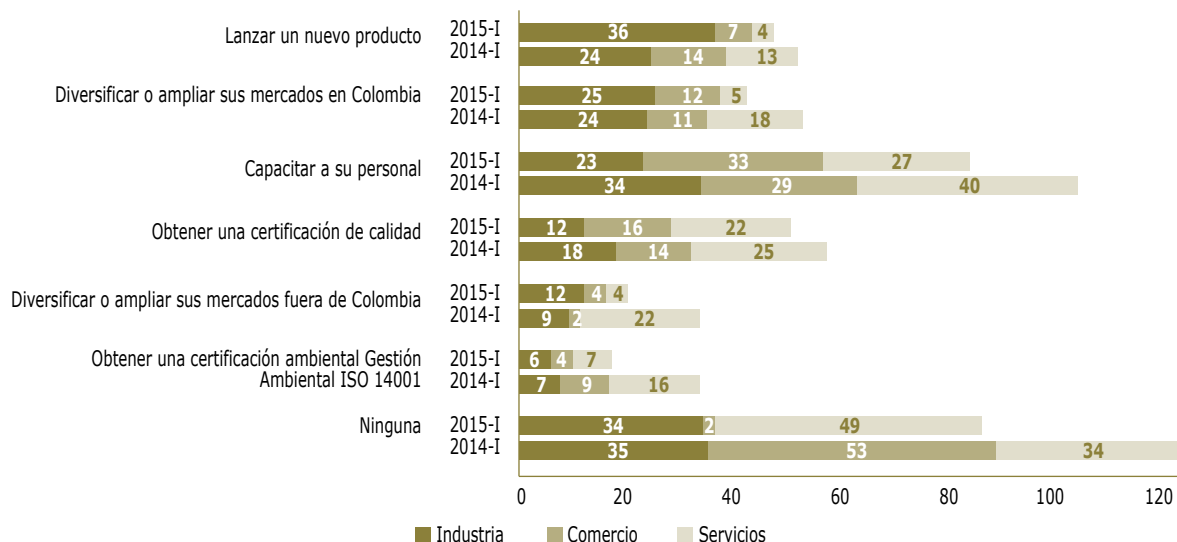


Acciones de mejoramiento

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 32 se observa cómo el porcentaje de Pymes risaraldenses que desarrollaron recientemente alguna acción para incrementar su competitividad fue del 66% en industria, el 53% en comercio y el 51% en servicios. Para los sectores de industria y comercio, el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción de mejoramiento aumentó con respecto al año anterior, este aumento fue de 1 y 6 puntos porcentuales respectivamente. En el sector de servicios hubo una caída en la proporción de Pymes que tomaron este tipo

de acciones, esta proporción pasó del 66% en 2014-I al 51% en 2015-I. Lanzar un nuevo producto fue la principal acción de mejoramiento de las Pymes industriales, con un 36% de respuestas. Para las Pymes comerciales y de servicios, la principal acción de mejoramiento fue capacitar a su personal, con un 33% y un 27% de las respuestas de los encuestados. La segunda acción más implementada por las Pymes industriales fue diversificar o ampliar sus mercados en Colombia, con una proporción del 25% de respuestas. Para las Pymes comerciales y de servicios, esta posición fue tomada por la obtención de una certificación de calidad, con proporciones del 16% y el 22% de las respuestas de los encuestados.

Gráfico 32. Acciones de mejoramiento (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Pereira.

El gráfico 33 muestra que para la ciudad de Pereira, la mayor proporción de empresas Pyme industriales tiene una antigüedad de más de 22 años (31%), mientras que la mayoría de las Pymes de comercio y servicios está en el rango de antigüedad entre los 6 y los 10

Gráfico 33. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

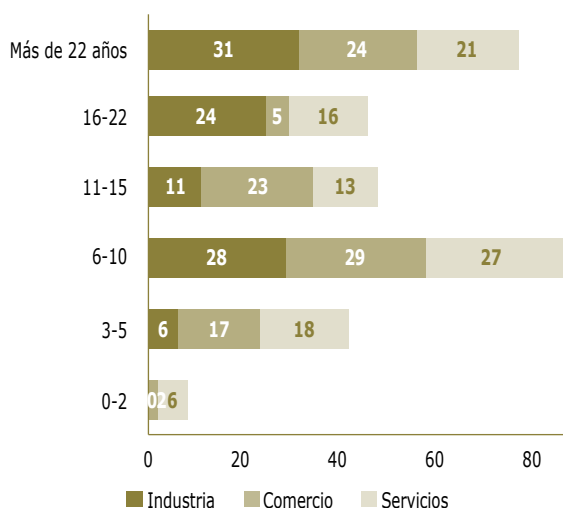
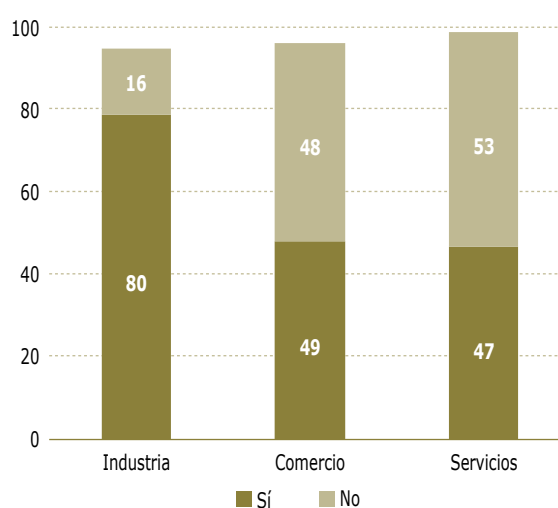


Gráfico 34. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)



años (29% y 27% respectivamente). Cabe anotar que la mayor concentración de empresas industriales se da a partir de los 16 años de antigüedad. En el caso de las empresas comerciales, el comportamiento es diferente ya que hay una concentración importante entre los 3 y los 15 años y entre los 6 y 22 años. Las empresas de servicios en la capital risaraldense parecen estar concentradas a partir del rango entre los 3 y los 5 años.

Al indagar por el gerente de la Pyme, los gráficos 34, 35, 36 y 37 muestran que entre el 49% y el 80% de los gerentes de las Pymes son sus dueños; entre el 68% y el

83% son hombres; para los sectores de industria y comercio entre el 32% y el 36% está entre los 46 y 55 años de edad, mientras que en el caso de las empresas de servicios, estos están entre los 36 y los 45 años. Finalmente, entre el 50% y el 64% de los gerentes del segmento Pyme risaraldense ha culminado estudios universitarios.

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas industriales son en un 40% de propiedad familiar, mientras que las Pymes comerciales y de servicios lo son en un 49% y un 25% de los casos. Las mayores proporciones de Pymes de servicios no son

Gráfico 35. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

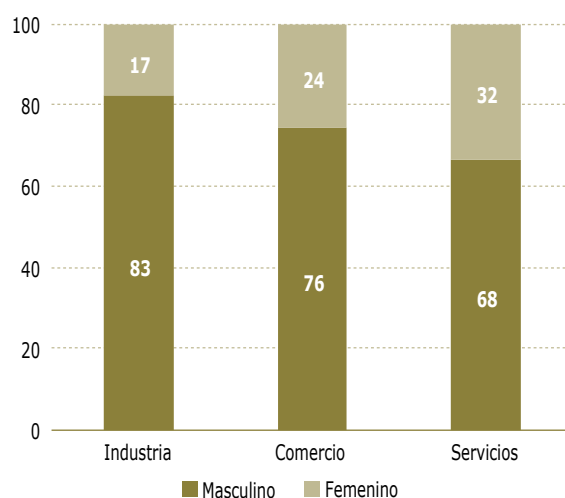


Gráfico 36. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)

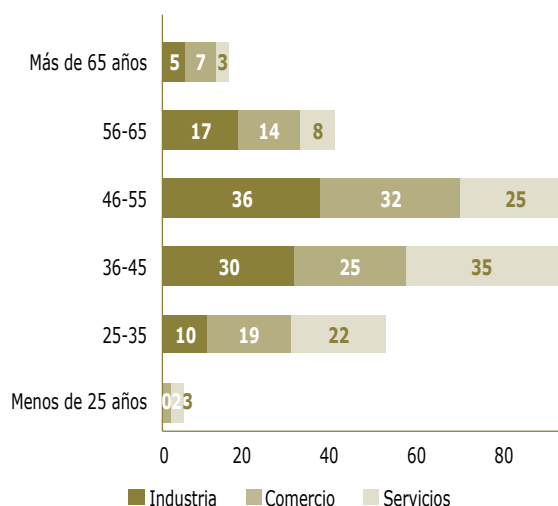


Gráfico 37. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

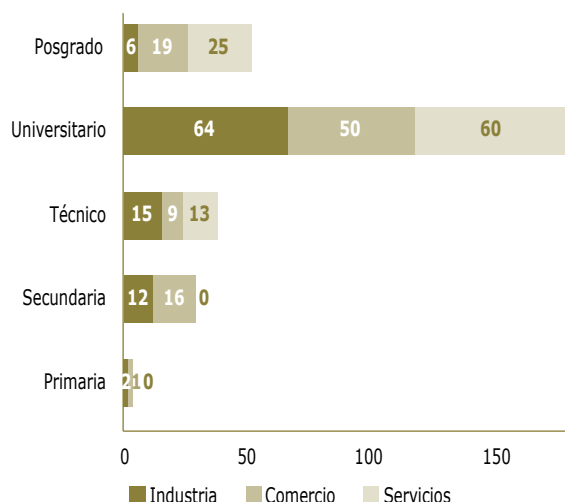
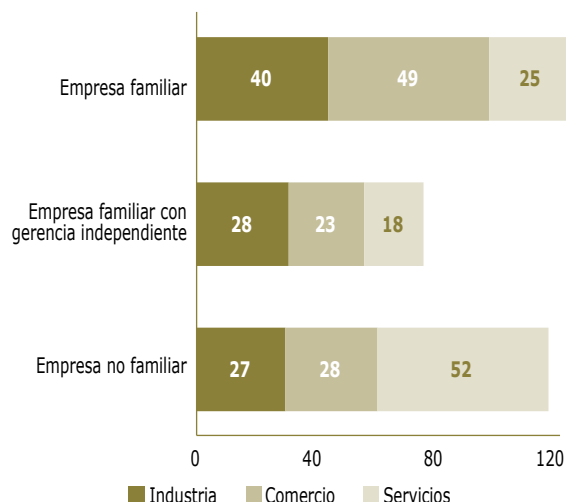


Gráfico 38. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)



familiares (52% de los encuestados del sector). Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos, a lo cual, de forma general, los empresarios de los tres macrosectores respondieron no emplearlos (74% industria, 59% comercio y 62% servicios). Cabe anotar que entre el 0% y el 10% de los encuestados respondió no conocer lo que es un protocolo de sucesión, lo cual sugiere que existe un conocimiento en las Pymes familiares respecto a este

tipo de instrumentos para garantizar la longevidad de las Pymes a través de distintas generaciones familiares.

Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme risaraldenses si la empresa había alterado o mantenido la actividad económica de la empresa. A lo anterior, el 67% de las Pymes industriales, el 84% de las Pymes comerciales y el 74% de las Pymes de servicios respondieron haber mantenido la actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente.

Gráfico 39. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

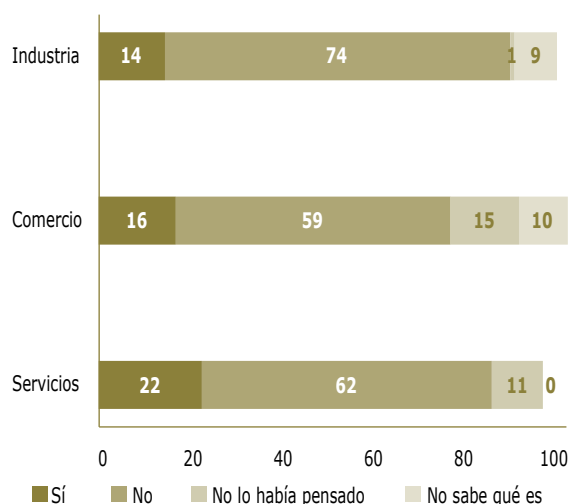
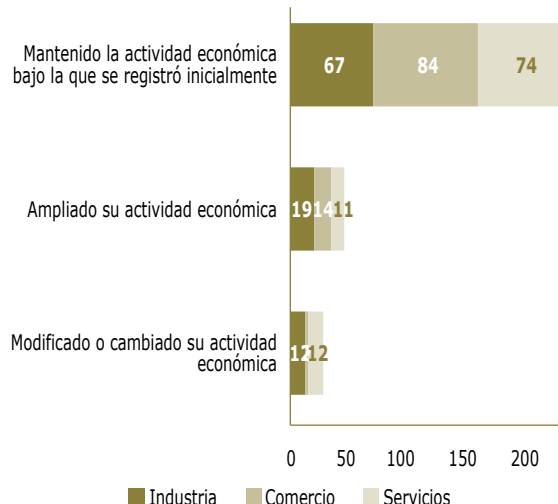


Gráfico 40. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, se encontró que un 87% de las Pymes industriales y un 95% de las Pymes de servicios no exportaron durante el segundo semestre de 2014. Adicional a esto, como lo muestra el gráfico 41, solo el 2% del empresariado industrial reportó aumentar su volumen de exportaciones, cifra que fue equivalente al 0% en el sector servicios. El 3% de los encuestados del sector industrial reportó una caída en su volumen de exportaciones, mientras que en servicios la proporción de encuestados que afirmaron experimentar reducciones en su volumen de exportación fue del 0% para 2014-II. Al contrastar estas cifras con lo observado un año atrás, puede observarse que se dieron avances para el sector servicios y retrocesos para el sector industrial. La proporción de Pymes industriales que no exportaron creció en 4 puntos porcentuales entre 2013-II y 2014-

II, mientras que la proporción de Pymes de servicios que no exportaron se redujo en 3 puntos porcentuales para el mismo período.

Con relación a las expectativas sobre las exportaciones, el 78% de las Pymes industriales y el 79% de las Pymes de servicios no previeron exportar durante 2015-I. El gráfico 42 muestra que el 5% de las Pymes industriales y el 1% de las Pymes de servicios esperaban aumentar sus volúmenes de exportaciones, cifras inferiores a lo observado un año atrás en 1 punto porcentual en el caso de industria y en 2 puntos porcentuales en el caso de servicios.

Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una devaluación del 30% contra el dólar, para esta medición se les preguntó a los empresarios si

este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 58% de los empresarios industriales, el 71% de los comerciales y el 43% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 43). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (8% industria, 6% comercio y 5% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre

sus negocios (25% industria, 21% comercio y 50% servicios). Para esta medición, 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 2014. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 44% y el 73% de las ventas está definido para el mercado local; alrededor del 2% y el 8% pertenecía al mercado del Valle del Cauca; entre el 19% y el 35% se destina al resto del mercado colombiano y entre el 1% y el 5% al mercado internacional, ver gráfico 44.

Gráfico 41. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

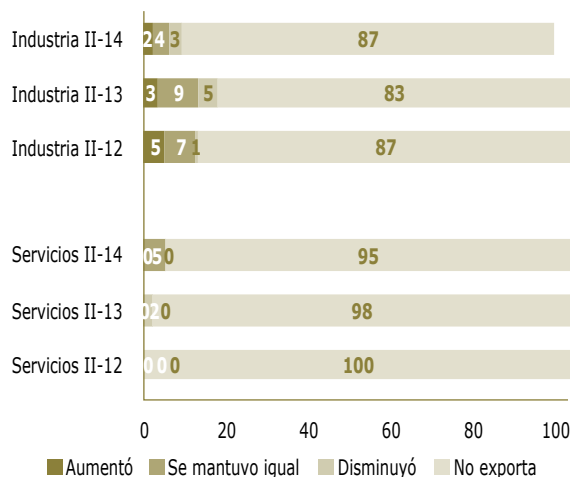


Gráfico 42. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

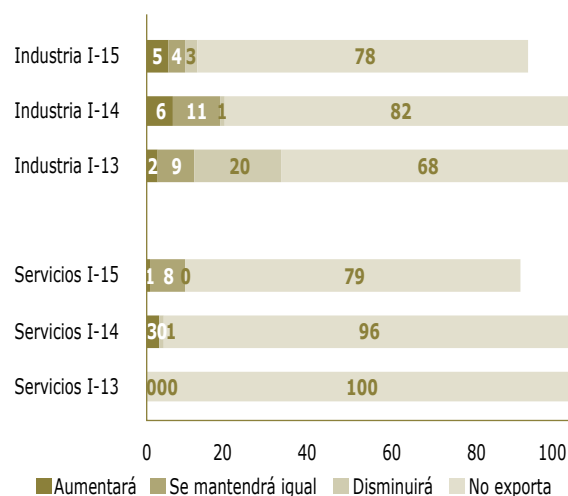


Gráfico 43. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

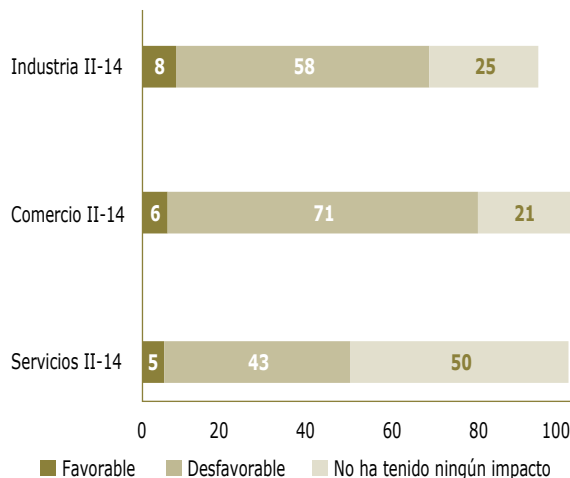
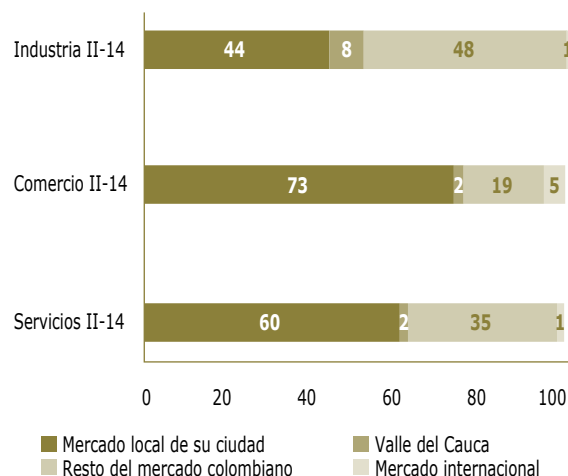


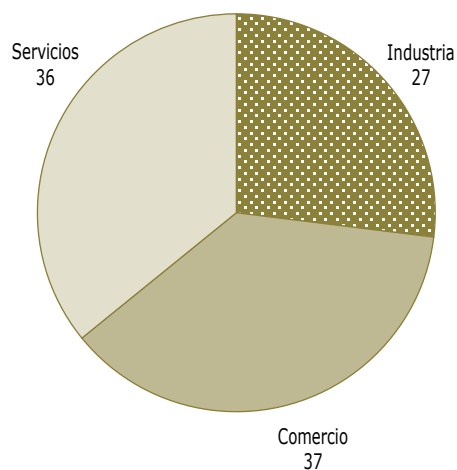
Gráfico 44. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca

Distribución de la muestra (%)



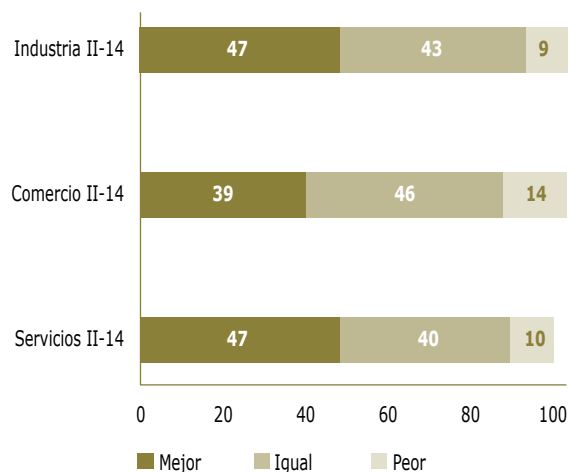
Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para el departamento de Valle del Cauca (sin incluir Cali) mostraron que, tanto en industria como en servicios (ambos con un 47%), los empresarios consideraron que la situación económica durante el segundo semestre de 2014 fue mejor que la observada durante el primer semestre del mismo año (ver gráfico 1, sección Valle del Cauca). A su

vez, el 43% de los industriales y el 40% de los empresarios de servicios mencionaron haber mantenido el desempeño económico en los mismos niveles de 2014-I. En contraste, la mayoría de los encuestados del sector comercial (46%) dijo que la actividad económica de sus empresas se mantuvo igual en dicho período, mientras que el 39% mencionó haber observado incrementos. Por su parte, los empresarios que reportaron una desmejora en su situación económica no superaron el 15% en ninguno de los tres macrosectores. Lo anterior muestra que los empresarios vallecaucanos tuvieron una percepción más bien optimista de lo sucedido durante el segundo semestre de 2014. Estos resultados son bastante similares a los registrados en la ciudad de Cali, donde la mayoría de los encuestados de los tres macrosectores reportó mejoras en su desempeño económico (47% en industria, 53% en comercio y 50% en servicios).

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



Con relación al comportamiento de las ventas y de los pedidos, las opiniones resultaron ser bastante similares a las de la situación económica. Así, de las Pymes industriales, el 47% percibió incrementos en sus ventas y el 45% en sus pedidos (ver gráficos 2 y 3). Por su parte, el 46% de las Pymes de servicios mencionó haber aumentado sus ventas y el 51% sus pedidos. Entre tanto, en las Pymes comerciales, el número de empresarios que registraron aumentos en sus ventas y pedidos

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

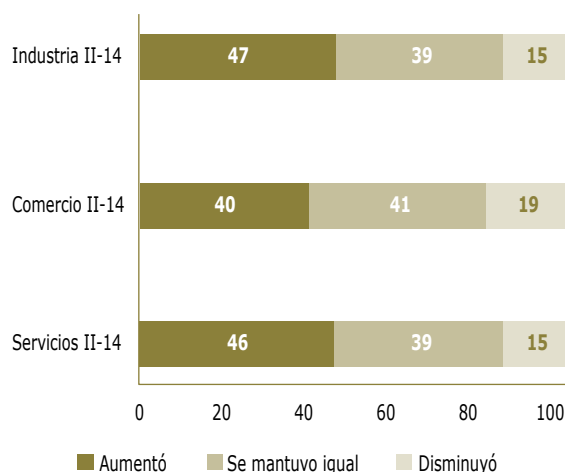
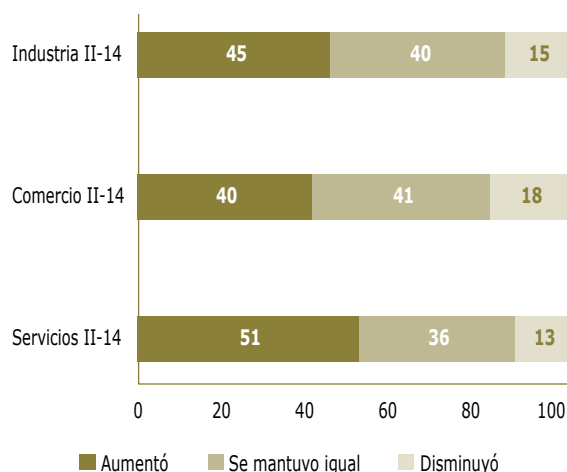


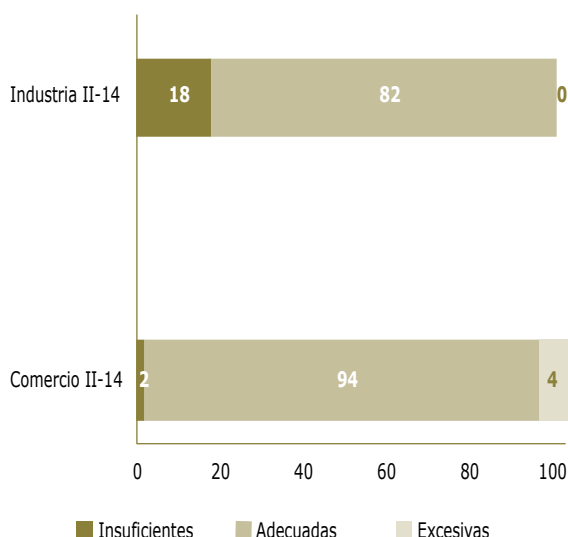
Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



(40% en ambos casos) fue prácticamente el mismo que observó que se mantuvieron iguales (41% en ambos casos). Aquí se observa nuevamente el optimismo de los empresarios del departamento del Valle, pues no más del 20% observó reducciones en sus ventas y pedidos.

En el gráfico 4 se observa que el 94% de las Pymes del sector de comercio y el 82% de las de industria reportaron que el nivel de existencias fue adecuado durante 2014-II. Así, el 18% de los encuestados del sector industrial y tan solo el 2% de los de comercio no contaron con niveles suficientes de existencias. Además, el 4% de los empresarios comerciales dijo que su nivel de existencias fue excesivo.

Gráfico 4. Existencias (%)



Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 48% dijo que este había aumentado. Entre tanto, el 36% de estas empresas afirmó que este nivel se mantuvo igual y el 16% dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 5). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 50% de las Pymes industriales del Valle del Cauca utilizó entre el 60% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 6). En cuanto a la inversión en maquinaria y equipo que estas Pymes realizaron, el 34% afirmó que esta aumentó, el 63% que se mantuvo igual y el 3% restante que esta se redujo durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 7).

Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

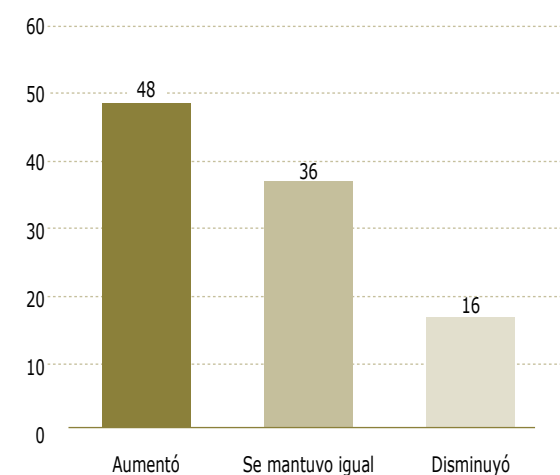


Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)

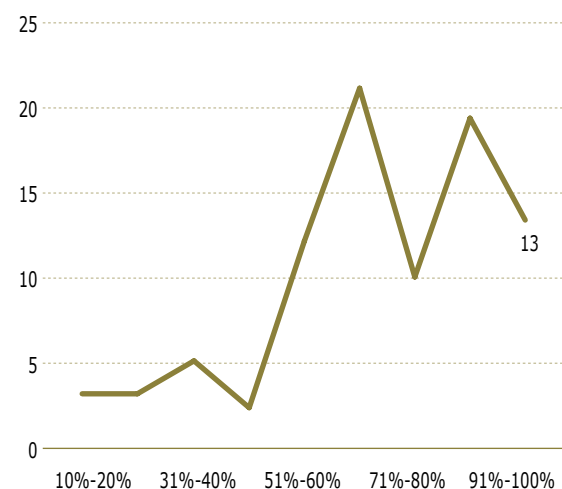
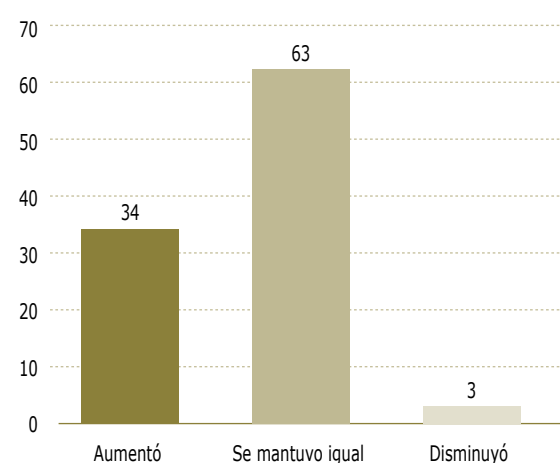


Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)



El gráfico 8 muestra el comportamiento de los costos de los insumos de las Pymes de los tres macrosectores. Allí se observa que para el 49% de las Pymes industriales, el 43% de las comerciales y el 34% de las de servicios sus costos permanecieron en los mismos niveles en 2014-II frente a un año atrás. Por su parte, el 46% de los empresarios del sector de industria, el 44% de los de comercio y el 56% de los de servicios consideraron que los costos de sus insumos aumentaron, mientras que el 5% de los encuestados industriales, el 13% de los comerciales y el 9% de los de servicios reportaron caídas en sus costos. Al preguntarle a las Pymes del Valle del Cauca por los márgenes de sus empresas, su res-

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

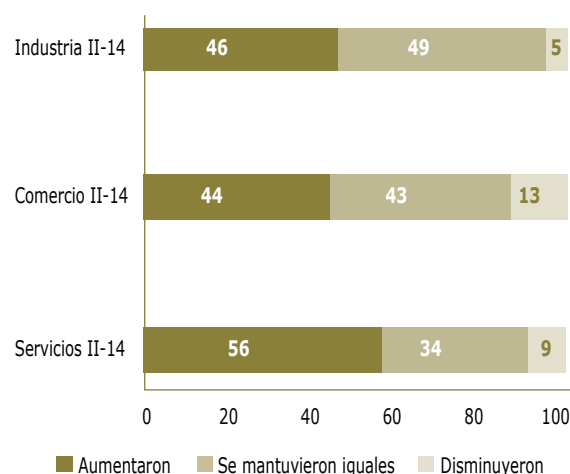
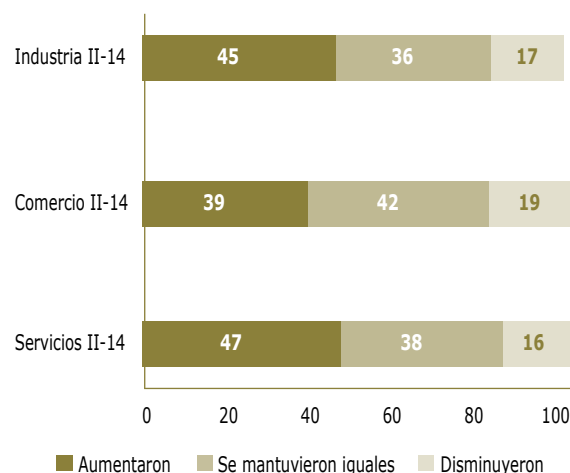


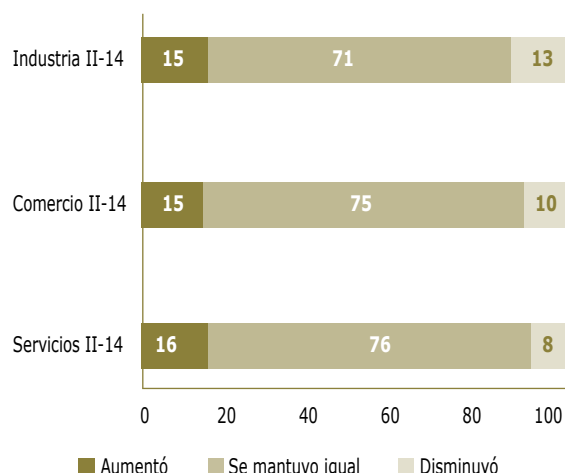
Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



puesta estuvo en línea con las percepciones optimistas del desempeño económico ya descrito. Las Pymes de industria y servicios presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (45% en industria y 47% en servicios) entre 2013 y 2014. En cambio, en las Pymes de comercio se observó que en esta variable primó la estabilidad (42%). Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes fue del 17% en las Pymes industriales, del 19% en las comerciales y del 16% en las de servicios. Así, la percepción de disminución de los márgenes no superó la de aumento en ninguno de los tres macrosectores, confirmando que la situación económica en el departamento de Valle del Cauca ha sido favorable (ver gráfico 9).

En el Valle del Cauca, alrededor 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 10, donde una proporción equivalente al 71% de los encuestados del sector de industria, el 75% de los de comercio y el 76% de los de servicios afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante. Vale la pena destacar que en ninguno de los tres macrosectores los empresarios que reportaron disminuciones en su planta de personal superaron a los que registraron aumentos. En efecto, el 13% de las Pymes industriales reportó disminuciones en el número de trabajadores (vs. 15% que reportó incrementos). A su vez, el 10% de las Pymes comerciales y el 8% de las de servicios reportaron reducciones en su planta (vs. 15% y 16% que reportaron aumentos).

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



El gráfico 11 muestra que las Pymes industriales encontraron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial, diferente a los que tradicionalmente han afrontado las Pymes a nivel nacional, los altos impuestos (24%) en el segundo semestre de 2014. A este problema le siguen la falta de demanda (18%), la rotación de la cartera (9%) y el costo de los insumos (8%).

Durante el segundo semestre de 2014, la superficie de ventas de las Pymes comerciales parece haberse estabilizado. El gráfico 12 muestra que el 44% de los empresarios Pyme del sector de comercio afirmó que su superficie de ventas se mantuvo igual. No obs-

tante, quienes dijeron que esta variable aumentó representaron el 37%, un valor nada despreciable que refleja el optimismo de los empresarios de la región. Entre tanto, el 19% redujo su superficie de ventas.

En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes comerciales, estas reportaron que el principal fueron los altos impuestos (16%) durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 13), seguido por la rotación de cartera y la tasa de cambio (ambos con el 9%). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales dificultades la competencia (23%) y los altos impuestos (22%), ver gráfico 14.

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)

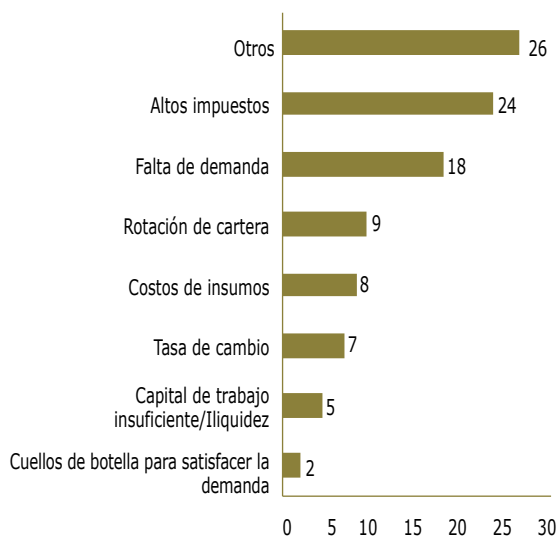


Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

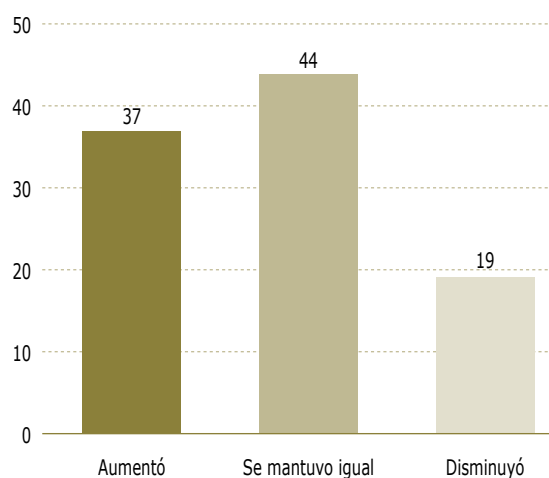


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)

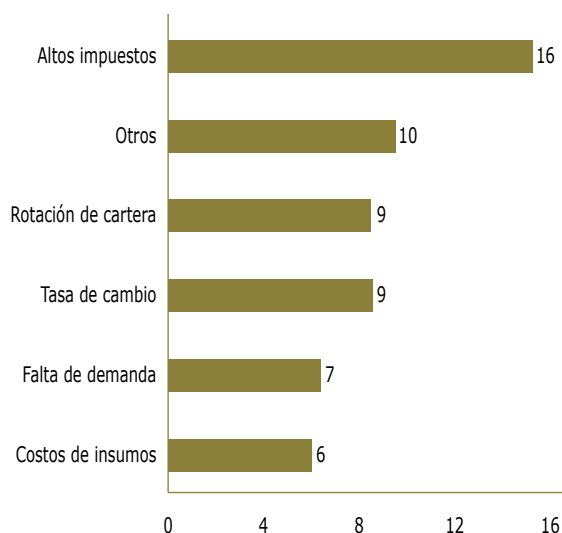


Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



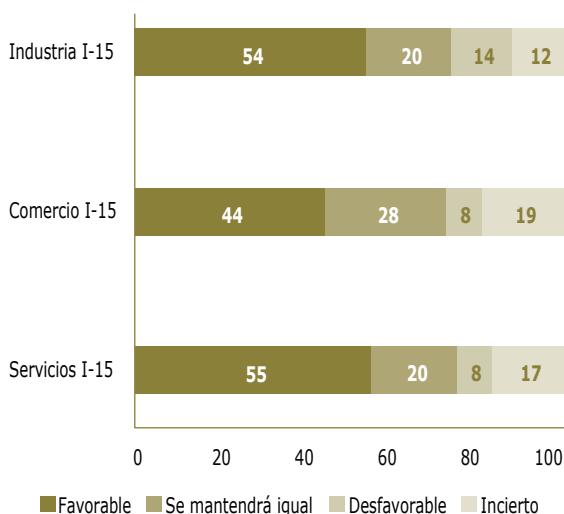
Perspectivas

Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2015 fueron optimistas en el segmento Pyme del Valle del Cauca. Al preguntar a los encuestados por el desempeño general que esperaban observar durante 2015-I, el gráfico 15 muestra que el 54% de los empresarios industriales, el 44% de los empresarios de comercio y el 55% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante

el primer semestre de 2015. Asimismo, se observa que el porcentaje de empresarios con perspectivas estables acerca del desempeño de sus empresas es considerable, pues el 20% de las Pymes industriales, el 28% de las Pymes comerciales y el 20% de las de servicios esperaban que la situación se mantuviera igual durante 2015-I. En cuanto a los encuestados que pensaban que la situación sería desfavorable o cuyas perspectivas eran inciertas, el porcentaje en los tres macrosectores es inferior al de las otras dos opciones (ya comentadas). Una situación similar se registró en la capital del departamento, donde la mayor proporción de encuestados mencionó tener expectativas favorables sobre su actividad económica y pocos dijeron esperar un comportamiento desfavorable durante 2015-I.

Gráfico 15. Desempeño general (%)



Sobre el nivel de producción industrial, el 54% de las Pymes industriales del Valle del Cauca esperaba que aumentara y el 33% que se mantuviera igual. Por su parte, tan solo el 13% de los encuestados consideró que su nivel de producción caería durante este semestre (ver gráfico 16). Con relación a las expectativas de pedidos, los empresarios fueron igualmente optimistas. Así, entre el 50% y el 60% de los empresarios de los tres macrosectores esperaba que estos aumentaran (ver gráfico 17). Por el contrario, el 13% de los empresarios industriales, el 13% de los comerciales y el

Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

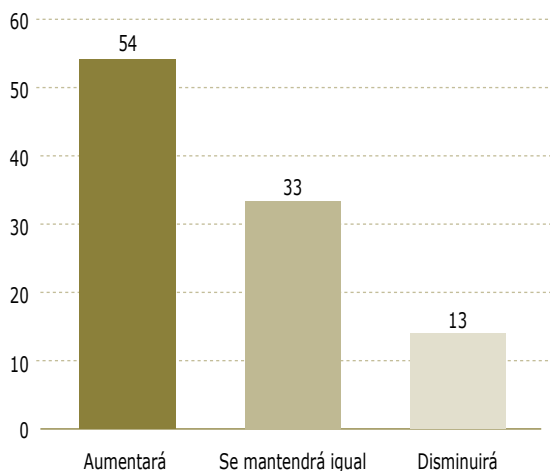
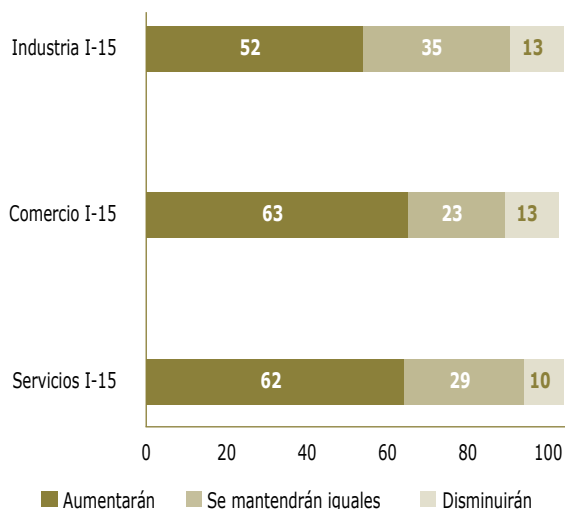


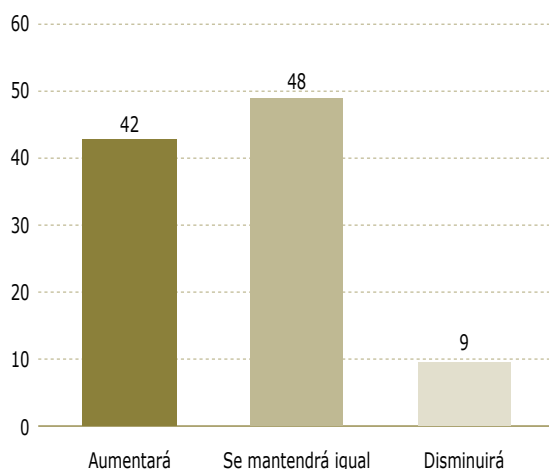
Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)



10% de los de servicios esperaban una disminución en sus pedidos. Estas cifras demuestran que las Pymes en el Valle del Cauca esperaban una muy buena dinámica de la demanda y el consumo durante 2015-I.

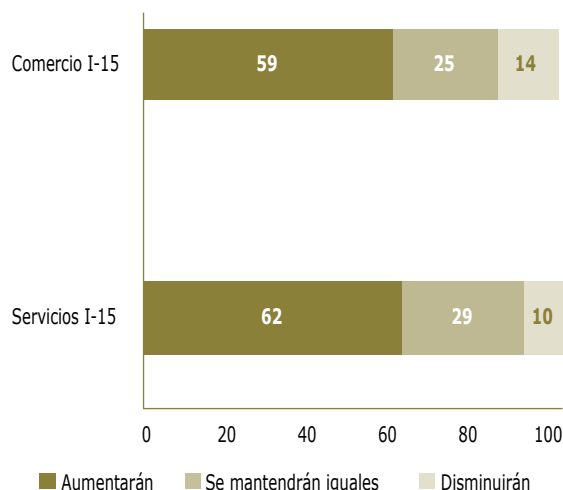
Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 42% de las Pymes industriales esperaba un incremento en la inversión. Por su parte, el 48% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 9% esperaba una caída en esta variable durante 2015-I (ver gráfico 18).

Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)



Finalmente, en materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios eran optimistas (ver gráfico 19). En efecto, el 59% de las Pymes comerciales y el 62% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2015. Así, un porcentaje inferior de empresarios consideraba que las ventas se mantendrían estables (25% en comercio y 29% en servicios). Tan solo el 14% y el 10% de los empresarios de las Pymes del sector de comercio y de servicios, respectivamente, anticipaban caídas en el volumen de ventas.

Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

En el gráfico 20 se observa que el 40% de las Pymes industriales del Valle del Cauca, el 53% de las comerciales y el 36% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II. De estas, al 100% de los empresarios del sector de industria, al 98% de los de comercio y al 96% de los de servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 21).

En cuanto al término de los créditos, la mayor proporción de Pymes de industria (40%) y comercio (35%) optó por solicitar créditos a largo plazo (mayores a 3 años), mientras que la mayoría de las Pymes de servicios (58%) prefirió solicitar créditos a mediano plazo

(entre 1 y 3 años) en el segundo semestre de 2014. En cuanto a la aprobación del crédito al plazo solicitado, esta fue, en general, acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 22 y 23). En efecto, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (41%) se le aprobaron créditos a largo plazo y a la mayor proporción de encuestados del sector servicios se le aprobaron créditos a mediano plazo (58%). No obstante, a los empresarios del sector comercial se les aprobaron principalmente créditos de mediano plazo (41%) a pesar de haberlos solicitado de largo plazo. En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 93% de los empresarios de industria y

de servicios y el 84% de los de comercio dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 24). Todo lo anterior refleja la armonía que existe entre el sector real y el sistema financiero del departamento.

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 25 muestra que alrededor del 60%-70% de los encuestados de los tres macrosectores dijo recibir tasas hasta DTF+4 (73% en industria, 57% en comercio y 60% en

servicios) en el segundo semestre de 2014. Fueron muy pocos los empresarios que dijeron haber accedido a créditos cuyas tasas fueran superiores a la anteriormente mencionada. El gráfico 26, que exhibe la satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron, muestra que los empresarios industriales (64%) y comerciales (60%) están en su mayoría satisfechos. Por el contrario, apenas el 34% de los encuestados del sector de servicios consideraba que la tasa de interés que le cobraron fue apropiada.

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

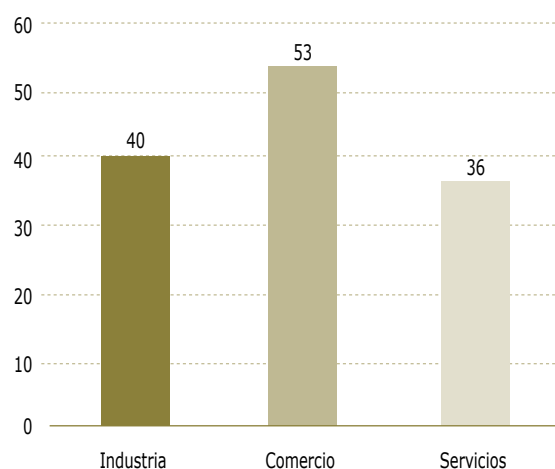


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

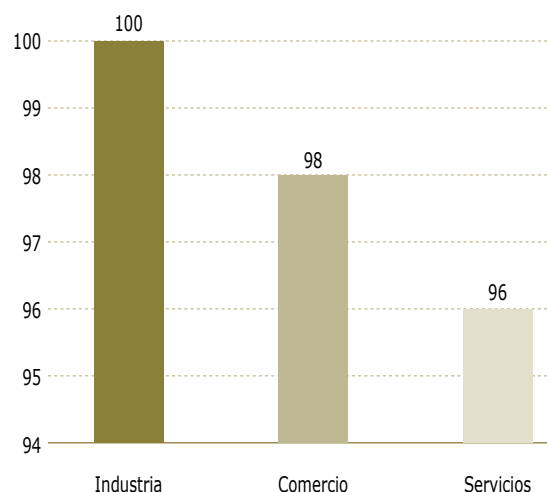


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

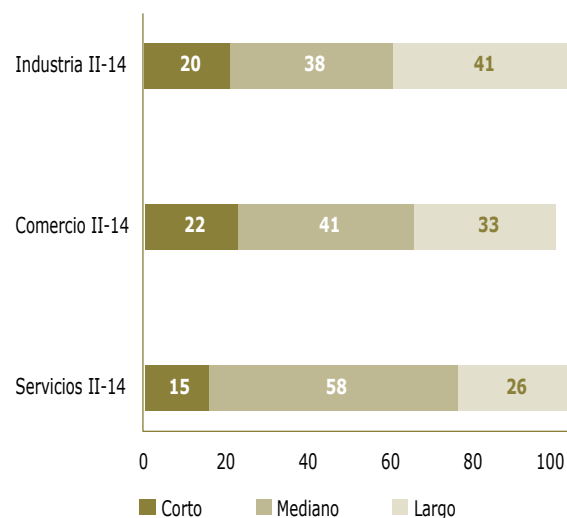
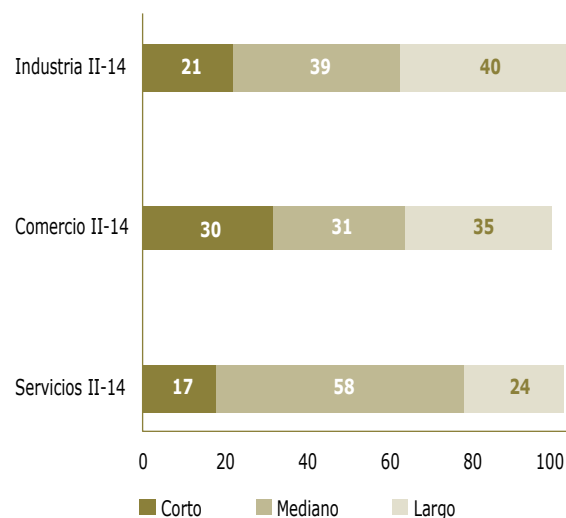


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



El principal destino de los recursos que el empresario Pyme del Valle del Cauca solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (79% en industria, 58% en comercio y 80% en servicios). Como lo muestra el gráfico 27, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fueron las remodelaciones o adecuaciones (6%), al igual que para las Pymes de comercio (16%). Por su parte, el segundo destino de los recursos de las Pymes de servicios fue la consolidación del pasivo (29%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 42% de los empresarios de industria, el 53% de comercio y el 59% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2014-II (ver gráfico 28). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría lo hizo a proveedores (21% en industria, 29% en comercio y 14% en servicios) o recursos propios (18% en industria, 6% en comercio y 17% en servicios). En este caso, cabe destacar la baja penetración del *factoring* y de la

Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

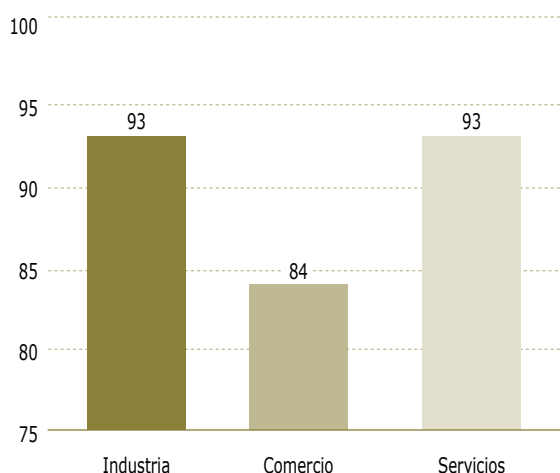


Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

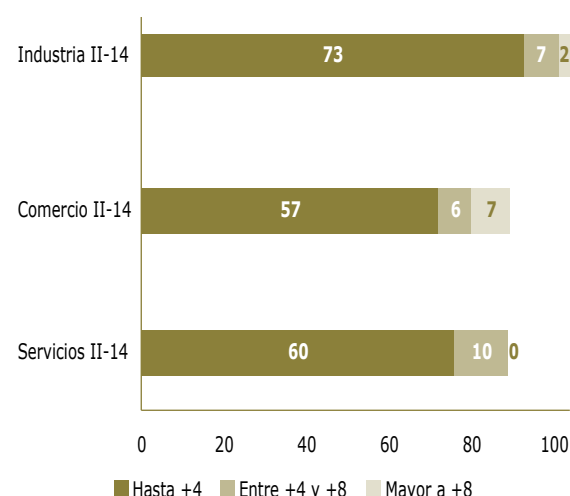


Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

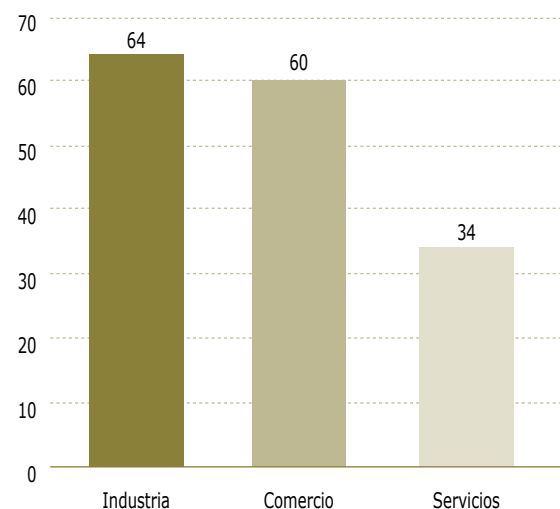
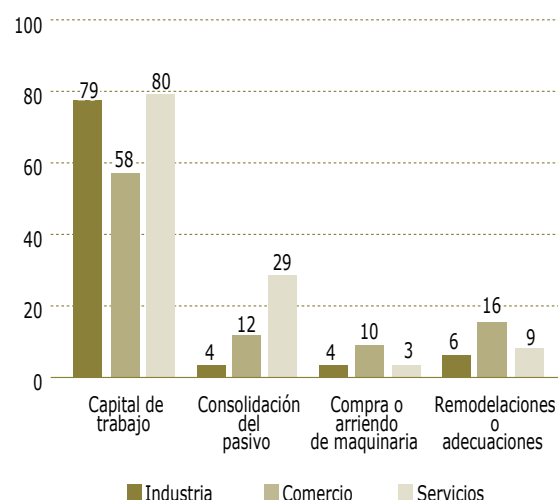


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



reinversión de utilidades como fuentes alternativas al crédito en los tres macrosectores. En estos casos, el porcentaje de empresarios no supera ni siquiera el 3%.

Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme del Valle del Cauca de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre

de 2014 fue porque no lo necesitó (82% en industria, 72% en comercio y 83% en servicios). Como lo muestra el gráfico 29, muy pocos encuestados mencionaron alguna otra razón por la cual las Pymes de este departamento no solicitaron créditos al sector financiero. La que más se destacó fueron los elevados costos financieros, con apenas un 3% en industria, y un 4% en comercio y servicios.

Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

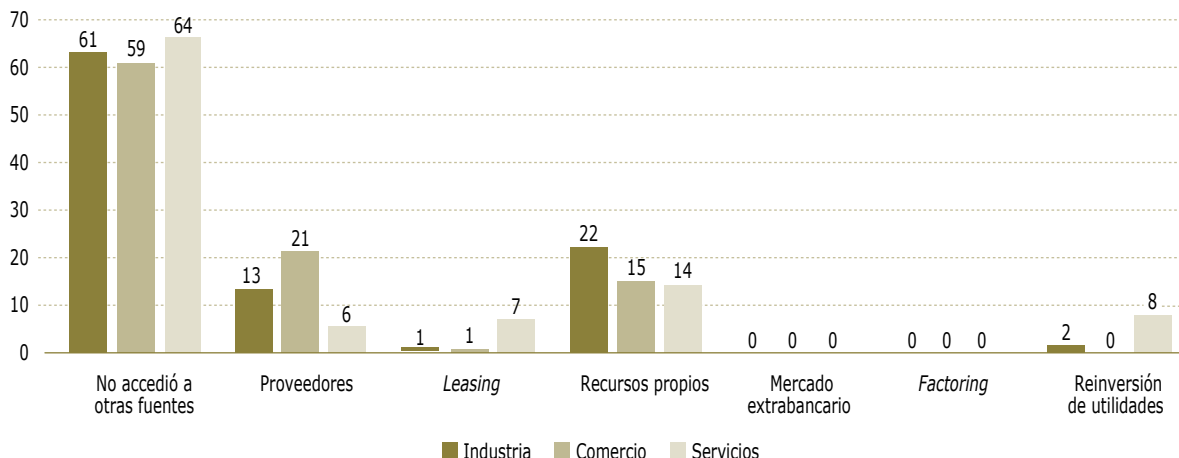
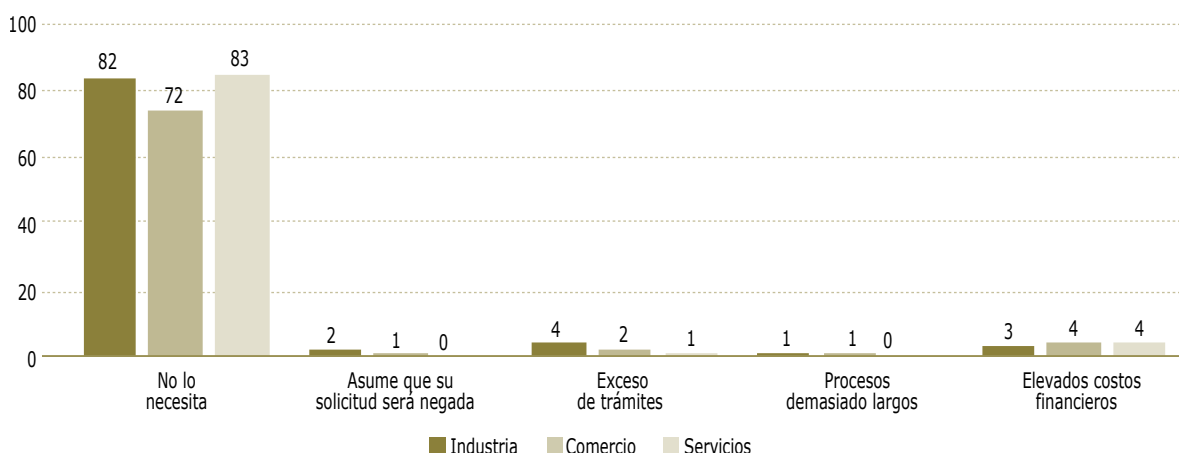


Gráfico 29. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

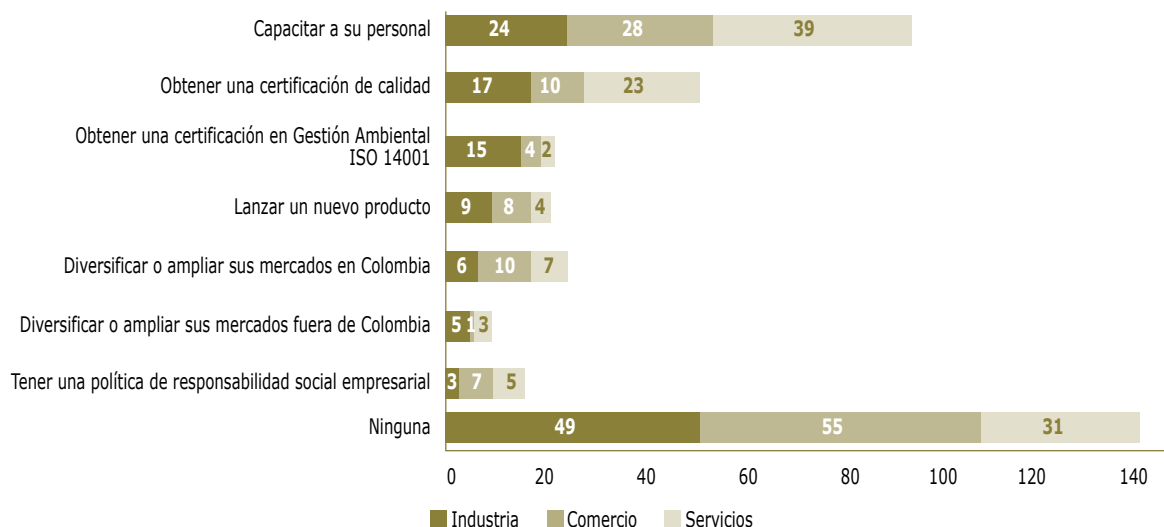
Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en el departamento del Valle del Cauca se indagó sobre las principales acciones que llevaron a cabo las Pymes de esta región para mejorar su des-

empeño. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores dijeron que su principal acción fue capacitar a su personal (24% en industria, 28% en comercio y 39% en servicios). A su vez, la segunda acción más

llevada a cabo por los empresarios fue obtener una certificación de calidad (17% en industria, 10% en comercio y 23% en servicios). Ahora bien, cabe anotar que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño en 2015-

I fue bastante superior a la de aquellas que tomaron cualquier acción de mejoramiento. Esta proporción fue del 49% en las Pymes industriales, del 55% en las comerciales y del 31% en las Pymes de servicios del Valle del Cauca.

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



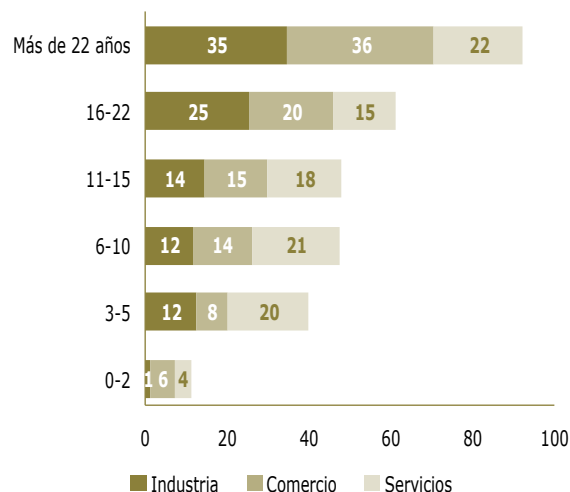
Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas para establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación se analizarán los resultados de esta indagación en el departamento del Valle del Cauca.

En primer lugar, con respecto a la antigüedad de la empresa, la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores (35% en industria, 36% en comercio y 22% en servicios) dijo que su empresa tiene más de 22 años de existencia (ver gráfico 31).

Al preguntar a los empresarios Pyme de los tres macrosectores acerca del gerente de la empresa, las respuestas fueron bastante similares. En efecto, más del 70% de los encuestados de los tres macrosectores dijo que el dueño de la empresa es

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)



también el gerente y, además, de género masculino (ver gráficos 32 y 33). Con relación a la edad del gerente, en los sectores de comercio y servicios la mayoría tiene entre 46 y 55 años (34% y 38%), ver gráfico 34. En industria, por su parte, los gerentes son un poco mayores, en el rango de 56 a 65 años (33%). Por último, el máximo nivel de educación alcanzado en mayor proporción por los gerentes de industria (53%), comercio (44%) y servicios (61%) es el universitario (ver gráfico 35).

El gráfico 36 ilustra la proporción de las empresas de la muestra que son familiares (con y sin gerencia independiente) y las que no lo son. Como se observa, la mayor proporción (cerca del 40%-45%) en los sectores de industria y comercio es de empresas familiares (ver gráfico 36). En contraste, en el sector de servicios las Pymes, en su gran mayoría, no son familiares (49%). Sin embargo, la proporción de empresas familiares en este sector también es importante, alcanzando un 31%.

Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

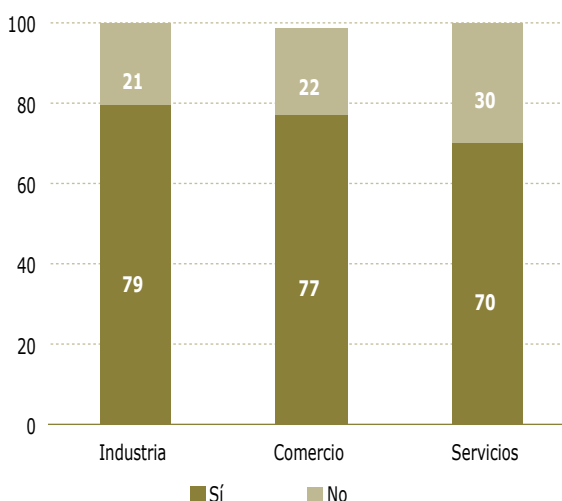


Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

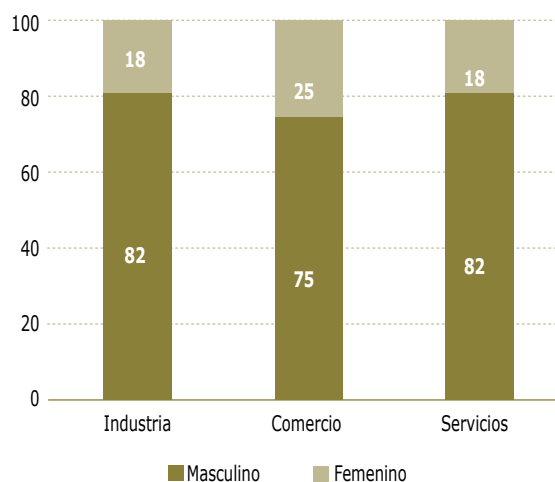


Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)

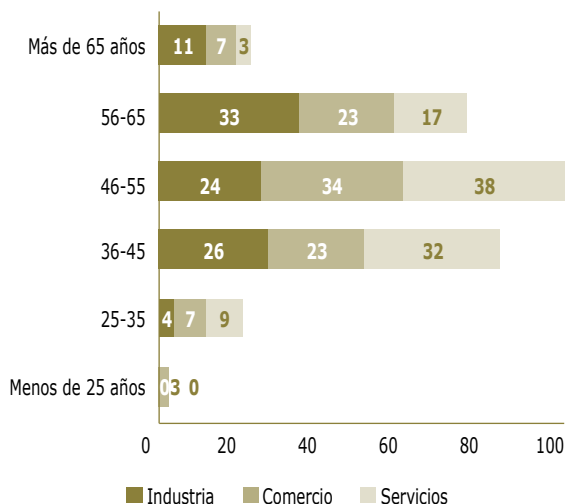


Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

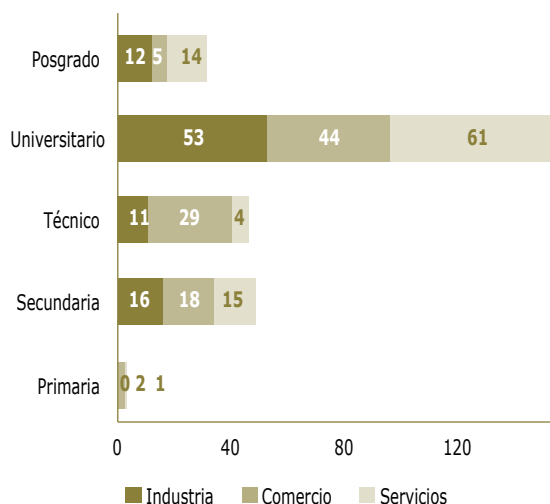
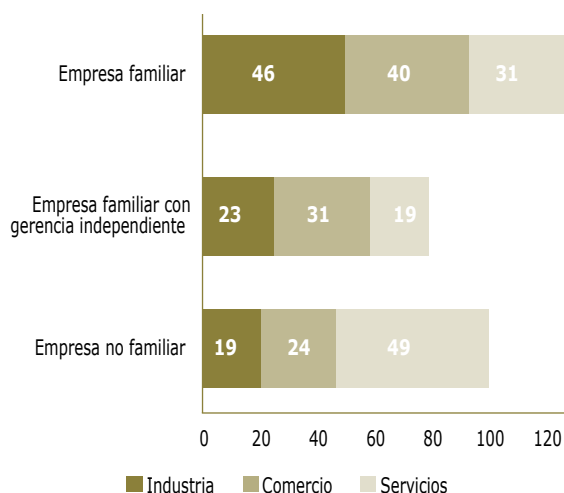
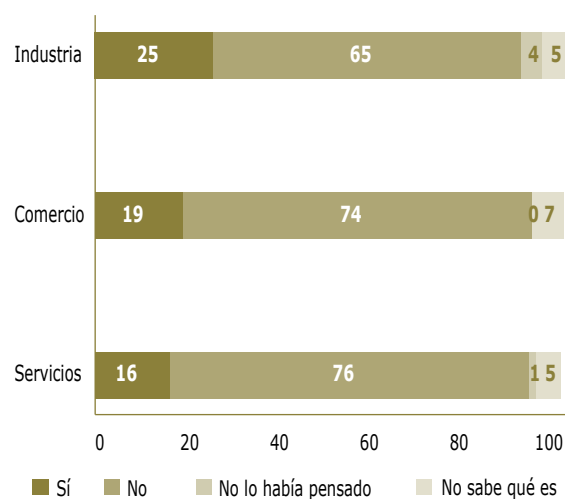
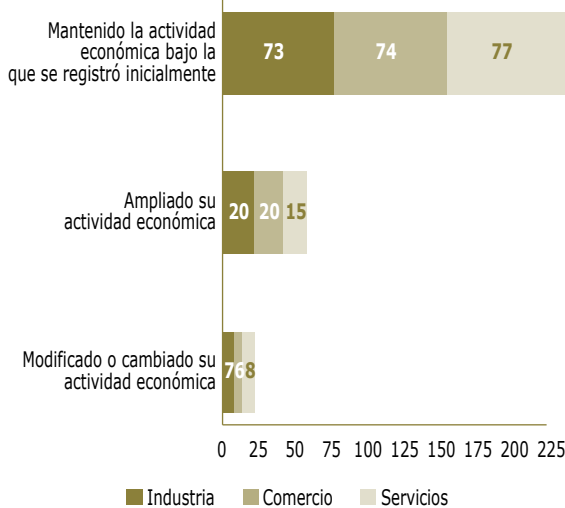


Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

Adicionalmente, a los empresarios que contestaron que la empresa es familiar se les preguntó si esta cuenta con un protocolo de sucesión. Como puede deducirse del gráfico 37, la respuesta de la gran mayoría de Pymes fue negativa (entre el 65% y el 76% de las firmas entrevistadas). Finalmente, en lo relativo a la actividad económica de la empresa, el 73% de las Pymes industriales, el 74% de las Pymes comerciales y el 77% de las de servicios dijeron haber mantenido la actividad económica bajo la cual se registraron inicialmente (ver gráfico 38). No obstante, vale la pena destacar que un porcentaje aceptable de encuestados mencionó que la empresa ha ampliado su actividad económica (20% en industria, 20% en comercio y 15% en servicios).

Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)**Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)**

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif revelan que una muy pequeña proporción de las Pymes del Valle del Cauca exporta. En efecto, el 88% de los encuestados en el sector de industria y el 96% en el de servicios dijeron que no exportaban sus productos en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre (ver gráfico 39).

Lo anterior es acorde con el pequeño porcentaje de Pymes industriales (4%) y de servicios (0%) que aumentaron su volumen de exportación en 2014-II.

En línea con esto, las expectativas sobre el volumen de exportación no son muy optimistas, pues la mayoría de empresarios esperaba no exportar en 2015-I (74%

en industria y 97% en servicios), ver gráfico 40. Así, tan solo el 3% de los industriales pensaba que sus exportaciones aumentarían, mientras que ninguno de los empresarios de servicios veía viable esa posibilidad.

Con respecto a la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha sufrido el país, los empresarios de los sectores de industria (45%) y servicios (48%) mencionaron que dicha devaluación no ha tenido ningún efecto sobre su actividad (ver gráfico 41). Ahora bien, la proporción de Pymes de dichos sectores que han percibido como desfavorable el efecto de la tasa de cambio es considerable (44% en

industria y 41% en servicios). En contraste, en el sector de comercio la mayoría (55%) consideraba que esta ha tenido un impacto desfavorable sobre la situación económica de sus empresas, si bien el 35% mencionó no haber sentido ningún impacto.

Finalmente, con relación al mercado que tuvo la mayor participación en el total de ventas de la empresa, el local fue el más importante en los tres macrosectores (28% en industria, 25% en comercio y 41% en servicios), ver gráfico 42. También, el resto del mercado colombiano resultó ser un mercado importante (23% en industria, 22% en comercio y 16% en servicios).

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

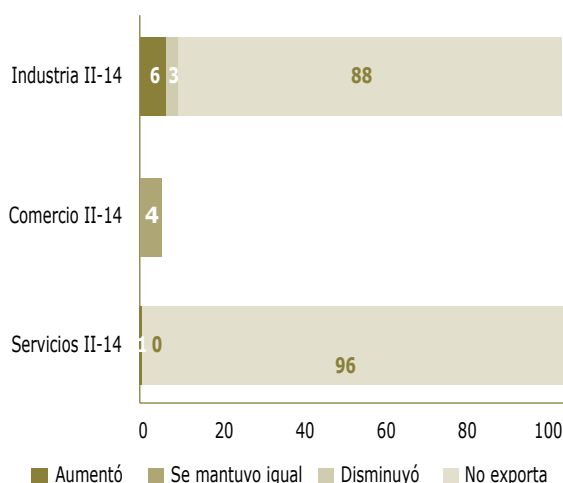


Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

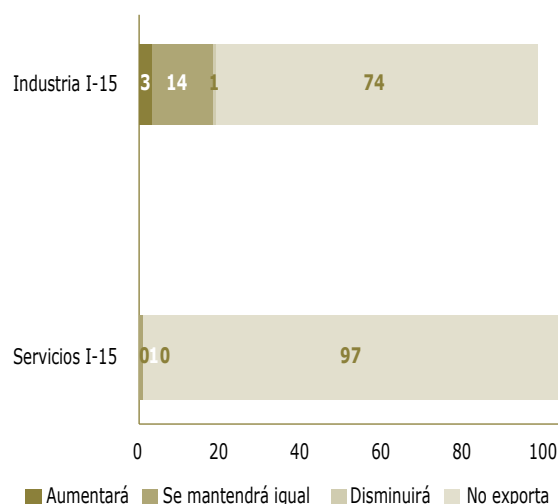


Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

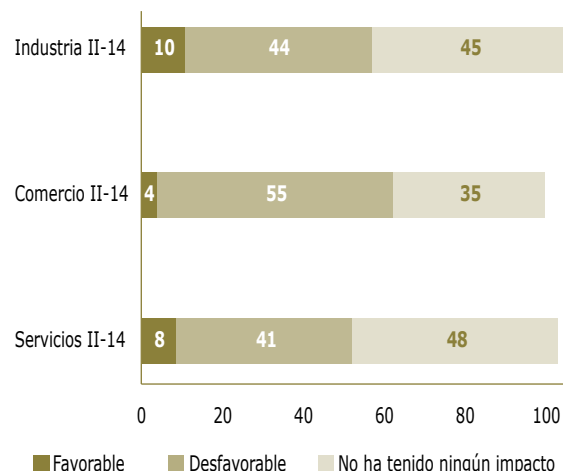
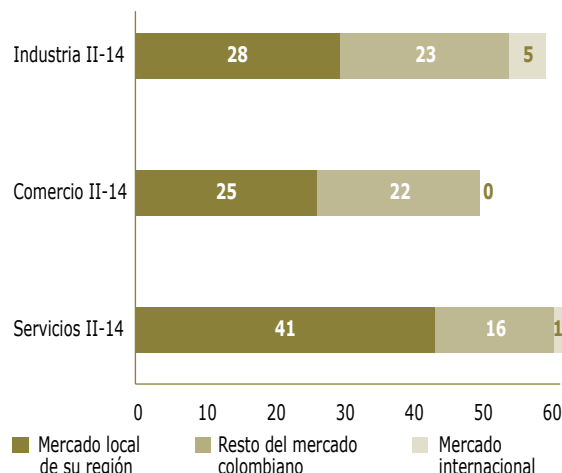


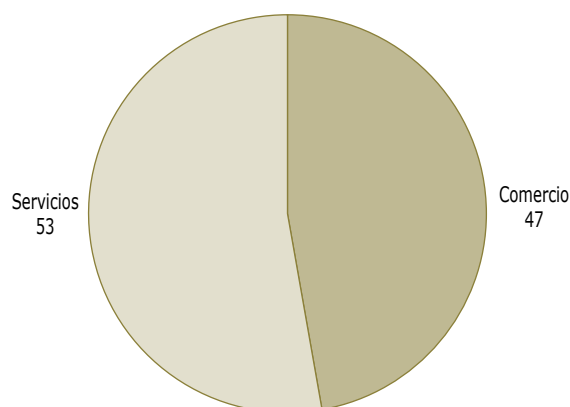
Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Buenaventura

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Buenaventura mostraron que el empresariado Pyme de esta ciudad tuvo percepciones heterogéneas entre sectores respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2014. Como

lo muestra el gráfico 1, los empresarios comerciales tuvieron apreciaciones poco favorables sobre esta variable, mientras que los empresarios del sector servicios tuvieron percepciones altamente optimistas. Así, la mayor proporción de los encuestados del sector comercial afirmó que su situación económica empeoró (38%), mientras que este porcentaje entre los empresarios de servicios fue menor (22%). A su vez, la mayor proporción de empresarios del sector servicios afirmó que su situación económica mejoró (50%), lo cual contrasta con la proporción más baja de empresarios del sector comercial que manifestaron haber observado un mejor desempeño (28%) durante 2014-II.

Con relación al comportamiento de las ventas, las percepciones estuvieron en línea con las apreciaciones sobre el desempeño económico general de las Pymes bonaverenses en 2014-II. El 38% de los empresarios del sector comercial sostuvo que su volumen de ventas se redujo, mientras que un 25% afirmó que esta variable se incrementó respecto al primer semestre de 2014. Por su parte, el 54% de los empresarios de servicios manifestó que su volumen de ventas aumentó en contraste con un 34% de empresarios que afirmaron lo contrario (ver gráfico 2).

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)

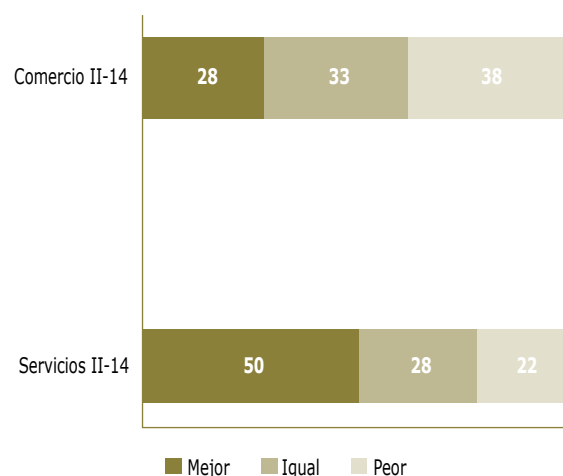


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

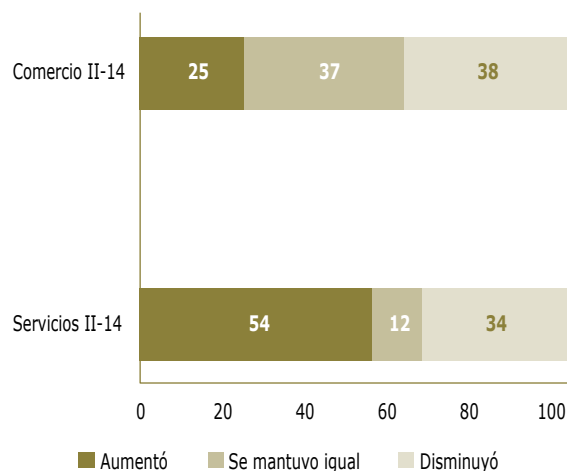
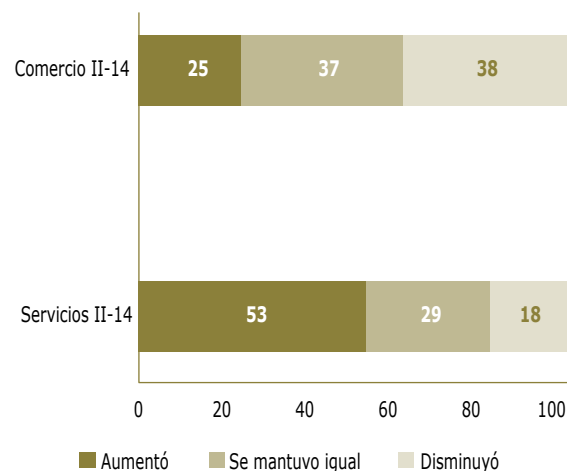


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



Las percepciones sobre el comportamiento del volumen de pedidos estuvieron alineadas con las percepciones sobre el comportamiento del volumen de ventas para 2014-II. Estas fueron ligeramente pesimistas para los empresarios del sector comercial y optimistas para los empresarios del sector servicios. De acuerdo con esto, la proporción de firmas que observaron incrementos en el volumen de ventas alcanzó el 25% en comercio y el 53% en servicios para el segundo semestre de 2014, mientras que la proporción de empresas que afirmaron que su volumen de

ventas se redujo fue del 38% en comercio y del 18% en servicios para el mismo período, ver gráfico 3. El 93% de las Pymes de comercio aseveró que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2014 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año y solo un 7% afirmó que sus existencias fueron excesivas (ver gráfico 4).

El gráfico 5 muestra que para más del 50% de las Pymes de los sectores de comercio (50%) y servicios (63%) los costos de funcionamiento crecieron en 2014-II. El 34% de las Pymes comerciales y el 29% de servicios experimentaron una estabilización en sus costos, mientras que solo el 15% de las Pymes comerciales y el 8% de las Pymes de servicios reportaron una caída en esta variable.

Al preguntarles a las Pymes de esta ciudad por el comportamiento de los márgenes de ganancia, su respuesta concordó con las percepciones sobre el desempeño económico de las empresas para 2014-II. La proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes aumentaron fue del 25% para comercio y del 50% para servicios para 2014-II. Asimismo, la proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes se redujeron respecto al primer semestre de 2014 fue del 38% para comercio y del 20% para servicios, ver gráfico 6.

Para Buenaventura, el comportamiento del empleo en el sector Pyme se mantuvo estable durante la segunda mitad de 2014. El gráfico 7 muestra que para los sectores de comercio y servicios la propor-

Gráfico 4. Existencias (%)

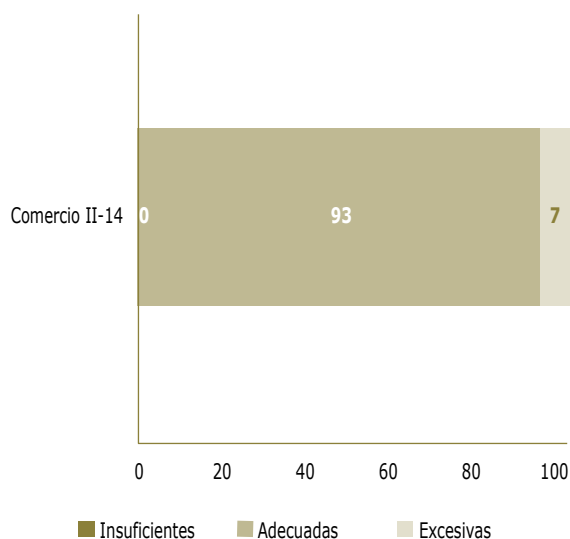


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

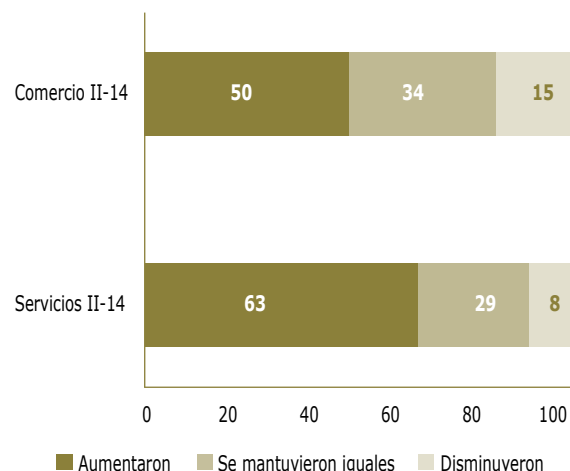
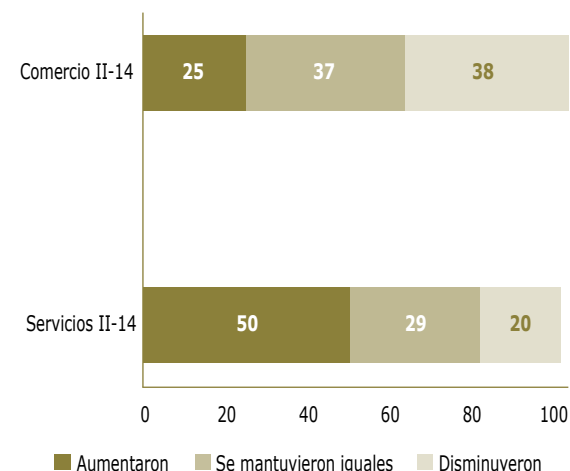


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



ción de empresarios que afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante (53% comercio y 82% servicios) superó la proporción de empresarios que incrementaron su planta de personal (7% comercio y 7% servicios) o la proporción de quienes la redujeron (40% comercio y 8% servicios) en el segundo semestre de 2014.

La superficie de ventas, por su parte, parece haberse reducido durante el segundo semestre de 2014. El gráfico 8 muestra que el 38% de los empresarios Pyme comerciales sostuvo que esta variable se redujo, mientras que el 28% dijo que esta aumentó y

el 34% vio una estabilización en esta variable respecto al primer semestre del año 2014.

Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales de Buenaventura para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2014-II fueron la competencia con grandes superficies (24%), la tasa de cambio (23%) y los altos impuestos (22%), (ver gráfico 9). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas los altos impuestos (23%), la falta de liquidez (22%), la falta de demanda (18%) y la rotación de cartera (16%), (ver gráfico 10).

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

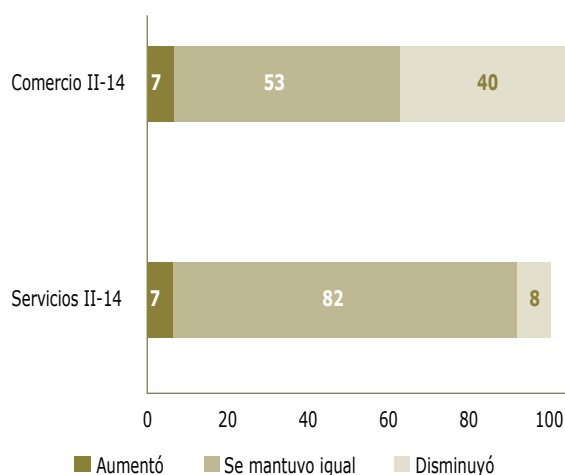


Gráfico 8. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

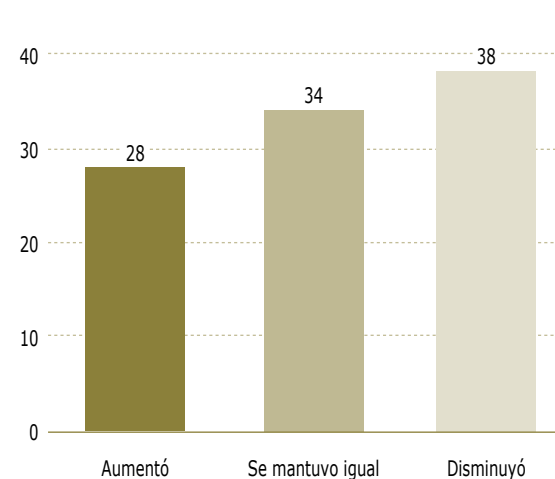


Gráfico 9. Sector comercio: principal problema (%)

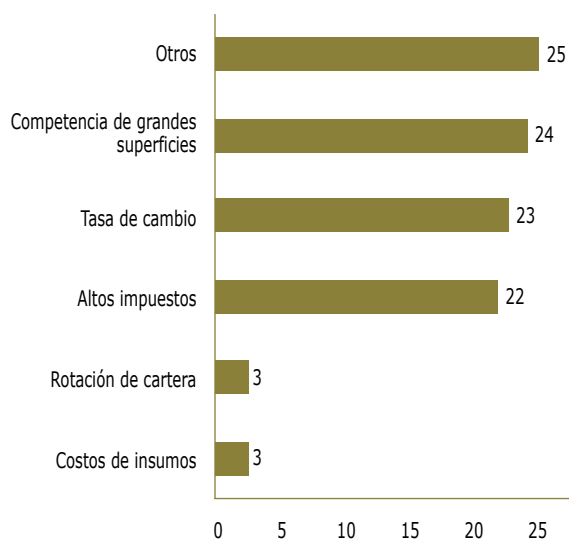


Gráfico 10. Sector servicios: principal problema (%)



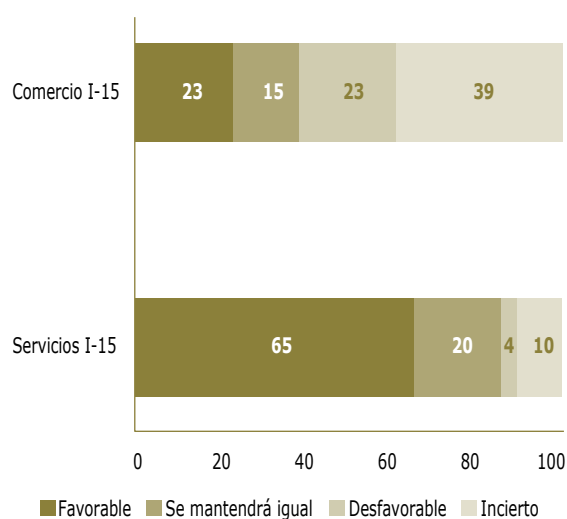
Perspectivas

Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2015 fueron predominantemente optimistas para el sector de servicios y un poco más moderadas para el sector comercial en el segmento Pyme de la ciudad de Buenaventura. Al preguntar a los empresarios por el desempeño general que esperaban observar durante 2015-I, el 23% de los encuestados de comercio y el 65% de los de servicios dijeron esperar un desempeño favorable. Asimismo, el gráfico 11 muestra que el

23% de las Pymes comerciales y el 4% de las Pymes de servicios esperaban que el desempeño general de sus empresas desmejorara. El 15% de las Pymes comerciales y el 20% de las Pymes de servicios esperaban que su desempeño se estabilizara. En cuanto a perspectivas inciertas sobre esta variable, los porcentajes fueron altos, ya que el 39% de los encuestados del sector comercial y el 10% de los del sector servicios escogieron esta alternativa para describir sus expectativas.

Gráfico 11. Desempeño general (%)



Las expectativas de pedidos resultaron moderadas, ya que el 34% de los encuestados de comercio y el 64% de los encuestados de servicios esperaban que los pedidos aumentaran y el 35% de los empresarios de comercio y el 21% de servicios pensaban que estos disminuirían (ver gráfico 12).

En materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios se comportaron de forma similar a las expectativas sobre el comportamiento de los pedidos. El 34% de las Pymes comerciales y el 64% de las de servicios esperaban aumentos en sus ventas. A su vez, la proporción de empresarios de estos macrosectores que esperaban que los niveles de ventas se mantuvieran constantes alcanzó el 31% en comercio y el 32% en servicios. Finalmente el 35% del empresariado comercial y el 4% del empresariado de servicios pensaban que sus ventas se reducirían durante el primer semestre de 2015.

Gráfico 12. Expectativas de pedidos (%)

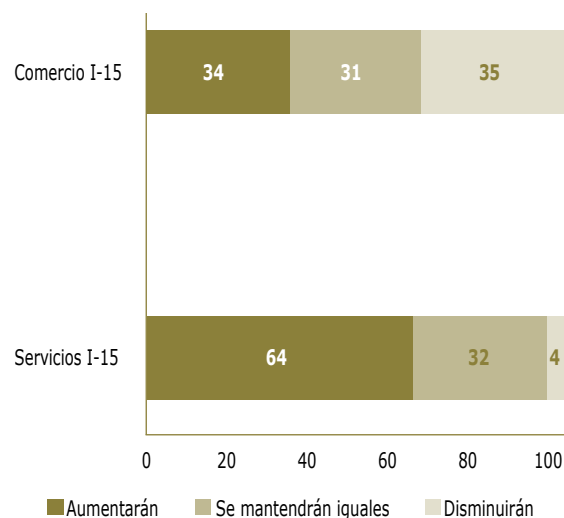
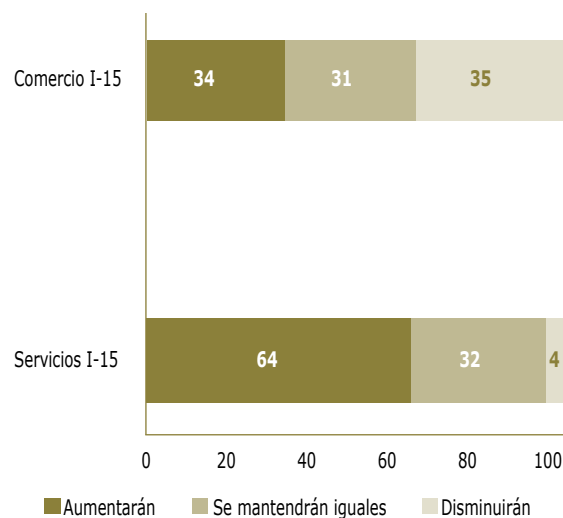


Gráfico 13. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 57% de las Pymes comerciales y el 18% de las de servicios de Buenaventura solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II (ver gráfico 14). El gráfico 15 muestra que las solicitudes de crédito fueron aprobadas para el 100% de las empresas comerciales y para el 79% de las empresas de servicios para el segundo semestre de 2014.

En cuanto al término de los créditos, los empresarios del sector comercial se caracterizaron por soli-

citar y recibir créditos (45%) de largo plazo, mientras que los empresarios del sector servicios solicitaron y recibieron (55%) préstamos de mediano plazo (ver gráficos 16 y 17). En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 49% de los empresarios de comercio y el 100% de los de servicios afirmaron estar satisfechos con el monto de crédito aprobado en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 18). Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados,

Gráfico 14. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

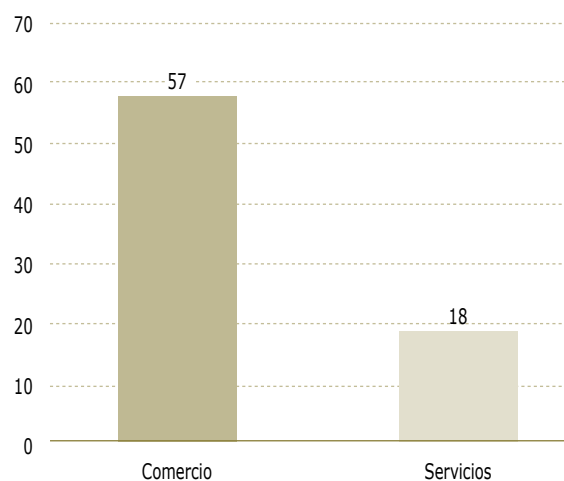


Gráfico 15. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

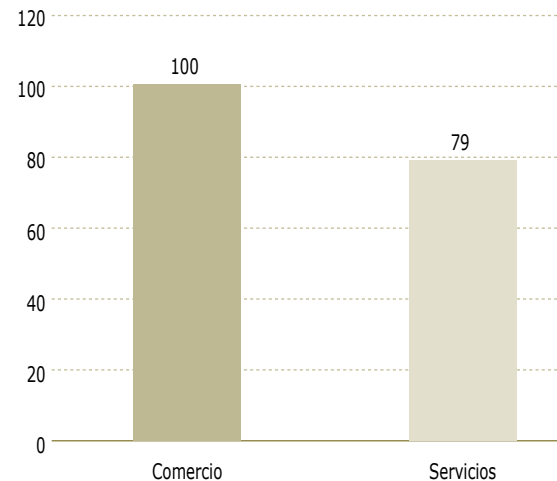


Gráfico 16. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

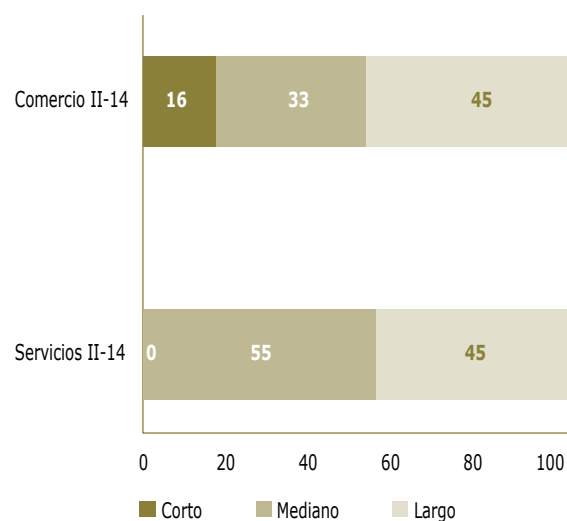
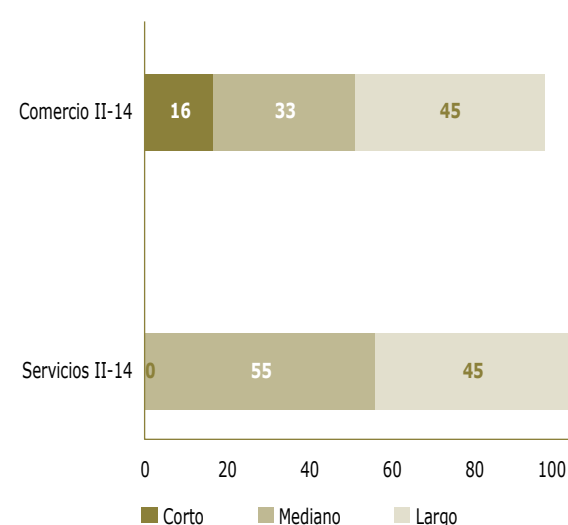


Gráfico 17. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



los empresarios del sector comercial recibieron principalmente tasas de hasta DTF+4 (11% para el segundo semestre de 2014), ver gráfico 19. Aunque esta pregunta también se realizó a los empresarios Pyme del sector servicios, no hubo registro de respuestas y, por ello, el gráfico 19 solo presenta respuestas para el sector comercial.

La satisfacción con la tasa de interés recibida del empresariado de la ciudad de Buenaventura fue relativamente baja, ya que solo el 29% de los empresarios comerciales consideró que esta fue apropiada (ver gráfico 20). Al igual que para la pregunta por la tasa de interés aprobada, no se observaron respues-

tas válidas a la pregunta por satisfacción de tasa por parte del empresariado de servicios, por lo cual el gráfico 20 solo presenta las respuestas para los empresarios del sector comercio.

El principal destino de los recursos que los empresarios del sector comercial escogieron fue el capital de trabajo, con el 56% de las respuestas, seguido por la consolidación del pasivo (21%) y por las remodelaciones o adecuaciones (17%). En el caso de los empresarios del sector servicios, el principal destino de los recursos solicitados al sistema financiero fue la compra o arriendo de maquinaria (45%) seguido por la consolidación del pasivo (27%) y las remodelaciones o adecuaciones (27%), ver gráfico 21.

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 50% de los empresarios de comercio y el 52% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2014-II (ver gráfico 22). De los encuestados del sector comercial que sí accedieron, la mayoría lo hizo vía sus proveedores (34%) o utilizando recursos propios (12%). Por su parte, los encuestados del sector servicios que accedieron a estas fuentes lo hicieron mediante recursos propios (35%), *leasing* (3%) y proveedores (3%). Por último, en materia de financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme bonavense no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2014 fue porque dijeron no necesitarlo (63% comercio y 95% servicios) o por asumir que su solicitud sería negada (37% comercio), ver gráfico 23.

Gráfico 18. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

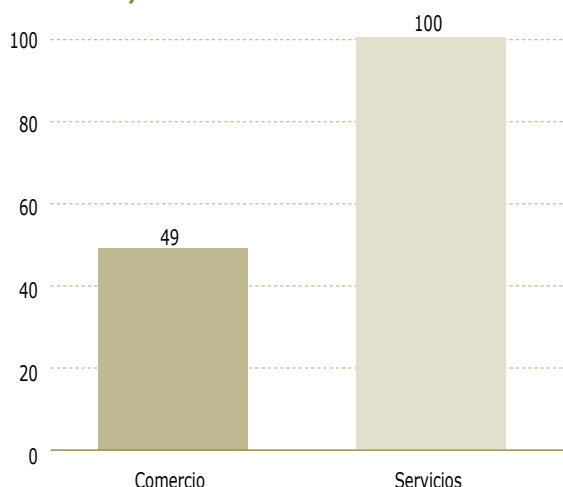


Gráfico 19. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

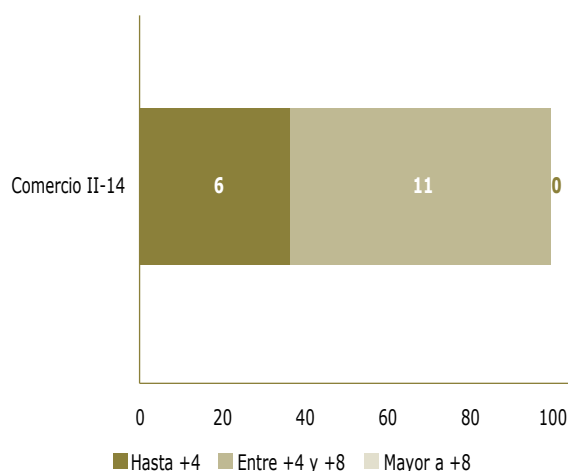


Gráfico 20. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

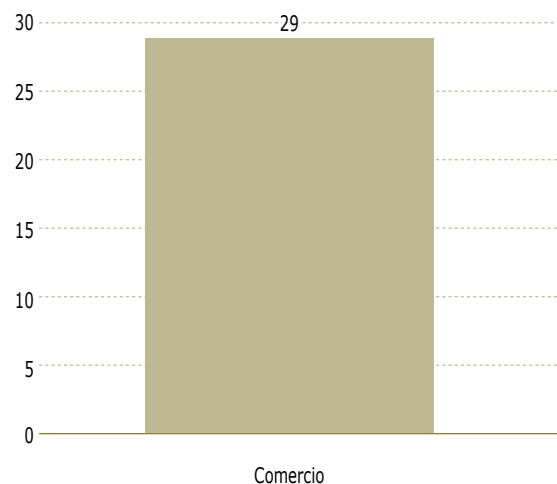


Gráfico 21. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

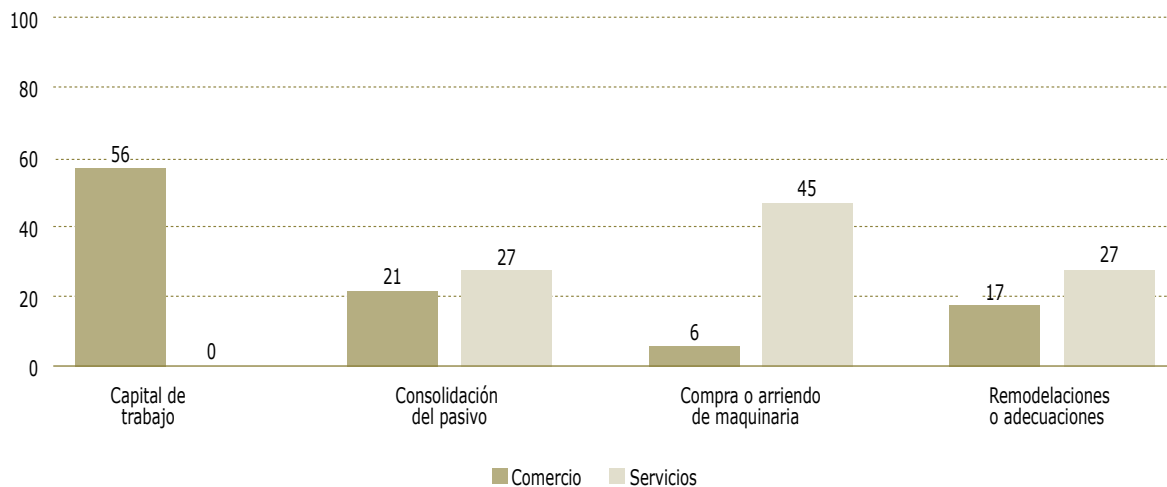


Gráfico 22. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

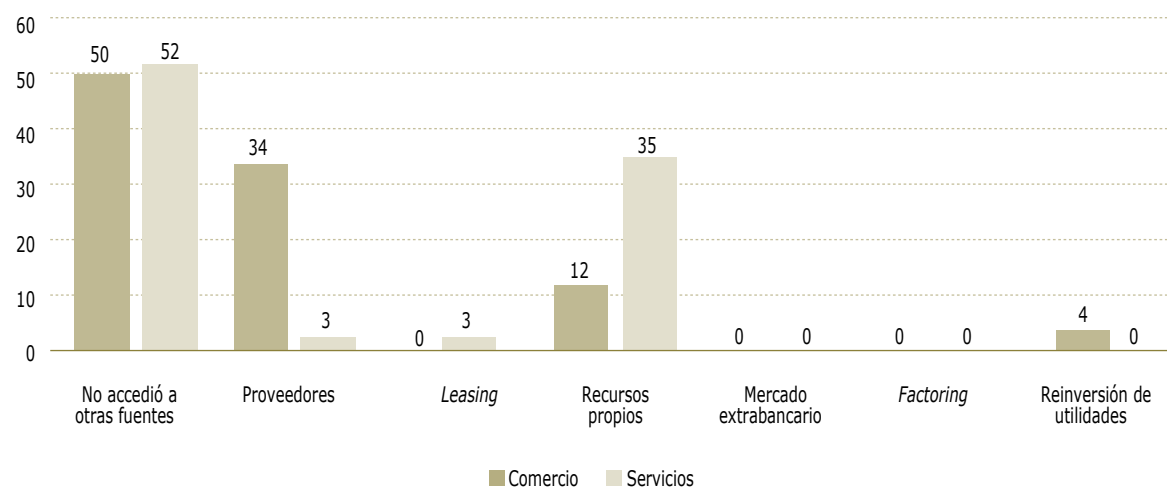
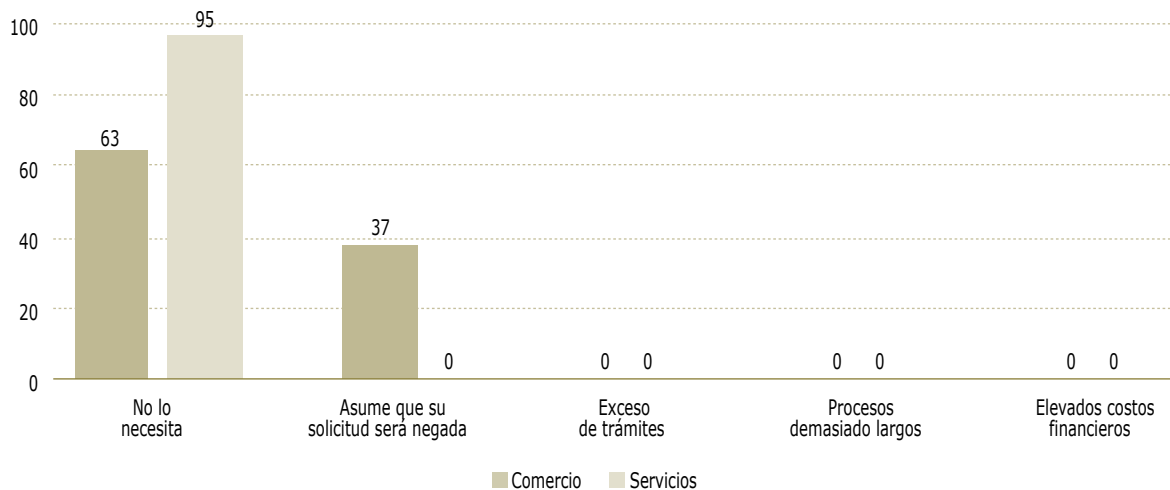


Gráfico 23. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



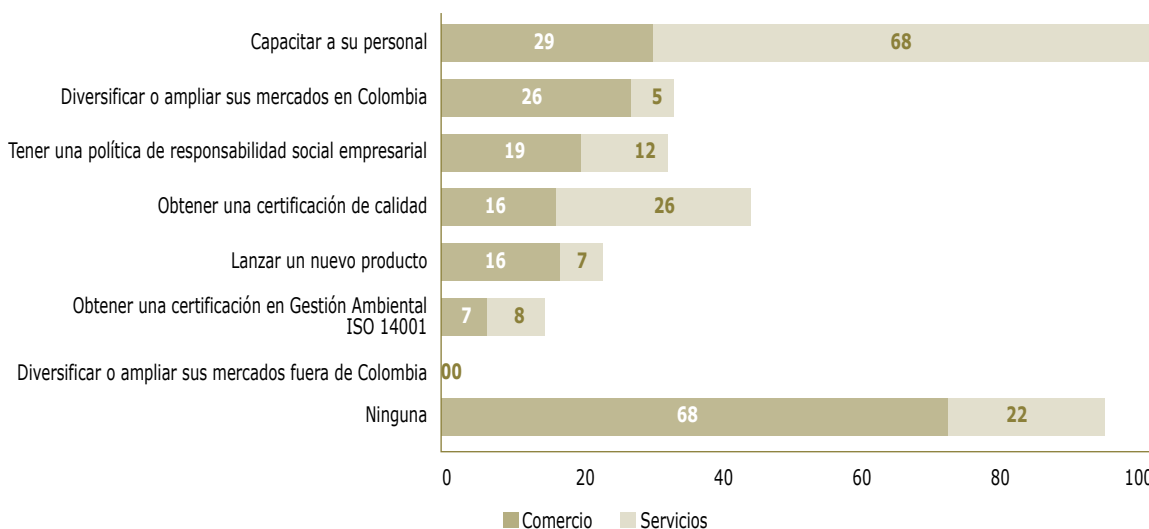
Acciones de mejoramiento

Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en la ciudad de Buenaventura se indagó sobre las principales acciones que habían empleado las Pymes de esta ciudad para mejorar su desempeño en 2015-I. A lo anterior, el 29% de las Pymes comerciales y el 68% de las Pymes de servicios respondieron que su principal acción fue capacitar personal. En segundo lugar, las Pymes comerciales (26%) dijeron emplear sus esfuerzos en diversificar o ampliar sus mercados en Colombia. Para las Pymes de servicios, este lugar lo ocupó obtener una certificación

de calidad, con un 26% de las respuestas. En el tercer lugar, para los empresarios de comercio y servicios, se ubicó tener una política de responsabilidad social empresarial (19% y 12% respectivamente), (ver gráfico 24).

En el gráfico 24 puede verse que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño en 2015-I fue relevante. Esta proporción fue del 68% en las Pymes comerciales y del 22% en las Pymes de servicios.

Gráfico 24. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Buenaventura.

El gráfico 25 muestra que para esta ciudad, la mayor proporción de empresas Pyme comerciales tiene una antigüedad entre los 11 y los 15 años (29%), mientras que la mayor proporción de Pymes de ser-

vicios tiene una antigüedad entre los 16 y los 22 años (29%). Cabe anotar que la mayor concentración de empresas comerciales se da a partir de los 6 años hasta los 15 años de antigüedad. En el caso de las empresas de servicios, la mayor concentración de estas empresas se da a partir de los 3 años hasta los 22 años de antigüedad.

Al indagar por el gerente de la Pyme, los gráficos 26, 27, 28 y 29 muestran que entre el 68% y el 86%

de los gerentes de las Pymes son sus dueños; entre el 78% y el 100% son hombres; para el sector comercio, el 44% está entre los 46 y los 55 años de edad, mientras que en el caso de las empresas de servicios el 40% está entre los 36 y los 45 años. Finalmente, respecto al nivel educativo del gerente de la empresa, la mayor concentración de gerentes de Pymes comerciales ha culminado secundaria (38%) en contraste con la mayor proporción de gerentes de empresas de servicios, quienes han culminado estudios universitarios (74%).

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas comerciales y de servicios

son de propiedad familiar en un 46% y un 52% de los casos, siendo estas las mayores proporciones de firmas para cada sector. Adicional a esto se encontró que entre un 32% y un 36% de las Pymes bonaverenses no son familiares y entre el 4% y el 22% de estas firmas son empresas familiares con gerencia independiente. Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos. A esto, los empresarios de los sectores de comercio y servicios respondieron no emplearlos (47% comercio y 75% servicios). Cabe mencionar que el 11% de los encuestados respondió no conocer lo que es un protocolo de sucesión.

Gráfico 25. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

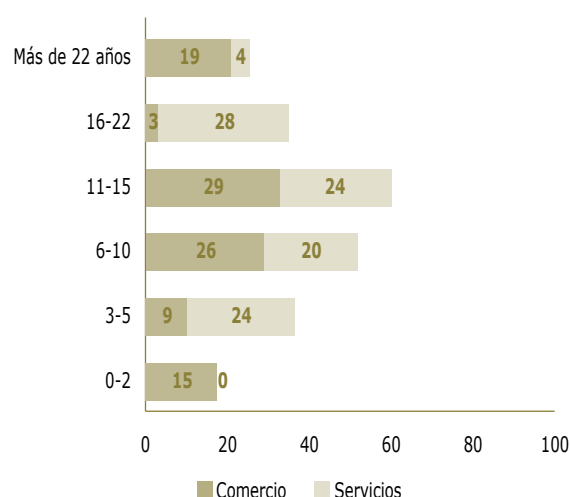


Gráfico 26. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

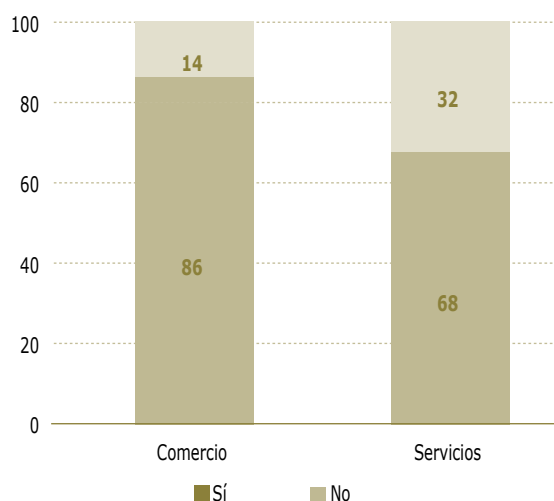


Gráfico 27. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

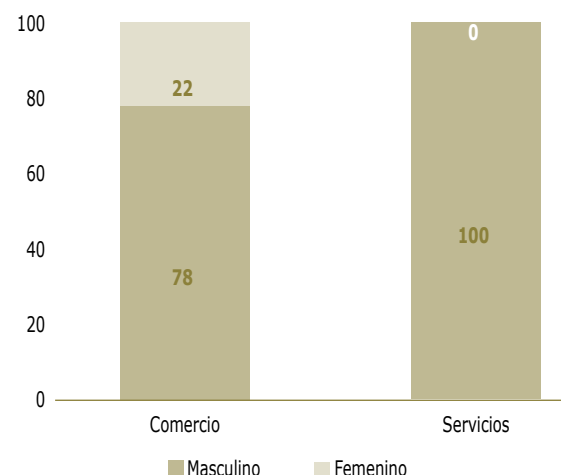
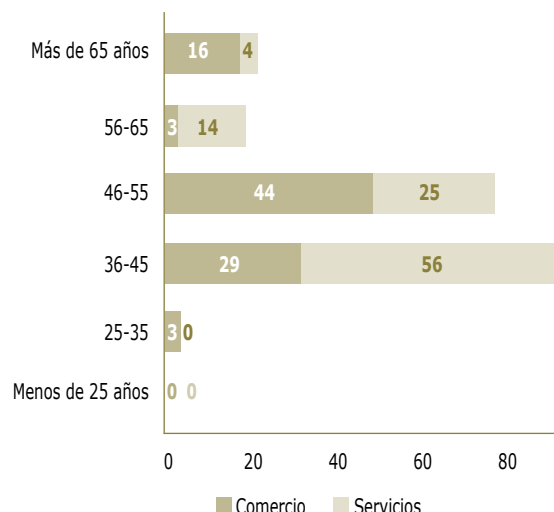


Gráfico 28. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme de la ciudad de Buenaventura si la empresa había modificado, alterado o mantenido la actividad económica de la empresa. A lo anterior,

el 68% de las Pymes comerciales y el 91% de las Pymes de servicios respondieron haber mantenido la actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente.

Gráfico 29. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

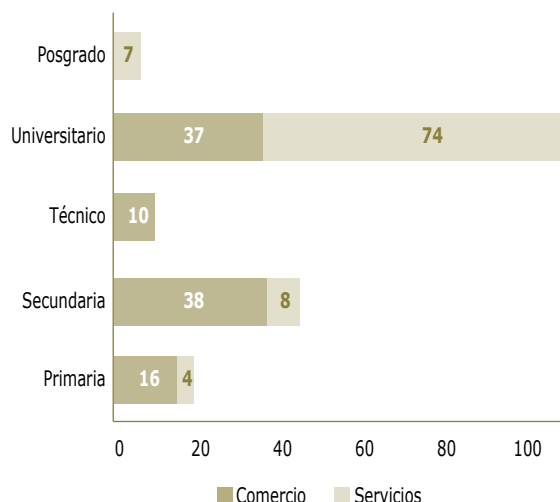


Gráfico 30. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

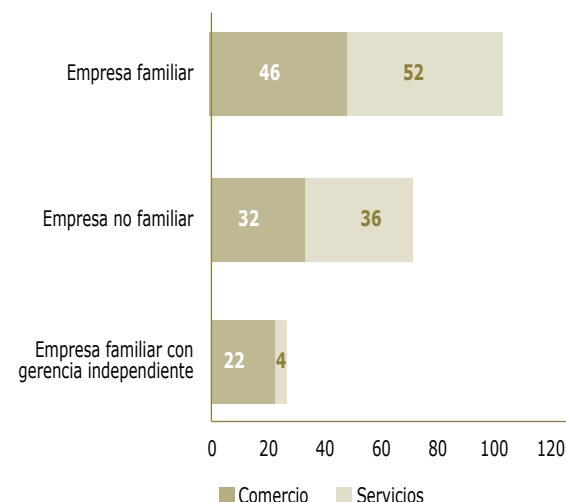


Gráfico 31. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

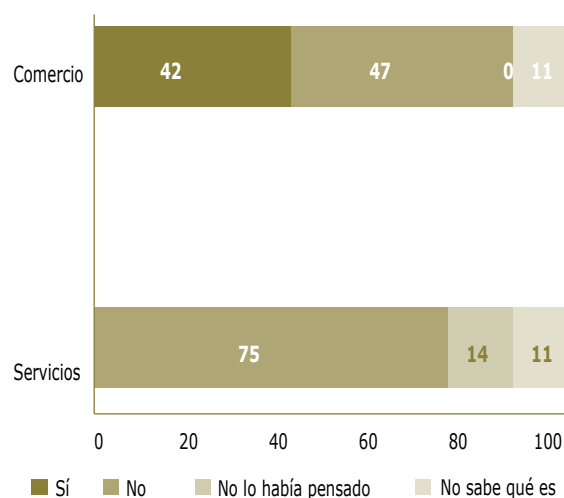
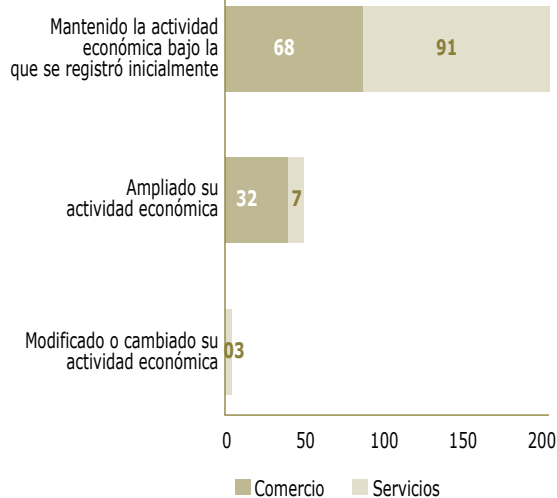


Gráfico 32. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta de la ciudad de Buenaventura es inexistente, es decir, ninguna de las Pymes de servicios

exportó durante el segundo semestre de 2014 y, adicional a esto, ninguna tuvo expectativas de hacerlo durante el primer semestre de 2015 (ver gráficos 33 y 34).

Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una devaluación del 30% contra el dólar, para esta medición se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 63% de los empresarios comerciales y el 62% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de las empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 35). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (0% comercio y 8% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no

haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (9% comercio y 27% servicios). Para esta medición, debido a la vigencia de los tratados comerciales internacionales, se preguntó a las Pymes de la ciudad de Buenaventura por la participación de distintos mercados en el total de las ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2014. A lo anterior, las Pymes de los dos macrosectores respondieron que las ventas en el mercado local tuvieron una participación entre el 49% y el 59% de las ventas totales, mientras que las ventas al mercado del Valle de Cauca alcanzaron entre el 32% y el 35%, y las ventas al resto del mercado colombiano alcanzaron entre el 9% y el 16% de las ventas totales, ver gráfico 36.

Gráfico 33. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

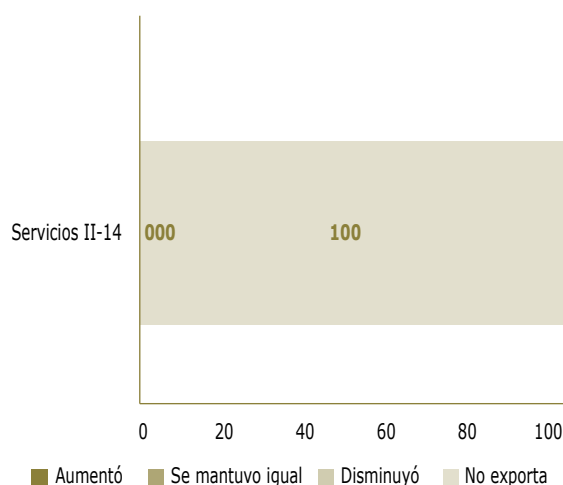


Gráfico 34. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

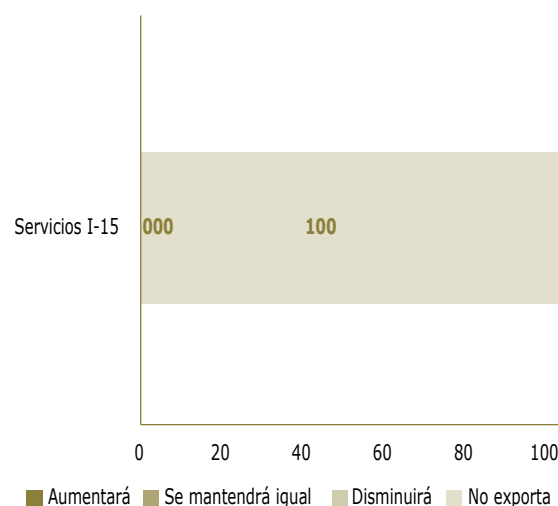


Gráfico 35. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

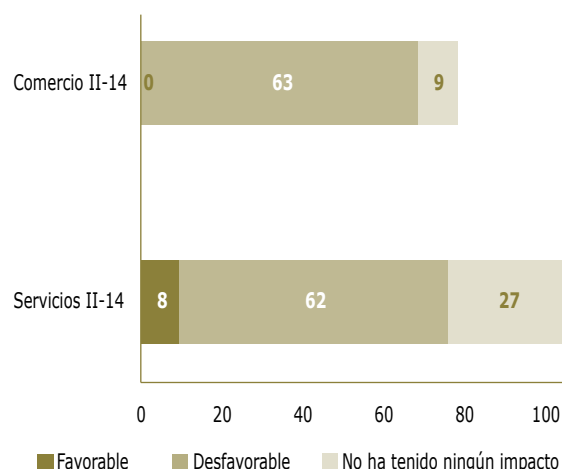
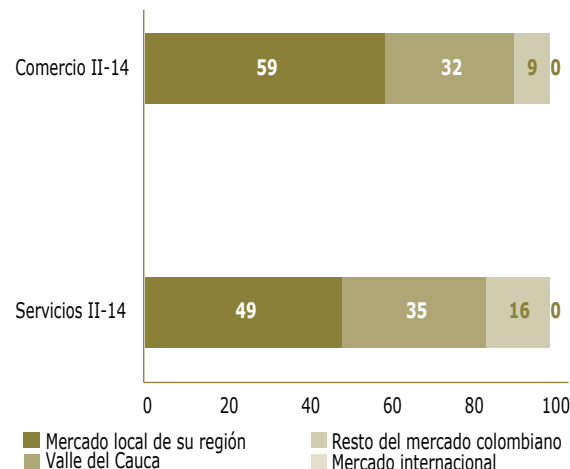


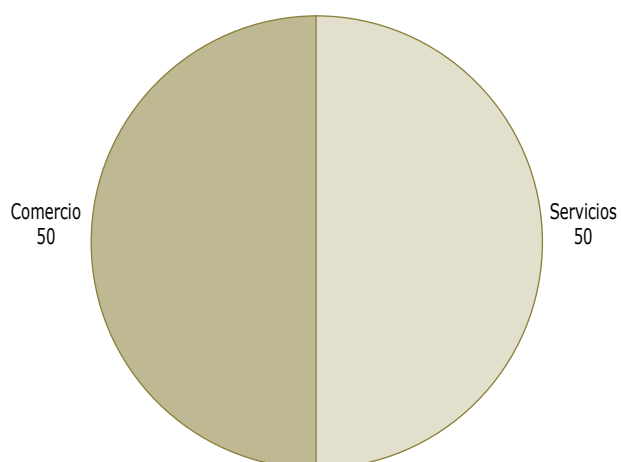
Gráfico 36. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Buga

Distribución de la muestra (%)

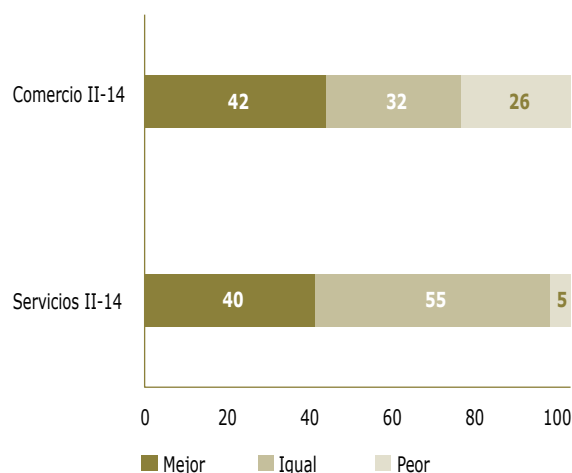


Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2015 para el municipio de Buga evidencian que los empresarios Pyme de este municipio tuvieron una percepción mayoritariamente positiva sobre su desempeño empresarial

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



para los dos macrosectores analizados en el segundo semestre de 2014. En primer lugar, los empresarios del sector comercial tuvieron un buen desempeño en su actividad económica reciente. En efecto, el 42% de los empresarios consultados tuvo una visión positiva sobre la situación actual de sus negocios. Por otro lado, el 32% de las Pymes de este sector mencionó que la situación económica se mantuvo igual en 2014-II frente al semestre anterior y un 26% reportó un empeoramiento en dicho período (ver gráfico 1, sección Valle del Cauca-Buga).

Asimismo, se presentó una opinión favorable en las respuestas a las preguntas referidas a las ventas y los pedidos. Allí, el porcentaje de los pequeños y medianos empresarios comerciales que vieron un incremento de estas variables durante el segundo semestre de 2014, con respecto al semestre inmediatamente anterior, fue del 41% y del 39%, respectivamente (ver gráficos 2 y 3). En cambio, un 37% de las firmas de comercio vio disminuidas sus ventas y un 32% sus pedidos.

Por su parte, el sector servicios presentó un mejor desempeño en el segundo semestre de 2014 en lo

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

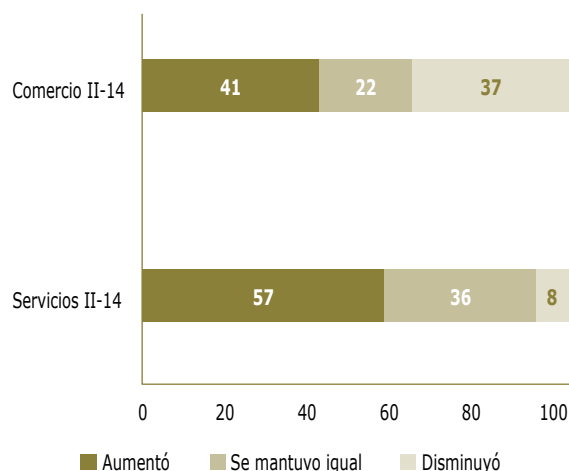
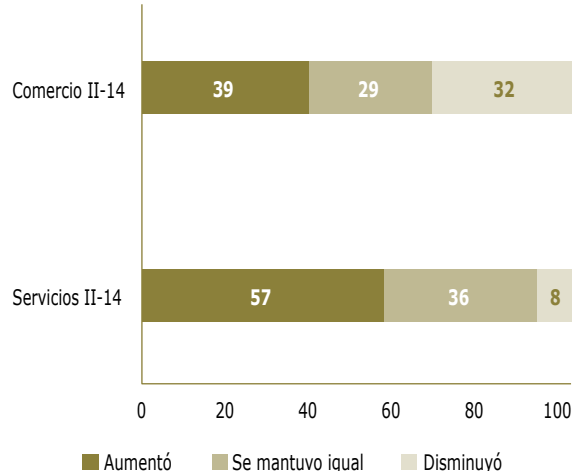


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



referente a su demanda. Pese a que el porcentaje de empresarios de servicios que vieron mejorar su situación actual fue del 40% (2 puntos porcentuales por debajo del sector comercio), el 57% percibió un aumento a nivel de ventas y pedidos, durante 2014-II.

El 81% de las Pymes de comercio bugueñas afirmó que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2014 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 10% de las firmas consideró que estas fueron insuficientes, mientras que únicamente el 9% las encontró excesivas (ver gráfico 4).

Gráfico 4. Existencias (%)

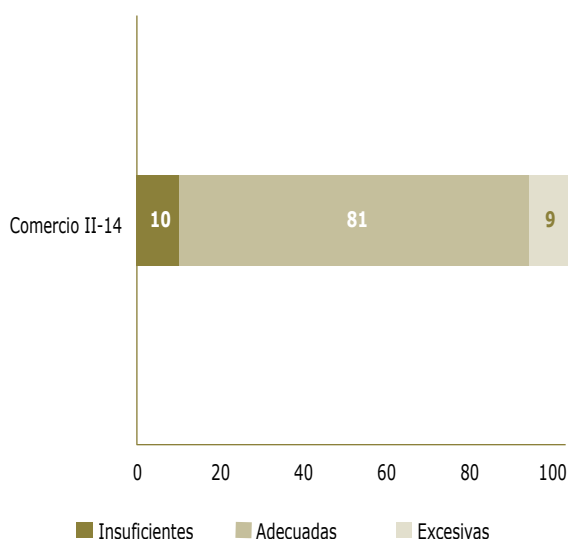
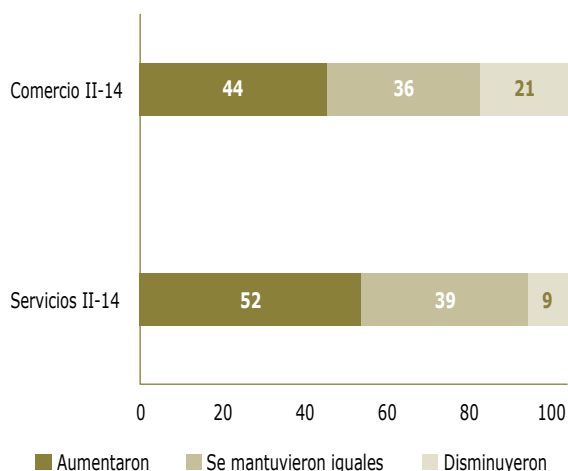


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

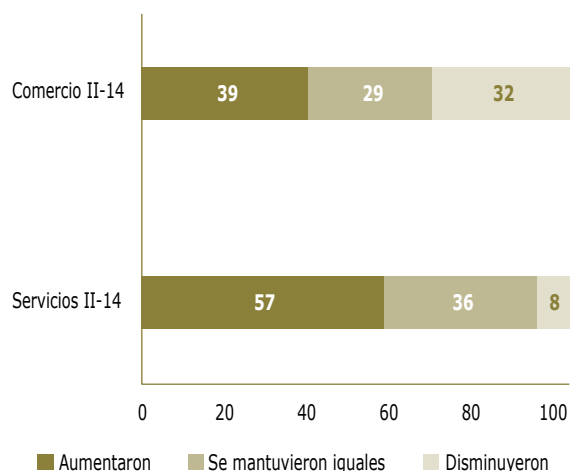


El gráfico 5 muestra cómo la mayoría de las Pymes de los macrosectores de comercio y servicios manifestó haber enfrentado un aumento en el costo de sus insumos en el segundo semestre de 2014 (un 44% y un 52%, respectivamente). Cabe destacar que en servicios la proporción de Pymes que experimentaron una deflación fue muy bajo (9%), con un registro inferior al 10%.

Entre tanto, los márgenes mostraron un comportamiento positivo en comercio y servicios. En efecto, según el gráfico 6, la mayoría de los empresarios de comercio observó un crecimiento de sus márgenes de ganancia durante este período (39%). No obstante, en este sector se observó una fuerte polarización en las respuestas de los entrevistados, pues la proporción de firmas que reportaron una reducción de sus márgenes llegó al 32%. En cambio, entre los empresarios de servicios prevaleció un comportamiento favorable, ya que un 57% de los entrevistados manifestó que esta variable se incrementó en 2014-II, frente a solo un 8% que habló de una disminución.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Buga. La mayoría de los empresarios mantuvo igual su planta de personal durante el segundo semestre de 2014, un 85% en el caso de comercio y un 67% en el de servicios (ver gráfico 7). Complementando esto, menos de la cuarta parte del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores.

Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



La superficie de ventas de las Pymes comerciales bugueñas tuvo un comportamiento polarizado. Por un lado, el 41% de los comerciantes reportó que esta variable aumentó durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 8). Por el contrario, el 37% de los empresarios reportó un decrecimiento de esta variable, lo que refleja la cercanía entre las respuestas positivas y negativas sobre esta variable.

Complementando esto, las Pymes comerciales de Buga consideraron la competencia de grandes superficies como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (un 41% de los entrevistados). Otros problemas diferentes a los que tradicionalmente han

afectado a las Pymes a nivel nacional y los altos impuestos se ubicaron en el segundo y tercer lugar, con una participación del 21% y del 12%, respectivamente. Por su parte, el problema asociado al costo de los insumos obtuvo el cuarto puesto, con un porcentaje del 7% (ver gráfico 9).

Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fue la competencia, con una proporción del 45%, seguida por otros problemas diferentes a los que tradicionalmente han afectado a las Pymes a nivel nacional, con un 19%. El tercer puesto lo alcanzó la opción de altos impuestos escogida por un 12% de los encuestados (ver gráfico 10).

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

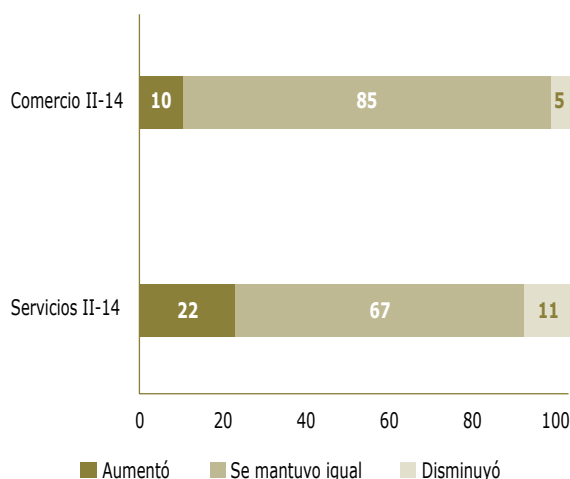


Gráfico 8. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

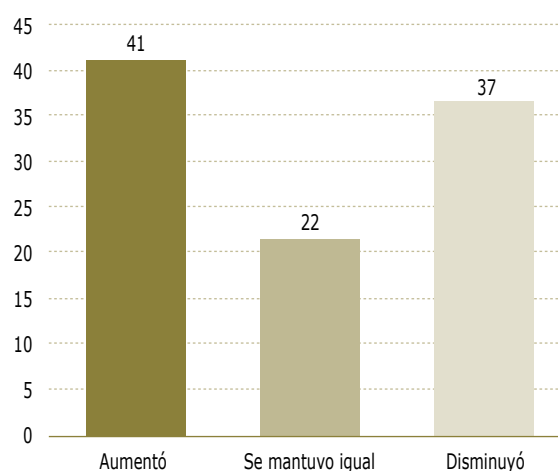
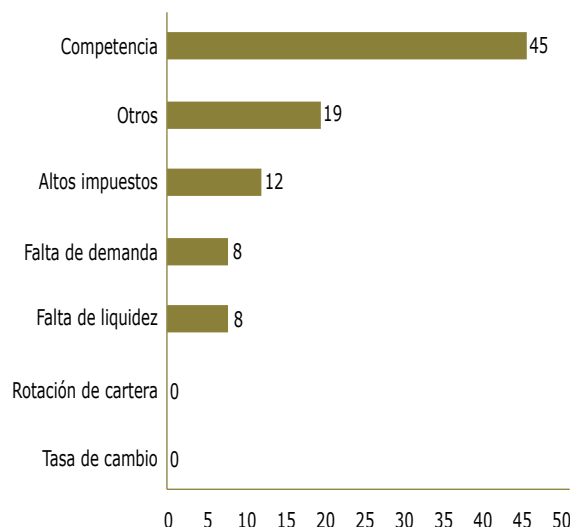


Gráfico 9. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 10. Sector servicios: principal problema (%)



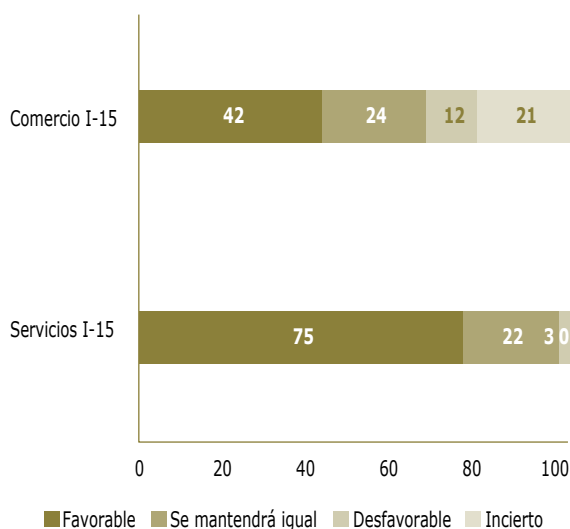
Perspectivas

Primer semestre de 2015

Las perspectivas frente al primer semestre de 2015 fueron optimistas para los pequeños y medianos empresarios de Buga, especialmente para los pertenecientes al sector servicios. En efecto, el 75% de las Pymes de servicios esperaba que la evolución de sus empresas para el cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 11). La misma opinión la compartieron el 42% de los comerciantes. Entre

tanto, se resalta que la perspectiva neutra en cuanto a la situación económica llegaba al 24% entre los comerciantes y al 22% entre los prestadores de servicios. La proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general fue baja, con cifras inferiores al 15% para los dos macrosectores. Sin embargo, en comercio hubo un alto porcentaje de encuestados que reportaron incertidumbre (21%), caso contrario al de servicios donde dicha cifra fue nula (0%).

Gráfico 11. Desempeño general (%)



Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidencian que los empresarios de los dos macrosectores tienen expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 65% para las Pymes comerciales y del 74% para las de servicios. En cambio, menos del 30% del total de empresarios de comercio y servicios esperaba una reducción de esta variable en 2015-I (ver gráfico 12).

En materia de ventas, se alcanzaron registros idénticos, pues el 65% de las Pymes comerciales y el 74% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2015 (ver gráfico 13). Estas cifras resultan notoriamente más altas frente a la proporción de empresarios que esperaban una caída de esta variable (menos del 30% en ambos sectores).

Gráfico 12. Expectativas de pedidos (%)

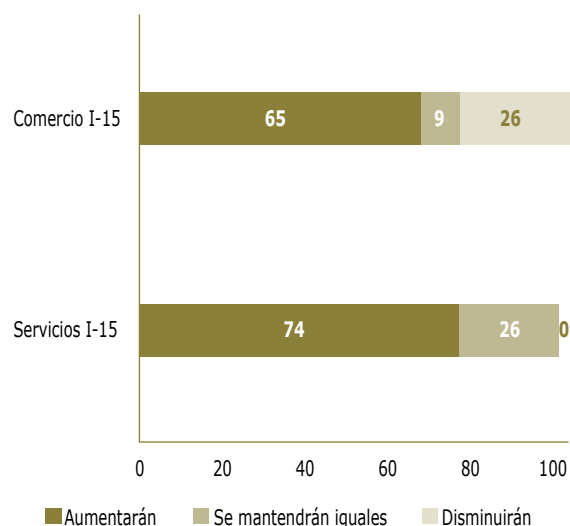
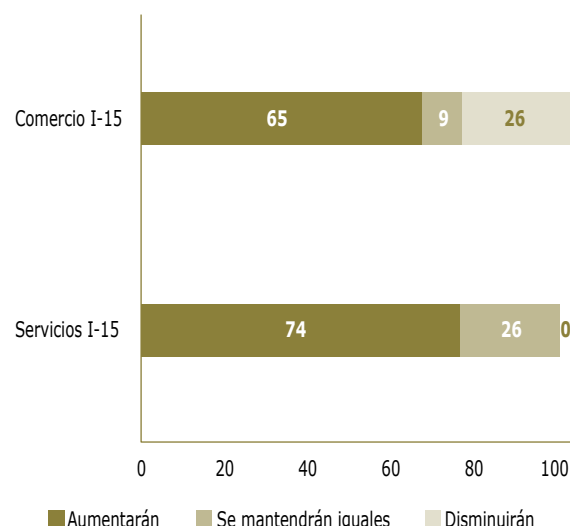


Gráfico 13. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 48% de las Pymes comerciales de Buga y el 40% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 14). Estas cifras fueron mayores a las observadas en la ciudad de Cali, donde los niveles de solicitud fueron del 28% en comercio y del 37% en servicios (ver sección Cali). Por su parte, cabe resaltar que los resultados

de aprobación fueron del 100% para los dos macrosectores, indicando que todas las Pymes que ingresaron al sistema financiero obtuvieron crédito (ver gráfico 15).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado y aprobado para los encuestados de comercio (56% de las solicitudes y aprobaciones) y

Gráfico 14. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

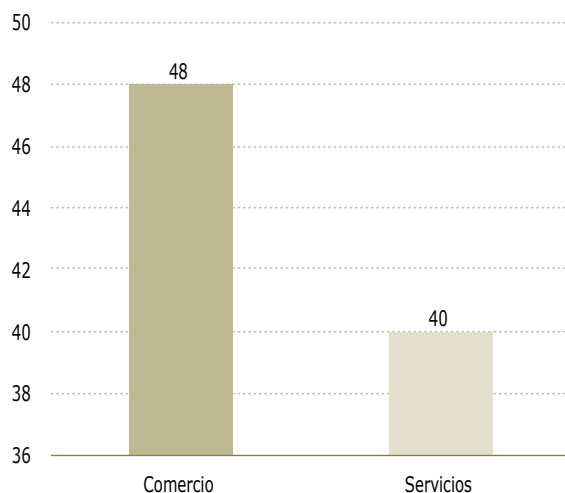


Gráfico 15. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

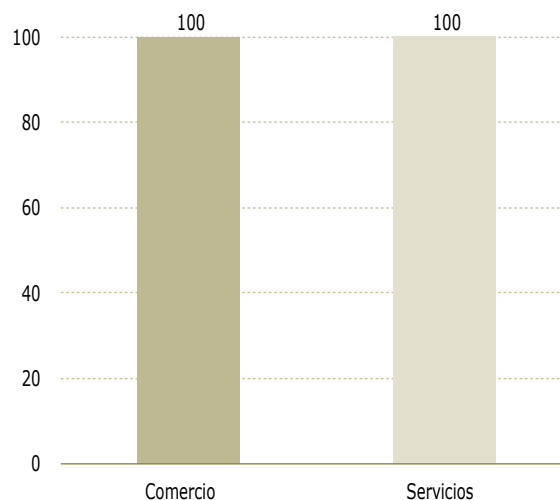


Gráfico 16. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

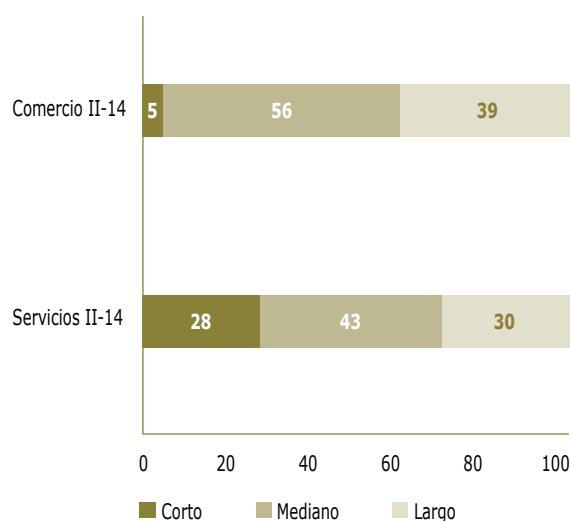
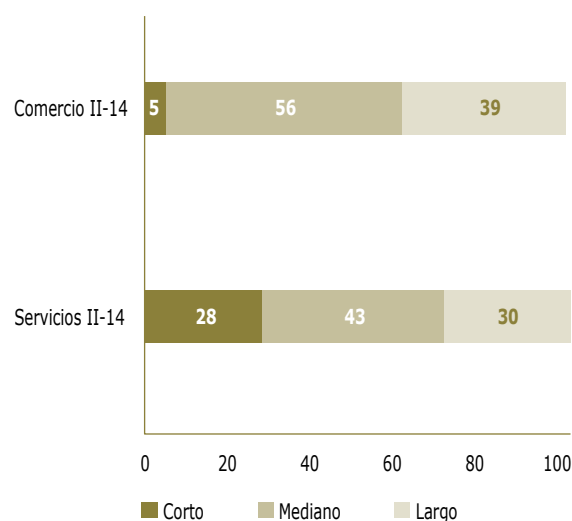


Gráfico 17. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



servicios (43% en ambos casos) ver gráficos 16 y 17. En segundo lugar estuvieron los créditos a largo plazo (mayores a 3 años), que concentraron un 39% de las solicitudes y aprobaciones de comercio y el 30% de las de servicios.

La satisfacción de los empresarios de Buga frente al monto de los créditos recibidos fue superior o igual al 60% para los dos macrosectores analizados. En efecto, el 60% de las Pymes comerciales y el 100% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico

18). Estos resultados se consideran positivos, particularmente en el caso de servicios, 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 los dos macrosectores, alcanzando costos de endeudamiento bajos, ya que la tasa más común para los créditos otorgados fue de hasta DTF+4 puntos (56% de las Pymes comerciales y 92% de las de servicios). Como segunda opción estuvo la tasa mayor

Gráfico 18. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

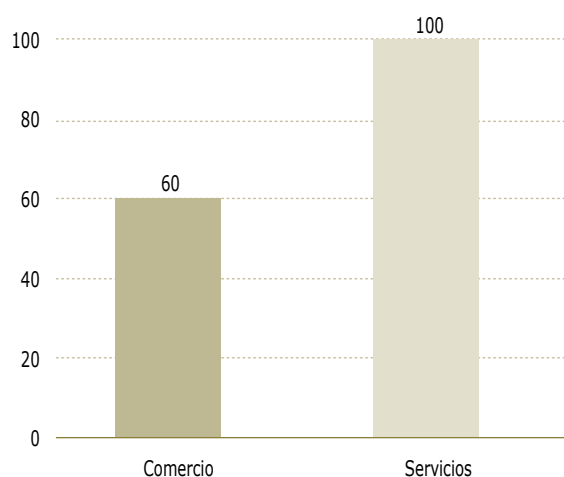


Gráfico 19. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

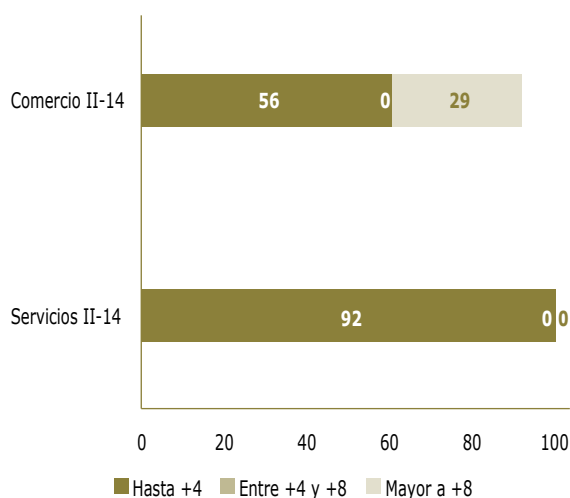


Gráfico 20. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

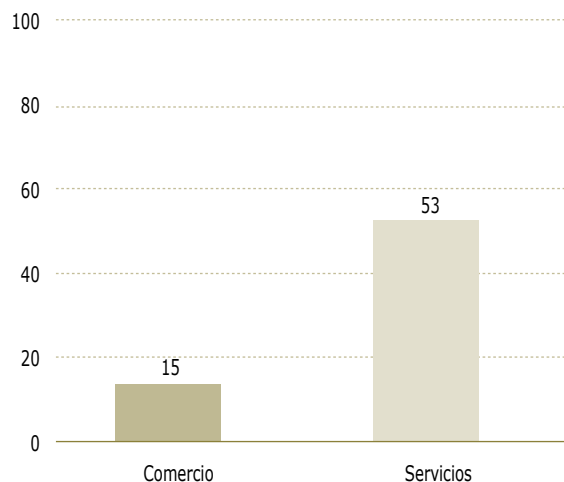
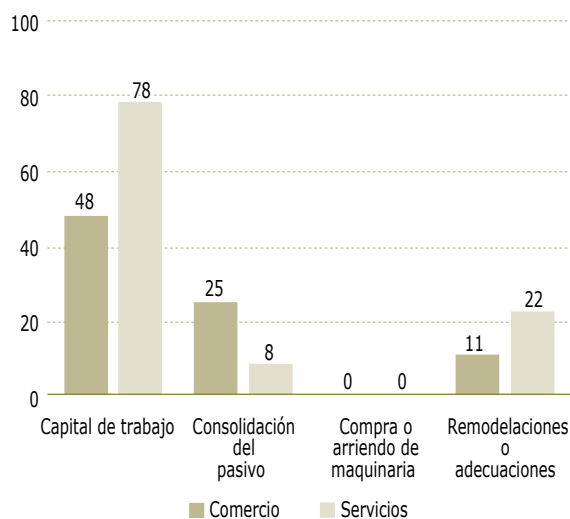


Gráfico 21. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



a DTF+8, con niveles de escogencia inferiores al 30% de los encuestados de comercio y con registro nulos para servicios (0%), ver gráfico 19.

El nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés fue bastante bajo para las Pymes comerciales bugueñas, pues ascendió solamente al 15%. En cambio, en servicios se tuvo un registro mucho más alto, con una satisfacción del 53% (ver gráfico 20). Esto es consistente con el hecho de que los empresarios de

servicios enfrentan los menores costos de endeudamiento dentro de los sectores encuestados.

Los recursos de las Pymes de este municipio del Valle del Cauca solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo: el 48% en comercio y un 78% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos para las Pymes comerciales (con una proporción del 25%). En cambio,

Gráfico 22. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

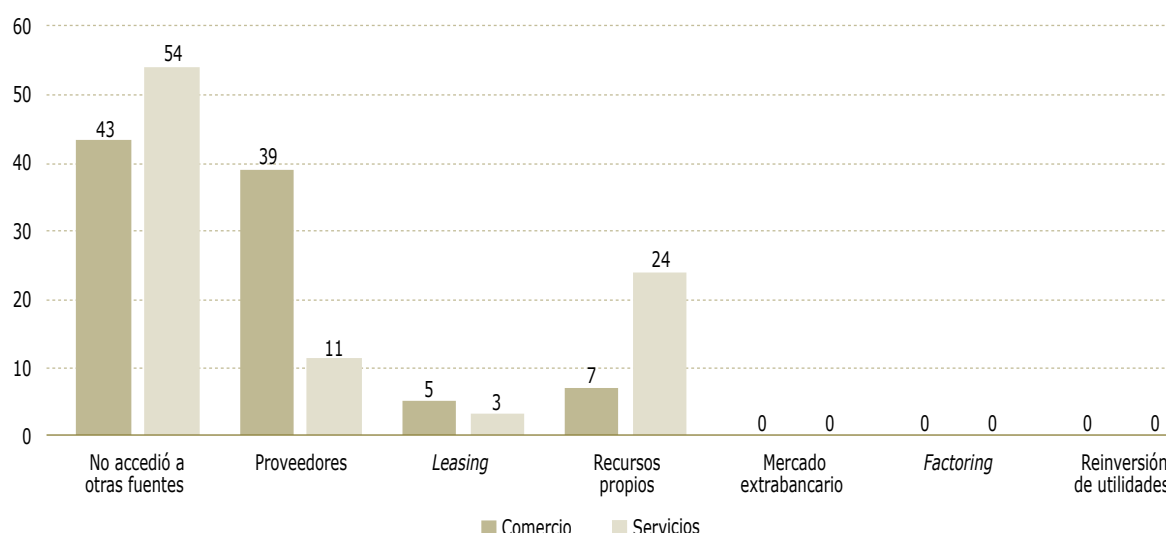
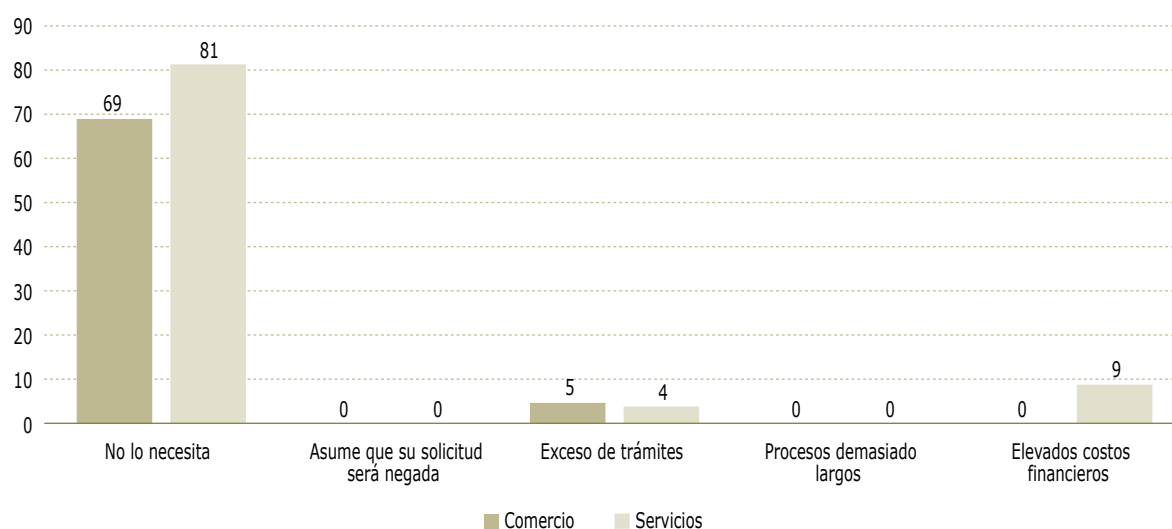


Gráfico 23. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



dentro del sector de servicios adquirieron particular importancia las remodelaciones y adecuaciones (22%), ver gráfico 21.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 43% de las Pymes comerciales y el 54% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2014. Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (39%), mientras que en servicios fueron los recursos propios de las firmas (24%). El *leasing* tuvo una baja penetración, alcanzando valores inferiores o iguales al 5% para los dos macrosectores. Cabe destacar que en el caso del *factoring*, su uso en Buga fue nulo, con

registros del 0% para el total de las Pymes (ver gráfico 22).

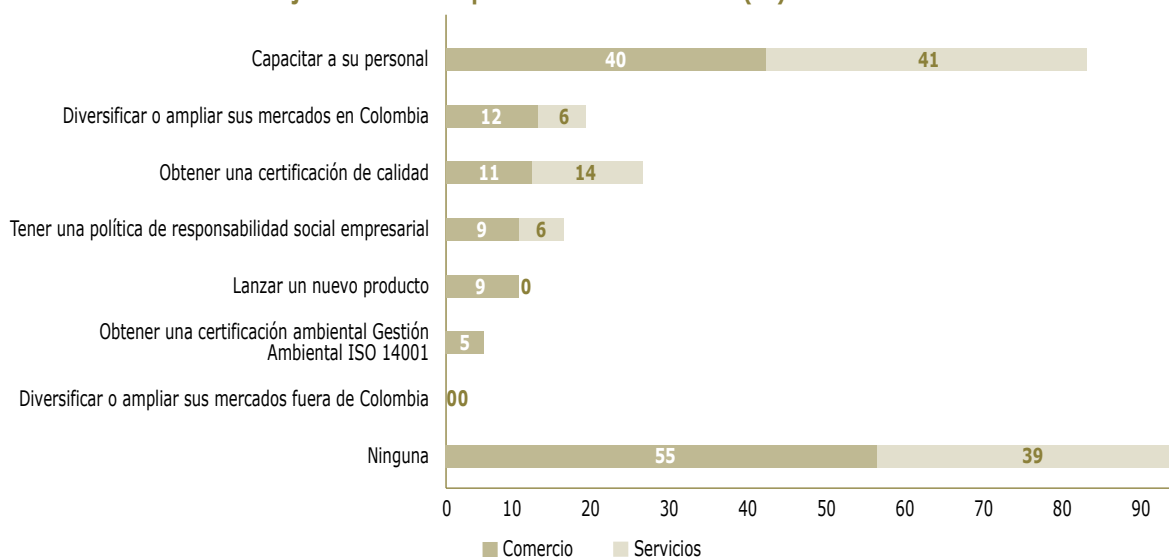
La principal razón por la cual las Pymes bugueñas de los dos macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 69% en comercio y un 81% en servicios). Adicionalmente, la proporción de Pymes de los dos macrosectores que no solicitan créditos al sistema financiero porque anticipan que estos podrían ser negados es nula (0% de los entrevistados). Finalmente, los resultados de esta primera medición en Buga indicaron que para el 0% de las Pymes comerciales y el 9% de las de servicios, la razón que explica la no solicitud del crédito bancario se debe a los elevados costos financieros (ver gráfico 23).

Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Buga en el primer semestre de 2015 fue capacitar al personal (un 40% en comercio y un 41% servicios). En segundo lugar, los empresarios comerciales buscaron diversificar sus mercados en Colombia (12%), mientras que los de servicios se enfocaron en obtener una certificación de calidad (14%) en 2015-I (ver gráfico 24). Es importante mencionar que el porcentaje de

empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2015 fue bastante alto, especialmente en el sector comercio donde más de la mitad de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión (55%). En el sector servicios el porcentaje también resultó significativo (39%), dando indicios de una baja innovación al interior de este segmento empresarial bugueño durante el último año.

Gráfico 24. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en Buga.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de este municipio del Valle

del Cauca cuál era la antigüedad de las empresas. Se encontró que en comercio y en servicios la mayoría de los encuestados reportó que sus firmas superaban los 22 años (38% y 41%, respectivamente), ver gráfico 25. Sin embargo, un 22% de las Pymes comerciales manifestó tener entre 3 y 5 años, mientras que un 21% de las firmas de servicios reportó una edad entre los 6 y 10 años.

Gráfico 25. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

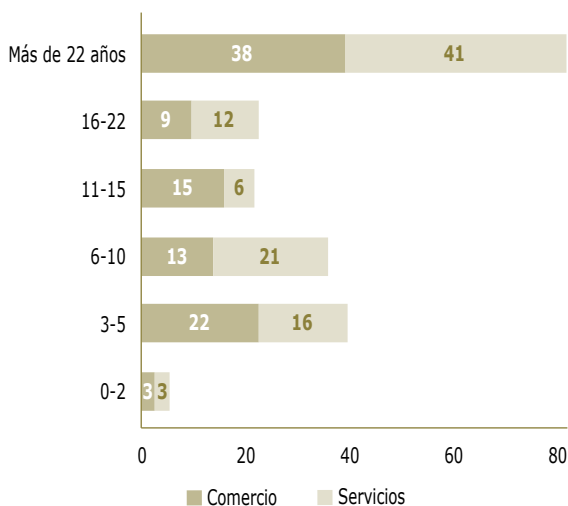


Gráfico 26. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

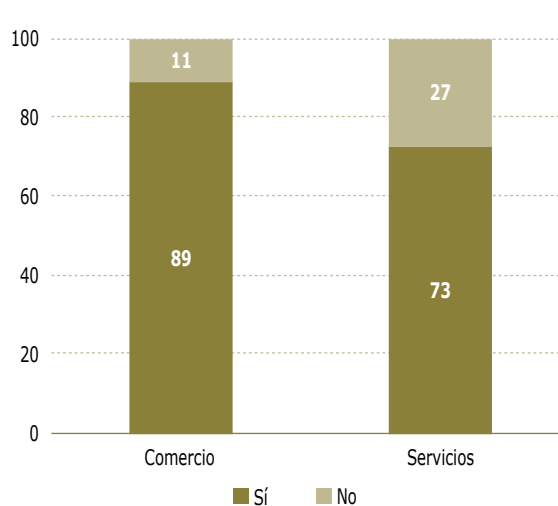


Gráfico 27. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

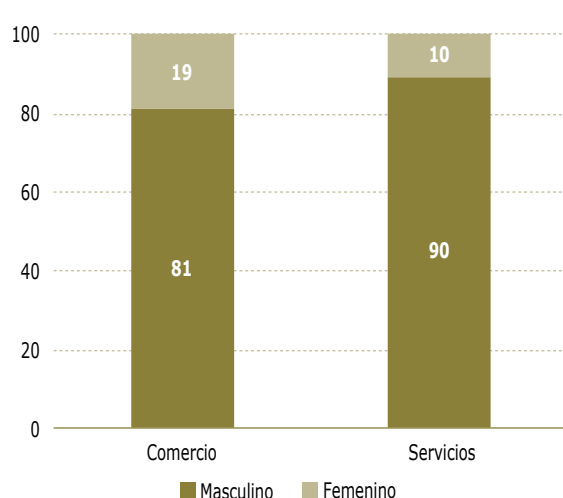
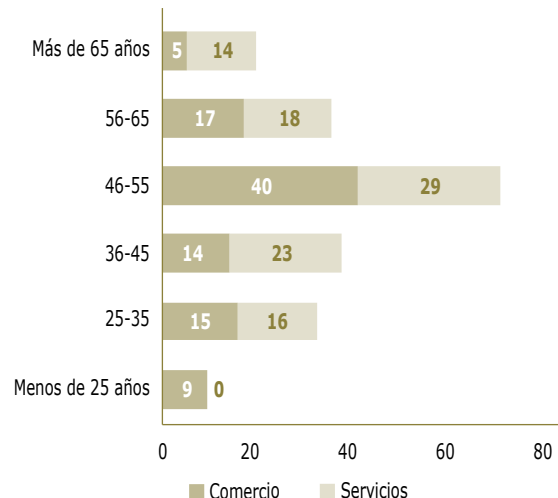


Gráfico 28. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



Analizando las características de los gerentes Pyme, se encontró que en su gran mayoría eran los mismos dueños de las empresas (con cifras superiores al 70% para los dos macrosectores), ver gráfico 26. Asimismo, al preguntar por el género del gerente, se encontró que más de las tres cuartas partes eran hombres, siendo particularmente alto el caso de servicios (90%), ver gráfico 27.

Cuando se indagó por la edad de estos administradores, se encontró que en comercio y servicios esta rondaba principalmente el rango de los

46-55 años (40% y 29% en cada caso), ver gráfico 28. Por otra parte, el máximo nivel educativo fue el título universitario, alcanzado por un 51% de los comerciantes y un 47% en las firmas de servicios (ver gráfico 29). Cabe destacar que en las Pymes de comercio, un 36% de los entrevistados tenía un grado técnico, mientras que en servicios esa misma proporción fue alcanzada por aquellos que tenían posgrado.

La mayoría de las Pymes de comercio bugueñas (40%) se caracterizó por tener empresas de tipo fa-

Gráfico 29. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/ administrador de la empresa? (%)

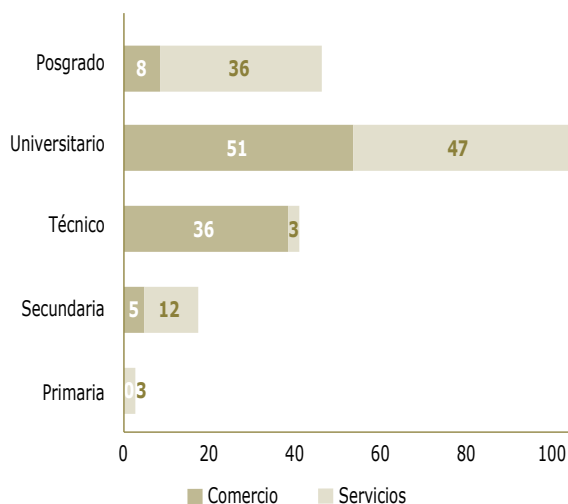


Gráfico 30. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

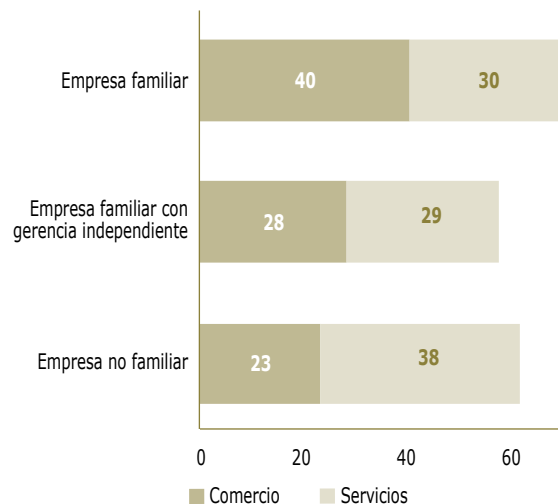


Gráfico 31. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

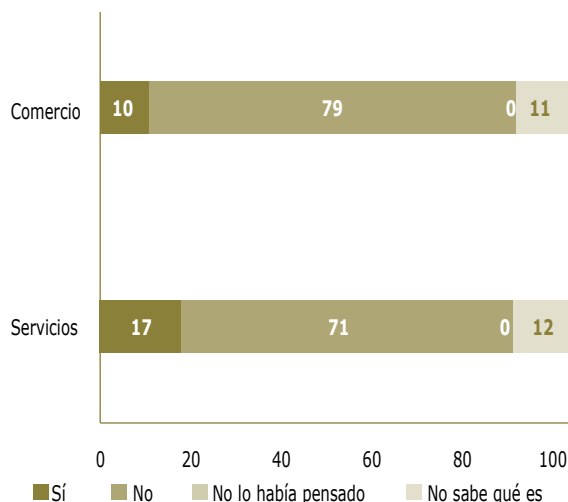
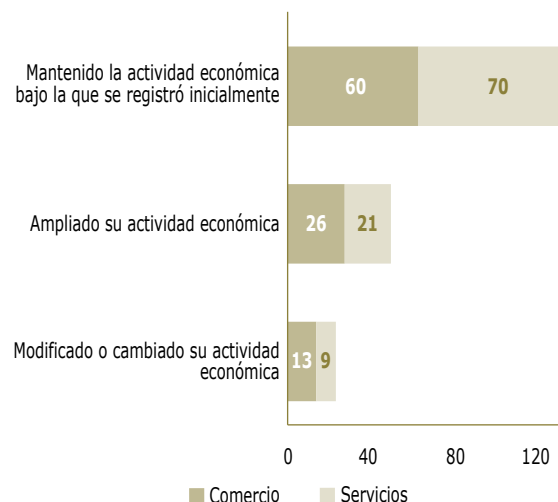


Gráfico 32. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



miliar, sin gerencia independiente (ver gráfico 30). En cambio en servicios se dio un fenómeno completamente distinto, pues el 38% de los empresarios entrevistados afirmó tener una empresa de carácter no familiar. Entre aquellas empresas que son familiares, gran parte no aplica un protocolo de sucesión (79% en comercio y 71% en servicios), y entre el 11%-12% no sabe en qué consiste esa clase de protocolo (ver gráfico 31).

Finalmente, se analizó si habían existido cambios en la actividad económica de las Pymes de Buga durante su tiempo de existencia. Se encontró que el 60%-70% de las firmas de los dos macrosectores había mantenido la actividad económica en la que se había registrado inicialmente (ver gráfico 32). Sin embargo, se destacó que en el sector de comercio un 26% manifestó haber ampliado dicha actividad, cifra que en servicios llegó al 21%.

Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta primera lectura de la Encuesta, en Buga se encontró que el 94% de las Pymes de servicios no realizó exportaciones durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 33). Entre tanto, el porcentaje de empresarios que aumentaron esta variable fue totalmente nulo (0%). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 100% de los encuestados de servicios no preveía exportar en 2015-I (ver gráfico 34).

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes bugueñas sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha afrontado el país. Más de un 40% de los encuestados de los dos macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 35). Esta condición es atribuible a la baja ofer-

ta exportadora de esta clase de firmas (servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. Igualmente, el sector servicios fue el que se mostró más indiferente a esta tendencia, pues un 40% de sus firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar, cifra que en comercio también fue considerable (38%).

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 Buga se enfocaron principalmente en el mercado local de su región (un 43% de las Pymes comerciales y un 47% de las de servicios),

Gráfico 33. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

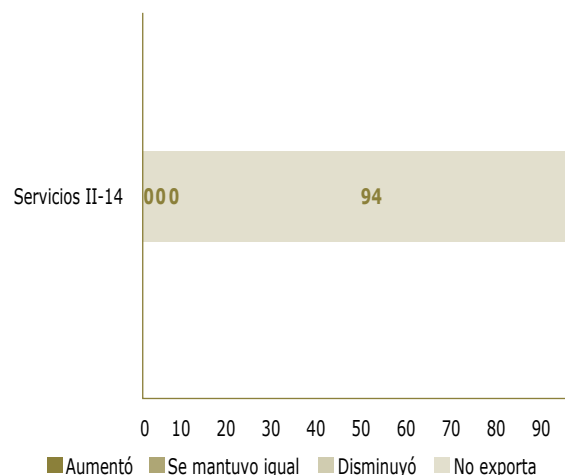
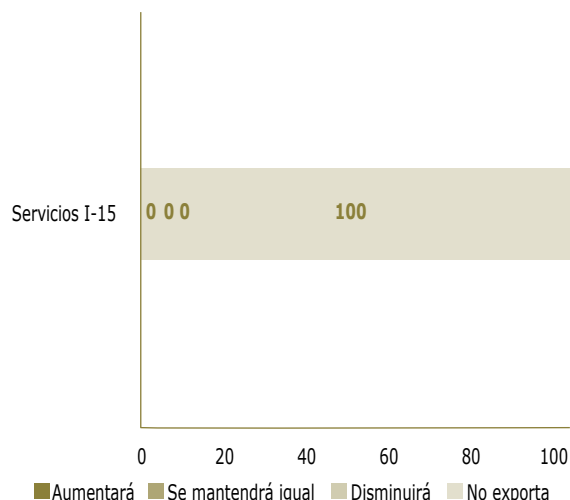


Gráfico 34. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



ver gráfico 36. Entre tanto, los empresarios de comercio (31% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su región), superando levemente el regis-

tro de servicios (29%). Cabe destacar que un 21%-26% de las Pymes entrevistadas tuvo como principal destino de sus ventas los demás municipios del Valle del Cauca.

Gráfico 35. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

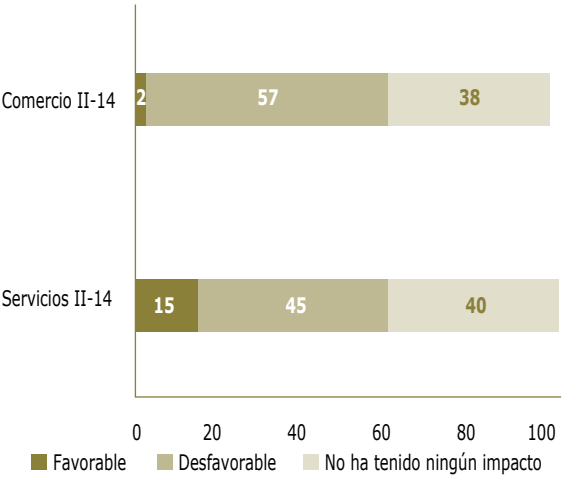
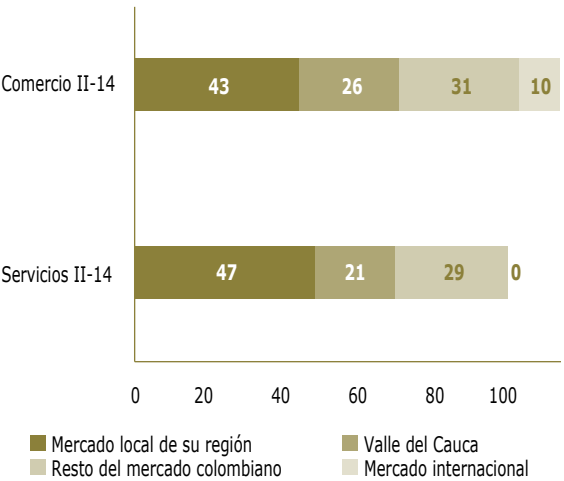


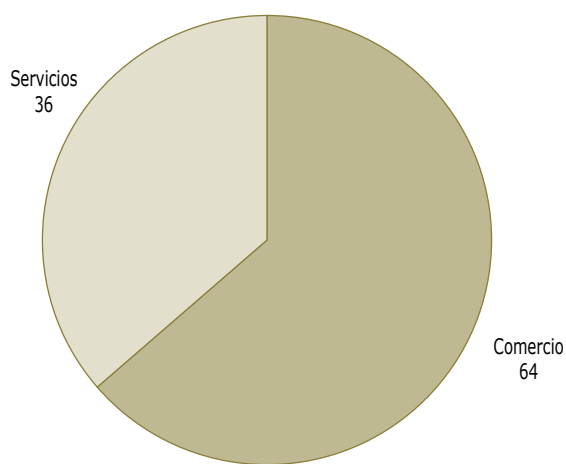
Gráfico 36. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Cartago

Distribución de la muestra (%)



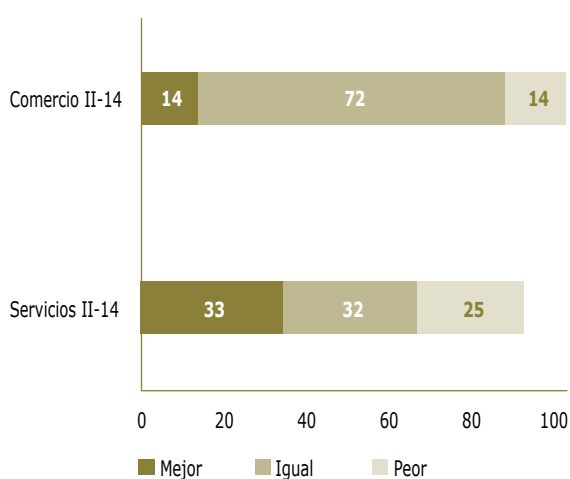
Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2015 para el municipio de Cartago evidencian que los empresarios Pyme comerciales de este municipio tuvieron en su mayoría una percepción de estabilidad. En efecto, el 72% de los empresarios de este sector reportó que

la situación actual de sus negocios se mantuvo igual que en el primer semestre del año. Por otro lado, solo el 14% de las Pymes mencionó que la situación económica mejoró en 2014-II frente al semestre anterior, misma proporción que manifestó un empeoramiento en dicho período (ver gráfico 1, sección Valle del Cauca-Cartago).

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



Asimismo, se presentó una tendencia estable en las respuestas a las preguntas referidas a las ventas y los pedidos. Allí, el porcentaje de los pequeños y medianos empresarios comerciales que mantuvieron constantes estas variables durante el segundo semestre de 2014 con respecto al semestre inmediatamente anterior fue del 65% y del 62%, respectivamente (ver gráficos 2 y 3). En cambio, solo un 16% de las firmas de comercio vio aumentadas sus ventas y únicamente un 20% sus pedidos.

Por su parte, el sector servicios presentó un mejor desempeño en el segundo semestre de 2014 en lo referente a su demanda. El porcentaje de empresarios de servicios que vieron mejorar su situación actual fue del 33% (19 puntos porcentuales por encima del dato del sector comercio), mientras que el 37% percibió un aumento a nivel de ventas y un 43% a

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

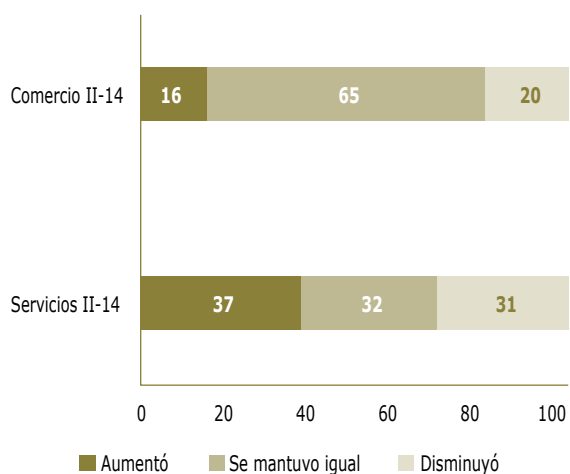
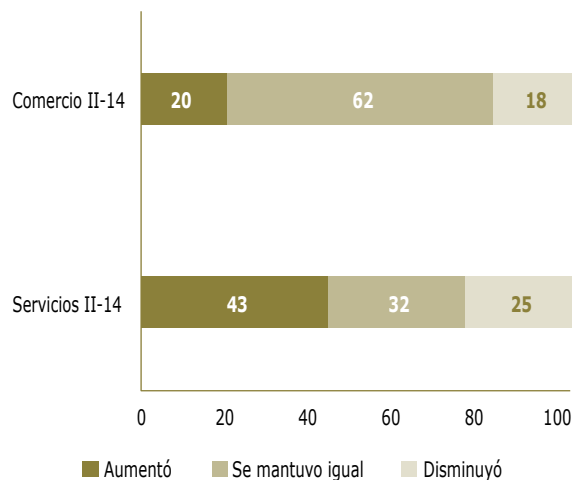


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



nivel de pedidos durante 2014-II (cifras que superan en más de 20 puntos porcentuales los valores de las firmas comerciales).

El 99% de las Pymes de comercio de Cartago afirmó que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2014 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Esto evidencia un ajuste prácticamente perfecto de los empresarios de este municipio a la evolución de la demanda (ver gráfico 4).

El gráfico 5 muestra cómo la mayoría de las Pymes de servicios manifestó haber enfrentado un aumento

Gráfico 4. Existencias (%)

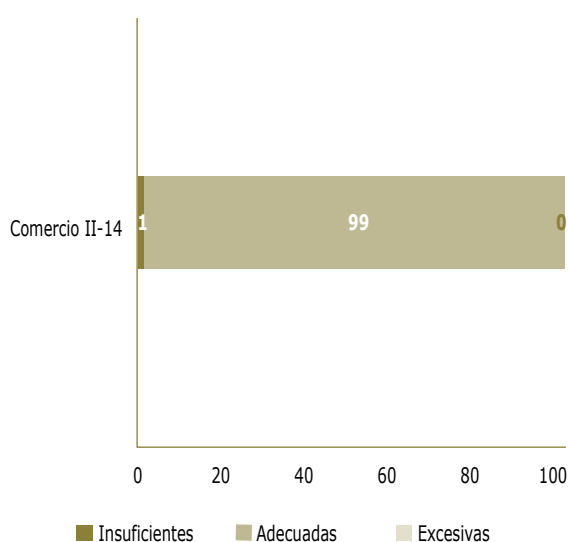
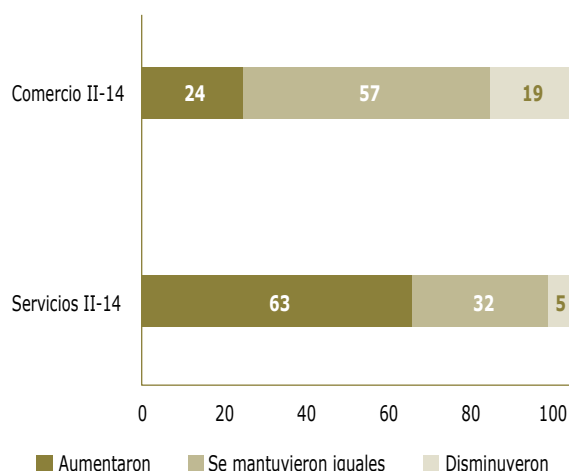


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

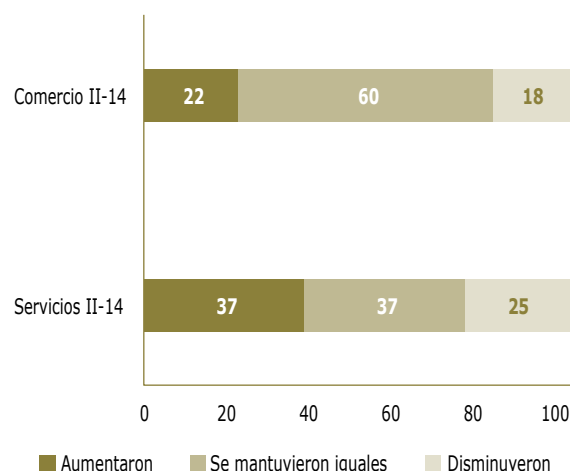


en los costos de sus insumos en el segundo semestre de 2014 (63%). En cambio a nivel de comercio prevaleció la estabilidad, pues un 57% de los entrevistados manifestó que esta variable se había mantenido inalterada al corte de 2014-II. Cabe destacar que menos de la quinta parte de las Pymes afirmó haber enfrentado una deflación en sus costos.

Entre tanto, los márgenes de ganancia mostraron un comportamiento mayoritariamente estable en los dos macrosectores. En efecto, según el gráfico 6, la mayoría de los empresarios de comercio observó que sus márgenes de ganancia se mantuvieron constantes en el segundo semestre de 2014 (60%). Esto es consistente con el hecho de que las firmas comerciales han visto estables sus niveles de demanda y sus costos en dicho lapso. Igualmente, entre los empresarios de servicios prevalecieron las firmas que mantuvieron inalterados sus márgenes, con un registro del 37% de los encuestados. Dicha cifra también fue registrada por aquellos empresarios que percibieron un aumento de esta variable, lo que indica que las Pymes de servicio tuvieron un mejor desempeño en esta materia que sus pares comerciales.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Cartago. La mayoría de los empresarios mantuvo igual su planta de personal durante el segundo semestre de 2014, un 87% en el caso de comercio y un 78% en el de servicios (ver gráfico 7). Complementando esto, menos del 10% del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores.

Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



La superficie de ventas de las Pymes comerciales de este municipio del Valle del Cauca tuvo un comportamiento estable. De hecho, el 63% de los comerciantes reportó que esta variable no se alteró durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 8). Entre tanto, el 21% de los empresarios reportó un decrecimiento de esta variable, mientras que solo un 16% habló de un aumento.

Complementando esto, las Pymes comerciales de Cartago consideraron la competencia de grandes superficies como el principal problema para el desarro-

llo de sus actividades (un 36% de los entrevistados). Los altos impuestos se ubicaron en el segundo lugar, con una participación del 30%. Se destaca que el resto de dificultades tuvo registros inferiores al 10% de los encuestados de comercio (ver gráfico 9).

Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fueron los altos impuestos, con una proporción del 38%, seguido por la competencia, con un 27%. El tercer puesto lo alcanzó la falta de liquidez escogida por un 20% de los encuestados (ver gráfico 10).

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

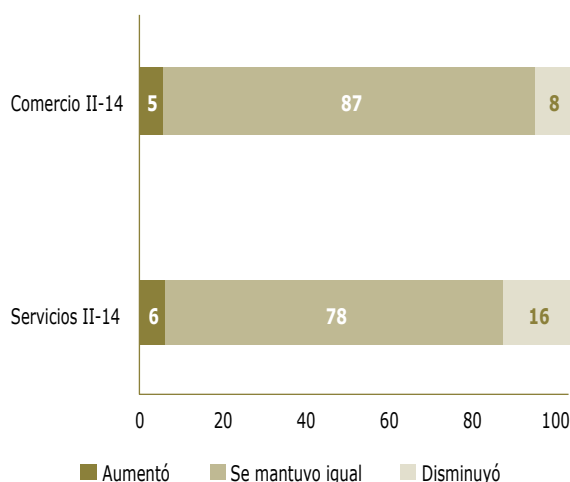


Gráfico 8. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

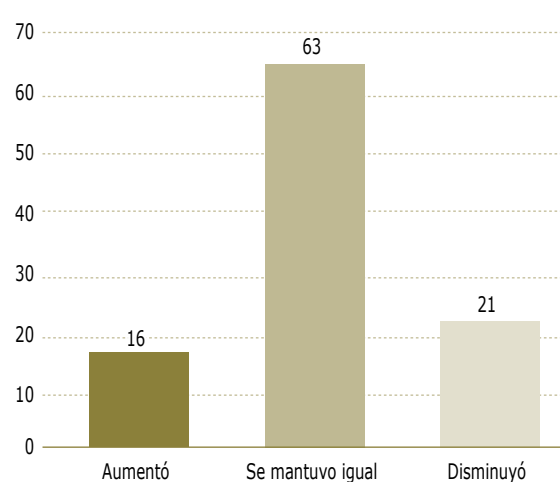


Gráfico 9. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 10. Sector servicios: principal problema (%)



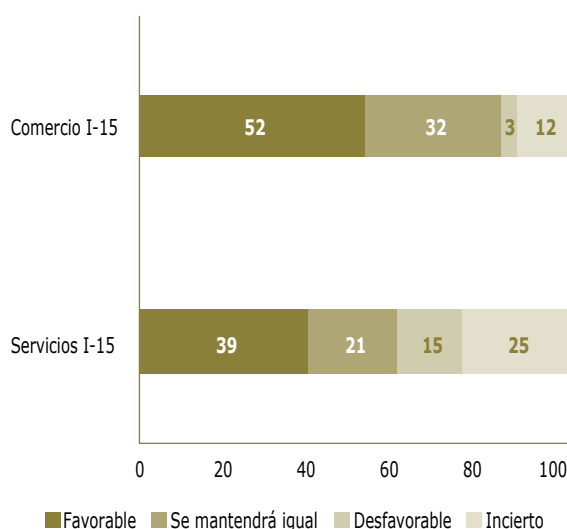
Perspectivas

Primer semestre de 2015

Las perspectivas frente al primer semestre de 2015 fueron optimistas para los pequeños y medianos empresarios de Cartago. En efecto, el 39% de las Pymes de servicios esperaba que la evolución de sus empresas para el cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 11). La misma opinión la compartieron el 52% de los comerciantes. Entre tanto, se resalta que la

perspectiva neutra en cuanto a la situación económica llegaba al 32% de los comerciantes y al 21% de los prestadores de servicios. La proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general fue baja, con cifras iguales o inferiores al 15% para los dos macrosectores. Sin embargo, en servicios hubo un alto porcentaje de encuestados que reportaron incertidumbre (25%), caso contrario al de comercio donde dicha cifra fue solo del 12%.

Gráfico 11. Desempeño general (%)



Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidencian que los empresarios de los dos macrosectores tenían expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 45% para las Pymes comerciales y del 47% para las de servicios. En cambio, menos del 30% del total de empresarios de comercio y servicios esperaba una reducción de esta variable en 2015-I, siendo significativamente bajo el porcentaje de los comerciantes (5%), ver gráfico 12.

En materia de ventas se alcanzaron registros idénticos, pues el 45% de las Pymes comerciales y el 47% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2015 (ver gráfico 13). Estas cifras resultan notoriamente más altas que la proporción de empresarios que esperaban una caída de esta variable (5% en comercio y 26% en servicios).

Gráfico 12. Expectativas de pedidos (%)

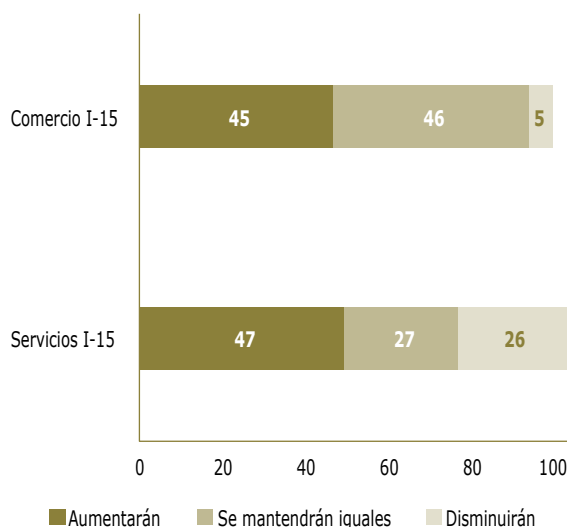
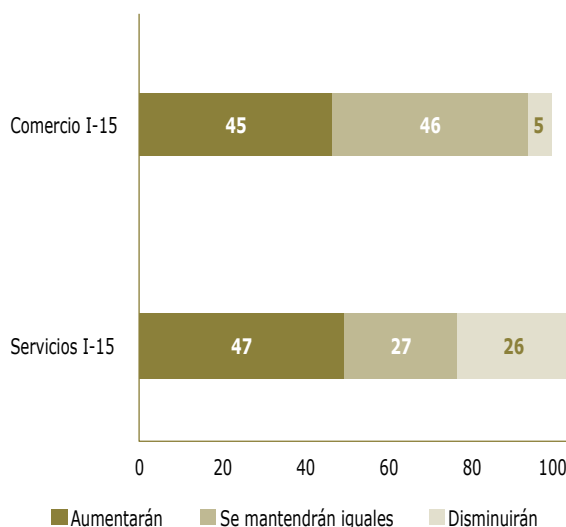


Gráfico 13. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 36% de las empresas comerciales de Cartago y el 20% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 14). Estas cifras contrastaron con las observadas en la ciudad de Cali, donde los niveles de solicitud fueron del 28% en comercio y del 37% en servicios (ver sección Cali). Por su parte, cabe resaltar

que los resultados de aprobación fueron mayores al 70% para los dos macrosectores, resaltando que la mayoría de las solicitudes de los pequeños y medianos comerciantes fue aprobada (ver gráfico 15).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado y aprobado para los encuestados de comercio (47% de las solicitudes y 58%

Gráfico 14. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

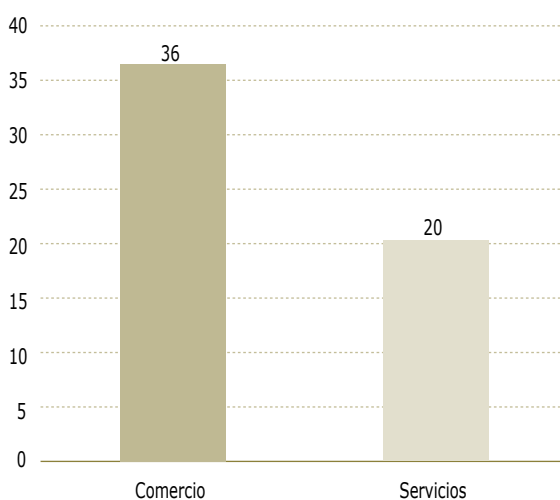


Gráfico 15. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

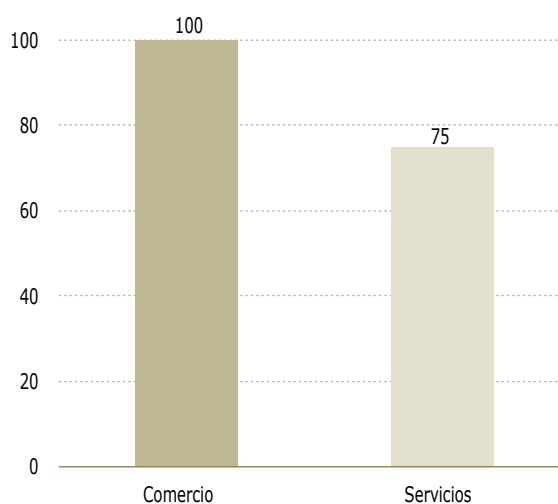


Gráfico 16. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

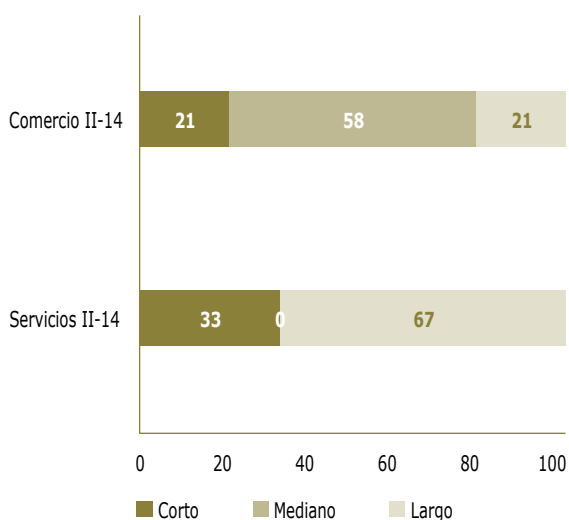
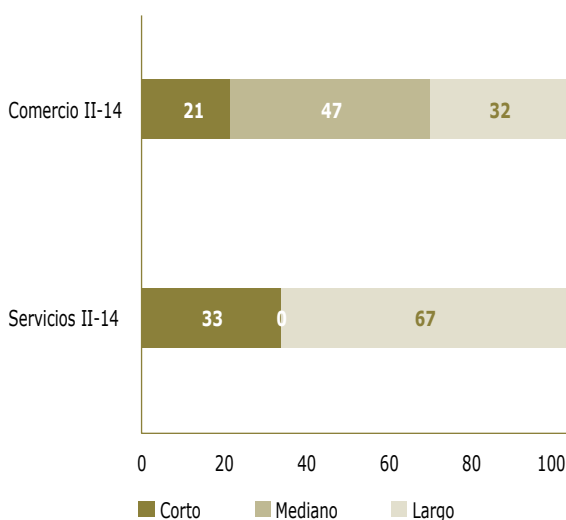


Gráfico 17. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



de las aprobaciones). En cambio en servicios, los préstamos a largo plazo fueron los más solicitados y aprobados (67% en ambos casos) ver gráficos 16 y 17. Cabe destacar que en servicios la proporción de solicitudes y aprobaciones a mediano plazo fue nula (0%), lo que indica que las firmas procuraron en gran medida alargar la vida de sus créditos.

La satisfacción de los empresarios de Cartago frente al monto de los créditos recibidos fue superior al 90% para los dos macrosectores analizados. En efecto, el 94% de las Pymes comerciales y

el 100% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 18). Estos resultados se consideran positivos, particularmente en el caso de servicios, 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 los dos macrosectores, alcanzando costos de endeudamiento bajos, ya que la tasa más común para los créditos otorgados fue de hasta DTF+4 puntos (54%

Gráfico 18. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

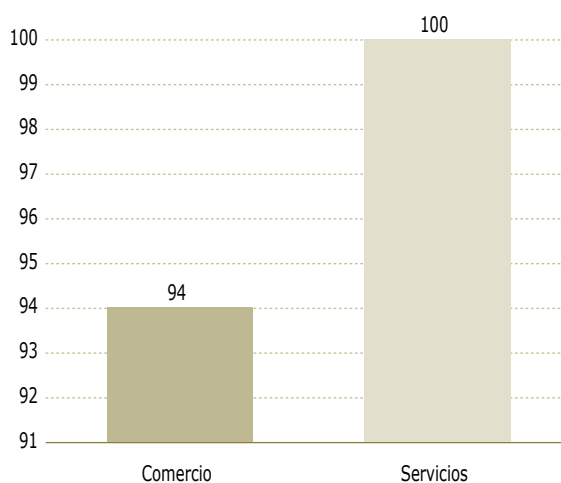


Gráfico 19. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

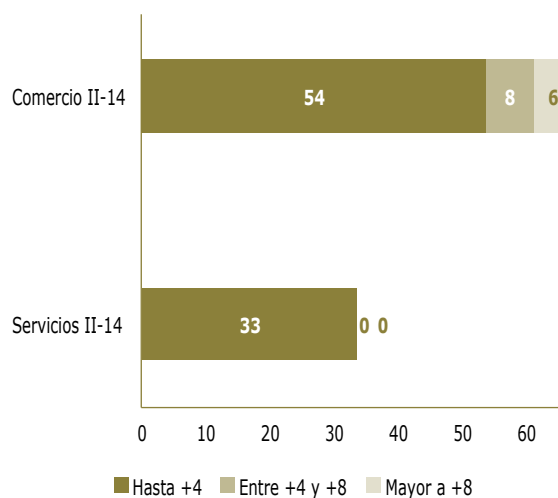


Gráfico 20. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

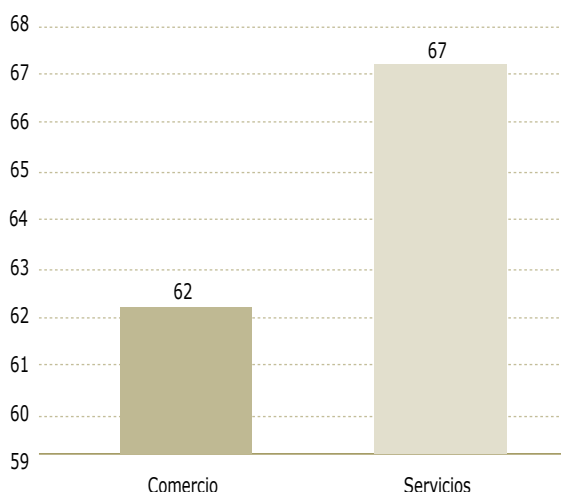
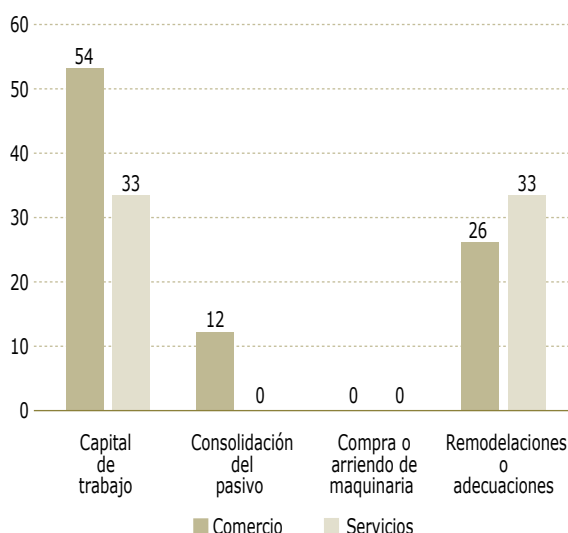


Gráfico 21. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



de las comerciales y 33% de las de servicios). Cabe resaltar que en las Pymes de servicios el porcentaje de empresarios que desconocían o no reportaron su tasa de interés fue bastante alto (77%), ver gráfico 19. Con relación a esto último, el nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés fue mayor al 60% de las Pymes de los dos macrosectores. En servicios (67%) se tuvo un registro ligeramente más alto que el observado en comercio (62%), ver gráfico 20.

Los recursos de las Pymes de este municipio del Valle del Cauca solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo en el caso del sector comercio (54%). En servicios este puesto fue compartido por el rubro antes mencionado y las remodelaciones y adecuaciones (ambos con un 33%). Dichas remodelaciones también jugaron un papel relevante entre los comerciantes de este segmento empresarial, pues

Gráfico 22. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

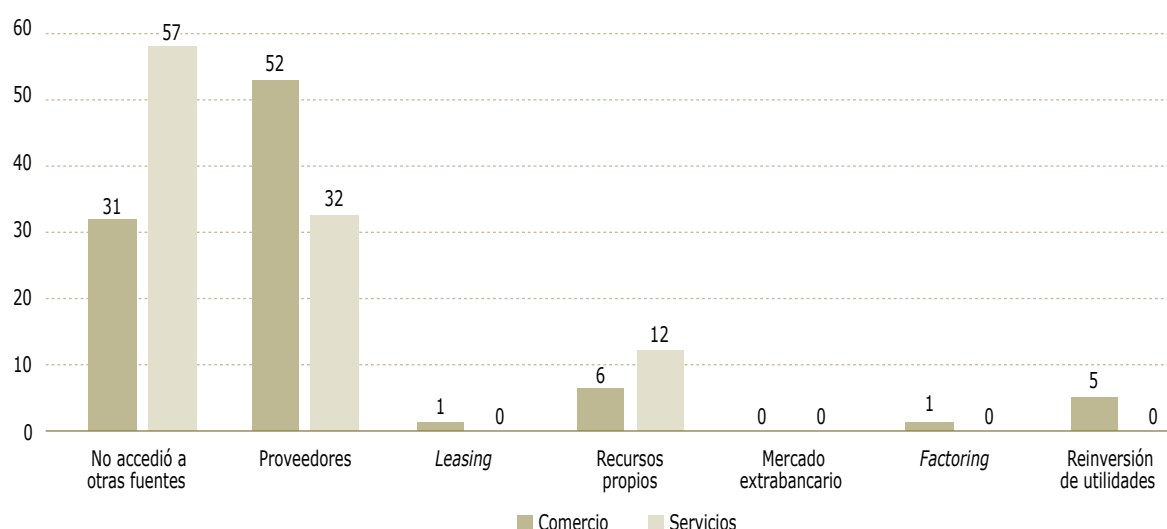
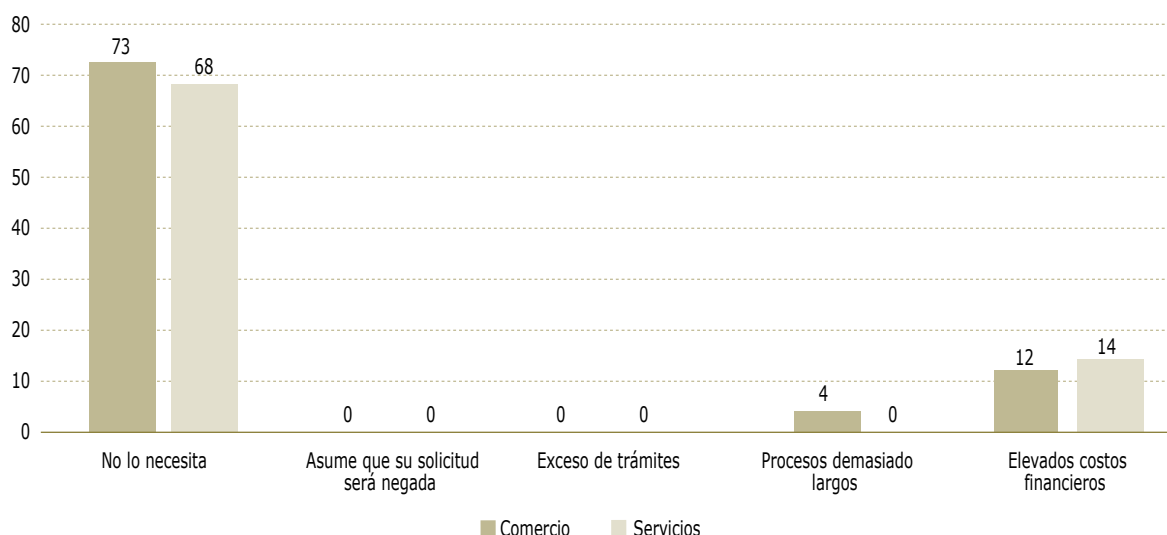


Gráfico 23. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



más de la cuarta parte de los encuestados dirigió sus recursos a esta actividad (26%), ver gráfico 21.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 31% de las Pymes comerciales y el 57% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2014. Entre tanto, los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes (52% de los comerciantes y el 32% de las firmas de servicios). El *leasing* tuvo una baja penetración, alcanzando valores inferiores o iguales al 1% para los dos macrosectores. Asimismo, en el caso del *factoring*, su uso en Cartago fue prácticamente nulo,

con registros del 0%-1% para el total de las Pymes (ver gráfico 22).

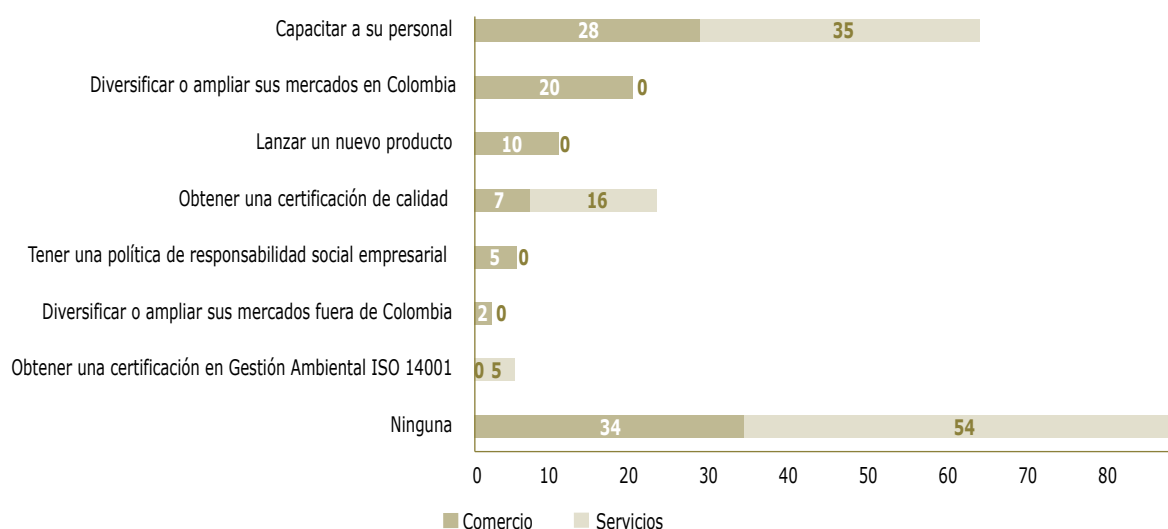
La principal razón por la cual las Pymes de Cartago de los dos macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 73% en comercio y un 68% en servicios). Adicionalmente, la proporción de Pymes de los dos macrosectores que no solicitan créditos al sistema financiero porque anticipan que estos podrían ser negados es nula (0% de los entrevistados). Finalmente, los resultados de esta primera medición en Cartago indicaron que para el 12% de las Pymes comerciales y el 14% de las de servicios, la razón que explica la no solicitud del crédito bancario se debe a los elevados costos financieros (ver gráfico 23).

Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cartago en el primer semestre de 2015 fue capacitar al personal (un 28% en comercio y un 35% servicios). En segundo lugar, los empresarios comerciales buscaron diversificar sus mercados en Colombia (20%), mientras que los de servicios se enfocaron en obtener una certificación de calidad (16%) en 2015-I (ver gráfico 24). Es importante mencionar que el porcentaje de empresas que no

llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2015 fue bastante alto, especialmente en el sector servicios donde más de la mitad de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión (54%). En el sector comercio, el porcentaje también resultó significativo (34%), dando indicios de una baja innovación al interior de este segmento empresarial en este municipio del norte del Valle del Cauca durante el último año.

Gráfico 24. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en Cartago.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de este municipio

del Valle del Cauca cuál era la antigüedad de las empresas. Se encontró que en comercio y en servicios la mayoría de los encuestados reportó que sus firmas superaban los 22 años (58% y 26%, respectivamente), ver gráfico 25. Sin embargo hubo un 21% de las firmas de servicios que reportó una edad entre los 3 y 5 años, misma proporción de aquellas que afirmaron tener entre 11 y 15 años,

Gráfico 25. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

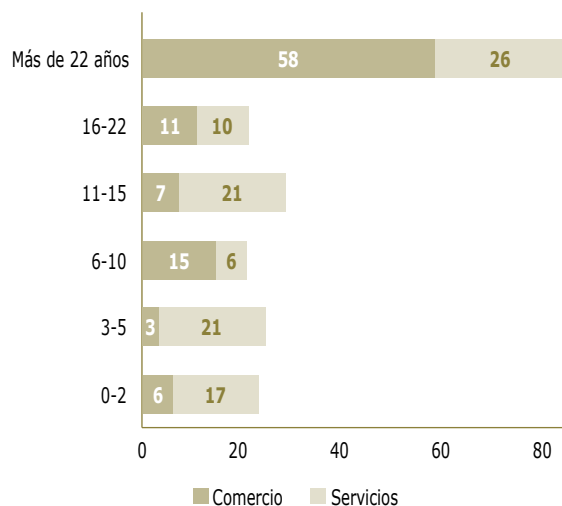


Gráfico 26. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

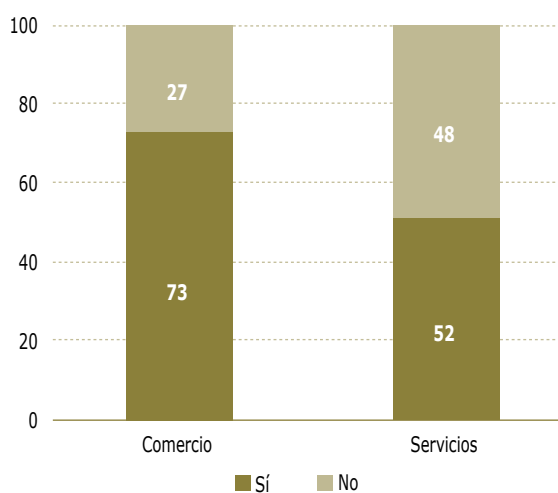


Gráfico 27. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

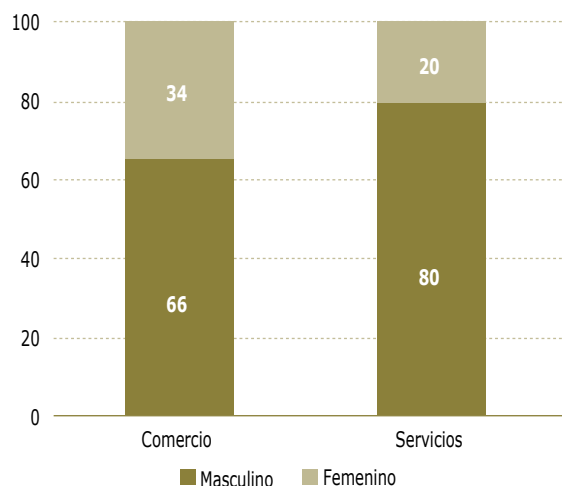
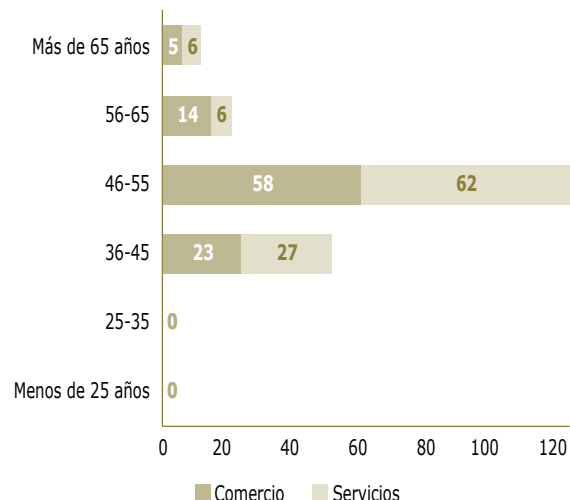


Gráfico 28. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



lo que sugeriría la existencia de empresas más jóvenes en este macrosector.

Analizando las características de los gerentes Pymes, se encontró que en su gran mayoría eran los mismos dueños de las empresas (con cifras superiores al 50% para los dos macrosectores), ver gráfico 26. Asimismo, al preguntar por el género del gerente, se encontró que más del 60% eran hombres, siendo particularmente alto el caso de servicios (80%), ver gráfico 27.

Cuando se indagó por la edad de estos administradores, se encontró que en comercio y servicios esta rondaba principalmente el rango de los 46-55 años (58% y 62% en cada caso), ver gráfico 28. Por otra parte, el máximo nivel educativo fue el título universitario, alcanzado por un 43% de los comerciantes y un 70% de los gerentes de las firmas de servicios (ver gráfico 29). Cabe destacar que en las Pymes de comercio, un 30% de los entrevistados tenía un nivel técnico, mientras que en servicios la proporción de gerentes con esta clase de título no superó el 10%.

Gráfico 29. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/administrador de la empresa? (%)

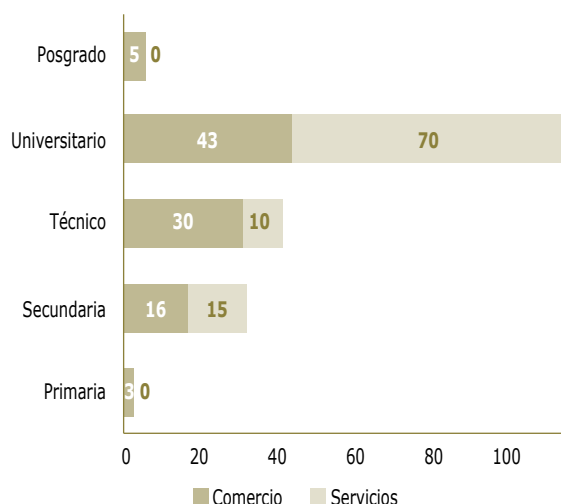


Gráfico 30. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

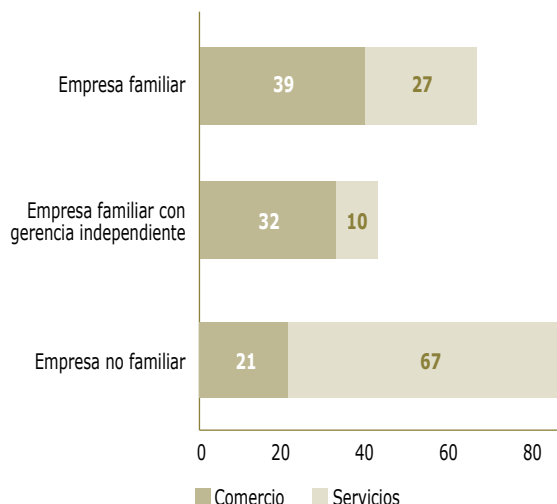


Gráfico 31. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

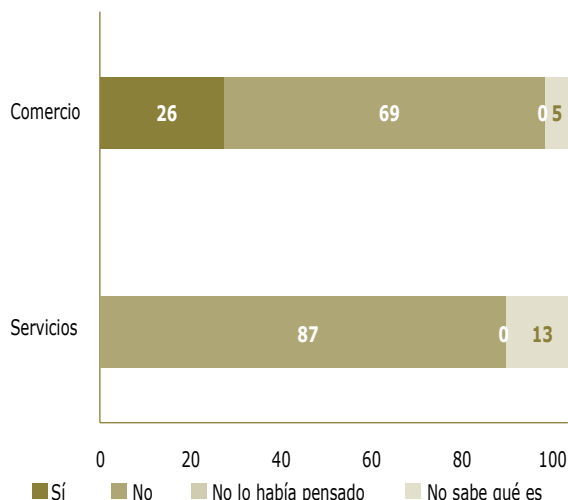
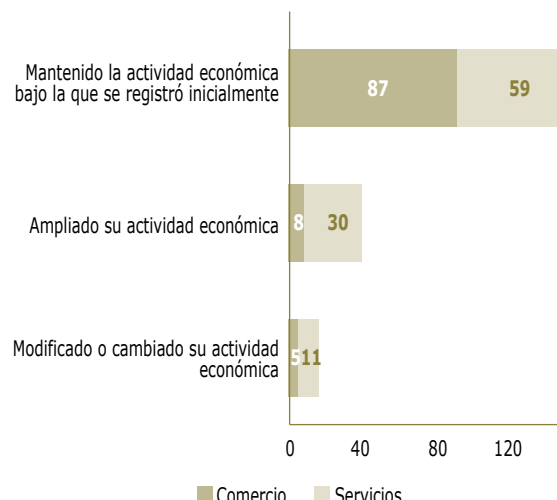


Gráfico 32. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



La mayoría de las Pymes de comercio de Cartago (39%) se caracterizó por tener empresas de tipo familiar, sin gerencia independiente (ver gráfico 30). En cambio en servicios se dio un fenómeno completamente distinto, pues el 67% de los empresarios entrevistados afirmó tener una empresa de carácter no familiar. Entre aquellas empresas que son familiares, gran parte no aplica un protocolo de sucesión (69% de comercio y 87% de servicios), y entre el 5%-13% no sabe en qué consiste esa clase de protocolo (ver gráfico 31).

Finalmente, se analizó si se habían dado cambios en la actividad económica de las Pymes de Cartago durante su tiempo de existencia. Se encontró que más del 55% de las firmas de los dos macrosectores había mantenido la actividad económica en la que se había registrado inicialmente (ver gráfico 32). Sin embargo, se destacó que en el sector servicios un 30% de las firmas manifestó haber ampliado dicha actividad, cifra que en comercio llegó solamente al 8%.

Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta primera lectura de la Encuesta, en Cartago se encontró que el 100% de las Pymes de servicios no realizó exportaciones durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 33). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 95% de los encuestados de servicios no preveía exportar en 2015-I (ver gráfico 34). Ello sugiere que existe una oferta exportadora nula en este municipio, y que los empresarios de servicios no están interesados en modificar radicalmente dicha tendencia a corto plazo.

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes de Cartago sobre el impacto que ha tenido

sobre su actividad económica la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha afrontado el país. Un 55% de los encuestados de comercio reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 35). Entre tanto, el sector servicios se mostró, en gran medida, indiferente ante esta tendencia, ya que un 74% de sus firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar (cifra que en comercio también fue considerable, con un 39% de los entrevistados). Esta condición es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase de firmas (servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encare-

Gráfico 33. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

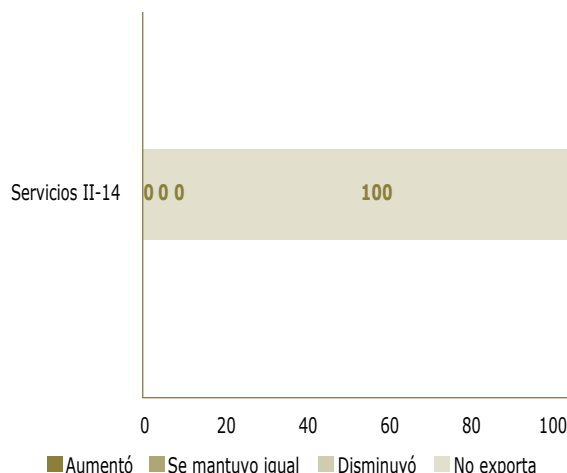
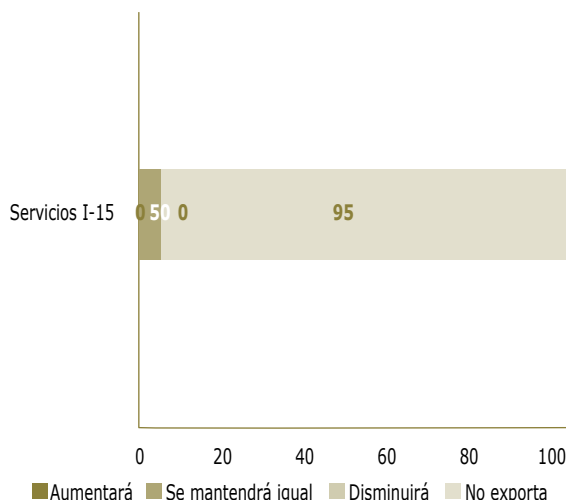


Gráfico 34. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



cer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores.

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 Cartago se enfocaron principalmente en el mercado local de su región (un 58% de

los comerciales y un 68% de los de servicios), ver gráfico 36. Entre tanto, los empresarios de comercio (19% de los entrevistados) fueron los que más incurrieron en el resto del mercado nacional (ajeno a su región), superando significativamente el registro de servicios (6%). Cabe destacar que un 16%-26% de las Pymes entrevistadas tuvo como principal destino de sus ventas los demás municipios del Valle del Cauca.

Gráfico 35. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

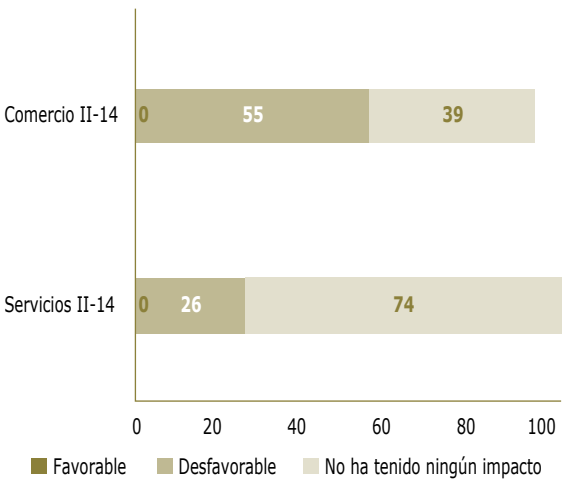
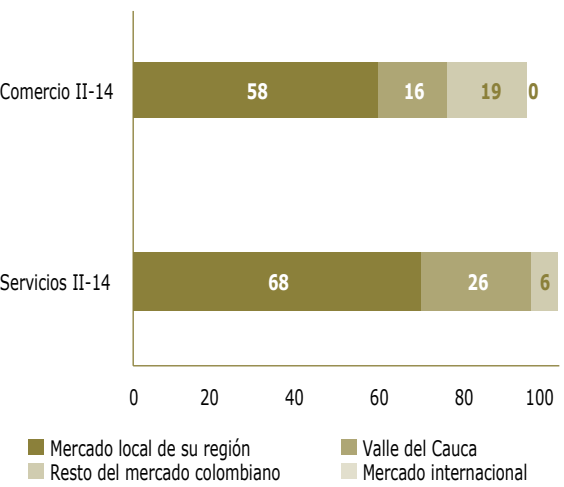


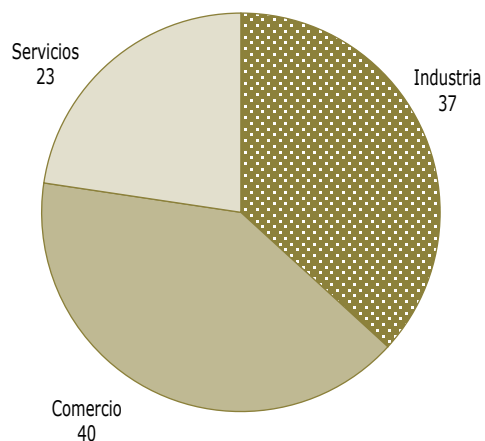
Gráfico 36. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Palmira

Distribución de la muestra (%)

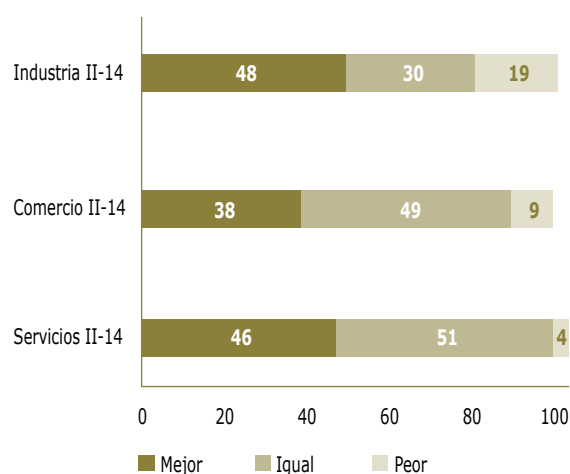


Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para el municipio de Palmira mostraron que la mayoría de los empresarios de los sectores de comercio y servicios consideró que el desempeño de la actividad económica de sus empresas se mantuvo estable durante el segundo semestre de 2014. En efecto, como lo muestra el gráfico 1 (sec-

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



ción Palmira), el 49% de los encuestados del sector de comercio y el 51% de los de servicios dijeron que su situación económica se mantuvo igual en 2014-II (frente a la de 2014-I). Por su parte, la mayor proporción de los empresarios de industria consideró que el desempeño económico mejoró (48%) durante 2014-II. El número de empresarios que reportaron una desmejora en la actividad económica fue bajo en 2014-II, la proporción fue del 19% en industria, del 9% en comercio y del 4% en servicios.

Con relación al comportamiento de las ventas y los pedidos, las percepciones van en línea con la situación económica general, donde las Pymes industriales resultaron ser más optimistas que las comerciales y las de servicios. El 49% de los encuestados industriales reportó aumentos en sus ventas durante 2014-II (ver gráfico 2). En contraste, las empresas Pyme de comercio (46%) y de servicios (52%) dijeron que el volumen de sus ventas se mantuvo igual al observado en 2014-I.

De forma similar, la mayoría de las Pymes de industria de Palmira reportó que el volumen de pedidos aumentó. El gráfico 3 muestra que el 49% de los empresarios industriales dijo haber experimentado un incremento en esta variable, mientras que el 21% de

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

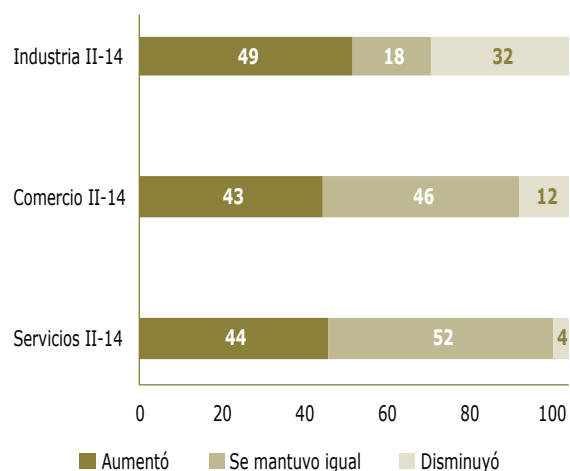
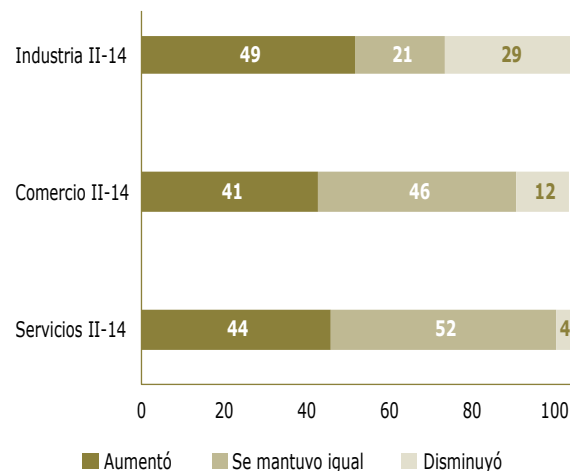


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



los encuestados consideró que los pedidos se mantuvieron y el 29% que disminuyeron. De las Pymes comerciales, el 41% reportó aumentos en el volumen de pedidos recibidos, el 46% dijo que se mantuvieron estables y el 12% que se redujeron. Por su parte, las Pymes de servicios que afirmaron que los volúmenes de pedidos se mantuvieron iguales (52%) superaron a aquellas que consideraron que estos aumentaron (44%) o disminuyeron (4%).

En el gráfico 4 se observa que el 96% de las Pymes del sector de comercio y el 71% de las de industria reportaron que el nivel de existencias fue adecuado

Gráfico 4. Existencias (%)

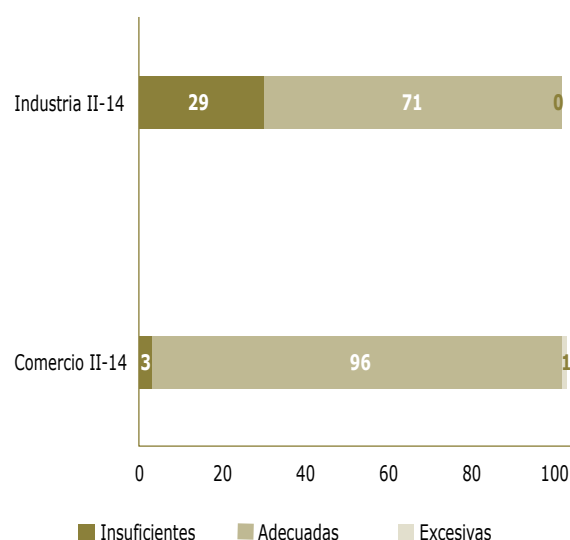
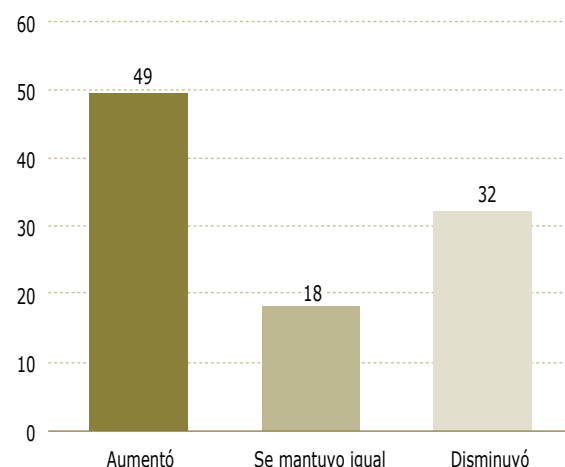


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2014 (%)

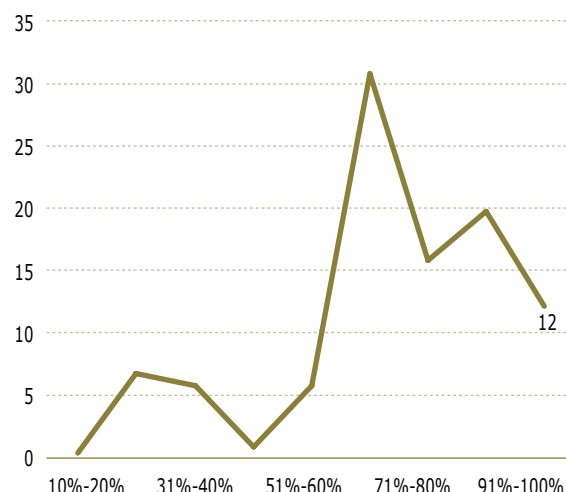


durante 2014-II. En el sector de comercio, tan solo el 3% de los encuestados reportó un nivel de existencias insuficiente. Por el contrario, un elevado 29% de los empresarios industriales de Palmira consideró que sus existencias no fueron suficientes.

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 49% dijo que este había aumentado. Entre tanto, el 18% de dichas empresas afirmó que este nivel se había mantenido igual y el 32% dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 5). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 66% de las Pymes industriales de Palmira utilizó entre el 60% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 6). En cuanto a la inversión en maquinaria y equipo que estas Pymes realizaron, el 40% afirmó que esta aumentó, el 55% que se mantuvo igual y el 4% que esta se redujo durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 7).

El gráfico 8 muestra que para la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores los costos de sus insumos aumentaron en 2014-II. Así, el 55% de las Pymes industriales, el 48% de las comerciales y el 74% de las de servicios reportaron que sus costos crecieron con respecto a los niveles de 2014-II. Por su parte, el 37% de los empresarios del sector de industria, el 43% de los de comercio y el 22% de los de servicios consideraron que los costos de sus insumos se mantuvieron estables, mientras que el 8% de los encuestados industriales, el 9% de los comerciales y el 4% de los de servicios reportaron caídas en sus costos.

Gráfico 6. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes industriales)



Al preguntar a las Pymes de Palmira por los márgenes de sus empresas, su respuesta estuvo en línea con las percepciones moderadas y optimistas del desempeño económico (ya descrito). Las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (49%). En cambio, en las Pymes de comercio y servicios se observó que en esta variable primó la estabilidad (42% en comercio y 52% en servicios). Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes fue del

32% en las Pymes industriales, del 17% en las comerciales y del 4% en las de servicios. Estos resultados confirman que la situación económica en el municipio de Palmira ha sido favorable para los empresarios, aunque moderada (ver gráfico 9).

En Palmira, 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 10, donde una proporción equivalente al 64%

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2014 (%)

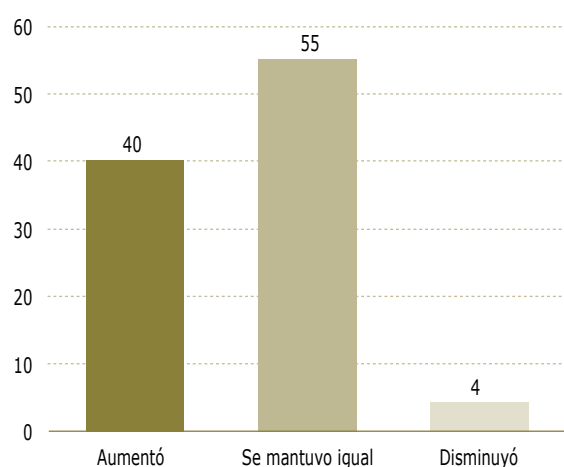


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

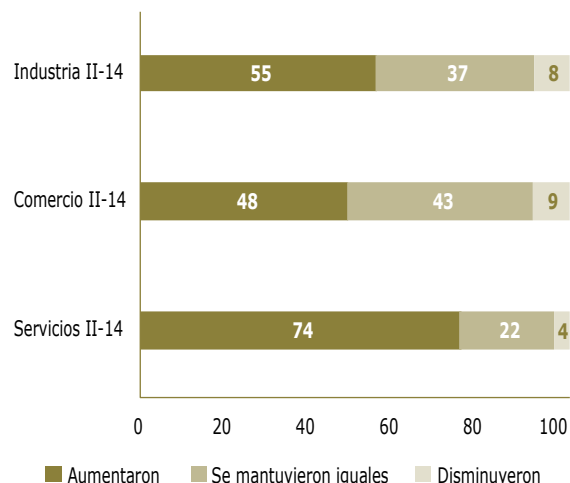


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

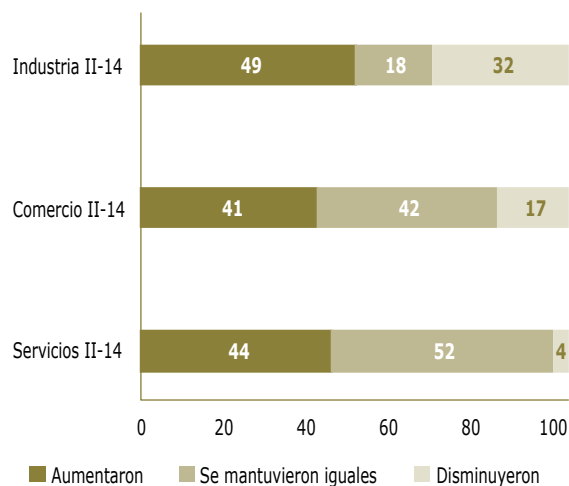
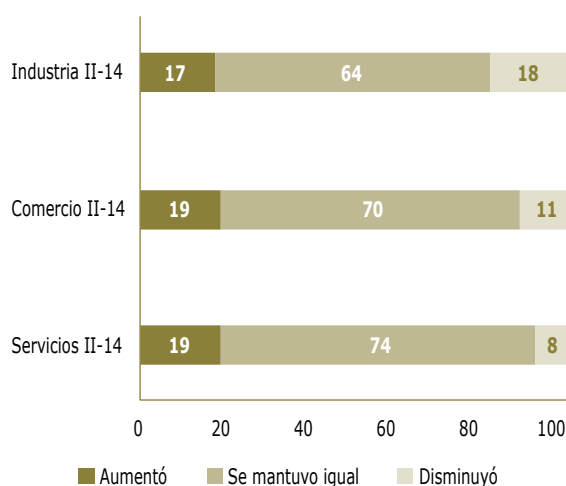


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



de los encuestados del sector de industria, al 70% de los de comercio y al 74% de los de servicios afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante. Por su parte, en el sector de industria los empresarios que reportaron disminuciones en su planta de personal (18%) superaron levemente a los que registraron aumentos (17%). En contraste, en los sectores de comercio y servicios los empresarios que dijeron haber aumentado el número de trabajadores contratados (ambos con 19%) fueron más que los que dijeron haberlo disminuido (11% y 8%).

El gráfico 11 muestra que las Pymes industriales encontraron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial, diferente a los que tradicionalmente han afrontado las Pymes a nivel nacional, los altos impuestos (22%) en el segundo semestre de 2014. A este problema le siguen la falta de demanda (20%), la rotación de la cartera (10%) y el costo de los insumos (7%).

Durante el segundo semestre de 2014, la superficie de ventas de las Pymes comerciales se mantuvo

Gráfico 11. Sector industria: principal problema (%)

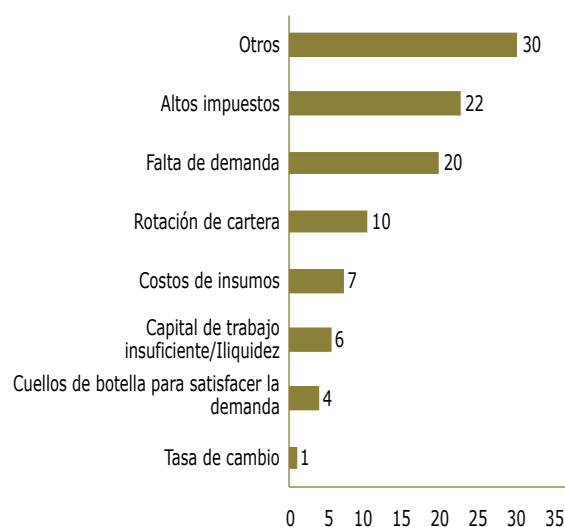


Gráfico 12. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

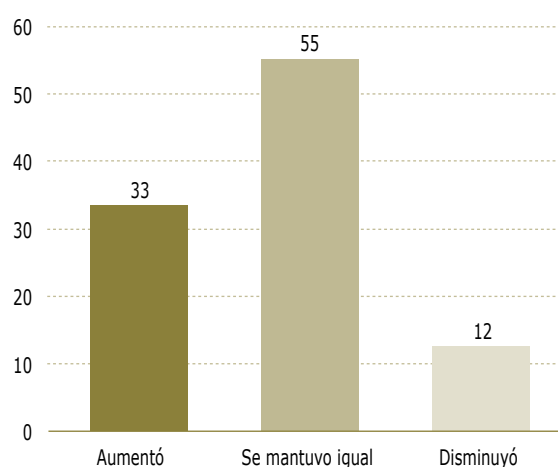


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)

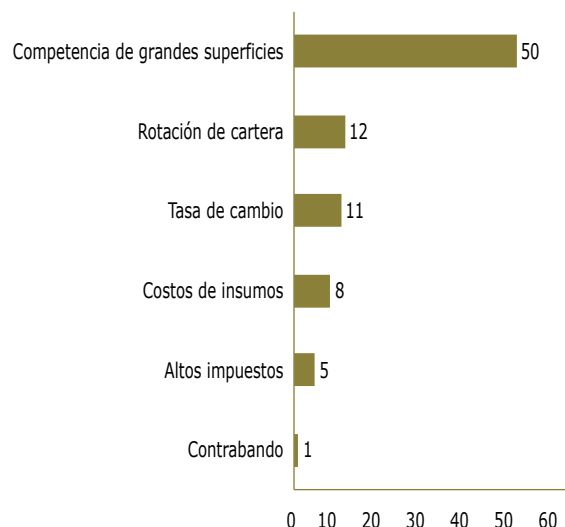


Gráfico 14. Sector servicios: principal problema (%)



más bien estable. El gráfico 12 muestra que el 55% de los empresarios Pyme del sector de comercio afirmó que su superficie de ventas se mantuvo igual, mientras que el 33% dijo que esta aumentó y el 12% que esta variable disminuyó.

En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes comerciales, una gran proporción (50%) men-

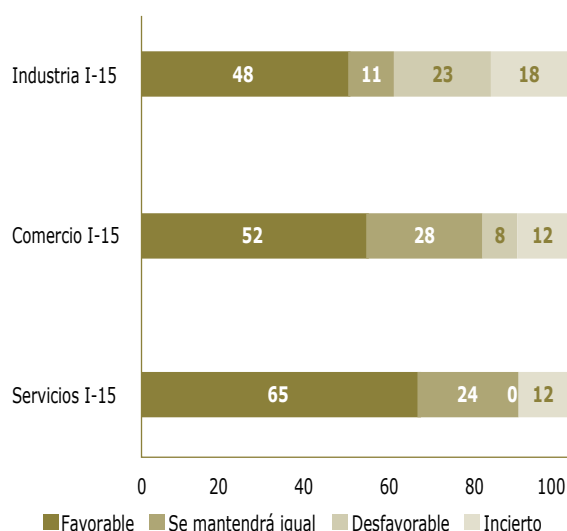
cionó que el más importante fue la competencia de las grandes superficies durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 13). A este le siguieron la rotación de cartera (12%) y la tasa de cambio (11%). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales dificultades la falta de demanda (24%), la competencia (23%) y los altos impuestos (17%), ver gráfico 14.

Perspectivas Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2015 fueron, en su mayoría, optimistas en el segmento Pyme de Palmira. Al preguntar a los encuestados por el desempeño general que esperaban observar durante el primer semestre de 2015, el gráfico 15 muestra que el 48% de los empresarios industriales, el 52% de los empresarios de comercio y el 65% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante 2015-I. En comercio (28%) y servicios (24%) cerca de un tercio de los encuestados pensaba que la situación económica se mantendría igual. En industria, en cambio, una proporción no despreciable de empresarios (23%) consideró que la situación sería desfavorable. En cuanto a las perspectivas inciertas, entre el 10% y el 20% de los empresarios no sabía qué esperar del primer semestre de 2015.

Sobre el nivel de producción industrial, la gran mayoría de las Pymes industriales de Palmira esperaba que aumentara (58%) y el 23% que disminuyera. Por su parte, el 19% de los encuestados consideró que su nivel de producción se mantendría durante este semestre (ver gráfico 16). Con relación a las expectativas de pedidos, los empresarios de los tres macrosectores se mostraron bastante optimistas, alrededor del 60%-70% esperaba que estos aumentaran (ver gráfico 17). Por el contrario, el 23% de los empresarios industriales y tan solo el 5% de los comerciales y el 6% de los de servicios esperaban una disminución en sus pedidos. Estas cifras demuestran que las Pymes en Palmira esperaban una buena dinámica de la demanda y el consumo durante 2015-I.

Gráfico 15. Desempeño general (%)



Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 37% de las Pymes industriales esperaba un incremento en la inversión. Por su parte, el 42% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 22% esperaba una caída en esta variable durante 2015-I (ver gráfico 18).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios eran optimistas (ver gráfico 19). En efecto, el 60% de las Pymes comerciales y el 59% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2015. Así, un porcentaje inferior de empresarios, aunque aún importante, consideraba que las ventas se mantendrían estables (27% en comercio y 35% en servicios). Tan solo el 12% y el 6% de los empresarios de las Pymes del sector de comercio y de servicios, respectivamente, anticipaban caídas en el volumen de ventas.

Gráfico 16. Con respecto al segundo semestre de 2014, la producción industrial en el primer semestre de 2015 (%)

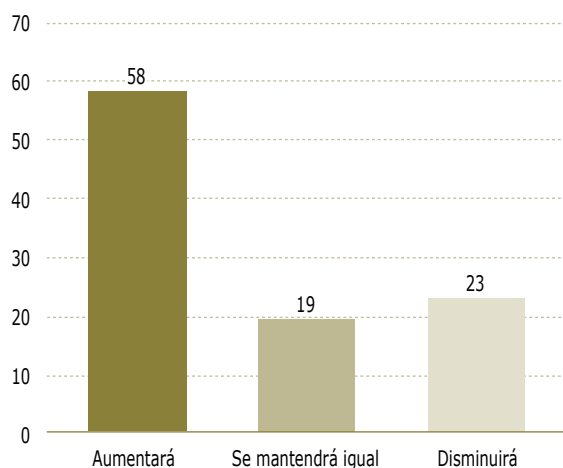


Gráfico 17. Expectativas de pedidos (%)

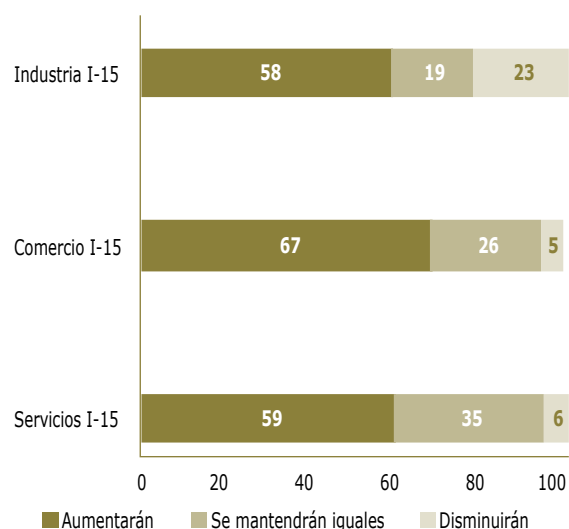


Gráfico 18. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2014, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2015 (%)

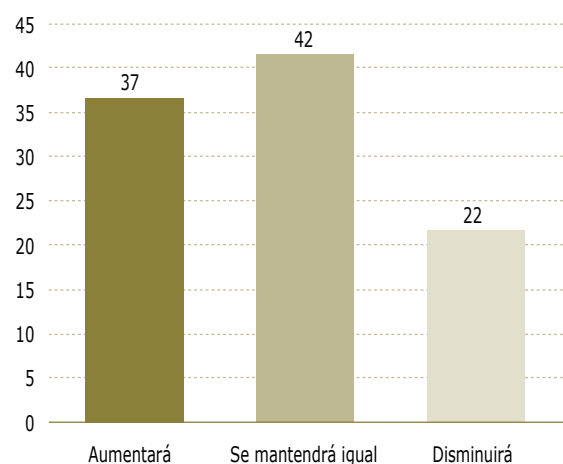
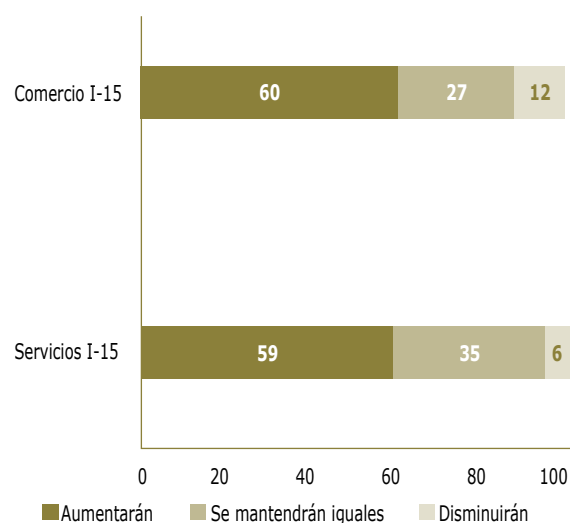


Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

En el gráfico 20 se observa que el 30% de las Pymes industriales de Palmira, el 62% de las comerciales y el 49% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II. De estas, al 100% de los empresarios del sector de industria y al 92% de

los de comercio y servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 21).

En cuanto al término de los créditos, la mayor proporción de Pymes de los tres macrosectores

(56% en industria, 43% en comercio y 70% en servicios) optó por solicitar créditos a mediano plazo (entre 1 y 3 años). En cuanto al plazo al que fue aprobado el crédito, este fue acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 22 y 23). En efecto, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (56%), comercio (50%) y servicios (70%) se les aprobó un crédito a mediano plazo. En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 93% de los empresarios de industria, el 100% de los de comercio y el 92% de los de

servicios dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 24). Todo lo anterior refleja la armonía que existe entre el sector real y el sistema financiero del municipio.

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 25 muestra que la mayoría de los encuestados de los tres macrosectores dijo recibir tasas hasta DTF+4 (47% en industria, 81% en comercio y 33% en servicios). Alrededor del 10%-20% recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8. Fi-

Gráfico 20. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

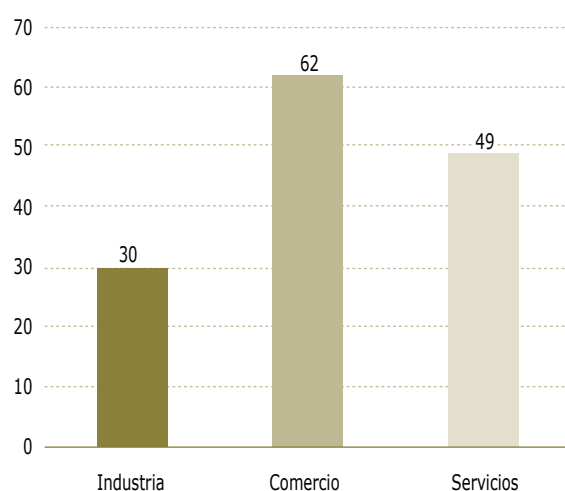


Gráfico 21. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

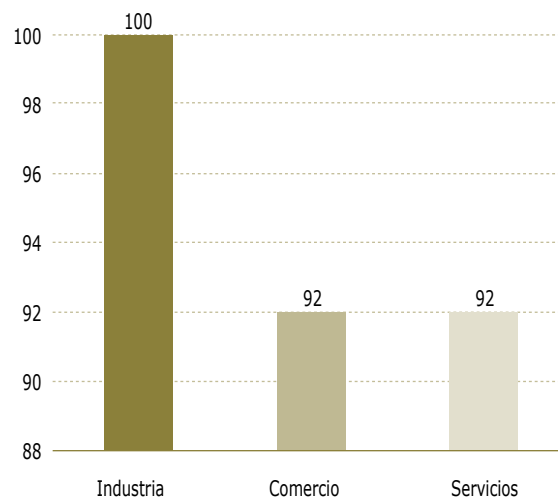


Gráfico 22. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

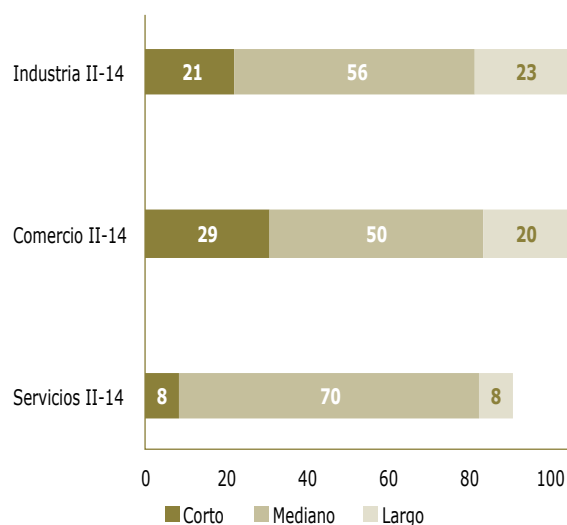
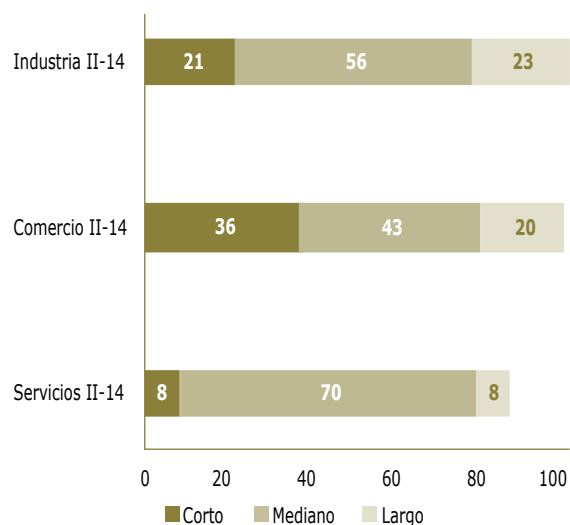


Gráfico 23. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



nalmente, los empresarios que recibieron tasas superiores a DTF+8 no superan el 5%. El gráfico 26 exhibe la satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron. Allí se observa que mientras que el 83% de los encuestados del sector de comercio consideró que la tasa fue apropiada, en el caso del sector de industria dicho porcentaje fue del 55%. En el sector de servicios el porcentaje de empresarios satisfechos con la tasa recibida descendió hasta el 20%.

Gráfico 24. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

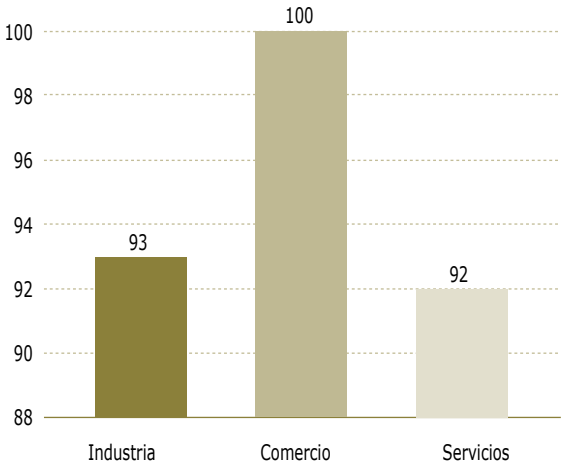
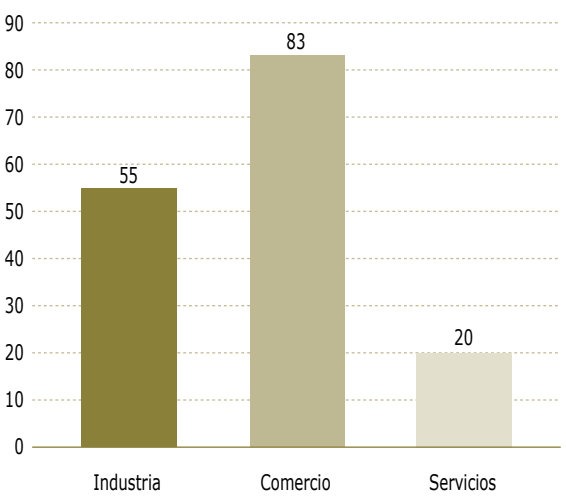


Gráfico 26. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



El principal destino de los recursos que el empresariado Pyme de Palmira solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (79% en industria, 51% en comercio y 58% en servicios). Como lo muestra el gráfico 27, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fueron las remodelaciones o adecuaciones (6%), mientras que para las Pymes de comercio fue la compra o arriendo de maquinaria (31%) y para las de servicios fue la consolidación del pasivo (28%).

Gráfico 25. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

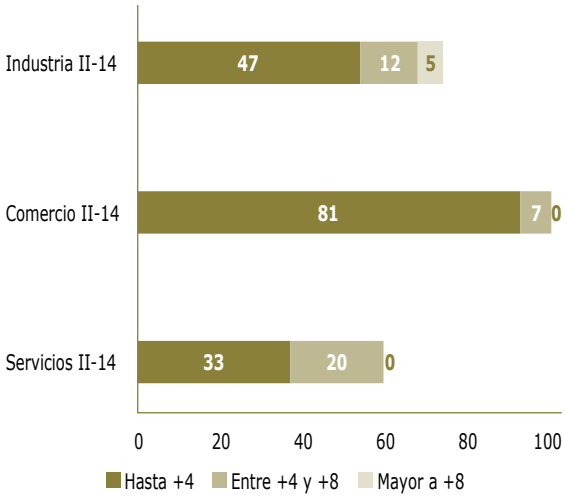
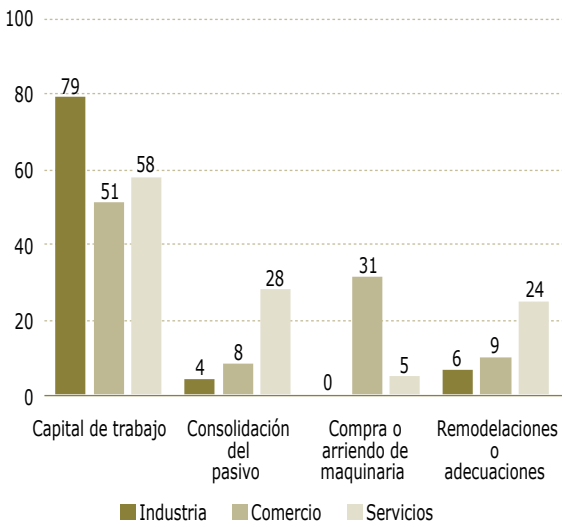


Gráfico 27. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 44% de los empresarios de industria, el 52% de comercio y el 55% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2014-II (ver gráfico 28). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de industriales lo hizo a recursos propios (19%). Por su parte, los empresarios de comercio accedieron al *leasing* (18%) y los empresarios del sector de servicios a proveedores (28%). Cabe destacar la baja penetración del *factoring* y de la reinversión de uti-

lidades como fuentes alternativas al crédito en los tres macrosectores, que no superan siquiera el 5%. Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme de Palmira de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2014 fue porque no lo necesitaron (69% en industria, 74% en comercio y 82% en servicios). Como lo muestra el gráfico 29, muy pocos encuestados mencionaron alguna otra razón por la cual las Pymes de este departamento no solicitaron créditos al sector financiero.

Gráfico 28. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

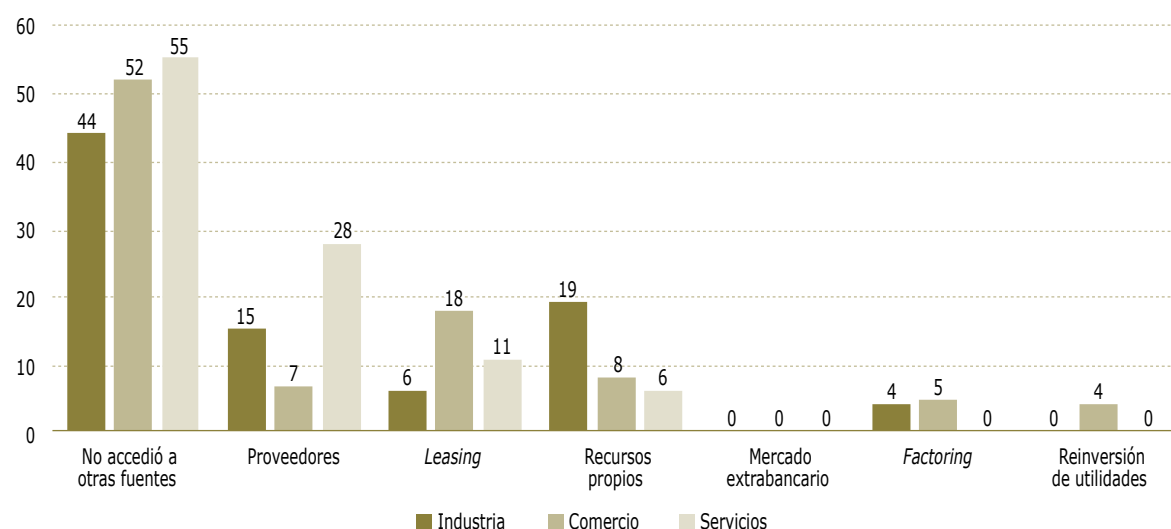
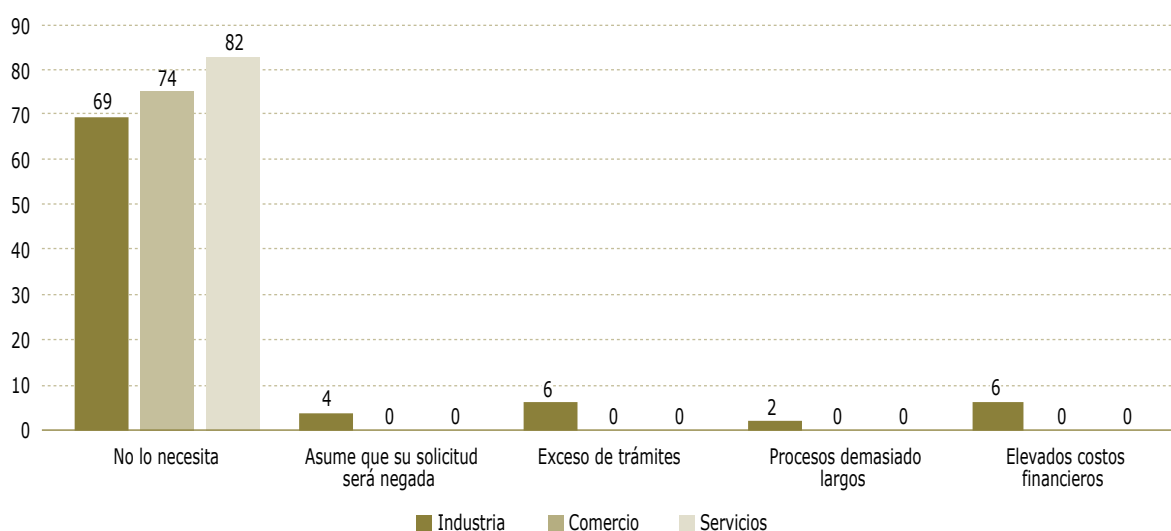


Gráfico 29. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



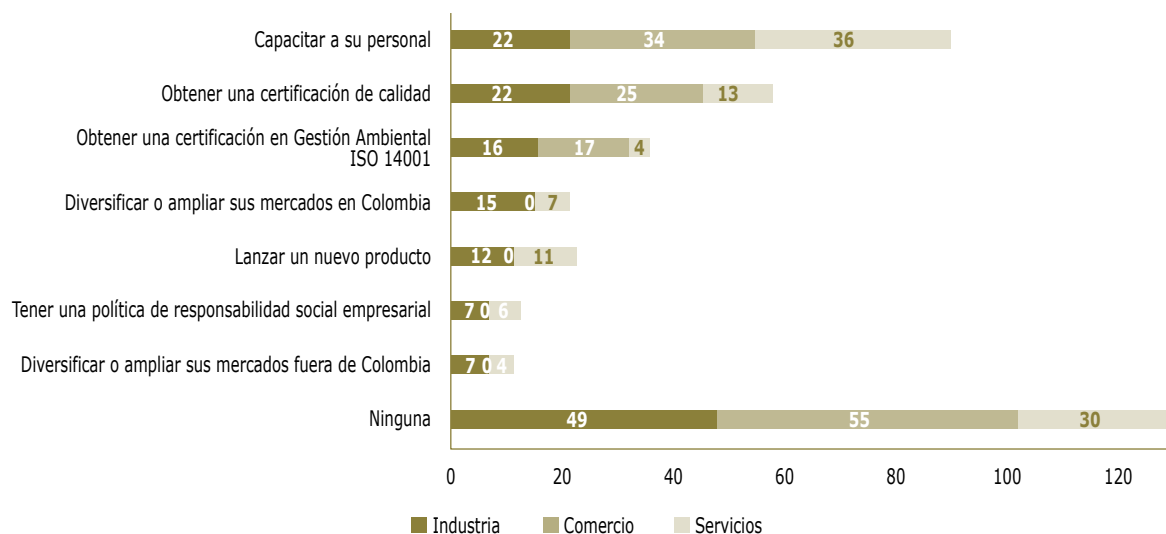
Acciones de mejoramiento

Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en el municipio de Palmira se indagó sobre las principales acciones que llevaron a cabo las Pymes de esta región para mejorar su desempeño. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal (22% en industria, 34% en comercio y 36% en servicios). Vale la pena resaltar que también un 22% de los industriales mencionó que llevó a cabo acciones con el fin de obtener una certificación de calidad.

Esta última fue la segunda acción más importante que emprendieron los empresarios de comercio (25%) y servicios (13%).

Ahora bien, cabe anotar que la proporción de Pymes que no realizaron ninguna acción para mejorar su desempeño en 2015-I fue elevada. Dicha proporción fue del 49% en las Pymes industriales, del 55% en las comerciales y del 30% en las Pymes de servicios de Palmira.

Gráfico 30. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas para establecer una caracterización 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 Palmira.

En primer lugar, con respecto a la antigüedad de la empresa, la mayoría de los industriales (39%) y de los comerciales (34%) dijo que su empresa tiene más de 22 años de existencia (ver gráfico 31). En contras-

te, las empresas del sector de servicios resultaron ser bastante jóvenes, y llevan apenas entre 3 y 5 años de actividad (30%).

Al preguntarles a los empresarios Pyme de los tres macrosectores acerca del gerente de la empresa, las respuestas fueron bastante similares. En efecto, más del 60% de los encuestados dijo que el dueño de la empresa es también el gerente y, además, de género masculino (ver gráficos 32 y 33). Con relación a la edad del gerente, en los sectores

de industria y comercio la mayoría tiene entre 56 y 65 años (38% y 33%), ver gráfico 34. En servicios, por su parte, los gerentes son menores, en el rango de 46 a 55 años (65%). Por último, el máximo nivel de educación alcanzado en mayor proporción por los gerentes de industria (50%), comercio (37%) y servicios (59%) es el universitario (ver gráfico 35).

El gráfico 36 ilustra la proporción de las empresas de la muestra que son familiares (con y sin gerencia independiente) y las que no lo son. Como se observa, en el sector industrial predominan las empresas familiares (48%), al igual que en el comercial (54%), aunque estas últimas tienen gerencia independiente. En contraste, la mayor parte de las Pymes del sector

Gráfico 31. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

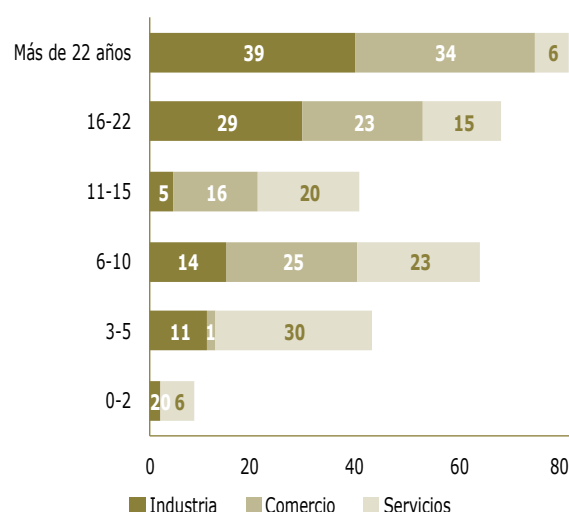


Gráfico 32. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

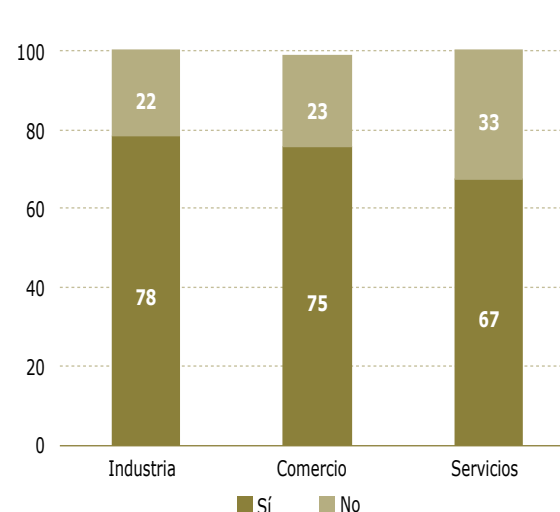


Gráfico 33. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

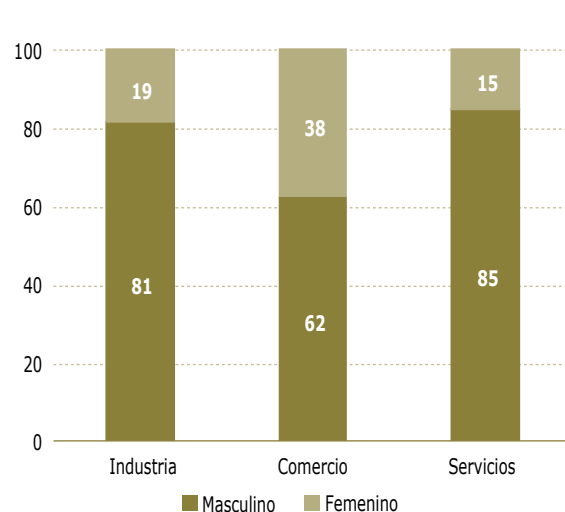
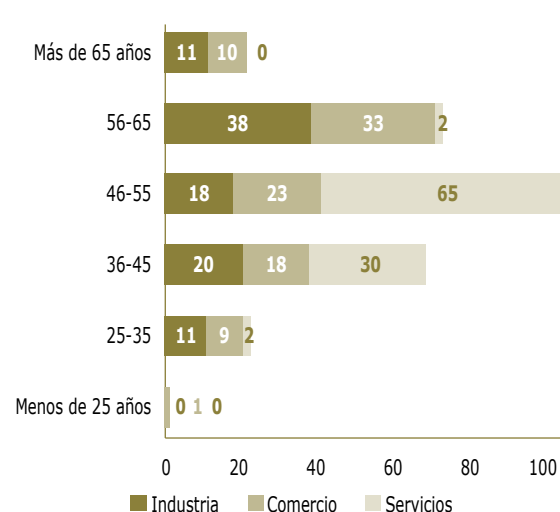


Gráfico 34. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



de servicios (63%) no son familiares. Adicionalmente, a los empresarios que contestaron que la empresa es familiar se les preguntó si esta cuenta con un protocolo de sucesión. El gráfico 37 muestra que la respuesta de la gran mayoría de las Pymes de los tres macrosectores fue negativa (68% en industria, 82% en comercio y 100% en servicios). Finalmente, en lo relativo a la ac-

tividad económica de la empresa, el 72% de las Pymes industriales, el 62% de las Pymes comerciales y el 94% de las de servicios dijeron haber mantenido la actividad económica bajo la cual se registraron inicialmente (ver gráfico 38). Ahora bien, también algunas de las empresas encuestadas habían ampliado su actividad económica (21% en industria y 34% en comercio).

Gráfico 35. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/ administrador de la empresa? (%)

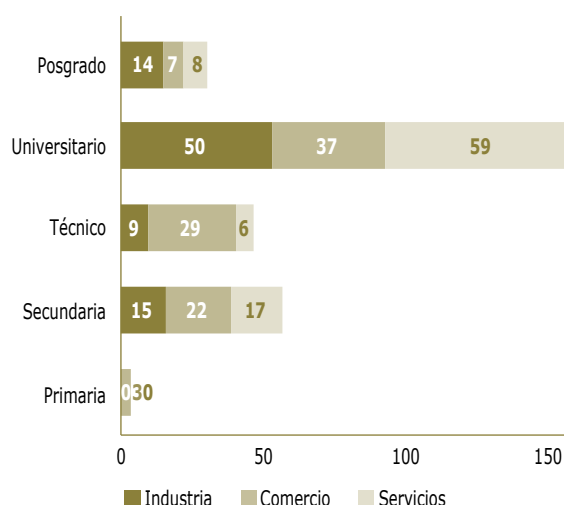


Gráfico 36. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

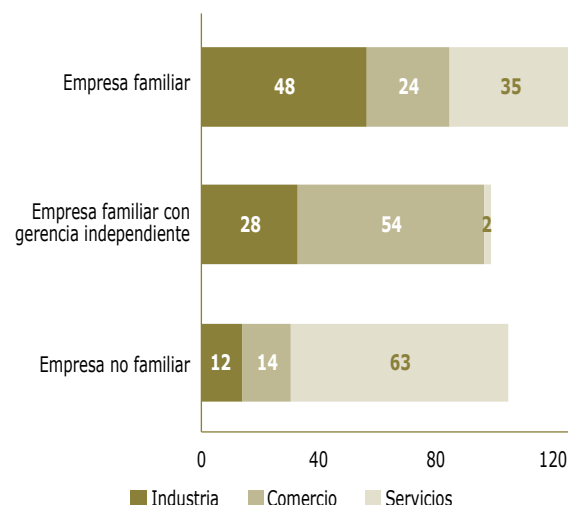


Gráfico 37. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

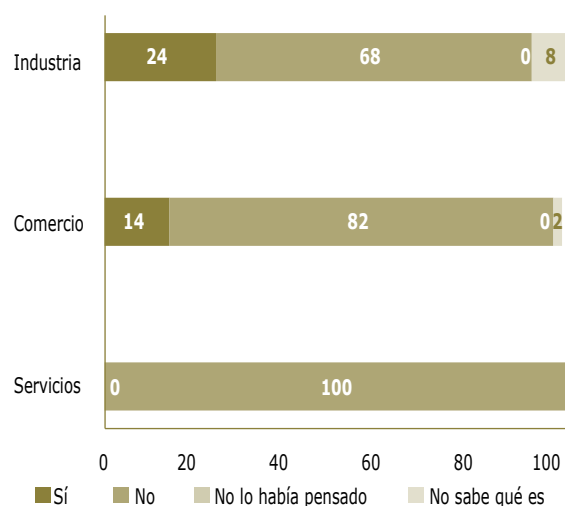


Gráfico 38. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)

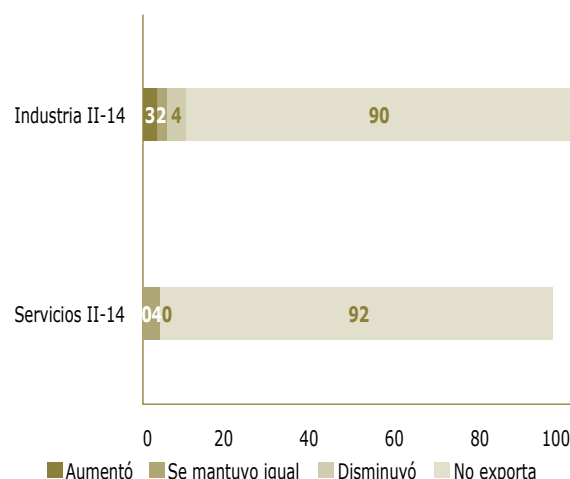


Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif revelan que una gran proporción de las Pymes de Palmira no exporta. En efecto, el 90% de los encuestados en el sector de industria y

el 92% en el de servicios dijeron que no exportan sus productos (ver gráfico 39). Lo anterior es acorde con el bajo porcentaje de Pymes industriales (3%) y de servicios (0%) que aumentaron su volumen de exportación en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre.

Gráfico 39. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



En línea con esto, las expectativas sobre el volumen de exportación no son muy optimistas, pues la mayoría de empresarios esperaba no exportar en 2015-I (88% en industria y 85% en servicios), ver gráfico 40. Así, tan solo el 3% de los industriales pensaba que sus exportaciones aumentarían, mientras que ninguno de los empresarios de servicios veía viable esa posibilidad.

Con respecto a la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha sufrido el país, los empresarios de los sectores de industria (52%) y comercio (64%) mencionaron que esta ha tenido un efecto desfavorable sobre su actividad (ver gráfico 41). Ahora bien, la proporción de Pymes de dichos sectores que no han percibido ningún efecto por cuenta de la devaluación también es considerable (40% en industria y 28% en comercio). En contraste,

Gráfico 40. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

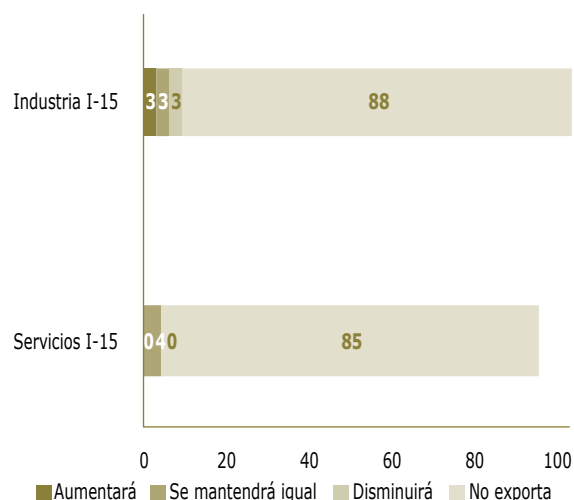
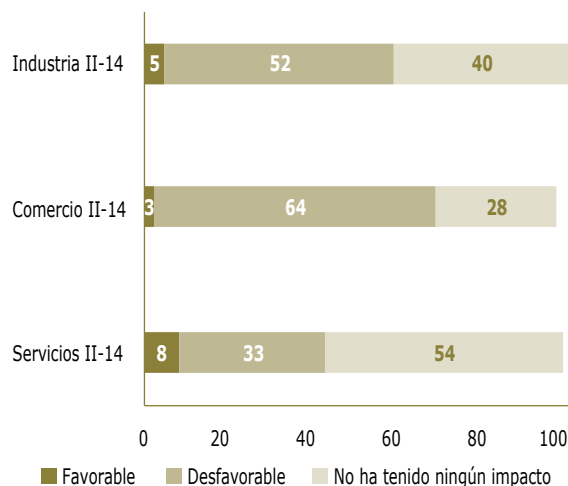


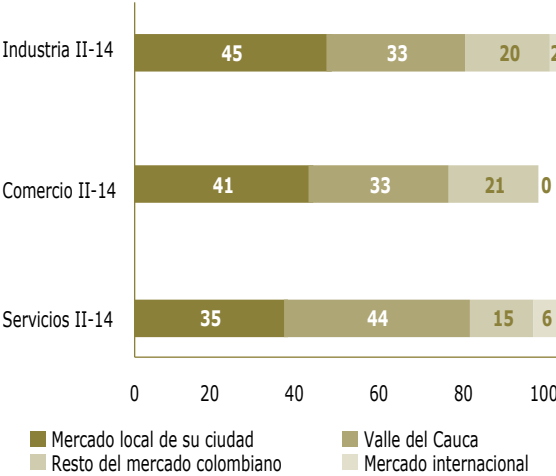
Gráfico 41. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



en el sector de servicios la mayoría (54%) consideraba que la tasa de cambio no había tenido ningún impacto sobre la situación económica de sus empresas, si bien el 33% mencionó haber sentido un impacto negativo.

Finalmente, con relación al mercado que tuvo la mayor participación en el total de ventas de la empresa, el local fue el más importante en los sectores de industria (45%) y comercio (41%), ver gráfico 42. En el caso de servicios, el departamento del Valle del Cauca fue el más importante (44%). Claramente, este último mercado también resultó de gran importancia para los otros dos sectores (33% en ambos casos).

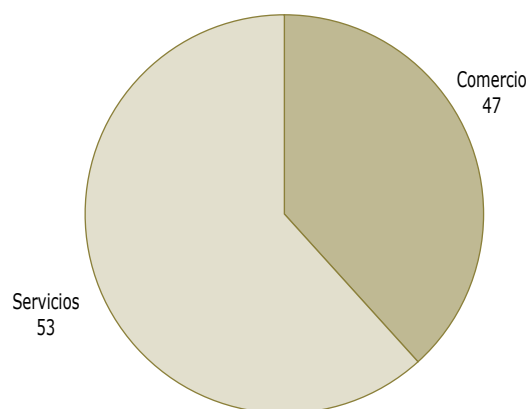
Gráfico 42. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Tuluá

Distribución de la muestra (%)



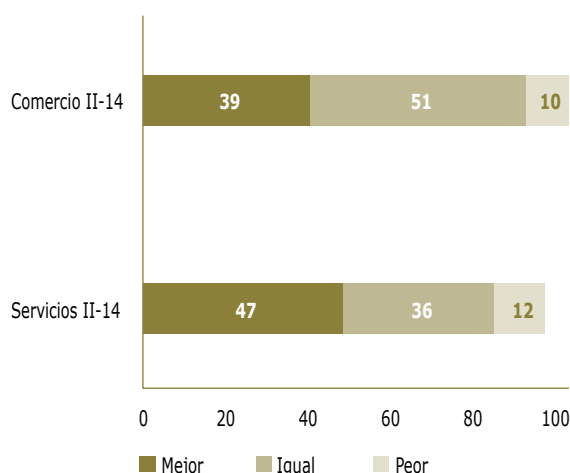
Situación actual

Segundo semestre de 2014

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Tuluá mostraron que el empresariado Pyme de la ciudad de Tuluá tuvo percepciones optimistas respecto al desempe-

ño económico de sus empresas para el segundo semestre de 2014. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Valle del Cauca-Tuluá), la mayor proporción de los encuestados del sector comercial y del sector servicios afirmó que su situación económica mejoró (39% de comercio y 47% de servicios) o se mantuvo igual (51% de comercio y 36% de servicios) durante 2014-II. Por su parte, la proporción de empresarios que reportaron una desmejora en su desempeño solo alcanzó el 10% en el caso del sector comercio y el 15% para el sector de servicios.

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2014 con respecto al primer semestre de 2014? (%)



Con relación al comportamiento de las ventas, las percepciones fueron moderadas en el caso del empresariado Pyme comercial y del empresariado de servicios. Así, la proporción de firmas que observaron incrementos en el volumen de ventas alcanzó el 43% en comercio y el 26% en servicios para el segundo semestre de 2014. Entre tanto, la proporción de empresas que afirmaron que su volumen de ventas se mantuvo estable fue del 47% en comercio y del 59% en servicios para el mismo período, ver gráfico 2.

De forma similar, las percepciones sobre el comportamiento del volumen de pedidos fueron modera-

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

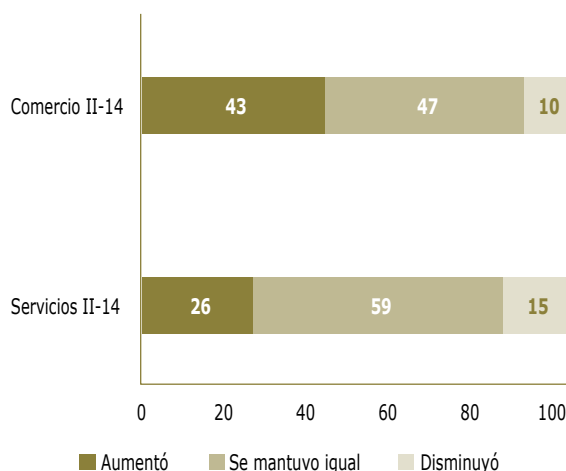
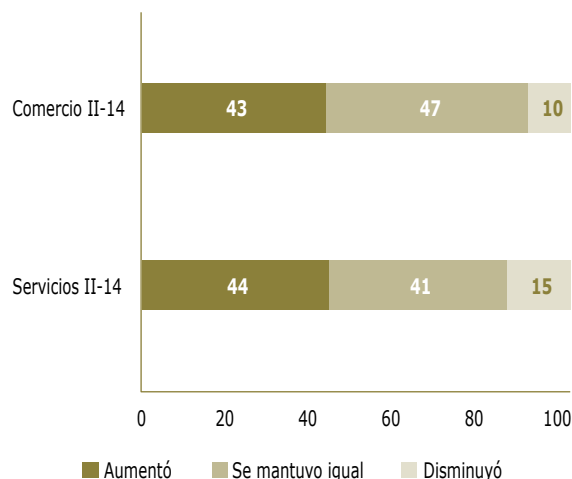


Gráfico 3. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2014 (%)



das para los empresarios del sector comercial y ligeramente más optimistas para los empresarios del sector servicios. De acuerdo con esto, la proporción de firmas que observaron incrementos en el volumen de ventas alcanzó el 43% en comercio y el 44% en servicios para el segundo semestre de 2014, mientras que la proporción de empresas que manifestaron que su volumen de ventas se mantuvo estable fue del 47% en comercio y del 41% en servicios para el mismo período, ver gráfico 3. El 100% de las Pymes de comercio sostuvo que el nivel de existencias durante el segundo semes-

tre de 2014 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año (ver gráfico 4).

El gráfico 5 muestra que para más del 50% de las Pymes de los sectores de comercio (51%) y servicios (57%) los costos de funcionamiento se mantuvieron iguales en 2014-II. El 33% de las Pymes comerciales y el 37% de las de servicios experimentaron alzas en sus costos, mientras que solo el 10% de las Pymes comerciales y el 11% de las Pymes de servicios reportaron una caída en esta variable.

Al preguntarles 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 y el comportamiento de los costos de funcionamiento para 2014-II. La proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes aumentaron fue del 27% para comercio y del 32% para servicios para 2014-II. Asimismo, la proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes se mantuvieron constantes respecto al primer semestre de 2014 fue del 63% para comercio y del 49% para servicios, ver gráfico 6.

Para Tuluá, el comportamiento del empleo en el sector Pyme se mantuvo estable durante la segunda mitad de 2014. El gráfico 7 muestra que para los sectores de comercio y servicios la proporción de empresarios que afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante (68% comercio y 64%

Gráfico 4. Existencias (%)

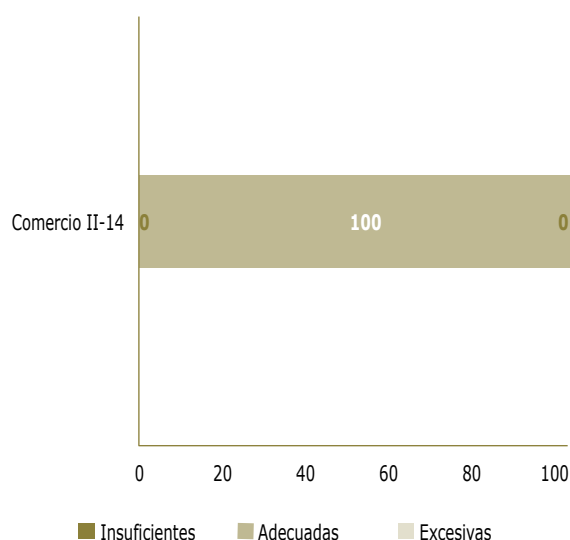


Gráfico 5. Con respecto al primer semestre de 2014, los costos durante el segundo semestre de 2014 (%)

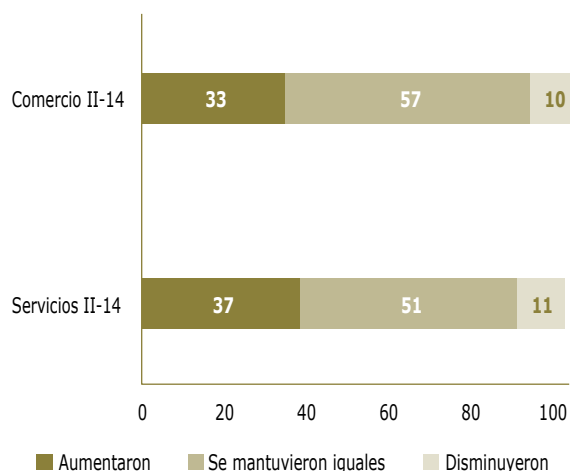
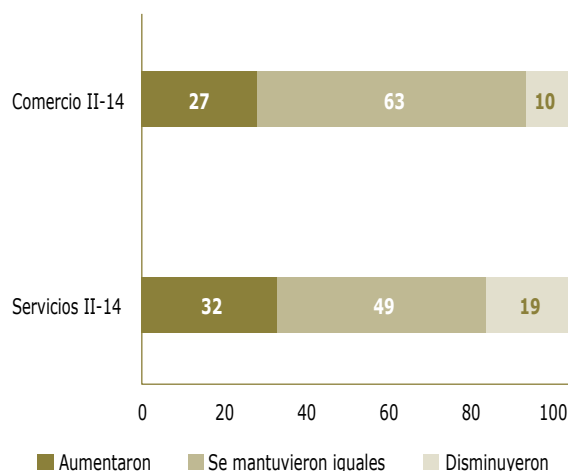


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2014, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)



servicios) superó la proporción de empresarios que incrementaron su planta de personal (22% comercio y 25% servicios) o la proporción de quienes la redujeron (10% comercio y 11% servicios) en el segundo semestre de 2014.

La superficie de ventas, por su parte, parece haberse estabilizado durante el segundo semestre de 2014. El gráfico 8 muestra que el 47% de los empresarios Pyme comerciales afirmó que esta variable se mantuvo constante, mientras que

el 43% dijo que esta aumentó y el 10% vio una disminución respecto al primer semestre del año. Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales tulueñas para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2014-II fueron los altos impuestos (38%), la competencia con grandes superficies (19%), la rotación de cartera (16%) y la falta de demanda (11%), (ver gráfico 9). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas la competencia (27%), los altos impuestos (26%) y la falta de demanda (14%), (ver gráfico 10).

Gráfico 7. Con respecto al primer semestre de 2014, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

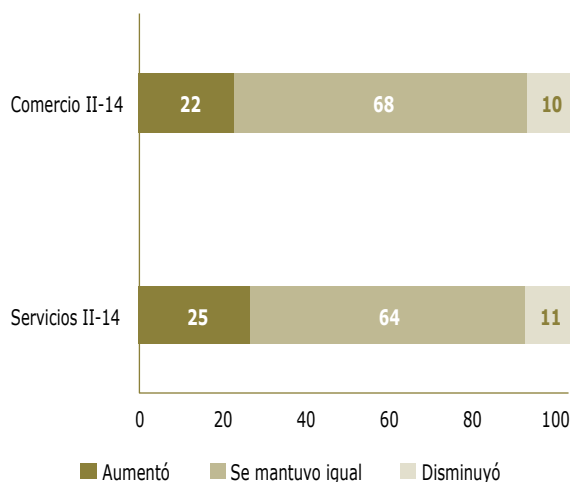


Gráfico 8. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2014, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2014 (%)

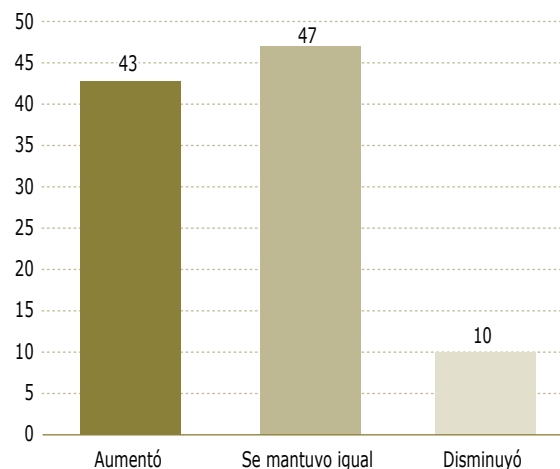


Gráfico 9. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 10. Sector servicios: principal problema (%)



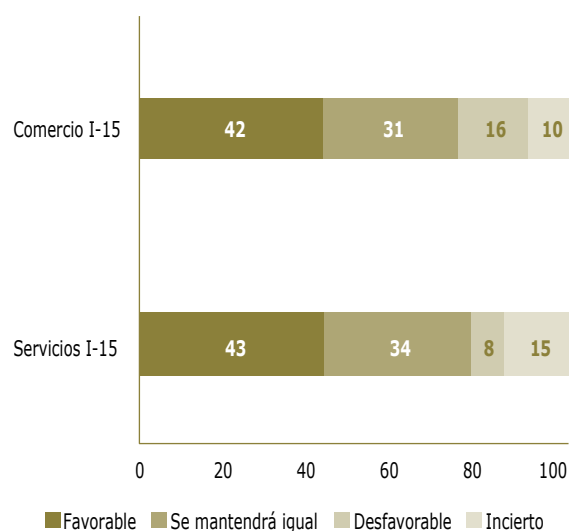
Perspectivas

Primer semestre de 2015

Las perspectivas para el primer semestre de 2015 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 2015-I, el 42% de los encuestados de comercio y el 43% de los de servicios dijeron esperar un desempeño favorable. Asimismo,

el gráfico 11 muestra que el 31% de las Pymes comerciales y el 34% de las Pymes de servicios esperaban que el desempeño general de sus empresas se mantuviera igual. Tan solo el 16% de las Pymes comerciales y el 8% de las Pymes de servicios esperaban que su desempeño empeorara. En cuanto a perspectivas inciertas sobre esta variable, los porcentajes no superaron el 15% de los encuestados para los sectores de comercio y servicios.

Gráfico 11. Desempeño general (%)



Las expectativas de pedidos resultaron positivas, ya que el 51% de los encuestados de comercio y el 61% de los de servicios esperaban que los pedidos aumentaran y solo entre el 11% y el 21% esperaba que estos disminuyeran (ver gráfico 12).

En materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios se comportaron de forma similar a las expectativas sobre el comportamiento de los pedidos. El 61% de las Pymes comerciales y el 51% de las de servicios esperaban aumentos en sus ventas. A su vez, la proporción de empresarios de estos macrosectores que esperaban que los niveles de ventas se mantuvieran constantes alcanzó el 17% en comercio y el 37% en servicios. Finalmente, el 21% del empresariado comercial y el 11% del empresariado de servicios esperaban que sus ventas se redujeran durante el primer semestre de 2015.

Gráfico 12. Expectativas de pedidos (%)

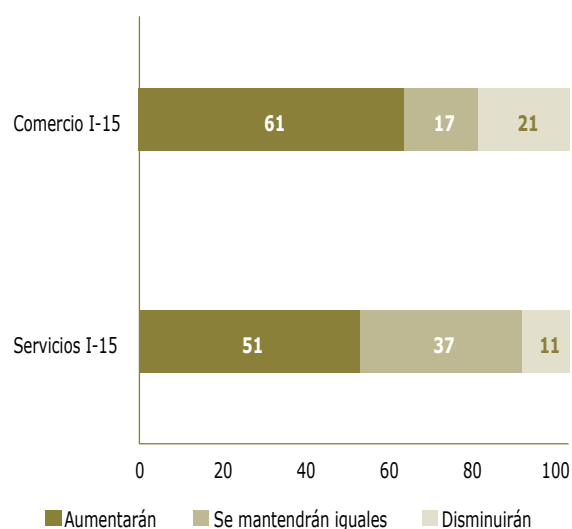
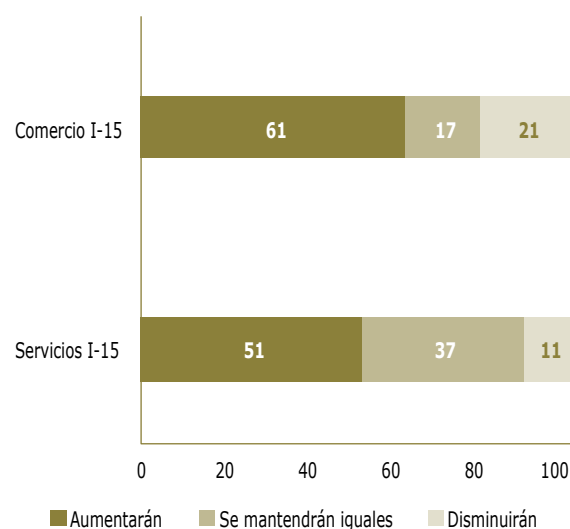


Gráfico 13. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 42% de las Pymes comerciales y el 36% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2014-II (ver gráfico 14). El gráfico 15 muestra que las solicitudes de crédito fueron aprobadas para el 100% de las empresas que solicitaron crédito formal para el segundo semestre de 2014.

En cuanto al término de los créditos, los empresarios del sector comercial se caracterizaron

por solicitar (37%) y recibir créditos (37%) de largo plazo, mientras que los empresarios del sector servicios solicitaron (67%) y recibieron (67%) préstamos de mediano plazo (ver gráficos 16 y 17). En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 63% de los empresarios de comercio y el 90% de los de servicios afirmaron estar satisfechos con el monto de crédito aprobado en el segundo semestre de 2014 (ver

Gráfico 14. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

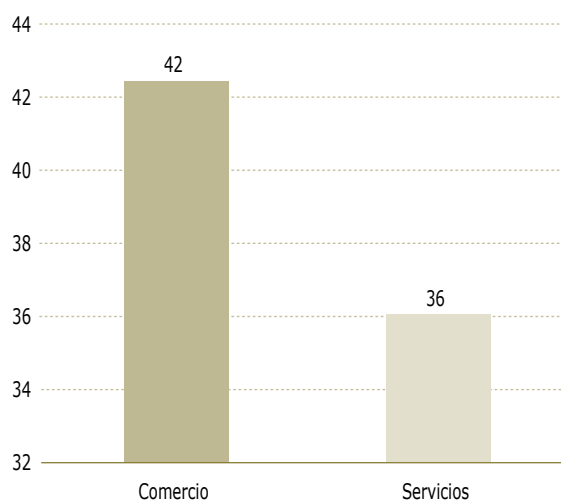


Gráfico 15. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

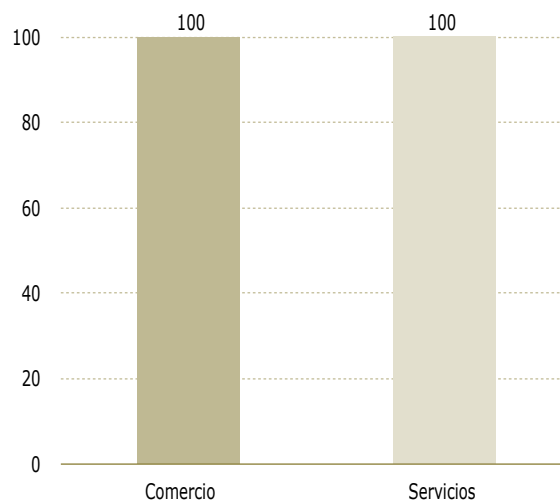


Gráfico 16. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

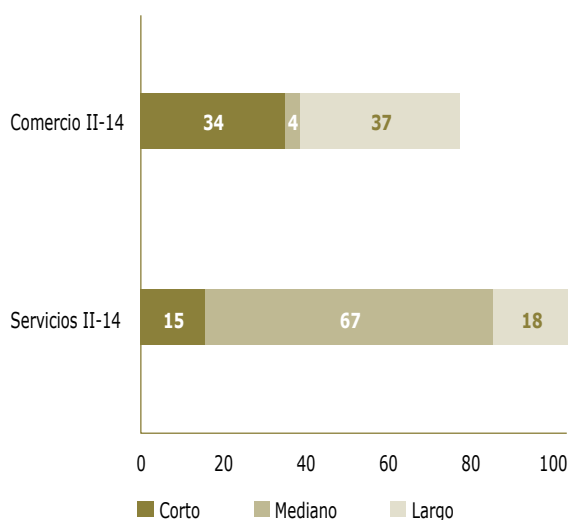


Gráfico 17. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

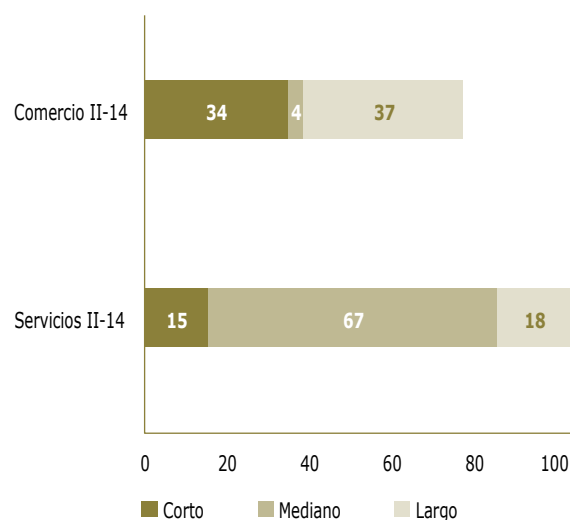


gráfico 18). Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados, una importante proporción del segmento Pyme recibió tasas de hasta DTF+4. Como lo muestra el gráfico 19, el 47% de los encuestados del sector comercio y el 64% de los encuestados del sector servicios recibieron tasas de hasta DTF+4.

La satisfacción del empresariado tuluense con la tasa de interés recibida fue relativamente alta, ya que el 67% de los empresarios comerciales y el 46% de los de servicios creyeron que esta fue apropiada (ver gráfico 20). Estos resultados se consideran moderada-

mente positivos y reflejan una armonización entre el sector financiero y el sector real de esta ciudad.

El principal destino de los recursos que el empresariado Pyme solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (82% comercio y 90% servicios). Como lo muestra el gráfico 21, para las Pymes de servicios, el segundo destino de estos recursos fue la consolidación del pasivo (22%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 76% de los empresarios de comercio y el 69% de servicios repor-

Gráfico 18. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

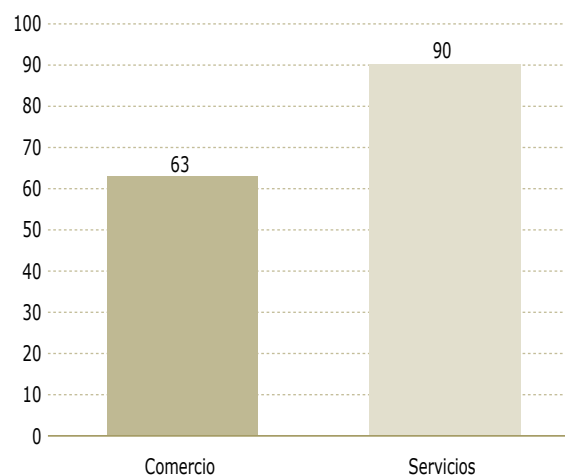


Gráfico 19. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

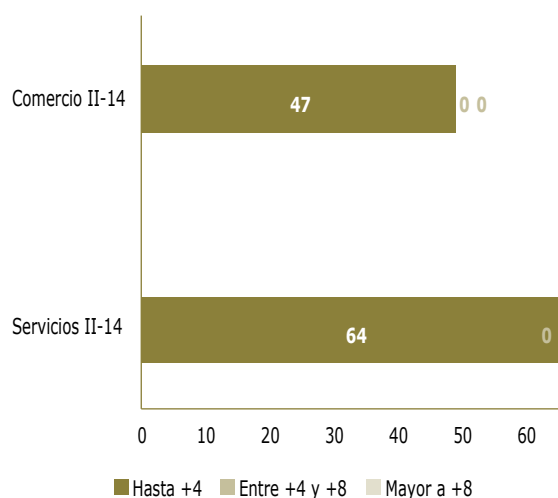


Gráfico 20. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

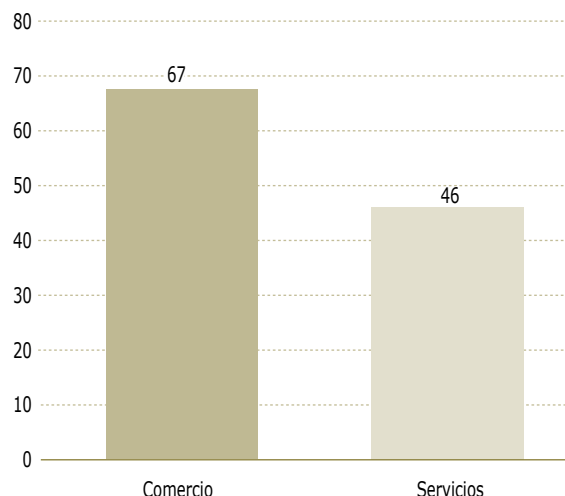
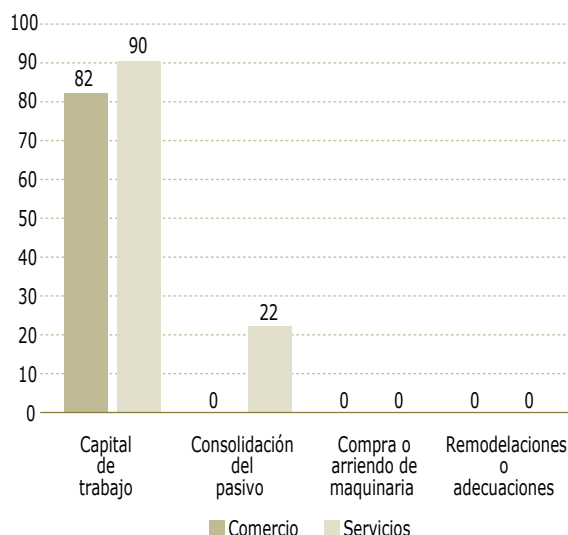


Gráfico 21. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



taron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2014-II (ver gráfico 22). De los encuestados del sector comercial que sí accedieron, la mayoría lo hizo vía sus proveedores (24%). Por su parte, los encuestados del sector servicios que accedieron a estas fuentes lo hicieron mediante recursos propios (25%),

leasing (4%) y proveedores (2%). Por último, en materia de financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme tulueño no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2014 fue porque dijeron no necesitarlo (100% comercio y 85% servicios), ver gráfico 23.

Gráfico 22. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

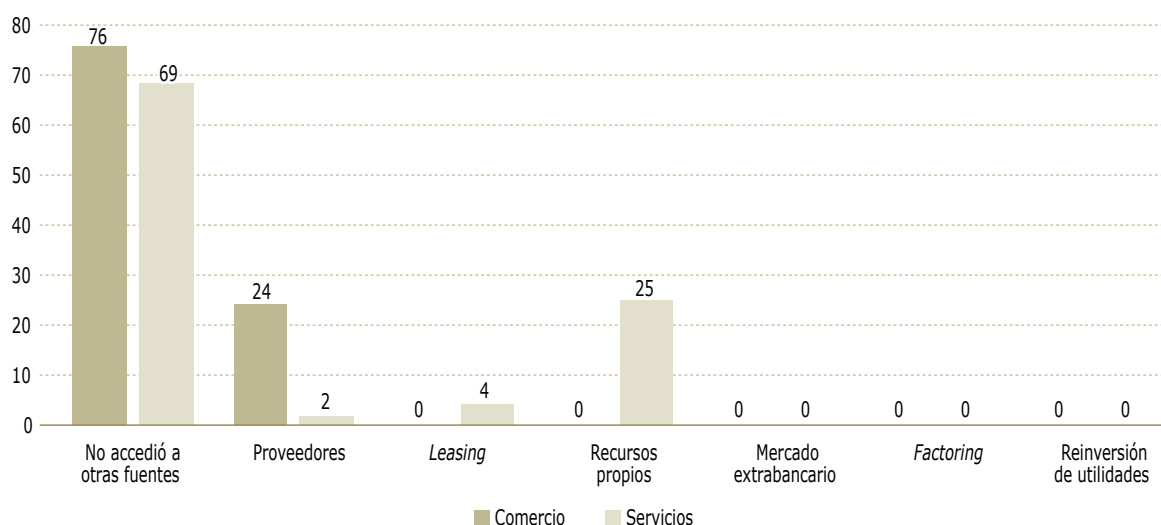
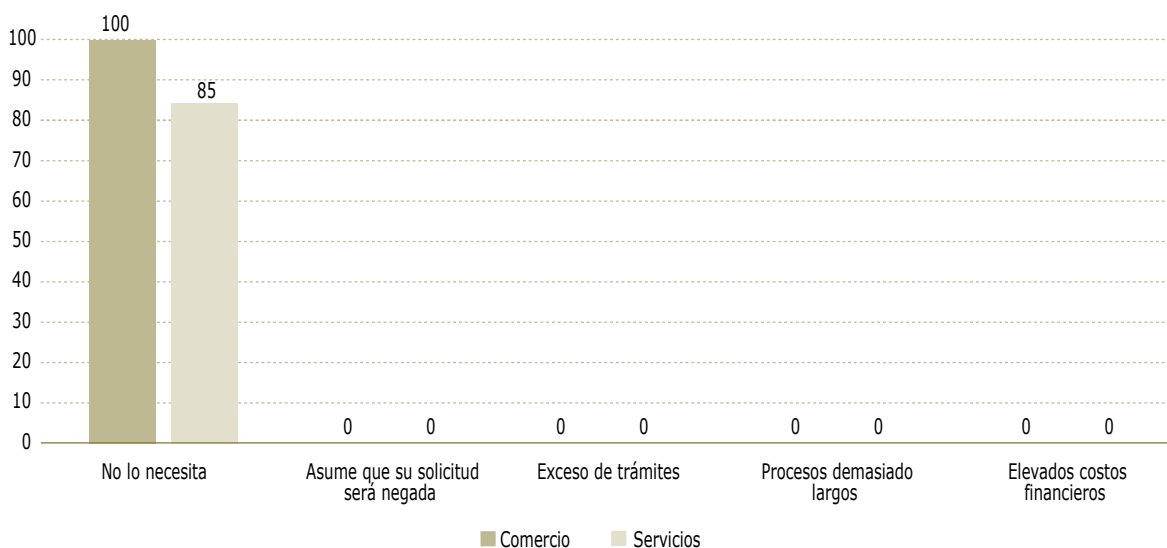


Gráfico 23. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en la ciudad de Tuluá se indagó sobre las principales acciones que habían llevado a cabo las Pymes de esta ciudad para mejorar su desempeño. A lo anterior, el 19% de las Pymes comerciales y el 54% de las Pymes de servicios respondieron que su principal acción fue capacitar personal en 2015-I. En segundo lugar, las Pymes comerciales (17%) dijeron emplear sus esfuerzos en diversificar o ampliar sus mercados en Colombia. Para las Pymes de servicios, este lugar lo ocupó obtener

una certificación de calidad, con un 33% de las respuestas. Esta acción se ubicó en el tercer lugar entre las principales acciones de mejoramiento empleadas por las Pymes comerciales (10%), (ver gráfico 24).

Debe destacarse en el gráfico 24 que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño en 2015-I fue relevante. Esta proporción fue del 59% en las Pymes comerciales y del 21% en las Pymes de servicios.

Gráfico 24. Acciones de mejoramiento en el primer semestre de 2015 (%)



Caracterización empresarial

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Tuluá.

El gráfico 25 muestra que para la ciudad de Tuluá, la mayor proporción de empresas Pyme comercia-

les y de servicios tiene una antigüedad de más de 22 años (31% de los encuestados de cada sector). Cabe anotar que la mayor concentración de empresas comerciales se da a partir de los 16 años de antigüedad. En el caso de las empresas de servicios, los rangos de antigüedad que también concentran la mayor cantidad de empresas son los rangos entre los 3 y los 5 años (26%) y entre los 11 y los 15 años (23%).

Al indagar por el gerente de la Pyme, los gráficos 26, 27, 28 y 29 muestran que entre el 70% y el 72% de los gerentes de las Pymes son sus dueños; entre el 81% y el 85% son hombres; para el sector comercio el 40% está entre los 36 y los 45 años de edad, mientras que en el caso de las empresas de servicios el 40% está entre los 46 y los 55 años. Finalmente, entre el 41% y el 67% de los gerentes

del segmento Pyme tulueño ha culminado estudios universitarios.

En cuanto al carácter gerencial de las Pymes, se encontró que las empresas comerciales y de servicios son de propiedad familiar en un 24% y un 22% de los casos. Las mayores proporciones de Pymes de comercio no son familiares (46%), mientras que la mayor

Gráfico 25. ¿Cuántos años de antigüedad tiene su empresa? (%)

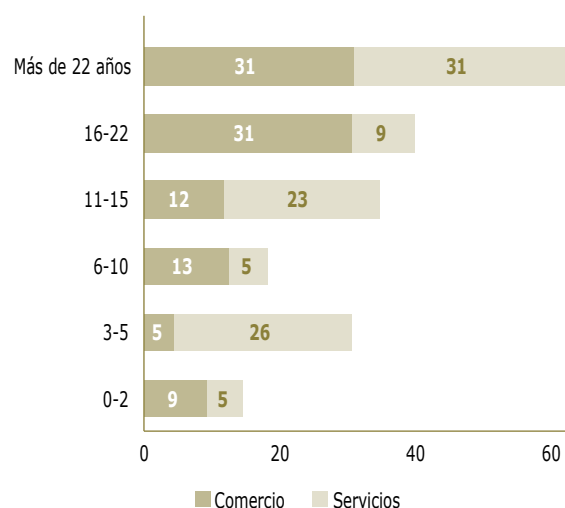


Gráfico 26. ¿El gerente/administrador es dueño de la empresa? (%)

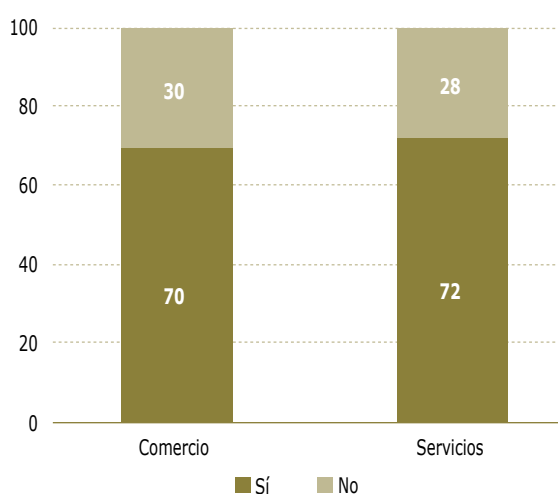


Gráfico 27. ¿Cuál es el género del gerente/administrador de la empresa? (%)

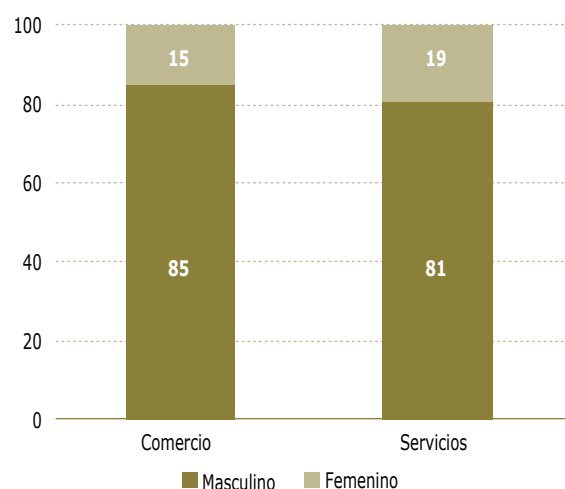
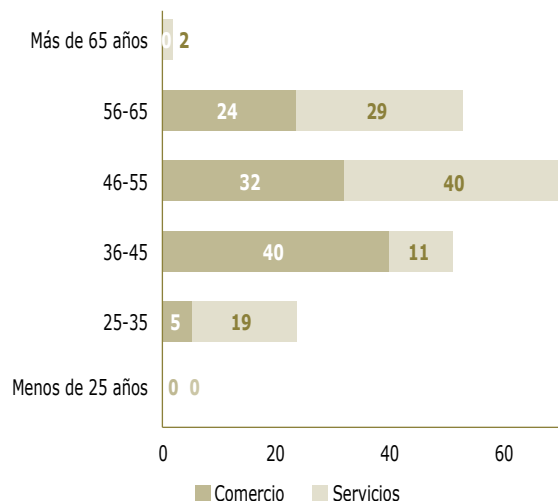


Gráfico 28. ¿Cuál es la edad del gerente/administrador de la empresa? (%)



proporción de las Pymes de servicios son empresas familiares con gerencia independiente (42%). Se les preguntó a aquellas empresas familiares si estas conocían los protocolos de sucesión y, en caso de conocerlos, si estaban implementándolos. A esto, los empresarios de los sectores de comercio y servicios respondieron no emplearlos (83% comercio y 78% servicios). Cabe anotar que entre el 0% y el 8% de los encuestados res-

pondió no conocer lo que es un protocolo de sucesión. Finalmente se les preguntó a los empresarios Pyme de la ciudad de Tuluá si la empresa había modificado, alterado o mantenido su actividad económica. A lo anterior, el 87% de las Pymes comerciales y el 93% de las Pymes de servicios respondieron haber mantenido su actividad económica bajo la cual la empresa se registró inicialmente.

Gráfico 29. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente/ administrador de la empresa? (%)

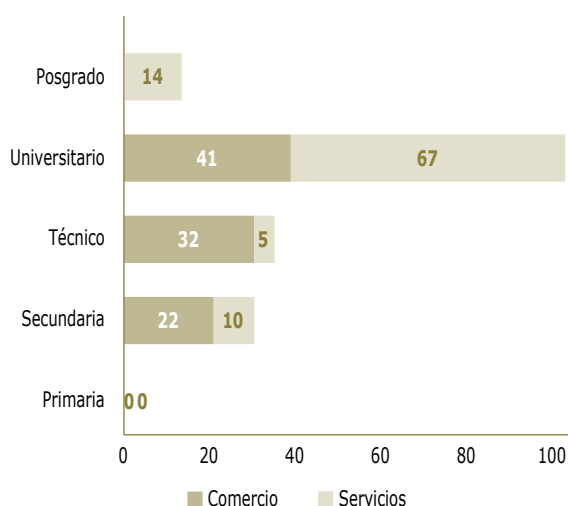


Gráfico 30. ¿Cuál alternativa describe mejor a su empresa? (%)

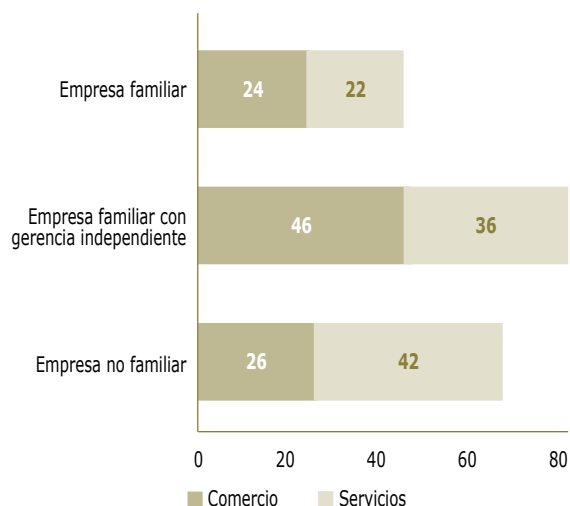


Gráfico 31. En el caso de que su empresa sea familiar, ¿cuenta con un protocolo de sucesión? (%)

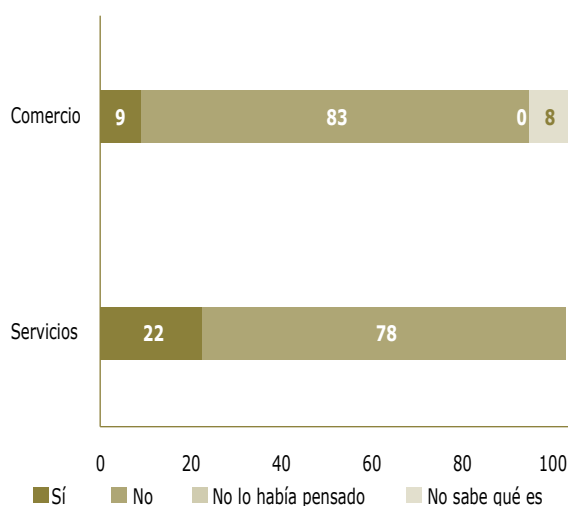
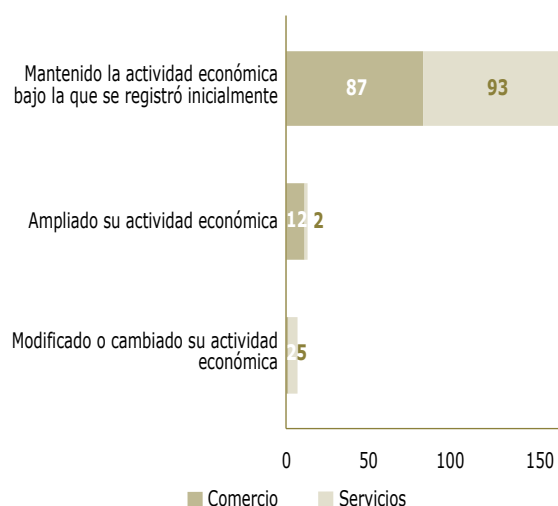


Gráfico 32. Durante el tiempo de existencia de la empresa, esta ha: (%)



Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta de la ciudad de Tuluá es inexistente, es decir, ninguna de las Pymes de servicios exportó durante el segundo semestre de 2014 y, adicional a esto, ninguna tuvo expectativas de hacerlo duran-

te el primer semestre de 2015 (ver gráficos 33 y 34). Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una devaluación del 30% contra el dólar, para esta medición se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la si-

Gráfico 33. Con respecto al primer semestre de 2014, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2014 (%)

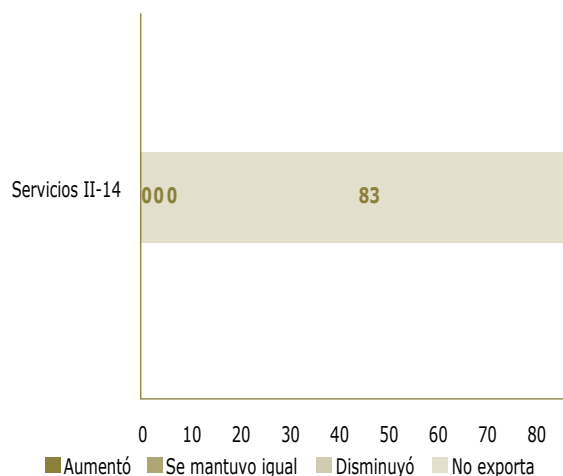


Gráfico 34. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

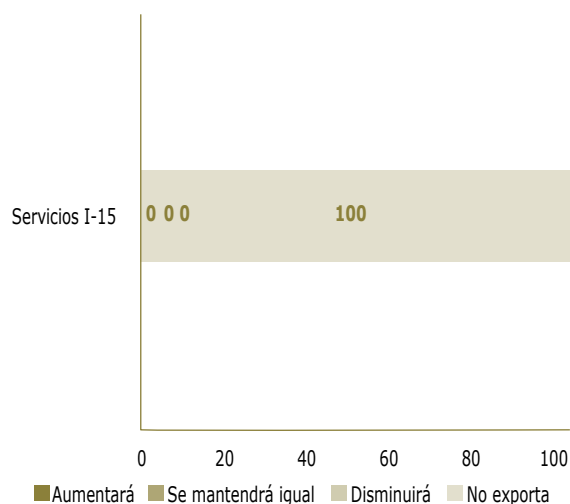


Gráfico 35. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa(%)

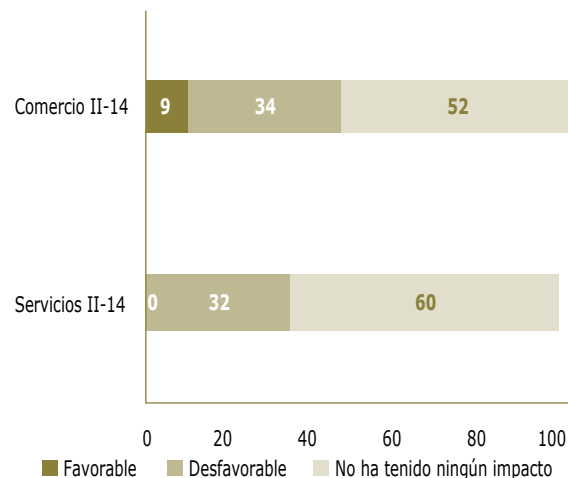
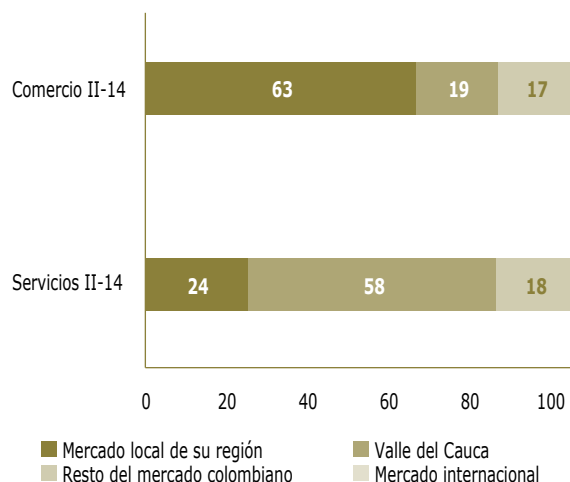


Gráfico 36. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2014? (%)



tuación económica de sus empresas. A esto, el 34% de los empresarios comerciales y el 32% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2014 (ver gráfico 35). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (9% comercio y 0% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (52% comercio y 60% servicios).

Para esta medición, debido a la vigencia de los tratados comerciales internacionales, 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 2014. A lo anterior, las Pymes de los dos macrosectores respondieron que entre el 24% y el 63% de las ventas está definido para el mercado local, alrededor del 19% y el 58% pertenecía al mercado del Valle del Cauca, y entre el 17% y el 18% se destina al resto del mercado colombiano, ver gráfico 36.

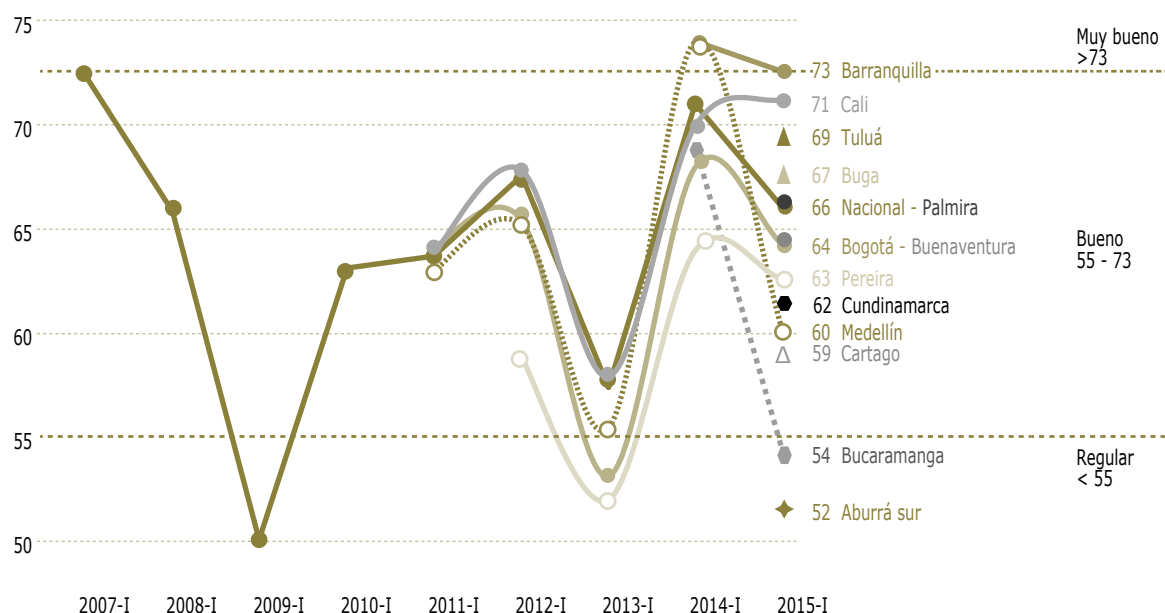
Indicador Pyme Anif - IPA Regional

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 2015, el IPA nacional alcanzó un valor de 66, ubicándose en el plano denominado como “bueno”. Así, este indicador presentó un descenso de 6 unidades con respecto al valor reportado en la anterior medición de la Encuesta, retomando una tendencia negativa que no se observaba desde el

Gráfico 1. Indicador Pyme Anif - IPA Regional
(Muy bueno >73; bueno 55 - 73; regular < 55)



período 2013-I, como consecuencia de la desaceleración económica que caracterizó al cierre de 2012 y el comienzo de 2013.

En la última versión de la Gran Encuesta Pyme se incluyó por tercera vez el cálculo del IPA de nivel regional. Los resultados de este análisis muestran que para cinco de las seis ciudades que contaban con antecedentes de información hubo reducciones en este indicador (Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá, Medellín y Pereira). Mientras que las ciudades de Barranquilla, Bogotá, Medellín y Pereira mantuvieron su IPA en el plano de “buen” desempeño económico en esta ocasión, Bucaramanga alcanzó un IPA en el rango de desempeño económico “regular”. Así, Barranquilla pasó de alcanzar un IPA de 74 en 2014-I a un IPA de 73 en 2015-I, Bogotá pasó de 68 a 64, Medellín de 74 a 60, Pereira de 64 a 63, y Bucaramanga pasó de 69 a 54 para el mismo período. Cabe resaltar que Bucaramanga y Medellín fueron las ciudades que experimentaron las mayores caídas en este indicador, con reducciones de 15 y 14 puntos, respectivamente. En el caso de la ciudad de Cali, se observó un incremento marginal en el IPA ya que este indicador pasó de 70 a 71 entre 2014-I y 2015-I.

La tendencia de desaceleración en el IPA para las ciudades de Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, 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 2014, y donde particularmente las perspectivas mostraron una fuerte caída en los niveles de optimismo en lo que respecta al desempeño general, producción y ventas. Dicha desaceleración a nivel de expectativas es consistente con una lectura macroeconómica menos favorable para el año 2015, donde Anif espera crecimientos reales del orden del 3%-3.5%, que representarían un descenso considerable frente al 4.6% observado para el cierre de 2014.

Finalmente, en esta ocasión hemos incluido por primera vez los resultados para las regiones de Aburrá sur, Cundinamarca y algunos municipios del Valle del Cauca, donde los resultados son, en general, buenos. El IPA para Aburrá sur fue de 52, lo que ubica a esta región en un clima económico “regular”. Por su parte, Cundinamarca alcanzó un IPA de 62, lo cual posiciona al departamento en un rango de desempeño económico “bueno”. Finalmente, los municipios del Valle del Cauca alcanzaron puntajes del IPA que los caracterizan por tener un clima económico “bueno”. En el caso de Buenaventura, su IPA fue de 64, para Buga este fue de 67, Cartago alcanzó un puntaje de 59, Palmira de 66 y Tuluá de 69 para el primer semestre de 2015. Estos resultados son coherentes con lo observado en las percepciones de desempeño, en las perspectivas de las Pymes en cada una de estas ciudades y con la evolución mostrada en los últimos meses por las principales variables macroeconómicas regionales como desempleo e inflación.

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 \$322 millones 819 mil y \$19.330 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$783 millones y \$15.649 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

2.639 empresas encuestadas.

Municipio/Región	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Aburrá sur	86	87	44	217
Barranquilla	93	117	83	293
Bogotá	173	151	169	493
Bucaramanga	69	102	51	222
Cali	85	120	103	308
Cundinamarca	77	82	56	215
Medellín	128	119	106	353
Pereira	53	64	50	167
Valle del Cauca	100	138	133	371
Total	864	980	795	2.639

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 – Mayo de 2015.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

Comité técnico

Banco Interamericano de Desarrollo – BID

Carlos A. Novoa

SECO

Catalina Pulido
Christian Sieber

Bancóldex

Doris Arévalo
María José Naranjo
Cristina Vargas

Banco de la República

Eliana González
María Alejandra Hernández

Anif

Alejandro Vera
Daniela Maldonado
Andrea Ríos
Álvaro Parga
María Inés Vanegas · Publimarch Ltda.

Cifras & Conceptos S.A

César Caballero
Juliana Márquez
Andrea Rosa

Informes: avera@anif.com.co • dmaldonado@anif.com.co • aparga@anif.com.co

Diseño de carátula: Camila Rodríguez

Diseño y producción electrónica: Tatiana Herrera-Camila Rodríguez-Lorena Hernández