

ISSN 1909-4175



Centro de
Estudios
Económicos

LA GRAN ENCUESTA PYME

Lectura Regional

1er. semestre
2018

LA GRAN ENCUESTA PYME

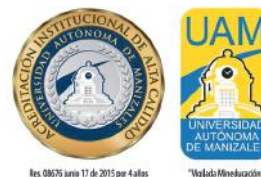
LECTURA NACIONAL



Centro de Estudios Económicos



LECTURA REGIONAL



Firma Encuestadora:



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE®

LA GRAN ENCUESTA PYME

Lectura Regional

1er. semestre
2018

CONTENIDO

Página	Capítulo
5	PRESENTACIÓN
7	ABURRÁ SUR
29	ARMENIA
49	BARRANQUILLA
71	BOGOTÁ
95	BUCARAMANGA
117	CALI
139	CUNDINAMARCA
161	MANIZALES
183	MEDELLÍN
207	ORIENTE ANTIOQUEÑO
229	PEREIRA
251	VALLE DEL CAUCA: BUENAVENTURA
271	VALLE DEL CAUCA: BUGA
293	VALLE DEL CAUCA: CARTAGO
315	VALLE DEL CAUCA: TULUÁ
337	INDICADOR PYME ANIF - IPA REGIONAL
339	FICHA TÉCNICA REGIONAL



PRESENTACIÓN

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

En esta octava medición a nivel regional se incluyen los resultados de la profundización en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira (por octava vez); Barranquilla y Bucaramanga (por quinta vez); Cundinamarca, Aburrá Sur, Buga, Cartago y Tuluá (por cuarta vez); Manizales y el Oriente Antioqueño (por tercera vez); Buenaventura (por segunda vez, aunque la primera lectura data de 2015); y Armenia (por primera vez).

En dicho esfuerzo ha resultado crucial el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, la Cámara de Comercio de Cali, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Acopi Atlántico, la Cámara de Comercio de Aburrá Sur, las Cámaras de Comercio de las ciudades del Valle del Cauca, la Cámara de Comercio de Manizales, la Universidad Autónoma de Manizales, la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, MBA Aseguramientos-Riesgos-Tendencias, la Pontificia Universidad Javeriana-Cali, la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío y la Universidad Autónoma de Bucaramanga. La información allí contenida se constituye en una herramienta para generar conocimiento detallado de las Pymes en cada una de las ciudades-regiones estudiadas.

La Encuesta fue realizada en los meses de marzo a junio de 2018 por Cifras & Conceptos, firma en-

cuestadora encargada del trabajo de campo de la Gran Encuesta Pyme desde 2014. En la última lectura se entrevistó a 3.676 empresarios Pyme de los macrosectores de industria, comercio y servicios, los cuales a su vez pertenecen a los 21 subsectores económicos con mayor participación de pequeñas y medianas empresas. Para las quince ciudades-regiones encuestadas se presentan los resultados de cada macro-sector para los diferentes módulos de la Encuesta.

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

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

Dado todo lo anterior, el Indicador Pyme Anif (IPA) para las diferentes ciudades y regiones, que mide el clima de negocios en el segmento Pyme, registró reducciones entre 2 y 5 puntos en las ciudades-

regiones de Bogotá, Medellín, Pereira, Cartago, y el Oriente Antioqueño. Por el contrario, en las ciudades-regiones de Aburrá Sur, Cali, Barranquilla, Buga, Tuluá y Manizales se incrementaron entre 3 y 7 puntos los registros del IPA frente a los observados un año atrás. Con dichas condiciones, el indicador se situó en el plano de desempeño económico “bueno” (55-73) para todas las ciudades. La única excepción fue Bucaramanga, donde continúa la tendencia negativa observada un año atrás y su

IPA se mantiene en el plano de desempeño económico “regular” (inferior a 55 puntos).

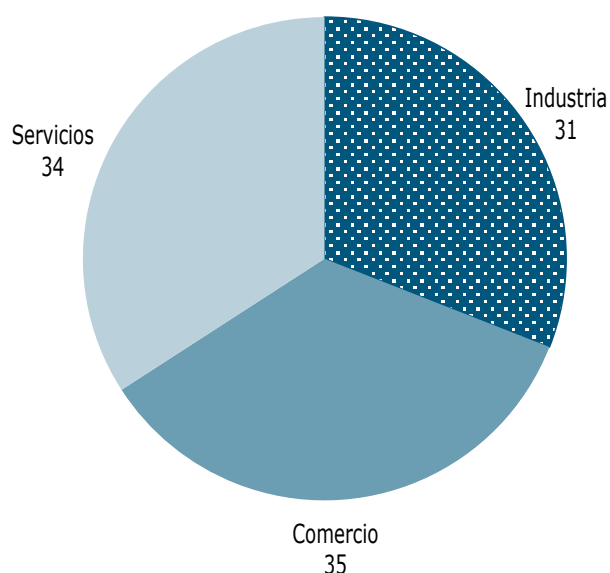
Anif reitera su agradecimiento a los patrocinadores de la Gran Encuesta Pyme, quienes a través de su apoyo técnico y económico han permitido su consolidación como una de las principales fuentes de información estadísticamente significativa sobre el importante segmento de las pequeñas y medianas empresas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



LA GRAN ENCUESTA PYME

ABURRÁ SUR

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

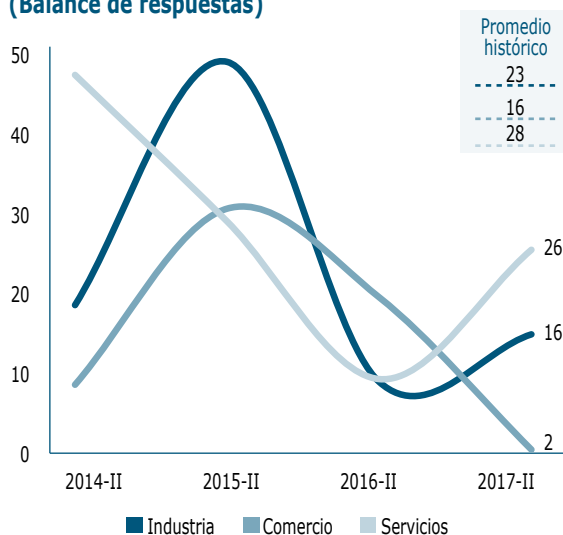
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios industriales Pyme de la región de Aburrá Sur (compuesta por los municipios de Cal-

das, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta) mejoró a niveles del 16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás y 23% del promedio histórico). Allí primó el efecto de disminuciones en la porción de industriales con deterioros en su situación económica general (20% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), el cual fue suficiente para compensar la caída en aquellos que vieron mejoras en dicho rubro (36% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Aburrá Sur).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó una mejora en el balance de respuestas hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás). Allí primó el efecto de la caída en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (19% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), suficiente para compensar el decrecimiento en la porción de la muestra con incrementos de ventas (33% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (58%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

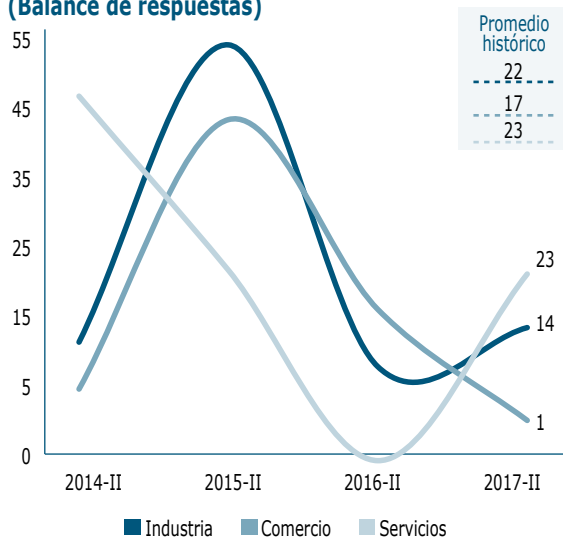
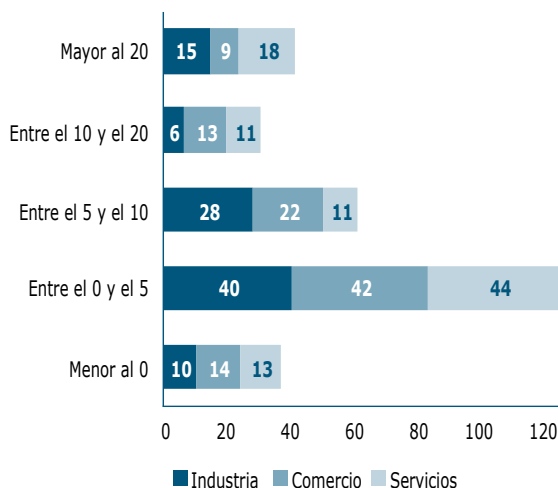


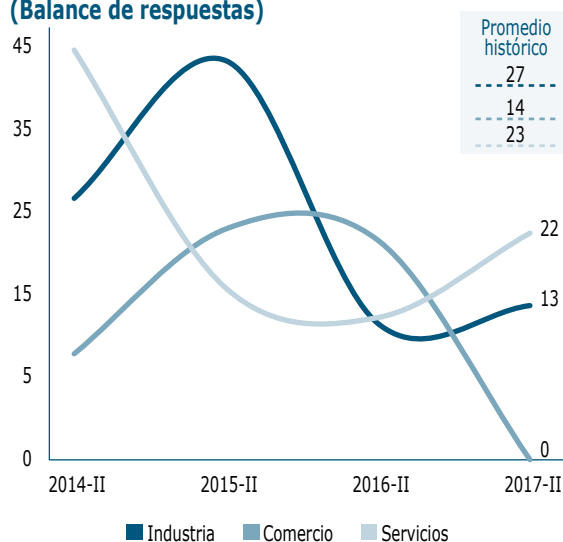
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



De manera similar, en el volumen de pedidos se dio una mejora en el balance de respuestas hacia el 13% en el segundo semestre de 2017 (vs. 11% un año atrás y 27% de su promedio histórico). Allí primó la caída en la proporción de empresarios industriales que vieron disminuir sus pedidos (22% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), la cual fue suficiente para compensar la caída de la porción de empresarios con aumentos en dicha variable (35% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 82% de los casos durante 2017-II (vs. 87% un año atrás), dejando porciones menores

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

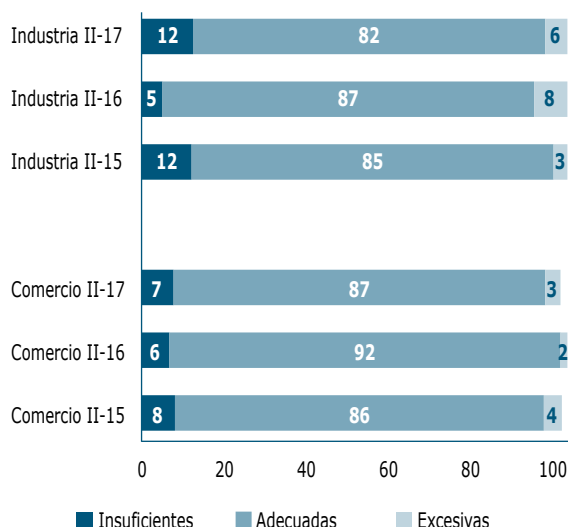


a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (12%) o excesivas (6%), ver gráfico 5.

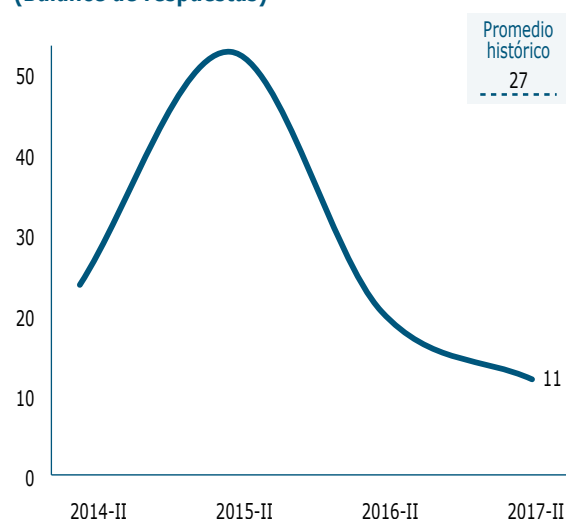
A pesar de las mejoras en la demanda de las Pymes industriales de Aburrá Sur, estas no se vieron reflejadas en mayores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del 11% en el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás), ver gráfico 6. Ello obedeció principalmente a la caída en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar su producción (33% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), pues la porción de empresarios con disminuciones en dicha variable se mantuvo inalterada en niveles del 22%.

A pesar de lo anterior, se observó una estabilización en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) a niveles del 75% durante el segundo semestre de 2017 (inalterada frente a un año atrás), ver gráfico 7. Incluso con dicha estabilización en la UCI, la inversión en maquinaria y equipo se incrementó hacia valores del 33% en su balance de respuestas (vs. 22% un año atrás). Esto último se explica tanto por incrementos en la proporción de empresarios que aumentaron la inversión (40% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), como por la disminución en la porción de empresarios que redujeron dicha variable (6% en 2017-II vs. 7% en 2016-II). Con el incremento descrito, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II dista significativamente de su promedio histórico del 19%, ver gráfico 8.

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



El nivel de costos presentó un descenso en su balance de respuestas hacia niveles del 28% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 40% un año atrás). Ello obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (37% en 2017-II vs. 54% en 2016-II), que compensaron el decrecimiento de la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (9% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dichas condiciones implicaron una expansión de los márgenes de los empresarios industriales de Aburrá

Sur. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen alcanzó niveles del 13% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 1% un año atrás). Ello se explica tanto por expansiones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (33% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), como por reducciones de aquellos con disminuciones en dicha variable (20% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 10.

El balance de respuestas del número de trabajadores contratados se mantuvo en el 2% durante el segundo semestre de 2017. Dicho compor-

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

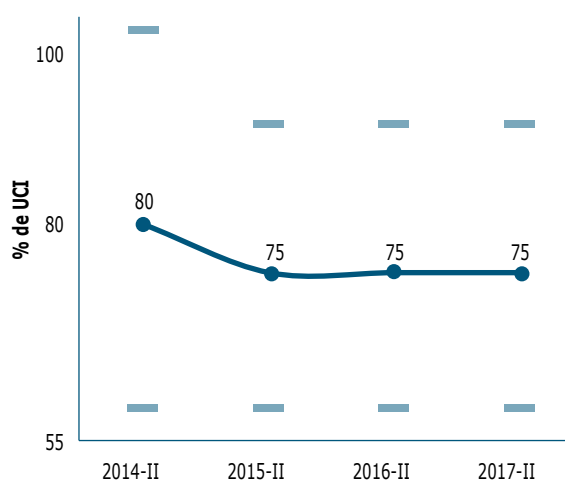


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

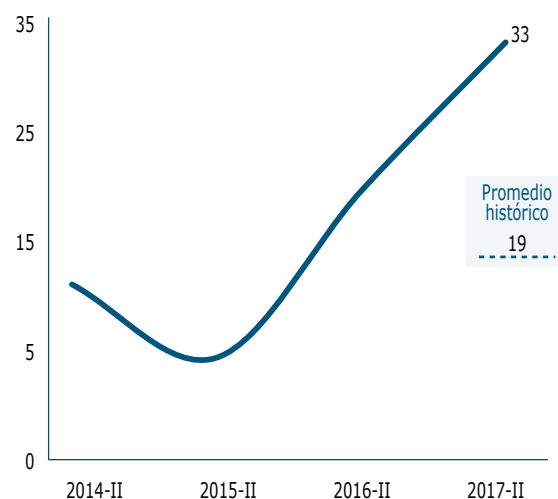


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

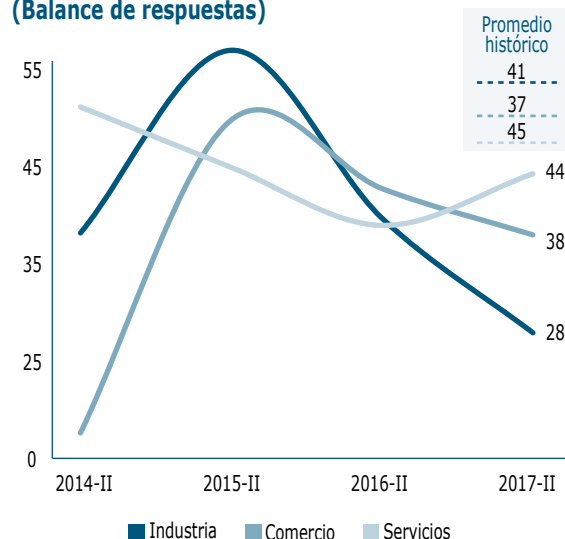
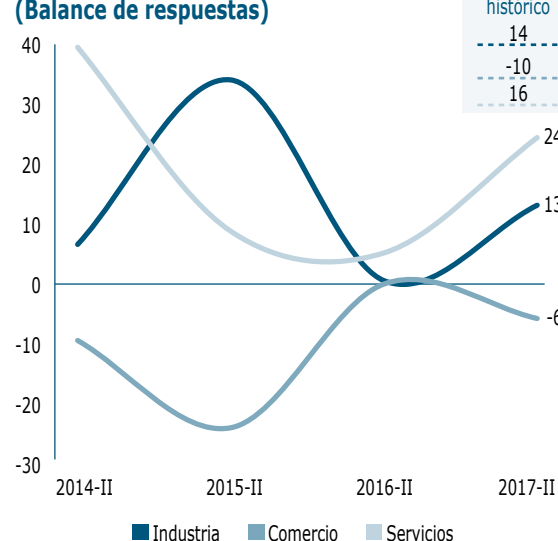


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



tamiento de la generación de empleo obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (18% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), los cuales fueron compensados por disminuciones en la proporción de aquellos que destruyeron puestos de trabajo (16% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Aburrá Sur, la totalidad de la muestra (100%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo se-

mestre de 2017 (ver gráfico 12). Consecuentemente, ningún empresario afirmó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (0%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (0%).

El principal problema para el sector industrial de Aburrá Sur fue la falta de demanda (22%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 23% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocuparon los altos impuestos, su prevalencia disminuyó hacia el 17% de la muestra (vs. 24% observado un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron los costos de los insumos (17% en 2017-II vs. 14% en 2016-II) y el contrabando (17% en 2017-II vs. 1% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Aburrá Sur fueron la tasa de cambio (0% en 2017-II vs. 1% en 2016-II) y cuellos de botella para satisfacer la demanda (1% en 2017-II vs. 9% en 2016-II).

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

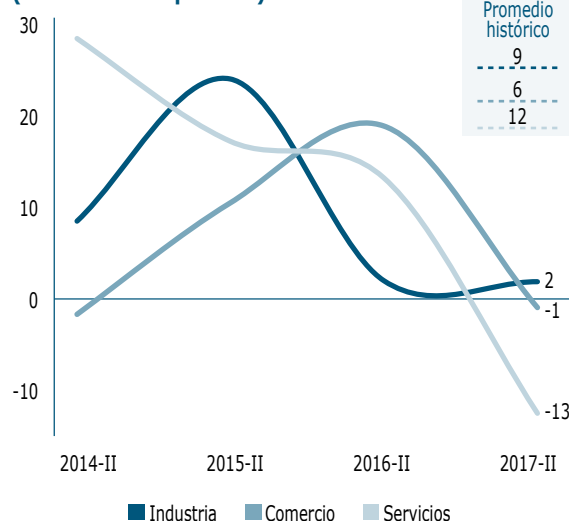
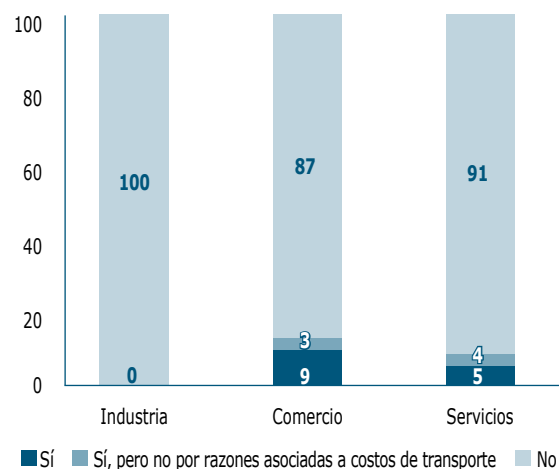


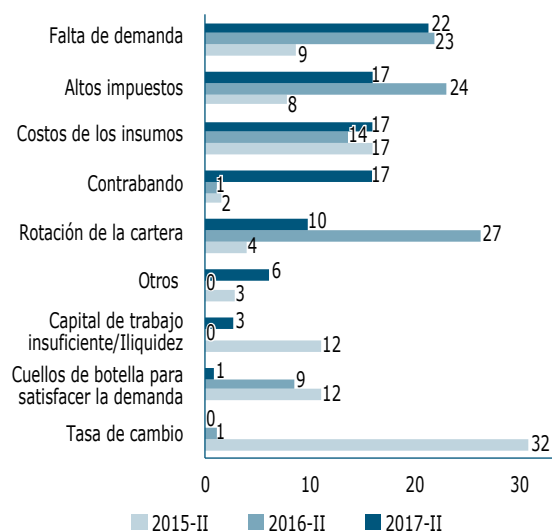
Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Aburrá Sur se deterioró hacia niveles del 2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás y 16% del promedio histórico). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (31% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), lo cual se sumó al decrecimiento del porcentaje de empresarios con

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



mejorías (33% en 2017-II vs. 38 % en 2016-II), ver gráfico 1.

A diferencia del sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el 1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a caídas en la proporción de comerciantes que experimentaron aumentos en sus ventas (32% en 2017-II vs. 44% en 2016-II). Ello se sumó a incrementos en el porcentaje de comerciantes con disminuciones en dichas ventas (31% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (64%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás y 14% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (31% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), lo cual se sumó al decrecimiento en los comerciantes con aumentos en dicha variable (31% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 87% de los casos durante 2017-II (vs. 92% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (7%) o excesivas (3%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes disminuyó al 38% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 43% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica por el decrecimiento en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (44% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), lo cual compensó la estabilización de la proporción de comerciantes con reducciones en dichos costos (6% en 2017-II, inalterado frente a un año atrás).

Lo anterior implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Aburrá Sur. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 0% un año atrás). Ello se explica por un incremento en la proporción de empresarios que

experimentaron reducciones en sus márgenes (34% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), lo cual se sumó a la estabilización de aquellos con incrementos en dicha variable (28%, inalterado frente a un año atrás), ver gráfico 10.

De manera similar, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Aburrá Sur se redujo hacia niveles del -1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a caídas en la proporción de empresarios comerciales que aumentaron el número de trabajadores (17% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), como a incrementos de aquellos comerciantes que destruyeron puestos de trabajo (18% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron deterioros en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del 1% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 15% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes con mayores superficies (26% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), como a aumentos en aquellos comerciantes con reducciones en dicha variable (25% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Aburrá Sur, la mayoría (87%) expresó no haber pensado o realizado una relocali-

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

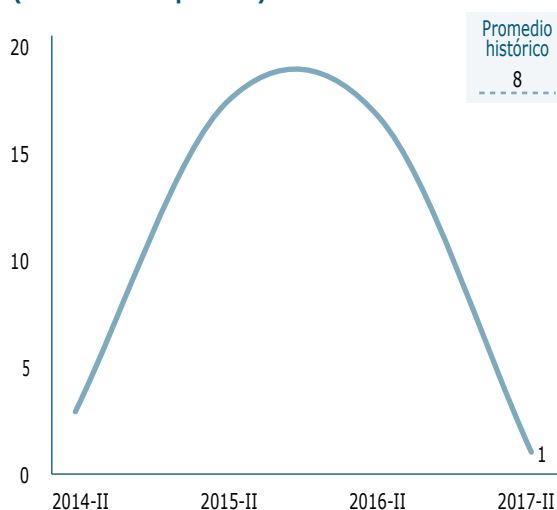
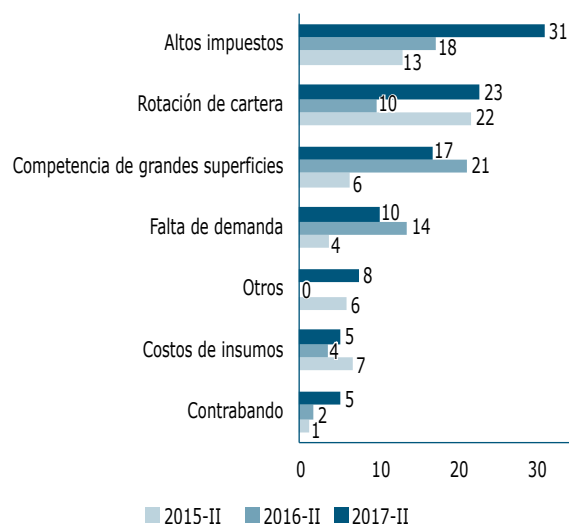


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

zación en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (9%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales de Aburrá Sur identificaron los altos impuestos como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (31% vs. 18% un año atrás). A ello le siguió la rotación de cartera (23% en 2017-II vs. 10% en 2016-II) y la competencia con las grandes superficies (17% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Por su parte, los empresarios del sector de servicios de Aburrá Sur vieron una mejora en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 26% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás y 28% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por aumentos en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (43% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como por disminuciones en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (17% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron expansiones en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el +23% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -1% un año

atrás). Dicha mejora obedeció tanto a expansiones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (40% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como a decrecimientos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dicha variable (17% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, más de la mitad (55%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Dicho comportamiento se vio reflejado en el volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Aburrá Sur, aumentando su balance de respuestas hacia niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 12% un año atrás y 23% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (39% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como a disminuciones en aquellos con reducciones en dicha variable (17% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Aburrá Sur observaron un incremento en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 44% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 39% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció principalmente a una caída en la porción de empresarios con disminuciones en dichos costos (3% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), que no pudo ser totalmente compensada por la disminución de la porción que reportó incrementos en dicha variable (48% en 2017-II vs. 53% en 2016-II).

El balance de respuestas sobre los márgenes de ganancia se incrementó hacia niveles del 24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 5% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por un incremento en los empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (42% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como por caídas en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (18% en 2017-II vs. 29% en 2016-II).

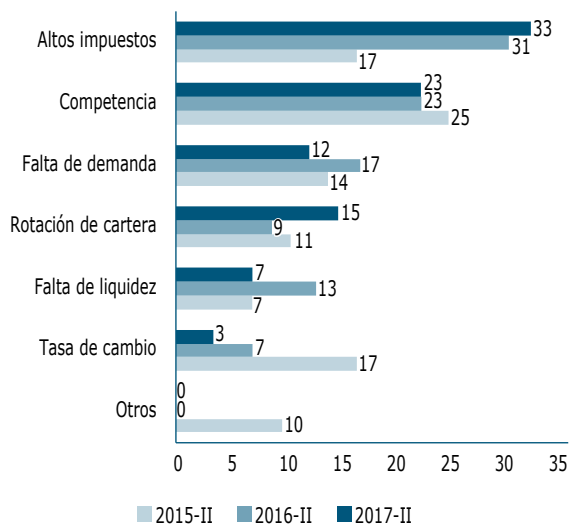
A pesar de lo anterior, se evidenció una caída del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Aburrá Sur hacia niveles del -13% en su balance de respuestas durante el segundo semestre de 2017 (vs. +13% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a una reducción en la porción de la muestra con crecimiento en los puestos de trabajo (10% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), como a una expansión de la

proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (22% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Aburrá Sur, la mayoría (91%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (5%) y otras razones (4%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Aburrá Sur para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (33% en 2017-II vs. 31% en 2016-II). A ello le siguió la competencia (23%, inalterado frente a un año atrás) y la falta de demanda (12% en 2017-II vs. 17% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (3% en 2017-II vs. 7% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

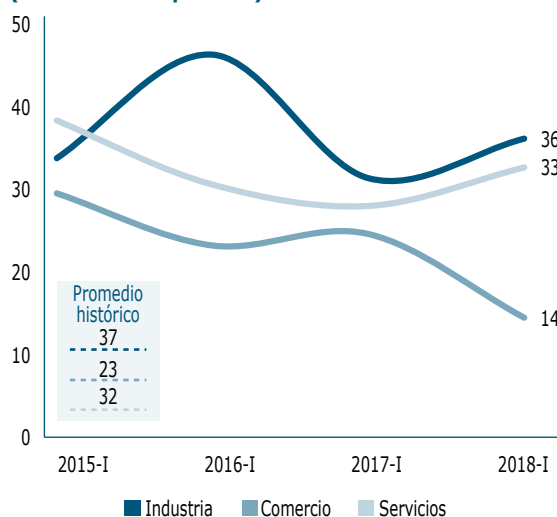
Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 36% para el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás). Ello obedeció al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (47% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), pues la porción de empresarios con deterioros en sus expectativas se mantuvo inalterada en niveles del 11%. Ello se vio acompañado de una disminución en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (18% vs. 27% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, en cuanto a las perspectivas del volumen de producción, se evidenció una leve caída del balance de respuestas hacia niveles del 35% en el primer semestre de 2018 (vs. 38% un año atrás).

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



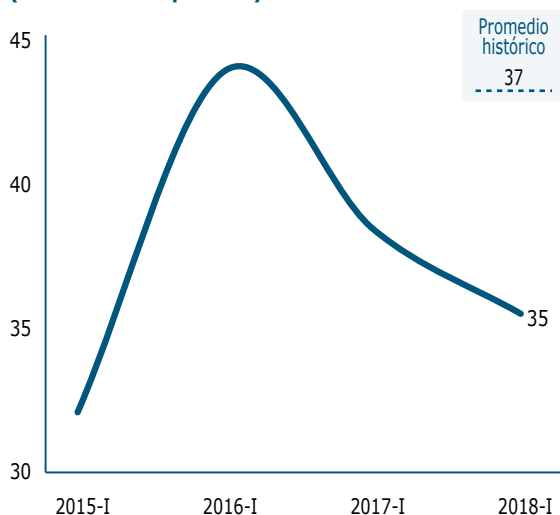
Ello se explica por una reducción en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (51% en 2018-I vs. 59% en 2017-I), que no pudo ser compensada por la reducción en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (16% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), ver gráfico 18.

Asimismo, se observaron leves caídas en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pe-

didados hacia niveles del 35% en el primer semestre de 2018 (vs. 41% un año atrás y 37% del promedio histórico). Ello se explica por la caída en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (51% en 2018-I vs. 59% en 2017-I), que no pudo ser compensada por la disminución de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (16% en 2018-I vs. 18% en 2017-I), ver gráfico 19.

Por su parte, el balance de respuestas referentes a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se incrementó a niveles del 42% para el primer semestre de 2018 (vs. 37% un año atrás). Ello se explica por un incremento en la porción de empresarios que esperaban incrementar la inversión (54% en 2018-I vs. 43% en 2017-I), compensando el aumento en la porción de la muestra que veía disminuciones en dicha variable (12% en 2018-I vs. 6% en 2017-I), ver gráfico 20.

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



• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se contrajo hacia el 14% en el primer semestre de 2018 (vs. 25% un año atrás). Ello obedeció principalmente al in-

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

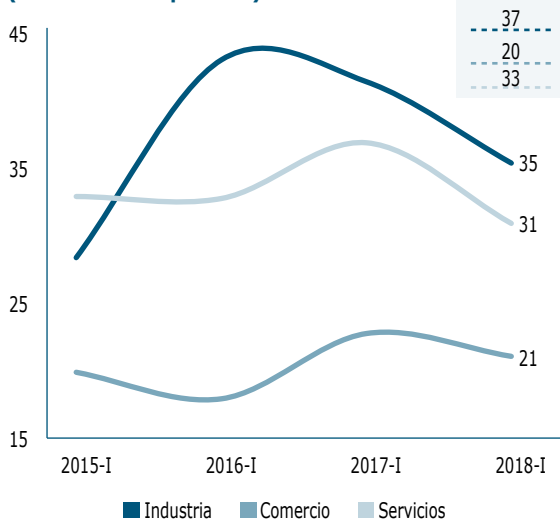
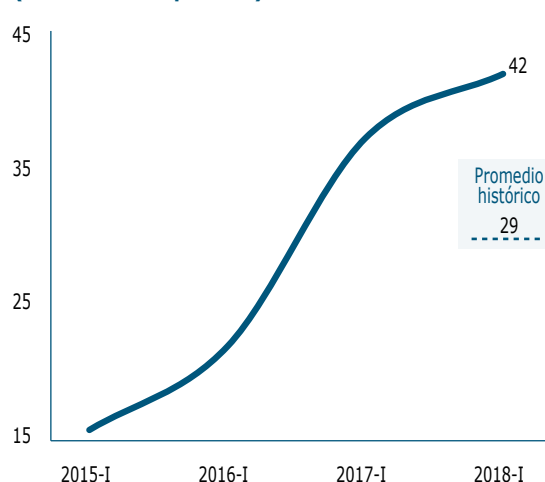


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



cremento de la porción de comerciantes que esperaban deterioros en su situación general (17% en 2018-I vs. 8% en 2017-I). A ello se sumó el menor efecto del decrecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban una mejora en dicha situación (31% en 2018-I vs. 32% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado de valores del 19% de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 29% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió en el balance de respuestas sobre las expectativas de pedidos, reduciéndose hacia niveles del 21% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás y 20% del promedio histórico). Ello se dio tanto por leves incrementos en la porción de comerciantes que esperaban disminuciones en pedidos (18% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), como a la pequeña reducción de la porción de encuestados que preveían aumentos en dicha variable (39% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), ver gráfico 19.

En lo referente a ventas, también se evidenciaron contracciones en el balance de expectativas hacia niveles del 21% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás y 19% del promedio histórico). Ello obedeció a reducciones en la porción de empresarios que esperaban incrementos en ventas (39% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), lo cual primó sobre las reducciones de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (18% en 2018-I vs. 19% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

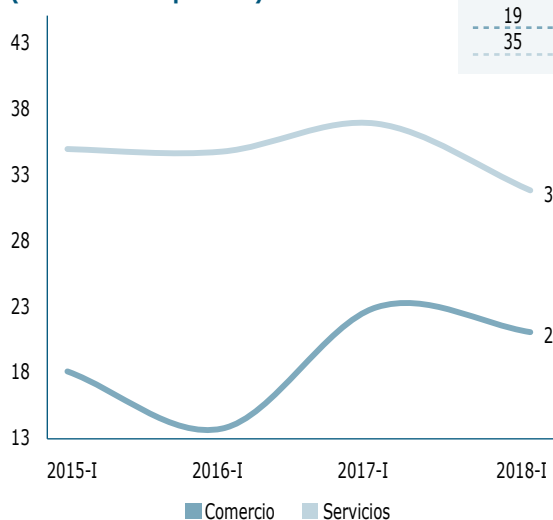
De manera similar a lo ocurrido en la industria, el sector Pyme de servicios de Aburrá Sur experimentó mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas hacia niveles del 33% para el primer semestre de 2018 (vs. 28% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (43% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), como a leves descensos en la porción de la muestra que preveían desmejoras en dicha situación (11% en

2018-I vs. 12% en 2017-I). Ello vino acompañado de contracciones en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (18% en 2018-I vs. 26% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Aburrá Sur, su balance de respuestas se redujo hacia el 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 37% un año atrás y 33% del promedio histórico). Allí primó el efecto de la disminución de los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (37% en 2018-I vs. 55% en 2017-I), lo cual compensó las caídas en la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (6% en 2018-I vs. 18% en 2017-I), ver gráfico 19.

Asimismo, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios cayó hacia niveles del 32% para el primer semestre de 2018 (vs. 37% un año atrás y 35% del promedio histórico). Ello se explica por reducciones en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (38% en 2018-I vs. 55% en 2017-I), más que compensando el descenso en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (6% en 2018-I vs. 18% en 2017-I), ver gráfico 21.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Aburrá Sur disminuyeron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (40% en 2017-II vs. 59% en 2016-II), comercio (56% en 2017-II vs. 58% en 2016-II) y servicios (39% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se

vio acompañado de una ligera disminución en la tasa de aprobación en los sectores de industria (95% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), comercio (99% en 2017-II vs. 100% en 2016-II) y servicios (98% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Aburrá Sur, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (42% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (32% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) y a corto plazo (19% en 2017-II vs. 41% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a corto plazo (38% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), seguido por el mediano plazo (33% en 2017-II vs. 55% en 2016-II) y largo plazo (29% en 2017-II vs. 15% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (35% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), seguido por el largo plazo (33% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) y corto plazo (32% en 2017-II vs. 25% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme de Aburrá Sur (42% en 2017-II vs. 30% en 2016-II) y en servicios (35% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), el plazo preva-

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

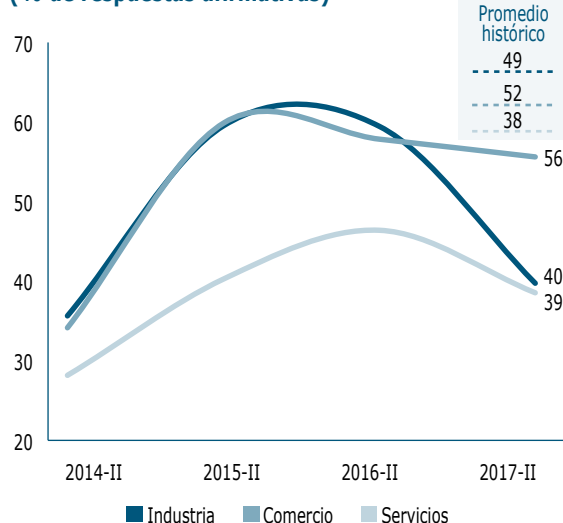


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

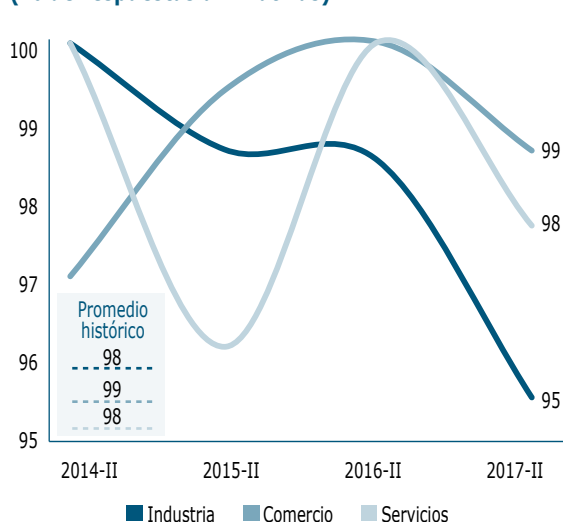
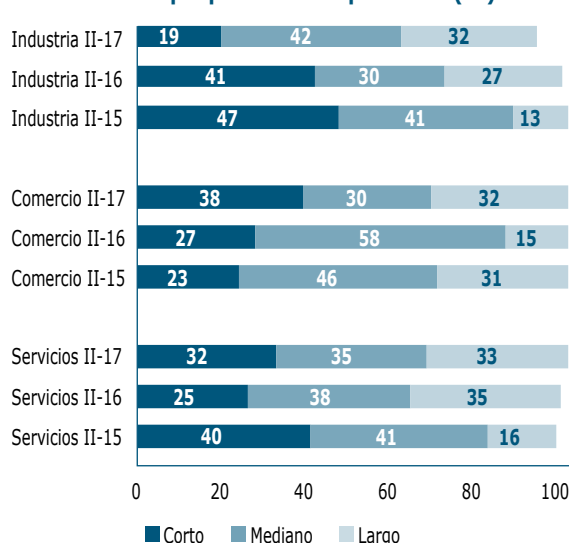


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



lente fue el mediano plazo, mientras que en el comercio (38% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), el plazo más común fue el corto (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron leves descensos en los sectores de industria (88% en 2017-II vs. 92% en 2016-II) y comercio (93% en 2017-II vs. 95% en 2016-II). Por su parte, en el sector servicios dicho calce se incrementó levemente (100% en 2017-II vs. 95% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual

refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Aburrá Sur.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados al sector de industria (46% en 2017-II vs. 59% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017; para los sectores de comercio (76% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) y servicios (56% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), dichas tasas fueron en su mayoría entre el rango DTF+4 y DTF+8 puntos (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se incrementó en los casos

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

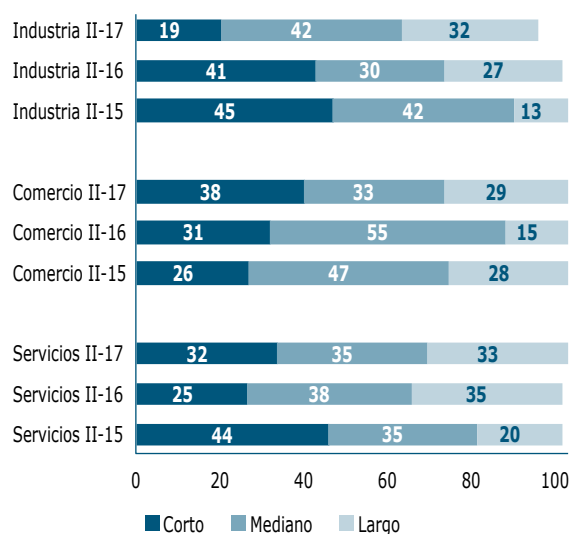


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

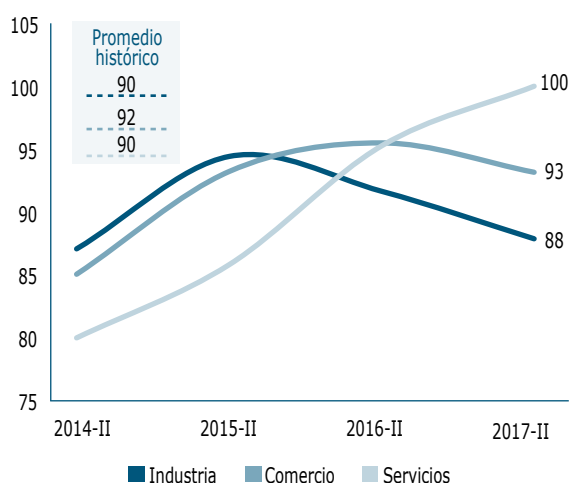


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

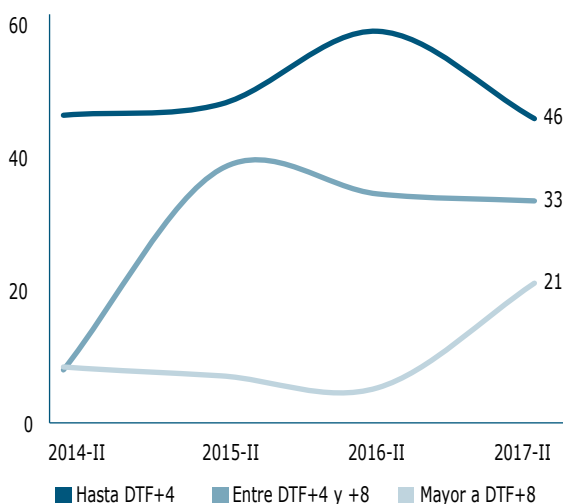
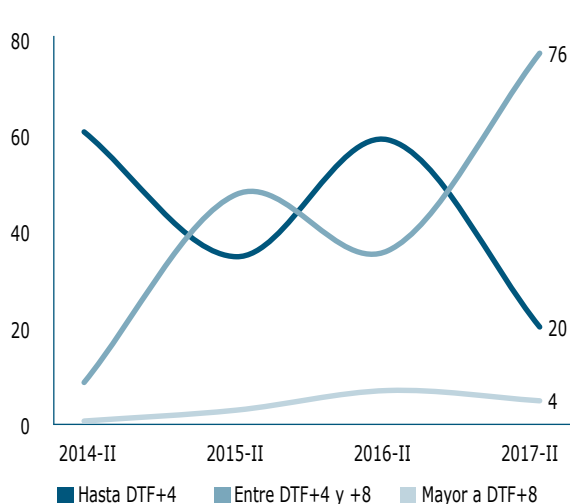


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



de industria (88% en 2017-II vs. 80% en 2016-II) y servicios (79% en 2017-II vs. 70% en 2016-II), mientras que dicha satisfacción se redujo en el caso del comercio (63% en 2017-II vs. 84% en 2016-II), ver gráfico 30.

La mayoría de las Pymes de industria (64%), comercio (70%) y servicios (51%) de Aburrá Sur usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. En segundo lugar, para los tres macro-sectores, las Pymes destinaron estos recursos a la consolidación del pasivo (22% industria, 36% comercio y 26% servicios), seguido de remodelaciones o adecuacio-

nes en los casos de la industria (12%) y los servicios (21%), y la compra o arriendo de maquinaria en el caso del comercio (14%).

Una parte importante de las Pymes de industria (51%), comercio (26%) y servicios (32%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los sectores de industria (18%), comercio (44%) y servicios (43%). A ello le siguieron los proveedores (18% industria-comercio y 15% servicios).

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

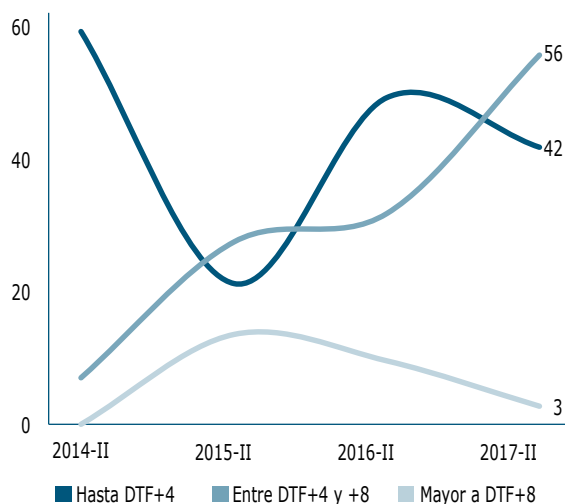


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

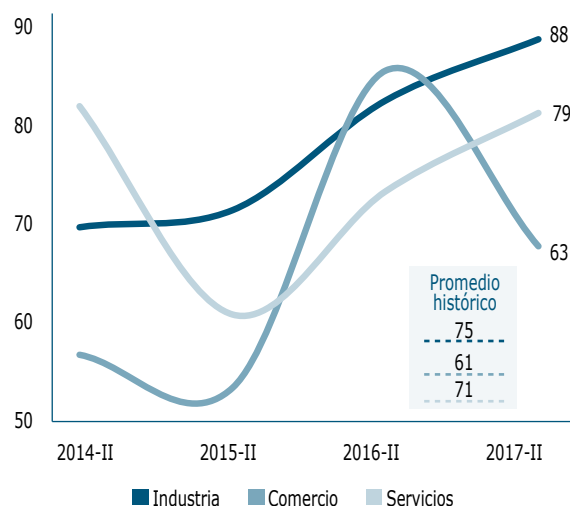


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

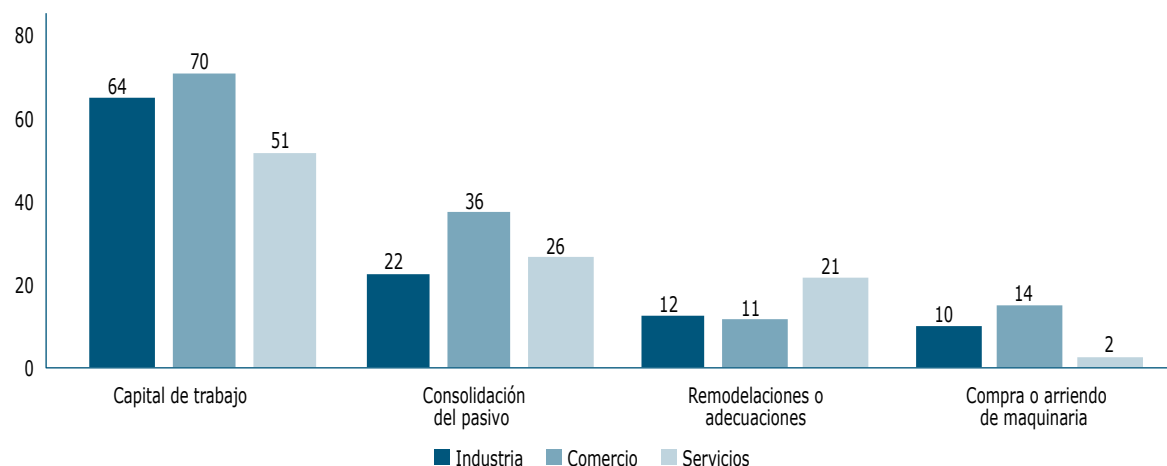
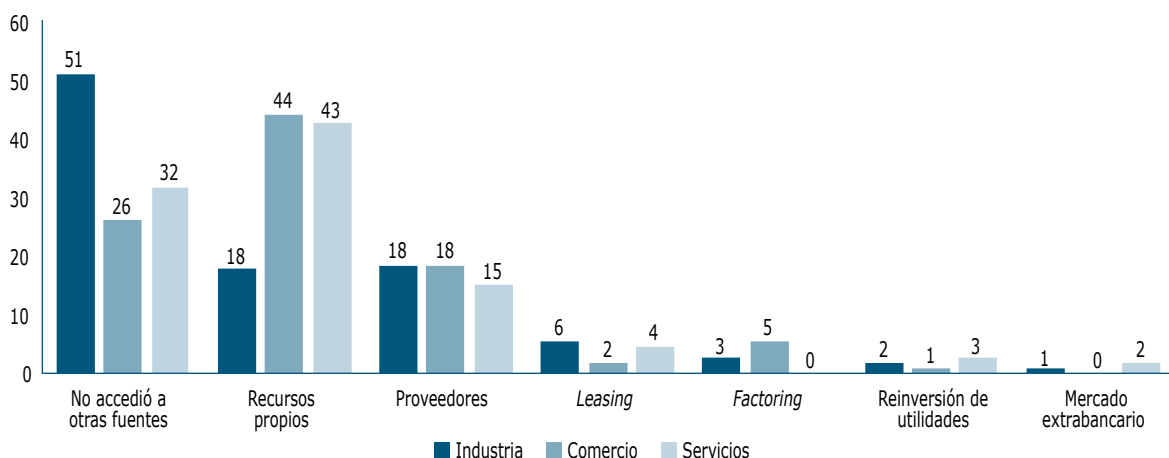
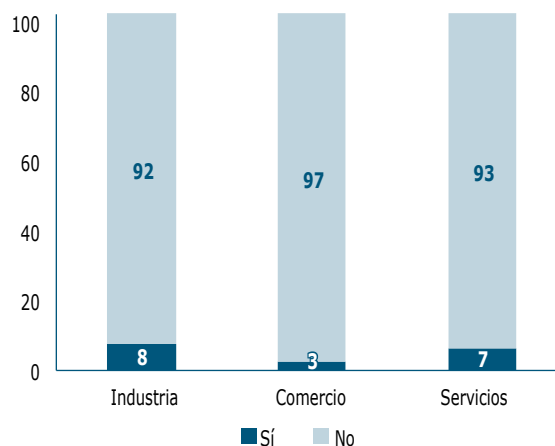
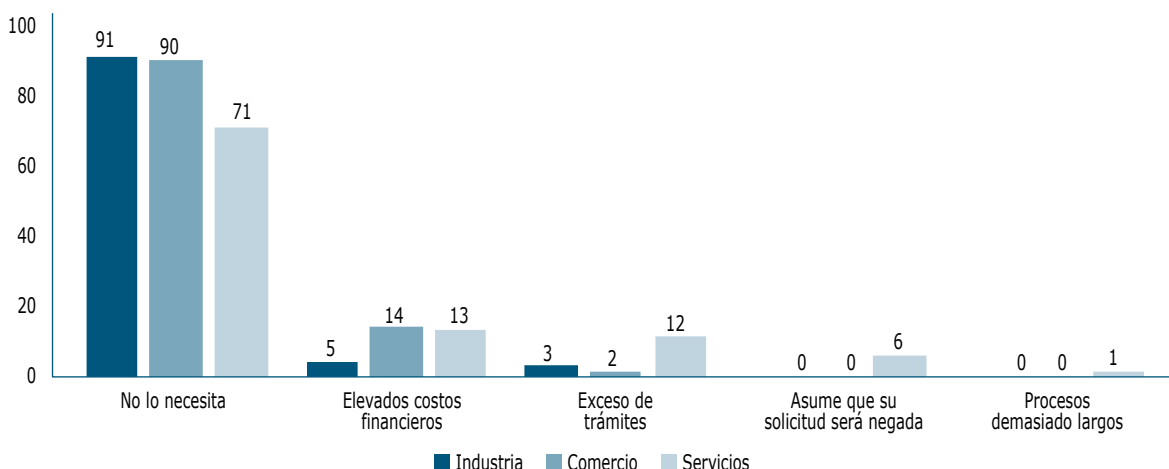


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

Se les preguntó a los empresarios de Aburrá Sur si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (92% industria, 97% comercio y 93% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Aburrá Sur no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (91% industria, 90% comercio, y 71% servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (5% industria, 14% comercio y 13% servicios), ver gráfico 34.

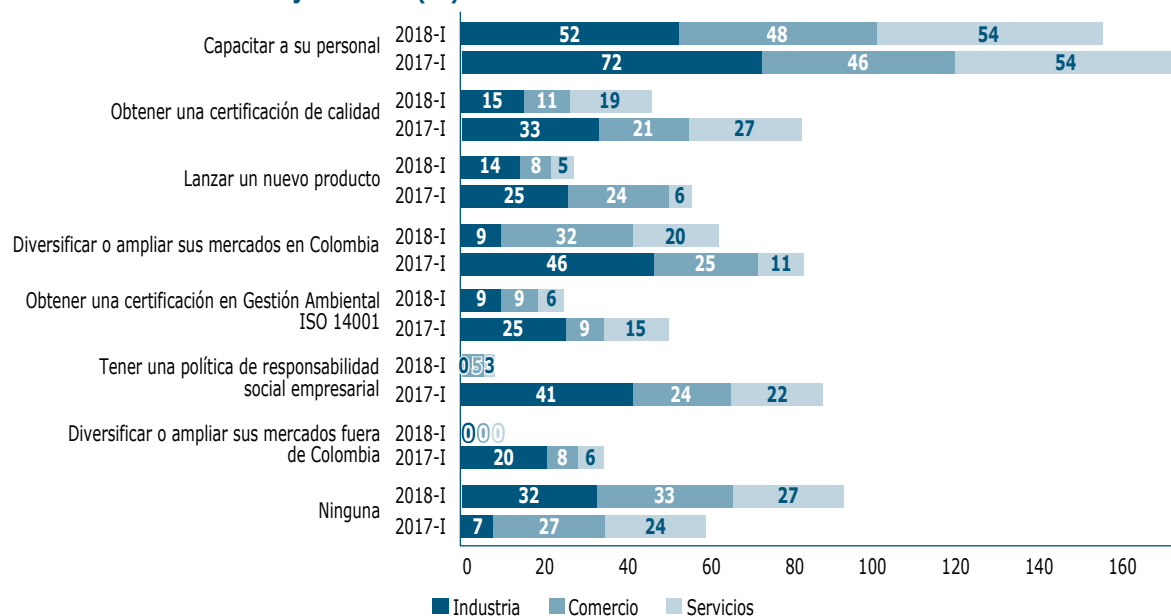
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)**

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Aburrá Sur fue capacitar al personal (52% industria, 48% comercio y 54% servicios). En el sector de industria (15%), el segundo lugar lo ocupó obtener una certificación de calidad, mientras que en los sectores de comercio (32%) y servicios (20%) dicho segundo lugar lo ocupó

diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (ver gráfico 35). El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los sectores de industria (32% en 2018-I vs. 7% en 2017-I), comercio (33% en 2018-I vs. 27% en 2017-I) y servicios (27% en 2018-I vs. 24% en 2017-I).

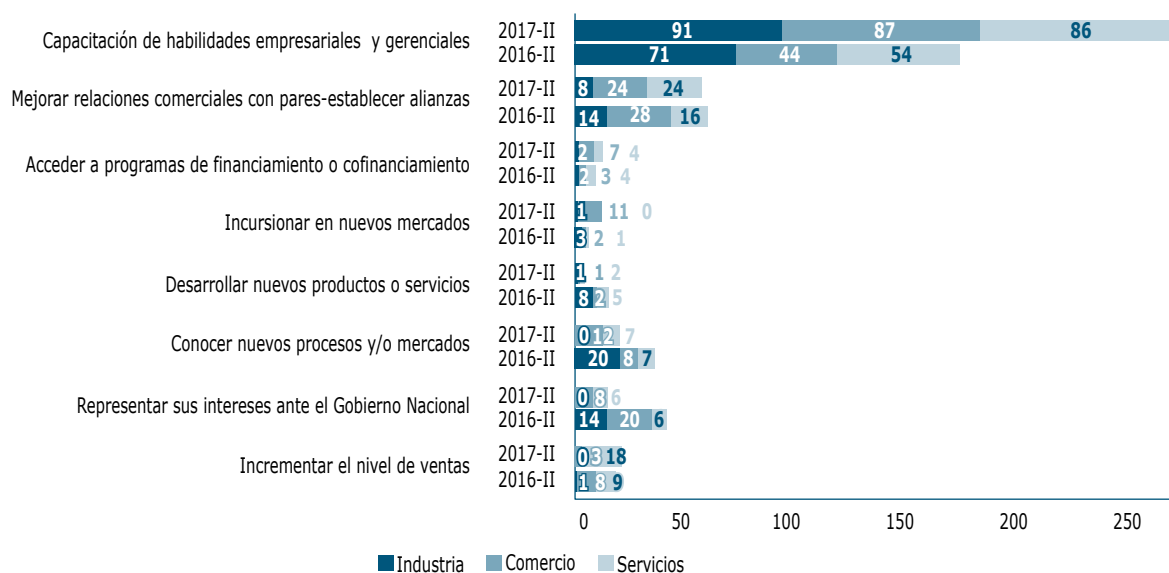
Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Aburrá Sur tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (95% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), comercio (90% en 2017-II vs. 95% en 2016-II) y servicios (91% en 2017-II vs. 93% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (7% industria, 23% comercio y 18% servicios), entidades del Gobierno Nacional (2% industria, 8% comercio y 0% servicios) y alcaldías (1% industria, 17% comercio y 6% servicios). El gráfico 37 muestra cómo los princi-

pales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (91% en 2017-II vs. 71% en 2016-II), comercio (87% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) y servicios (86% en 2017-II vs. 54% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales y establecer alianzas (8% industria, 24% comercio-servicios), conocer nuevos procesos o mercados (0% industria, 12% comercio y 7% servicios), e incrementar el nivel de ventas (0% industria, 3% comercio y 18% servicios).

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%)**Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)**

PREGUNTAS COYUNTURALES

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,

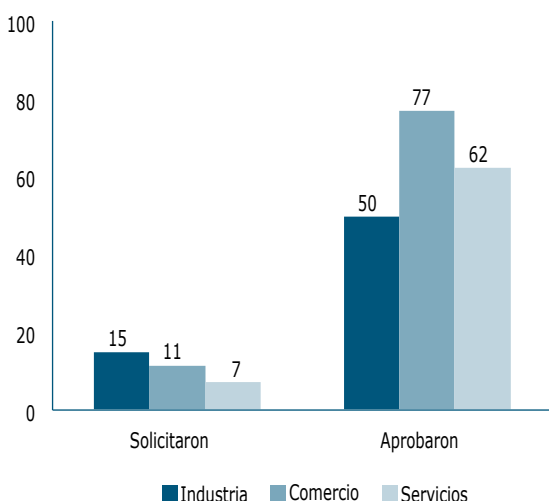
junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (15% industria, 11% comercio y 7% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente elevada en los tres

macro-sectores (50% industria, 77% comercio y 62% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (96% industria, 99% comercio y 98% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores, le siguieron el exceso de trámites (2% industria, 1% comercio-servicios), el temor a desmejorar la calificación crediticia (2% industria, 0% comercio-servicios), y el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (0% industria-comercio y 1% servicios).

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo menos de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (14% industria, 13% comercio y 18% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (100% industria-comercio y 95% servicios), ver gráfico 41. En los sectores de industria y servicios, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término fijo (34% industria, 62% servicios), seguido del contrato por prestación de servicios en el caso de industria (34%) y a término indefinido en el caso de servicios (33%). En el caso del comercio, la mayoría contrató a término indefinido (57%), seguido por aquellos que contrataron a término fijo (43%) ver gráfico 42. Finalmente, la gran mayoría de los empresarios Pyme de industria (67%) y

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

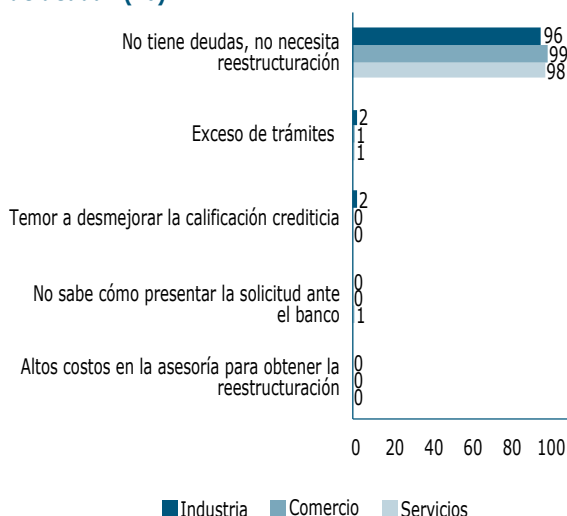
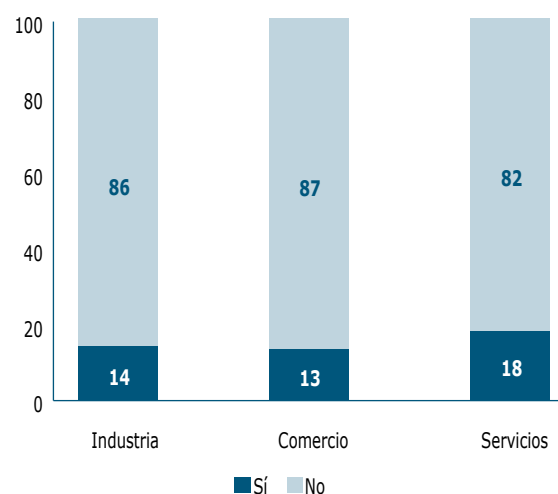


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)



comercio (62%) respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios menores a sus pares colombianos, mientras que en el sector servicios (38%) un porcentaje más pequeño pagaba menores salarios a dichos inmigrantes, ver gráfico 43.

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-

productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (64% industria, 92% comercio y 71% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (14% industria, 2% comercio y 15% servicios), inteligencia de mercados (12% industria, 1% comercio, 2% servicios), y estructuración de proyectos (10% industria, 3% comercio y 9% servicios).

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

Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

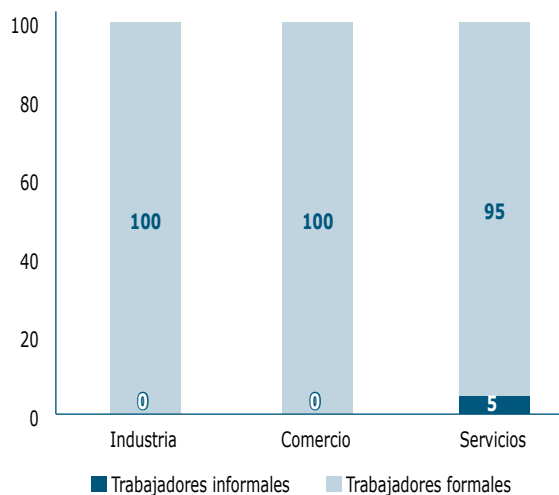


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

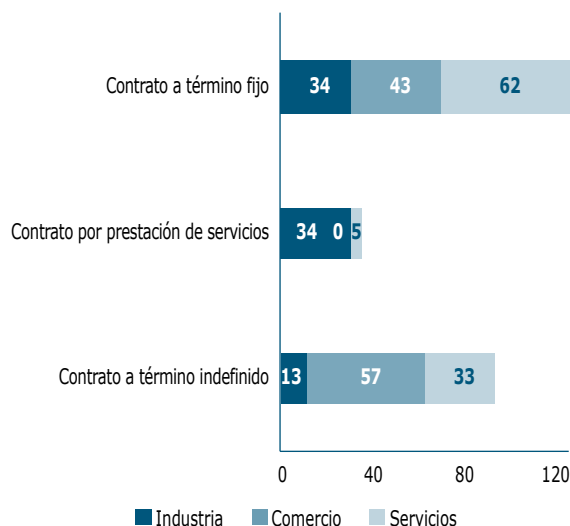


Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

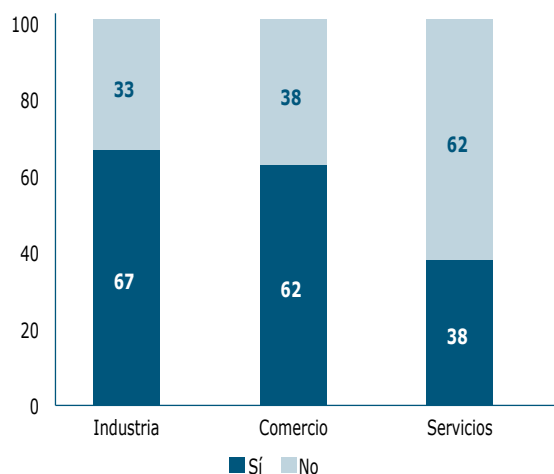
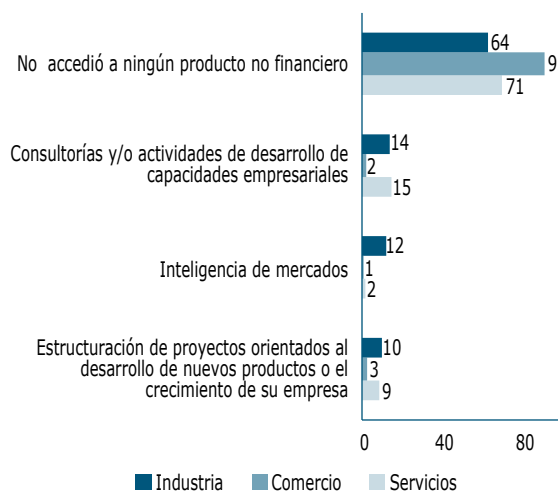
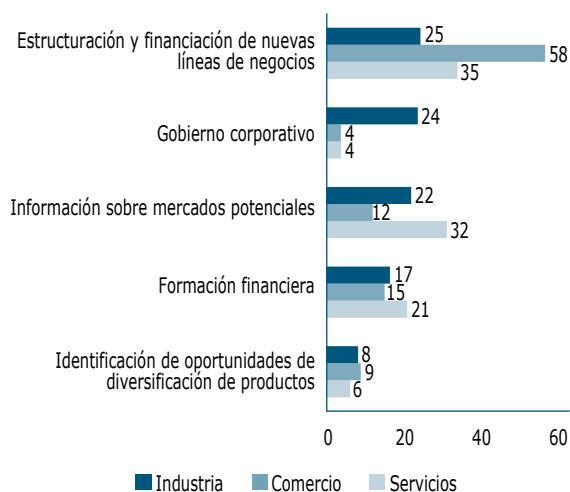


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Aburrá Sur mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (25%) y el gobierno corporativo (24%). Los comerciantes centraron su interés en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (58%), seguido de formación financiera (15%). Los empresarios de servicios optaron primero por estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (35%) e información sobre mercados potenciales (32%).

Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 76% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 57% un año atrás). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron descensos en la proporción con incrementos en sus exportaciones (2% en 2017-II vs. 18% en 2016-II) y

también se observó una leve caída en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (11% en 2017-II vs. 12% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exporta se redujo hacia el 89% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 94% un año atrás).

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

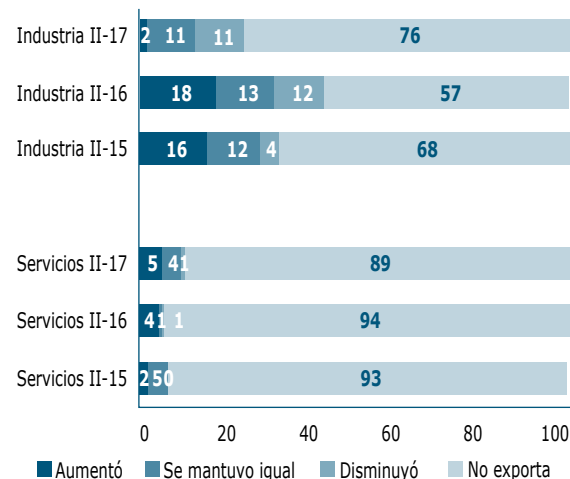


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)

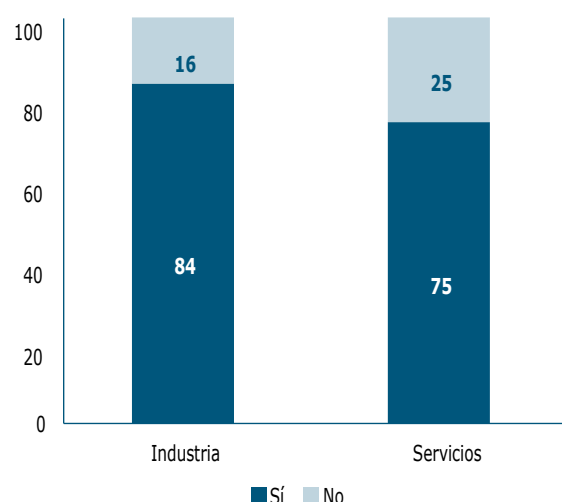


A diferencia del sector industrial, en servicios se incrementó levemente la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (5% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo estable (1%).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refirió al bajo interés en dichas ventas externas (79%), seguido de la

falta de información sobre potenciales mercados-productos (6%), y los riesgos de salir al mercado internacional (5%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (45%), seguido por la ausencia de interés en exportar (32%) y fallencias de información (7%). A pesar de todo esto, más de tres cuartas partes de las Pyme de Aburrá Sur cuentan con planes de internacionalización (ver gráfico 48).

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)



Prospectivamente, dicha baja vocación exportadora se mantendría en las Pymes de Aburrá Sur. El gráfico 49 muestra cómo un 72% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 58% un año atrás). Asimismo, puede evidenciarse una caída en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (10% en 2018-I vs. 19% en 2017-I), algo compensadas por la disminución en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (7% en 2018-I vs. 11% en 2017-I). En el sector de servicios, el 89% de las Pymes tampoco esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 90% un año atrás), pero se evidenció un aumento en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (11% en 2018-I vs. 4% en 2017-I). A esto último se sumó una disminución en aquellos empresarios que esperaban disminuciones (0% en 2018-I vs. 3% en 2017-I).

Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

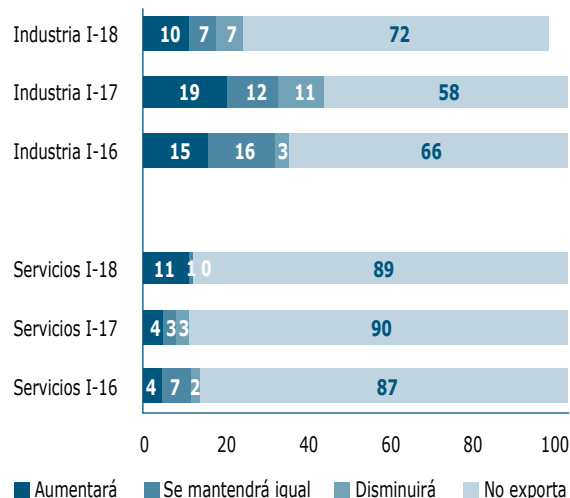
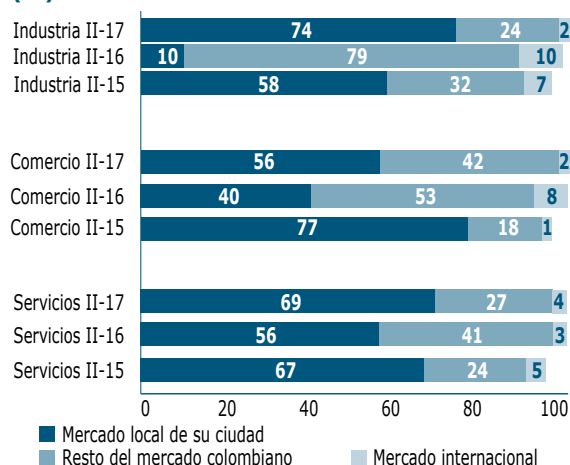


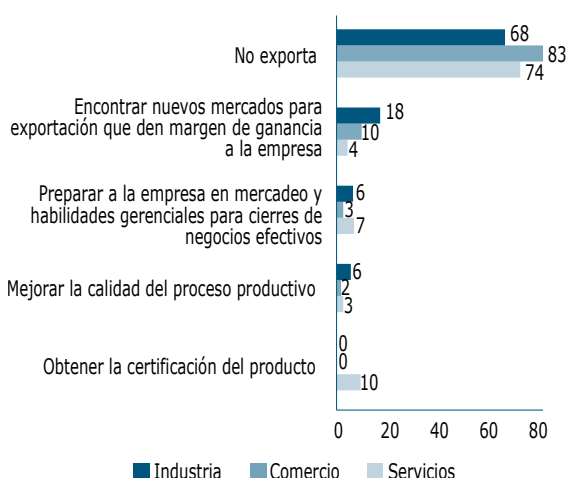
Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (74%), comercio (56%) y servicios (69%) de Aburrá Sur se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de

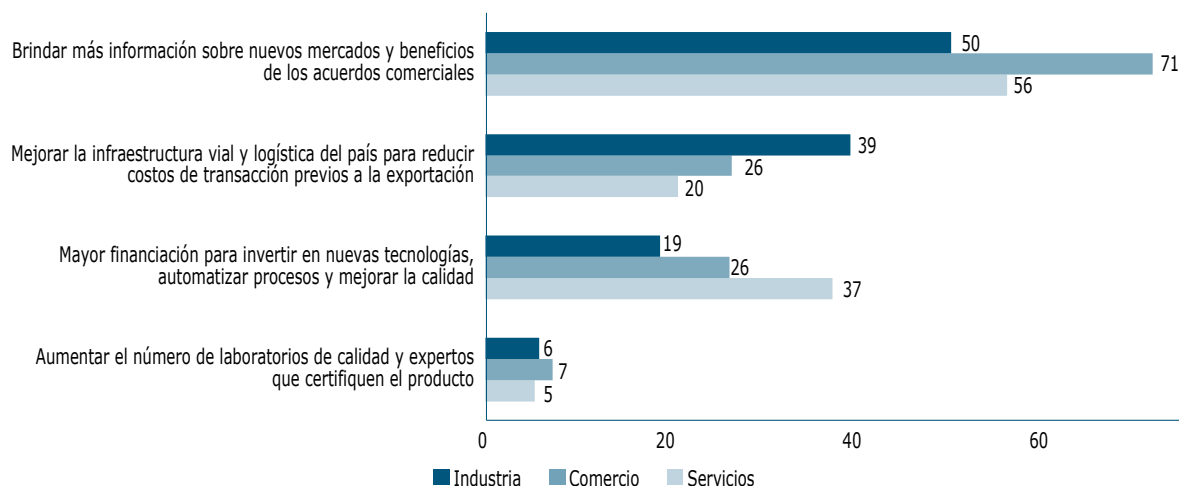
Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 68%-83% de la muestra no exporta). Sin embargo, dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados para exportación (18% industria, 10% comercio y 4% servicios); la preparación de las empresas en habilidades gerenciales y de negocios (6% industria, 3% comercio y 7% servicios); mejorar la calidad del proceso productivo (6% industria, 2% comercio y 3% servicios); y obtener la certificación del producto (0% industria-comercio y 10% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Aburrá Sur, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar mayor información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (50% industria, 71% comercio y 56% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (39% industria, 26% comercio y 20% servicios), seguida por mayor financiación para incrementar la productividad (19% industria, 26% comercio y 37% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (6% industria, 7% comercio y 5% servicios).

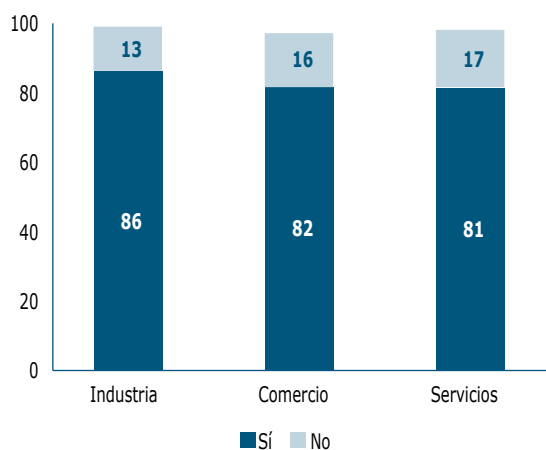
Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



Estabilidad jurídica

Finalmente, en esta edición de la Gran encuesta Pyme se realizó una pregunta específica para la región de Aburrá Sur, donde se indagó si las continuas reformas legales que afronta la normatividad empresarial del país afectan negativamente la actividad económica de las Pymes. A esta última pregunta contestaron afirmativamente más del 80% de las empresas encuestadas en los tres macro-sectores (86% industria, 82% comercio y 81% servicios), ver gráfico 53.

Gráfico 53 ¿Considera que las continuas reformas legales que afronta la normatividad empresarial del país afectan negativamente la actividad económica de su empresa? (%)

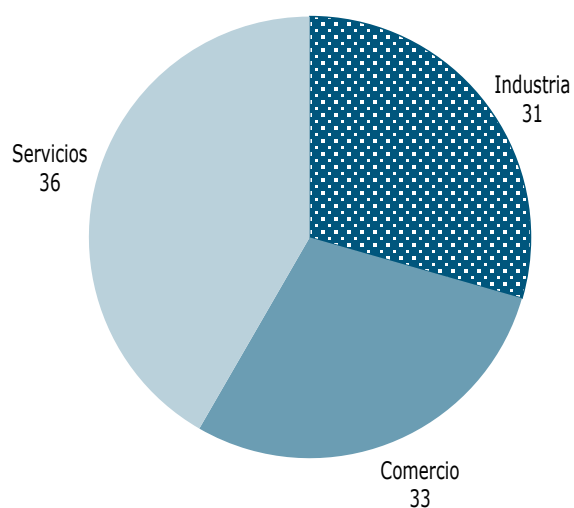




LA GRAN ENCUESTA PYME

ARMENIA

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

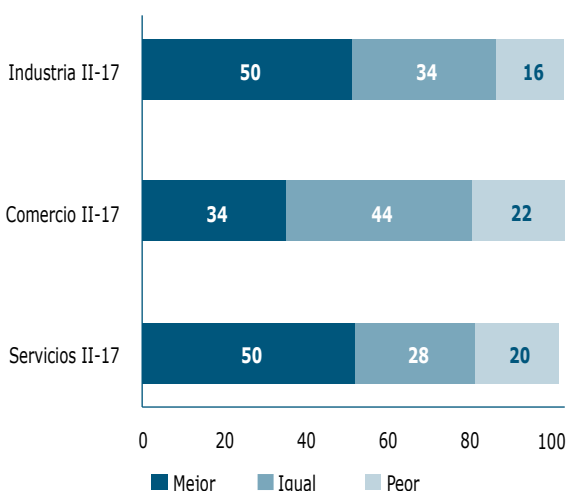
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

En esta primera lectura de la GEP en Armenia, el balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales registró niveles del 33%

durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de empresarios con mejoras en su situación actual (50%), la cual sobrepasó la porción de empresarios que experimentaron peores registros (16%), ver gráfico 1 (sección Armenia).

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



En el rubro de ventas se presentó un balance de respuestas del 38% durante el segundo semestre de 2017. Al igual que en la situación actual, el porcentaje de empresarios que percibieron una mejora en sus ventas (51%) fue superior al de aquellos con peores registros de dicha variable (13%), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de casi la mitad de las Pymes industriales encuestadas (42%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, el volumen de pedidos presentó un balance de respuestas del 31% en el segundo semestre de 2017. Allí se dieron mayores registros en la porción de empresarios que presentaron mejoras en su volumen de pedidos (43%), frente a los exhibidos por aquellos que tuvieron un menor registro de esta variable (12%), ver gráfico 4.

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

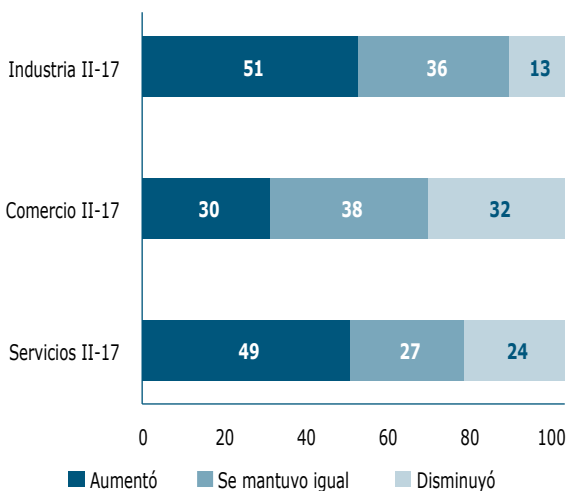
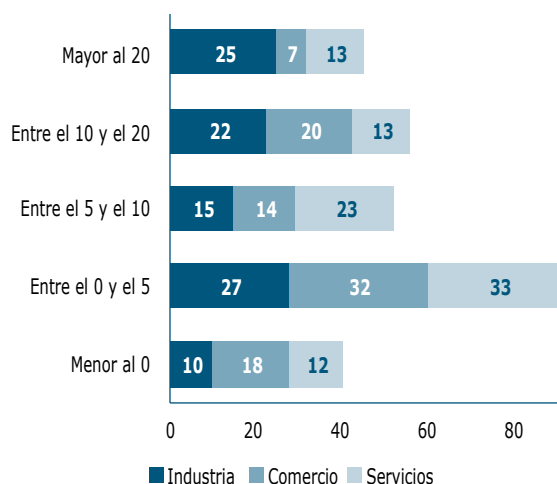


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 89% de los casos durante 2017-II, dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (10%), ver gráfico 5.

El balance de respuestas acerca del volumen de producción llegó a niveles del 26% en el segundo semestre de 2017. Allí los empresarios con aumentos en sus niveles de producción (38%) superaron

a aquellos que disminuyeron dicha variable (12%), ver gráfico 6.

Por su parte, la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) estuvo en el rango 60%-100% para cerca de la mitad de las Pymes industriales de Armenia (ver gráfico 7). Así, los niveles de UCI impulsaron al alza la inversión en maquinaria y equipo, observándose un balance de respuestas del 31% durante el segundo semestre de 2017. Esto último se explica por una

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2017 (%)

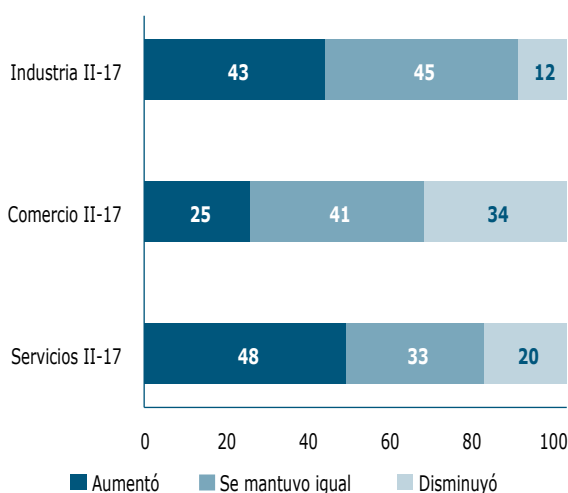


Gráfico 5. Existencias (%)

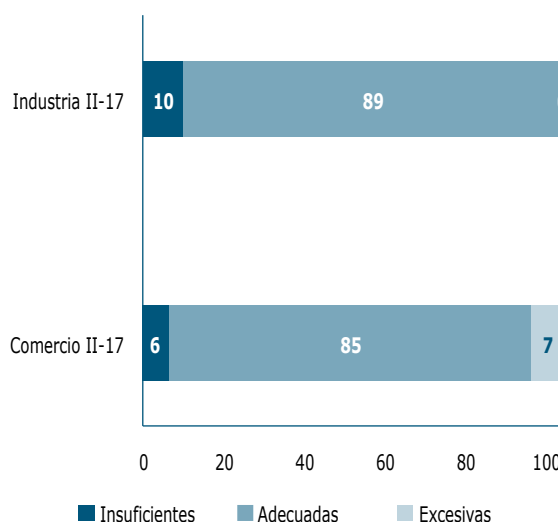


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2017, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2017 (%)

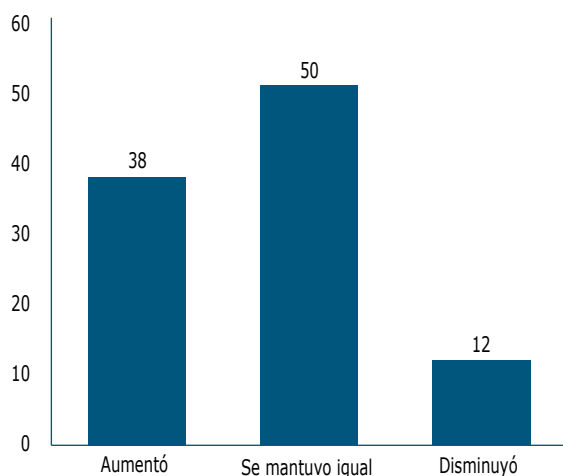
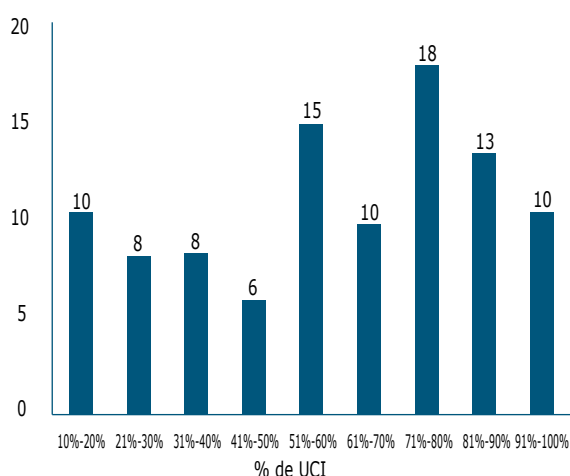


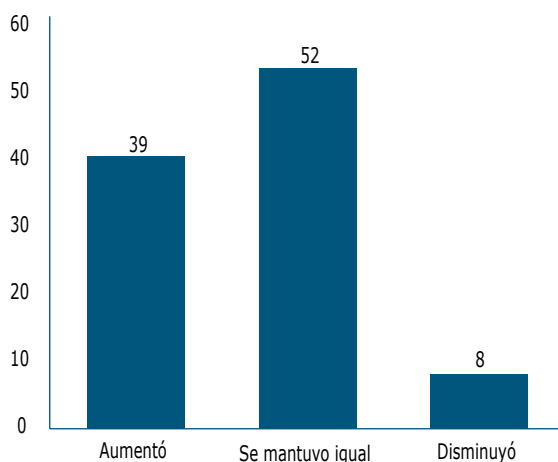
Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada durante el segundo semestre de 2017 (% de las Pymes industriales)



mayor porción de industriales con aumentos en dicha variable (39%) vs. aquellos que presentaron descensos (8%), ver gráfico 8.

El nivel de costos tuvo un balance de respuestas del 33% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a mayorías en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (39%), las cuales sobrepasaron el porcentaje de industriales con reducciones en dicha variable (6%), ver gráfico 9.

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2017 (%)



El margen de ganancia de los empresarios industriales presentó un balance de respuestas del 28% durante el segundo semestre de 2017. Allí pesó más el número de encuestados con expansiones en sus márgenes de ganancias (43%), en comparación con la porción de industriales que vieron contracciones (16%), ver gráfico 10.

El empleo presentó un balance de respuestas del 12% durante el segundo semestre de 2017. Dicho comportamiento obedeció a un mayor número de

Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2017, los costos durante el segundo semestre de 2017 (%)

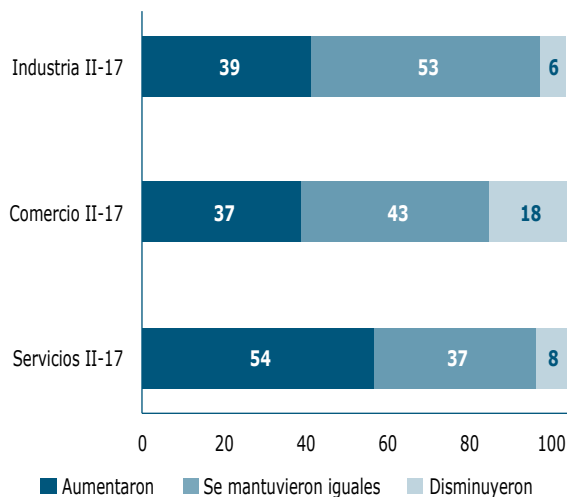


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2017, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

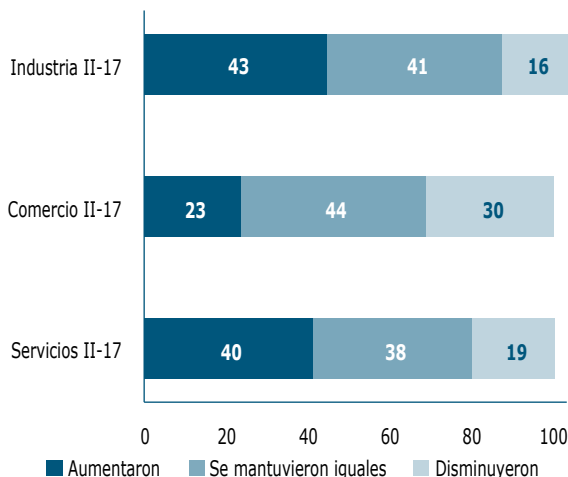
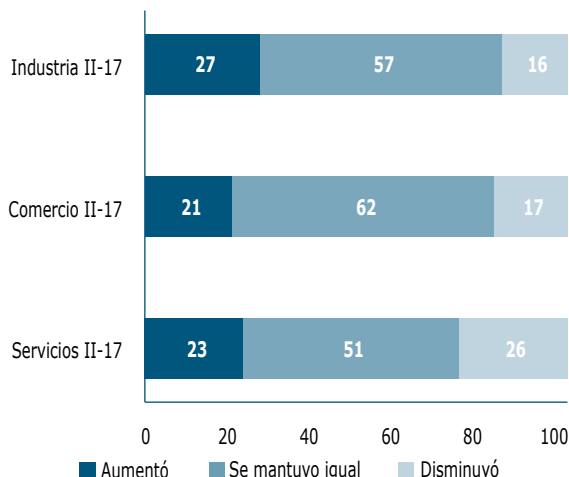


Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2017, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



empresarios industriales generando empleos (27%), en comparación con aquellos que destruyeron puestos de trabajo (16%), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Armenia, la gran mayoría (78%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (15%) o por otras razones diferentes a las asociadas con los costos de transporte (7%).

El principal problema para el sector industrial de Armenia durante el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (31%). El segundo puesto lo ocupó la falta de demanda (19%), seguida de los costos de los insumos (13%) y la tasa de cambio (8%). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Armenia fueron los cuellos de botella para satisfacer la demanda (1%) y la rotación de cartera (1%), ver gráfico 13.

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios comerciales Pyme de Armenia registró niveles del 12% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor pro-

porción de empresarios con mejoras en su situación actual (34%), la cual sobrepasó la porción de empresarios que experimentaron peores registros (22%), ver gráfico 1.

Al contrario que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas negativo, observándose valores del -2% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro obedeció a una mayor proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (32%), lo cual superó el efecto del porcentaje de empresarios con incrementos en dicha variable (30%), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (46%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en las ventas se extendió al volumen de pedidos, observándose un balance de respuestas del -9% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de comerciantes con descensos en sus pedidos (34%), frente a la de los comerciantes con aumentos en dicha variable (25%), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 85% de los casos durante 2017-II, dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (6%) o excesivas (7%), ver gráfico 5.

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

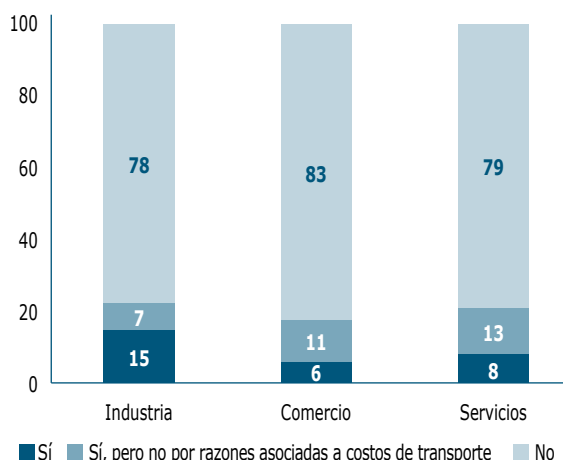
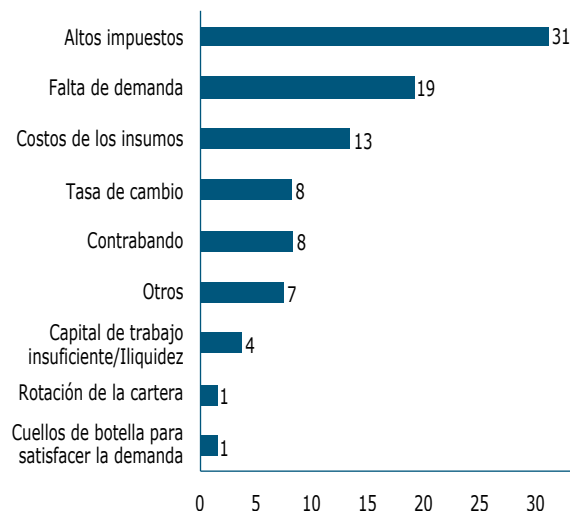


Gráfico 13. Sector industria: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



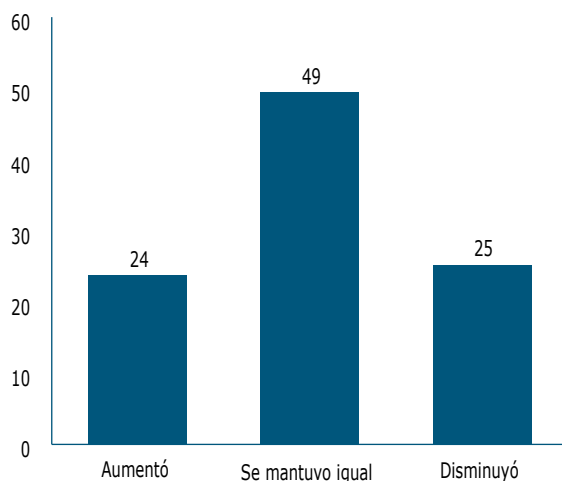
El nivel de costos tuvo un balance de respuestas del 19% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a mayorías en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (37%), las cuales sobrepasaron el porcentaje de Pymes con reducciones en dicha variable (18%), ver gráfico 9.

Dada la expansión de costos y la baja demanda, el balance de respuestas acerca del margen registró niveles del -7% durante el segundo semestre de 2017. Ello se dio por mayores proporciones de empresarios que experimentaron contracciones en sus márgenes (30%), lo cual pesó más que la porción de comerciantes con mejoras en dicha variable (23%), ver gráfico 10.

A pesar de lo anterior, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Armenia alcanzó niveles positivos del 3% durante el segundo semestre de 2017. Dicha generación de empleo obedeció a proporciones mayores de empresarios comerciales con aumentos en la contratación de personal (21%), las cuales superaron la porción de empresarios con menor número de trabajadores (17%), ver gráfico 11.

Se dieron registros negativos del -1% en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas al cierre del segundo semestre de 2017. Ello obedeció a la mayor proporción de comerciantes con menores superficies (25%), lo cual superó la porción de empresarios con mejoras en dicha variable (24%), ver gráfico 14.

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2017, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2017 (%)



Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Armenia, la mayoría (83%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (6%) y otras razones (11%).

Las Pymes comerciales de Armenia identificaron los altos impuestos como su principal problema durante el segundo semestre de 2017 (33%). A ello le siguieron la falta de demanda (19%) y la competencia con las grandes superficies (16%), ver gráfico 15.

• Sector servicios

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios de servicios Pyme de Armenia registró niveles del 31% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de empresarios con mejoras en su situación actual (50%), la cual sobrepasó la porción de empresarios que experimentaron peores registros (20%), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta región, las Pymes del sector servicios reportaron un balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas positivo, observándose niveles del 25% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro obedeció a una mayor proporción de empresarios de servicios que experimentaron incrementos en sus ventas (49%), lo cual sobrepasó el efecto del porcentaje de empresarios

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



con deterioros en dicha variable (24%), ver gráfico 2. Al igual que en la industria y el comercio, la mayoría (55%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Por su parte, el volumen de pedidos tuvo un balance de respuestas del 28% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor porción de empresarios con incrementos en sus pedidos (48%), superando la porción de la muestra con menores registros de dicha variable (20%), ver gráfico 4.

El balance de respuestas acerca de los costos de los empresarios Pyme de servicios de Armenia fue del 46% al corte del segundo semestre de 2017, ver gráfico 9. Ello obedeció a una mayoría en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (54%), la cual fue superior al porcentaje de empresarios de servicios con descensos en esta variable (8%).

Los márgenes de ganancia tuvieron un balance de respuestas del 20% durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 10). Ello se explica por una mayor porción de empresarios de servicios con incrementos en sus márgenes (40%), superando el porcentaje de encuestados que experimentaron descensos en dicha variable (19%).

A pesar de dicho dinamismo, el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios se situó en niveles del -3% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro obedeció a una mayor proporción de empresarios de servicios que disminuyeron sus puestos de trabajo (26%), lo cual no pudo ser compensado por la porción de la muestra que creó nuevos empleos (23%), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Armenia, la mayoría (79%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (8%) y otras razones (13%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Armenia para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la competencia (30%). A ello le siguieron dificultades relacionadas con los altos impuestos (27%) y la rotación de cartera (12%). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (2%), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de industria fue del 32% para el primer semestre de 2018. Ello obedeció a que la proporción de empresarios con perspectiva favorable (49%) fue superior a

la que tenía expectativas desfavorables (17%). Ello se vio acompañado de una porción relativamente pequeña de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en el primer semestre de 2018 (10%), ver gráfico 17.

Asimismo, las perspectivas acerca del volumen de producción tuvieron un balance de respuestas del 35% en el primer semestre de 2018. Ello se dio por la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (53%), la cual fue superior a la que esperaba disminuciones en dicha variable (18%), ver gráfico 18.

En cuanto a las expectativas sobre pedidos, el balance de respuestas fue del 41% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció a un mayor número

de empresarios que consideraban que sus pedidos aumentarían (58%) frente a los que esperaban que dicha variable disminuyera (17%), ver gráfico 19.

El balance de respuestas acerca de la inversión en maquinaria y equipo se situó en niveles del 46% en el primer semestre de 2018. Allí, nuevamente se vio una mayor proporción de empresarios que esperaban incrementar la inversión (58%), la cual superó la porción de industriales que esperaban menores niveles de esta variable (12%), ver gráfico 20.

Gráfico 17. Desempeño general (%)

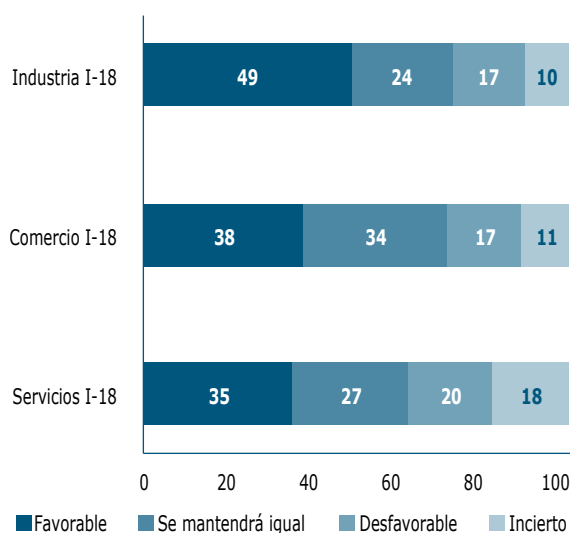


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2017, la producción industrial en el primer semestre de 2018 (%)

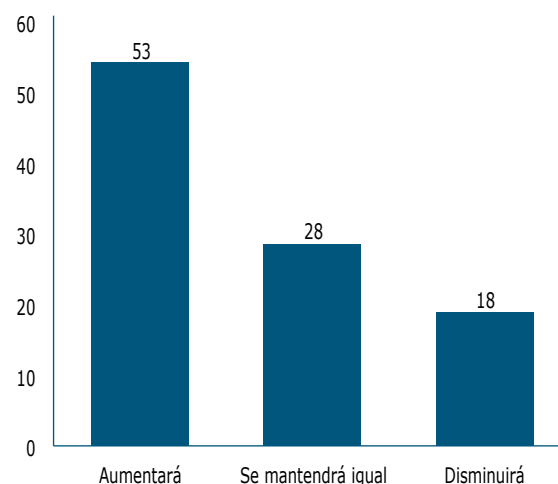


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

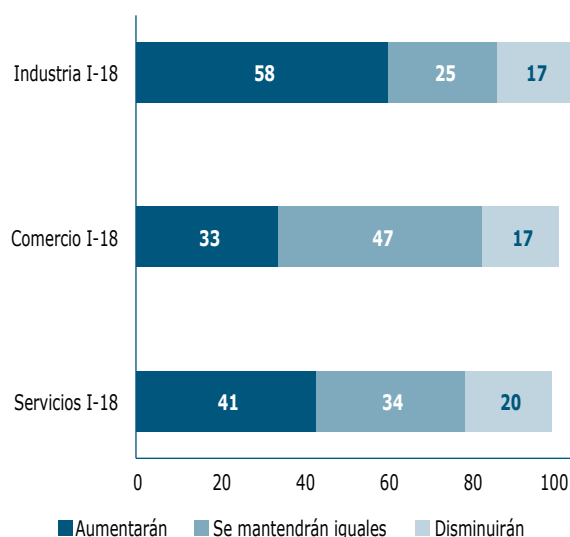
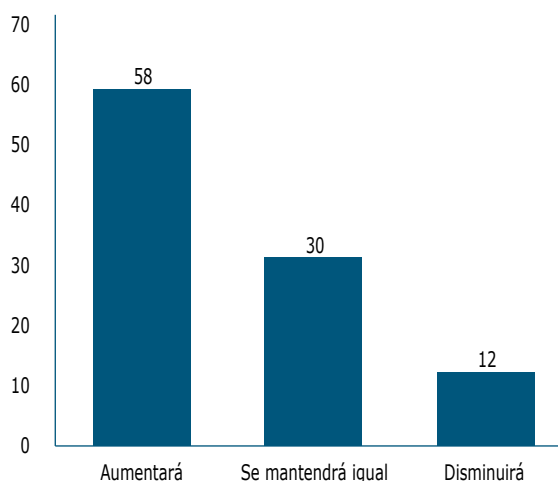


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2018 (%)



• Sector comercio

Similar a lo visto en industria, el balance de respuestas sobre las expectativas del desempeño general de los comerciantes se situó en niveles positivos del 20% en el primer semestre de 2018. Allí la proporción de empresarios que pronosticaban una mejora en su situación general (38%) fue superior a la de los que esperaban desmejoras en dicha situación (17%). Lo anterior se vio acompañado de valores del 11% en las respuestas de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018, ver gráfico 17.

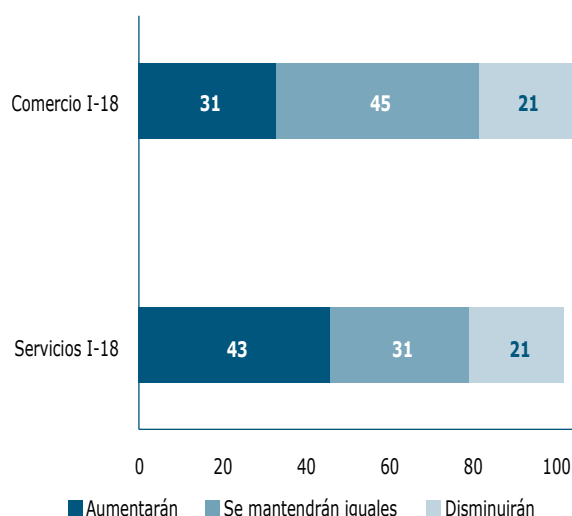
El balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos alcanzó niveles del 15% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció a que la porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (33%) fue superior al porcentaje de empresarios que esperaban descensos en dicha variable (17%), ver gráfico 19.

En lo referente a ventas, el balance de expectativas se situó en niveles del 10% en el primer semestre de 2018. Allí, la porción de empresarios que esperaban que las ventas se incrementaran (31%) fue superior a la porción que esperaba que dicha variable se deteriorara (21%), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a los demás sectores de la región, el sector Pyme de servicios de Armenia tuvo un balance de respuestas relativamente elevado del 15% en las expectativas acerca de su situación general para el primer semestre de 2018 (ver gráfico 17). Ello obedeció a que la porción con expectativas

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



favorables sobre su situación general (35%) fue superior a la porción que esperaba que dicha situación se deteriorara (20%). Lo anterior vino acompañado de un 18% de la muestra que veía incertidumbre en dicho comportamiento.

En lo concerniente a las expectativas sobre pedidos del sector Pyme de servicios de Armenia, su balance de respuestas alcanzó el 21% en el primer semestre de 2018. Allí la porción que esperaba aumentos en los pedidos (41%) fue superior a la que esperaba que dichos pedidos se redujeran (20%) en el primer semestre de 2018, ver gráfico 19.

El balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios se situó en niveles del 22% para el primer semestre de 2018. Ello se explica por una porción de encuestados con expectativas favorables (43%) que superó la que esperaba que las ventas disminuyeran (21%), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

El gráfico 22 muestra el porcentaje de empresarios Pyme de Armenia en los sectores de industria (33%) comercio (54%) y servicios (28%) que solicitó créditos durante el segundo semestre de 2017. Dichas solicitudes de crédito se vieron acompañadas de tasas de aprobación elevadas en los sectores de in-

dustria (82%), comercio (95%) y servicios (100%), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Armenia, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (37%), ver gráfico 25. A ello le siguieron

las preferencias por créditos a largo plazo (30%) y a corto plazo (27%). Asimismo, en los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (41%), seguido por el largo plazo (28%) y el corto plazo (21%). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (53%), seguido por el corto plazo (27%) y el largo plazo (20%). A nivel de aprobaciones, se presentó una composición similar. Así, en las Pymes de Armenia el pla-

zo prevalente fue el mediano plazo para los sectores de industria (37%), comercio (38%) y servicios (53%), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se reportaron niveles elevados en los sectores de industria (86%), comercio (91%) y servicios (94%), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros son elevados, lo cual refleja una

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

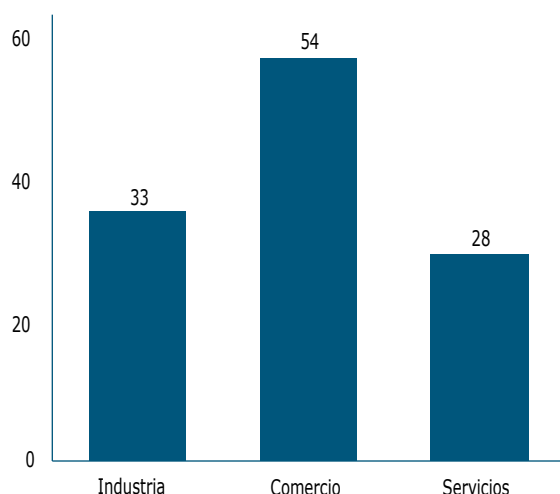


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

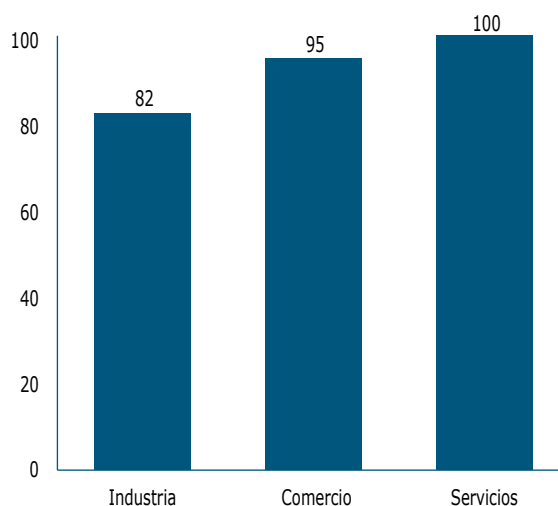


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

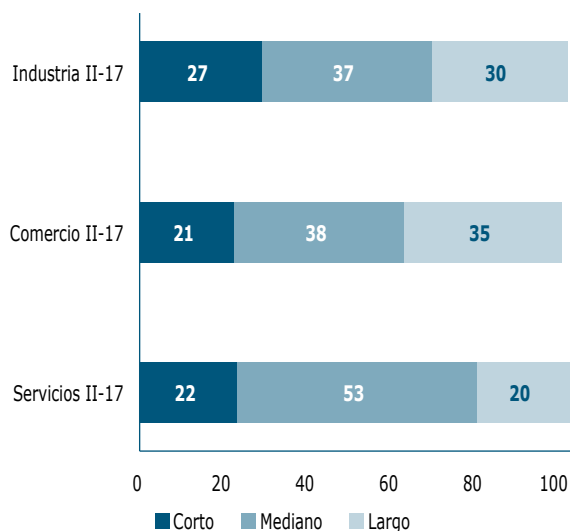
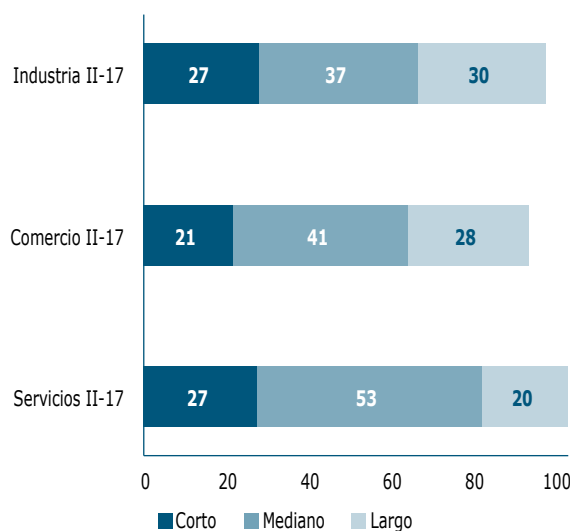


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



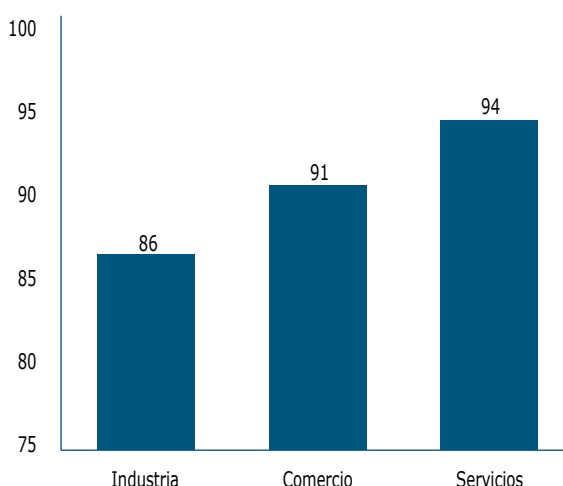
buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Armenia.

El rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (51%), comercio (84%) y servicios (58%) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 27). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento superó el 50% en los sectores de in-

dustria (59%), comercio (61%) y servicios (62%), ver gráfico 28.

La mayoría de las Pymes de industria (67%), comercio (53%) y servicios (57%) de Armenia usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 29. A ello le siguió la compra o arriendo de maquinaria en los sectores de industria (16%) y comercio (28%), mientras que las remodelaciones y adecuaciones fueron el segundo destino reportado por las Pymes de servicios (21%).

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)



Una parte importante de las Pymes de comercio (45%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017. En el caso de la industria (21%) y servicios (2%) dicha tendencia se observó en menor medida (ver gráfico 30). Los recursos propios son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los sectores de industria (36%) y servicios (45%), seguida por los proveedores (28% industria y 12% servicios). En el caso del comercio, la fuente más importante fueron los proveedores (22%), seguidos de los recursos propios (15%).

Se les preguntó a los empresarios de Armenia si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que

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

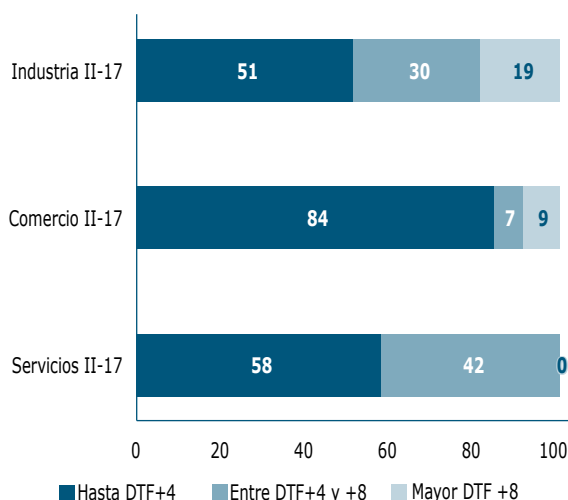


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

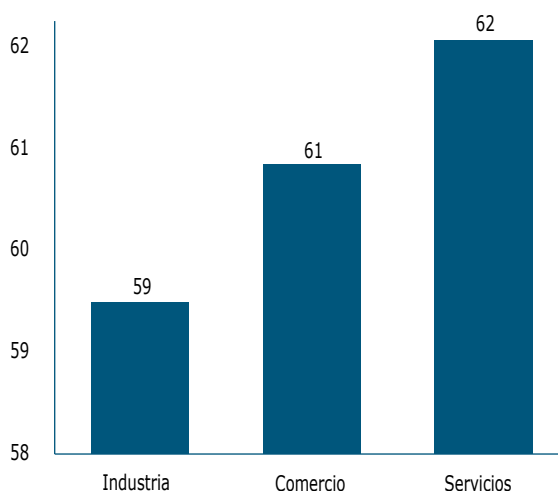
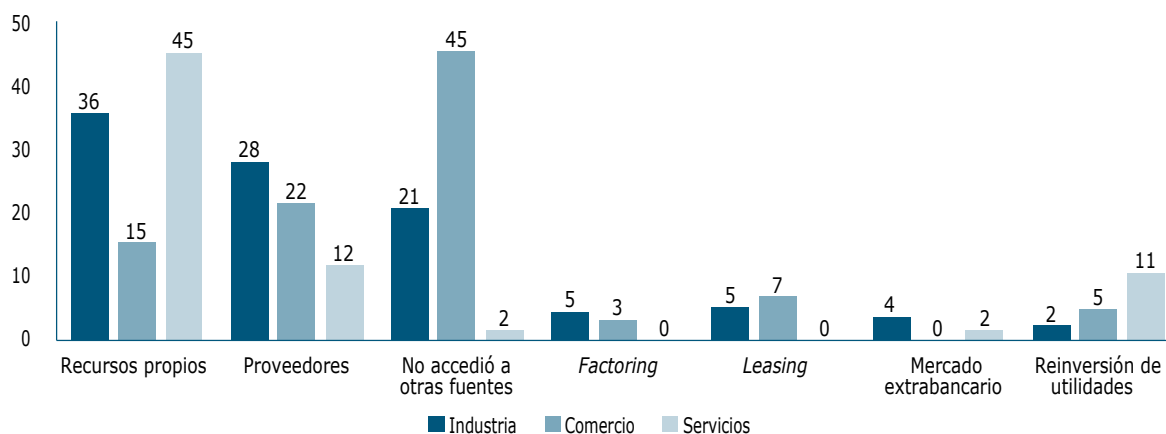
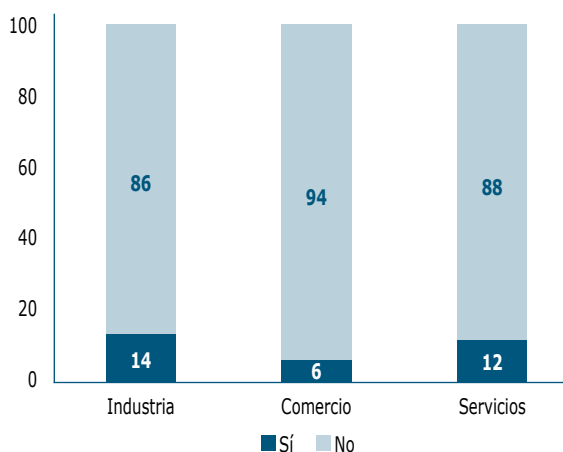
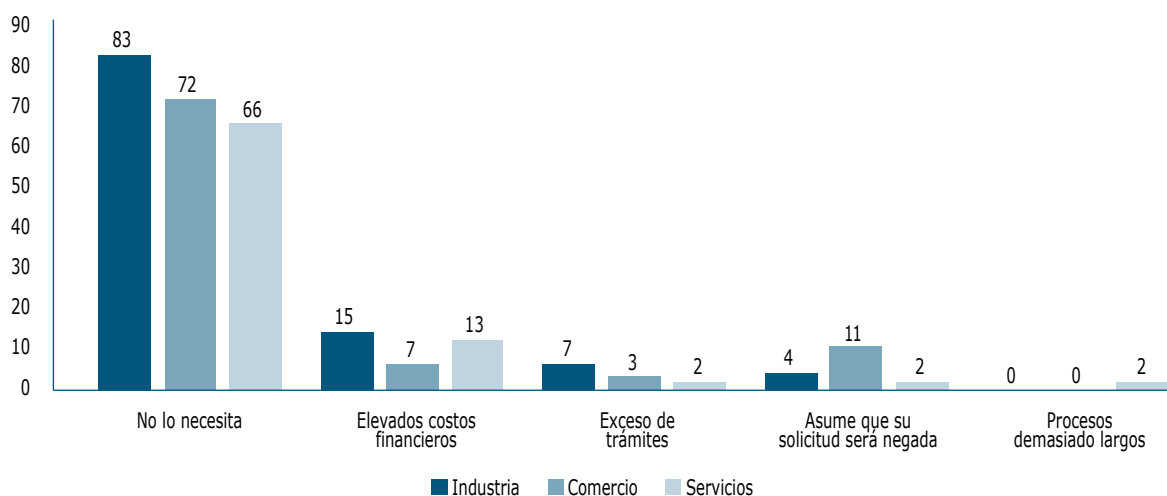


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)****Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**

en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 85% de los encuestados (86% industria, 94% comercio y 88% servicios), ver gráfico 31.

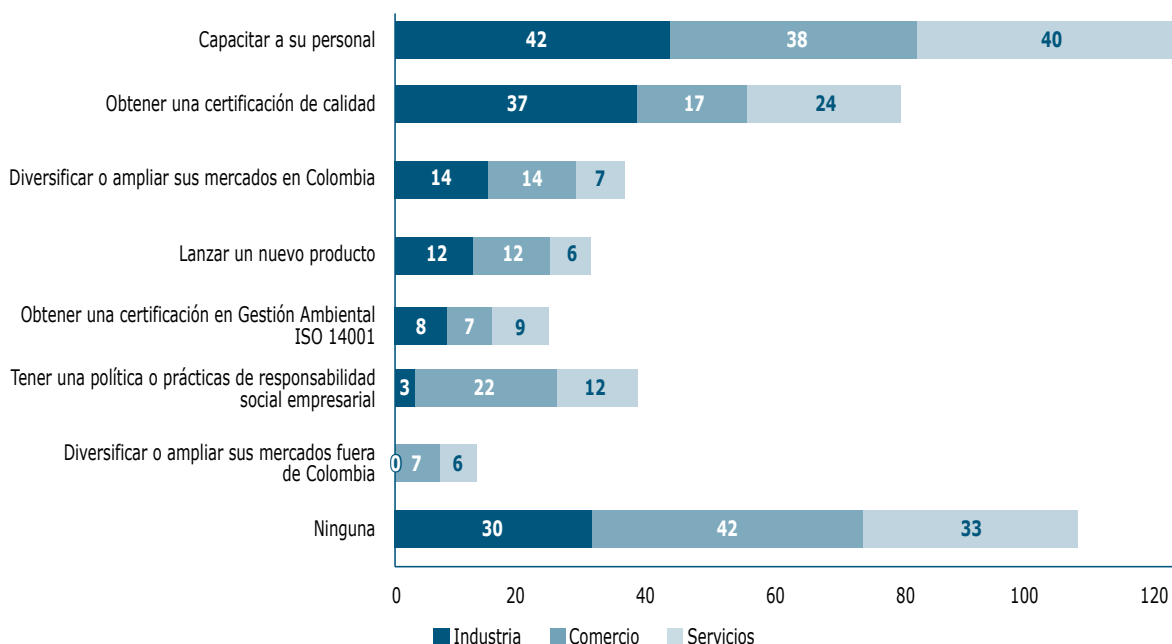
Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Armenia no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (83% industria, 72% comercio y 66% servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (15% industria, 7% comercio y 13% servicios), seguida por el exceso de trámites (7% industria, 3% comercio y 2% servicios), ver gráfico 32.

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

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Armenia fue capacitar al personal (42% industria, 38% comercio y 40% servicios). A ello le siguió obtener una certificación de calidad (37% industria, 17% comercio y 24% servicios), y diversificar o ampliar sus merca-

dos en Colombia (14% industria-comercio y 7% servicios) ver gráfico 33. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 fue del 30% en el sector de industria, del 42% en comercio y del 33% en servicios.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 34 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Armenia tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (94%), comercio (97%) y servicios (84%). A ello le siguieron las

asociaciones-afiliaciones con gremios (15% industria-comercio y 21% servicios), universidades (7% industria, 3% comercio y 8% servicios), y entidades del Gobierno Nacional (5% industria, 7% comercio y 14% servicios).

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%; segundo semestre de 2017)

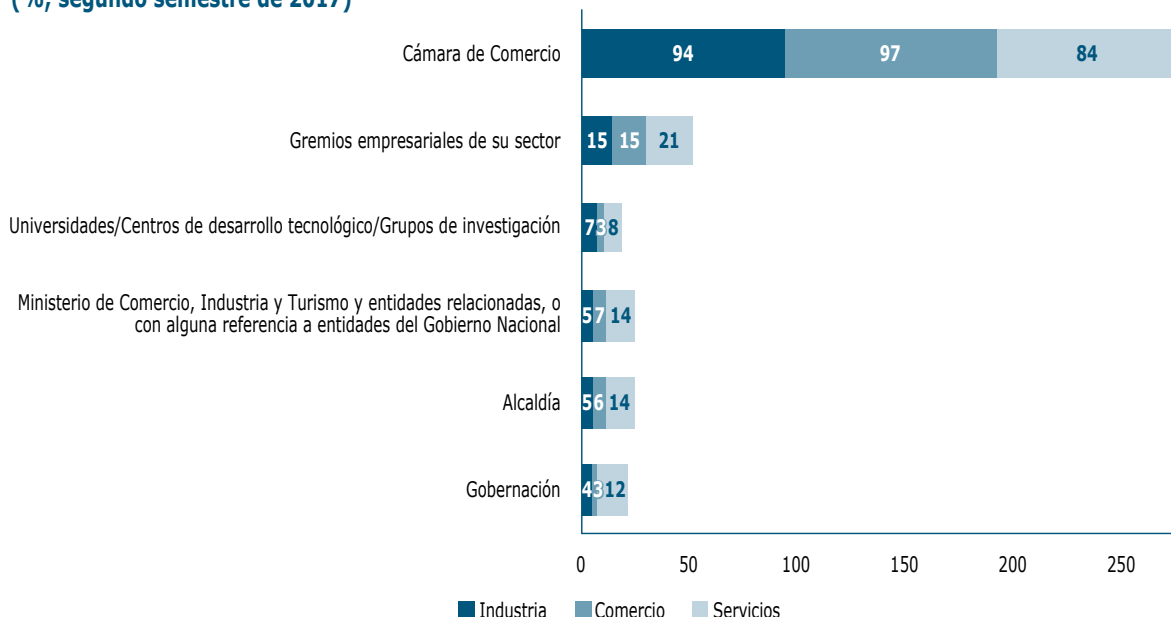
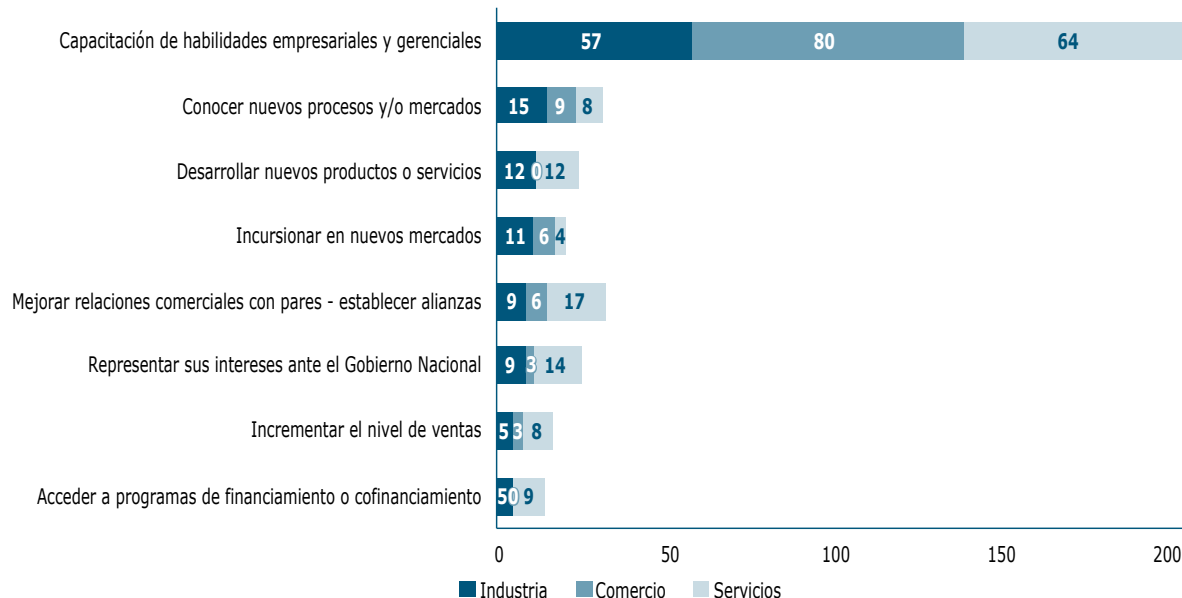


Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%; segundo semestre de 2017)



El gráfico 35 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (57%), comercio (80%) y servicios (64%). A ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar

las relaciones comerciales con sus pares (9% industria, 6% comercio y 17% servicios), el conocer nuevos procesos y/o mercados (15% industria, 9% comercio y 8% servicios), y representar sus intereses ante el Gobierno Nacional (9% industria, 3% comercio y 14% servicios).

PREGUNTAS COYUNTURALES

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

crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente alta para los sectores de industria (70%), comercio (100%) y servicios (40%). Dentro de las razones para no solicitar reestructuraciones, primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (90% industria, 88% comercio y 90% servicios), ver gráfico 37. Con porcentajes menores, le siguieron el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (4% industria, 5% comercio y 0% servicios) y el exceso de trámites (2% industria, 3% comercio-servicios).

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 36 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (7% industria, 12% comercio y 8% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 38 muestra cómo una pequeña parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (14% industria, 15%

Gráfico 36. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)

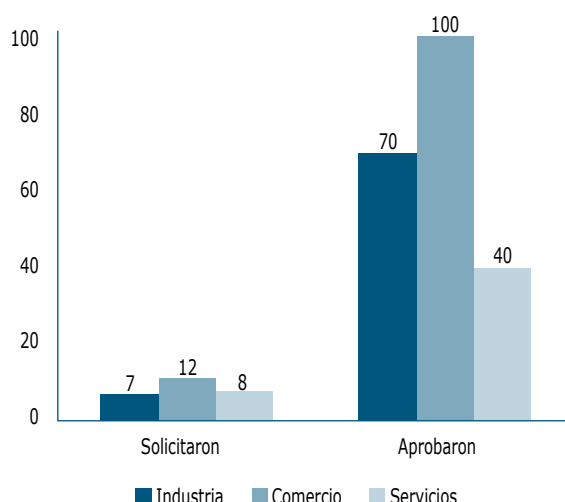
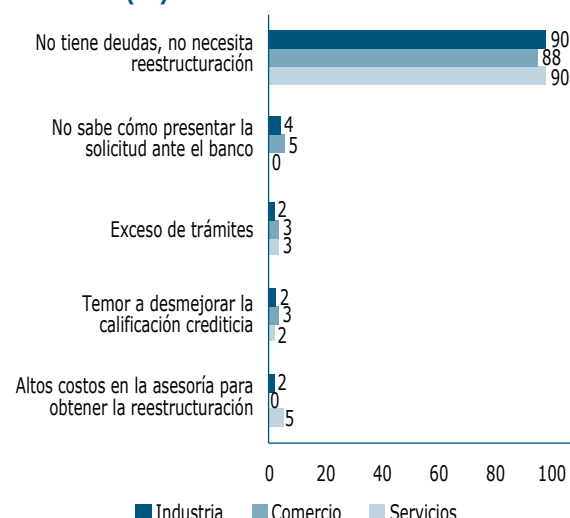


Gráfico 37. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)



comercio y 16% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (79% industria, 78% comercio y 100% servicios), ver gráfico 39. En industria, el modo de contratación principal fue bajo contrato a término fijo (63%), seguido de contrato por prestación de servicios (26%) y contrato a término indefinido (10%), ver gráfico 40. En comercio primó la contratación a término indefinido (45%), seguido del contrato por prestación de servicios (33%) y término fijo (22%). En el sector de servicios primó la contratación a término fijo (47%), seguida de la contratación a término indefinido (35%) y mediante prestación de servicios

(18%). Finalmente, la mayoría de los empresarios Pyme respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (100% industria, 78% comercio y 54% servicios), ver gráfico 41.

Productos-servicios no financieros

Cerca de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no

Gráfico 38. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

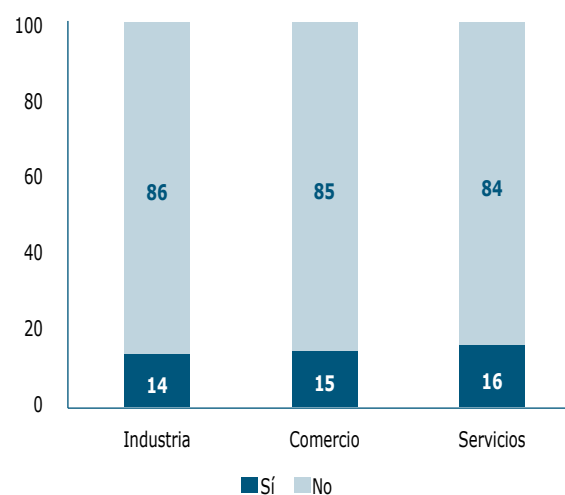


Gráfico 39. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

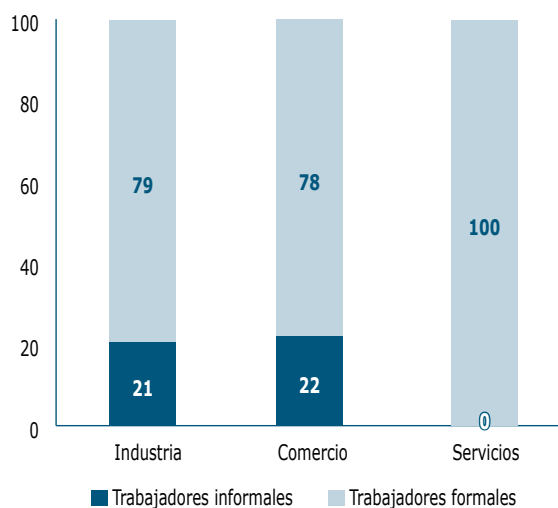


Gráfico 40. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

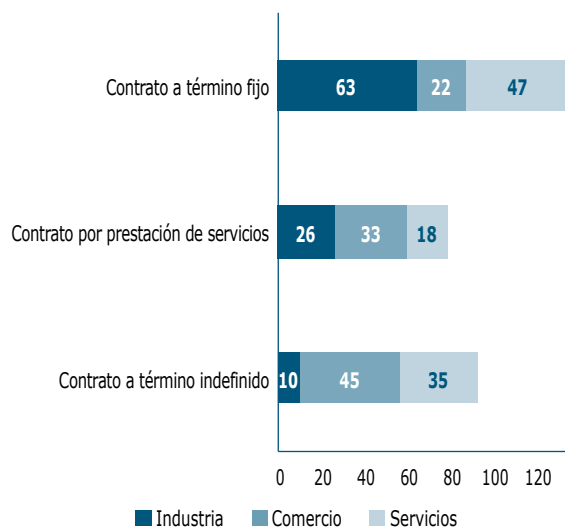
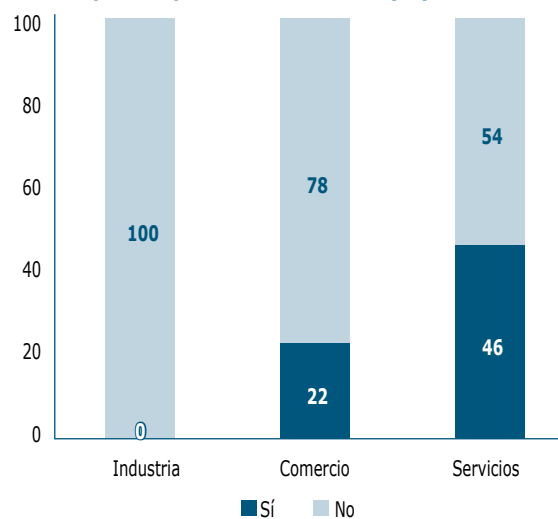


Gráfico 41. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)



financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (71% industria, 78% comercio y 82% servicios), ver gráfico 42. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (17% industria, 13% comercio y 10% servicios); estructuración de proyectos para el desarrollo de la empresa (10% industria, 4% comercio y 6% servicios); e inteligencia de mercados (1% industria-comercio y 0% servicios).

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

nes significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 43. Las Pymes de los tres macro-sectores mostraron interés en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (33% industria, 25% comercio y 29% servicios); información sobre mercados potenciales (25% industria, 23% comercio y 27% servicios); formación financiera (15% industria, 19% comercio-servicios); identificación de oportunidades de diversificación de productos (11% industria, 18% comercio y 15% servicios); y gobierno corporativo (7% industria, 10% comercio y 3% servicios)

Gráfico 42. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

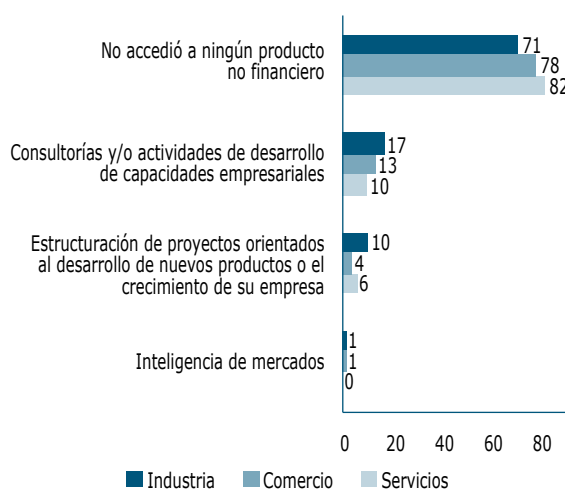
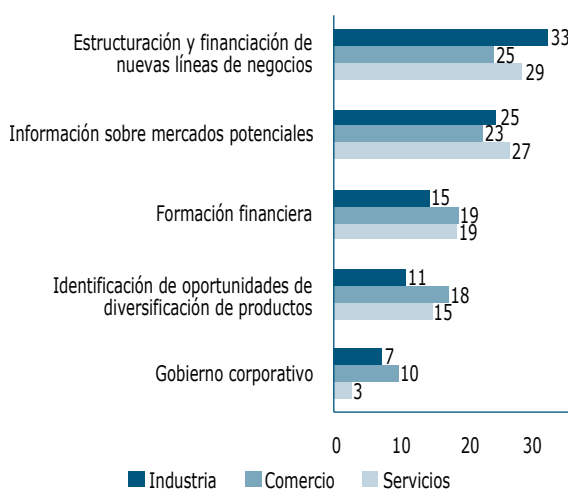


Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 44 muestra que el 75% de las Pymes industriales de Armenia no exportó en el segundo semestre de 2017. Dentro de la minoría industrial que sí exportó, el 14% reportó que sus exportaciones aumentaron en dicho período, mientras que solo un 1% afirmó que dicha variable decreció.

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan fue del 89% en el segundo semestre de 2017. Allí, un 5% de las empresas que exportaron

afirmó que sus ventas externas se incrementaron, mientras que un 0% indicó lo contrario.

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (37%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (30%) y los altos riesgos de salir al mercado internacional (15%), ver gráfico 45. En los empresarios de servicios primaron las razones referentes a no tener ser-

vicios exportables (43%), seguido por la ausencia de interés en exportar (30%) y falencias de información (10%). Nótese cómo todo lo anterior se da a pesar de que más de la mitad de la muestra cuenta con planes de internacionalización (ver gráfico 46).

Prospectivamente, el gráfico 47 muestra cómo el 78% de las Pymes industriales de Armenia no espera exportar durante el primer semestre de 2018. En-

tre la minoría que espera exportar, el 12% considera que las ventas externas se incrementarán, mientras que el 0% afirma que dicha variable disminuirá. Por su parte, en el sector servicios, el 76% de las Pymes no espera exportar en el primer semestre de 2018. Dentro de las pocas que esperan tener ventas en el mercado internacional, el 1% considera que dichas ventas aumentarán, mientras que el 3% opina que sus exportaciones disminuirán.

Gráfico 44. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

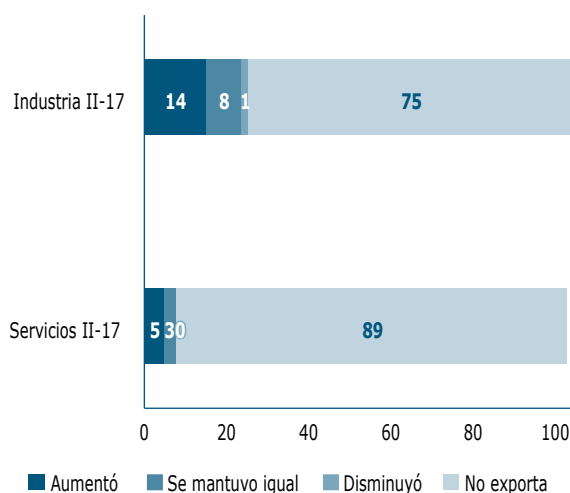


Gráfico 45. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 46. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

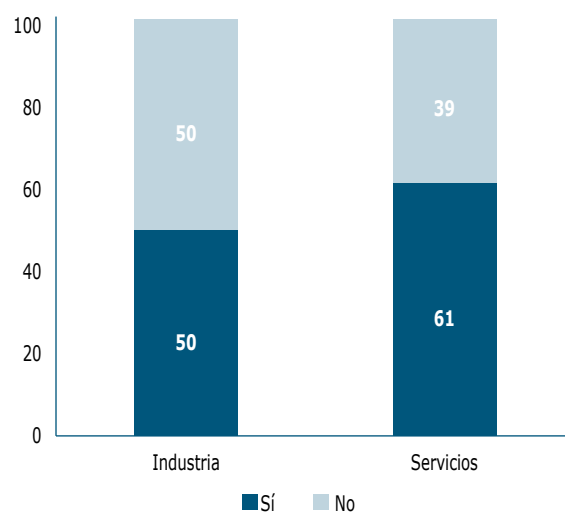
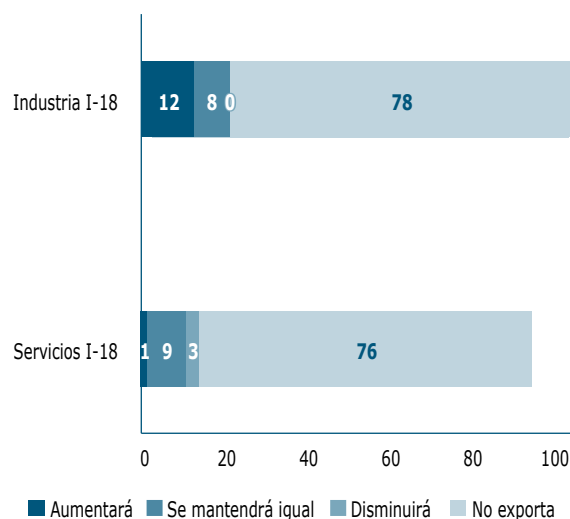
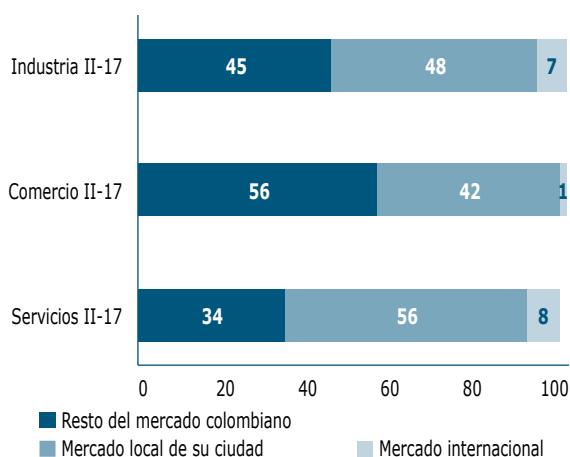


Gráfico 47. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas, incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (48%) y servicios (56%) de Armenia se enfocaron principalmente en el mercado local de su región durante el segundo semestre de 2017, mientras que las de comercio se concentraban en el resto del mercado colombiano (56%), ver gráfico 48.

Gráfico 48. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



En esta medición de la GEP se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 49 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 65%-70% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (15% industria, 4% comercio y 9% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (10% industria, 8% comercio y 6% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (4% industria, 5% comercio y 6% servicios); y obtener la certificación del producto (2% industria, 3% comercio-servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Armenia, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (39% industria, 43% comercio y 46% servicios). A ello le siguieron brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (38% industria y 30% comercio-servicios), mejorar la infraestructura vial-logística del país (37% industria, 42% comercio y 25% servicios), y aumentar el número de laboratorios de calidad (8% industria, 18% comercio y 3% servicios), ver gráfico 50.

Gráfico 49. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

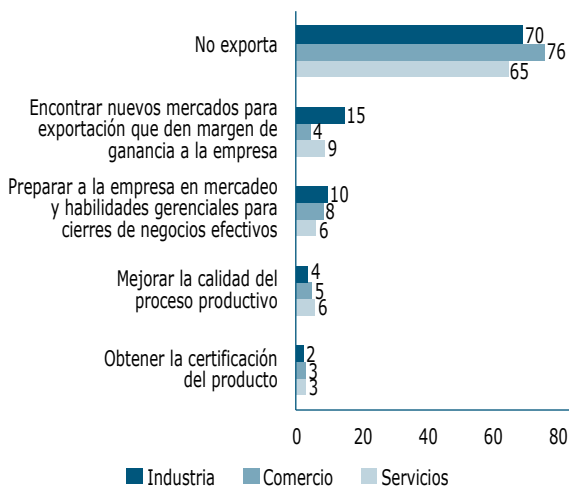
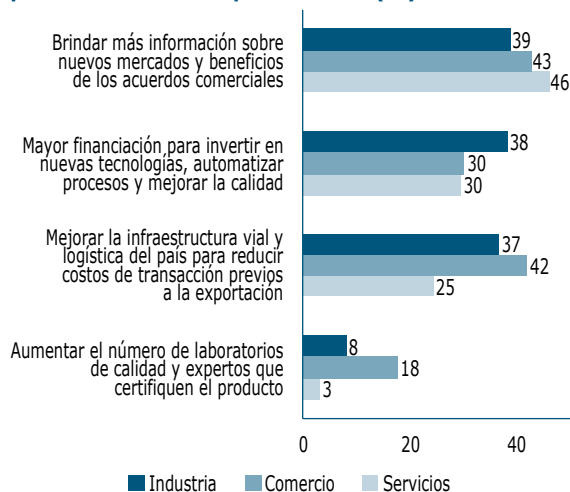


Gráfico 50. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)

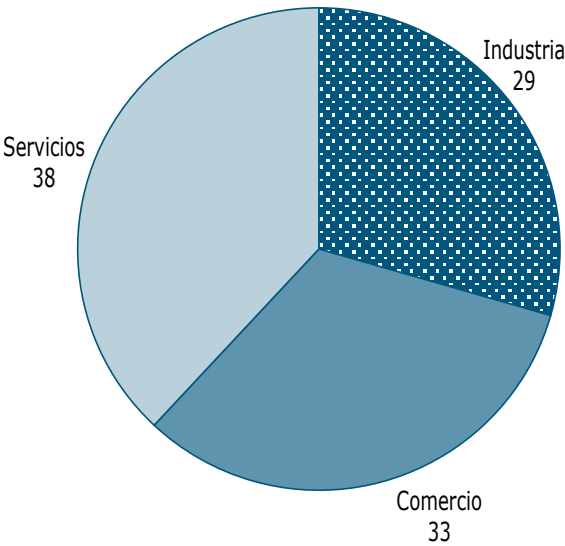




LA GRAN ENCUESTA PYME

BARRANQUILLA

Distribución de la muestra (%)



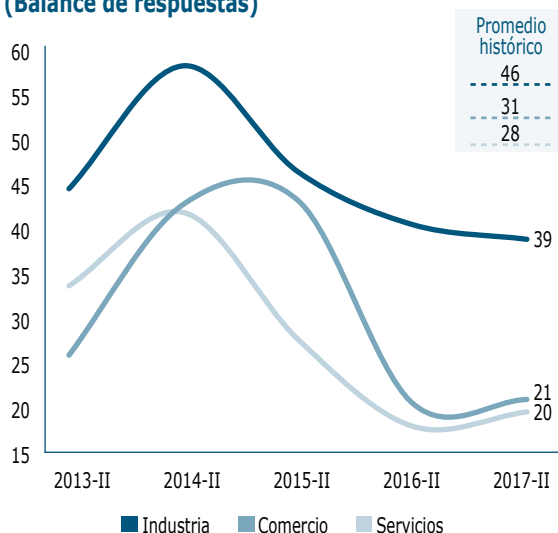
SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Barranquilla cayó levemente hacia niveles del 39%

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



durante el segundo semestre de 2017 (vs. 41% un año atrás y 46% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a incrementos en la porción de industriales con deterioros en su situación económica general (12% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), lo cual no pudo ser contrarrestado por el leve aumento en la porción de empresarios que vieron mejoras en su situación económica (52% en 2017-II vs. 51% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Barranquilla).

En lo concerniente a las ventas, también se presentó un leve deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 32% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás). Ello obedeció al efecto de incrementos en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (16% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), pues la proporción de industriales con aumentos en dicha variable permaneció estable en un 48% (ver gráfico 2). En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (73%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

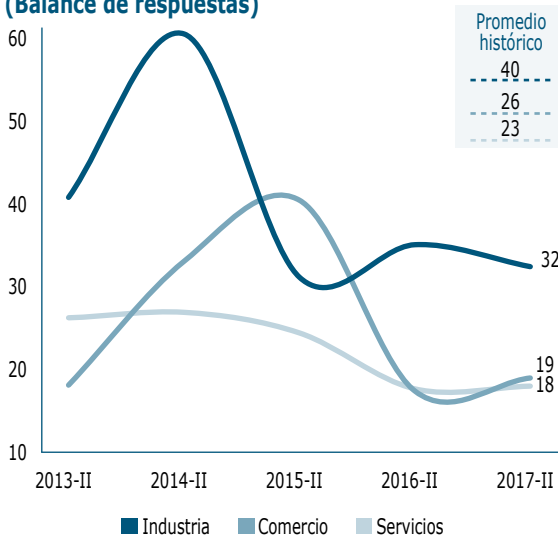
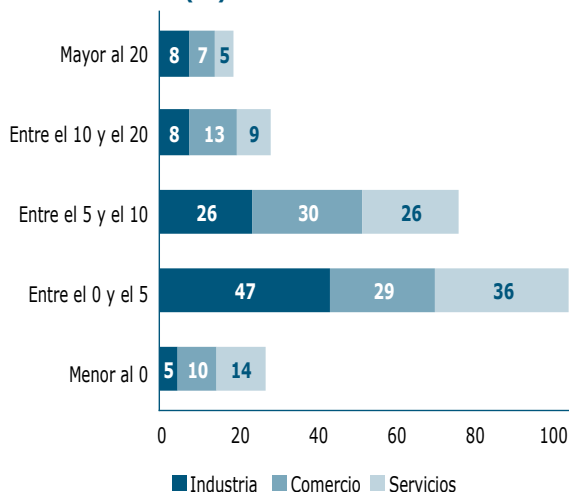
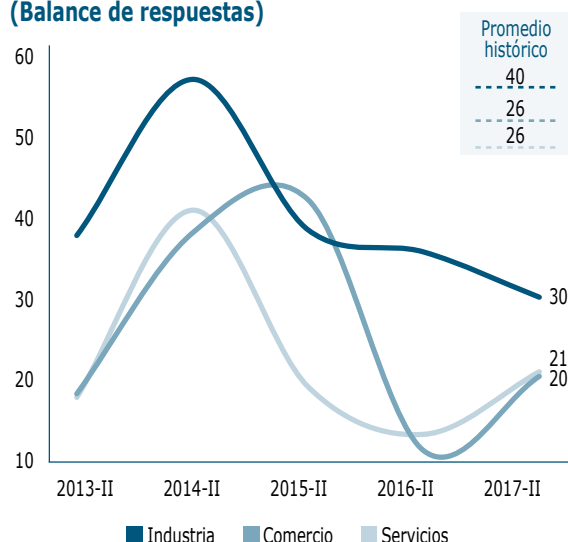


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un deterioro en el balance de respuestas hacia el 30% en el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás y 40% de su promedio histórico). Allí coincidieron los efectos de la disminución en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (46% en 2017-II vs. 47% en 2016-II) y el aumento de empresarios con caídas en dicha variable (16% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

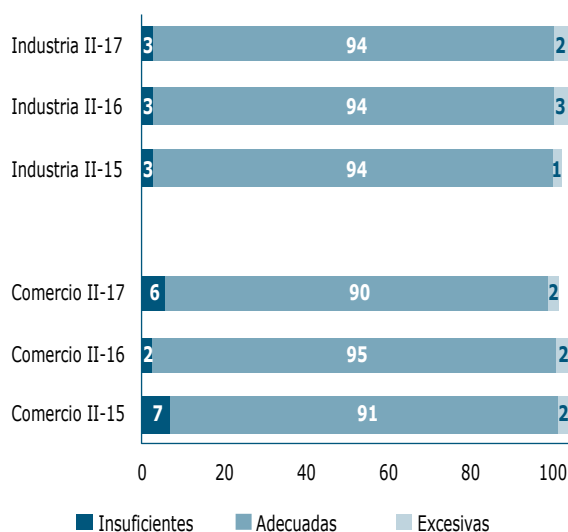


En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 94% de los casos durante 2017-II (vs. 94% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (3%) o excesivas (2%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios reflejan un buen manejo del ciclo de demanda por parte de los empresarios (ver gráfico 5).

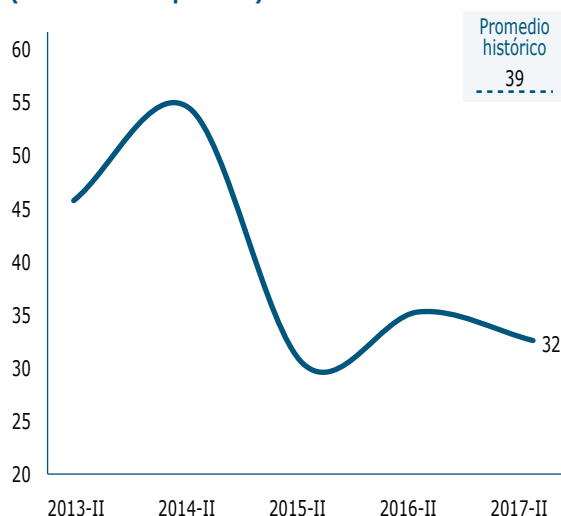
Esta coyuntura de ligera menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Barranquilla se ha visto reflejada en un leve descenso en los niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas acerca de dicha variable se deterioró hacia niveles del 32% en el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás), ver gráfico 6. Allí primó el efecto del aumento en la proporción de empresarios industriales con descensos en su producción (15% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), pues la porción de industriales con mejoras en dicha variable permaneció inalterada en niveles del 48%.

A pesar de lo anterior, se ha observado relativa estabilidad en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) en niveles del 75% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 75% un año atrás), ver gráfico 7. Ello no ha impedido que la inversión en maquinaria y equipo aumente hacia valores del 21% en su balance de respuestas (vs. 19% un año atrás). Esto último se explica por expansiones en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (29% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), lo cual sobrepasó el

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



efecto de una mayor proporción de industriales con descensos en dicha variable (8% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), ver gráfico 8.

El nivel de costos se mantuvo prácticamente inalterado en niveles del 34% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás). Ello obedeció a efectos encontrados provenientes de: i) la mayor proporción de empresarios que experimentaron descensos en sus costos (11% en 2017-II vs. 8% en 2016-II); y

ii) aumentos en los industriales con incrementos en dicha variable (45% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), ver gráfico 9.

La leve desaceleración de la demanda implicó deterioros en los márgenes de los empresarios industriales de Barranquilla. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del 25% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 28% un año atrás). Ello se explica princi-

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

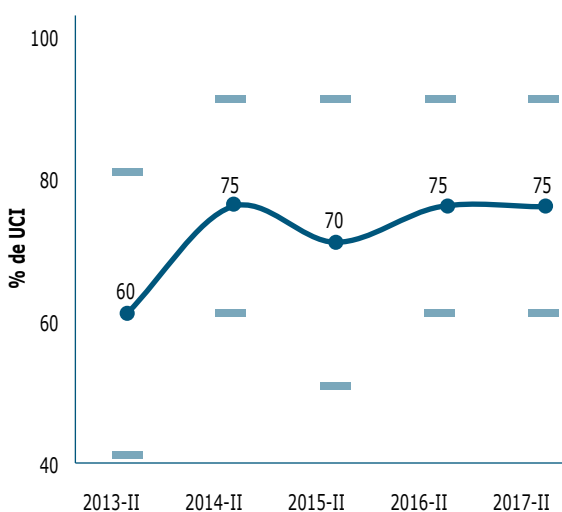


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

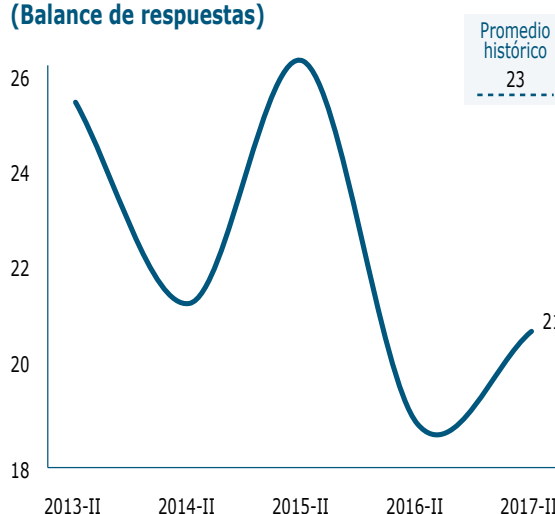


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

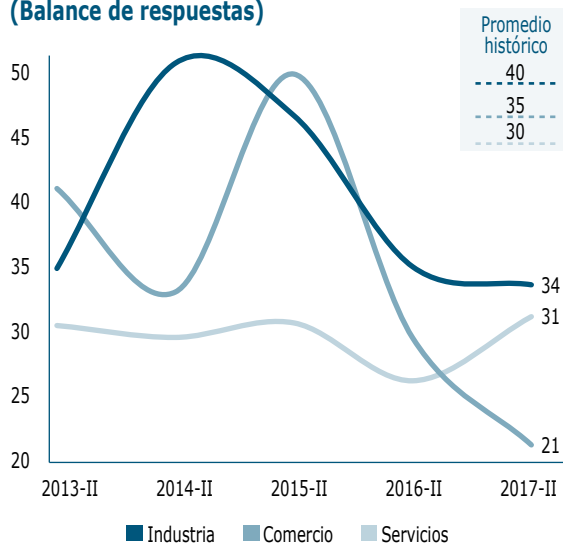
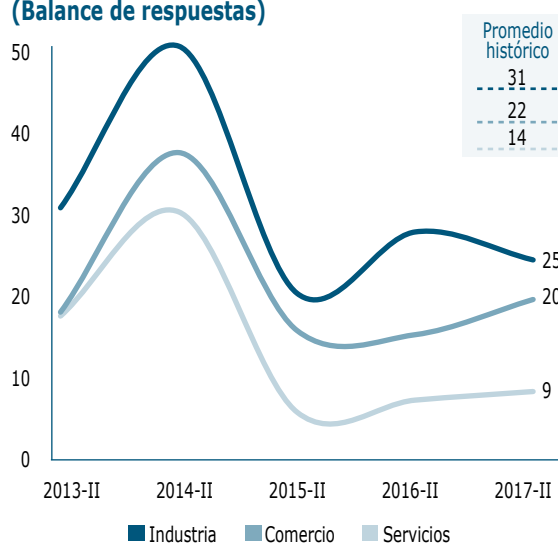


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



palmente por incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron descensos en sus márgenes (16% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), lo cual compensó más que proporcionalmente el aumento de la porción de industriales con expansiones en dicha variable (41% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 10.

No obstante, el empleo aumentó en Barranquilla, pues el balance de respuestas acerca del número

de trabajadores contratados ascendió hacia el 15% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás). Dicho incremento en la generación de empleo obedeció tanto a descensos en la proporción de empresarios industriales que disminuyeron el número de trabajadores (10% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), como al aumento de aquellos empresarios que crearon puestos de trabajo (26% en 2017-II vs. 19% un año atrás), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Barranquilla, la gran mayoría (89%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (8%) o por otras razones diferentes a las asociadas con los costos de transporte (4%).

El principal problema para el sector industrial de Barranquilla fue la falta de demanda (28% en 2017-II vs. 28% en 2016-II). El segundo puesto lo ocupó la tasa de cambio (23% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 13. A ello le siguieron los costos de los insumos (17% en 2017-II vs. 22% en 2016-II) y los altos impuestos (17% en 2017-II vs. 18% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Barranquilla fueron los cuellos de botella para satisfacer la demanda (2% en 2017-II vs. 0% en 2016-II) y el contrabando (2% en 2017-II vs. 2% en 2016-II).

Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)

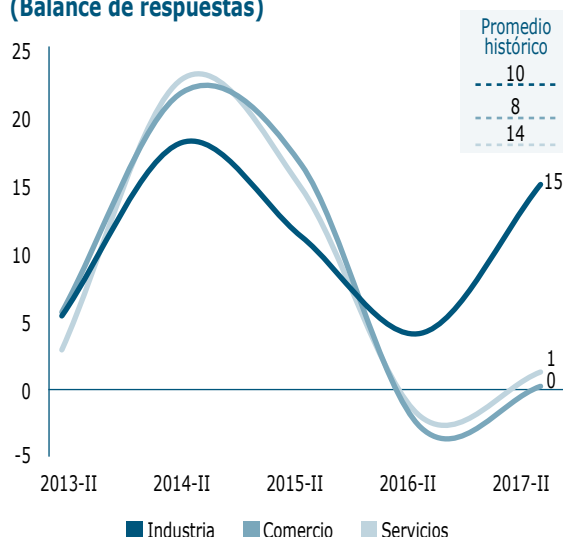


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

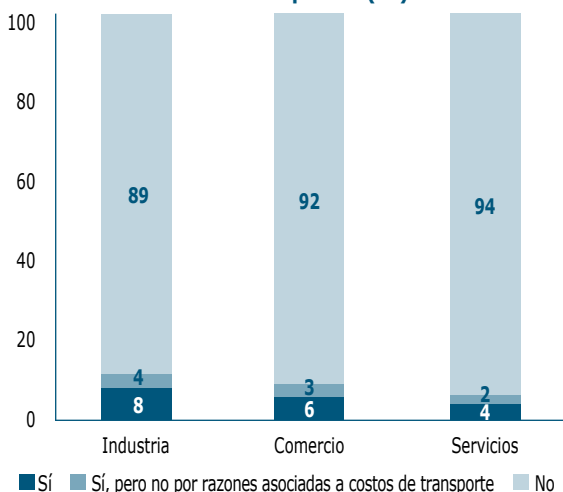
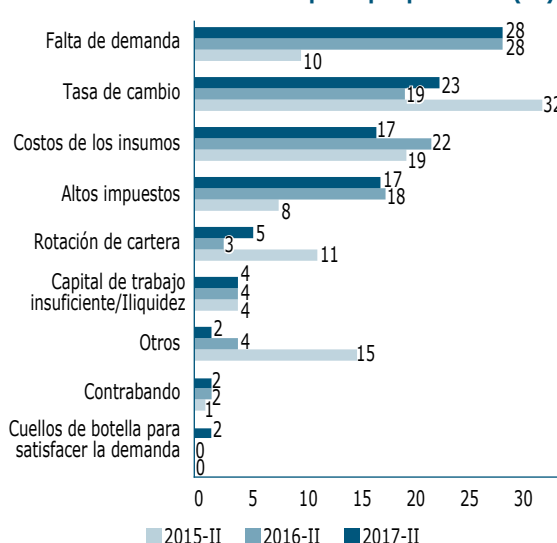


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Barranquilla se mantuvo estable en niveles del 21% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a leves movimientos paralelos en: i) incrementos en la porción de comerciantes con mejoras en su situación actual (39% en 2017-II vs. 38% en 2016-II); y ii) aumentos en el porcentaje de empresarios con caídas en dicho rubro (18% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 1.

Las Pymes del sector comercio reportaron un balance de respuestas ligeramente superior en sus volúmenes de ventas, llegando al 19% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás). Dicho comportamiento obedeció a efectos encontrados referentes a: i) incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron mejoras en sus ventas (43% en 2017-II vs. 37% en 2016-II); y ii) aumentos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dichas ventas (24% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (59%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Por su parte, el volumen de pedidos aumentó su balance de respuestas hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 11% un año atrás y 26% de su promedio histórico). Ello se debió principalmente a incrementos en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (41% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), a lo cual se sumó el efecto de menores comerciantes con leves descensos en dicha variable (21% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a los menores niveles de demanda (90% consideró dichos inventarios como adecuados), aunque ello fue algo inferior a lo observado un año atrás (95%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes cayó hacia niveles del 21% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 29% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el efecto de la disminución en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (37% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), como por el incremento en la proporción de comerciantes con descensos

en sus costos de ventas (16% en 2017-II vs. 12% en 2016-II).

Dada la estabilidad de la demanda y el alivio en costos, el balance de respuestas acerca del margen subió hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás). Ello se explica por incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron expansiones en sus márgenes (39% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), pues la porción de empresarios con contracciones en dicha variable se mantuvo estable en el 19% (ver gráfico 10).

El balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Barranquilla tuvo una leve recuperación hacia niveles del 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -3% un año atrás). Ello obedeció principalmente a descensos en la proporción de empresarios comerciales que redujeron el número de trabajadores (19% en 2017-II vs. 22% en 2016-II). A ello se sumó el leve aumento de aquellos comerciantes cuya mano de obra aumentó (20% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron mejoras en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, incrementándose hacia niveles del 18% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 15% un año atrás). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes con mayores superficies (33% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), lo cual contrarrestó el leve aumento de los empresarios del sector comercio con menores superficies (16% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 14.

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

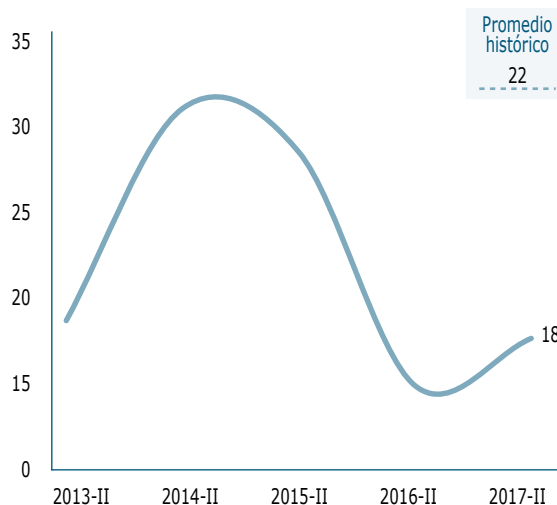
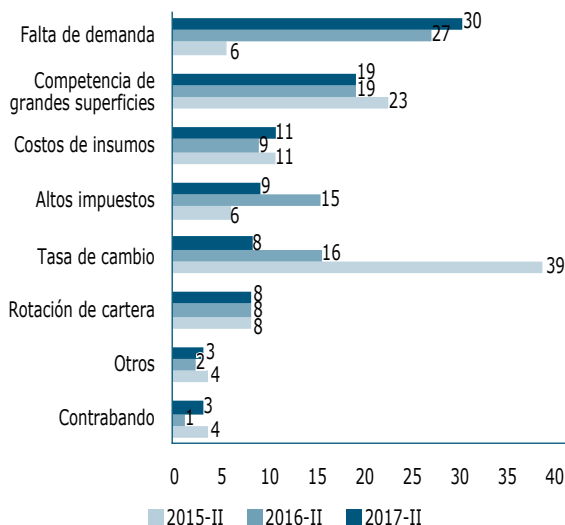


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Barranquilla, la mayoría (92%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (6%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales de Barranquilla identificaron la falta de demanda como su principal problema durante el segundo semestre de 2017 (30% vs. 27% un año atrás). A ello le siguió la competencia con las grandes superficies (19% en 2017-II vs. 19% en 2016-II) y los costos de los insumos (11% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Los empresarios del sector de servicios de Barranquilla vieron una leve mejora en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás y 28% del promedio histórico). Ello ocurrió por incrementos en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (43% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), lo cual contrarrestó el aumento en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (23% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 1.

Por su parte, los empresarios de servicios mantuvieron inalterado el balance de respuestas sobre el

volumen de ventas en niveles del 18% durante el segundo semestre de 2017. Allí se anularon los efectos encontrados provenientes de: i) incrementos en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (44% en 2017-II vs. 39% en 2016-II); y ii) aumentos en el porcentaje de la muestra con descensos en dicho rubro (25% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en los otros macrosectores, gran parte (62%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos de las pequeñas y medianas empresas de servicios de Barranquilla incrementó su balance de respuestas hacia niveles del 21% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás y 26% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (40% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), como a descensos en la porción de la muestra con contracciones en dicha variable (19% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 4.

Los empresarios Pyme del sector de servicios de Barranquilla sufrieron incrementos en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 31% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció a incrementos en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (42% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), lo cual primó sobre el efecto del aumento en la proporción de la muestra con descensos en dicha variable (11% en 2017-II vs. 9% en 2016-II).

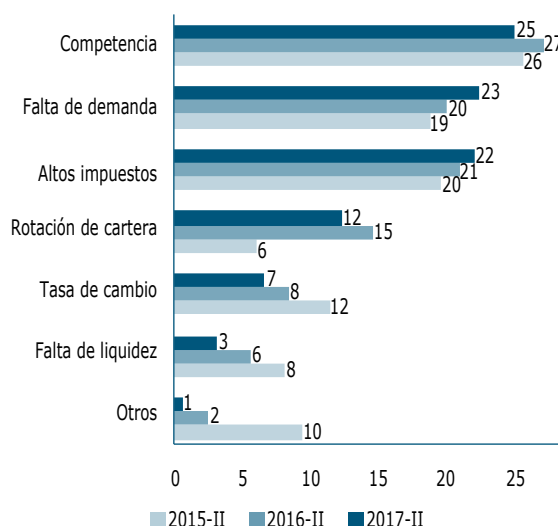
Aun con el incremento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron leves mejoras en su balance de respuestas hacia niveles del 9% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 8% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica principalmente por incrementos en los empresarios de servicios con mayores márgenes (31% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), efecto que fue superior al del aumento en el porcentaje de empresarios con menores márgenes (22% en 2017-II vs. 20% en 2016-II).

El balance de respuestas del número de trabajadores aumentó hacia niveles del 1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás). Dicho incremento en la generación de empleo obedeció a aumentos en la proporción de empresarios de servicios que generaron empleo (21% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), lo cual compensó el aumento en la proporción de encuestados con descensos en dicha variable (19% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Barranquilla, la gran mayoría (94%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (4%) y otras razones (2%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Barranquilla para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la competencia (25% en 2017-II vs. 27% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas con la falta de demanda (23% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y los altos impuestos (22% en 2017-II vs. 21% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la falta de liquidez (3% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

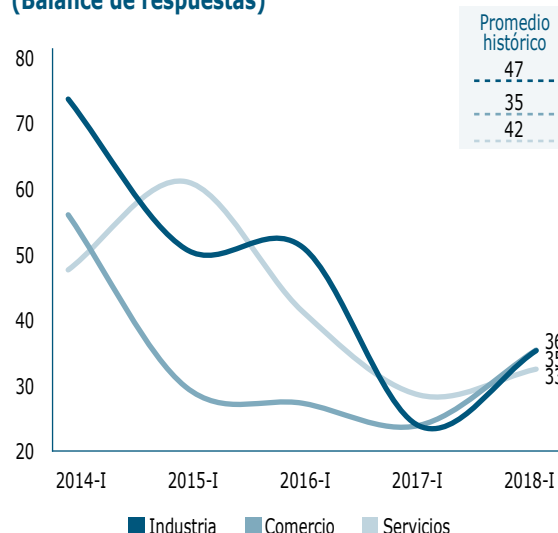
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 35% para el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás). Ello obedeció principalmente al aumento en la proporción de empresarios con incrementos en dicha variable (48% en 2018-I vs. 39% en 2017-I), a lo cual se sumó el efecto de descensos en la porción de empresarios que se mostraron pesimistas (13% en 2018-I vs. 15% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una caída en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en el primer semestre de 2018-I (7% vs. 9% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, las perspectivas sobre el volumen de producción presentaron leves descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 32% en el primer semestre de 2018 (vs. 35% un año atrás). Ello se explica por descensos en la porción de empresarios que esperaban expansiones en su producción (46% en 2018-I vs. 48% en 2017-I), a lo cual se sumó el ligero incremento en la porción de encues-

tados que preveían caídas en dicha variable (14% en 2018-I vs. 13% en 2017-I), ver gráfico 18.

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



También se observaron leves descensos en el balance de respuestas sobre las expectativas de pedidos hacia niveles del 27% en el primer semestre de 2018 (vs. 30% un año atrás y 45% del promedio histórico). Ello obedeció a descensos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (44% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), y al aumento en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (18% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), ver gráfico 19.

La inversión en maquinaria y equipo también sufrió descensos en su balance de respuestas, llegando

este a niveles del 24% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de: i) la reducción en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (32% en 2018-I vs. 35% en 2017-I); y ii) el incremento en la porción de la muestra que veía descensos en dicha variable (8% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

El balance de respuestas sobre las expectativas del desempeño general de los comerciantes aumentó hacia el 36% en el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de: i) el aumento en la proporción de empresarios que pronosticaban un incremento en su situación general (44% en 2018-I vs. 37% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en dicha situación (8% en 2018-I vs. 12% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado de valores del 11% en las respuestas de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (inalterado frente a lo observado un año atrás), ver gráfico 17.

Por su parte, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos permaneció relativamente estable en niveles del 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% del promedio histórico). Allí se anularon los efectos encontrados provenientes de: i) aumentos en la porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (44% en 2018-I vs. 43%

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

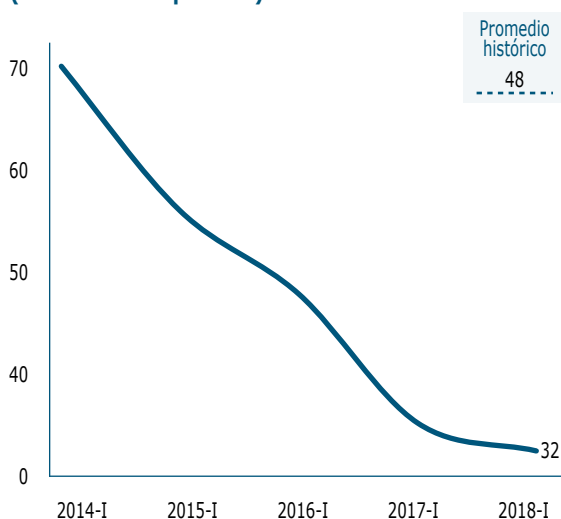


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

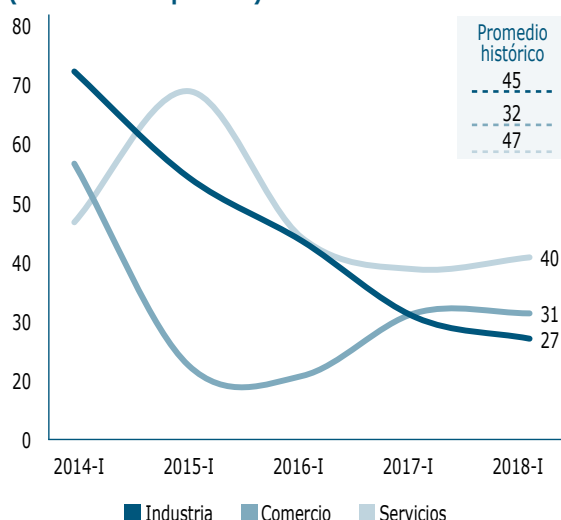
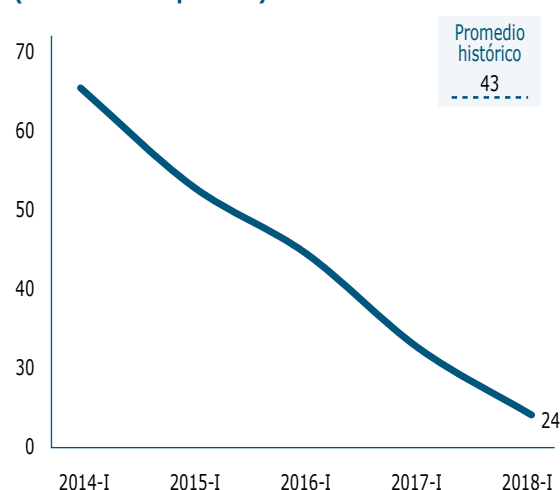


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



en 2017-I); y ii) incrementos en los empresarios que esperaban menores pedidos (13% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 19.

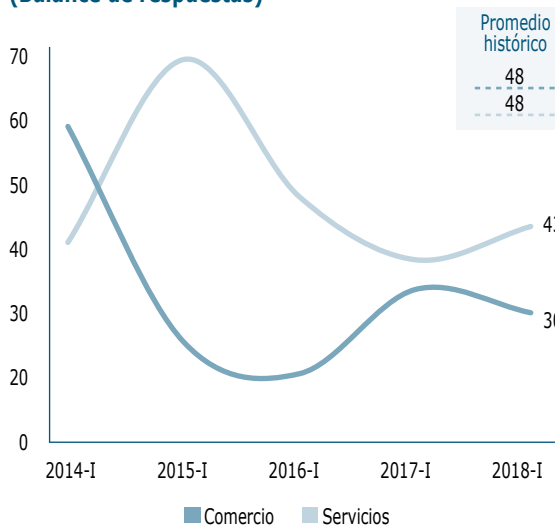
En lo referente a ventas, se evidenciaron descensos en el balance de respuestas hacia niveles del 30% en el primer semestre de 2018 (vs. 33% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la porción de empresarios que esperaban descensos en ventas (15% en 2018-I vs. 12% en 2017-I). A ello se sumó el efecto del leve descenso del porcentaje de comerciantes que esperaban mayores ventas (44% en 2018-I vs. 45% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

El sector Pyme de servicios de Barranquilla experimentó un incremento en el balance de respuestas referente a las expectativas de su situación general, llegando a niveles del 33% en 2018-I (vs. 29% en 2017-I), ver gráfico 17. Ello obedeció a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (46% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), pues la porción de empresarios de servicios que vio descensos en dicha variable permaneció en niveles del 13%. Lo anterior vino acompañado de aumentos en la porción que veía incertidumbre en dicho comportamiento (10% en 2018-I vs. 8% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos, el balance de respuestas se incrementó hacia el 40% en el primer semestre de 2018 (vs. 38% un año atrás). Allí primó el efecto de

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



aumentos en los empresarios de servicios que veían expansiones en sus pedidos (51% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), compensando el incremento en la porción de la muestra que esperaba contracciones en dicha variable (11% en 2018-I vs. 9% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios subió hacia niveles del 43% para el primer semestre de 2018 (vs. 38% un año atrás). Ello se dio por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mayores ventas (53% en 2018-I vs. 48% en 2017-I), pues el porcentaje de empresarios con disminución en dicha variable se mantuvo estable en el 10% (ver gráfico 21).

FINANCIAMIENTO

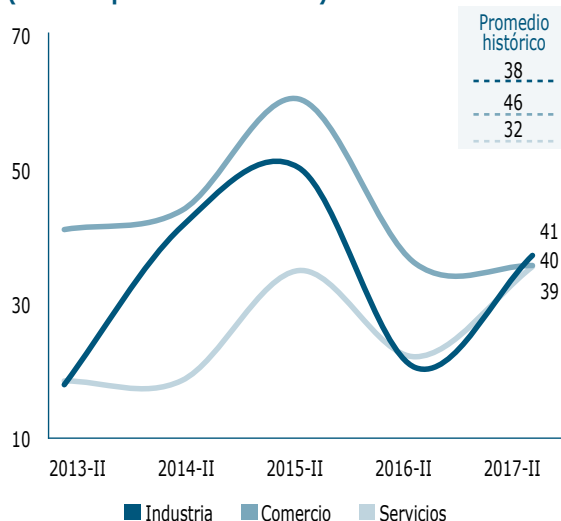
Los empresarios Pyme de Barranquilla incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (41% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) y servicios (39% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), mientras que dichas solicitudes se mantuvieron estables en el caso del sector comercio (40%) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de una reducción en la tasa de aprobación en los sectores de industria (92% en 2017-II vs. 100% en 2016-II) y servicios (83% en

2017-II vs. 84% en 2016-II), mientras que dicha tasa de aprobación aumentó para el sector de comercio (98% en 2017-II vs. 92% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Barranquilla, el plazo solicitado preferido fue el crédito a largo plazo (38% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a corto plazo (34% en 2017-II vs. 37% en 2016-II) y a mediano plazo (28% en 2017-II vs. 33% en 2016-II).

En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (36% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), seguido por el corto plazo (30% en 2017-II vs. 30% en 2016-II) y el largo plazo (28% en 2017-II vs. 31% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (38% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), seguido por el largo plazo (34% en 2017-II vs. 21% en 2016-II) y el corto plazo (24% en 2017-II vs. 28% en 2016-II).

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



A nivel de aprobaciones, se presentó una composición similar. Así, en las Pymes de Barranquilla el plazo prevalente fue el mediano plazo para los sectores de comercio (37% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) y servicios (38% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), mientras que el corto plazo fue el de mayor aprobación del sector industrial (36% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron incrementos en los sectores de industria (84% en 2017-II vs. 82% en 2016-II), comercio (90% en 2017-II vs. 74% en 2016-II) y servicios (89% en 2017-II vs. 80% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Barranquilla.

El rango de tasas de interés más común en los créditos otorgados en los sectores de industria (58% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) y comercio (46% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos, mientras que para el sector servicios (45% en 2017-II vs. 57% en 2016-II) fue entre DTF+4 y DTF+8 puntos durante el segundo semestre de 2017 (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se incrementó en los casos de comercio (73% en 2017-II vs. 56% en 2016-II) y servicios (69% en 2017-II vs. 62% en 2016-II), mientras que

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

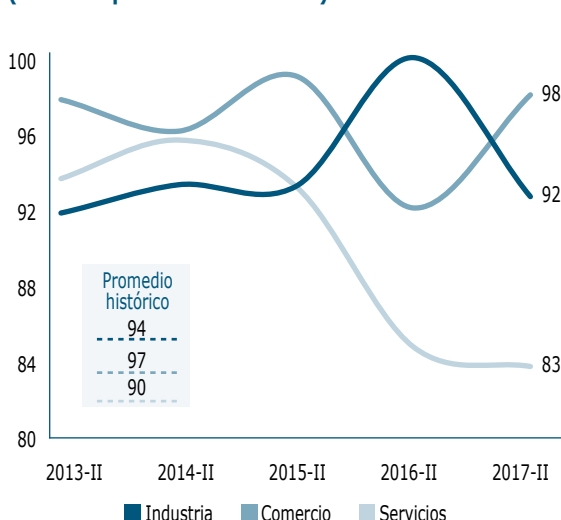
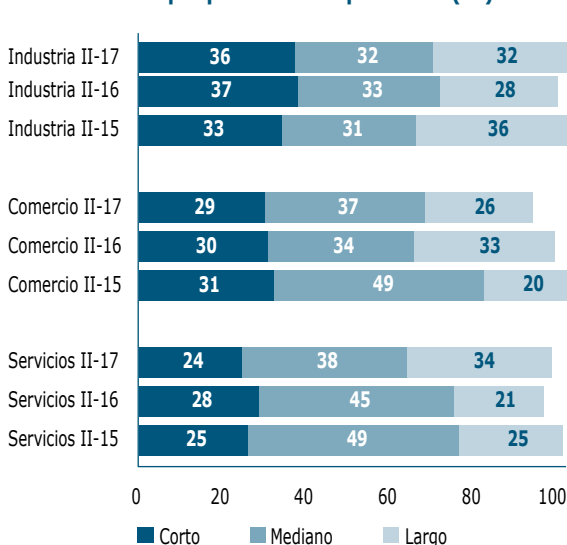


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



para la industria la satisfacción se mantuvo estable en el 74% durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30).

La mayoría de las Pymes de industria (58%), comercio (65%) y servicios (55%) de Barranquilla usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo (ver gráfico 31). Para la industria (26%), el segundo lugar lo ocupó la compra o arriendo de maquinaria, mientras que para los sectores de comercio (17%) y servicios (33%), dicho lugar lo ocupó la consolidación del pasivo.

Una parte importante de las Pymes de industria (28%), comercio (31%) y servicios (30%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector comercial (34%) y de servicios (34%), mientras que el sector industrial (35%) prefirió los proveedores.

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Barranquilla si habían accedido

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

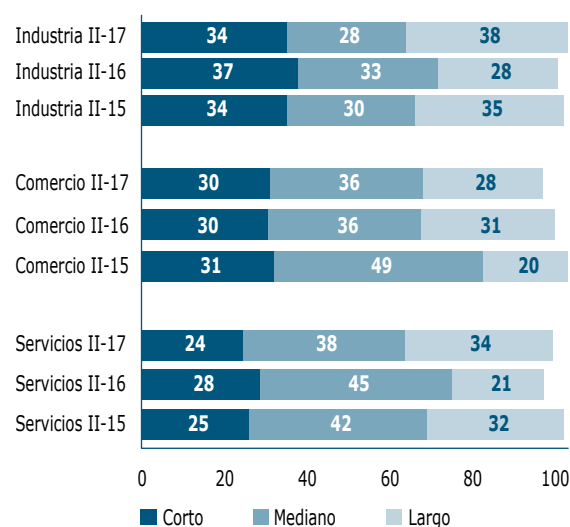


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

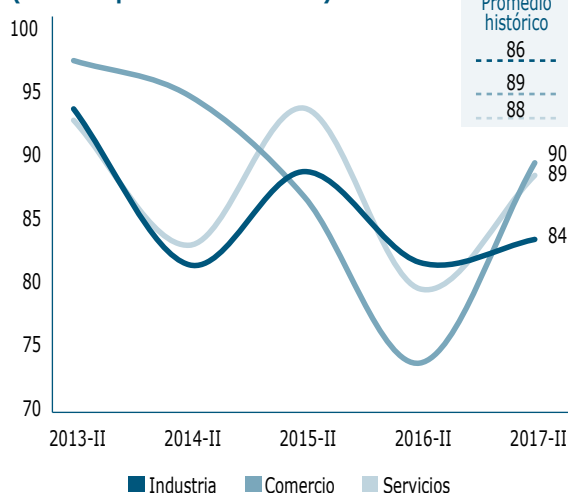


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

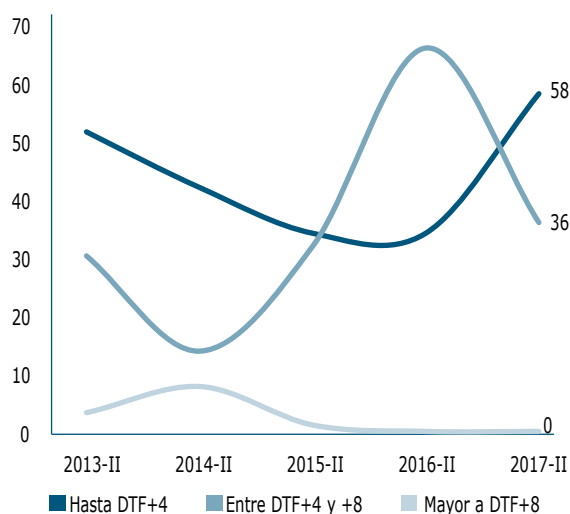


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

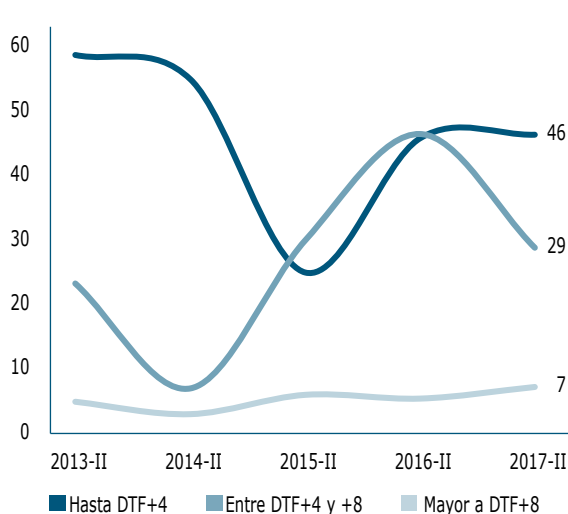


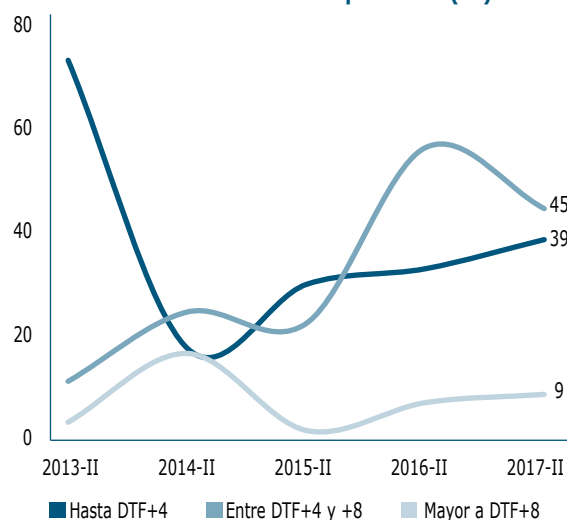
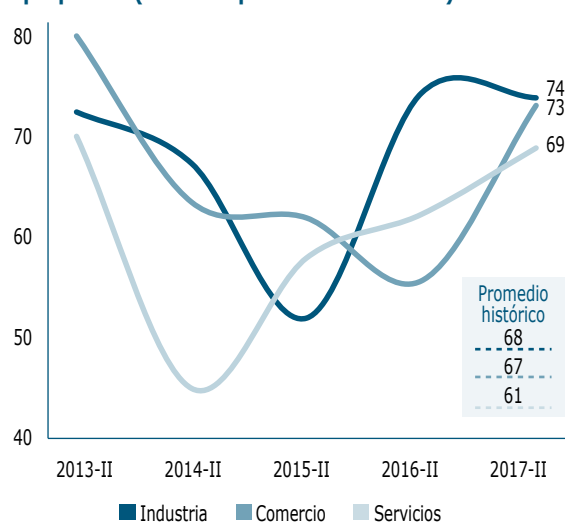
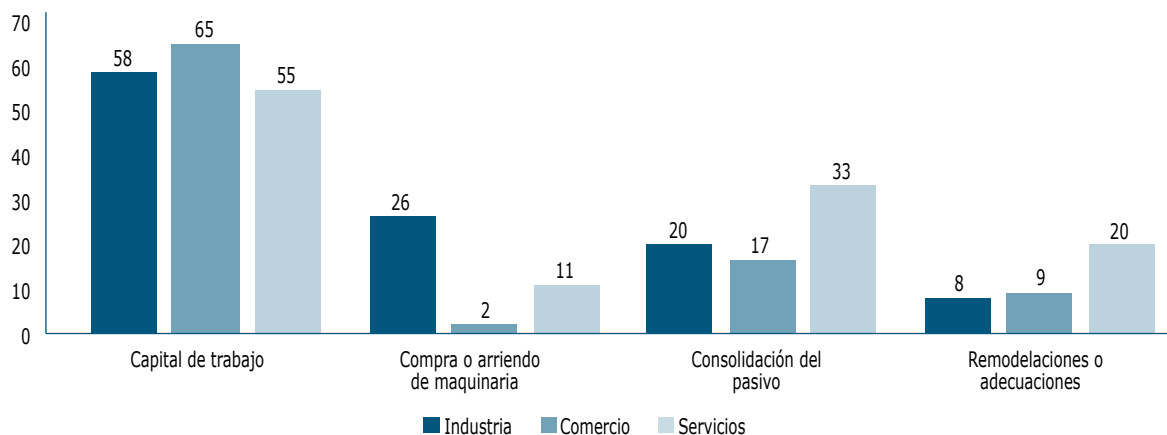
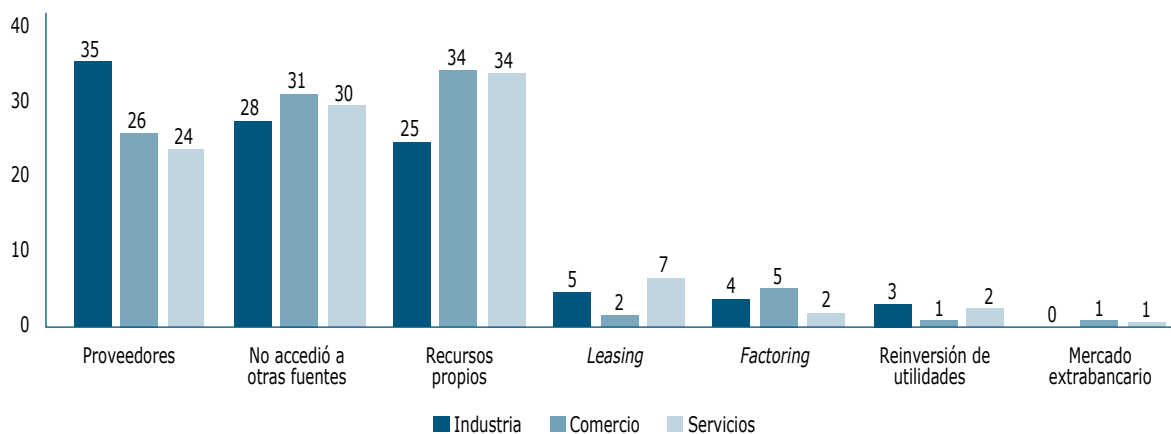
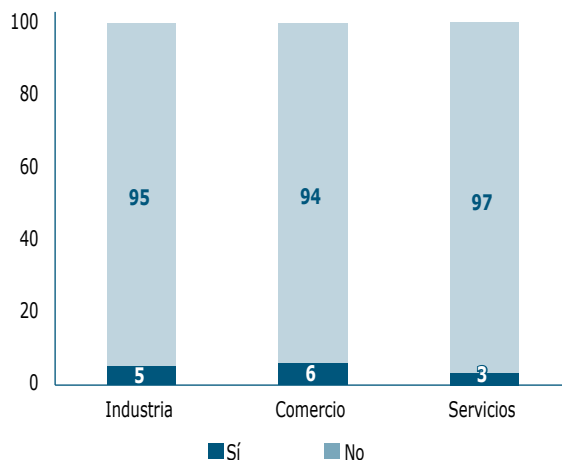
Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)**Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)****Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)****Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**

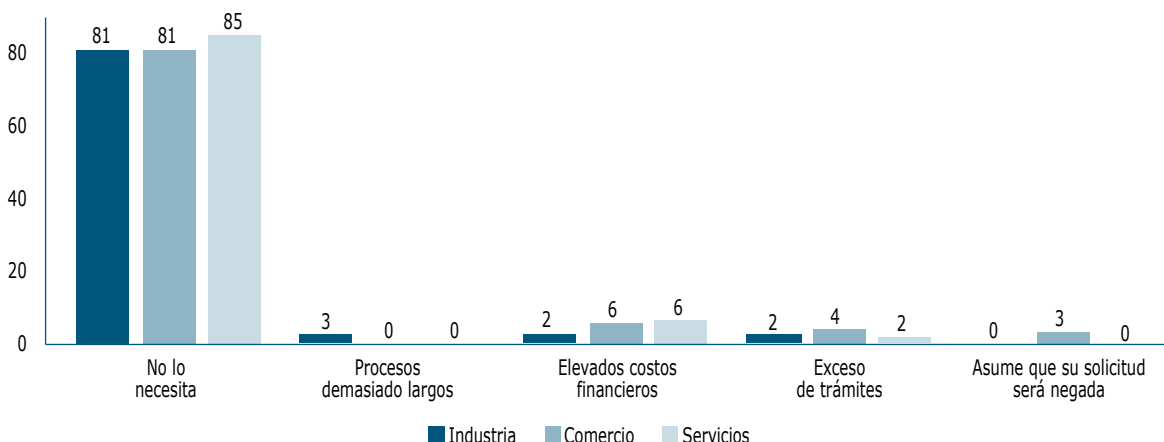
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (95% industria, 94% comercio y 97% servicios), ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Barranquilla no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 81% en industria, un 81% en comercio y un 85% en servicios). La segunda razón está asociada a la duración de los procesos (3% industria, 0% comercio y 0% servicios), seguido de los elevados costos (2% en industria, 6% en comercio y 6% en servicios), ver gráfico 34.

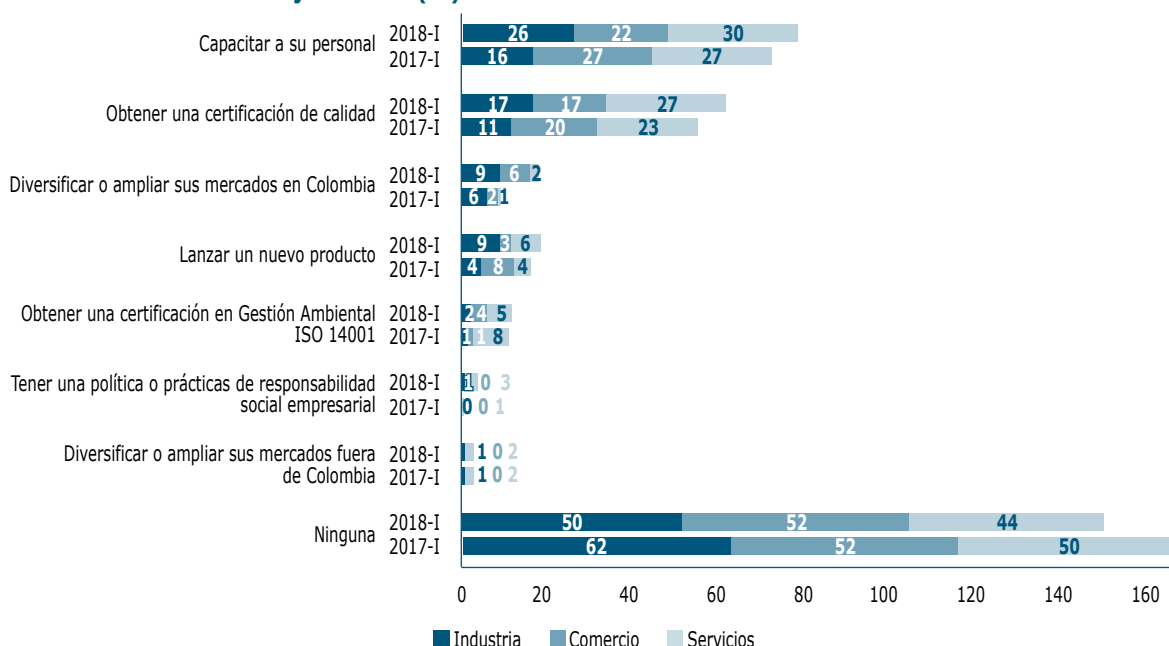
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Barranquilla fue capacitar al personal (un 26% en industria, un 22% en comercio y un 30% en servicios), seguida de obtener una certificación de calidad (un 17% en industria, un 17% en comercio y un 27% en servicios), y diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (un 9% en indus-

tria, un 6% en comercio y un 2% en servicios) ver gráfico 35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en los casos de industria (50% en 2018-I vs. 62% en 2017-I) y servicios (44% en 2018-I vs. 50% en 2017-I), y se mantuvo estable en el caso del sector comercial en niveles del 52%.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Barranquilla tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (92% en 2017-II vs. 77% en 2016-II), comercio (96% en 2017-II vs. 83% en 2016-II) y servicios (92% en

2017-II vs. 89% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (11% industria, 13% comercio y 11% servicios), alcaldías (11% industria, 8% comercio y 11% servicios) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (4% industria, 4% comercio y 15% servicios).

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

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (71% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), comercio (57% en 2017-II vs. 30% en 2016-II) y servicios (73% en 2017-II vs. 49% en 2016-II). A ello le

siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales con sus pares (26% industria, 9% comercio y 9% servicios), el incrementar el nivel de ventas (15% industria, 7% comercio y 13% servicios) y el acceder a programas de financiamiento (10% industria, 3% comercio y 10% servicios).

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



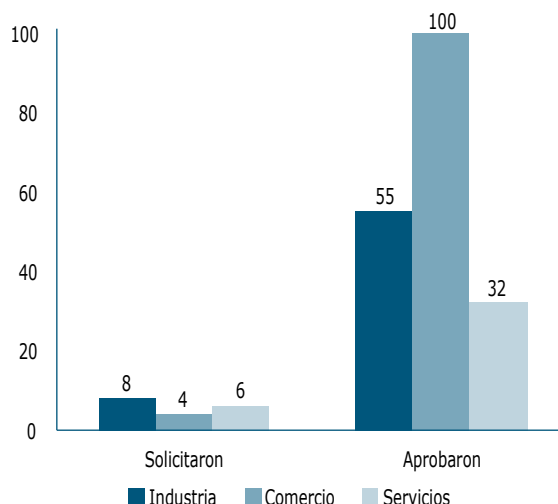
PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (8% industria, 4% comercio y 6%

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente alta para los sectores de industria (55%) y comercio (100%), mientras que fue más baja para el sector servicios (32%). Dentro de las razones para no solicitar reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (96% industria, 89% comercio y 87% servicios), ver gráfico 39. Con porcenta-

jes menores le siguieron el exceso de trámites (3% industria, 4% comercio y 4% servicios) y los altos costos de asesoría para obtener la reestructuración (1% industria, 2% comercio y 2% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo solo cerca de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (18% industria, 12% comercio y 18% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (80% industria, 66% comercio y 78% servicios), ver gráfico 41. En industria, el modo de contratación principal fue bajo contrato a término fijo (63%), seguido de contrato por prestación de servicios (20%) y contrato a término indefinido (17%), ver gráfico 42. En comercio primó la contratación por prestación de servicios (41%), seguido del contrato a término fijo (31%) y a término indefinido (28%). Por su parte, en servicios primó la contratación por prestación de servicios (47%), seguida de la contratación a término fijo (43%) y a término indefinido (10%). Finalmente, la mayoría de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (63% en industria, 100% en comercio y 66% en servicios), ver gráfico 43.

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

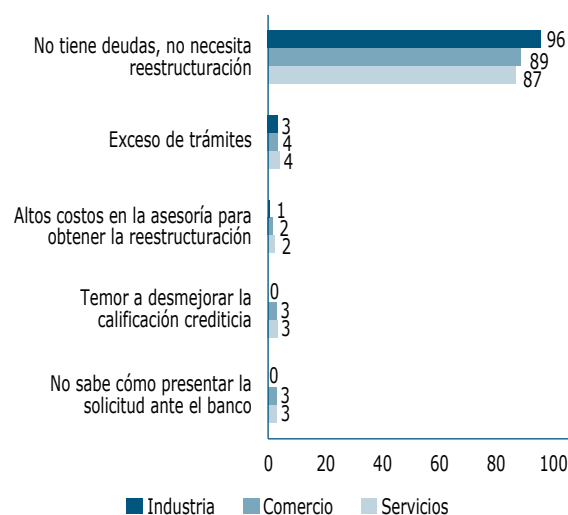


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

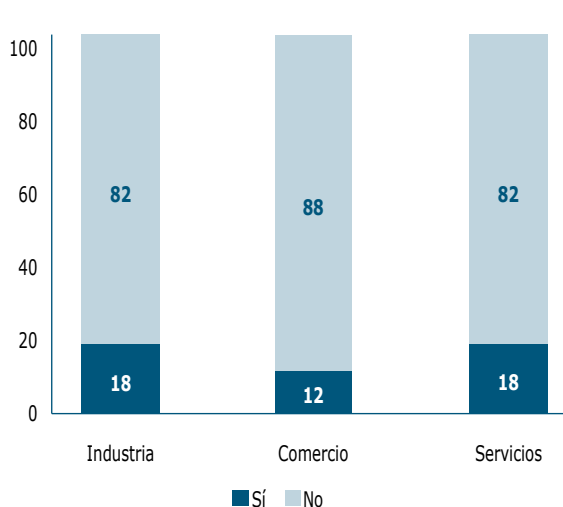


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

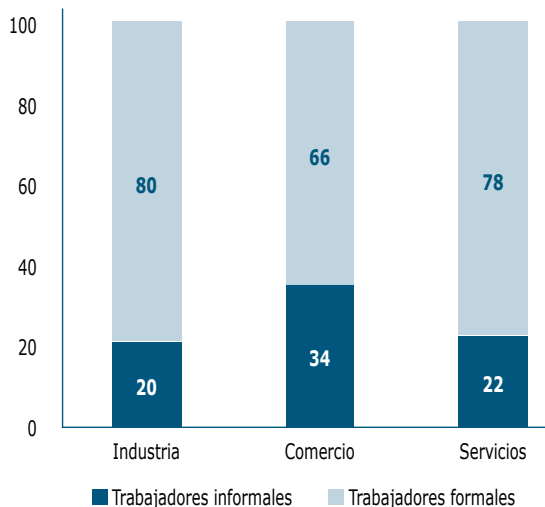
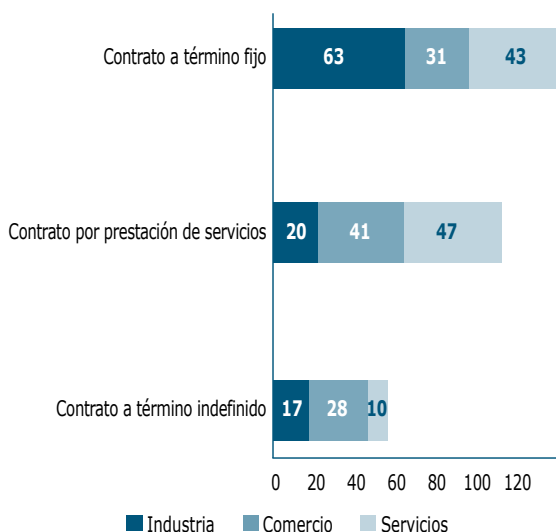
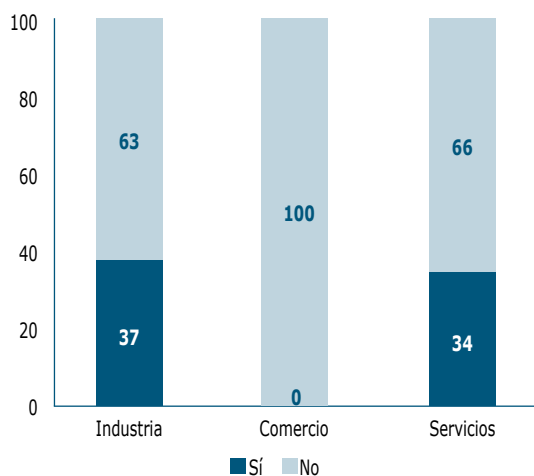


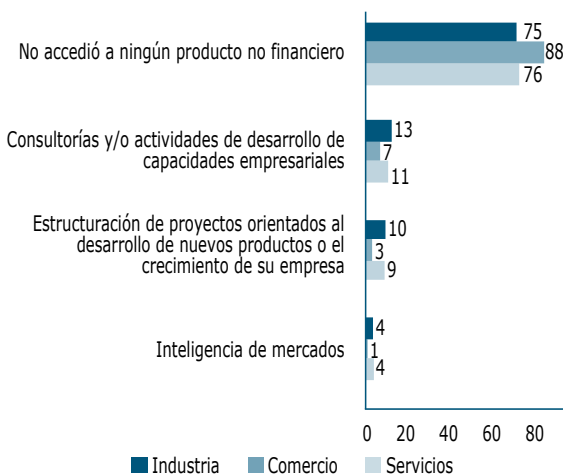
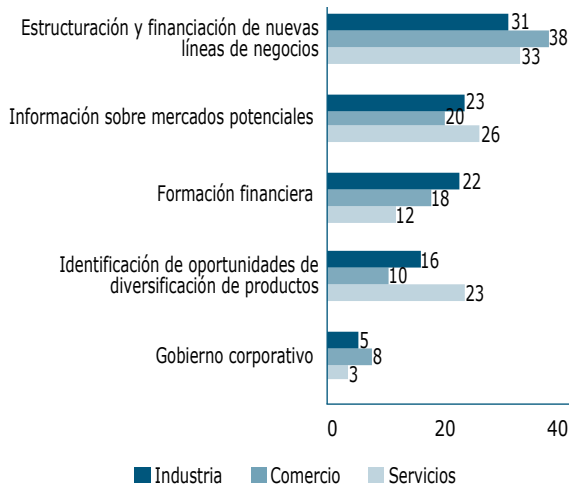
Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)**Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)**

Productos-servicios no financieros

Cerca de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (75% en industria, 88% en comercio y 76% en servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focali-

zaron en consultorías (13% industria, 7% comercio y 11% servicios); estructuración de proyectos para el crecimiento de la empresa (10% industria, 3% comercio y 9% servicios); y la inteligencia de mercados (4% industria, 1% comercio y 4% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Las Pymes de Barranquilla mostraron interés en la estructuración y financiación

Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)**Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)**

de nuevas líneas de negocio (31% en industria, 38% en comercio y 33% en servicios); información sobre mercados potenciales (23% industria, 20% comercio y 26% servicios). En tercer lugar, se situó la formación

financiera para los sectores de industria (22%) y comercio (18%), mientras que dicho lugar lo ocupó la identificación de oportunidades de diversificación de productos para el sector servicios (23%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 80% de la muestra sin exportar durante 2017-II en las Pymes de Barranquilla). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron algunos aumentos en la proporción con descensos en sus exportaciones (5% en 2017-II vs. 1% en 2016-II), mientras que la porción de la muestra con aumentos en sus ventas externas cayó (3% en 2017-II vs. 7% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan decreció levemente hacia el 93% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 96% un año atrás). Allí se dieron leves crecimientos en la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (3% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), y leves incrementos en los empresarios que disminuyeron sus ventas externas (3% en 2017-II vs. 2% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere a no contar con

productos para exportar (36%), seguido por la falta de interés en exportar (29%) y los riesgos que implica salir al mercado externo (10%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (51%), seguido por la ausencia de interés en exportar (33%) y el querer exportar, pero no saber cómo hacerlo (9%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en el 67% de los industriales y el 37% de los empresarios de servicios (ver gráfico 48).

Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Barranquilla. El gráfico 49 muestra cómo un 78% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 84% un año atrás). Allí pueden evidenciarse ligeras contracciones en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (9% en 2018-I vs. 10% en 2017-I) y un aumento en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

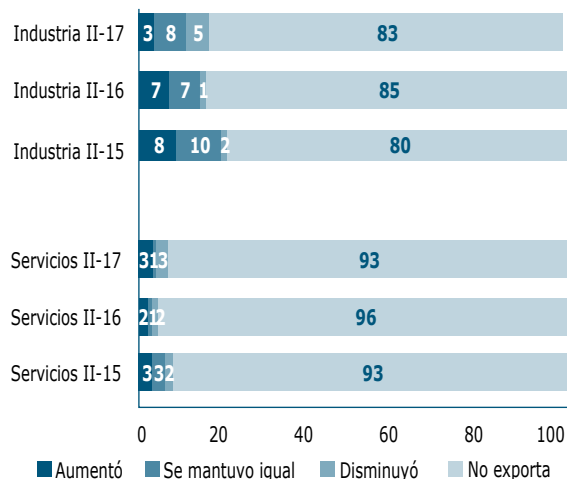


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



(3% en 2018-I vs. 0% en 2017-I). Por su parte, en el sector de servicios el 89% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 96% un año atrás). Ello es consistente con el ligero incremento en la porción de empresarios que esperaban incrementar sus ventas externas (3% en 2018-I vs. 2% en 2017-I) y la expansión de aquellos que esperaban mantener sus exportaciones (6% en 2018-I vs. 2% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas, incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

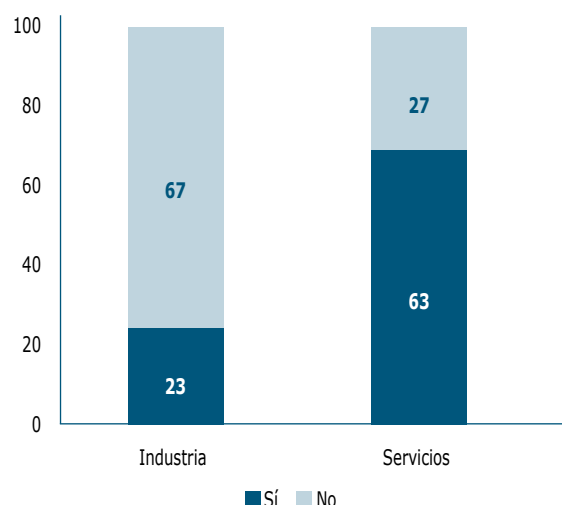
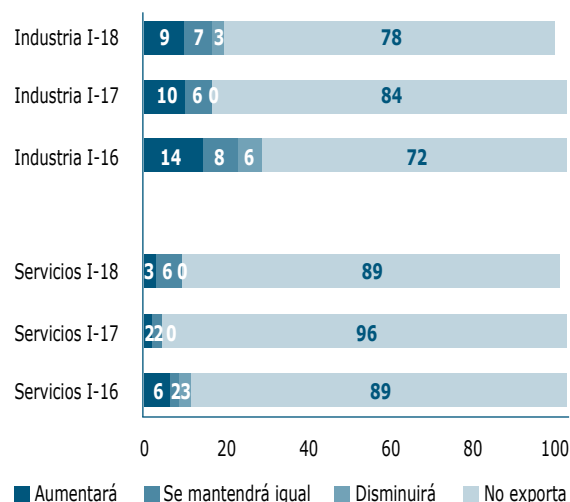


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



las Pymes de industria (56%), comercio (53%) y servicios (57%) de Barranquilla se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 50).

En esta medición de la GEP se incluyeron un par de preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 70%-80% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (12% industria, 7% comercio y 7% servicios); obtención de la certificación del producto (7% industria, 4% comercio y 3% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales para cierres de negocios efectivos (6% industria, 6% comercio y 7% servicios); y mejoras en la calidad del proceso productivo (1% industria, 4% comercio y 3% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Barranquilla, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (53% industria, 49% comercio y 51% servicios). A ello le siguió brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (35% industria, 26% comercio y 39% servicios) y mejorar la infraestructura vial-logística del país (26% industria, 30% comercio y 27% servicios), ver gráfico 52.

Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

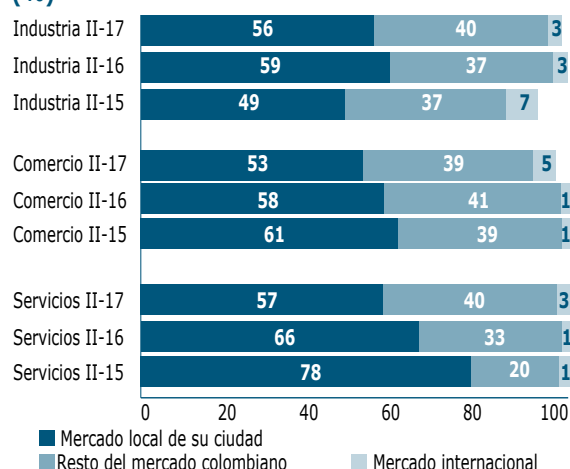
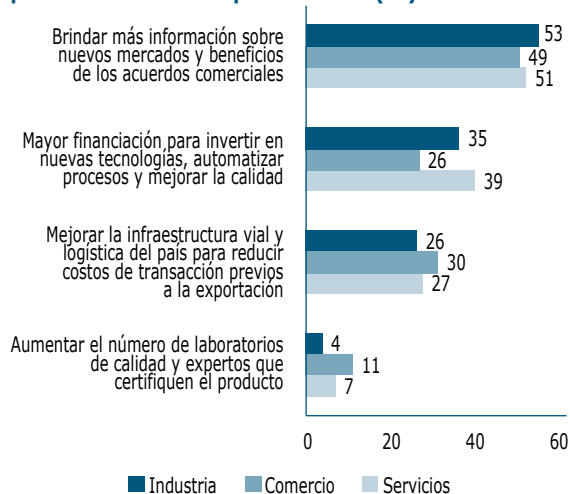


Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



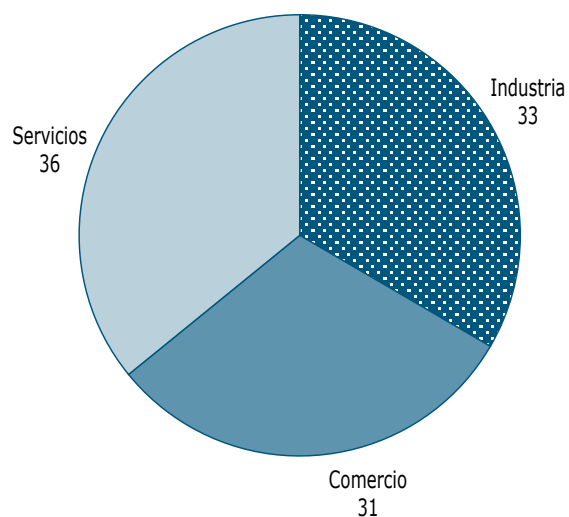
Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



LA GRAN ENCUESTA PYME

BOGOTÁ

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Bogotá se incrementó hacia niveles del 14% durante el se-

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



gundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás y 21% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (38% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como a descensos en aquellos que vieron deterioros en dicho rubro (24% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Bogotá).

Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó un aumento en el balance de respuestas hacia niveles del 10% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 0% un año atrás). Allí confluyeron los efectos del alza en la porción de empresarios con mayores ventas (39% en 2017-II vs. 33% en 2016-II) con el descenso en la porción de la muestra con menores ventas (28% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (56%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un leve aumento en el balance de respuestas hacia

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

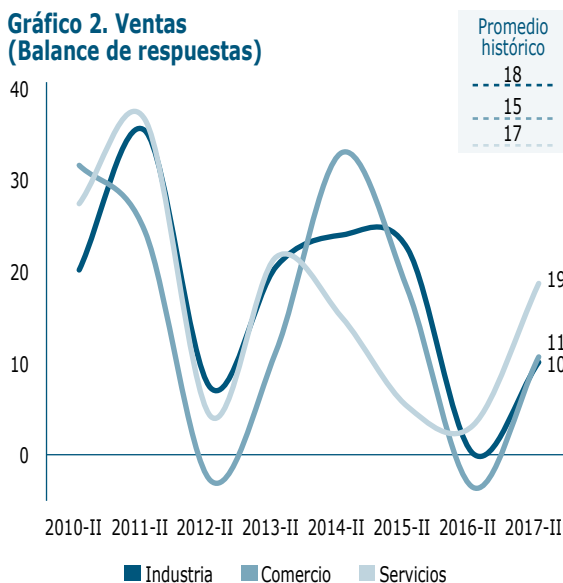
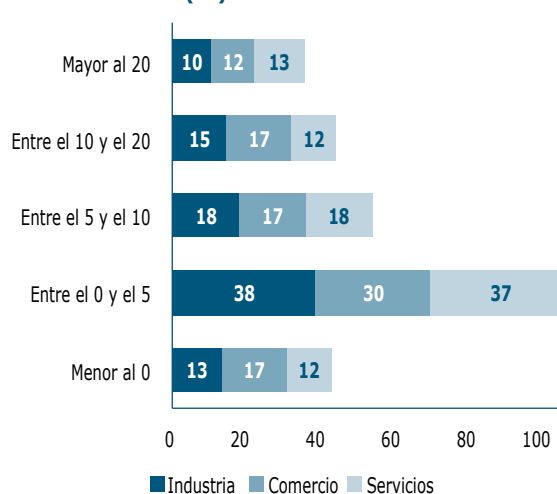


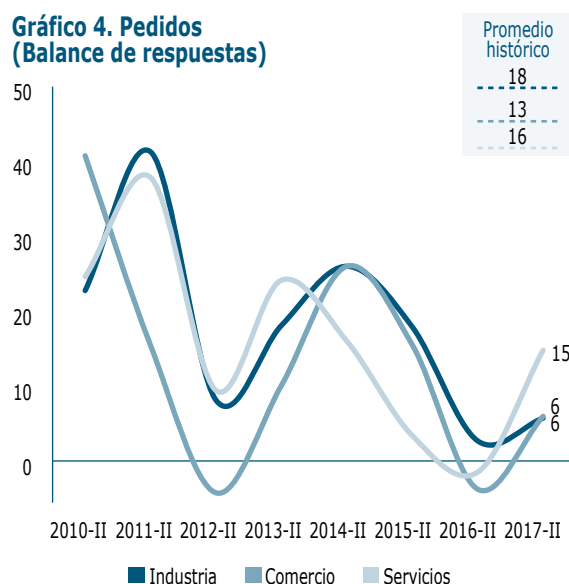
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



el 6% en el segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás). Allí se dio un leve incremento en la porción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (33% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), a lo cual se sumó el efecto de una menor proporción de empresarios con descensos en dicha variable (27% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un mayor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 88% de los casos durante el segundo

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



semestre de 2017 (inalterado frente a un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (6%) o excesivas (5%). Ello da muestra de un adecuado manejo del ciclo de inventarios por parte de los empresarios de Bogotá, afinando sus lecturas prospectivas de pedidos-ventas. (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de mayor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Bogotá se ha visto reflejada en mayores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se expandió hacia niveles del 6% en el segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás), ver gráfico 6. Nuevamente, allí jugó el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con mejoras en su producción (34% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), a lo que se sumó el efecto de empresarios con descensos en dicha variable (28% en 2017-II vs. 29% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se ha observado un leve descenso en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) hacia niveles del 80% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 85% un año atrás), ver gráfico 7. Ello ha ido en línea con una menor inversión en maquinaria y equipo, descendiendo hacia valores del 4% en su balance de respuestas (vs. 13% un año atrás). Esto último se explica por disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (12% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), lo cual primó sobre el efecto de leves descensos en la porción de empresarios que redujeron dichas inversiones (9% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 8.

Gráfico 5. Existencias (%)

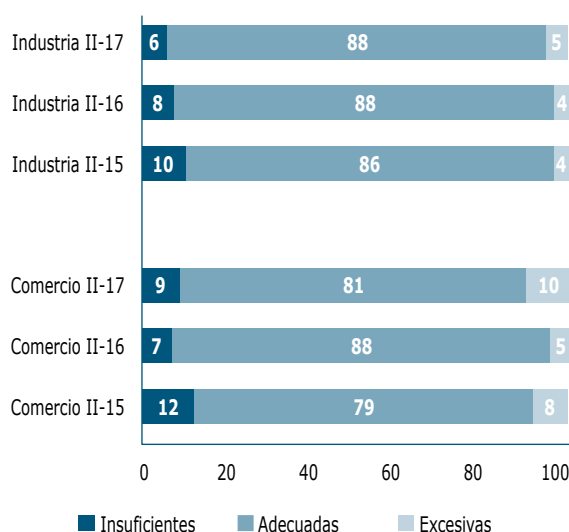
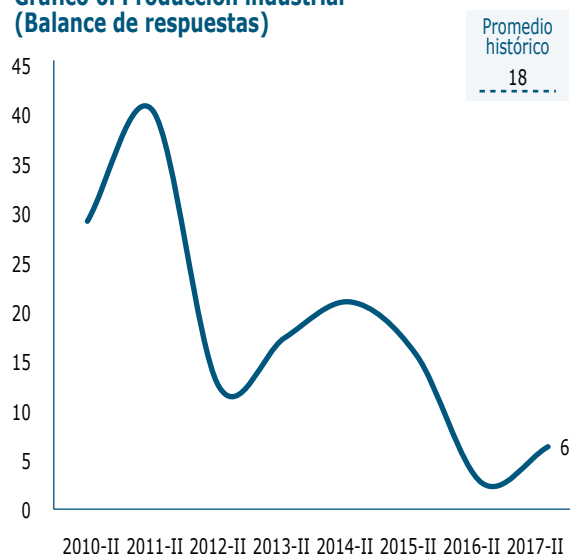


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



El nivel de costos aumentó en su balance de respuestas hacia niveles del 36% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 29% un año atrás). Ello obedeció a aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (50% en 2017-II vs. 46% en 2016-II), así como al descenso en la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (14% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dicho aumento en costos implicó deterioros en los márgenes de los empresarios industriales de Bogotá.

tá. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del -7% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. +1% un año atrás). Ello se explica principalmente por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (21% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), lo cual contrarrestó la leve disminución en la porción de empresarios con reducciones en dicha variable (28% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 10.

El balance de respuestas acerca del número de trabajadores contratados se mantuvo inalterado en ni-

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

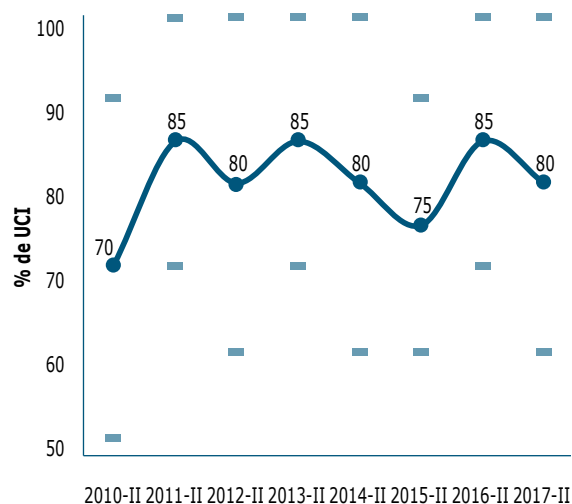


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

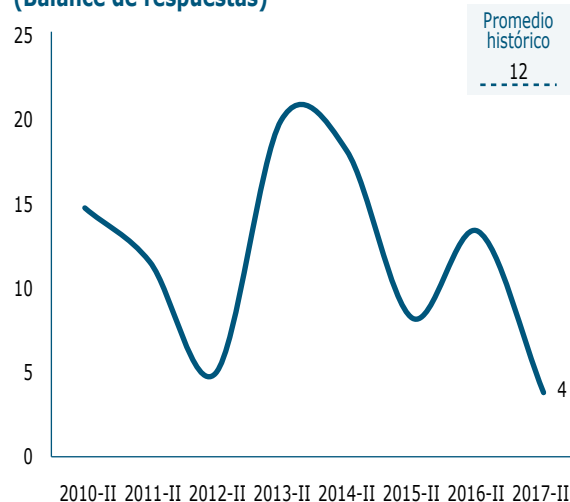


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

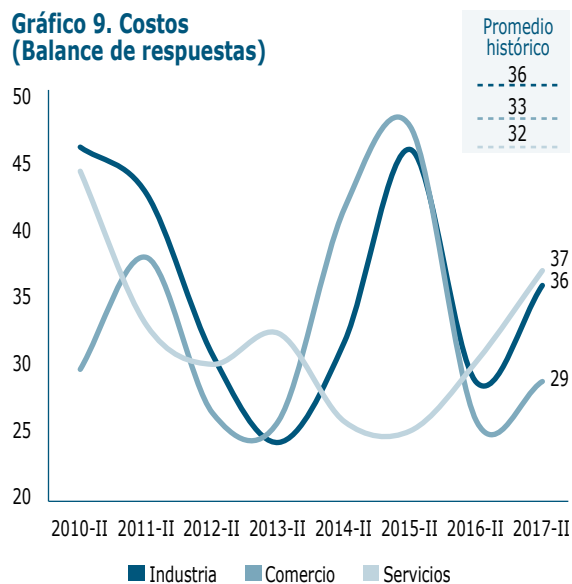
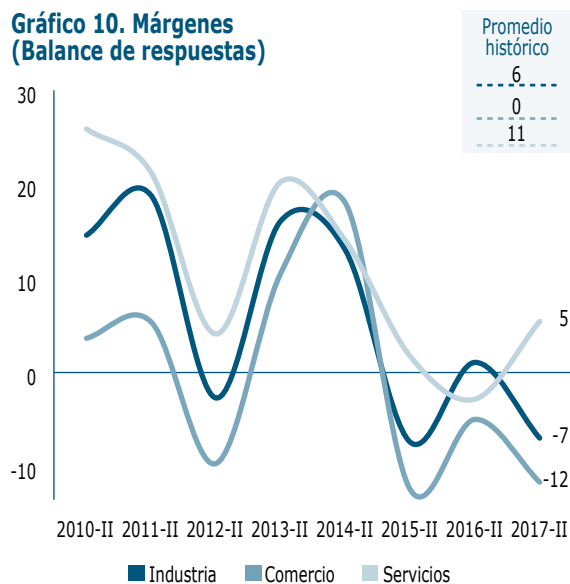


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



veles del -5% durante el segundo semestre de 2017. Dicho comportamiento obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (17% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), lo cual compensó exactamente la disminución del porcentaje de empresarios que destruyeron puestos de trabajo (22% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Bogotá, la mayoría (94%) expresó no haber pensado o realizado dicha relo-

**Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)**

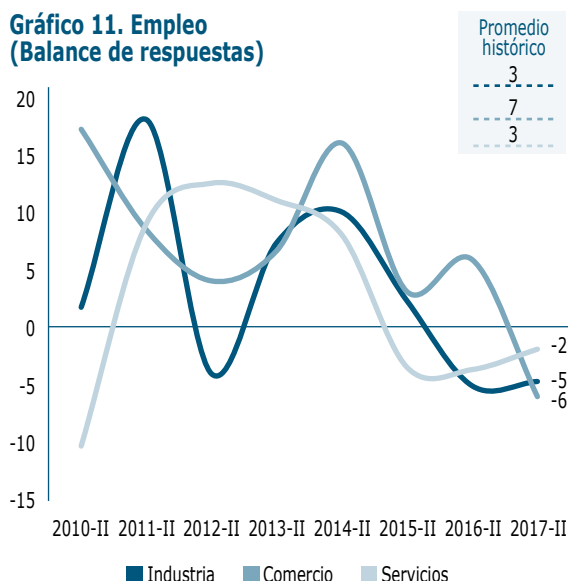
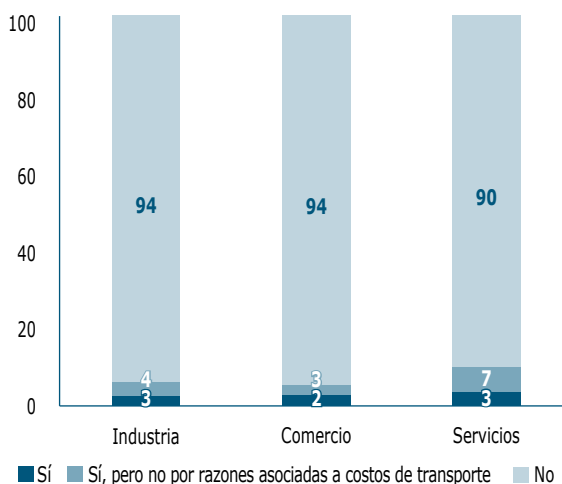


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



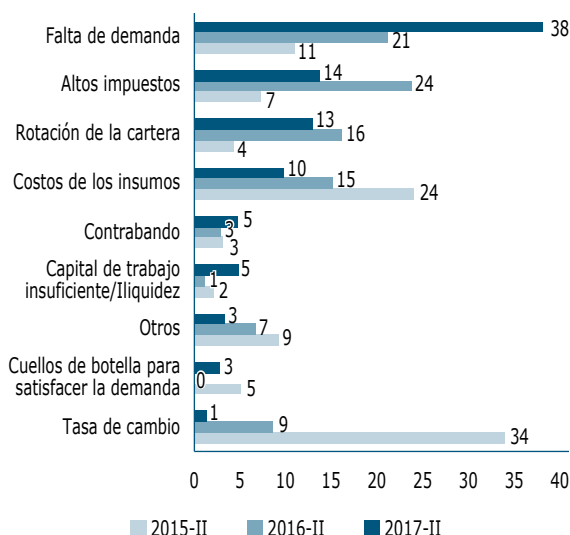
calización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (3%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (4%).

El principal problema para el sector industrial de Bogotá durante el segundo semestre de 2017 fue la falta de demanda (38% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), seguido por los altos impuestos (14% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 13. Después se situaron la rotación de la cartera (13% en 2017-II vs. 16% en 2016-II) y los costos de los insumos (10% en 2017-II vs. 15% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Bogotá fueron la tasa de cambio (1% en 2017-II vs. 9% en 2016-II) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (3% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Bogotá se incrementó hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás y 16% del promedio histórico). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con mejoras en dicha variable (36% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), así como al des-

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



censo en el porcentaje de empresarios con peores niveles de dicha variable (22% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un mayor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, expandiéndose hacia el 11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -4% un año atrás). Dicha mejora obedeció principalmente a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron aumentos en sus ventas (40% en 2017-II vs. 29% en 2016-II). A ello se sumó el efecto de disminuciones en el porcentaje de comerciantes con menores ventas (29% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, un abultado porcentaje (47%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha mejora en la demanda se extendió al volumen de pedidos, aumentando su balance de respuestas hacia niveles del 6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -4% un año atrás). Ello obedeció tanto a incrementos en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (34% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) como a disminuciones en los comerciantes con descensos en dicha variable (28% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades al rebote de la demanda (81% consideró dichos inventarios como adecuados), aunque dicho registro fue inferior a lo observado un año atrás (88%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se incrementó levemente hacia niveles del 29% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 9. Allí primó el efecto del descenso en la proporción de comerciantes con disminuciones en sus costos de ventas (16% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), más que contrarrestando las menores proporciones de comerciantes con aumentos en sus costos de ventas (45% en 2017-II vs. 47% en 2016-II).

Dicho incremento en los costos implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Bogotá. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -5% un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de em-

presarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (20% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (31% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico 10.

Aún con mejores registros de demanda y ventas, el balance del número de trabajadores empleados decreció en el sector comercio de Bogotá hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +6% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que disminuyeron el número de trabajadores (23% en 2017-II vs. 13% en 2016-II). A ello se sumó la disminución de aquellos comerciantes con mayor contratación de mano de obra (17% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 11.

En cuanto a la superficie de ventas, se observaron mejores registros en su balance de respuestas, expandiéndose hacia niveles del 3% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. -3% un año atrás). Ello obedeció principalmente a disminuciones en la proporción de comerciantes con menores superficies (17% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), lo cual logró compensar la disminución de aquellos comerciantes con mejoras en dicha variable (20% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Bogotá, la mayoría (94%) expresó no haber pensado o realizado una relocaliza-

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

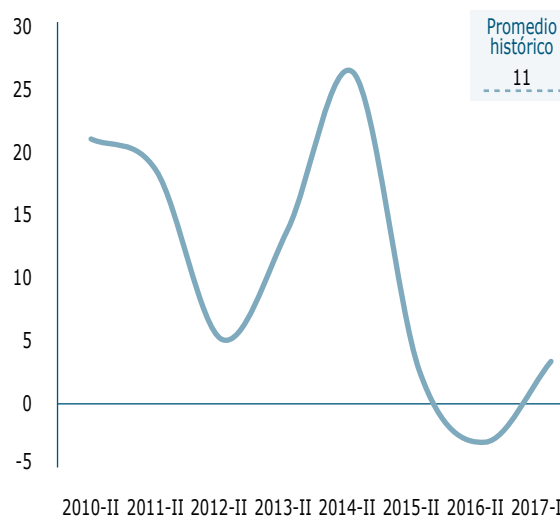
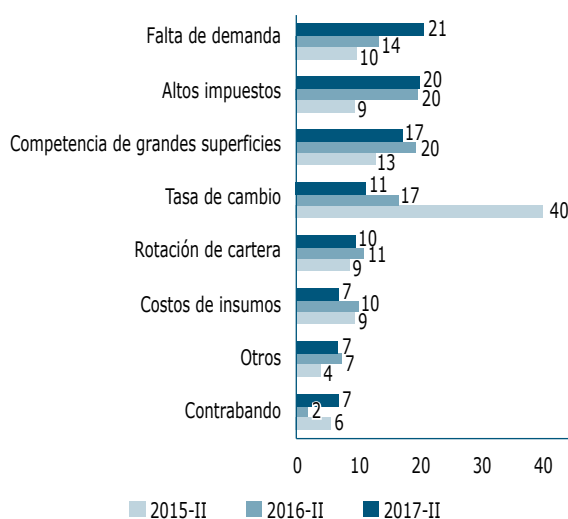


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

ción en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales de Bogotá identificaron la falta de demanda como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (21% vs. 14% un año atrás). A ello le siguieron los altos impuestos (20% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y la competencia con grandes superficies (17% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros dos sectores de Bogotá, los empresarios del sector de servicios vieron una notoria mejoría en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 1% un año atrás y 23% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por la expansión en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (43% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como por la disminución en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (20% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron expansiones en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 19% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año

atrás). Dicho incremento obedeció tanto a expansiones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (40% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como al menor porcentaje de empresarios de servicios con descensos en dichas ventas (22% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en los otros sectores, la mayoría (55%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha mejora en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las pequeñas y medianas empresas de servicios de Bogotá, llevando su balance de respuestas hacia niveles del 15% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás). Ello obedeció tanto a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (35% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) como a descensos en aquellos con reducciones en dicha variable (21% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Bogotá vieron incrementar el balance de respuestas sobre sus costos de operación hacia niveles del 37% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció al incremento en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (50% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) y a la disminución en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (12% en 2017-II vs. 15% en 2016-II).

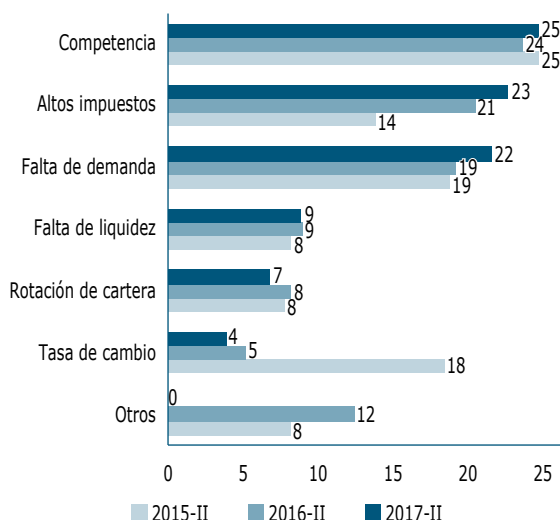
Aún con el aumento de costos, los márgenes de ganancia tuvieron mejoras en su balance de respuestas hacia niveles del 5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -3% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por descensos en los empresarios de servicios con disminuciones en sus márgenes (24% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como por leves aumentos en la porción de la muestra con incrementos en dicho rubro (29% en 2017-II vs. 28% en 2016-II).

Todo lo anterior influyó positivamente en el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Bogotá hacia niveles del -2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -4% un año atrás), aunque se mantuvo en el plano negativo. Dicha mejora en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios de servicios que incrementaron el número de trabajadores (24% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), lo cual primó sobre el efecto de aumentos en la porción de la muestra con descensos de puestos de trabajo (26% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios bogotanas, la mayoría (90%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (3%) y otras razones (7%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Bogotá para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la competencia (25% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas con los altos impuestos (23% en 2017-II vs. 21% en 2016-II) y la falta de demanda (22% en 2017-II vs. 19% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (4% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

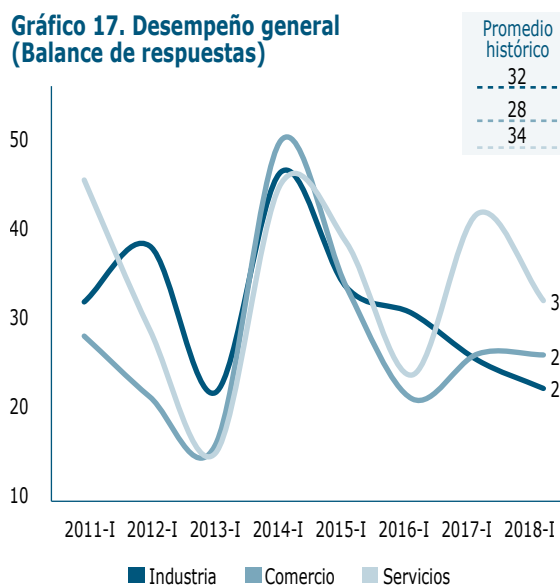
Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de industria empeoró levemente hacia niveles del 23% para el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció principalmente al descenso en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (35% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), el cual no logró ser compensado por el descenso en los empresarios con deterioros en sus expectativas (12% en 2018-I vs. 14% en 2017-I). Ello se vio acompañado de un aumento en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (21% vs. 14% un año atrás), ver gráfico 17.

Más notorio fue el deterioro de las perspectivas del volumen de producción, disminuyendo su balance de respuestas hacia niveles del 12% en el primer semestre de 2018 (vs. 50% un año atrás). Ello se dio tanto por descensos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (33% en 2018-I vs. 63% en 2017-I), como por incrementos en

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



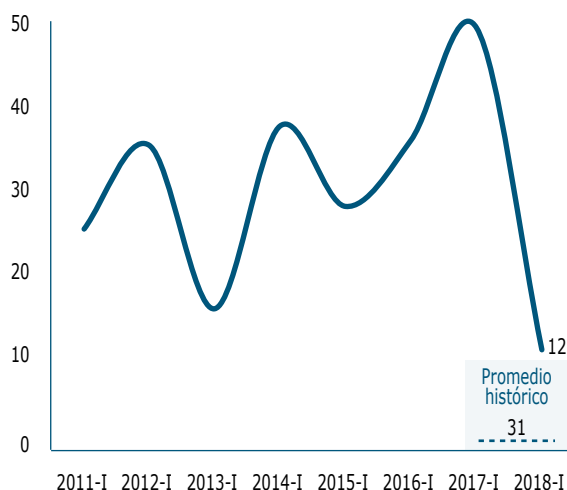
la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (21% en 2018-I vs. 13% en 2017-I), ver gráfico 18.

También se observaron caídas en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 10% en el primer semestre de 2018 (vs. 48% un año atrás y 29% del promedio histórico). Al igual que en el caso de la producción, el menor número de pedidos obedeció tanto a descensos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (33% en 2018-I vs. 61% en 2017-I),

como a incrementos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (24% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 19.

En línea con el pesimismo en expectativas, el balance de respuestas referentes a la inversión en maquinaria y equipo se redujo hacia niveles del 7% para el primer semestre de 2018 (vs. 37% en 2017-I). Allí confluyeron los efectos de la disminución en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (20% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), y el incremento en la porción de la muestra que veía descensos en dicha variable (13% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 20.

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



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre el desempeño general de los comerciantes se mantuvo en niveles cercanos al 26% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció al descenso en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (14% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), pues la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación se estancó en niveles del 41%. Lo anterior también se vio acompañado de valores del 18% en la proporción de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 14% en 2017-I), ver gráfico 17.

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

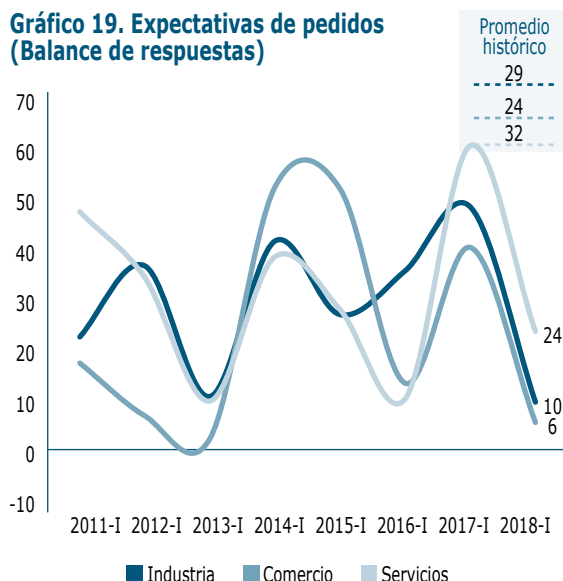
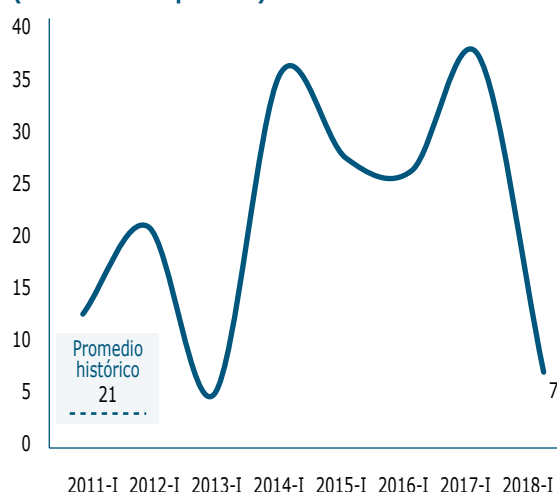


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



Por su parte, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos se redujo hacia el 6% en el primer semestre de 2018 (vs. 40% un año atrás y 24% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a descensos en la porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (31% en 2018-I vs. 57% en 2017-I), como al aumento en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (25% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), ver gráfico 19.

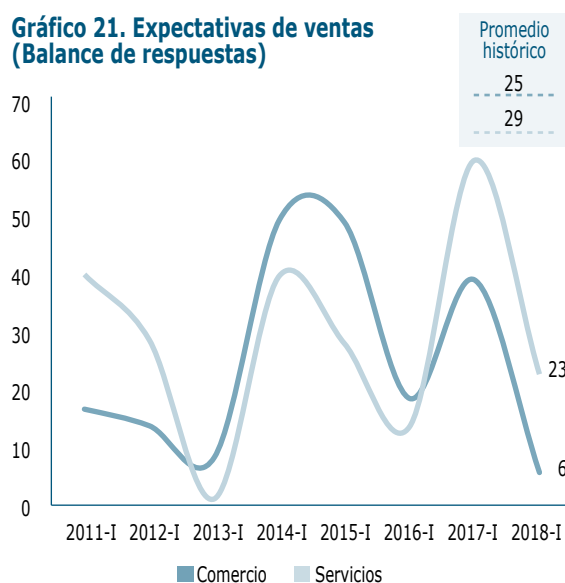
En lo referente a las ventas, también se evidenciaron descensos en el balance de las expectativas hacia niveles del 6% en el primer semestre de 2018 (vs. 39% un año atrás). Ello obedeció tanto a descensos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en ventas (32% en 2018-I vs. 56% en 2017-I), como a incrementos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (26% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en la industria y el comercio, el sector Pyme de servicios de Bogotá experimentó descensos en el balance de respuestas acerca de sus expectativas hacia niveles del 33% para el primer semestre de 2018 (vs. 42% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a descensos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (42% en 2018-I vs. 50% en 2017-I), como a aumentos en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (10% en 2018-I vs. 8% en 2017-I). Ello vino acompañado de aumentos en la porción que veía una elevada incertidumbre en dicha variable (21% en 2018-I vs. 12% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Bogotá, su balance de respuestas tam-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



bién cayó hacia el 24% en el primer semestre de 2018 (vs. 61% un año atrás y 32% del promedio histórico). Allí también se vieron reforzados los efectos referentes a: i) descensos en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (37% en 2018-I vs. 72% en 2017-I); y ii) aumentos en la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (14% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios se deterioró hacia niveles del 23% para el primer semestre de 2018 (vs. 60% un año atrás). Ello se explica tanto por descensos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (38% en 2018-I vs. 71% en 2017-I), como por incrementos en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (15% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Bogotá incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (49% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), comercio (53% en 2017-II vs. 41% en 2016-II) y servi-

cios (39% en 2017-II vs. 26% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de un aumento en la tasa de aprobación crediticia en los sectores de industria (99%

en 2017-II vs. 94% en 2016-II) y servicios (94% en 2017-II vs. 90% en 2016-II), mientras que se registraron menores tasas de aprobación en el sector comercio (97% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Bogotá, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (42% en 2017-II vs. 56% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos

a largo plazo (32% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) y a corto plazo (22% en 2017-II vs. 15% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (40% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), seguido por el corto plazo (31% en 2017-II vs. 32% en 2016-II) y largo plazo (27% en 2017-II vs. 27% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el largo plazo (36% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), seguido por el corto plazo (33% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y el mediano plazo (29% en 2017-II vs. 38% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme de Bogotá (41% en 2017-II vs. 55% en 2016-II) y en el comercio (42% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), el plazo prevalente fue el mediano plazo. Por su parte, en los servicios, la mayor aprobación se dio en el largo plazo (35% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. solicitados, se presentaron descensos en los sectores de industria (82% en 2017-II vs. 93% en 2016-II), comercio (85% en 2017-II vs. 89% en 2016-II) y servicios (87% en 2017-II vs. 96% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Bogotá.

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

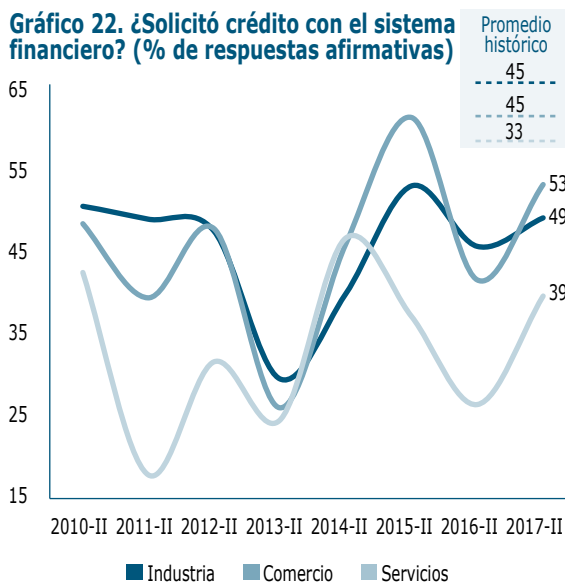


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

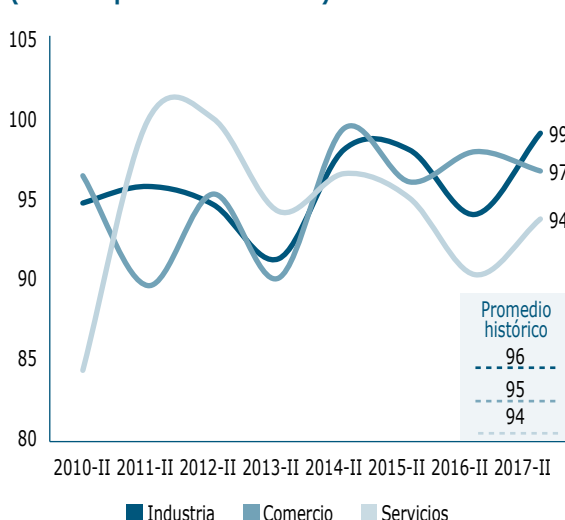
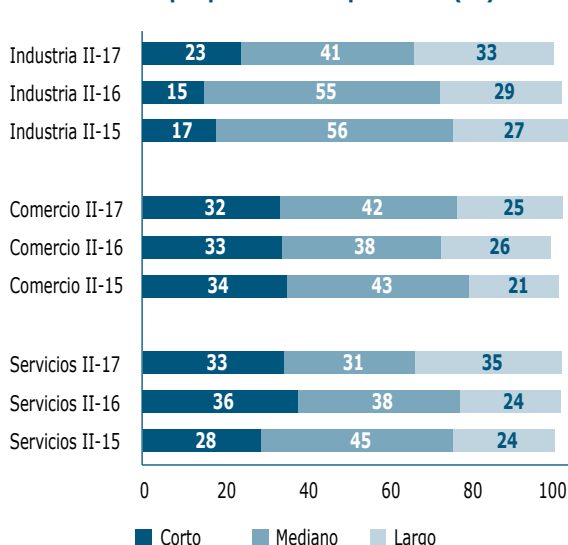


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (44% en 2017-II vs. 56% en 2016-II), comercio (56% en 2017-II vs. 63% en 2016-II) y servicios (41% en 2017-II vs. 58% en 2016-II) fue de hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017 (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de industria (59% en 2017-II vs. 69% en 2016-II), comercio (57% en 2017-II vs. 64% en 2016-II) y servicios (63% en 2017-II vs. 66% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30).

La mayoría de las Pymes de industria (67%) y comercio (69%) de Bogotá usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, mientras que el sector servicios (44%) los usó para la consolidación del pasivo (ver gráfico 31). Para la industria (29%) y el comercio (31%), el segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo, mientras que para servicios (39%),

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

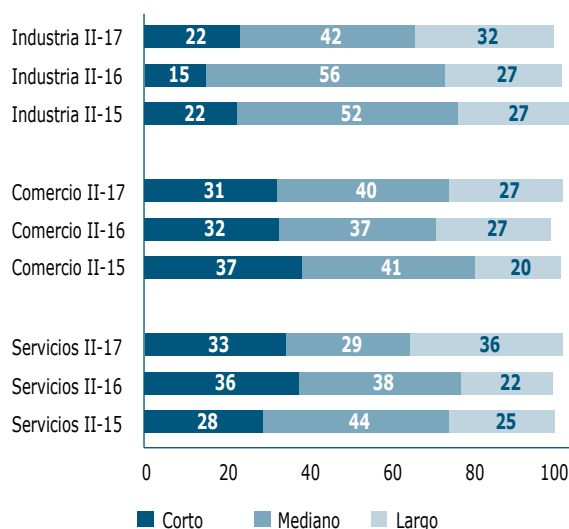


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

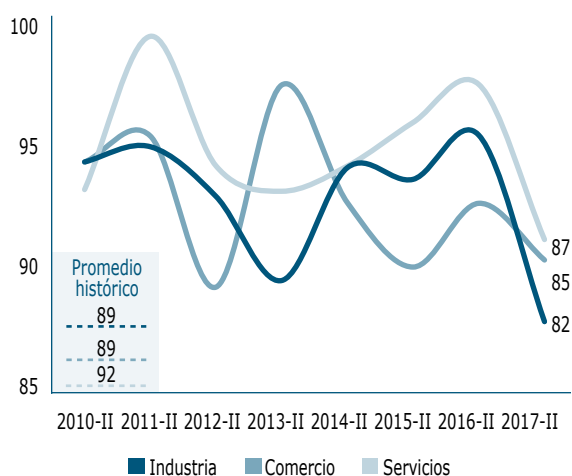


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

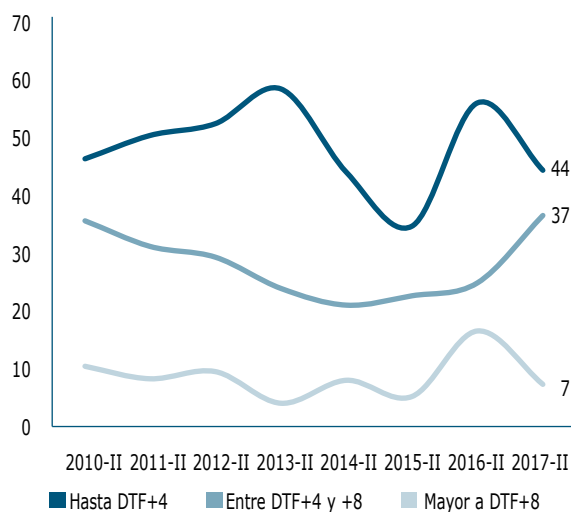
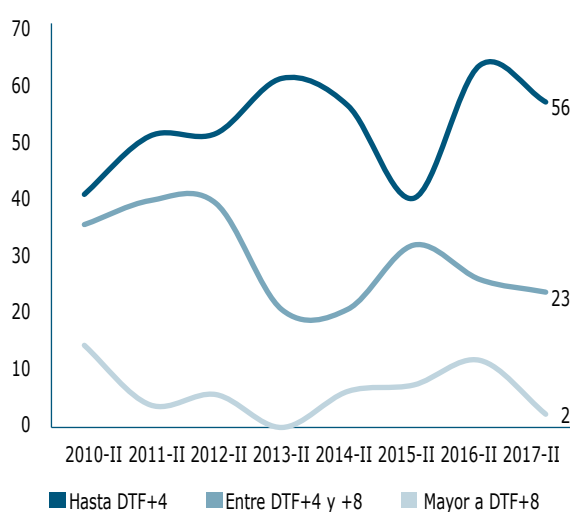


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



dicha segunda opción de uso fue financiar el capital de trabajo.

Una parte importante de las Pymes de industria (53%), comercio (58%) y servicios (58%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (19%), mientras

que para el comercio (19%) y los servicios (20%) la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios.

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Bogotá si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recur-

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

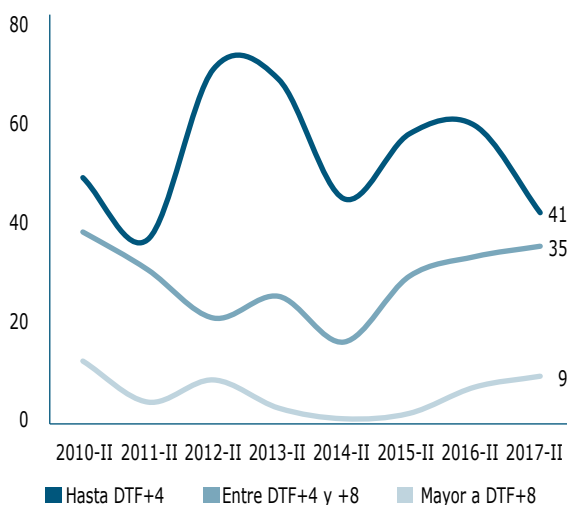


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

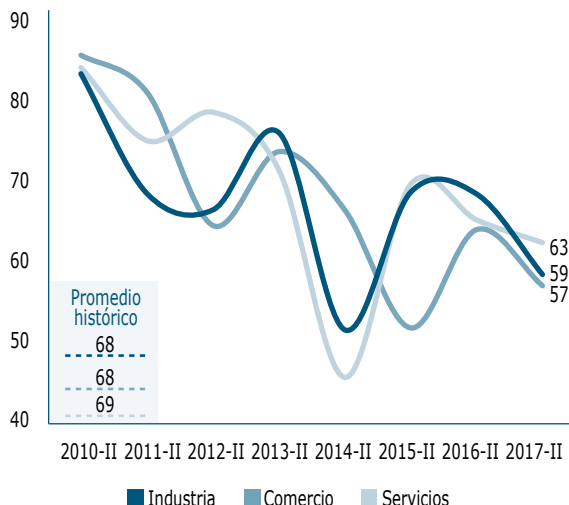


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

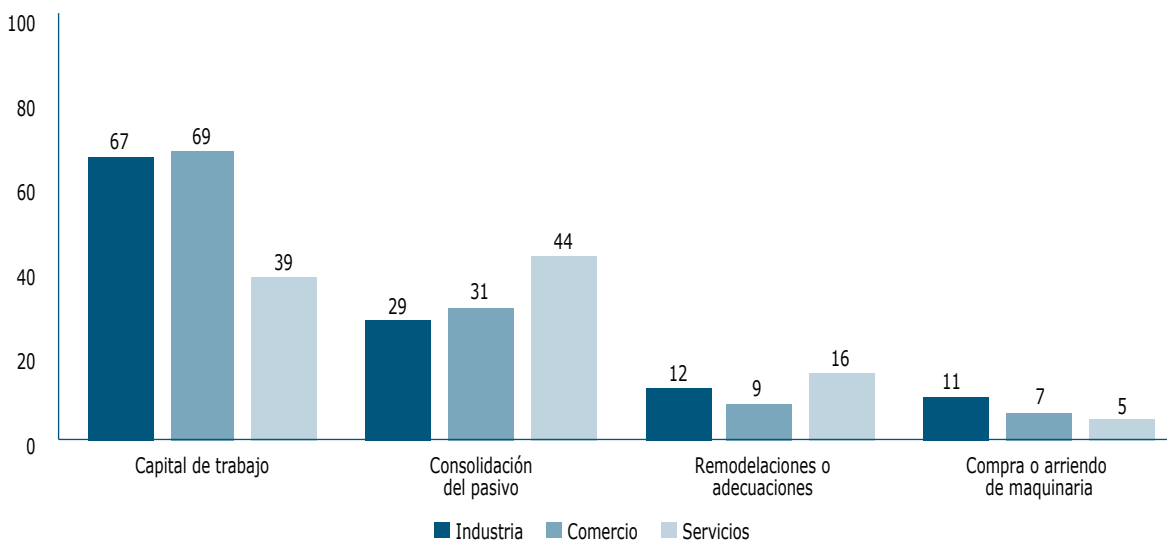
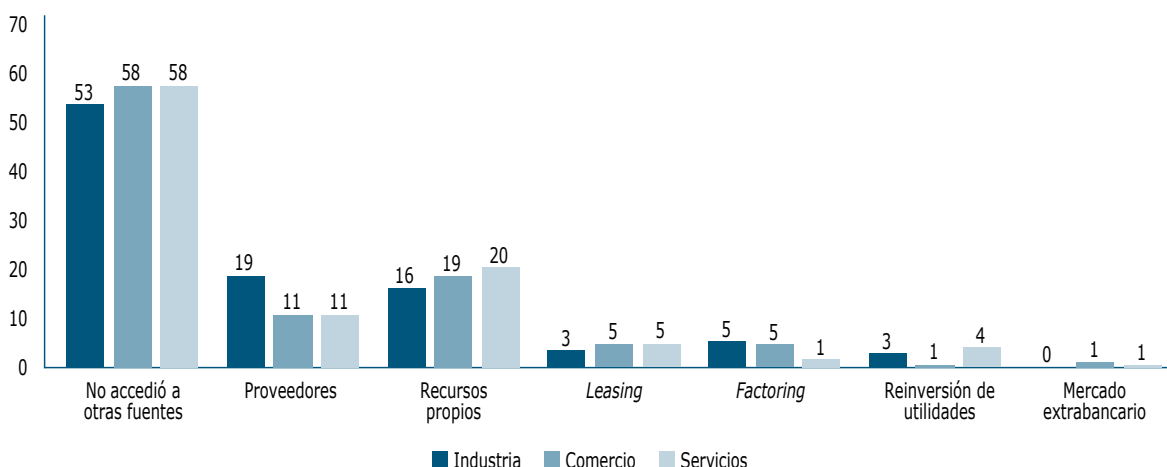
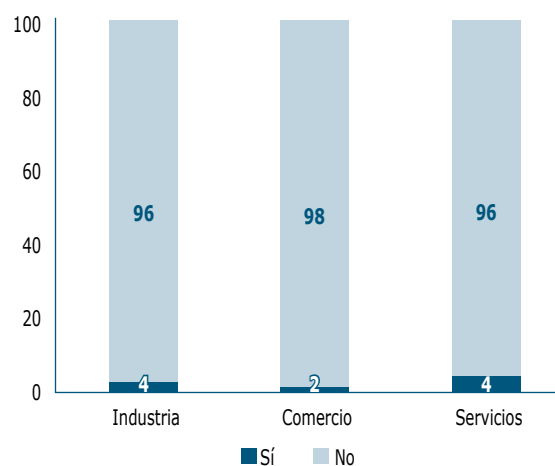
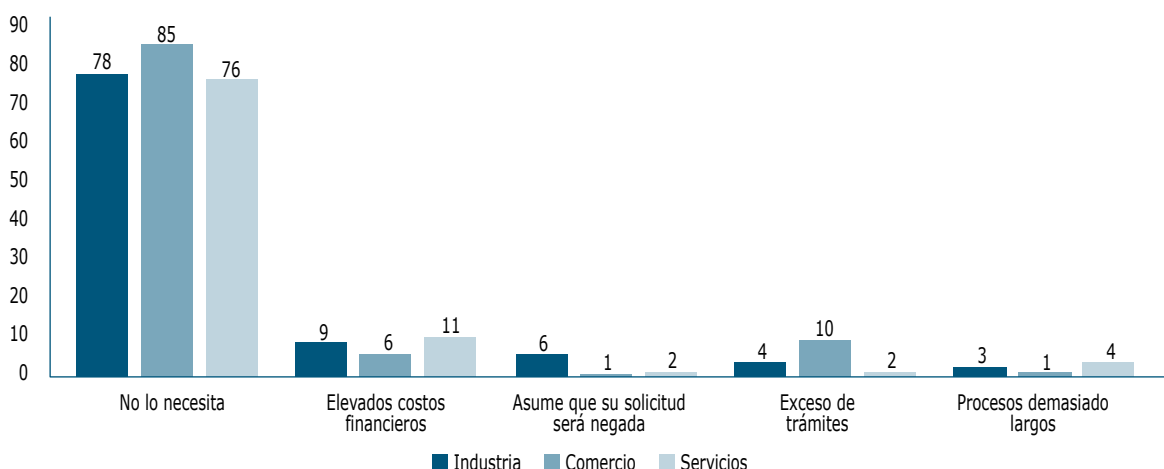


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

En el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (96% industria, 98% comercio y 96% servicios), ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Bogotá no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 78% en industria, un 85% en comercio, y un 76% en servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros para industria (9%) y servicios (11%), mientras que para el comercio dicha segunda razón fue el exceso de trámites (10%), ver gráfico 34.

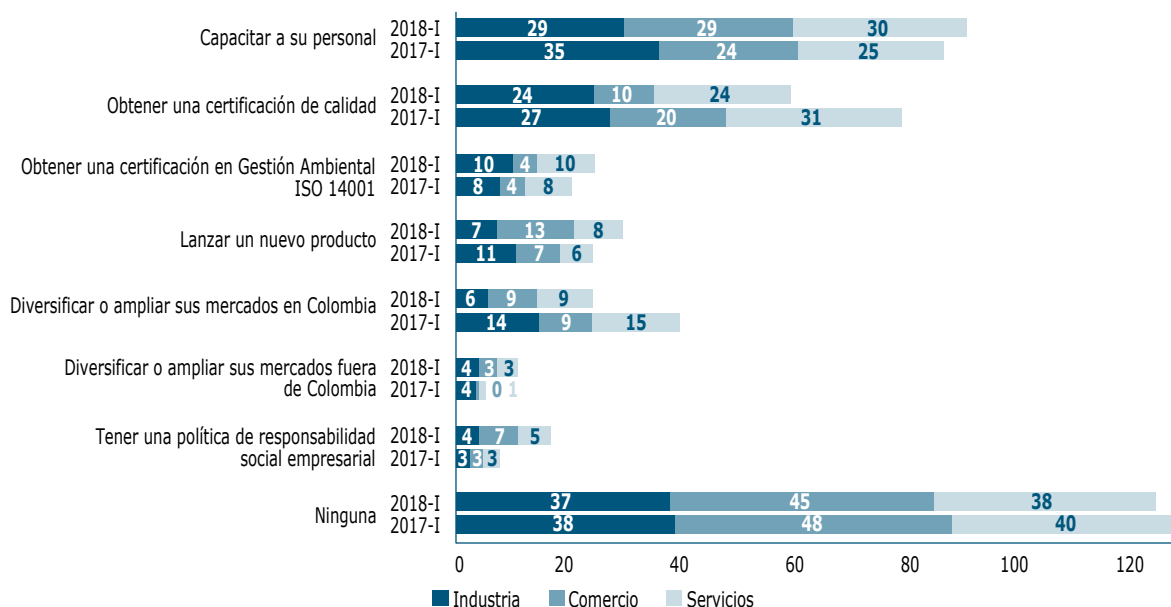
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año?**Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)**

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Bogotá fue capacitar a su personal (un 29% en industria, un 29% en comercio y un 30% en servicios), seguida de la obtención de una certificación de calidad (un 24% en industria, un 10% en comercio y un 24% en servicios) y la obtención de certificaciones en gestión ambiental

tal (un 10% en industria, un 4% en comercio y un 10% en servicios), ver gráfico 35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 decreció levemente en industria (37% en 2018-I vs. 38% en 2017-I), comercio (45% en 2018-I vs. 48% en 2017-I) y servicios (38% en 2018-I vs. 40% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría del capital social de las Pymes de Bogotá tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (99% en 2017-II vs. 85% en 2016-II), comercio (99% en 2017-II vs. 80% en 2016-II) y servicios (97% en 2017-II vs. 86% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (9% industria, 12% comercio y 19% servicios), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (1% industria, 7% comercio y 12% servicios) y las alcaldías (1% industria, 4% comercio y 3% servicios).

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (52% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), comercio (40% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) y servicios (47% en 2017-II vs. 41% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales con pares (18% industria, 12% comercio y 14% servicios), la incursión en nuevos mercados (14% industria, 11% comercio y 8% servicios) y el conocer nuevos mercados (10% industria, 14% comercio y 6% servicios).

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

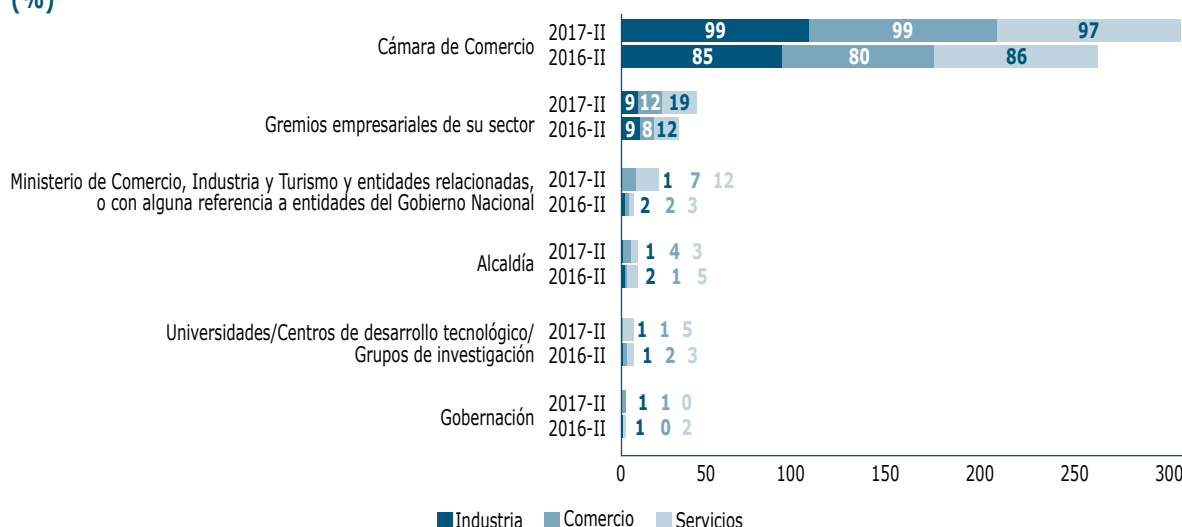


Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)



PREGUNTAS COYUNTURALES

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,

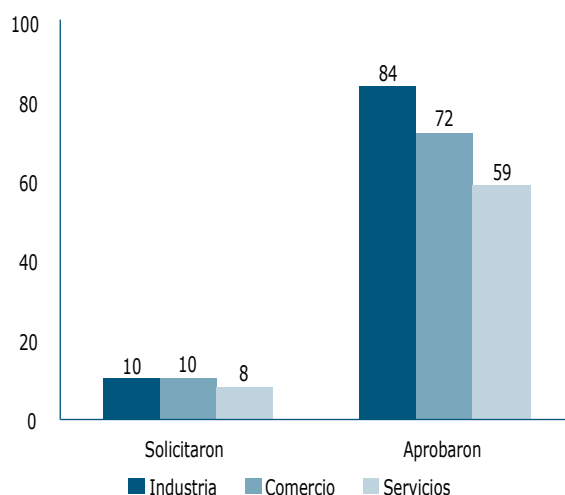
junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (10% industria, 10% comercio y 8% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente elevada en los tres

macrosectores (84% industria, 72% comercio y 59% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (89% industria, 88% comercio y 94% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores le siguieron el exceso de trámites (6% industria, 3% comercio y 3% servicios), los altos costos en la asesoría de reestructuración (3% industria, 5% comercio y 1% servicios), el temor a desmejorar su calificación crediticia (2% industria, 1% comercio y 2% servicios) y el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (1% industria, 3% comercio y 1% servicios).

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo solo cerca de una cuarta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (26% industria, 22% comercio y 25% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (92% industria, 92% comercio y 96% servicios), ver gráfico 41. En industria (48%) y comercio (42%), el modo de contratación principal fue bajo contrato a término fijo, seguido de contrato a término indefinido (33% y 37% respectivamente) y prestación de servicios (19% y 21%), ver gráfico 42. Por su parte, en servicios primó la contratación a término indefinido (38%), segui-

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

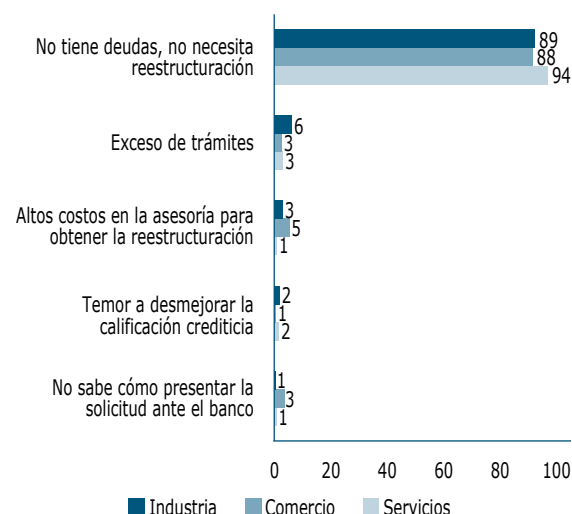


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

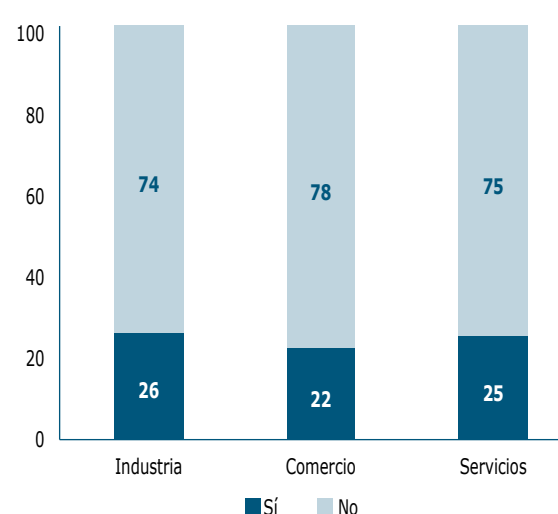
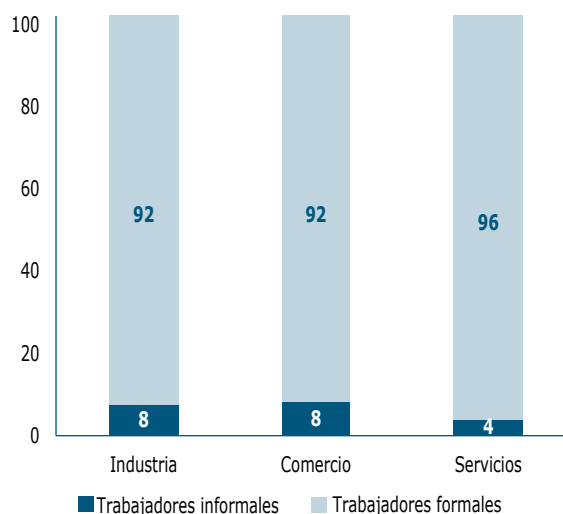
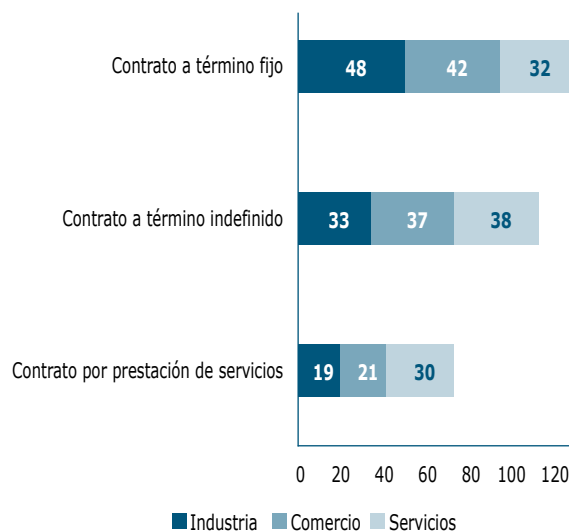
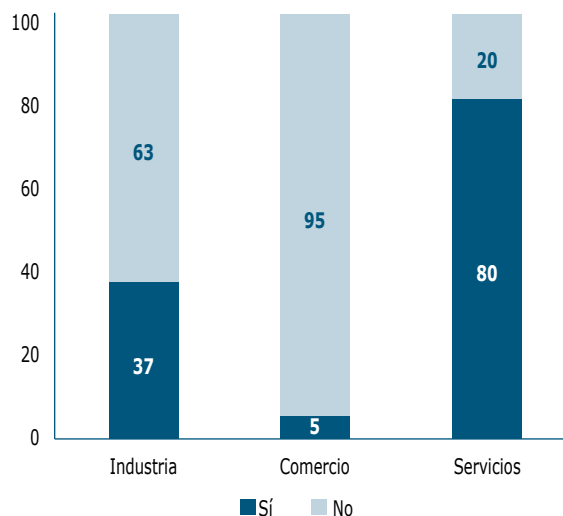


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)**Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)****Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)**

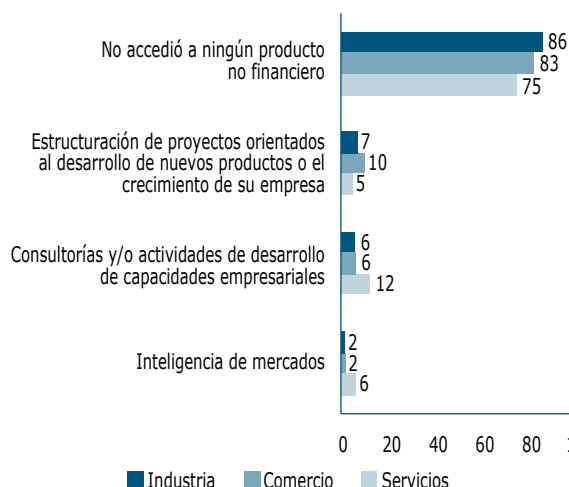
do del término fijo (32%) y prestación de servicios (30%). Finalmente, dichos trabajadores ganaron menos que sus pares colombianos en la gran mayoría de los casos en el sector de servicios (80%), mientras que dicho porcentaje se redujo a claras minorías en los casos de industria (37%) y comercio (5%), ver gráfico 43.

Productos-servicios no financieros

Cerca de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (86% en industria, 83% en comercio y 75% en servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (7% industria, 10% comercio, 5% servicios), consultorías (6% industria, 6% comercio y 12% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (2% industria, 2% comercio y 6% servicios).

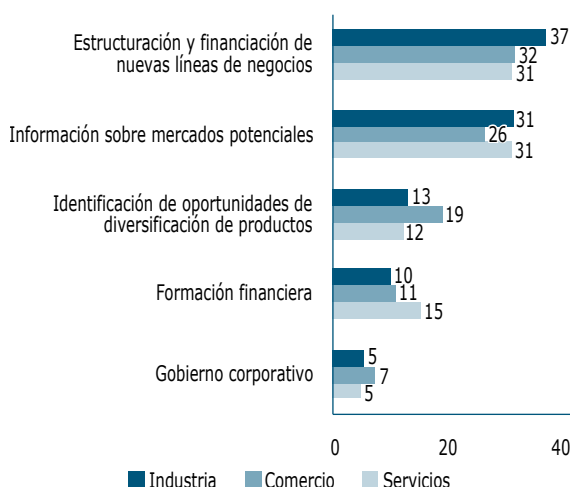
Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios (ver gráfico 45). Los empresarios Pyme de Bogotá mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (37% en industria, 32% en comercio y 31% en servicios); la información sobre nuevos mercados (31% en industria, 26% en comercio y 31% en servicios); y, en tercer lugar, la identificación de oportuni-

Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



des de diversificación de productos en industria (13%) y comercio (19%), mientras que dicha posi-

Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



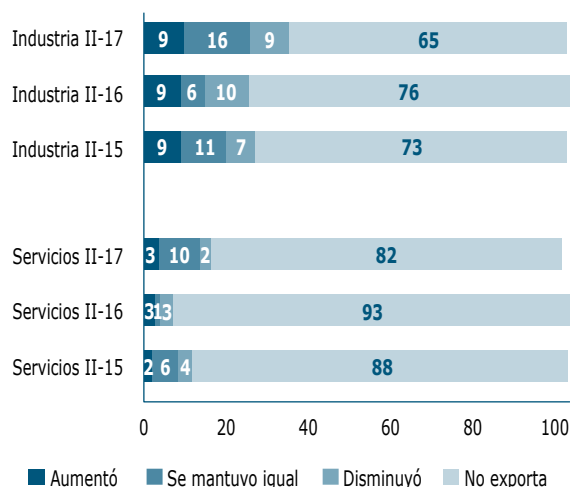
ción en el sector servicios la ocupó la formación financiera (15%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra algún repunte en la vocación exportadora del sector Pyme industrial de Bogotá (aunque el 65% de la muestra no exportó durante 2017-II vs. 76% un año atrás). Dentro de la porción de industriales que sí exportaron, se dieron leves disminuciones en la proporción con descensos en sus exportaciones (9% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), mientras que la porción que aumentó su nivel de ventas en el extranjero permaneció inalterada en el 9%. Por su parte, el porcentaje de empresarios industriales que mantuvieron estables sus exportaciones aumentó (16% en 2017-II vs. 6% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan decreció hacia el 82% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 93% un año atrás). Al igual que en industria, en servicios se dieron disminuciones leves en la porción de empresa-

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



rios con descensos en sus exportaciones (2% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), mientras que la porción con aumentos en dichas ventas permaneció inalterada en niveles del 3%. El porcentaje de empresarios de servicios con ventas estables en el exterior aumentó (10% en 2017-II vs. 1% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (34%), seguido de consi-

Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



derar que no tienen productos exportables (16%) y los riesgos y costos de salir al mercado internacional (14%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (70%), seguido por la ausencia de interés en exportar (13%) y falencias de información (5%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en cerca de la mitad de la muestra encuestada (ver gráfico 48).

Prospectivamente, el gráfico 49 muestra cómo un 67% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 75% un año atrás). Allí se evidencian reducciones en la porción de empresarios que esperaban expandir sus exportaciones (8% en 2018-I vs. 19% en 2017-I) y aumentos en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (6% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), mientras que la porción que esperaba no alterar sus ventas externas aumentó (18% en 2018-I vs. 3% en 2017-I). Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 79% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 91% un año atrás). Ello fue consistente con un descenso en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (4% en 2018-I vs. 5% en 2017-I) y con un incremento en aquellos que esperaban disminuciones (4% en 2018-I vs. 1% en 2017-I), así como con la notoria expansión de quienes espera-

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

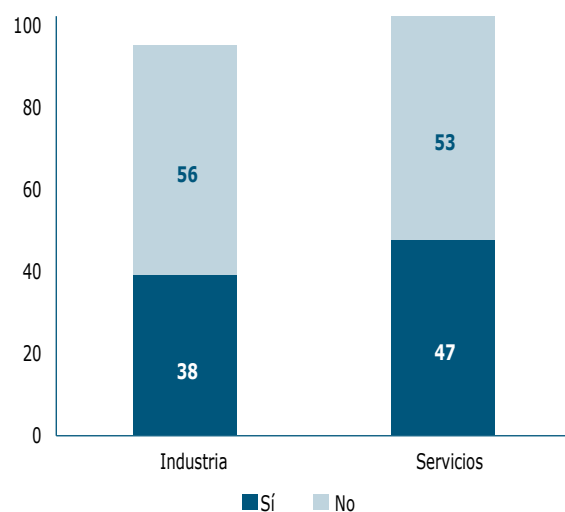
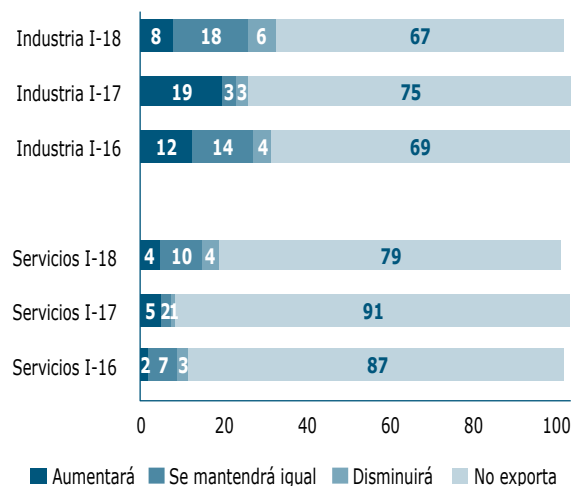


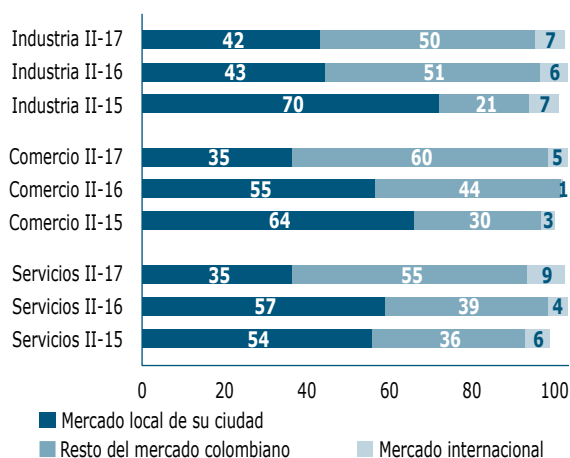
Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



ban registros inalterados de ventas externas (10% en 2018-I vs. 2% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (50%), comercio (60%) y servicios (55%) de Bogotá se enfocaron principalmente en el resto del mercado local colombiano durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 50).

Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



Finalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 60%-80% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (15% industria, 5% comercio y 10% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (8% industria, 2% comercio y 7% servicios); obtener la certificación del producto (6% industria, 2% comercio y 1% servicios); y mejoras en la calidad del proceso productivo (4% industria, 1% comercio y 2% servicios).

Según la óptica de las Pymes industriales y de servicios de Bogotá, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el referente a brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (57% en industria, 49% en comercio y 64% en servicios); mejorar la infraestructura vial-logística del país (35% en industria, 41% en comercio y 31% en servicios); brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (33% en industria, 25% en comercio y 27% en servicios); y aumentar el número de laboratorios de calidad que certifiquen los productos (13% en industria, 11% en comercio y 3% en servicios), ver gráfico 52.

Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

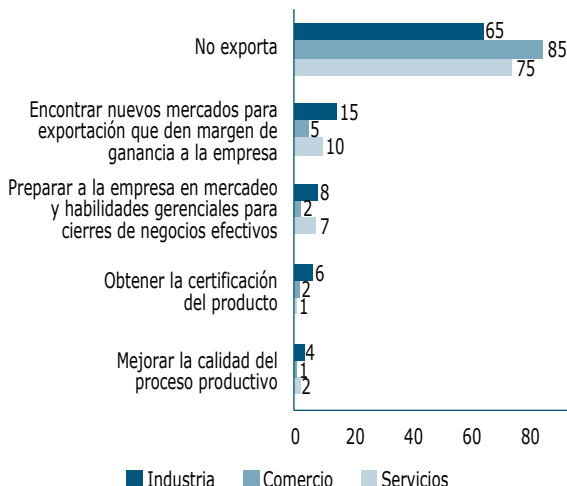
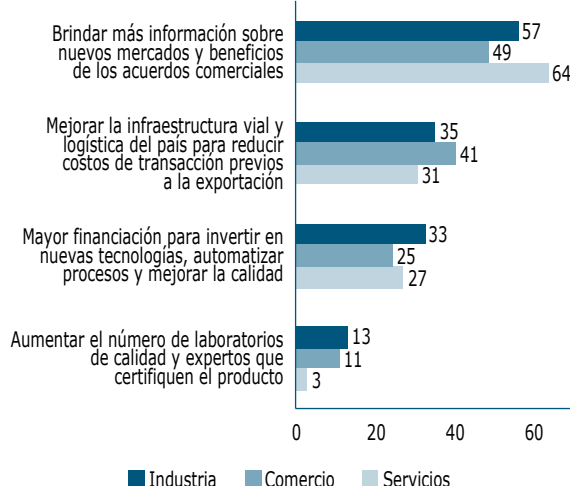


Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



Contratación de personal

Para la ciudad de Bogotá se incluyeron cuatro preguntas adicionales en la presente medición referentes al tema de contratación de personal. La primera de ellas indagó sobre las dificultades para contratar personal, donde la gran mayoría de las Pymes reportó no haber encontrado problemas en su proceso de contratación durante el segundo semestre de 2017 (85% en industria, 81% en comercio y 75% en servicios), ver gráfico 53. Sin embargo, dentro de la porción de empresarios con dificultades en la contratación del personal, resaltaron los problemas relacionados con la ausencia del perfil requerido en el mercado laboral (5% en industria, 5% en comercio y 4% en servicios). A ello le siguió la ausencia de capacidades técnicas en los candidatos (5% en industria, 3% en comercio y 6% en servicios); la poca experiencia laboral de los aspirantes (3% en industria, 4% en comercio y 3% en servicios); y la baja satisfacción de los candidatos con el contrato ofrecido (2% en industria, comercio y servicios).

Asimismo, se preguntó por la importancia de algunas habilidades técnicas-blandas en los candidatos (puntuando dichas habilidades de 1-10, siendo 10 una capacidad muy importante). En general, los empresarios le dieron elevada importancia a la mayoría de los rubros (excepto por el dominio del inglés). En particular, la habilidad-capacidad más importante para los empresarios Pyme de los tres macrosectores es el trabajo en equipo, seguido de la capacidad de aprendizaje y la responsabilidad. Por su parte, las capacidades-habilidades relativa-

mente menos importantes en el proceso de selección para los tres macrosectores fueron el dominio del inglés y el manejo de las tecnologías de la información (ver gráficos 54, 55 y 56).

El gráfico 57 muestra los sectores en los cuales se requiere mayor capacitación-formación del personal. Allí los empresarios industriales adujeron la necesidad de formación en las áreas relacionadas con las herramientas específicas del cargo (51%), seguido por el trabajo en equipo (28%) y el manejo de las relaciones interpersonales (25%). En el sector comercio, dichas necesidades de formación estuvieron encaminadas al trabajo en equipo (31%), las herramientas propias del cargo (29%) y el manejo de las relaciones interpersonales (28%). Finalmente, en el sector servicios los requerimientos en capacitación más importantes fueron las herramientas propias del cargo (39%), el manejo de las tecnologías de la información (27%) y el trabajo en equipo (24%).

En cuanto a las entidades encargadas de realizar la capacitación al personal, los empresarios de los tres macrosectores manifestaron que es la misma empresa la que brinda dicha capacitación (64% en industria, 60% en comercio y 56% en servicios). El segundo lugar lo ocuparon las cámaras de comercio en el sector industrial (18%), mientras que dicho lugar lo ocuparon los proveedores en el sector comercial (29%) y en el sector servicios (13%). Cabe mencionar que una porción no despreciable de la muestra de empresarios de Bogotá no hace (o terceriza) capacitaciones a su personal (8% en industria, 9% en comercio y 27% en servicios), ver gráfico 58.

Gráfico 53. Indique cuáles son las principales dificultades que encontró su empresa para contratar las ocupaciones u oficios requeridos durante 2017 (%)



Gráfico 54. Sector industria: del 1 al 10 (siendo 1 nada importante y 10 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:

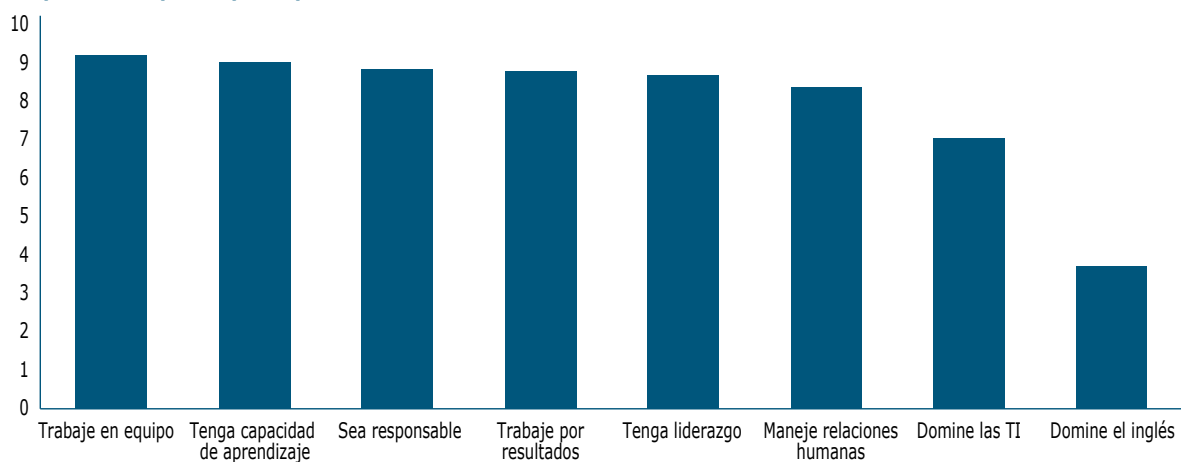


Gráfico 55. Sector comercio: del 1 al 10 (siendo 1 nada importante y 10 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:

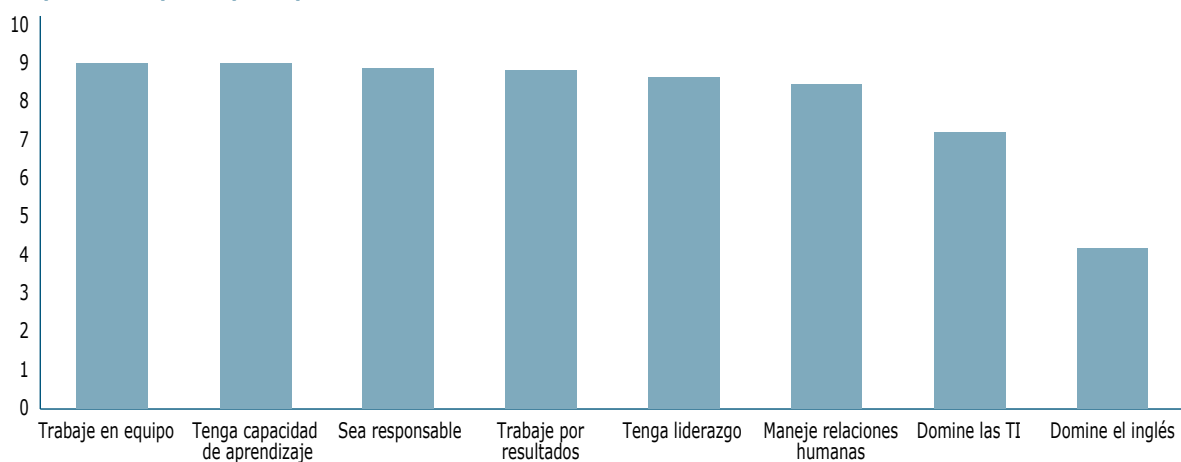


Gráfico 56. Sector servicios: del 1 al 10 (siendo 1 nada importante y 10 muy importante) qué tan importante es para su empresa que el personal:

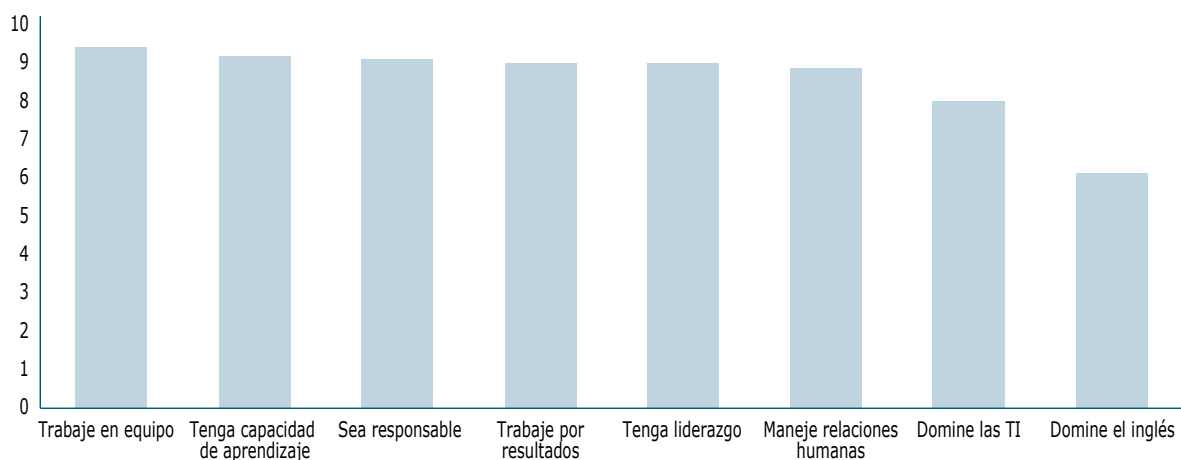
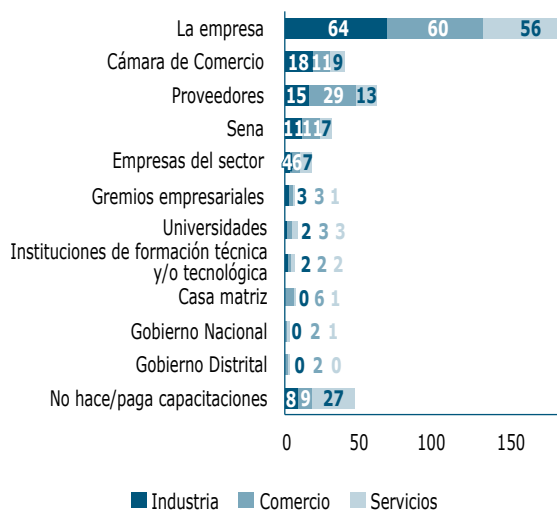


Gráfico 57. Indique en cuáles sectores requiere capacitar o formar personal (%)



Gráfico 58. Entidad encargada de capacitar el personal de su empresa (%)

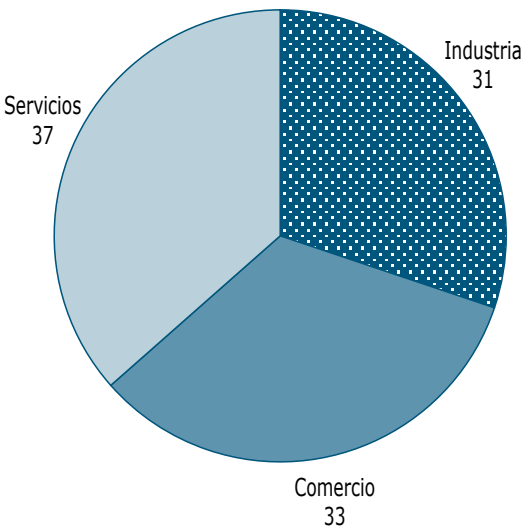




LA GRAN ENCUESTA PYME

BUCARAMANGA

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

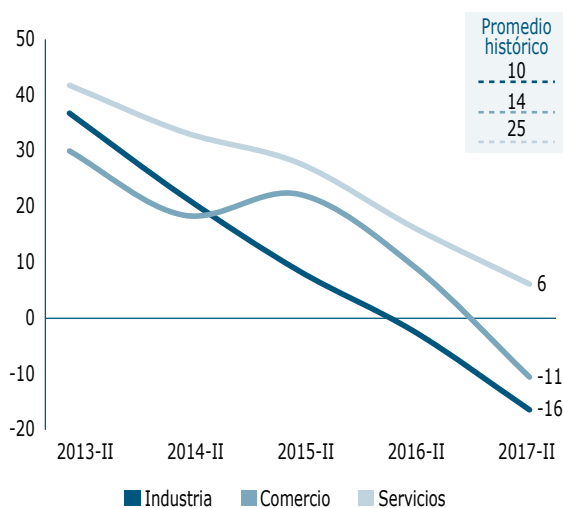
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Bucaramanga se deterioró a niveles del -16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año

atrás y +10% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a disminuciones en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (14% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), como a leves incrementos en aquellos que vieron deterioros en dicho rubro (30% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Bucaramanga).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del -16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -5% un año atrás). Allí confluyeron: i) el efecto del incremento en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (32% en 2017-II vs. 31% en 2016-II); y ii) el decrecimiento en la porción de la muestra con incrementos en dicha variable (15% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales (77%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un deterioro en el balance de respuestas hacia el -13% en el segundo semestre de 2017 (vs. -5% un año atrás

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

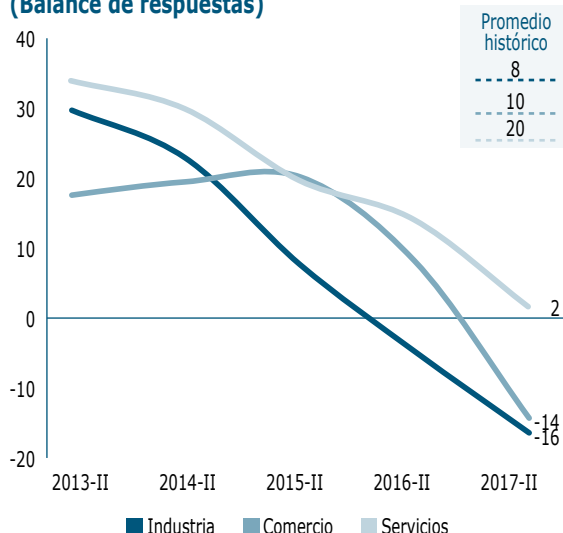
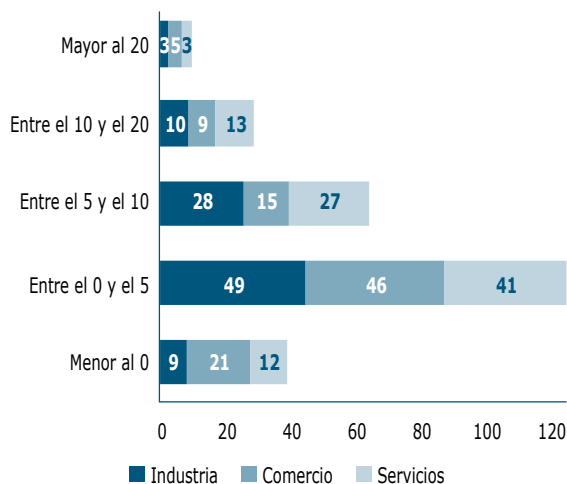


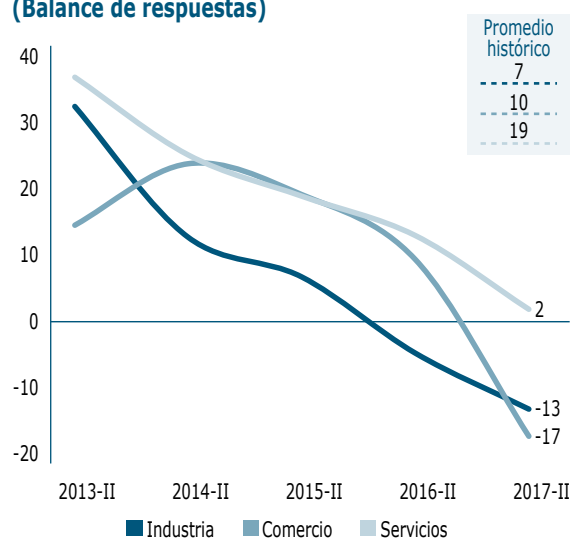
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



y 7% de su promedio histórico). Allí primó la disminución en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (16% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), contrarrestando el efecto de empresarios con caídas en dicha variable (30% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro en el dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 82% de los casos durante 2017-II (vs. 81% un año atrás), dejando porciones menores

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

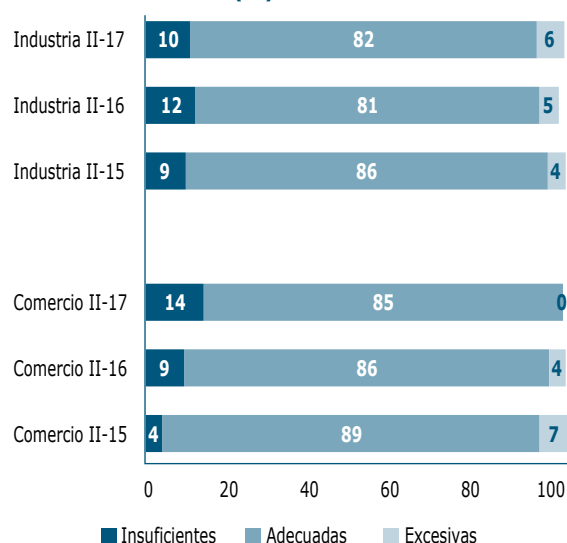


a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (10%) o excesivas (6%), ver gráfico 5.

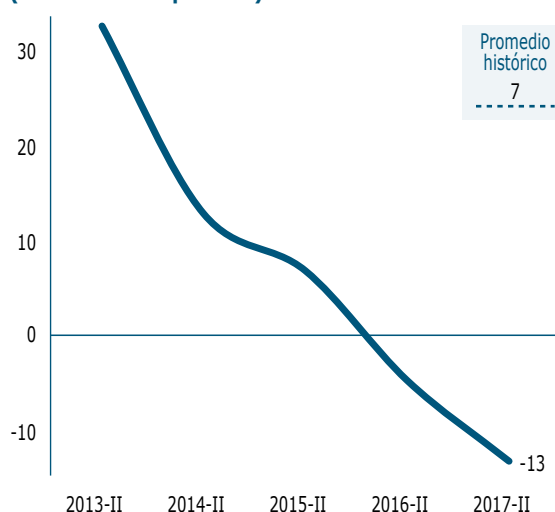
Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Bucaramanga se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del -13% en el segundo semestre de 2017 (vs. -5% un año atrás), ver gráfico 6. Nuevamente, allí pesó el efecto de la caída en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (16% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), más que compensando el efecto de empresarios con disminuciones en dicha variable (30% en 2017-II vs. 31% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se observó un incremento en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) a niveles del 80% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 40% un año atrás), ver gráfico 7. Ello no fue suficiente para presionar la inversión en maquinaria y equipo al alza, pues su balance de respuestas se deterioró levemente hacia niveles del 0% (vs. 6% un año atrás). Esto último se explica por disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (14% en 2017-II vs. 19% en 2016-II) y leves aumentos en aquellos empresarios que la redujeron (14% en 2017-II vs. 13% en 2016-II). Este comportamiento sitúa el balance de respuestas de inversión en maquinaria lejos de su promedio histórico del 11%, ver gráfico 8.

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



El nivel de costos presentó una caída en su balance de respuestas hacia niveles del 12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (26% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), a lo que se sumó la disminución de la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (14% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 9.

A pesar de la mencionada desaceleración en la demanda, la reducción de costos implicó una leve

recuperación en los márgenes de los empresarios industriales de Bucaramanga. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se incrementó hacia niveles del -15% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. -18% un año atrás), aunque se mantuvo en terreno negativo. Ello se explica por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron caídas en sus márgenes (28% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), lo cual logró compensar la disminución de aquellos con expansiones en dicha variable (12% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 10.

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

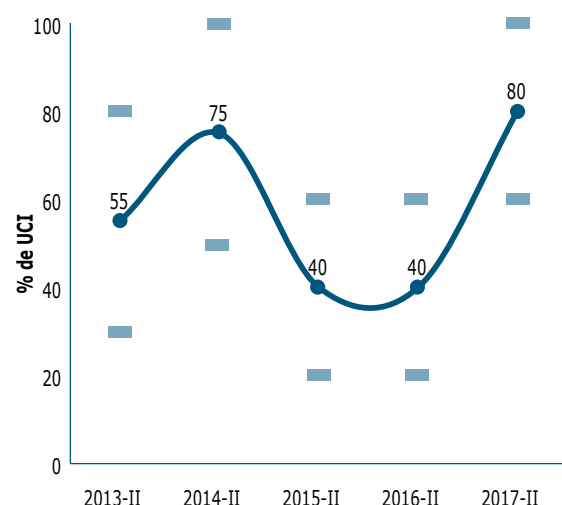


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

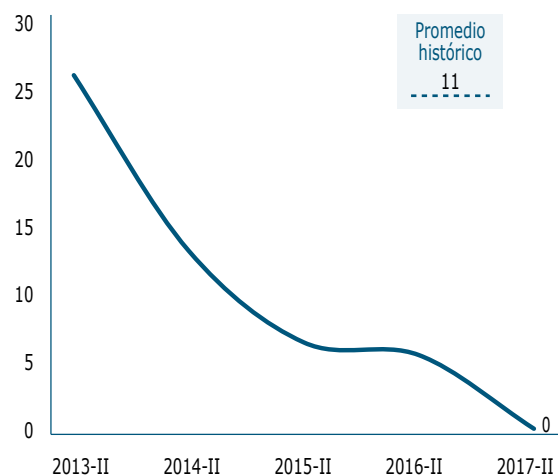


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

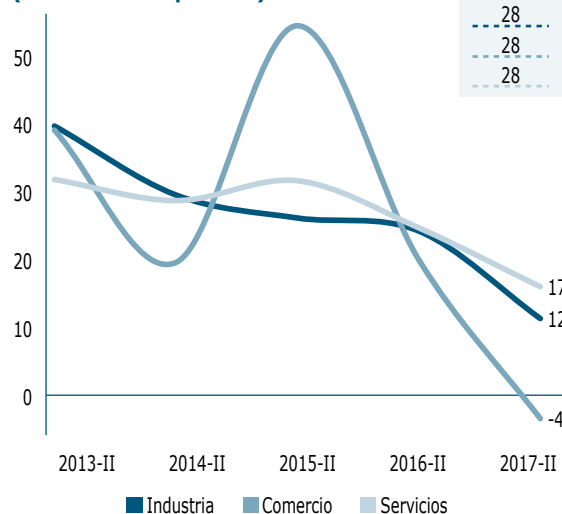
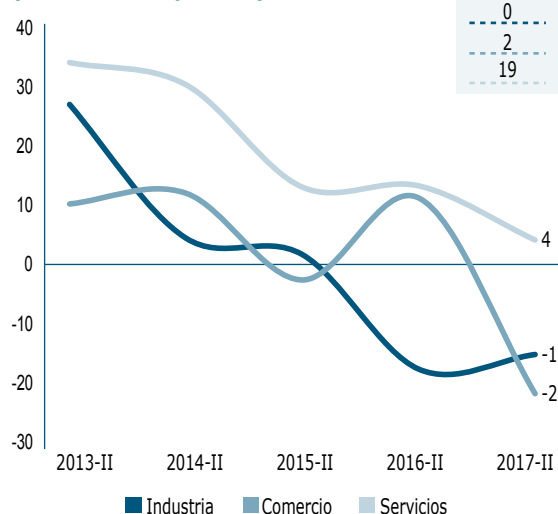
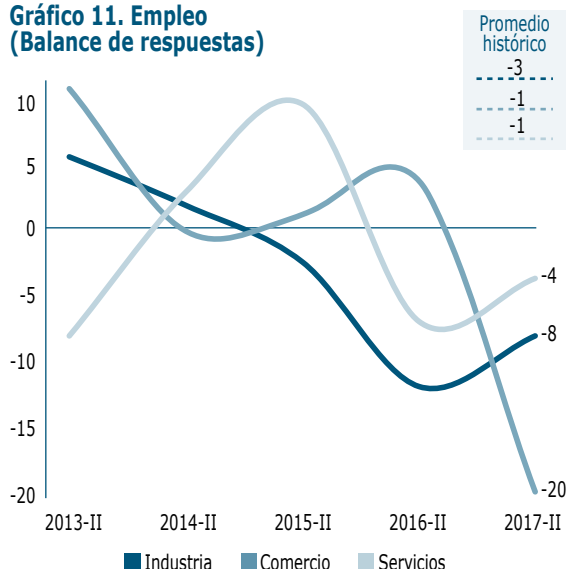


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



El balance de respuestas acerca del número de trabajadores contratados se recuperó levemente hacia el -8% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -12% un año atrás), aunque se mantuvo en terreno negativo. Dicho comportamiento en la generación de empleo obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que redujeron el número de trabajadores (19% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), lo cual logró compensar la leve caída en la proporción de aquellos que crearon puestos de trabajo (11% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 11.

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)



Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Bucaramanga, la mayoría (89%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (8%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (3%).

Los principales problemas para el sector industrial de Bucaramanga fueron los costos de los insumos (29%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocupó la falta de demanda (25%), su prevalencia se mantuvo inalterada frente a lo observado un año atrás, ver gráfico 13. A ello le siguieron los altos impuestos (15% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y la tasa de cambio (7%, inalterada frente a un año atrás). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Bucaramanga fueron la insuficiencia de capital de trabajo (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II) y el contrabando (2% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Bucaramanga se deterioró hacia niveles del -11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +9% un año atrás y +14% del promedio histórico). Ello

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

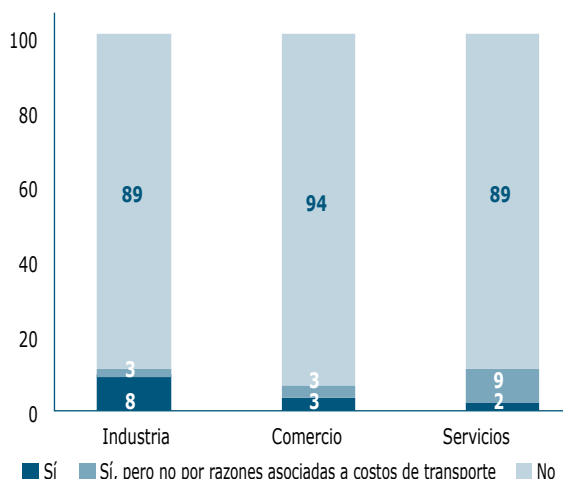
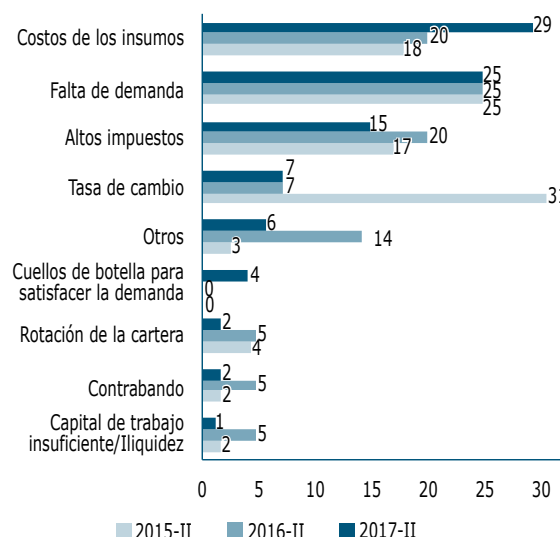


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



obedeció tanto al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (31% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), como al decremento del porcentaje de empresarios con mejoras (20% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el -14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +8% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (38% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como a caídas en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dichas ventas (24% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (61%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del -17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +9% un año atrás y 10% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (38% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como a caídas en la porción de comerciantes con aumentos en dicha variable (20% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 85% de los casos durante 2017-II (vs. 86% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (14%) o excesivas (0%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se redujo al -4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +21% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por la disminución en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (18% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), como por incrementos en la proporción de comerciantes con reducciones en dicha variable (22% en 2017-II vs. 15% en 2016-II).

Dicha baja demanda no pudo ser compensada por la caída en los costos e implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Bucaramanga. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +11% un año atrás). Ello se

dio tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (11% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (32% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 10.

Asimismo, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Bucaramanga se redujo hacia niveles del -20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +3% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que disminuyeron el número de trabajadores (32% en 2017-II vs. 7% en 2016-II), lo cual no pudo ser compensado por el leve incremento en la proporción de aquellos comerciantes que crearon puestos de trabajo (13% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 11.

En línea con la menor demanda, se dieron deterioros en el balance de respuestas acerca de la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del -17% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. +9% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes con mayores superficies (13% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), como a aumentos en aquellos comerciantes con reducciones en dicha variable (30% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Bucaramanga, la mayoría (94%) expresó no haber pensado o realizado una re-

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

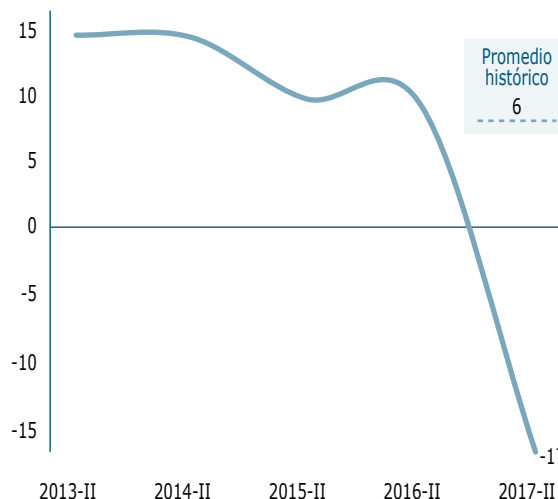
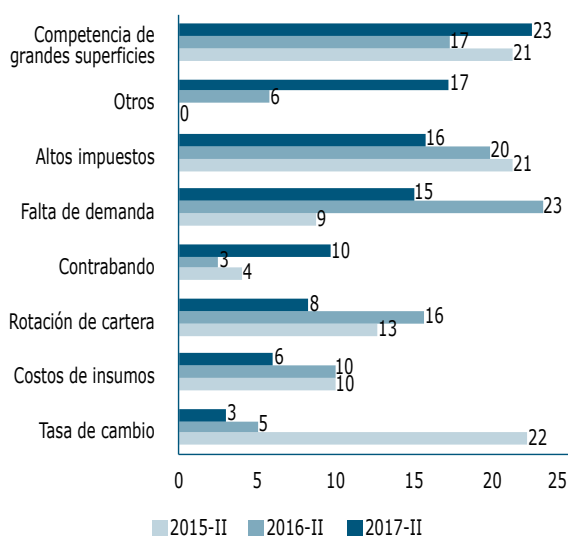


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

localización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (3%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales de Bucaramanga identificaron la competencia de grandes superficies como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (23% vs. 17% un año atrás). A ello le siguieron "otros problemas" (17% en 2017-II vs. 6% en 2016-II) y los altos impuestos (16% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros dos sectores de Bucaramanga, los empresarios del sector de servicios vieron un deterioro en el balance de respuestas sobre su situación económica general hacia niveles del 6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello ocurrió por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (24% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), las cuales compensaron las disminuciones en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (18% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 14% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a disminuciones en

la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (26% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), como a incrementos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dichas ventas (24% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, casi la mitad (68%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Bucaramanga, disminuyendo su balance de respuestas hacia niveles del 2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás y 19% de su promedio histórico). Ello obedeció a disminuciones en los empresarios con aumentos en sus pedidos (23% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), que no pudieron ser compensadas por las disminuciones de aquellos con reducciones en dicha variable (21% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Bucaramanga observaron una caída en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 17% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció tanto a una caída en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (30% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), como a un incremento de la porción que reportó descensos en dicha variable (13% en 2017-II vs. 10% en 2016-II).

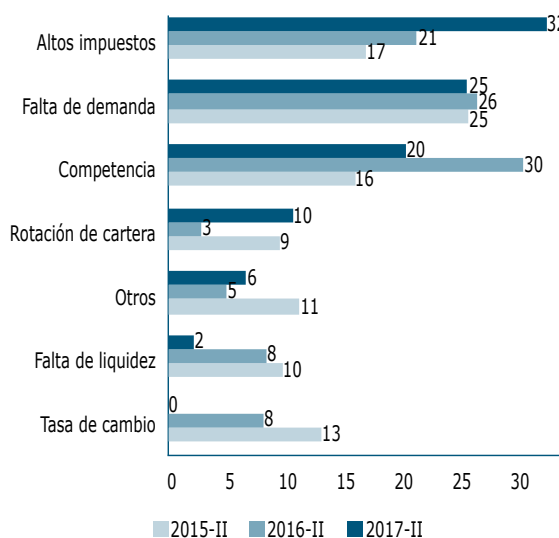
A pesar de la reducción de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por descensos en los empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (27% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como por aumentos en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (23% en 2017-II vs. 22% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se evidenció una recuperación del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Bucaramanga hacia niveles del -4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -7% un año atrás), aunque permaneció en niveles negativos. Dicho ascenso en la generación de empleo obedeció a aumentos en la porción de la muestra con crecimiento en los puestos de trabajo (18% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), lo cual compensó el leve crecimiento de la proporción de empresarios de servicios que destruyeron puestos de trabajo (22% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Bucaramanga, la mayoría (89%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (9%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Bucaramanga para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (32% en 2017-II vs. 21% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas a la falta de demanda (25% en 2017-II vs. 26% en 2016-II) y la competencia (20% en 2017-II vs. 30% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (0% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

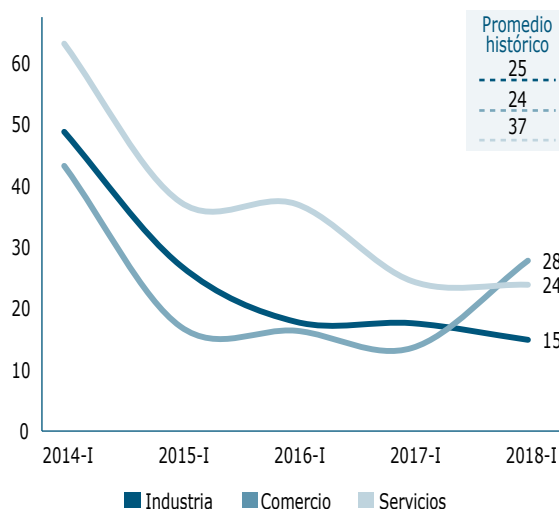
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria empeoró hacia niveles del 15% para el primer semestre de 2018 (vs. 18% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de empresarios con deterioros en dicha variable (22% en 2018-I vs. 14% en 2017-I), que compensaron el crecimiento en los empresarios con mejoras en sus expectativas (37% en 2018-I vs. 32% en 2017-I). Ello se acompañó con una disminución en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (4% vs. 26% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, el balance acerca de las perspectivas del volumen de producción aumentó marginalmente hacia niveles del 6% en el primer semestre de 2018 (vs. 5% un año atrás). Ello se dio por incrementos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (28% en 2018-I vs. 26% en 2017-I), que compensaron el incremento de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (22% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), ver gráfico 18.

Se observaron deterioros en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 2% en el primer semestre de 2018 (vs. 7% un año atrás).

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



un año atrás y 22% del promedio histórico). Ello se explica tanto por el aumento en la porción de empresarios que esperaban disminuciones en pedidos (24% en 2018-I vs. 20% en 2017-I), como por las disminuciones en la porción de encuestados que preveían ascensos en dicha variable (26% en 2018-I vs. 27% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se deterioró a niveles del 4% para el primer semestre de 2018 (vs. 13% un año atrás). Allí pesaron tanto el efecto

de la caída en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (23% en 2018-I vs. 29% en 2017-I), como el crecimiento en la porción de la muestra que veía decrecimientos en dicha variable (18% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se incrementó hacia el 28% en el primer semestre de 2018 (vs. 14% un año atrás). Ello obedeció principalmente al decrecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (8% en 2018-I vs. 23% en 2017-I), pues la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación permaneció inalterada (36%). Lo anterior también se vio acompañado de valores del 19% en el porcentaje de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 10% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, incrementándose su balance de respuestas hacia el 22% en el primer semestre de 2018 (vs. 8% un año atrás y 20% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban aumentos en pedidos (36% en 2018-I vs. 30% en 2017-I), como al decrecimiento de la porción de en-

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

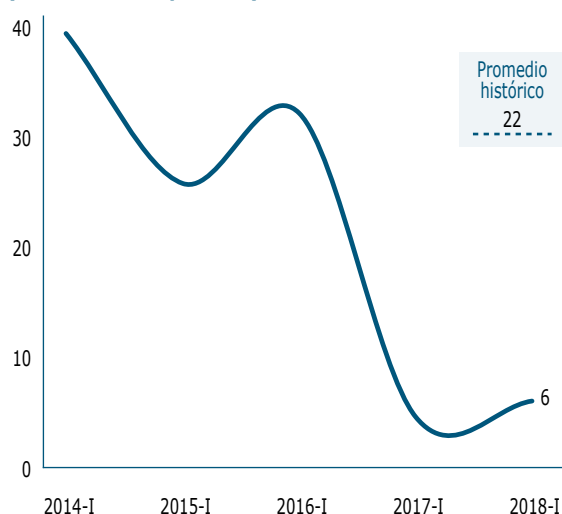


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

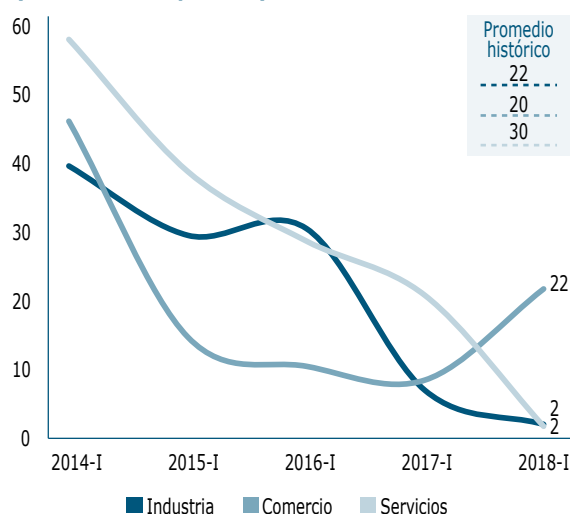
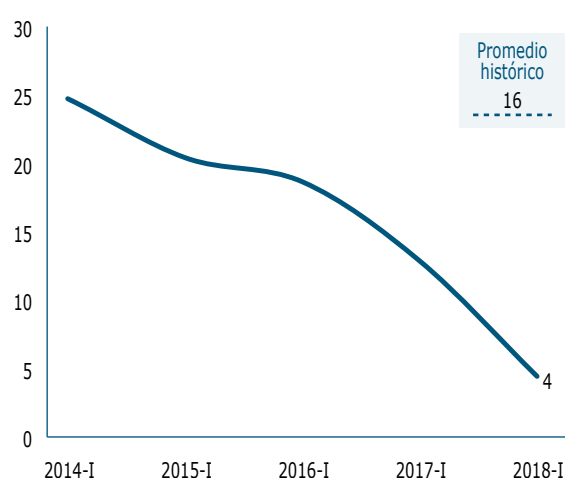


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



cuestados que preveían descensos en dicha variable (14% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), ver gráfico 19.

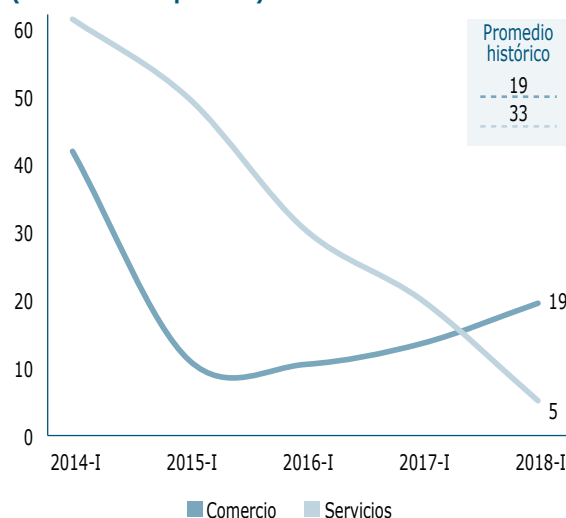
En lo referente a ventas, también se evidenciaron incrementos en el balance de expectativas hacia niveles del 19% en el primer semestre de 2018 (vs. 14% un año atrás y 19% del promedio histórico). Ello obedeció a la caída de la porción de empresarios que esperaban decrecimiento en ventas (16% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), pues la porción de encuestados que preveían ascensos en dicha variable se mantuvo inalterada (35%), ver gráfico 21.

• Sector servicios

Por su parte, el sector Pyme de servicios de Bucaramanga experimentó estabilidad en el balance de respuestas acerca de sus expectativas, manteniéndose en niveles del 24% para el primer semestre de 2018, ver gráfico 17. Allí se anularon los efectos encontrados provenientes de: i) caídas en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (35% en 2018-I vs. 43% en 2017-I); y ii) disminuciones de la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (11% en 2018-I vs. 18% en 2017-I). Ello vino acompañado de aumentos en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (11% en 2018-I vs. 8% en 2017-I).

En lo concerniente a expectativas de pedidos del sector Pyme de servicios de Bucaramanga, su balance de respuestas se deterioró hacia el 2% en el primer semestre de 2018 (vs. 21% un año atrás y 30% del promedio histórico). Allí confluyeron los efectos referentes a: i) aumentos en los empresarios de servi-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



cios que veían caídas en sus pedidos (18% en 2018-I vs. 16% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de la muestra que esperaba aumentos en sus pedidos (19% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas sobre las perspectivas de ventas del sector servicios cayó hacia niveles del 5% para el primer semestre de 2018 (vs. 20% un año atrás y 33% de su promedio histórico). Ello se explica por caídas en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (20% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), que no lograron ser compensadas por los descensos en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (15% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Bucaramanga disminuyeron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (43% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) y comercio (34% en 2017-II vs. 47% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017, mientras que en el sector servicios dichas solicitudes se incrementaron (37% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 22. Ello se vio acompañado de un ligero incremento en la tasa de aprobación en los sectores

de industria (100% en 2017-II vs. 97% en 2016-II) y servicios (88% en 2017-II vs. 86% en 2016-II), mientras que las aprobaciones disminuyeron levemente en el sector comercio (91% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Bucaramanga, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (45% en 2017-II vs. 56% en 2016-II), ver

gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (34% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) y a corto plazo (18% en 2017-II vs. 17% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (41% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), seguido por el corto plazo (27% en 2017-II vs. 18% en 2016-II) y el largo plazo (24% en 2017-II vs. 35% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el largo plazo (37% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), seguido por el corto plazo (33% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y el mediano plazo (30% en 2017-II vs. 48% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición similar. En la industria Pyme de Bucaramanga (48% en 2017-II vs. 56% en 2016-II) y en el comercio (44% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), el plazo prevalente fue el mediano plazo, mientras que en los servicios (36%, inalterado frente a un año atrás) primó el corto plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron incrementos en los sectores de industria (97% en 2017-II vs. 89% en 2016-II), comercio (98% en 2017-II vs. 87%

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

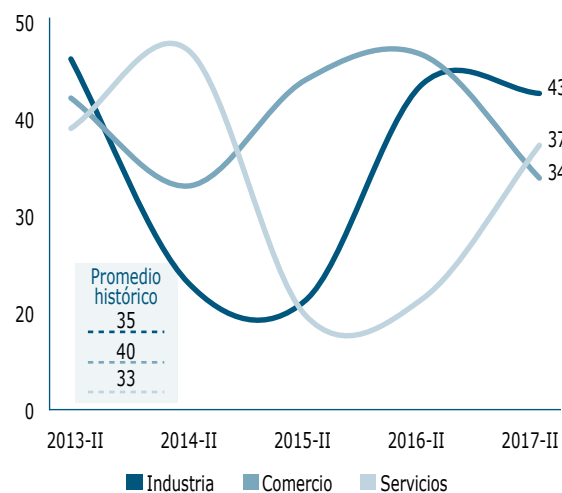


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

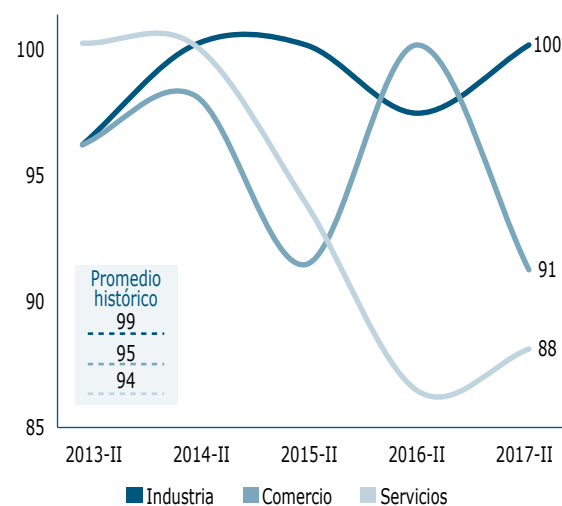


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

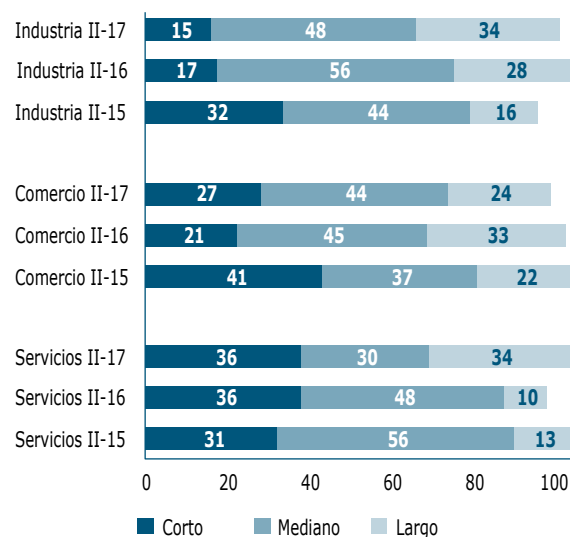
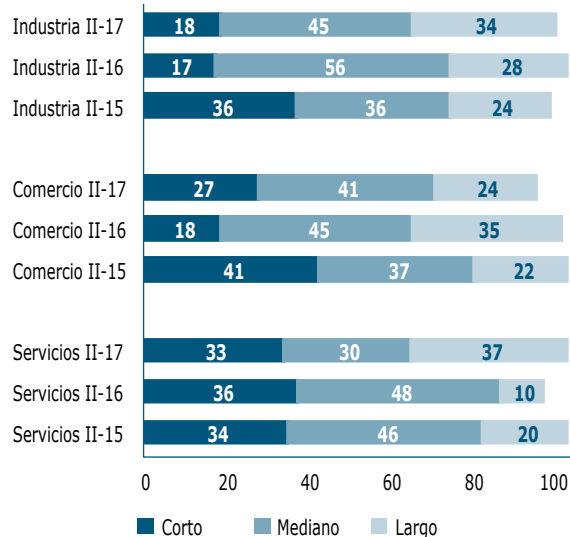


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



en 2016-II) y servicios (90% en 2017-II vs. 84% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Bucaramanga.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (61% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), comercio (49% en 2017-II vs. 63% en 2016-II) y servicios (53% en 2017-II vs. 57% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017, (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas

de financiamiento se redujo en los casos de industria (73% en 2017-II vs. 81% en 2016-II) y comercio (63% en 2017-II vs. 70% en 2016-II), mientras que se incrementó en el sector servicios (70% en 2017-II vs. 61% en 2016-II), ver gráfico 30.

La mayoría de las Pymes de industria (75%), comercio (66%) y servicios (53%) de Bucaramanga usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. En segundo lugar, las Pymes de los tres macro-sectores destinaron estos recursos a la consolidación del pasivo (23% industria, 20% comercio y 24% servicios), seguido de compra o arriendo

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

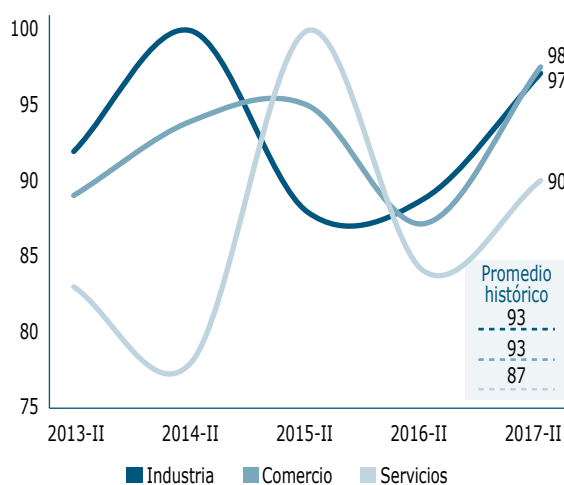


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

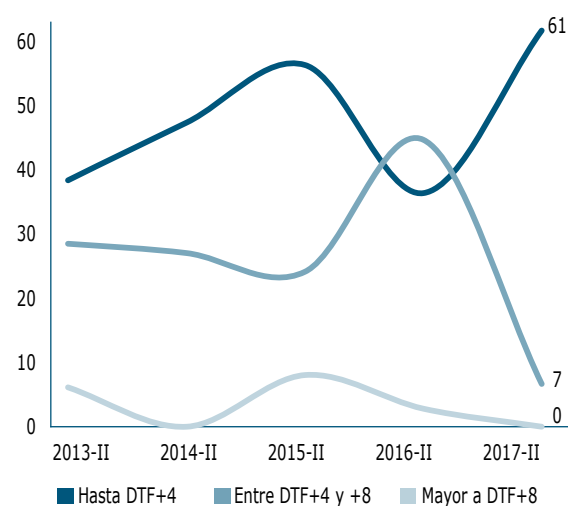


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

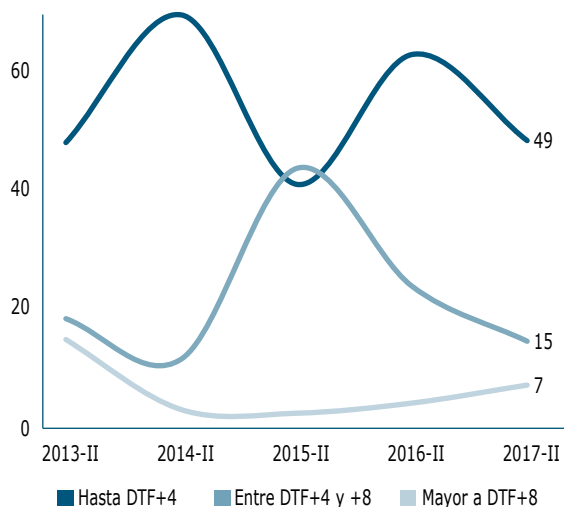


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

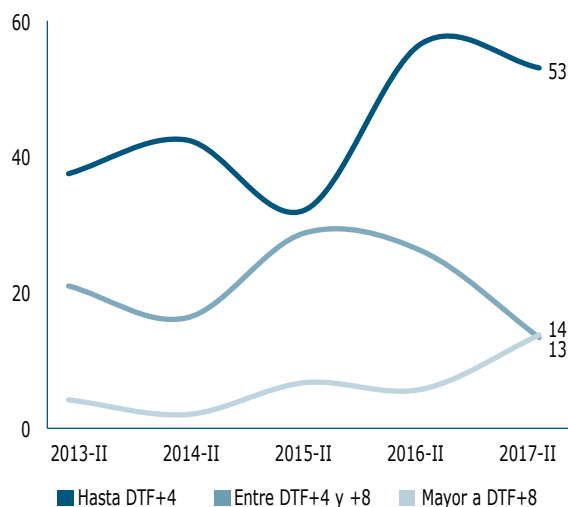
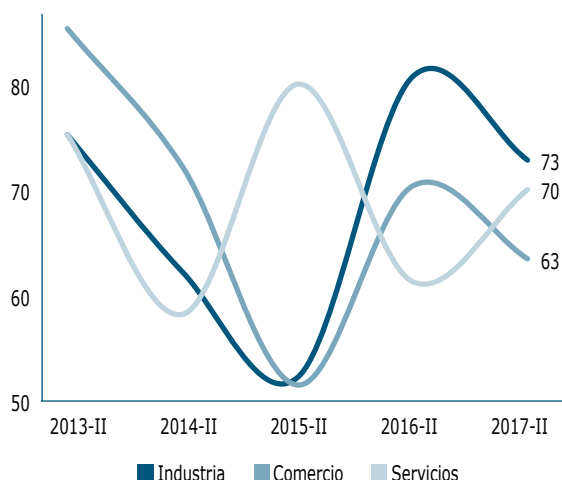


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada?
(% de respuestas afirmativas)



de maquinaria en el sector industrial (6%), y remodelaciones o adecuaciones en los sectores de comercio (20%) y servicios (10%).

Una parte importante de las Pymes de industria (41%), comercio (32%) y servicios (45%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (28%) y de comercio (29%), mientras que para el sector de servicios la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios (30%).

Se les preguntó a los empresarios de Bucaramanga si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture ca-*

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

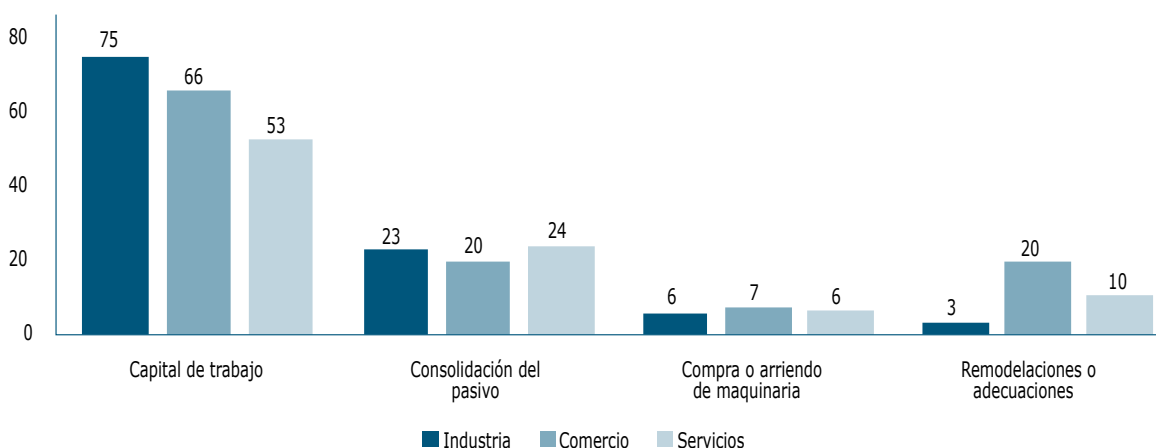


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

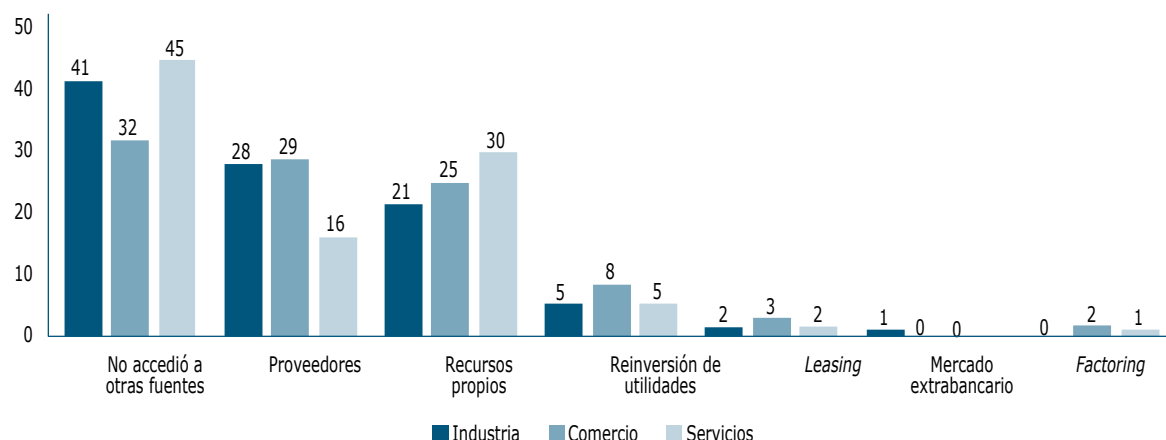
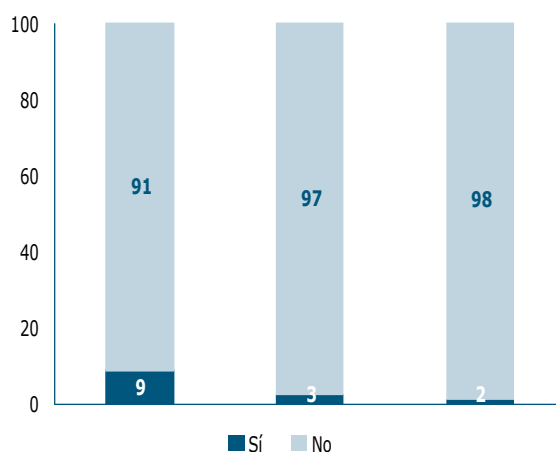


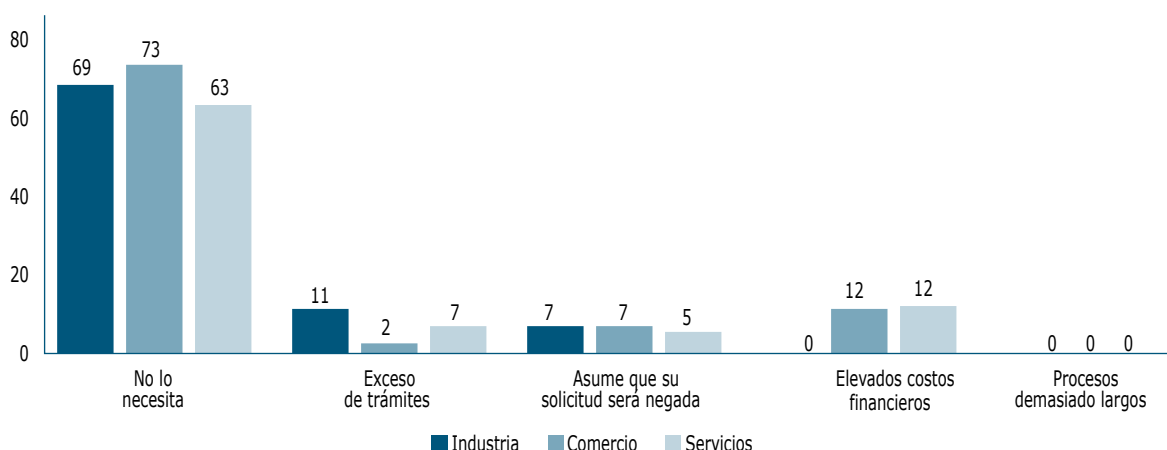
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



pital) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (91% industria, 97% comercio y 98% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Bucaramanga no solicitaron créditos al sistema financiero fue porque no lo necesitan (69% industria, 73% comercio y 63% servicios). La segunda razón en el sector de industria (11%) está asociada al exceso de trámites, mientras que en los sectores de comercio (12%) y servicios (12%) dicho segundo lugar lo ocuparon los elevados costos financieros, ver gráfico 34.

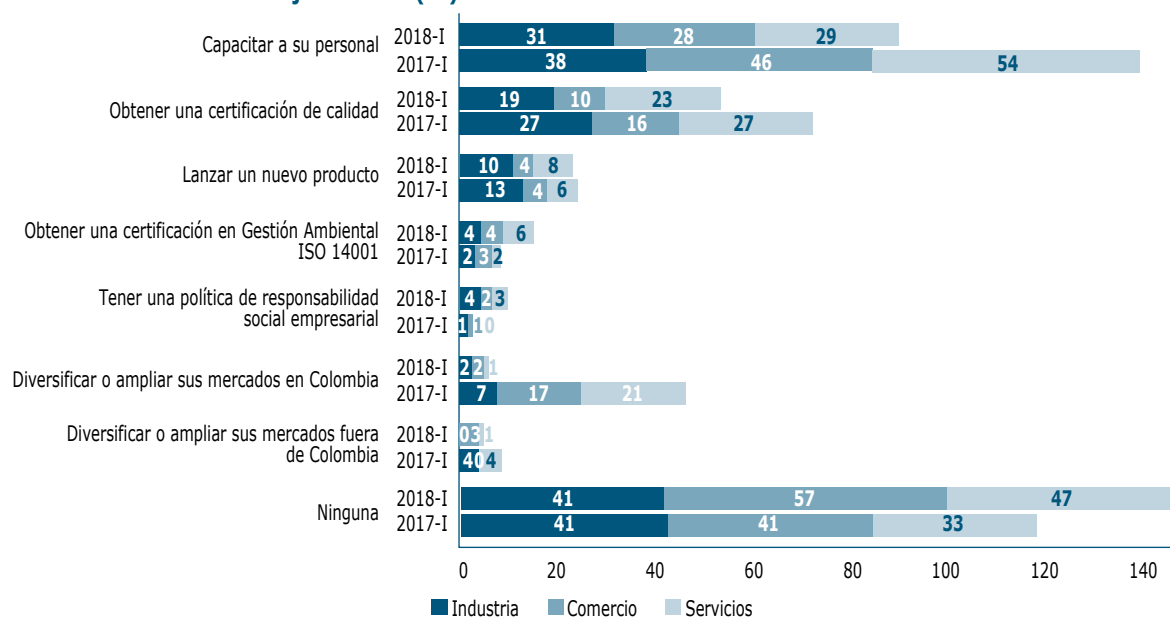
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Bucaramanga fue capacitar al personal (31% industria, 28% comercio y 29% servicios). En los sectores de industria (19%), comercio (10%) y servicios (23%) el segundo lugar lo ocupó obtener una certificación de cali-

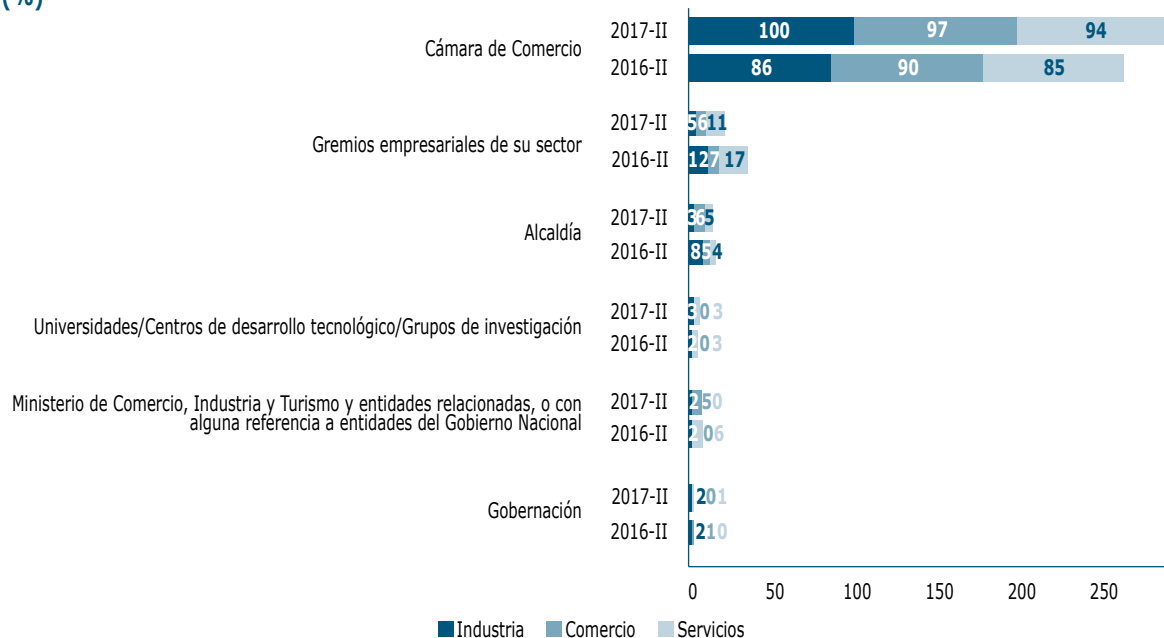
dad (ver gráfico 35). El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 se mantuvo estable en el sector de industria (41%), y se incrementó en los sectores de comercio (57% en 2018-I vs. 41% en 2017-I) y servicios (47% en 2018-I vs. 33% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Bucaramanga tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cáma-

ras de comercio en los sectores de industria (100% en 2017-II vs. 86% en 2016-II), comercio (97% en 2017-II vs. 90% en 2016-II) y servicios (94% en

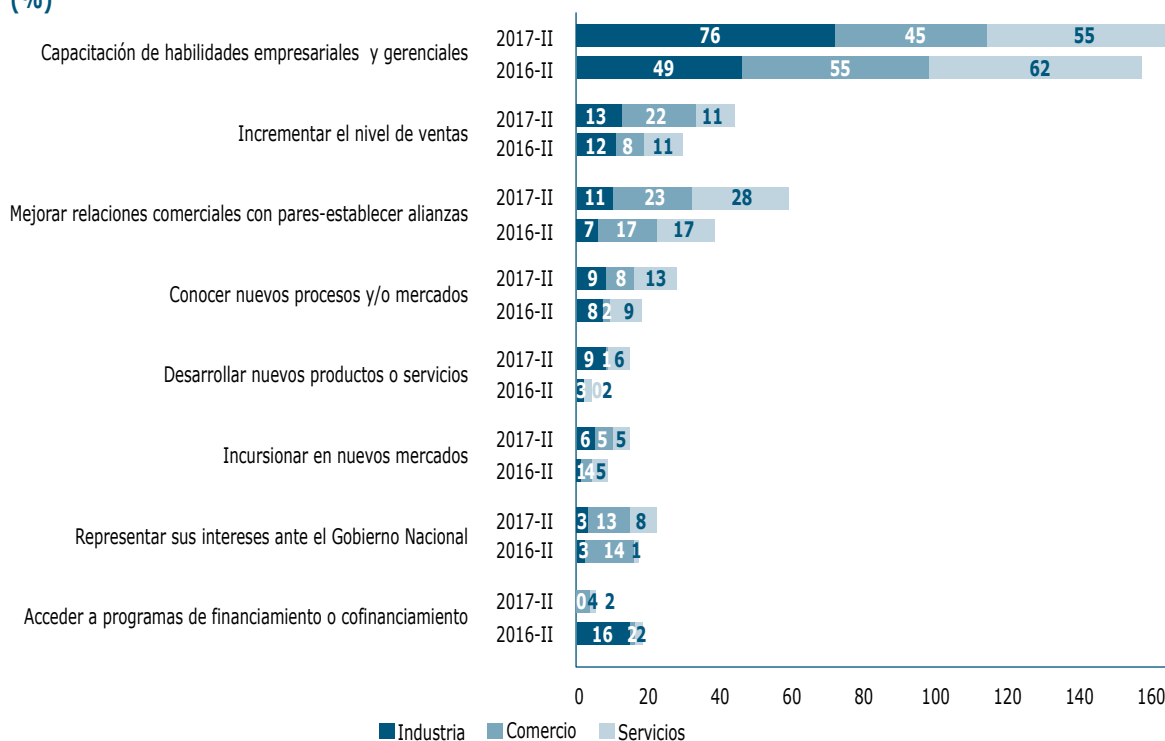
Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%)

2017-II vs. 85% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (5% industria, 6% comercio y 11% servicios), alcaldías (3% industria, 6% comercio y 5% servicios), y universidades (3% industria, 0% comercio y 3% servicios).

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores

de industria (76% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), comercio (45% en 2017-II vs. 55% en 2016-II) y servicios (55% en 2017-II vs. 62% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales y establecer alianzas (11% industria, 23% comercio y 28% servicios), incrementar el nivel de ventas (13% industria, 22% comercio y 11% servicios), y conocer nuevos procesos y/o mercados (9% industria, 8% comercio y 13% servicios).

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



PREGUNTAS COYUNTURALES

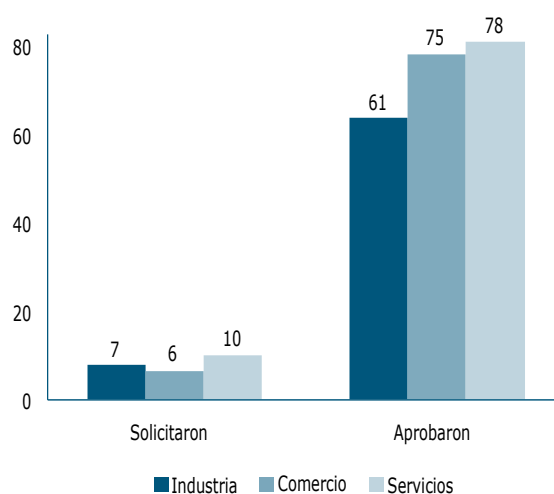
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,

junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (7% industria, 6% comercio y 10% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue elevada en los tres macro-sectores (61% industria, 75% comercio y 78% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (71% industria, 82% comercio y 81% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores le siguieron el exceso de trámites (18% industria, 6% comercio y 11% servicios), el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (4% industria-comercio y 1% servicios), temor a desmejorar la calificación crediticia (4% industria, 7% comercio y 2% servicios) y los elevados costos de asesoría (3% industria, 1% comercio y 4% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo menos de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (9% industria, 17% comercio-servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (100% industria, 87% comercio y 93% servicios), ver gráfico 41. En el sector industrial la contratación se hizo mayoritariamente mediante contratos a término fijo (83%), seguidos por contratos a término indefinido (17%),

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

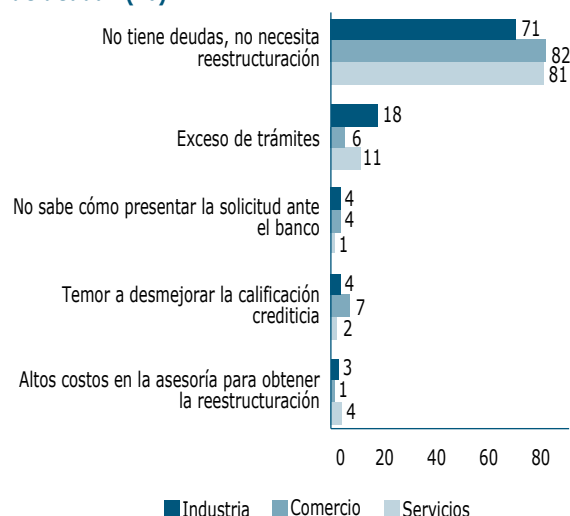
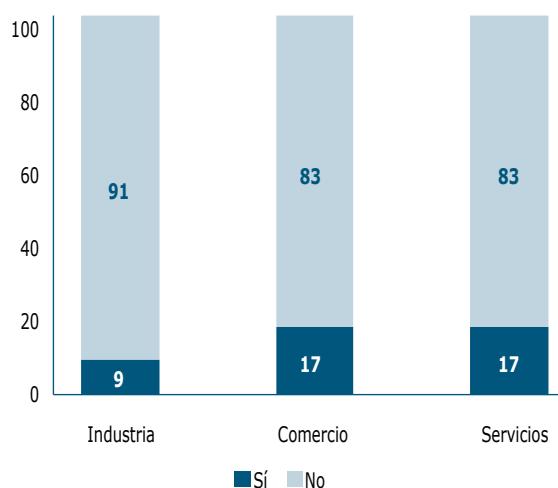


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)



ver gráfico 42. En el sector de comercio la mayoría de los contratos fue a término indefinido (44%), seguido por contratos por prestación de servicios (39%) y a término fijo (17%). Finalmente, en el sector de servicios la mayoría de las contrataciones se hizo a término fijo (50%), seguidas por contrataciones mediante prestación de servicios (32%) y a término indefinido (18%). Adicionalmente, la

gran mayoría de los empresarios Pyme respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (100% industria, 74% comercio y 81% servicios), ver gráfico 43.

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (77% industria, 83% comercio y 70% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (12% industria, 2% comercio, 19% servicios), inteligencia de mercado (12% industria, 13% comercio y 10% servicios) y servicios de estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (2% industria, 3% comercio-servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Bucaramanga mostraron interés en la

Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

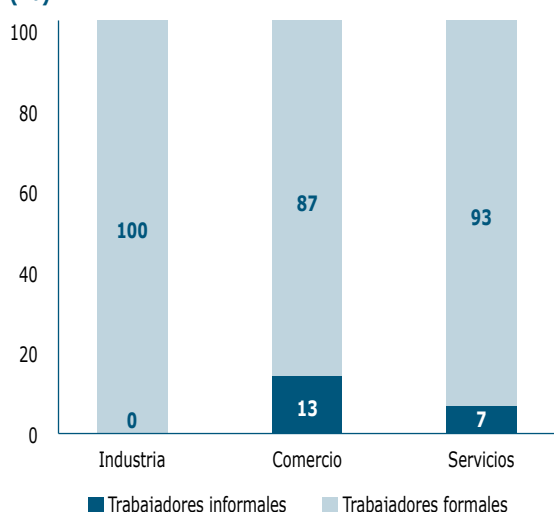


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

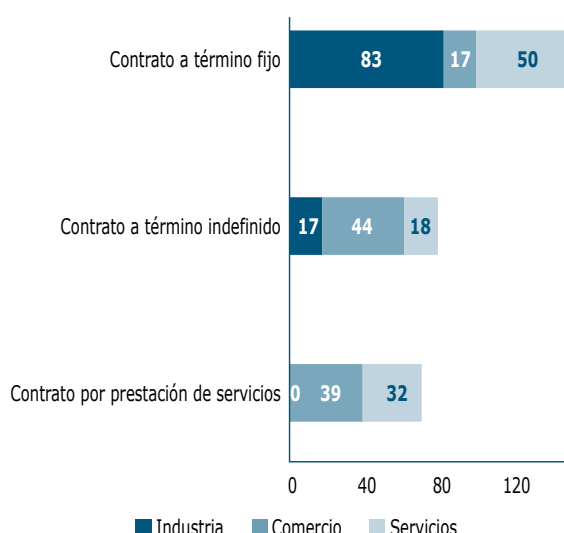


Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

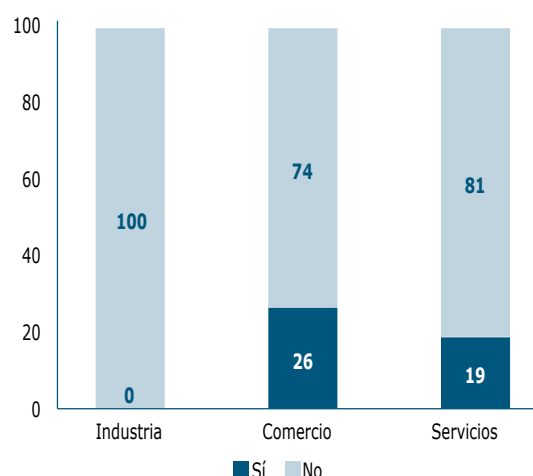
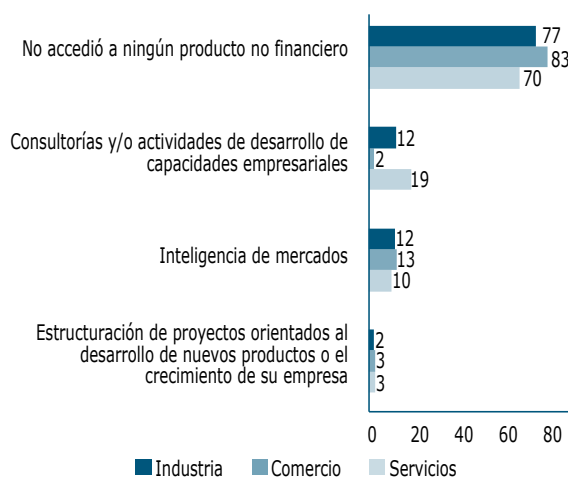
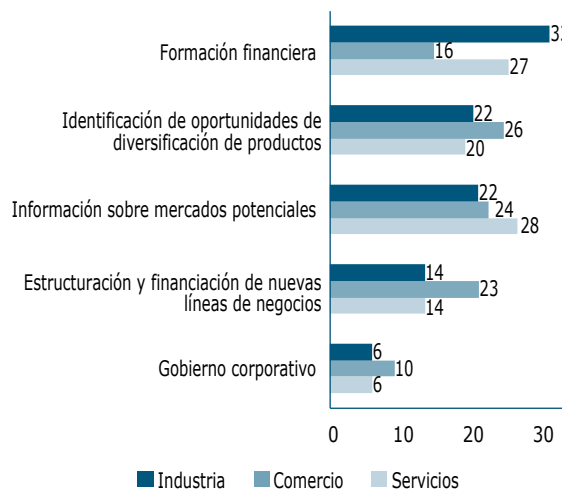


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



formación financiera (33%) y la identificación de oportunidades de diversificación (22%). Los comerciantes centraron su interés en identificación de oportunidades de diversificación (26%), segui-

Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



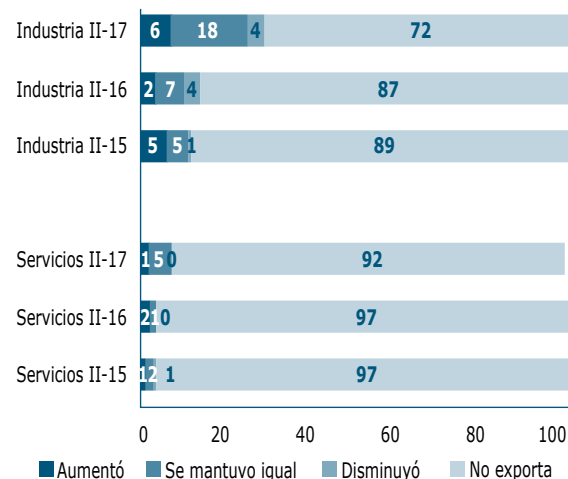
do de información de mercados potenciales (24%), mientras que los empresarios de servicios optaron primero por información de mercados potenciales (28%) y la formación financiera (27%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 72% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 87% un año atrás). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron ascensos en la proporción con incrementos en sus exportaciones (6% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), mientras que la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas se mantuvo estable (4%, inalterado frente a un año atrás).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se redujo hacia el 92% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 97% un año atrás). A diferencia del sector industrial, en servicios se redujo la porción de empresarios con aumentos en sus exportaciones (1% en 2017-II vs. 2% en

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



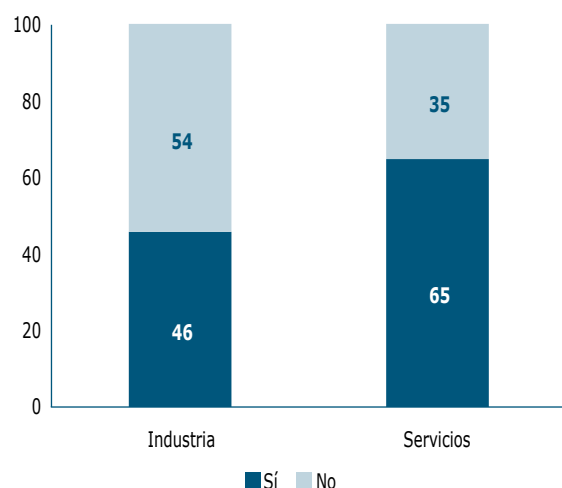
2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo estable (0%).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (28%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (23%), los riesgos que implica salir al mercado internacional (17%) y la falta de información sobre potenciales mercados-productos (12%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios primaron las razones re-

Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

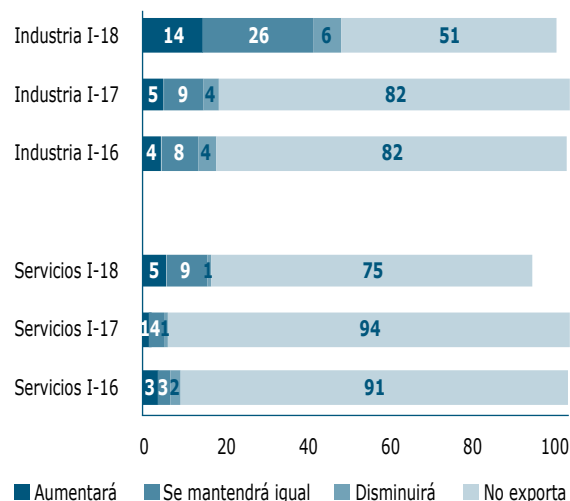


ferentes a no tener servicios exportables (69%), seguido por la ausencia de interés en exportar (20%) y falencias de información (1%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en más de un tercio de la muestra encuestada (ver gráfico 48).

Prospectivamente, se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Bucaramanga. El gráfico 49 muestra cómo un 51% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 82% un año atrás). Por su parte, se evidencian aumentos en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (14% en 2018-I vs. 5% en 2017-I), aunque también se dio un leve aumento en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (6% en 2018-I vs. 4% en 2017-I). Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 75% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 94% un año atrás). Ello fue consistente con el aumento tanto en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (5% en 2018-I vs. 1% en 2017-I), como con la estabilidad de quienes esperaban disminuciones (1%).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (49%), comercio (56%) y servicios (62%) de Bucaramanga se enfocaron princi-

Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



palmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exporta-

Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

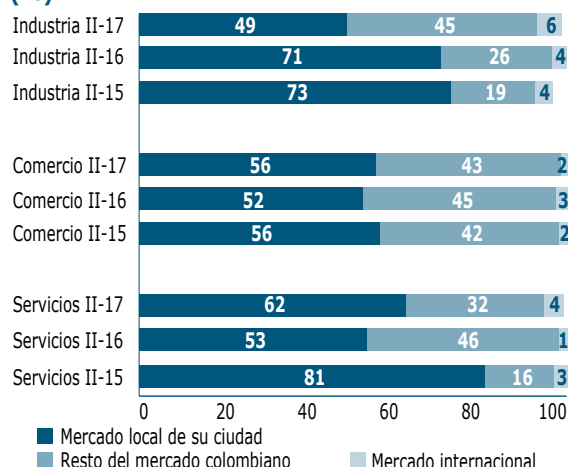
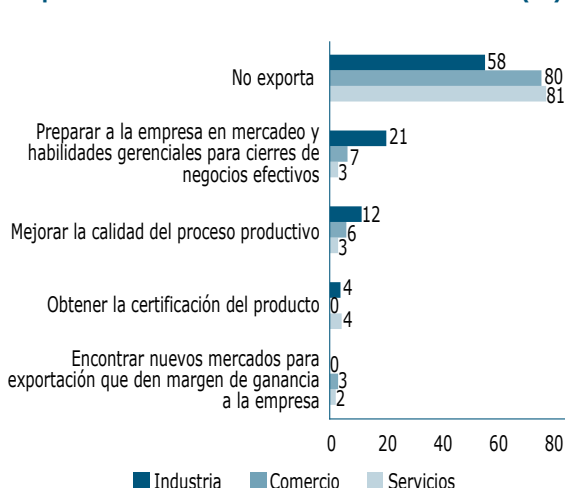


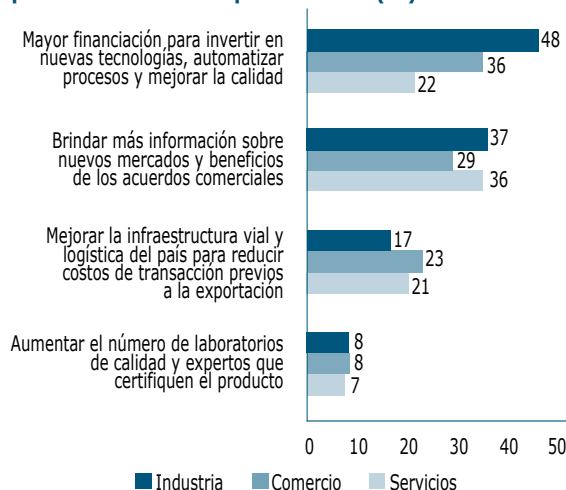
Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



dora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 60%-80% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: la preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (21% industria, 7% comercio y 3% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (12% industria, 6% comercio y 3% servicios); y obtener la certificación del producto (4% industria, 0% comercio y 4% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Bucaramanga, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de ofrecer mayor financiación para incrementar la productividad (48% industria, 36% comercio y 22% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue brindar mayor información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (37% industria, 29% comercio y 36% servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (17% industria, 23% comercio y 21% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (8% industria-comercio y 7% servicios).

Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)

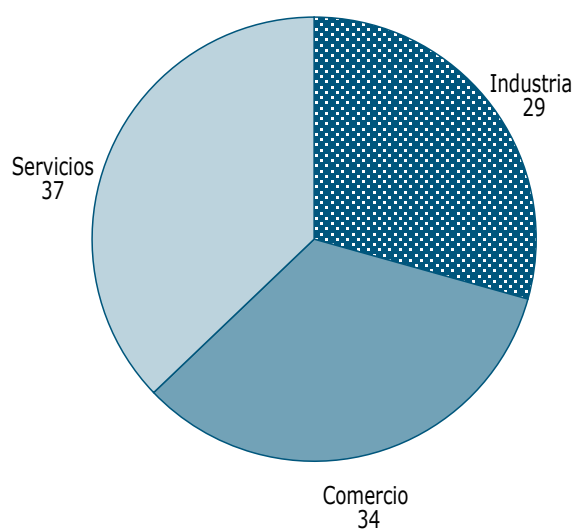




LA GRAN ENCUESTA PYME

CALI

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA (%)



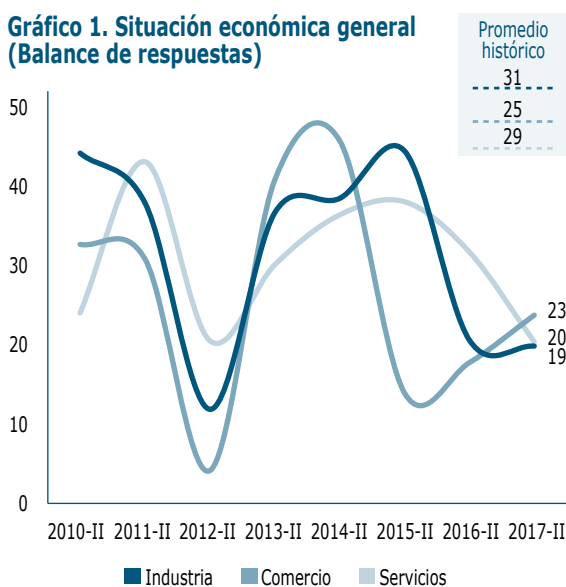
SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Cali cayó hacia niveles del 19% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás y 31% del promedio

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



histórico). Ello obedeció principalmente a incrementos en la porción de industriales con deterioros en su situación económica general (22% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), lo cual no pudo ser contrarrestado por el aumento en la porción de empresarios que vieron mejoras en su situación económica (41% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Cali).

En lo concerniente a las ventas, se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 24% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de descensos en la porción de empresarios con aumentos en sus ventas (39% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), con un incremento en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (25% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (66%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un deterioro en el balance de respuestas hacia el 15% en el segundo semestre de 2017 (vs. 25% un

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

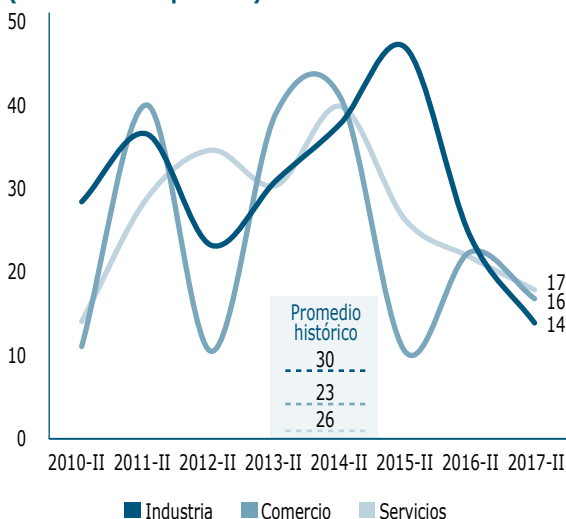
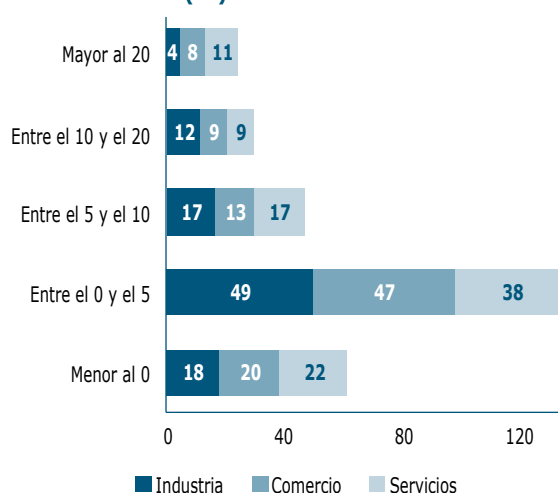


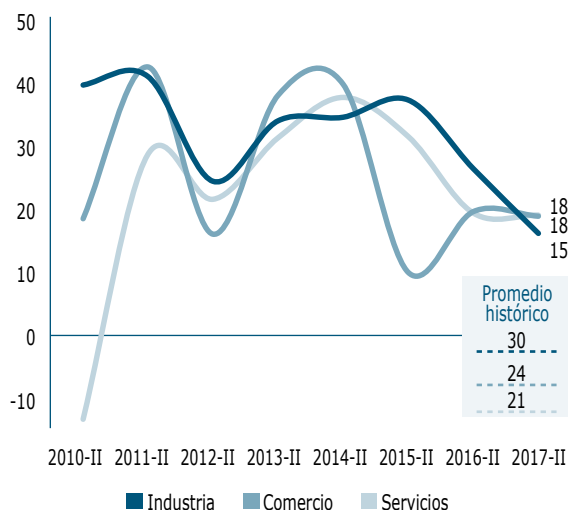
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



año atrás y 30% de su promedio histórico). Allí coincidieron la disminución en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (41% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) y el aumento de empresarios con caídas en dicha variable (25% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 91% de los casos durante 2017-II (vs. 90% un año atrás), dejando porciones menores a

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**



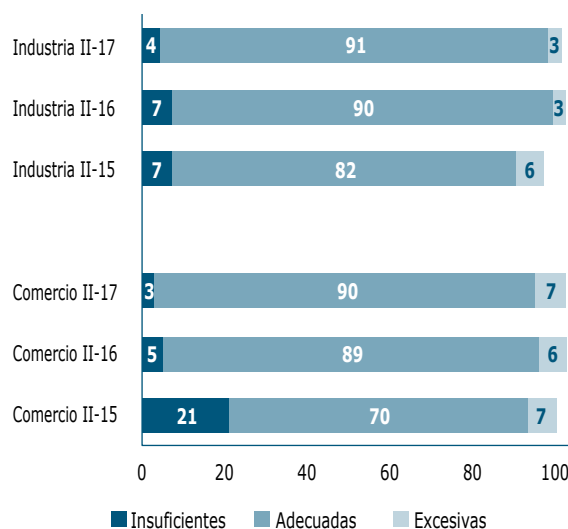
aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (4%) o excesivas (3%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios reflejan un buen manejo del ciclo de demanda por parte de los empresarios (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Cali se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del 13% en el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 6. Allí coincidió el efecto del descenso en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (38% en 2017-II vs. 43% en 2016-II) con el incremento de empresarios con descensos en dicha variable (25% en 2017-II vs. 17% en 2016-II).

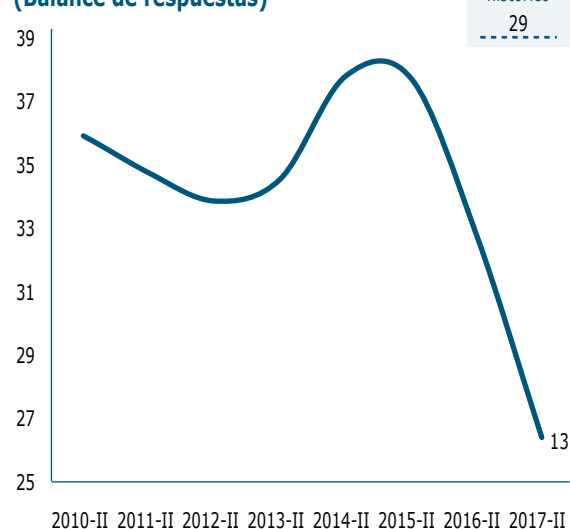
A pesar de lo anterior, se ha observado relativa estabilidad en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) en niveles del 75% durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 7). Ello no ha impedido que la inversión en maquinaria y equipo descienda hacia valores del 19% en su balance de respuestas (vs. 29% un año atrás). Esto último se explica por disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron su inversión (27% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) y por el aumento de empresarios que disminuyeron dicha variable (8% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó un descenso en su balance de respuestas hacia niveles del 37% duran-

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



te el segundo semestre de 2017 (vs. 50% un año atrás). Ello obedeció a caídas en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (46% en 2017-II vs. 55% en 2016-II), sumado al aumento en la porción de empresarios que vieron disminuir dicho rubro (10% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 9.

A pesar de dicha reducción de costos, la desaceleración de la demanda implicó deterioros en los márgenes de los empresarios industriales de Cali. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del 12% al corte del segundo se-

mestre de 2017 (vs. 17% un año atrás). Ello se explica principalmente por incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron descensos en sus márgenes (25% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), lo cual no logró ser compensado por el aumento de la porción de industriales con expansiones en sus márgenes (37% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se vio afectado por las condiciones previamente descritas, disminuyendo el balance de respuestas acerca del número de trabajadores contratados hacia el 3% durante el segundo semestre de

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

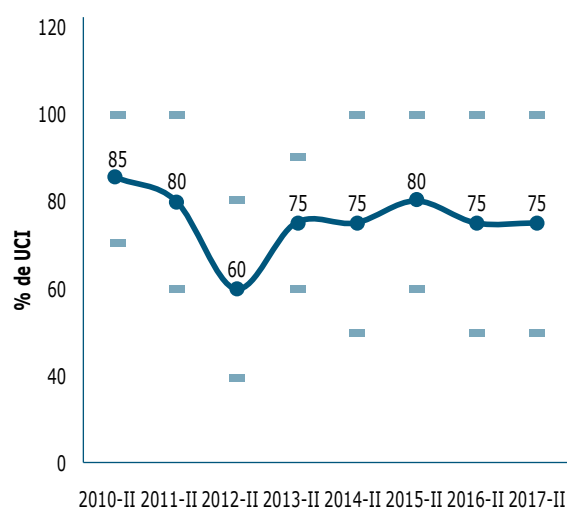


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

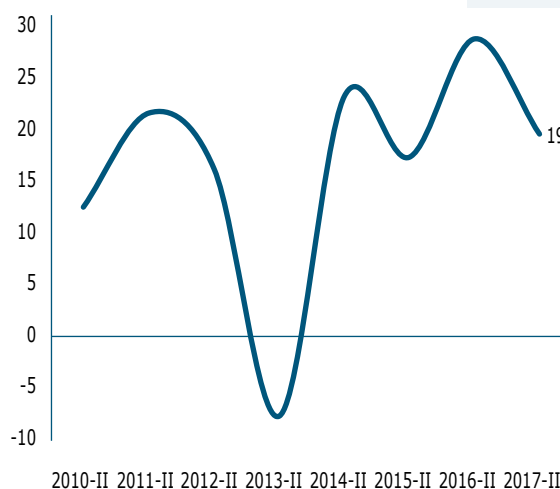


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

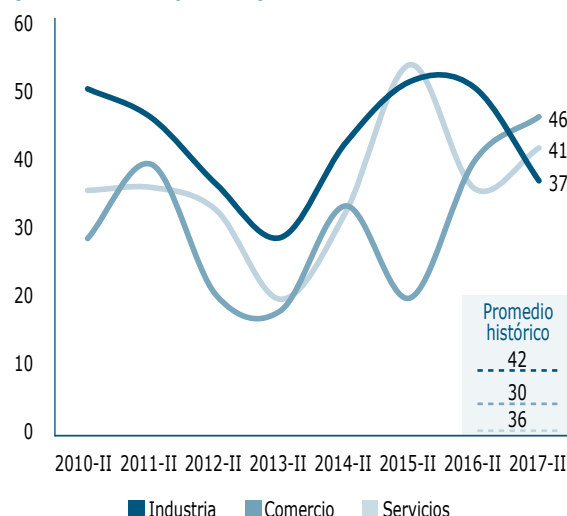
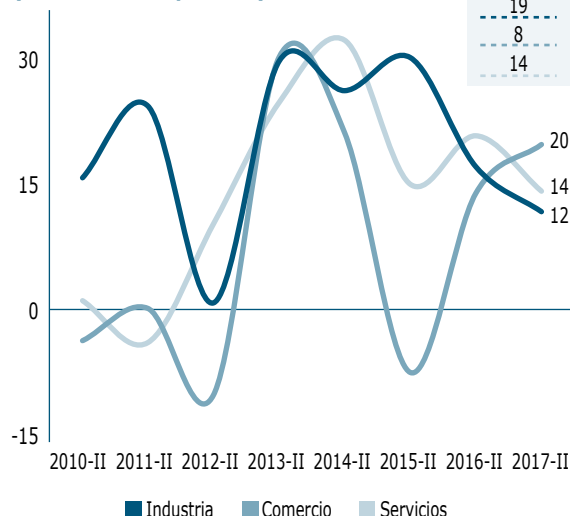


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



2017 (vs. 21% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (23% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), como al aumento de aquellos empresarios que destruyeron puestos de trabajo (20% en 2017-II vs. 11% un año atrás), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Cali, la gran mayoría (87%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12).

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

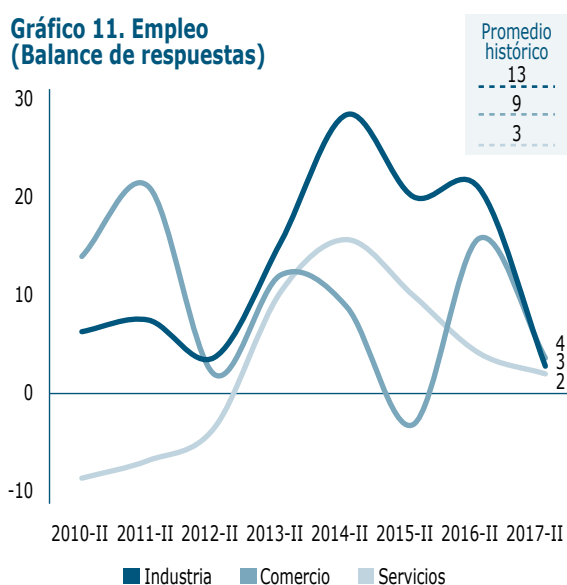
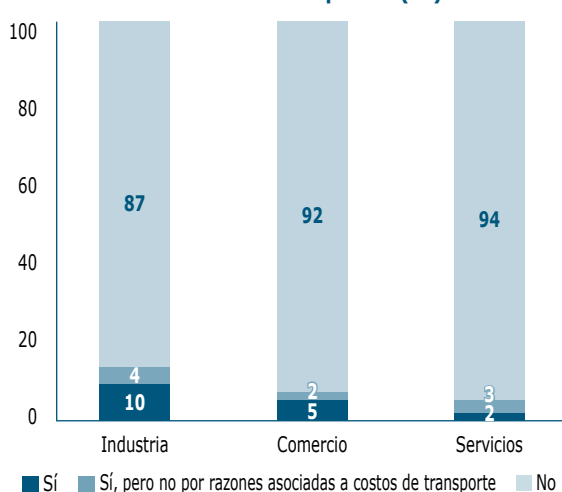


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



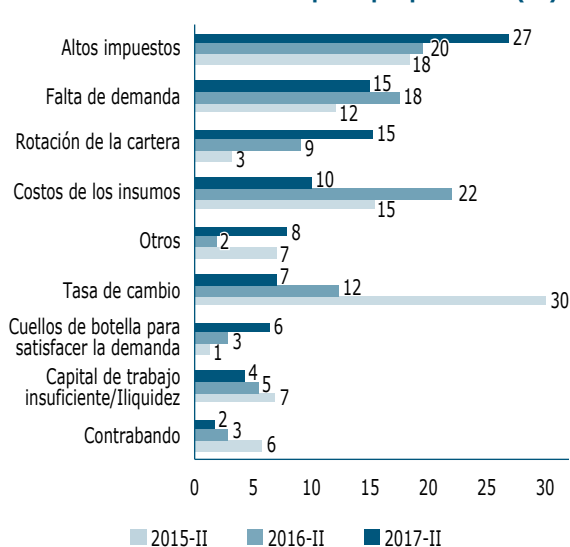
co 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (10%) o por otras razones diferentes a las asociadas con los costos de transporte (4%).

El principal problema para el sector industrial de Cali fueron los altos impuestos en el segundo semestre de 2017 (27% en 2017-II vs. 20% en 2016-II). El segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, que redujo su prevalencia hacia el 15% de la muestra (vs. 18% observado un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron la rotación de cartera (15% en 2017-II vs. 9% en 2016-II) y los costos de los insumos (10% en 2017-II vs. 22% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Cali fueron el contrabando (2% en 2017-II vs. 3% en 2016-II) y el capital de trabajo insuficiente (4% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Cali mejoró hacia niveles del 23% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con mejoras en dicha variable (42% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), a lo cual se sumó el descenso en el porcentaje de empresarios con caídas en dicho rubro (19% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 1.

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el 16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 22% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (23% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), como al efecto de disminuciones en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dicha variable (39% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (60%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciendo levemente su balance de respuestas hacia niveles del 18% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 19% un año atrás y 24% de su promedio histórico). Ello obedeció principalmente a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (21% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), efecto que fue mayor al de incrementos en los comerciantes con aumentos en dicha variable (39% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a los menores niveles de demanda (90% consideró dichos inventarios como adecuados), no muy diferente a lo observado un año atrás (89%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de los comerciantes se incrementó hacia niveles del 46% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 39% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el efecto de la disminución en la proporción de comerciantes con descensos en sus costos de ventas (7% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), como por el leve incremento en la proporción de comerciantes con aumentos en sus costos de ventas (53% en 2017-II vs. 51% en 2016-II).

A pesar de dicha expansión de costos y de la menor demanda, el balance de respuestas del margen subió hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 14% un año atrás). Ello se explica principalmente por incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron expansiones en sus márgenes (39% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), lo cual contrarrestó el leve aumento de los comercian-

tes con deterioros en dicha variable (19% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 10.

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Cali hacia niveles del 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a descensos en la proporción de empresarios comerciales que incrementaron el número de trabajadores (20% en 2017-II vs. 28% en 2016-II). A ello se sumó el aumento de aquellos comerciantes cuya mano de obra disminuyó (17% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron deterioros en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del 13% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás). Ello obedeció tanto al incremento en la proporción de comerciantes con menores superficies (14% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), como al leve descenso de aquellos comerciantes cuya superficie de ventas aumentó (27% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Cali, la mayoría (92%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (5%) y otras razones (2%).

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

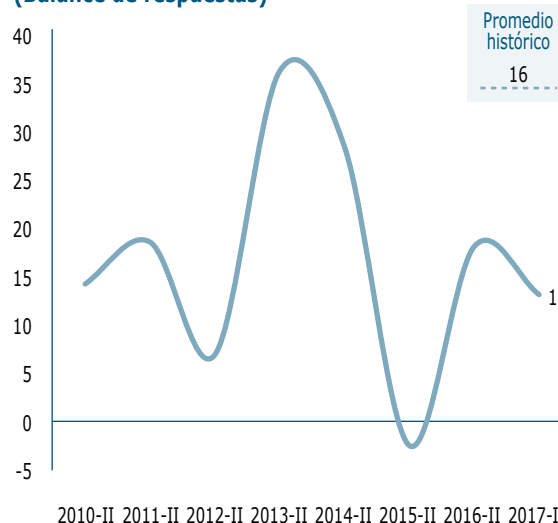
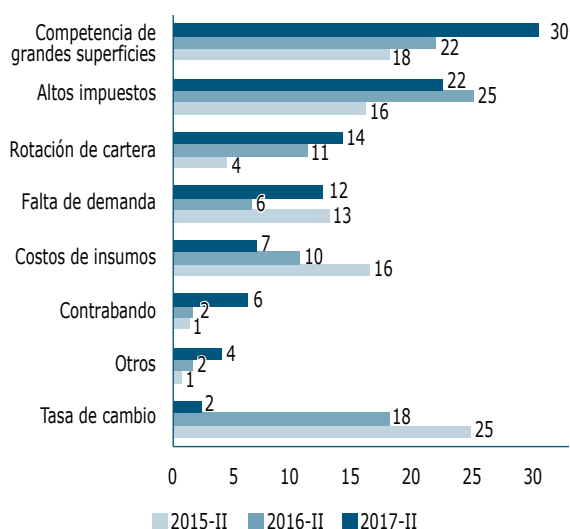


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Las Pymes comerciales de Cali identificaron la competencia con las grandes superficies como su principal problema durante el segundo semestre de 2017 (30% vs. 22% un año atrás). A ello le siguieron los altos impuestos (22% en 2017-II vs. 25% en 2016-II) y la rotación de cartera (14% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Los empresarios del sector de servicios de Cali vieron un deterioro en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás y 29% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (40% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) como por aumentos en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (20% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas sobre el volumen de ventas hacia el 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a leves disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (39% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), como al efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con

descensos en dicho rubro (22% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en los otros macrosectores, gran parte (55%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las pequeñas empresas de servicios de Cali, reduciéndose levemente su balance de respuestas hacia niveles del 18% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 19% un año atrás y 21% de su promedio histórico). Ello obedeció a leves incrementos en los empresarios con descensos en sus pedidos (22% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), los cuales no pudieron ser contrarrestados por el leve incremento en aquellos con expansiones en dicha variable (40% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), ver gráfico 4.

Los empresarios Pyme del sector de servicios de Cali sufrieron incrementos en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 41% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció a una expansión en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (48% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), a lo que se sumó el efecto de una disminución en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (6% en 2017-II vs. 10% en 2016-II).

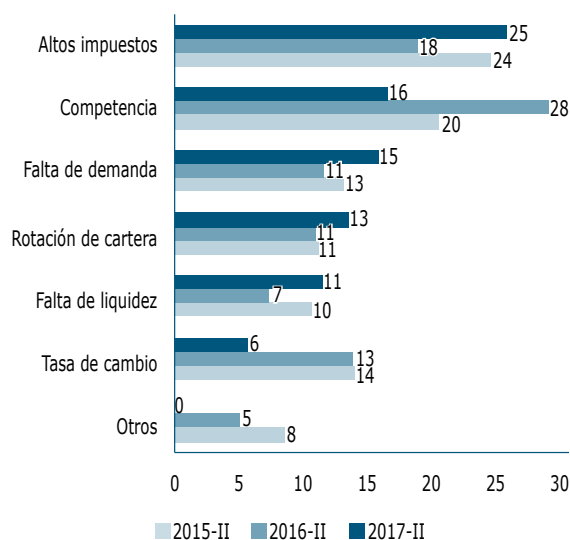
Dada la baja demanda y el incremento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica principalmente por incrementos en los empresarios de servicios con descensos en sus márgenes (24% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), pues el porcentaje de empresarios con aumentos en sus márgenes permaneció inalterado en un 38%.

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Cali hacia niveles del 2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció a aumentos en la proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (17% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), lo cual no pudo ser compensado por la porción de la muestra con aumentos de puestos de trabajo (19% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Cali, la mayoría (94%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (3%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Cali para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (25% en 2017-II vs. 18% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas con la competencia (16% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) y la falta de demanda (15% en 2017-II vs. 11% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (6% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

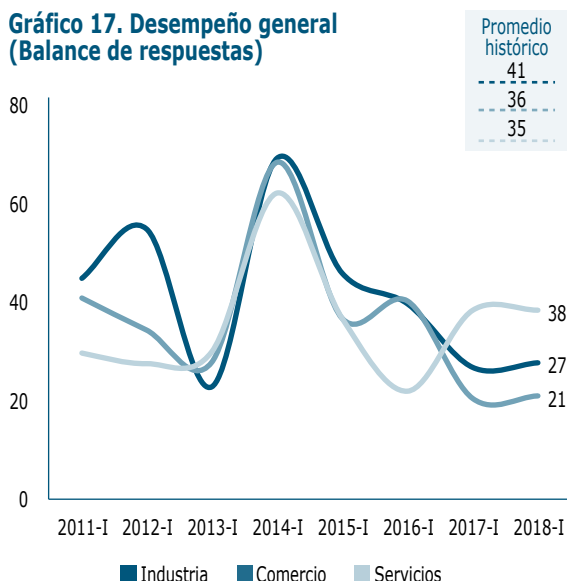
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró levemente hacia niveles del 27% para el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció principalmente al aumento en la proporción de empresarios con incrementos en dicha variable (42% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), lo cual apenas logró compensar el incremento en los empresarios con descensos en sus expectativas (15% en 2018-I vs. 13% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una caída en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (4% vs. 26% un año atrás), ver gráfico 17.

Asimismo, las perspectivas del volumen de producción presentaron aumentos en su balance de respuestas hacia niveles del 38% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás). Ello se explica por descensos en la porción de empresarios que esperaban caídas en su producción (13% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), y por las expansiones en la porción de encuestados que preveían incrementos en dicha variable (51% en 2018-I vs. 49% en 2017-I), ver gráfico 18.

También se observaron incrementos en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 40% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás y 37% del promedio histórico).

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



Al igual que en el caso de la producción, el aumento en pedidos obedeció a descensos en la porción de empresarios que esperaban caídas en pedidos (12% en 2018-I vs. 15% en 2017-I) y a las expansiones en la porción de encuestados que preveían incrementos en dicha variable (52% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), ver gráfico 19.

El optimismo en las perspectivas de los industriales de Cali también se reflejó en el balance de respuestas referente a la inversión en maquinaria y equipo, el

cual subió a niveles del 34% en el primer semestre de 2018 (vs. 30% un año atrás). Allí confluyeron el leve efecto de la reducción en la porción de empresarios que esperaban disminuir la inversión (11% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), con el efecto del incremento en la porción de la muestra que veía aumentos en dicha variable (46% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

Al igual que lo visto en industria, el balance de respuestas sobre las expectativas del desempeño general de los comerciantes aumentó levemente hacia el 21% en el primer semestre de 2018 (vs. 20% un año atrás). Allí se tuvieron efectos encontrados en cabeza de: i) el aumento en la proporción de empresarios que pronosticaban un incremento en su situación general (39% en 2018-I vs. 34% en 2017-I); y ii) incrementos en la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en dicha situación (18% en 2018-I vs. 14% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado de valores del 10% en las respuestas de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 30% un año atrás), ver gráfico 17.

Del mismo modo, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos aumentó hacia el 41% en el primer semestre de 2018 (vs. 18% un año atrás y 34% del promedio histórico). Ello obe-

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

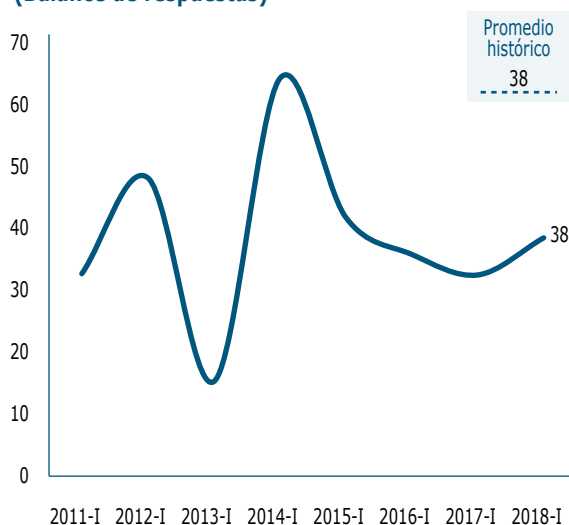


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

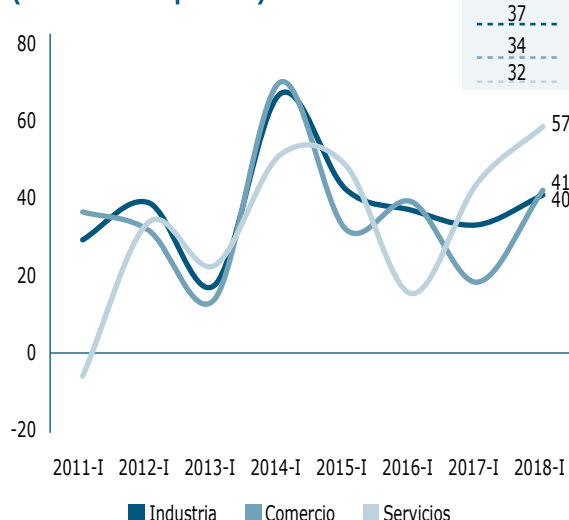


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



deció principalmente a aumentos en la porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (57% en 2018-I vs. 34% en 2017-I), pues el porcentaje de empresarios que esperaban descensos en dicha variable permaneció inalterado en el 16% (ver gráfico 19).

En lo referente a ventas, también se evidenciaron incrementos en el balance de expectativas hacia niveles del 42% en el primer semestre de 2018 (vs. 19% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la porción de empresarios que esperaban aumentos en ventas (58% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), pues el porcentaje de empresarios que esperaban descensos en dicha variable permaneció inalterado en el 16% (ver gráfico 21).

• Sector servicios

Por su parte, el sector Pyme de servicios de Cali experimentó estabilidad en el balance de respuestas referente a las expectativas de su situación general, pues este permaneció inalterado en niveles del 38% (ver gráfico 17). Ello obedeció a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (49% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), lo cual fue compensado en su totalidad por el porcentaje de empresarios de servicios que vieron descensos en dicha variable (11% en 2018-I vs. 8% en 2017-I). Ello vino acompañado de descensos en la porción que veía incertidumbre en dicho comportamiento (7% en 2018-I vs. 26% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Cali, su balance de respuestas se incrementó hacia el 57% en el primer semestre de

2018 (vs. 43% un año atrás). Allí se sumaron los efectos de: i) aumentos en los empresarios de servicios que veían expansiones en sus pedidos (63% en 2018-I vs. 53% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de la muestra que esperaba contracciones en sus pedidos (6% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios subió hacia niveles del 57% para el primer semestre de 2018 (vs. 43% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mayores ventas (64% en 2018-I vs. 54% en 2017-I), como por descensos en la porción de la muestra que preveía menores ventas (6% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 21.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Cali incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (48% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), comercio (50% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) y servicios (43% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de una ligera reducción en la tasa de aprobación en los

sectores de industria (96% en 2017-II vs. 97% en 2016-II) y servicios (93% en 2017-II vs. 95% en 2016-II), mientras que dicha tasa de aprobación se mantuvo inalterada en niveles del 95% para el sector de comercio (ver gráfico 23).

Para las empresas Pyme industriales de Cali, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano pla-

zo (50% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (29% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) y a corto plazo (17% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). Asimismo, en los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (44% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), seguido por el largo plazo (31% en 2017-II vs. 25% en 2016-II) y el corto plazo (23% en 2017-II vs. 35% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (42% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), seguido por el largo plazo (26% en 2017-II vs. 32% en 2016-II).

en 2016-II) y el corto plazo (26% en 2017-II vs. 24% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones, se presentó una composición idéntica. Así, en las Pymes de Cali el plazo prevalente fue el mediano plazo para los sectores de industria (50% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), comercio (44% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) y servicios (42% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presenta-

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

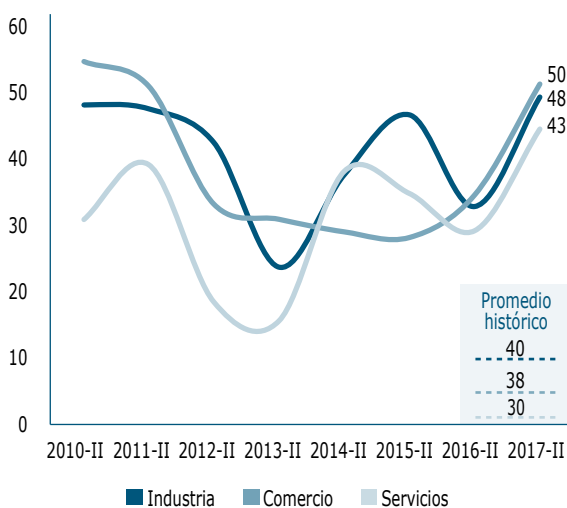


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

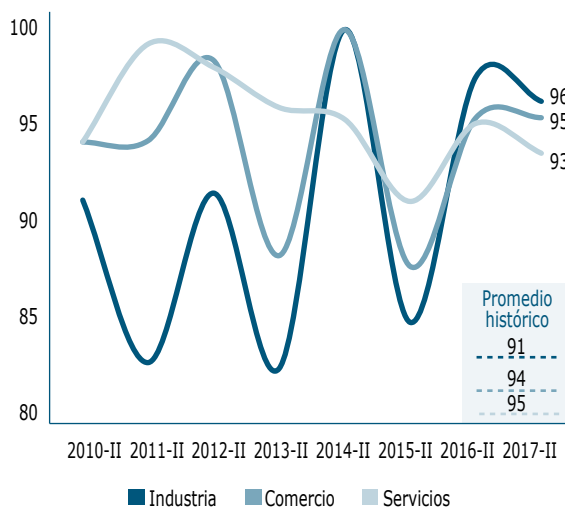


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

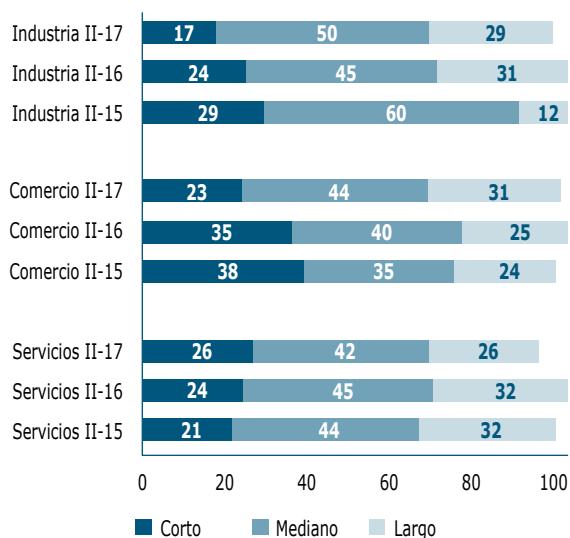
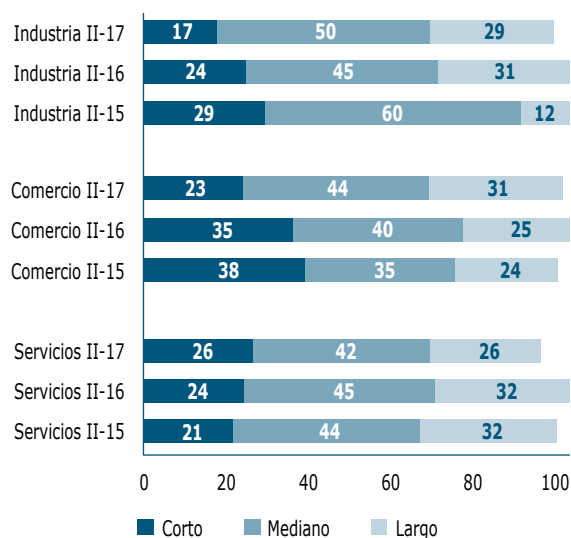


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



ron descensos en los sectores de comercio (92% en 2017-II vs. 93% en 2016-II) y servicios (77% en 2017-II vs. 97% en 2016-II), mientras que el sector industrial presentó un incremento en este rubro (95% en 2017-II vs. 89% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Cali.

El rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (71% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), comercio (67% en 2017-II vs. 50%

en 2016-II) y servicios (53% en 2017-II vs. 84% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017 (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de comercio (54% en 2017-II vs. 72% en 2016-II) y servicios (48% en 2017-II vs. 65% en 2016-II), mientras que para industria la satisfacción aumentó (67% en 2017-II vs. 65% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30).

La mayoría de las Pymes de industria (68%), comercio (61%) y servicios (64%) de Cali usó los recursos

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

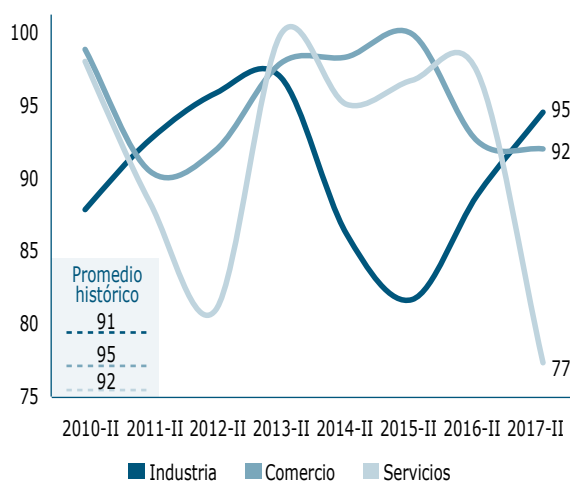


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

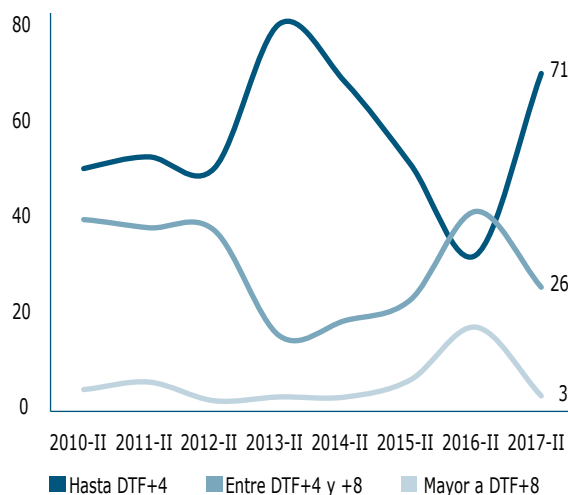


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

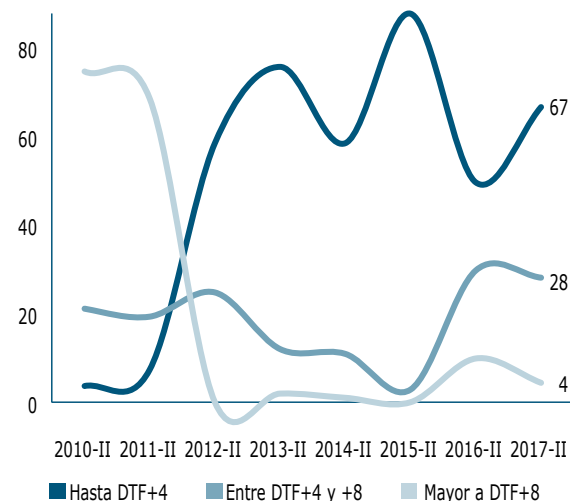
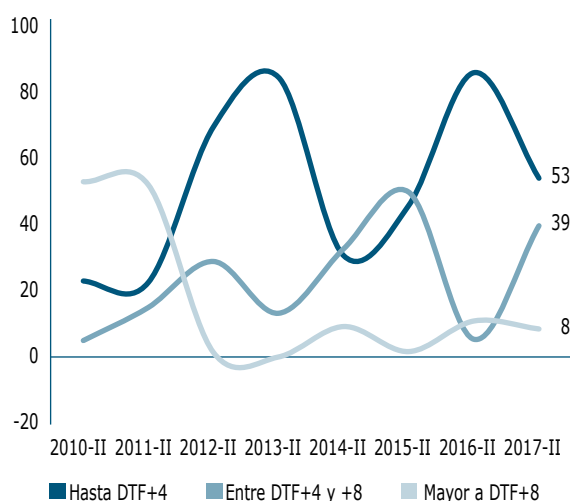


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



del crédito para financiar el capital de trabajo (ver gráfico 31). Asimismo, para la industria (28%), el comercio (36%) y los servicios (21%), el segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo.

Una parte importante de las Pymes de industria (27%), comercio (28%) y servicios (21%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (39%), comercial (37%) y de servicios (41%). Seguido por los proveedores en industria (17%), comercio (15%) y servicios (14%).

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Cali si habían accedido a Fondos de

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

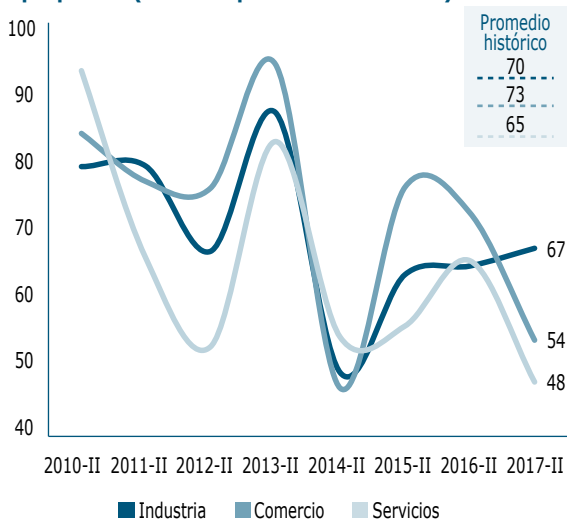


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

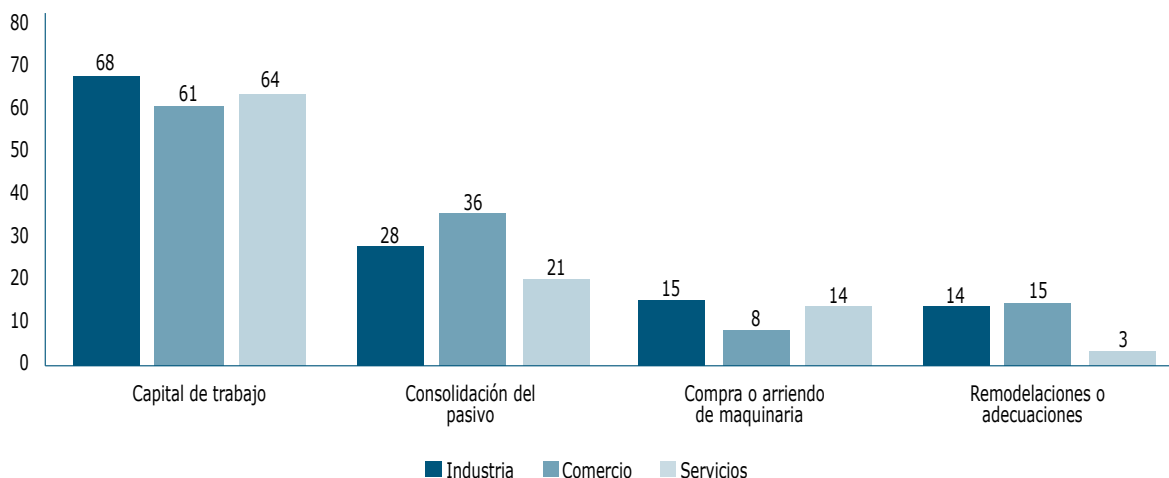


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

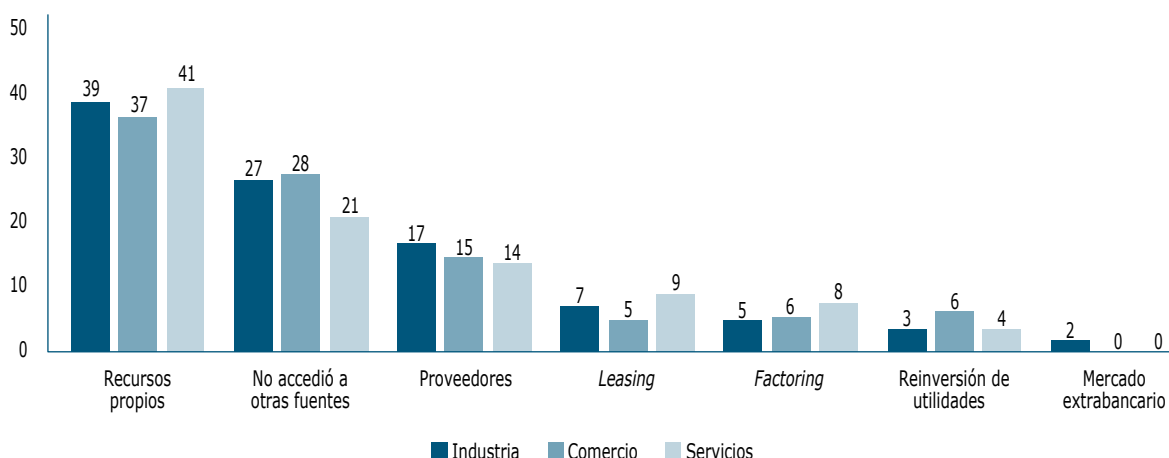
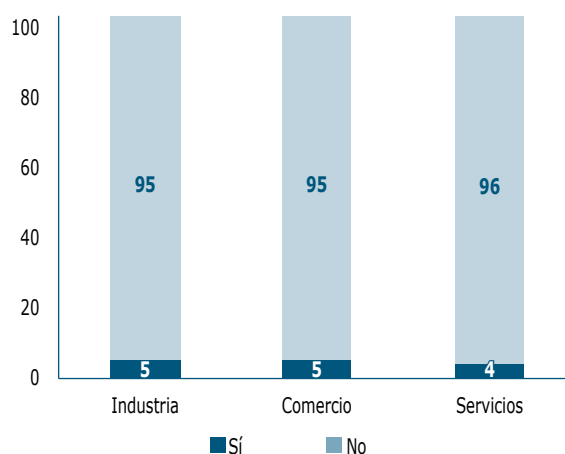


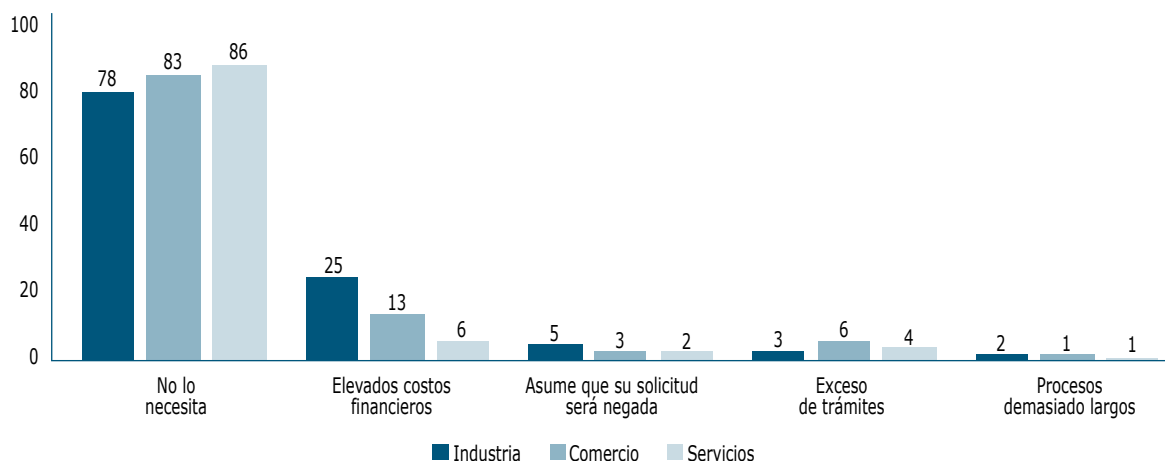
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (95% industria y comercio y 96% servicios), ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Cali no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 78% en industria, un 83% en comercio y un 86% en servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (25% industria, 13% comercio y 6% servicios), ver gráfico 34.

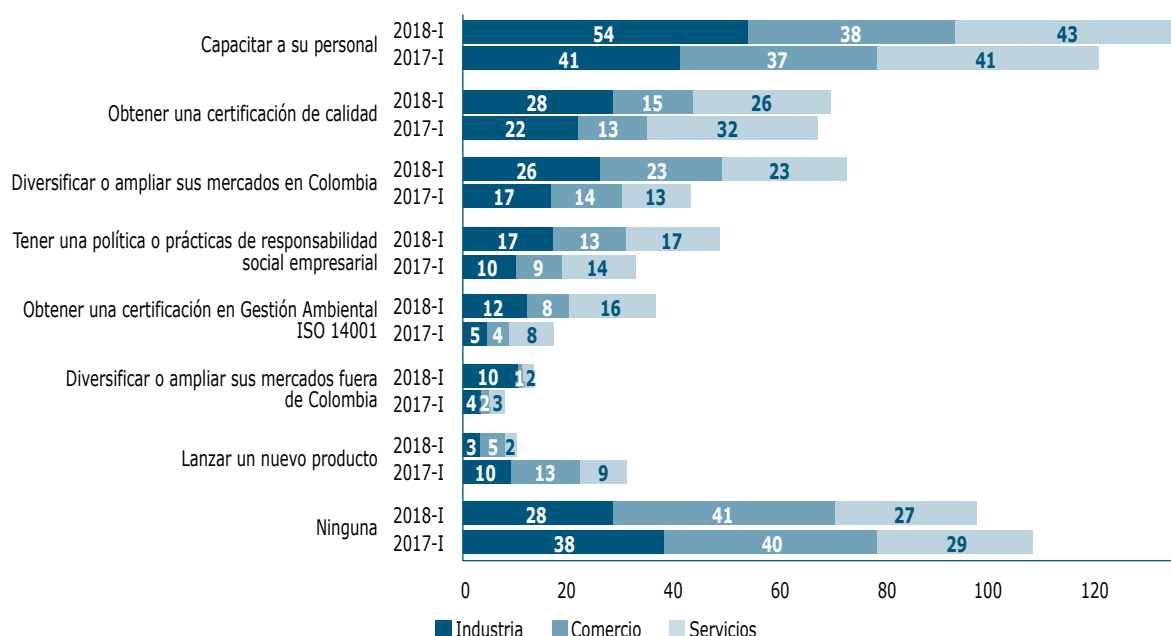
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cali fue capacitar al personal (un 54% en industria, un 38% en comercio y un 43% en servicios), seguida de obtener una certificación de calidad (un 28% en industria, un 15% en comercio y un 26% en servicios) y diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (un 26% en industria, un 23% en comercio

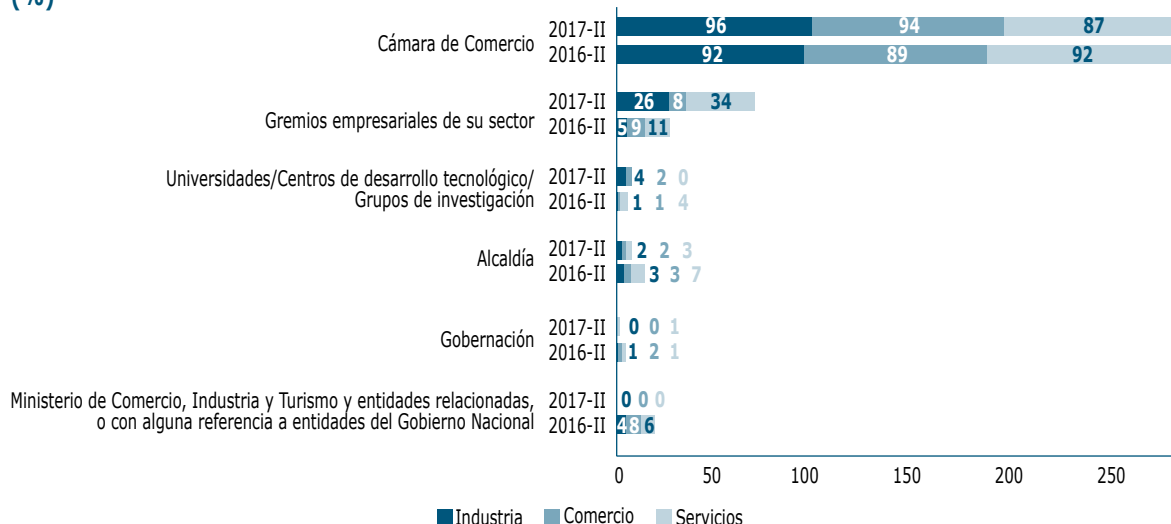
y un 23% en servicios), ver gráfico 35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en los casos de industria (28% en 2018-I vs. 38% en 2017-I) y servicios (27% en 2018-I vs. 29% en 2017-I), pero aumentó ligeramente en el sector comercio (41% en 2018-I vs. 40% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Cali tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (96% en 2017-II vs. 92% en 2016-II), comercio (94% en 2017-II vs. 89% en 2016-II) y servicios (87% en 2017-II vs. 92% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (26% industria, 8% comercio y 34% servicios), universidades (4% industria, 2% comercio y 0% servicios) y alcaldías (2% industria, 2% comercio y 3% servicios).

y servicios (87% en 2017-II vs. 92% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (26% industria, 8% comercio y 34% servicios), universidades (4% industria, 2% comercio y 0% servicios) y alcaldías (2% industria, 2% comercio y 3% servicios).

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

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (75% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), comercio (88% en 2017-II vs. 42% en 2016-II) y servicios (88% en 2017-II vs. 37% en 2016-II). A ello le

siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales con sus pares (36% industria, 13% comercio y 49% servicios), el conocer nuevos procesos y/o mercados (23% industria, 18% comercio y 18% servicios) y el incremento de sus ventas (11% industria, 2% comercio y 4% servicios).

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



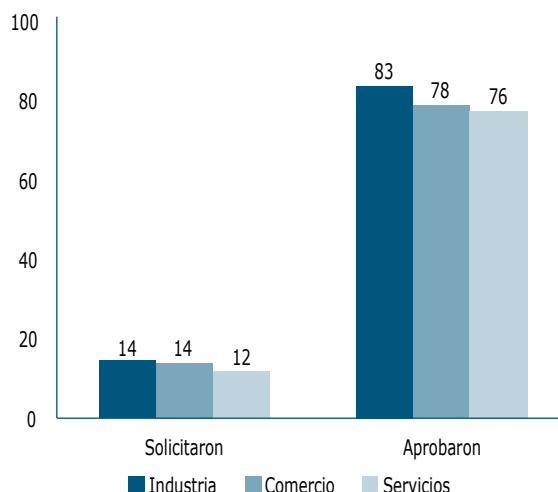
PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (14% industria, 14% comercio y 12%

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente alta para los sectores de industria (83%), comercio (78%) y servicios (76%). Dentro de las razones para no solicitar reestructuraciones, primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (97% industria y 94% comercio y servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores, les siguieron los elevados costos de asesoría (1% industria, 3% comercio y 2% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores, les siguieron los elevados costos de asesoría (1% industria, 3% comercio y 2% servicios)

y el exceso de trámites (1% industria, 3% comercio y 0% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo solo cerca de una décima parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (15% industria, 14% comercio y 15% servicios), siendo

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

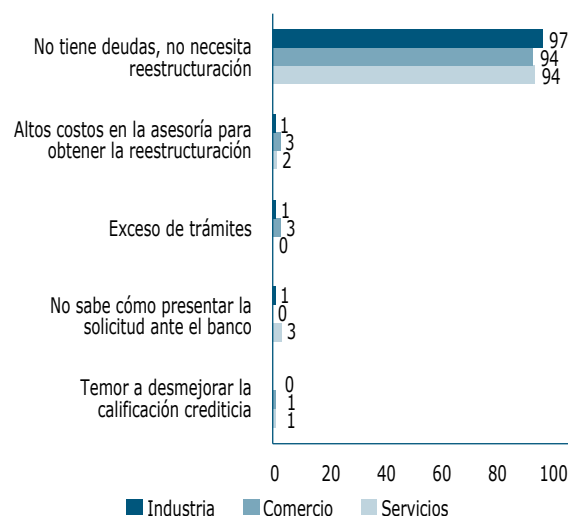


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

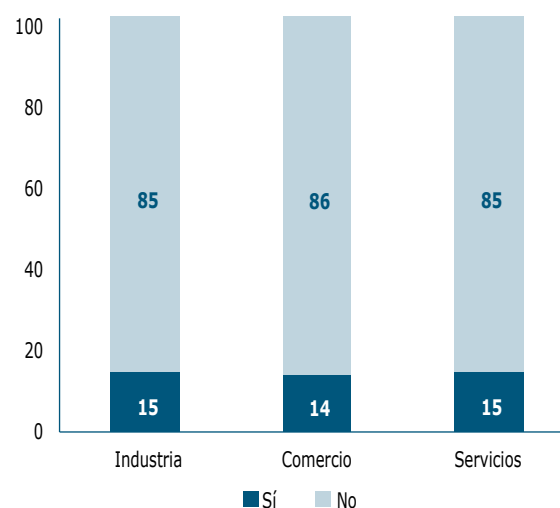


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

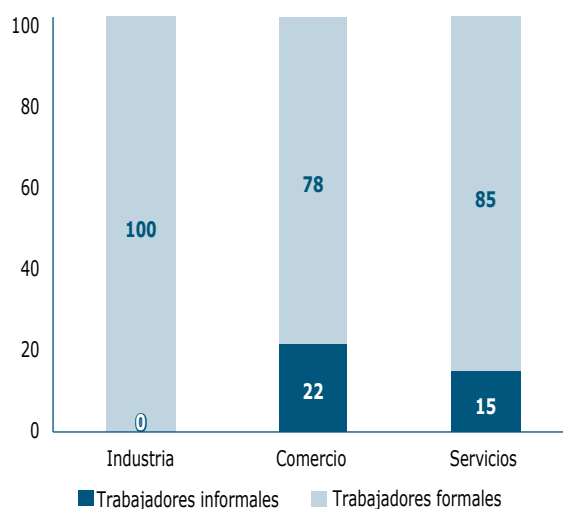
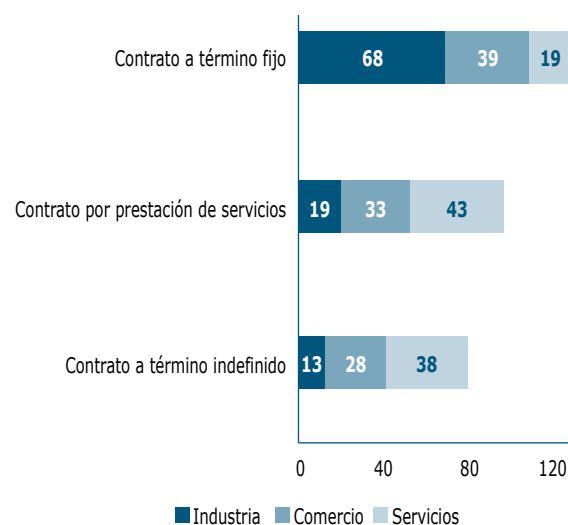


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)



dichas contrataciones mayoritariamente formales (100% industria, 78% comercio y 85% servicios), ver gráfico 41. En industria, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término fijo (68%), seguido de contrato por prestación de servicios (19%) y contrato a término indefinido (13%), ver gráfico 42. De manera similar, en comercio primó la contratación a término fijo (39%), seguido del contrato por prestación de servicios (33%) y término indefinido (28%). Finalmente, en servicios primó la contratación por prestación de servicios (43%), seguida de la contratación a término indefinido (38%) y a término

fijo (19%). Finalmente, la gran mayoría de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (75% en industria y 62% en servicios), mientras que en el sector comercio solo el 11% de los trabajadores venezolanos recibe salarios equivalentes al de sus pares colombianos, ver gráfico 43.

Productos-servicios no financieros

Cerca de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (81% en industria, 91% en comercio y 79% en servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (15% industria, 7% comercio y 13% servicios); estructuración de proyectos orientados a los servicios de inteligencia de mercados (5% industria, 2% comercio y 3% servicios); y estructuración de proyectos para el crecimiento de la empresa (2% industria, 0% comercio y 3% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios (ver gráfico 45). Las Pymes industriales de

Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

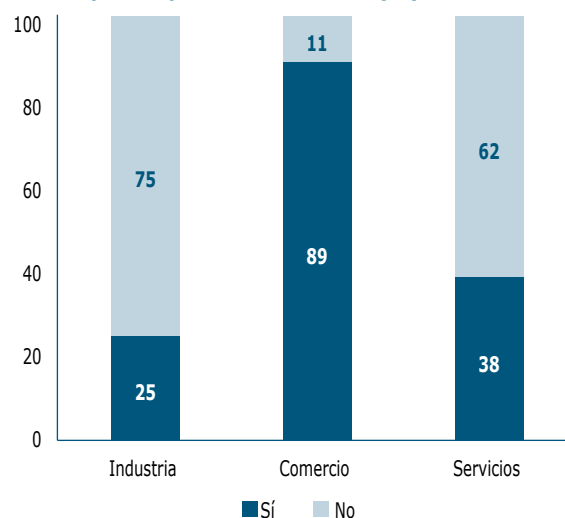


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

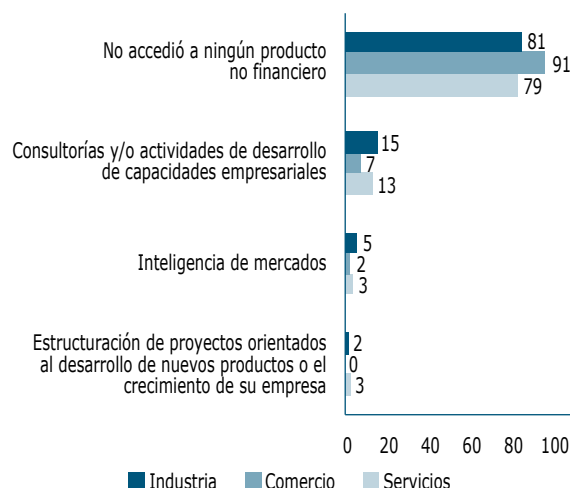
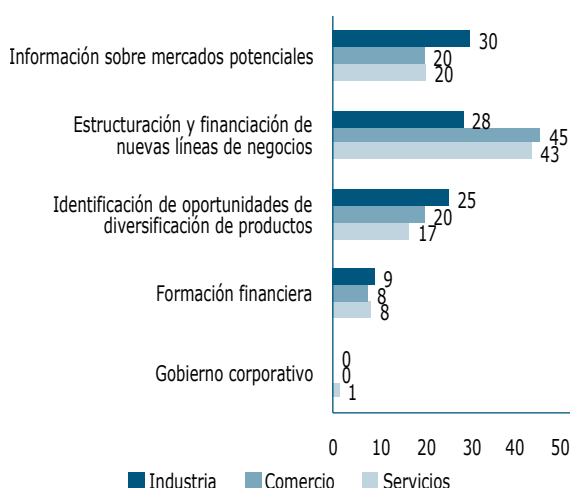


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



Cali mostraron interés en la información sobre mercados potenciales (30% en industria); estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (28%); y la identificación de oportunidades-diversificación de productos (25%). Por su parte, los comerciantes y empresarios de servicios centraron su interés en

la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (45% en comercio y 43% en servicios), seguido de información de mercados potenciales (20% en comercio y servicios) y la identificación de oportunidades de diversificación de productos (20% en comercio y 17% en servicios).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 80% de la muestra sin exportar durante 2017-II en las Pymes de Cali). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron algunos aumentos en la proporción con incrementos en sus exportaciones (10% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), mientras que la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas aumentó (5% en 2017-II vs. 3% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan decreció levemente hacia el 93% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 94% un año atrás). Al contrario que en la industria, en servicios se dieron decrecimientos en la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (1% en 2017-II

vs. 3% en 2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo inalterada en un 1%.

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (53%), seguido de no contar con información sobre los potenciales mercados para sus productos (18%) y la consideración de no tener productos exportables (10%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (53%), seguido por la ausencia de interés en exportar (22%) y falencias de información (11%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en el 36% de los industriales y el 44% de los empresarios de servicios (ver gráfico 48).

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

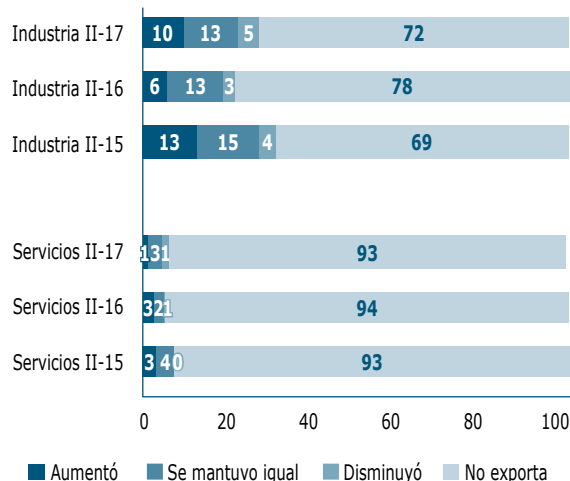
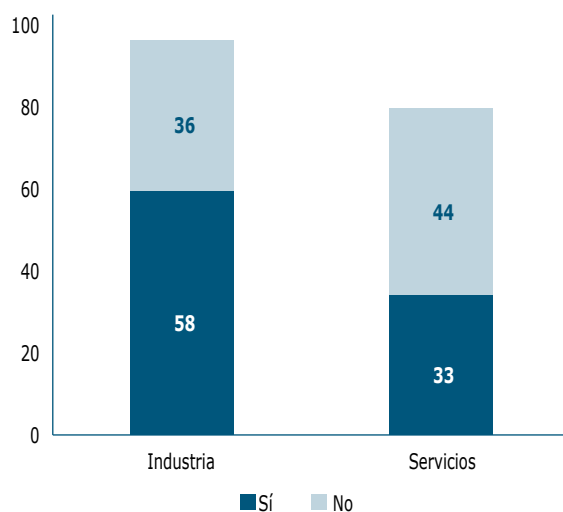


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Cali. El gráfico 49 muestra cómo un 74% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 78% un año atrás). Algún atenuante puede evidenciarse en aumentos en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (12% en 2018-I vs. 7% en 2017-I) y el ligero cambio en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas exter-

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)



nas (2% en 2018-I vs. 1% en 2017-I). Por su parte, en el sector de servicios el 93% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 92% un año atrás). Ello tuvo que ver con la reducción de la porción de empresarios que esperaban incrementar sus ventas externas (3% en 2018-I vs. 4% en 2017-I) y la estabilidad de aquellos que creían disminuir sus exportaciones (1% en 2018-I vs. 1% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (55%), comercio (73%) y servicios (61%) de Cali se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 50).

En esta medición de la GEP se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 80%-90% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (16% industria, 2% comercio y 4% servicios); preparar su empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (6% industria, 1% comercio y 1%

Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

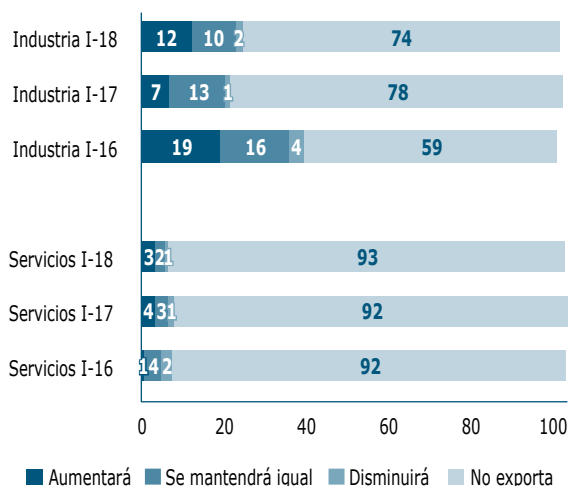
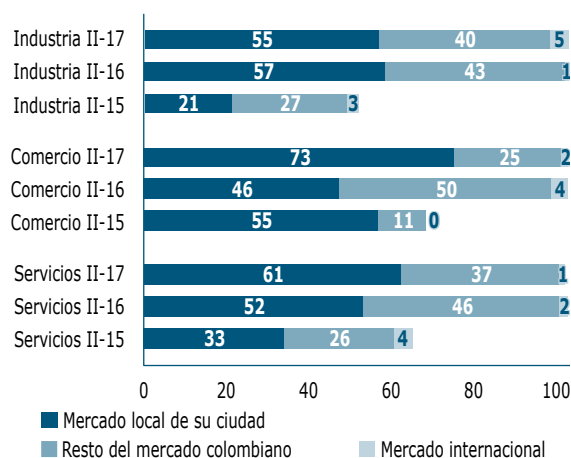


Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (2% industria, 0% comercio y 1% servicios); y obtener la certificación del producto (0% industria, 0% comercio y 1% servicios).

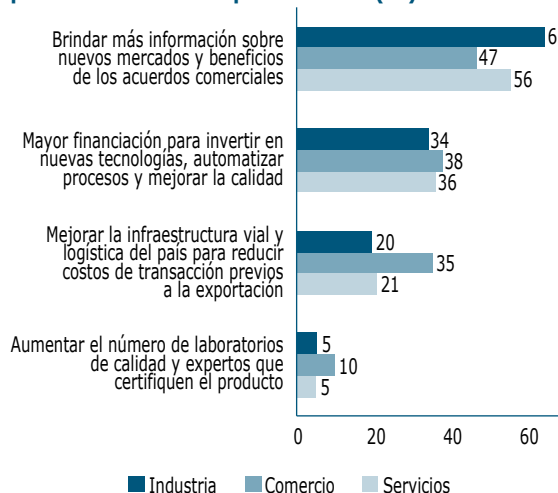
Finalmente, según la óptica de las Pymes de Cali, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar más información

sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (65% industria, 47% comercio y 56% servicios), seguido de brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (34% industria, 38% comercio y 36% servicios) y mejorar la infraestructura vial-logística del país (20% industria, 35% comercio y 21% servicios), ver gráfico 52.

Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)

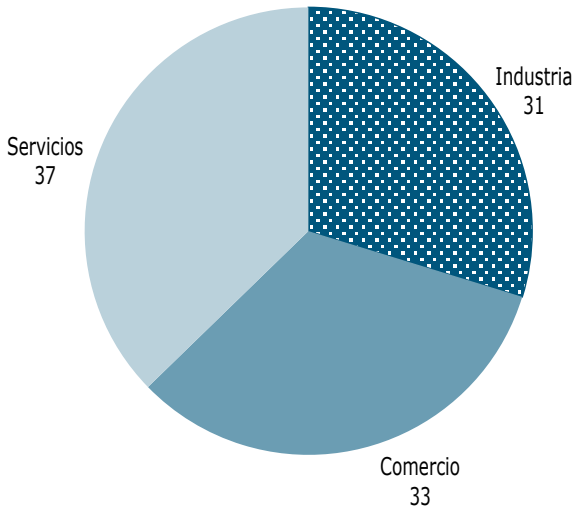




LA GRAN ENCUESTA PYME

CUNDINAMARCA

Distribución de la muestra (%)



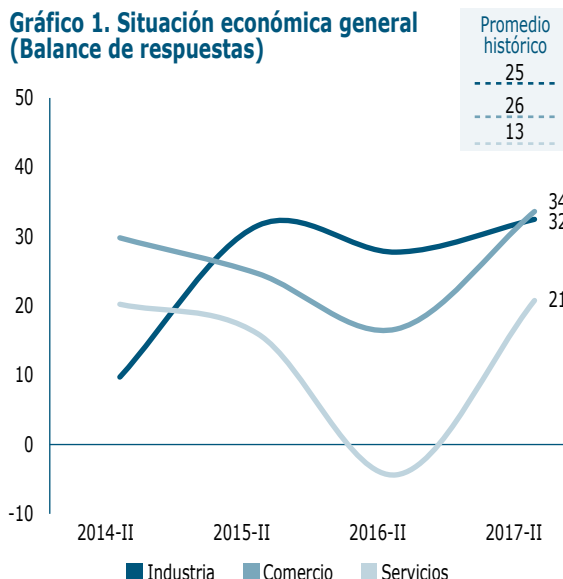
SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Cundinamarca se incrementó a niveles del 32% du-

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



rante el segundo semestre de 2017 (vs. 28% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (49% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), como a leves reducciones en la porción que vio deterioros en dicho rubro (16% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Cundinamarca).

De manera similar, en lo concerniente a ventas, se observó un crecimiento en el balance de respuestas, alcanzando niveles del 30% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 22% un año atrás). Allí primó el incremento en la porción de empresarios con aumentos en sus ventas (52% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), que compensó el crecimiento en la porción de la muestra con disminuciones de ventas (22% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (54%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

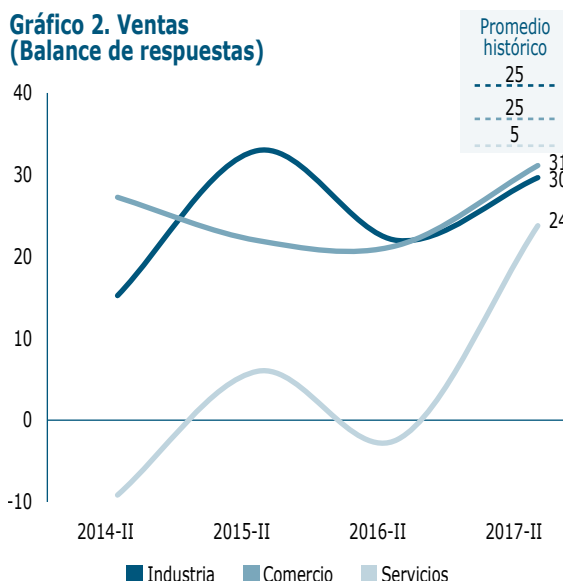
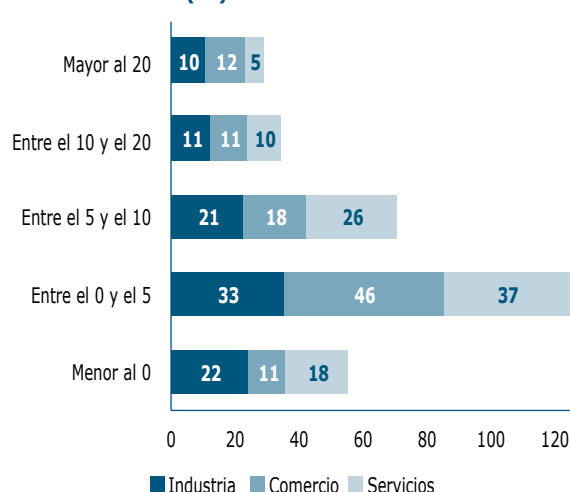


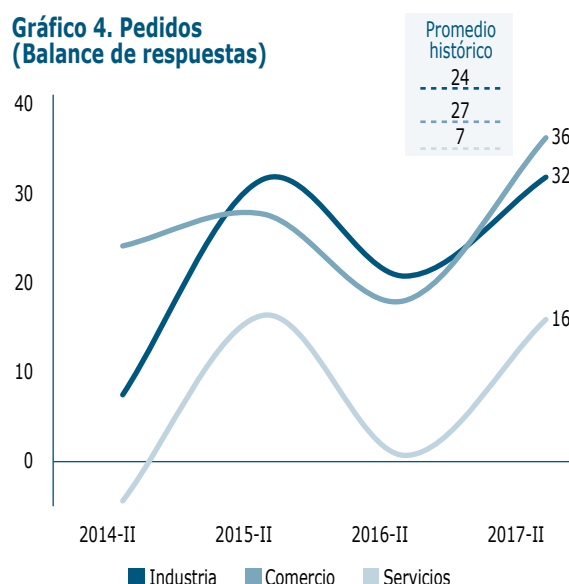
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



En el volumen de pedidos se dio un incremento en el balance de respuestas hacia el 32% en el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás y 24 % de su promedio histórico). Ello obedeció tanto al incremento en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (48% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), como al decrecimiento de la porción de empresarios con descensos en dicha variable (16% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 89% de los casos durante

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

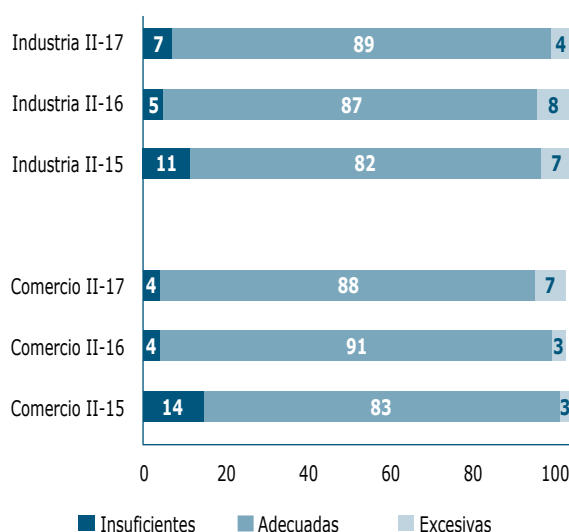


2017-II (vs. 87% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (7%) o excesivas (4%), ver gráfico 5.

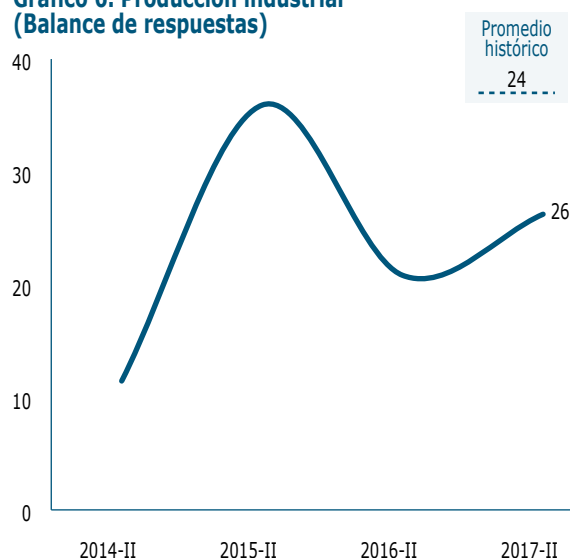
Las mejores condiciones en la demanda se han visto reflejadas en mayores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas acerca de dicha variable repuntó a niveles del 26% en el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 6. Allí primó el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (47% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), que compensó la expansión de la porción de empresarios con contracciones en dicha variable (21% en 2017-II vs. 17% en 2016-II).

La Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) se incrementó levemente a niveles del 85% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 80% un año atrás), ver gráfico 7. Ello fue suficiente para presionar al alza la inversión en maquinaria y equipo, pues su balance de respuestas alcanzó niveles del 20% (vs. 16% un año atrás). Esto último se explica por el aumento en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (29% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), lo cual compensó el aumento de aquellos empresarios que la redujeron (9% en 2017-II vs. 5% en 2016-II). Con la comentada recuperación, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II se sitúa por encima de su promedio histórico (16%), ver gráfico 8.

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



El nivel de costos presentó un incremento en su balance de respuestas hacia niveles del 43% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 34% un año atrás). Ello obedeció tanto a aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (51% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), como a contracciones en la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (8% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 9.

A pesar de dicho aumento de costos, el repunte en la demanda permitió leves incrementos en los márgenes

de los empresarios industriales de Cundinamarca. En efecto, el balance de respuestas del margen alcanzó niveles del 9% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 7% un año atrás). Ello se dio tanto por contracciones en la proporción de empresarios que experimentaron disminuciones en sus márgenes (21% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como por aumentos de aquellos con incrementos en dicha variable (30% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 10.

Asimismo, el empleo se expandió, alcanzando el balance de respuestas del número de trabajadores ni-

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

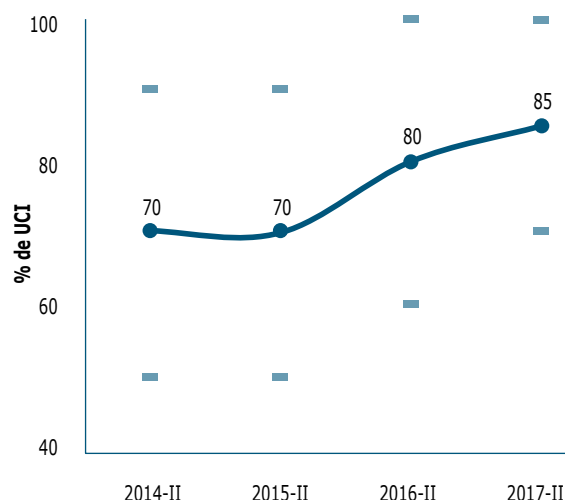


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

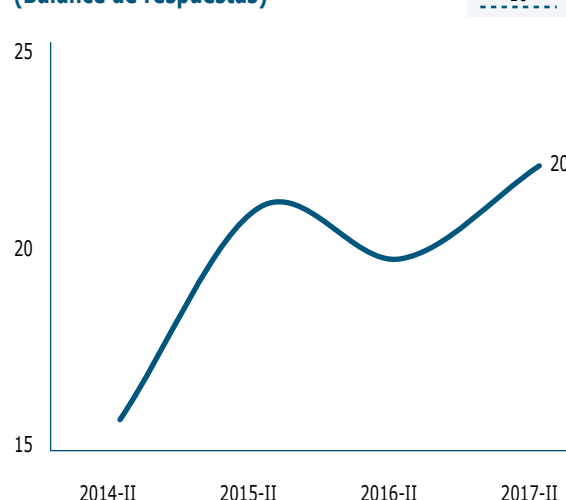


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

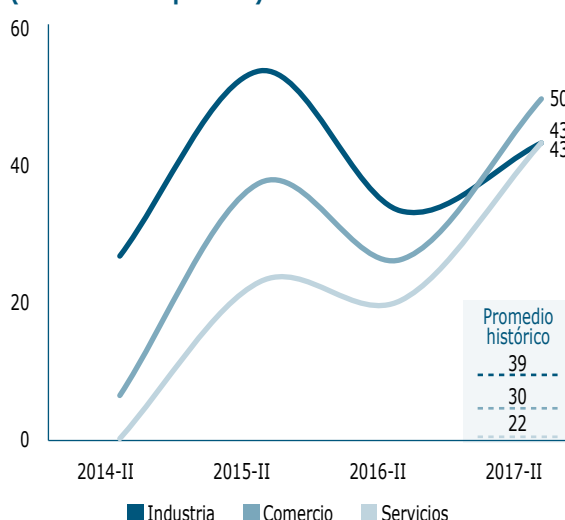
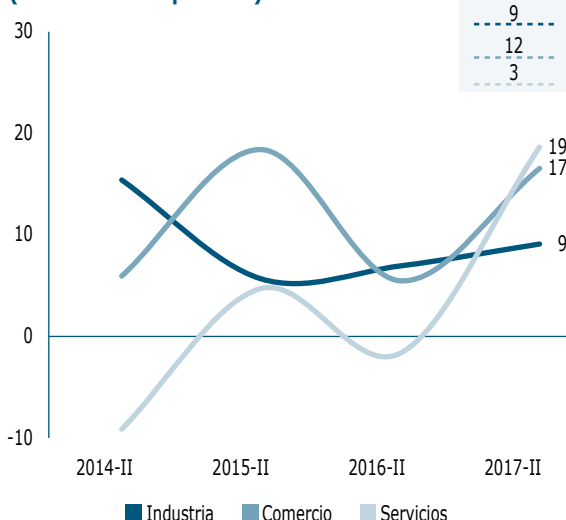


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



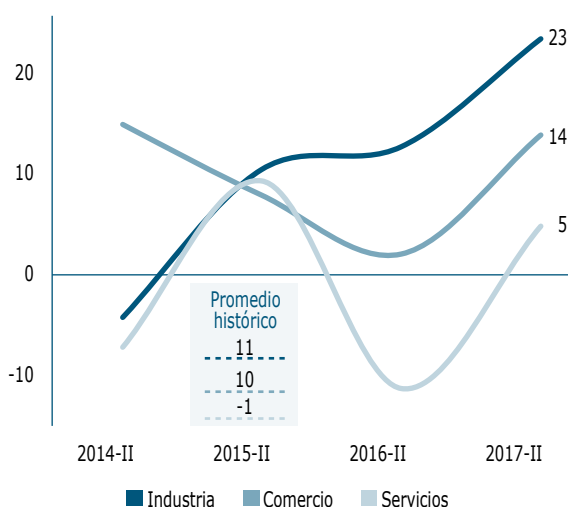
veles del 23% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás). Ello se dio tanto por expansiones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (32% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como por decrecimientos en la proporción de aquellos que destruyeron puestos de trabajo (9% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Cundinamarca, la mayoría (81%) expresó no haber pensado o realizado dicha

relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (7%) o por otras razones no relacionadas con costos de transporte (13%).

Los principales problemas para el sector industrial de Cundinamarca fueron los altos impuestos (17%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, su prevalencia disminuyó hacia el 16% de la muestra (vs. 18% un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguió la rotación de la cartera (15% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y la tasa de cambio (15% en 2017-II vs. 13% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Cundinamarca fueron el capital de trabajo insuficiente (3% en 2017-II vs. 6% en 2016-II) y el contrabando (4% en 2017-II vs. 1% en 2016-II).

**Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)**



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Cundinamarca se incrementó hacia niveles del 34% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás y 26% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a expansiones en la proporción de comerciantes Pyme con incrementos en dicha variable (46% en 2017-II vs. 36% en 2016-II),

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

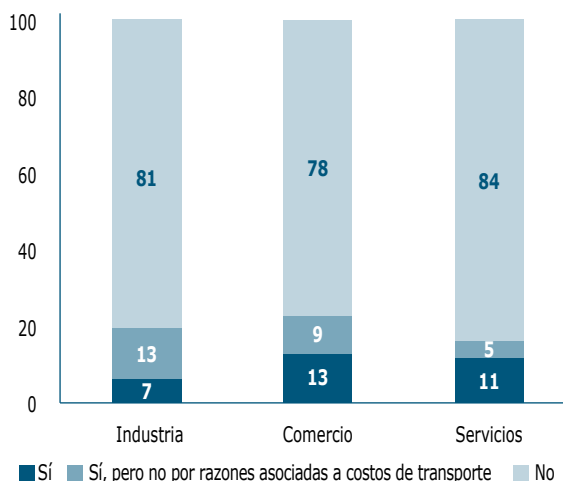
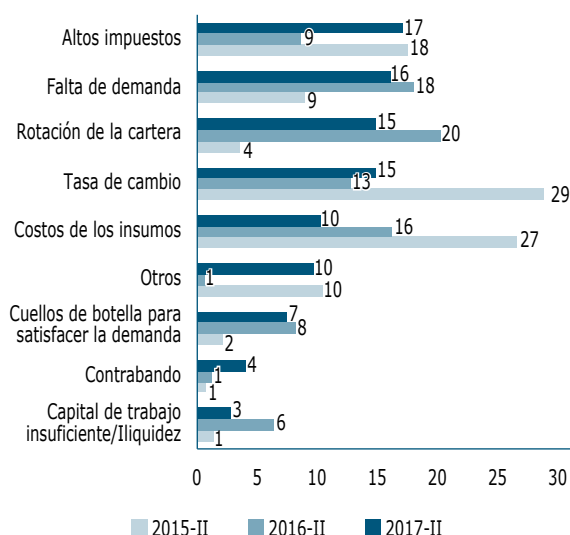


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



como a caídas en el porcentaje de empresarios con deterioros (12% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 1.

Al igual que las Pymes del sector industrial de esta región, las Pymes del sector comercio reportaron un mayor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, incrementándose hacia el 31% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes que experimentaron deterioros en sus ventas (16% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), como a incrementos en el porcentaje de comerciantes con expansiones en dichas ventas (47% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (63%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha recuperación en la demanda se extendió al volumen de pedidos, alcanzando su balance de respuestas niveles del 36% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás y 27% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a expansiones en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (51% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), como a caídas en los comerciantes con contracciones en dicha variable (15% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 88% de los casos durante 2017-II (vs. 91% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (7%) o excesivas (7%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se incrementó al 50% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el aumento en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (56% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), como por las disminuciones en la proporción de comerciantes con disminuciones en dicha variable (6% en 2017-II vs. 14% en 2016-II).

A pesar del incremento en los costos, la mejor situación de la demanda implicó aumentos en los márgenes de los comerciantes de Cundinamarca. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen alcanzó niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 5% un año atrás). Ello se dio tanto por aumentos en la proporción de empresa-

rios que experimentaron expansiones en sus márgenes (32% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), como por reducciones de aquellos con deterioros en dicha variable (15% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 10.

Asimismo, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Cundinamarca se expandió hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 2% un año atrás). Dicho incremento en la generación de empleo obedeció tanto a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que incrementaron el número de trabajadores (27% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), como a disminuciones en aquellos comerciantes que destruyeron puestos de trabajo (13% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 11.

A pesar de la mayor demanda, el balance de respuestas sobre la superficie de ventas se mantuvo casi inalterado en niveles del 12% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 11% un año atrás). Allí se anularon efectos encontrados provenientes de: i) caídas en la proporción de comerciantes con menores superficies (13% en 2017-II vs. 21% en 2016-II); y ii) reducciones en aquellos comerciantes con aumentos en dicha variable (25% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Cundinamarca, la mayoría (78%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empre-

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

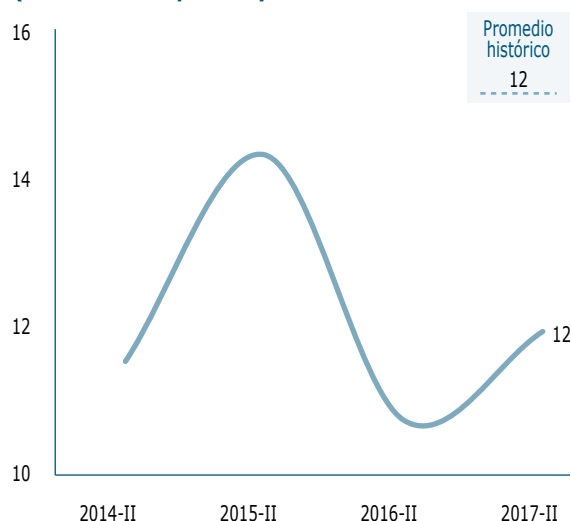
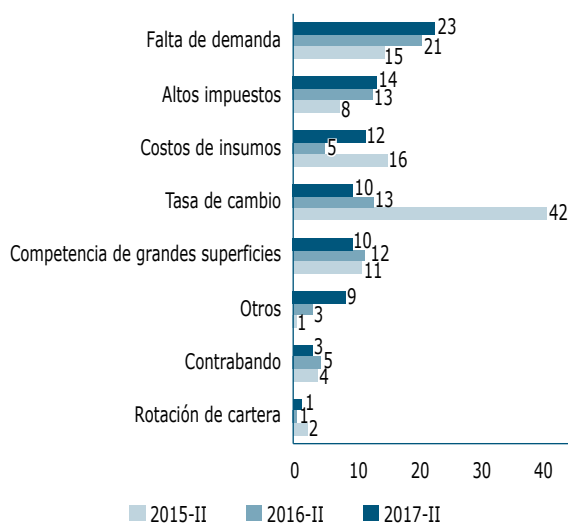


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

sas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (13%) y otras razones (9%).

Las Pymes comerciales de Cundinamarca identificaron la falta de demanda como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (23% vs. 21% un año atrás). A ello le siguieron los altos impuestos (14% en 2017-II vs. 13% en 2016-II) y los costos de los insumos (12% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los sectores de industria y comercio de Cundinamarca, los empresarios del sector de servicios vieron una recuperación en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del +21% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -4% un año atrás y +13% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por expansiones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (47% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como por disminuciones en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (27% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron una recuperación en el balance de respuestas sobre el volumen de ventas hacia el +24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás). Dicha recuperación obedeció tanto a aumentos

en la proporción de empresarios de servicios con expansiones en sus ventas (53% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como a disminuciones del porcentaje de empresarios de servicios con deterioros en dichas ventas (29% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, la mayoría (63%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Dicha recuperación de la demanda se extendió al volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Cundinamarca, alcanzando su balance de respuestas niveles del 16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 1% un año atrás y 7% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (39% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), como a disminuciones en aquellos con contracciones en dicha variable (23% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 4.

Asimismo, los empresarios Pyme del sector de servicios de Cundinamarca observaron un incremento en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 43% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de empresarios que reportaron aumentos en dichos costos (57% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), como a disminuciones en la porción que reportó descensos en dicha variable (13% en 2017-II vs. 17% en 2016-II).

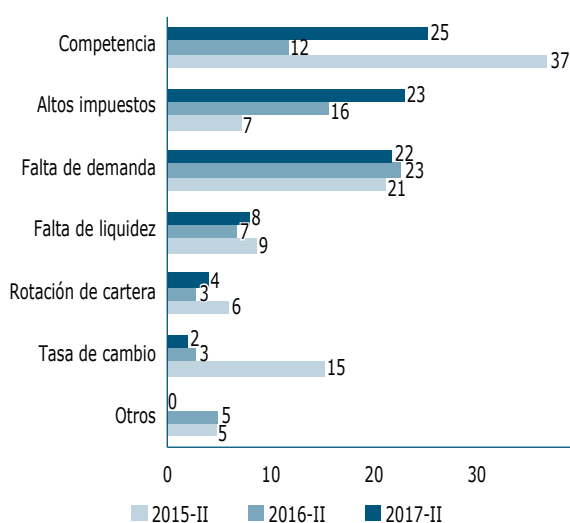
A pesar de dicho incremento en costos, la mejor demanda implicó una recuperación en el balance de respuestas acerca del margen hacia niveles del +19% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se dio tanto por incrementos en los empresarios de servicios con expansiones en sus márgenes (37% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), como por decrecimiento de la porción de la muestra con contracciones en dicho rubro (18% en 2017-II vs. 32% en 2016-II).

Asimismo, se evidenció una recuperación del balance del número de trabajadores empleados hacia niveles del +5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -11% un año atrás). Dicho repunte en la generación de empleo obedeció tanto a aumentos en la porción de la muestra con crecimientos en los puestos de trabajo (24% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), como a la disminución de la proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (19% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Cundinamarca, la mayoría (84%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaban la reducción de los costos de transporte (11%) y otras razones (5%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Cundinamarca para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la competencia (25% en 2017-II vs. 12% en 2016-II). A ello le siguieron las dificultades relacionadas con los altos impuestos (23% en 2017-II vs. 16% en 2016-II) y la falta de demanda (22% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (2% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

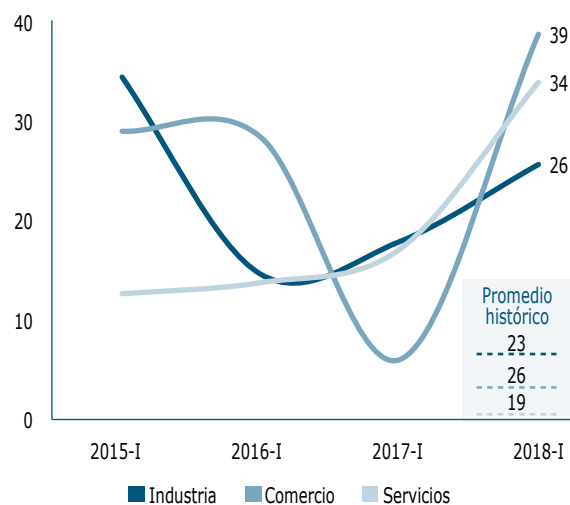
Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 26% para el primer semestre de 2018 (vs. 18% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (43% en 2018-I vs. 32% en 2017-I), lo cual compensó el leve crecimiento de los empresarios con deterioros en sus expectativas (17% en 2018-I vs. 14% en 2017-I). Ello se vio acompañado de estabilidad en la porción de encuestados con incertidumbre sobre el desempeño general en 2018-I (17%, inalterado frente a un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, las perspectivas acerca del volumen de producción se mantuvieron casi inalteradas, pues su balance de respuestas arrojó valores del 26% en el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás). Ello se dio por incrementos en la porción de empresarios que esperaban disminuciones en su producción (21% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), lo cual compensó el incremento de la porción de encuestados que pre-

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



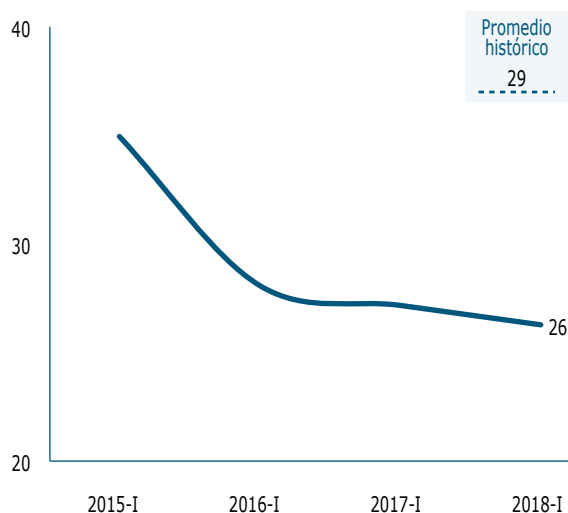
veían expansiones en dicha variable (47% en 2018-I vs. 43% en 2017-I), ver gráfico 18.

De manera similar a lo ocurrido con la producción, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos se mantuvo casi inalterado en niveles del 23% para el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás y 27% del promedio histórico). Ello se explica por efectos encontrados en cabeza de: i) aumentos en la porción de empresarios que esperaban disminuciones en pedidos (21% en 2018-I vs. 20% en

2017-I); y ii) incrementos en la porción de encuestados que preveían crecimientos en dicha variable (44% en 2018-I vs. 43% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se incrementó a niveles del 19% para el primer semestre de 2018 (vs. 10% un año atrás). Ello se dio tanto por el efecto del incremento en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (29% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), como por la caída en la porción de la muestra que veía contracciones en dicha variable (10% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 20.

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



• Sector comercio

Similar a lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas sobre el desempeño general de los comerciantes se expandió hacia el 39% en el primer semestre de 2018 (vs. 6% un año atrás). Ello obedeció tanto al crecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban una mejora en su situación general (50% en 2018-I vs. 26% en 2017-I), como a la caída en la porción de comerciantes que esperaban deterioros en dicha situación (11% en 2018-I vs. 20% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado por valores del 16% de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 22% un año atrás), ver gráfico 17.

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

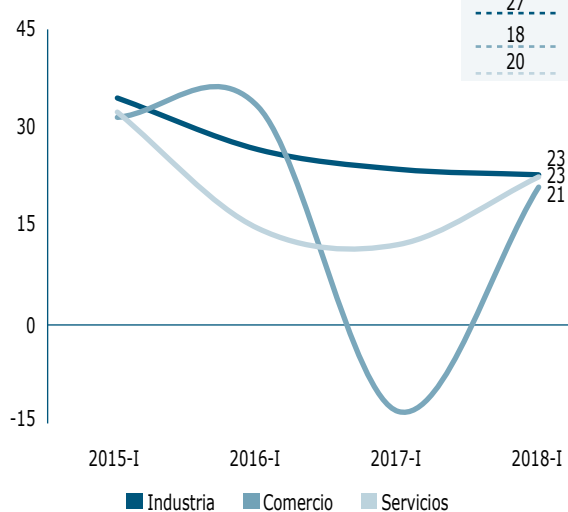
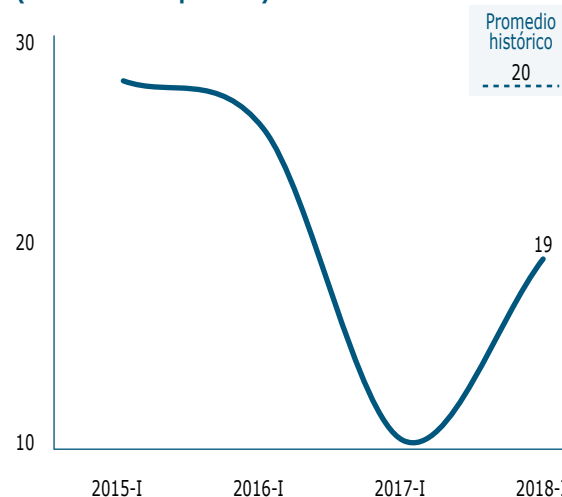


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



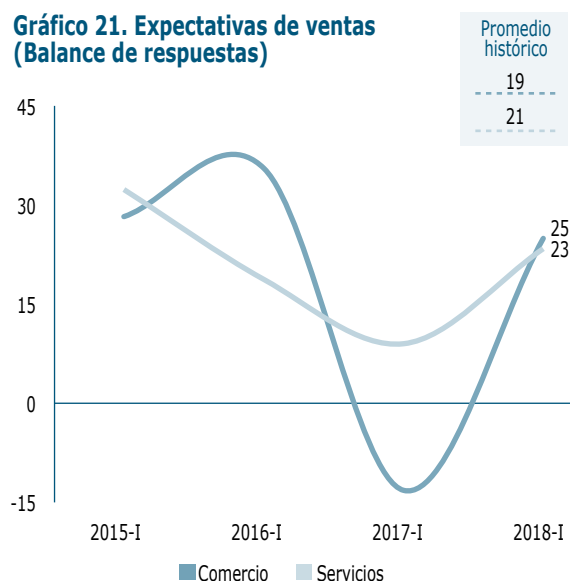
Algo similar ocurrió con el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, recuperándose hacia el +21% en el primer semestre de 2018 (vs. -13% un año atrás y +18% del promedio histórico). Ello se dio tanto por incrementos en la porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (41% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), como por disminuciones de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (20% en 2018-I vs. 36% en 2017-I), ver gráfico 19.

En lo referente a ventas, también se evidenciaron recuperaciones en el balance de expectativas hacia niveles del +25% en el primer semestre de 2018 (vs. -13% un año atrás y +19% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en ventas (45% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), como a decrecimientos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (20% en 2018-I vs. 36% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

El sector Pyme de servicios de Cundinamarca experimentó mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas de situación general, alcanzando niveles del 34% para el primer semestre de 2018 (vs. 17% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (46% en 2018-I vs. 33% en 2017-I), como a disminuciones en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (12% en 2018-I vs. 16% en 2017-I). Ello vino acompañado de leves contracciones en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (12% en 2018-I vs. 13% en 2017-I).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



En lo concerniente a pedidos, su balance de respuestas se incrementó hacia el 23% en el primer semestre de 2018 (vs. 12% un año atrás y 20% del promedio histórico). Ello obedeció al efecto de expansiones en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (48% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), pues la porción de la muestra que esperaba disminuciones se mantuvo inalterada (25%), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas sobre las perspectivas de ventas del sector servicios subió hacia niveles del 23% para el primer semestre de 2018 (vs. 9% un año atrás y 21% del promedio histórico). Ello se explica por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (51% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), lo cual primó sobre ascensos en la porción de la muestra que preveía deterioros en dicho rubro (27% en 2018-I vs. 26% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Cundinamarca incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (55% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), comercio (62% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) y servicios (54% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de una caída en la tasa de aprobación en los sectores de industria

(72% en 2017-II vs. 91% en 2016-II), comercio (74% en 2017-II vs. 96% en 2016-II) y servicios (81% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Cundinamarca, el plazo solicitado preferido fue el crédito a largo plazo (45% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por

créditos a mediano plazo (28% en 2017-II vs. 43% en 2016-II) y a corto plazo (26% en 2017-II vs. 22% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos también se solicitó a largo plazo (46% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), seguido por el corto plazo (29% en 2017-II vs. 41% en 2016-II) y el mediano plazo (26% en 2017-II vs. 35% en 2016-II). En los empresarios de servicios, los plazos preferidos fueron el mediano plazo (43% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), seguido por el largo plazo (32% en 2017-II vs. 38% en 2016-II) y el corto plazo (20% en 2017-II vs. 29% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición similar. En la industria Pyme de Cundinamarca (45% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y en el comercio (44% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), el plazo prevalente fue el largo plazo, mientras que en los servicios (43% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) fue el mediano plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron descensos en los sectores de industria (91% en 2017-II vs. 97% en 2016-II), comercio (90% en

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

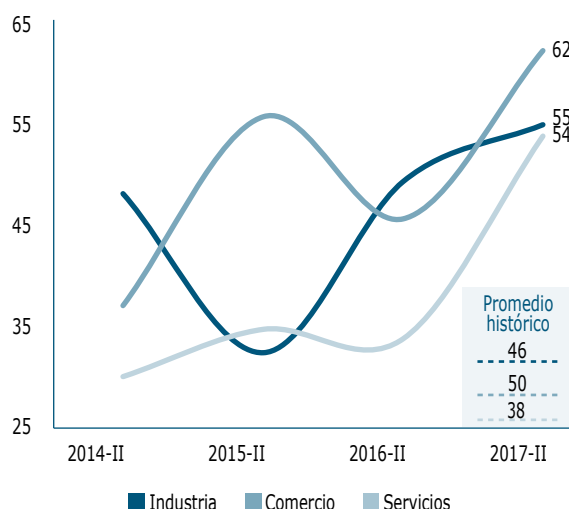


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

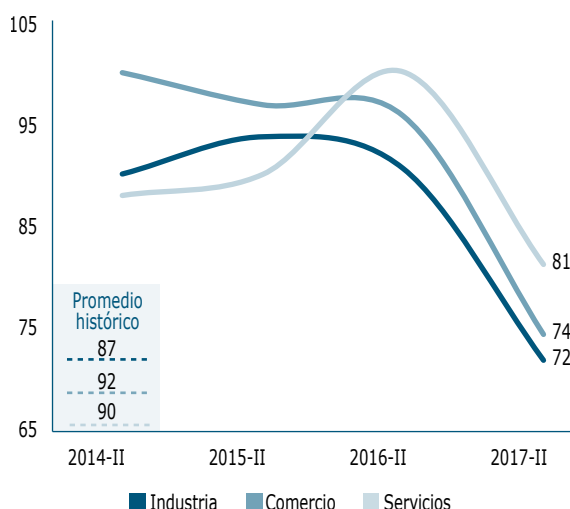


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

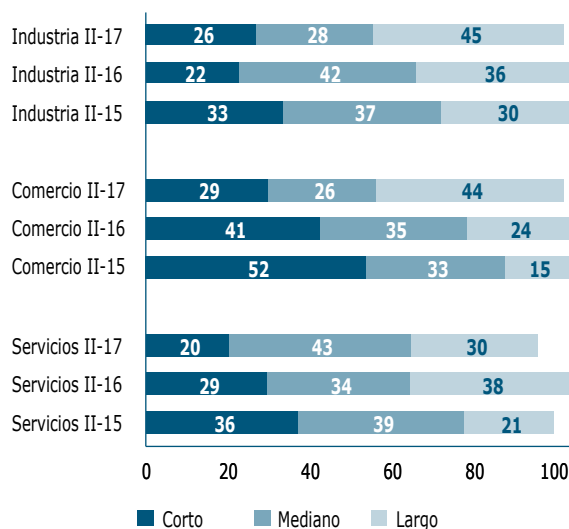
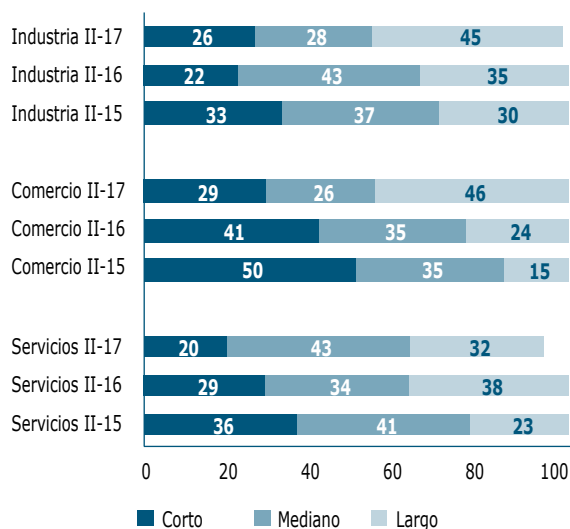


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



2017-II vs. 96% en 2016-II) y servicios (91% en 2017-II vs. 96% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Cundinamarca.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (45% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), comercio (39% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) y servicios (41% en 2017-II vs. 21% en 2016-II) fue entre DTF +4 y +8 puntos durante el segundo semestre de 2017, ver gráficos 27,

28 y 29. La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de industria (67% en 2017-II vs. 83% en 2016-II) y comercio (57% en 2017-II vs. 62% en 2016-II). Por el contrario, dicha satisfacción aumentó en el caso de los servicios (57% en 2017-II vs. 47% en 2016-II), ver gráfico 30.

La mayoría de las Pymes de industria (67%), comercio (63%) y servicios (64%) usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. Para las Pymes de industria, el segundo lugar lo ocupó la compra o arriendo de maquinaria (30%), se-

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

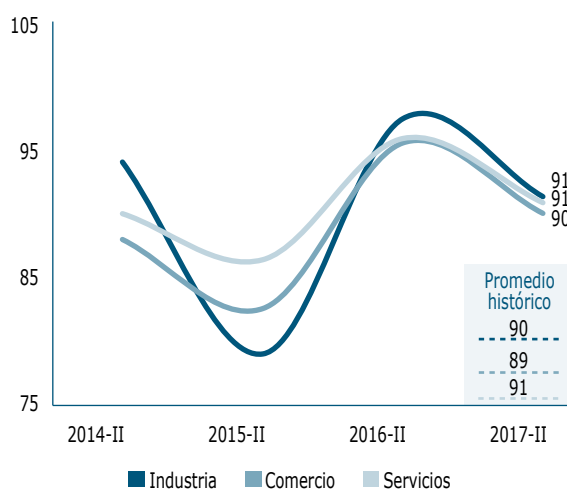


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

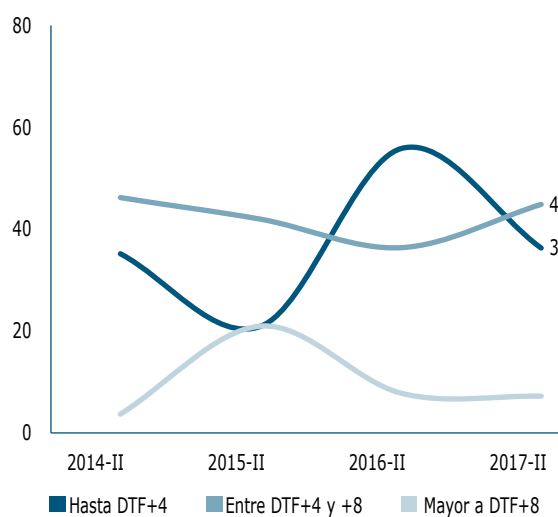


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

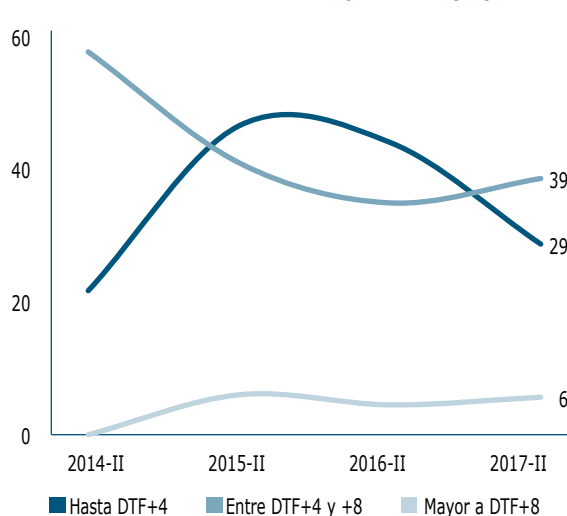


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

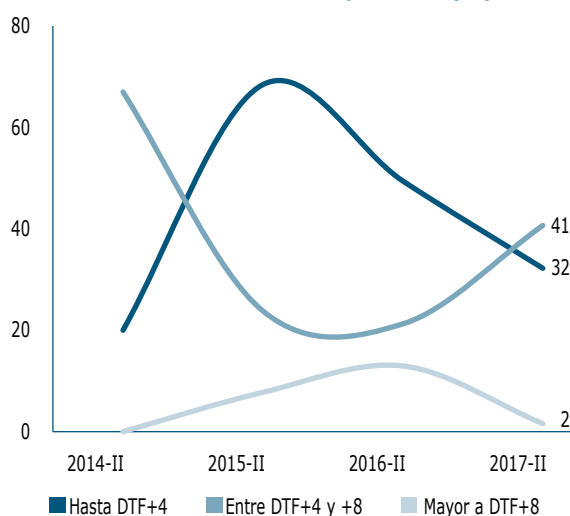
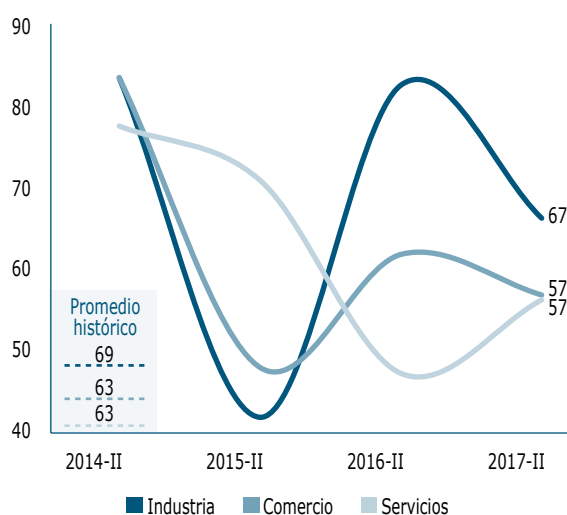


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



guido de la consolidación del pasivo (19%). Para las Pymes de comercio (22%) y servicios (27%), dicho segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo, seguido por las remodelaciones o adecuaciones (13% comercio y 21% servicios).

Casi la mitad de las Pymes de industria (41%), comercio (49%) y servicios (51%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (26%) y de comercio (24%), mientras que para el sector de servicios la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios (21%). A ello le siguieron los recursos propios para las Pymes de industria (10%) y comercio (13%), y los proveedores para las de servicios (13%).

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

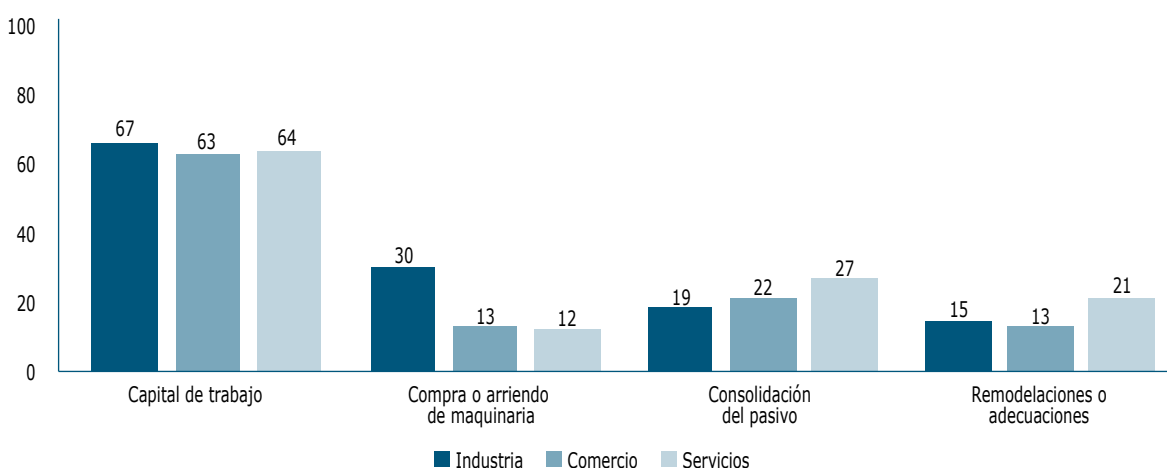


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

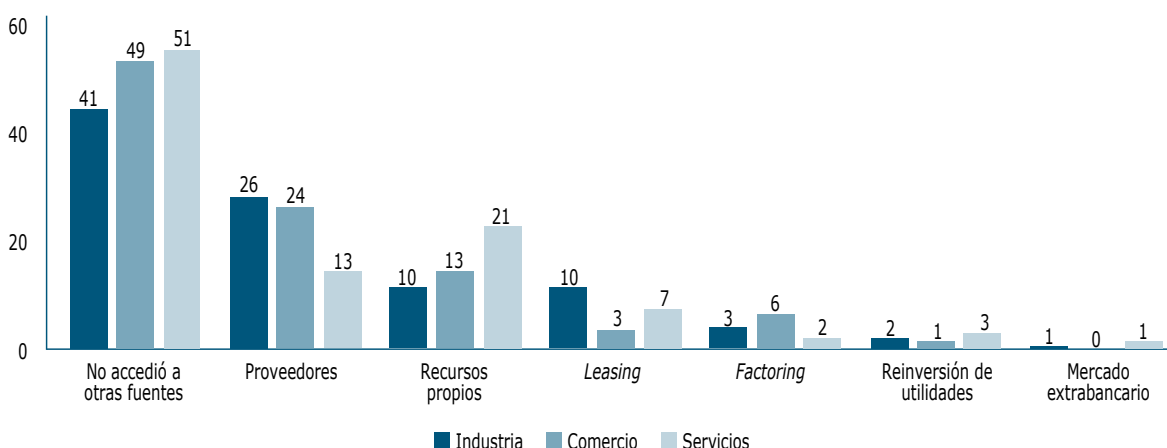
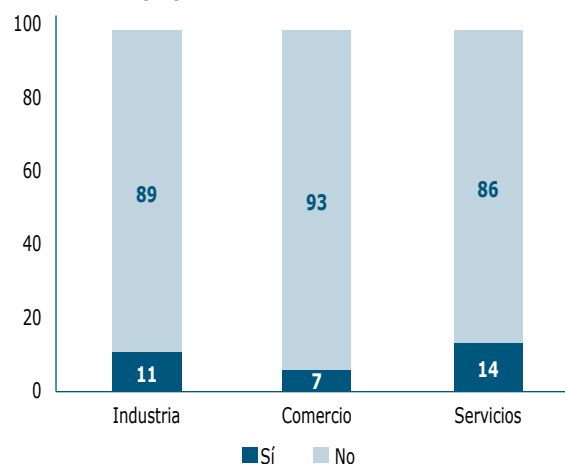


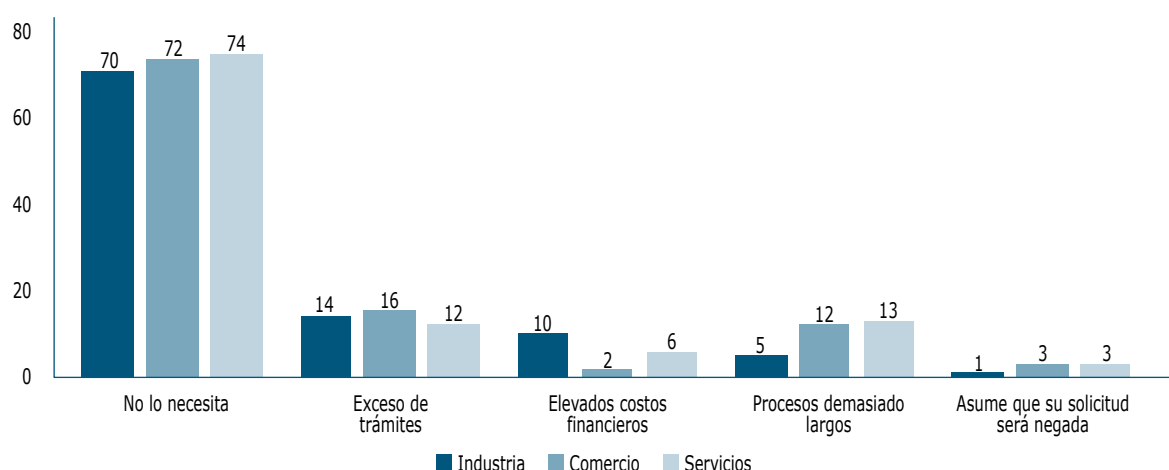
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



Se les preguntó a los empresarios de Cundinamarca si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 85% de los encuestados (89% industria, 93% comercio y 86% servicios), ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Cundinamarca no solicitó créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (70% industria, 72% comercio y 74% servicios). La segunda razón en los sectores de industria (14%) y comercio (16%) está asociada al exceso de trámites, mientras que en el sector de servicios dicho segundo lugar lo ocuparon los elevados tiempos de los procesos (13%), ver gráfico 34.

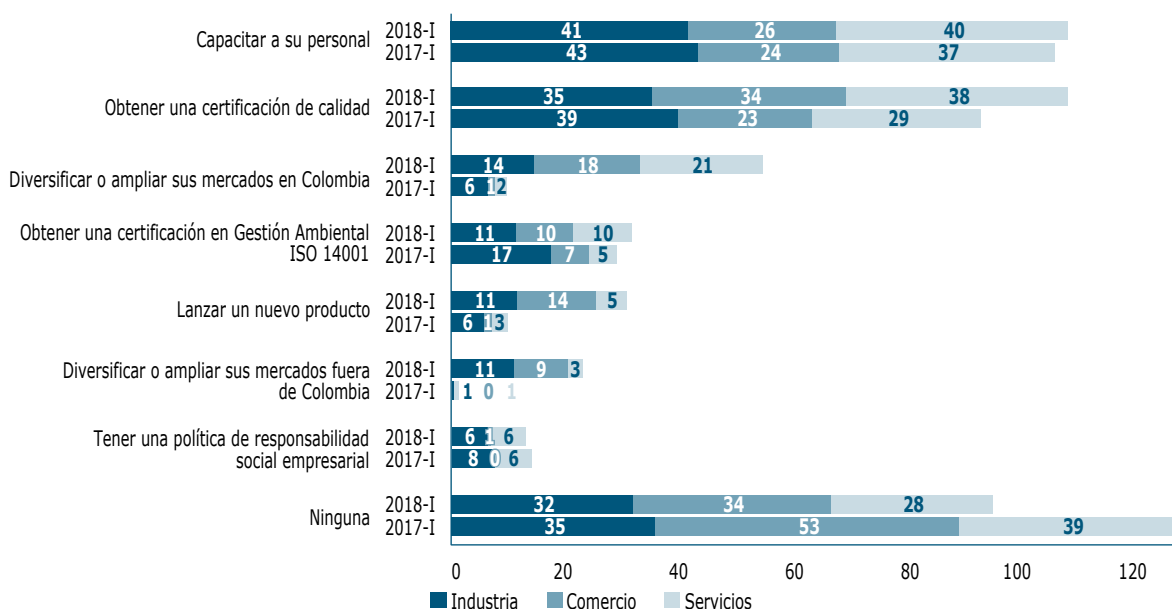
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cundinamarca fue capacitar al personal (41% industria, 26% comercio y 40% servicios). En segundo lugar se situó obtener una certificación de calidad (35% industria, 34% comercio y 38% servicios), ver gráfico 35.

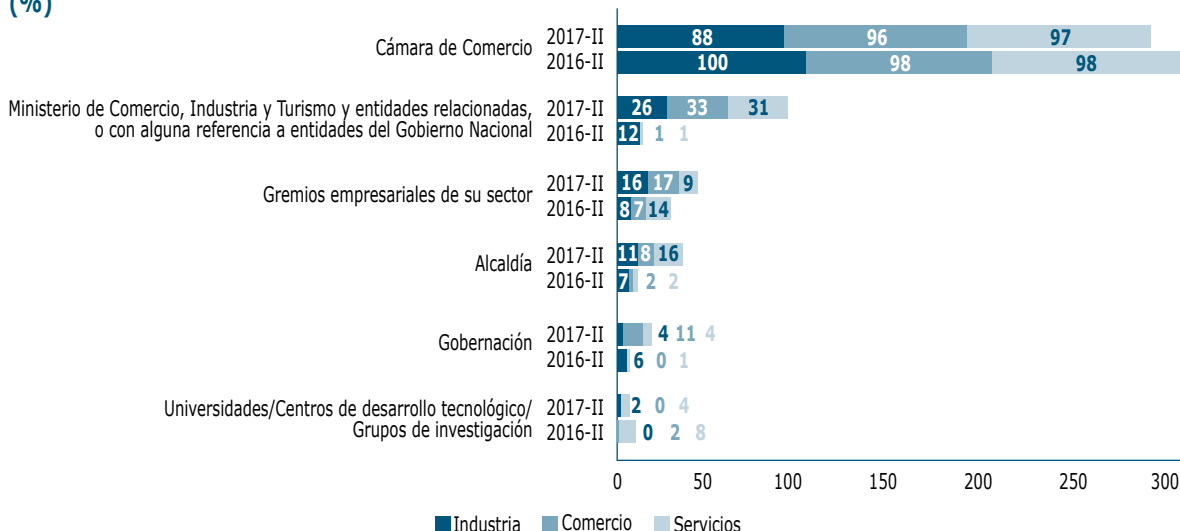
El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en los sectores de industria (32% en 2018-I vs. 35% en 2017-I), comercio (34% en 2018-I vs. 53% en 2017-I) y servicios (28% en 2018-I vs. 39% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Cundinamarca tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (88% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), comercio (96% en 2017-II vs. 98% en 2016-II) y servicios (97% en 2017-II vs. 98% en 2016-II).

A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con entidades del Gobierno Nacional (26% industria, 33% comercio y 31% servicios), gremios (16% industria, 17% comercio y 9% servicios), y alcaldías (11% industria, 8% comercio y 16% servicios).

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

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (58% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), comercio (60% en 2017-II vs. 30% en 2016-II) y servicios (53% en 2017-II vs. 46% en 2016-II). A ello le

siguieron los beneficios de nuevas relaciones comerciales y establecer alianzas (22% industria, 33% comercio y 27% servicios), incrementar el nivel de ventas (22% industria-comercio y 36% servicios), y conocer nuevos procesos o mercados (19% industria, 16% comercio-servicios).

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



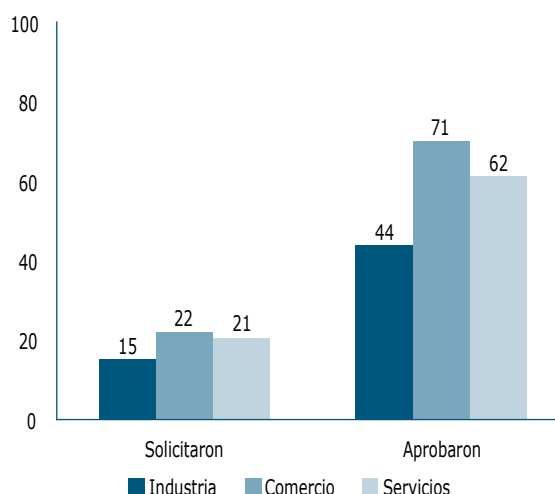
PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo una parte no despreciable de la muestra (15% industria, 22% comercio y 21% servicios) solicitó reestructuraciones de sus

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Allí la tasa de aprobación fue relativamente elevada en los tres macro-sectores (44% industria, 71% comercio y 62% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar ese trámite (90% industria, 81% comercio y 80% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores les siguieron el exceso de trámites (5% industria, 6% comercio y 8% servicios), el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (4% industria, 2% comercio y 4% servicios), los elevados costos de asesoría (1% industria, 3% comercio y 4% servicios), los elevados costos de asesoría (1% industria, 3% comercio y 4% servicios), los elevados costos de asesoría (1%

industria, 3% comercio y 4% servicios) y el temor a desmejorar las calificaciones crediticias (0% industria, 8% comercio y 4% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo una porción importante de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (45% industria, 24% comercio y 28% servicios).

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

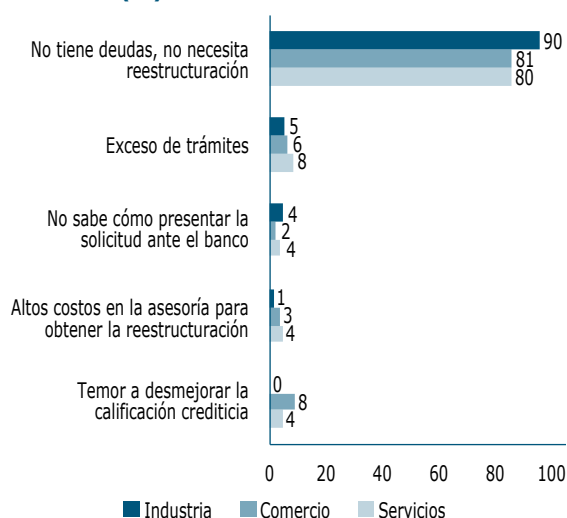


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

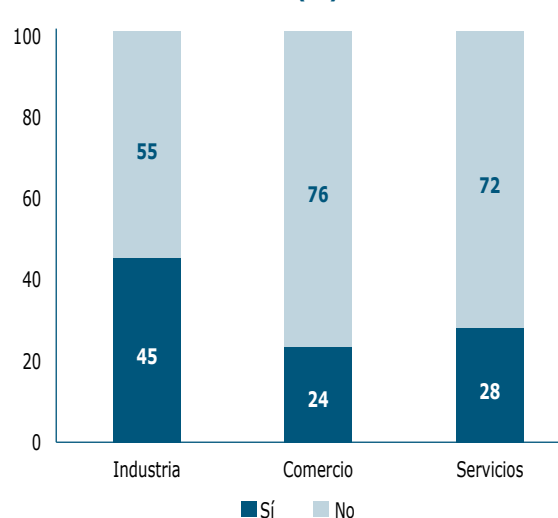


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

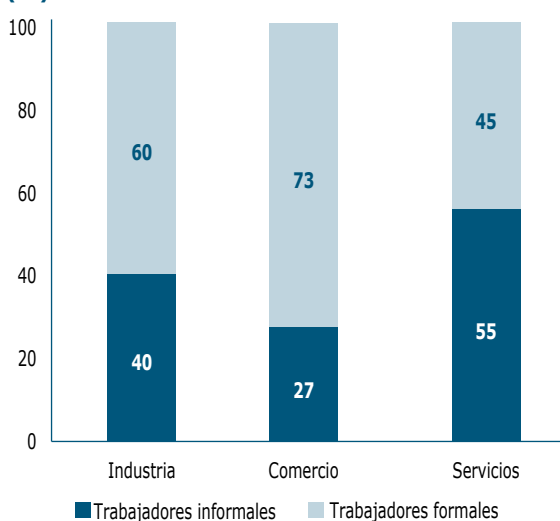
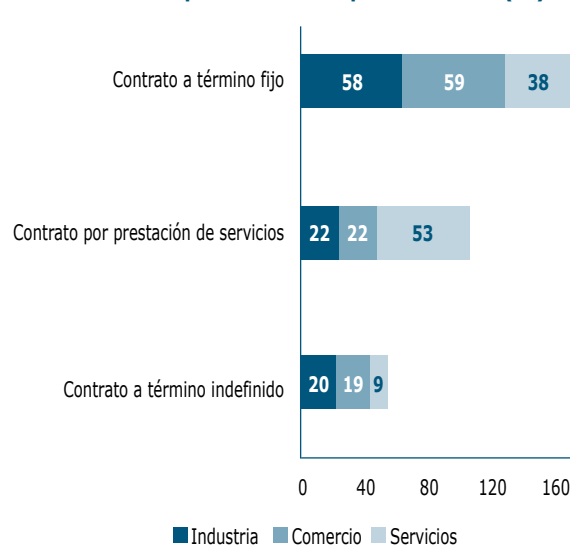


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)



comercio y 28% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales en los casos de industria (60%) y comercio (73%), e informales en el de servicios (55%), ver gráfico 41. En los sectores de industria y comercio, el modo de contratación principal fue bajo contrato a término fijo (58% industria y 59% comercio), seguido de contratos por prestación de servicios (22% industria-comercio) y a término indefinido (20% industria y 19% comercio). En el caso del sector servicios, dichas contrataciones se

hicieron mayoritariamente mediante contratos por prestación de servicios (53%), seguido por contratos a término fijo (38%) y a término indefinido (9%), ver gráfico 42. Finalmente, sobre los salarios que devengaban los trabajadores venezolanos frente a sus pares colombianos, el sector industrial afirmó que el 39% recibía salarios equivalentes, el sector comercio respondió que un 64% pagaba los mismos salarios y el sector servicios el 31% (ver gráfico 43).

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (69% industria, 84% comercio y 73% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (15% industria, 7% comercio y 9% servicios), consultorías (13% industria, 12% comercio, 15% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (10% industria, 7% comercio y 4% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Cun-

Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

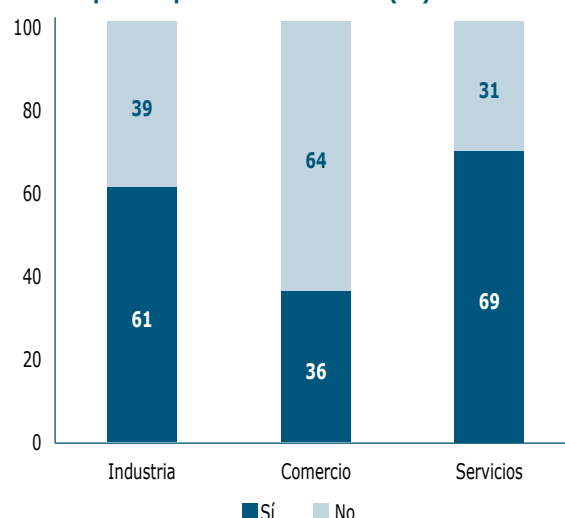


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

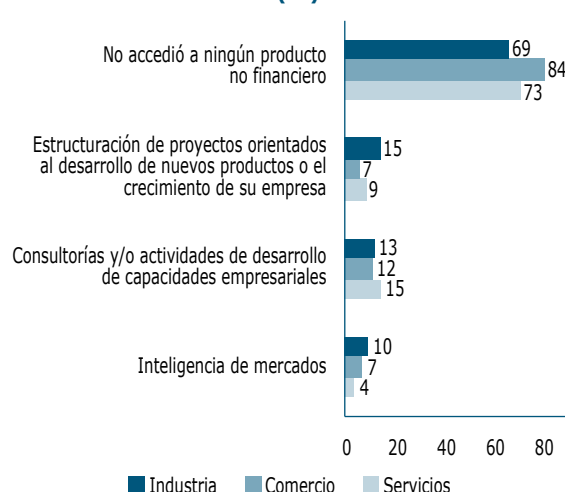


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



dinamarca mostraron interés en información sobre mercados potenciales (28%), y la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (27%). El sector de comercio se interesó en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (48%) y

las oportunidades de diversificación de productos (21%), mientras que el sector servicios se enfocó en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (32%) e información sobre mercados potenciales (24%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra alguna mejora en la vocación exportadora del sector Pyme de industria, donde la porción de Pymes que no exportan se redujo hacia el 63% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 79% un año atrás). Allí se incrementó la porción de empresarios con aumentos en sus exportaciones (11% en 2017-II vs. 5% en 2016-II) y se redujo la porción con descensos en dichas ventas (7% en 2017-II vs. 9% en 2016-II).

En el sector Pyme de servicios, la porción que no exporta alcanzó niveles del 95% durante 2017-II (vs. 90% un año atrás). Dentro de la minoría que sí exportó se observaron disminuciones marginales en la proporción con incrementos en sus exportaciones (1% en 2017-II vs. 2% en 2016-II) y en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (3% en 2017-II vs. 4% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo inte-

rés en dichas ventas externas (38%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (24%) y la falta de información sobre cómo participar en el mercado internacional (15%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (46%), seguido por la ausencia de interés en exportar (32%) y falencias de información (4%). Nótese cómo todo lo anterior se da a pesar de que casi dos tercios de la muestra tienen planes de internacionalización (61% industria y 71% servicios), ver gráfico 48.

Prospectivamente, el gráfico 49 muestra cómo un 63% de las Pymes industriales no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 80% un año atrás). Ello fue consistente tanto con el aumento en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (25% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), como con el decrecimiento de aquellos que esperaban disminuciones (2% en 2018-I vs. 5%

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

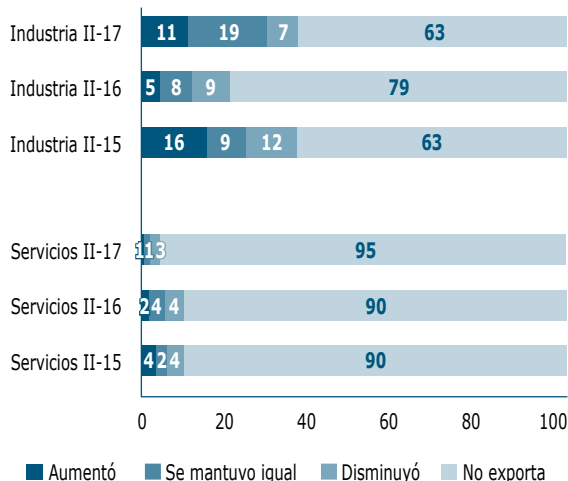
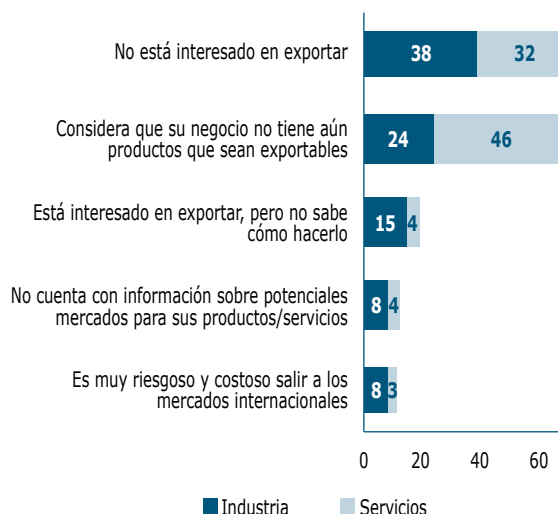


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



en 2017-I). Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 86% de las Pymes de servicios no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 88% un año atrás). Ello es consistente con aumentos marginales en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (4% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), y estabilidad en aquellos que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (1%, inalterado frente a un año atrás).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el

mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (58%), comercio (57%) y servicios (60%) de Cundinamarca se enfocaron principalmente en el mercado nacional durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 55%-75% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

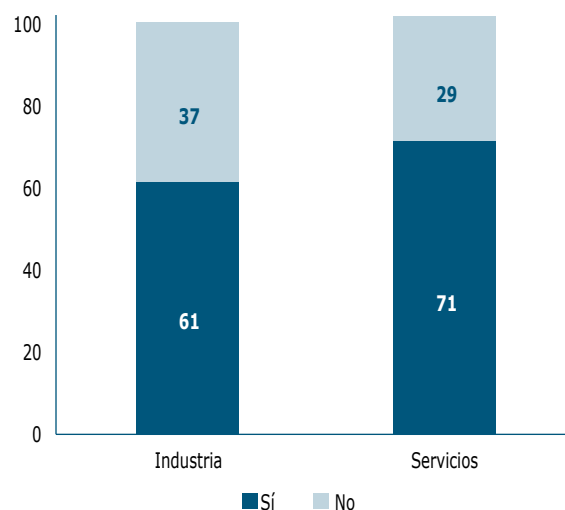


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

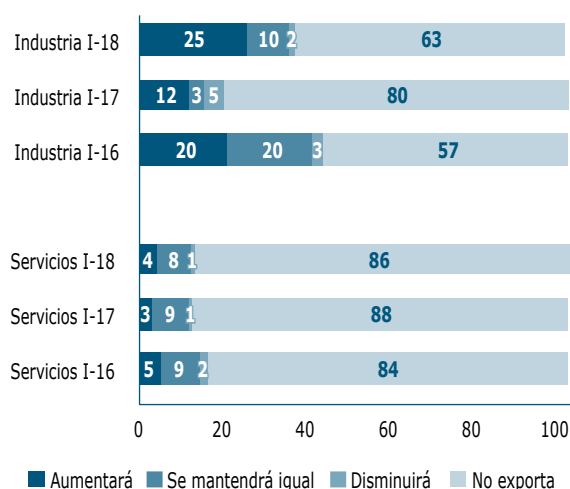


Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

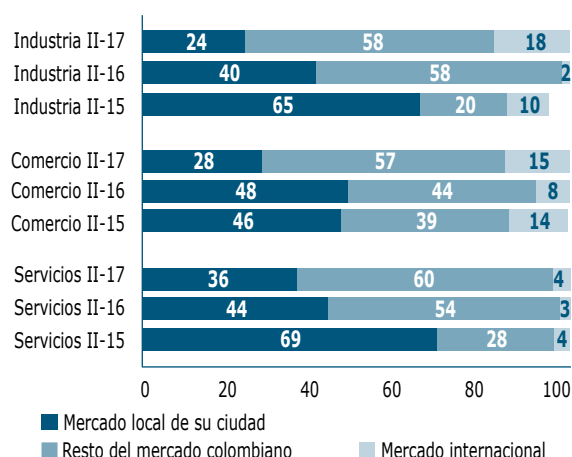


Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

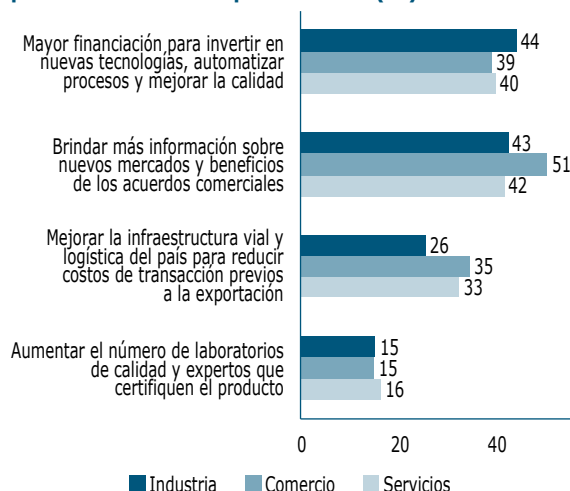


que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados que den margen de ganancia a la empresa (15% industria-comercio y 8% servicios); obtener la certificación del producto (11% industria, 1% comercio y 7% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (9% industria, 8% comercio y 3% servicios); y la preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (5% industria-comercio y 6% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Cundinamarca, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de ofrecer mayor financiación para incrementar la productividad (44% industria, 39% comercio y 40% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue brindar más información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (43% industria, 51% comercio y 42% servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (26% industria, 35% comercio y 33% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (15% industria-comercio y 16% servicios).

mero de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (15% industria-comercio y 16% servicios).

Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)

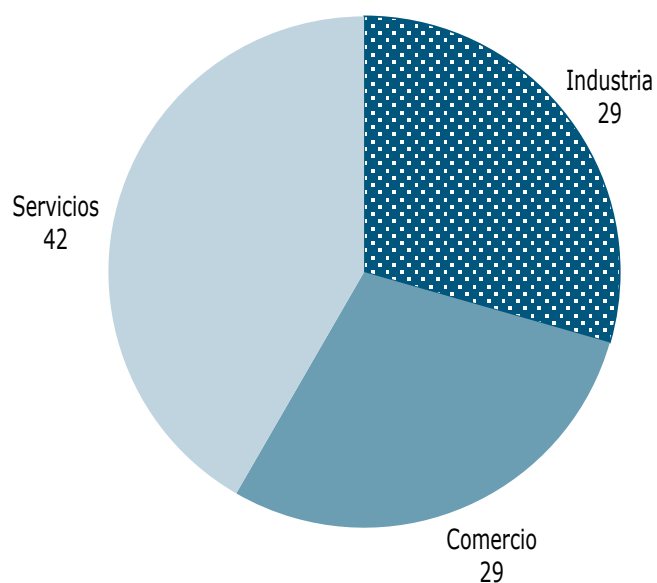




LA GRAN ENCUESTA PYME

MANIZALES

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA (%)



SITUACIÓN ACTUAL

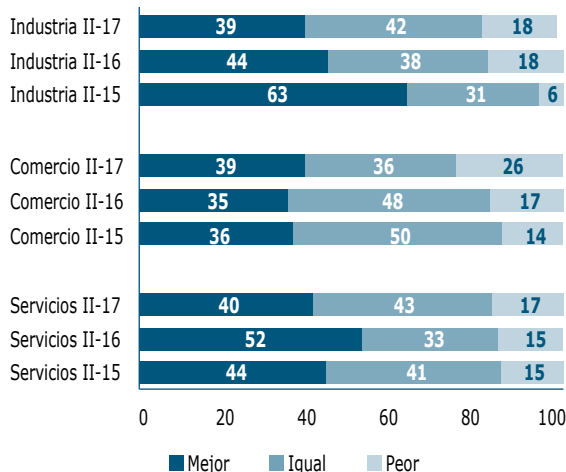
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Manizales cayó hacia niveles del 21% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás y

35% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a caídas en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (39% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), mientras que la porción de empresarios que experimentaron descensos permaneció inalterada en el 18% (ver gráfico 1, sección Manizales).

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



Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 26% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás). Allí confluyeron los efectos de descensos en la porción de empresarios con aumentos en sus ventas (43% en 2017-II vs. 48% en 2016-II) con un leve incremento en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (17% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (54%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un deterioro en el balance de respuestas hacia el

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

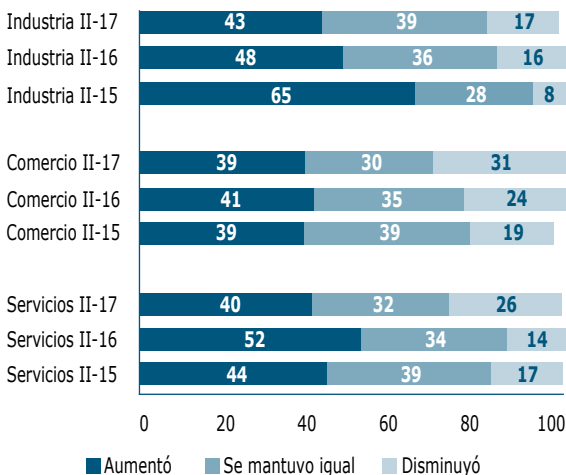
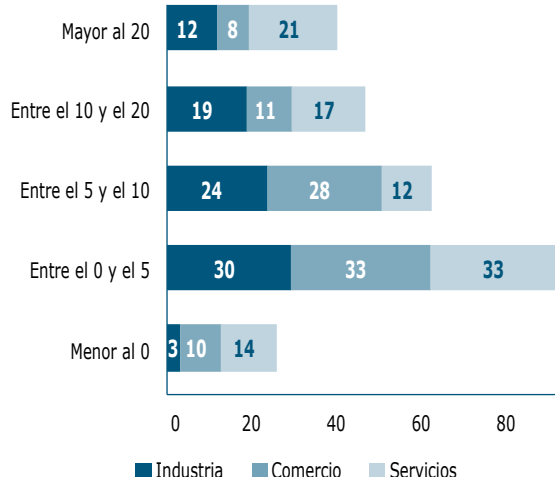


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



23% en el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás). Allí coincidieron la disminución en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (43% en 2017-II vs. 48% en 2016-II) y el efecto de empresarios con caídas en dicha variable (20% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 88% de los casos durante 2017-II (vs. 92% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existen-

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2017 (%)

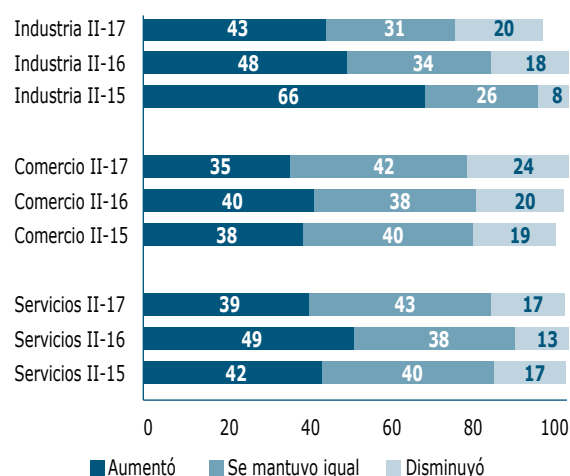
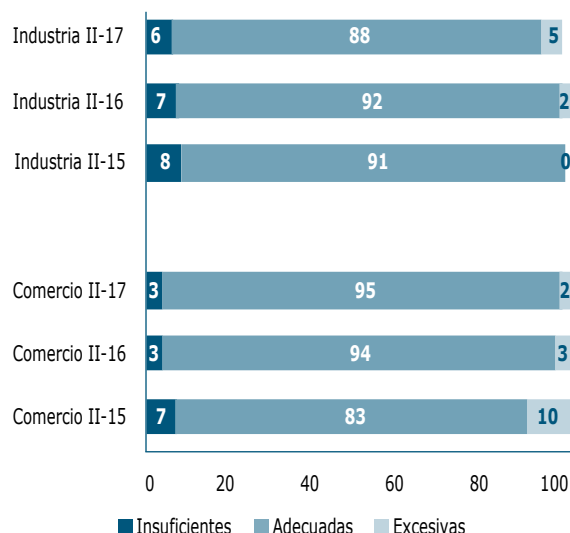


Gráfico 5. Existencias (%)



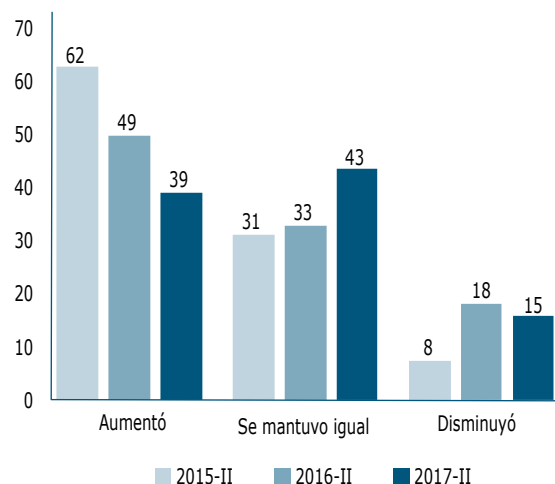
cias como insuficientes (6%) o excesivas (5%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios reflejan un buen manejo del ciclo de demanda por parte de los empresarios (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Manizales se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del 24% en el segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás), ver gráfico 6. Allí primó el efecto del descenso en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (39% en 2017-II vs. 49% en 2016-II) sobre el efecto de empresarios con descensos en dicha variable (15% en 2017-II vs. 18% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se ha observado relativa estabilidad en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) en el rango 70%-100% en promedio durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 7. Ello no impidió que el balance de respuestas sobre la inversión en maquinaria y equipo descendiera levemente hacia valores del 22% (vs. 26% un año atrás). Esto último se explica principalmente por disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (31% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), compensando la reducción del porcentaje de industriales que redujeron dicha variable (9% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó un leve aumento en su balance de respuestas hacia niveles del 40% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 39% un año atrás).

Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2017, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2017 (%)



Ello obedeció a caídas en la proporción de empresarios que experimentaron descensos en costos (3% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), contrarrestando el descenso en la proporción de empresarios con incrementos en dicho rubro (43% en 2017-II vs. 54% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dicha desaceleración en ventas, pedidos y producción, junto con el leve aumento en costos, implicó deterioros en los márgenes de los empresarios industriales de Manizales. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del 15% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 10.

un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (36% en 2017-II vs. 46% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (21% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se vio levemente afectado por las condiciones previamente descritas, disminuyendo el balance de respuestas del número de trabajadores contratados hacia el 5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 6% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a disminu-

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

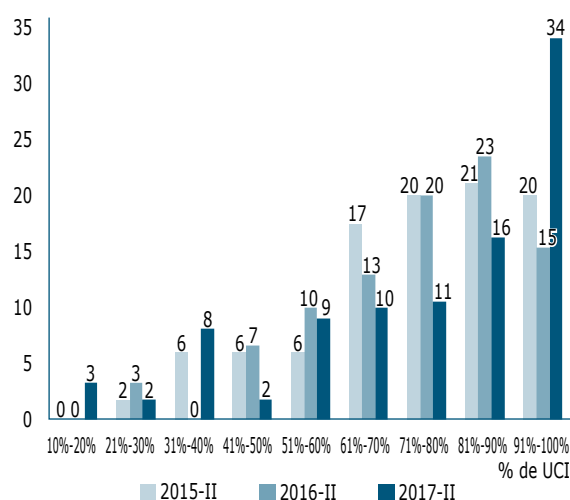


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2017 (%)

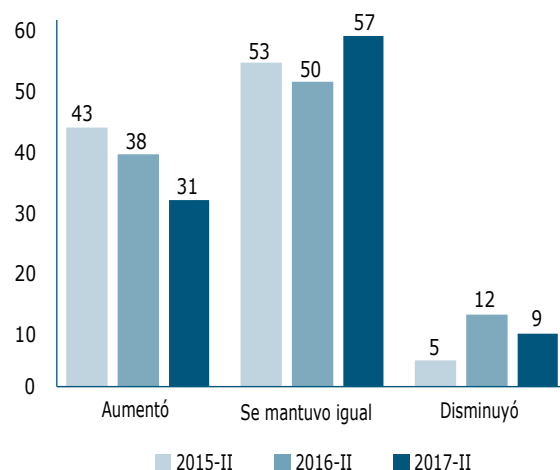


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2017, los costos durante el segundo semestre de 2017 (%)

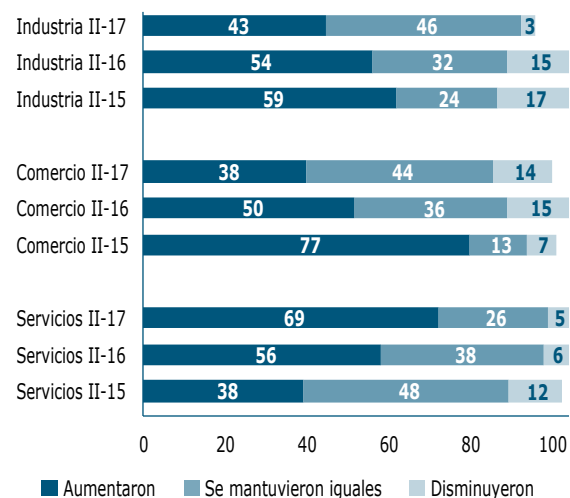
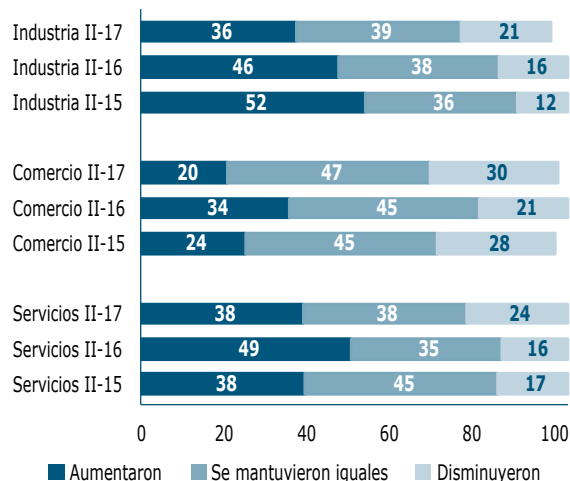


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2017, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



ciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (16% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), lo cual prácticamente compensó el efecto de la disminución de aquellos empresarios que destruyeron puestos de trabajo (11% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Manizales, la gran mayoría (92%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer ha-

cerlo para reducir los costos de transporte (2%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (6%).

El principal problema para el sector industrial de Manizales fueron los altos impuestos (24%) en el segundo semestre de 2017 (inalterado frente a lo observado un año atrás). El segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, que redujo su prevalencia hacia el 16% de la muestra (vs. 29% observado un año atrás), ver gráfico 13. Enseguida se ubicaron los costos de los insumos (11% e inalterado frente a lo observado un año atrás) y el capital de trabajo insuficiente (10% en 2017-II vs. 5% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Manizales fueron el contrabando (3% en 2017-II vs. 0% en 2016-II) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (4% en 2017-II vs. 3% en 2016-II).

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2017, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

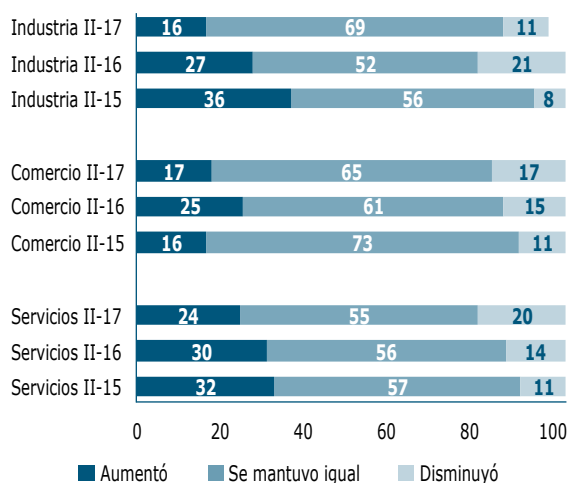
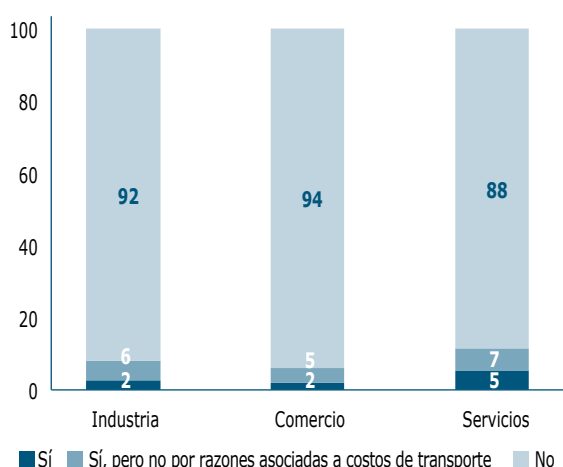


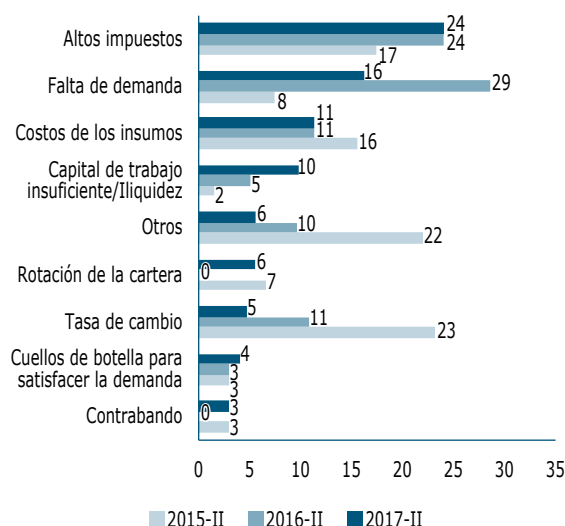
Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Manizales se deterioró hacia niveles del 13% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás y 17% del promedio histórico). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (26% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), lo cual más que compensó el incremento en el porcentaje de empresarios con mejoras en dicho rubro (39% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), ver gráfico 1.

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el 7% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (31% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). A ello se sumó el menor efecto de disminuciones en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dichas ventas (39% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (61%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás y 16% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la proporción de los comerciantes que experimentaron descensos en sus pedidos (24% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), como a disminuciones en la porción de los comerciantes con aumentos en dicha variable (35% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a los menores niveles de demanda (95% consideró dichos inventarios como adecuados), no muy diferente a lo observado un año atrás, ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes ha caído hacia niveles del 24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica principalmente por el efecto de la disminución en la proporción de comerciantes con aumentos en sus costos de ventas (38% en 2017-II vs. 50% en 2016-II), pues la proporción de comerciantes con disminuciones en dichos costos se mantuvo relativamente estable (14% en 2017-II vs. 15% en 2016-II).

A pesar de dicha reducción de costos, la menor demanda implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Manizales. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del -10% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +13% un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (20%

en 2017-II vs. 34% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (30% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 10.

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Manizales hacia niveles del 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a una disminución en la proporción de empresarios comerciales que aumentaron el número de trabajadores (17% en 2017-II vs. 25% en 2016-II). A ello se sumó el leve aumento de aquellos comerciantes cuya mano de obra disminuyó (17% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron leves deterioros en el balance de respuestas acerca de la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del 5% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 7% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de comerciantes con menores superficies (30% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), lo cual no logró ser contrarrestado por el aumento de aquellos comerciantes cuya superficie de ventas se amplió (35% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Manizales, la mayoría (94%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (5%).

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2017, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2017 (%)

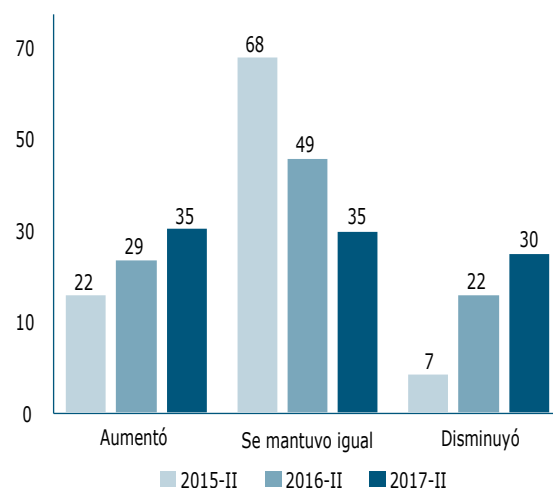
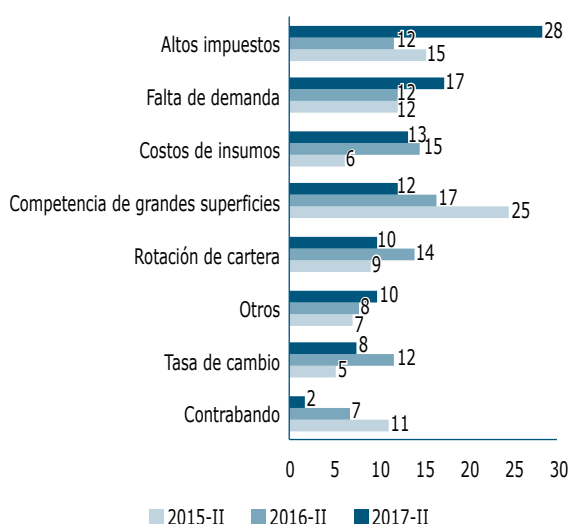


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Las Pymes comerciales de Manizales identificaron los altos impuestos como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (28% vs. 12% un año atrás, superando a la competencia con grandes superficies como principal problema). A ello le siguieron la falta de demanda (17% en 2017-II vs. 12% en 2016-II) y los costos de los insumos (13% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros dos sectores de Manizales, los empresarios del sector de servicios vieron un deterioro en el balance de respuestas sobre su situación económica general hacia niveles del 23% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 37% un año atrás y 30% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (40% en 2017-II vs. 52% en 2016-II), como por aumentos en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (17% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 38% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (40% en 2017-II vs. 52% en 2016-II), como al efecto de incrementos

en el porcentaje de comerciantes con descensos en dicho rubro (26% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en los otros macrosectores, gran parte (45%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las pequeñas y medianas empresas de servicios de Manizales, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás y 28% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a descensos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (39% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), como a aumentos en aquellos con reducciones en dicha variable (17% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 4.

Los empresarios Pyme del sector de servicios de Manizales también sufrieron incrementos en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 64% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 50% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció principalmente a una expansión en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (69% en 2017-II vs. 56% en 2016-II), a lo que se sumó el efecto de una leve disminución en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (5% en 2017-II vs. 6% en 2016-II).

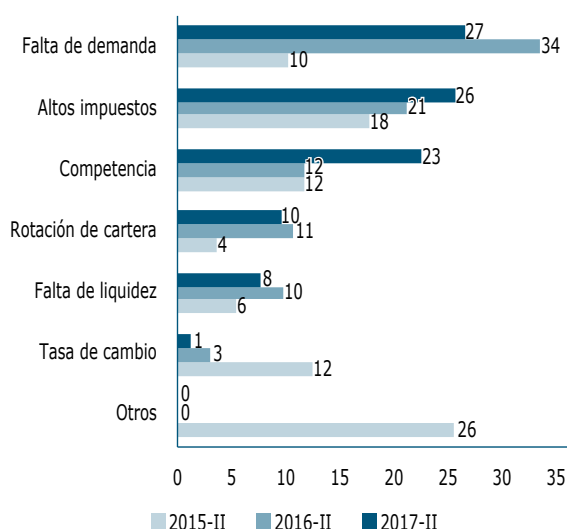
Dada la baja demanda y el incremento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 33% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por descensos en el número de empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (38% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), como por aumentos en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (24% en 2017-II vs. 16% en 2016-II).

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Manizales hacia niveles del 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a aumentos en la proporción de los empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (20% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), como a descensos en la porción de la muestra con aumento de puestos de trabajo (24% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Manizales, la mayoría (88%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (5%) y otras razones (7%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Manizales para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la falta de demanda (27% en 2017-II vs. 34% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas con los altos impuestos (26% en 2017-II vs. 21% en 2016-II) y la competencia (23% en 2017-II vs. 12% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (1% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

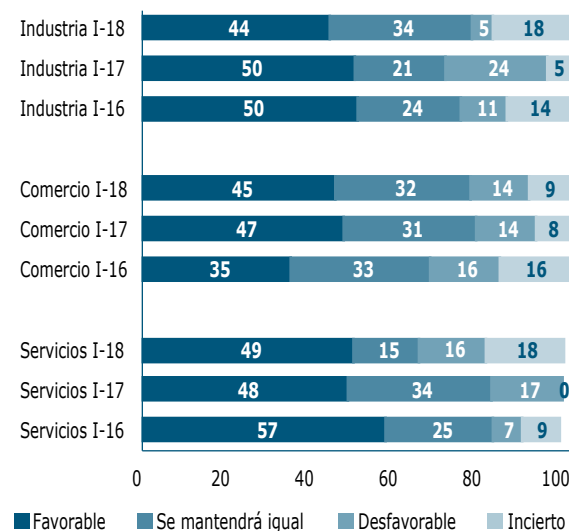
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 39% para el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció principalmente al descenso en la proporción de empresarios con caídas en dicha variable (5% en 2018-I vs. 24% en 2017-I), lo cual compensó la disminución en los empresarios con aumentos en sus expectativas (44% en 2018-I vs. 50% en 2017-I). Ello se vio acompañado de un aumento en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (18% vs. 5% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, las perspectivas del volumen de producción presentaron caídas en su balance de respuestas hacia niveles del 21% en el primer semestre de 2018 (vs. 34% un año atrás). Ello se explica por descensos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (38% en 2018-I vs. 55% en 2017-I), lo cual no fue compensado por las reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (17% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), ver gráfico 18.

También se observaron caídas en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 23% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás y 29% del promedio

Gráfico 17. Desempeño general (%)



histórico). Al igual que en el caso de la producción, el descenso en pedidos obedeció principalmente a descensos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (38% en 2018-I vs. 53% en 2017-I), lo cual no pudo ser contrarrestado por las reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (15% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), ver gráfico 19.

El pesimismo en las perspectivas de los industriales de Manizales también se reflejó en el balance de respuestas referente a la inversión en maquinaria y equipo, el cual cayó a niveles del 9% en el primer se-

mestre de 2018 (vs. 42% un año atrás). Allí confluyeron el efecto de la disminución en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (25% en 2018-I vs. 54% en 2017-I), con el efecto del incremento en la porción de la muestra que veía descensos en dicha variable (16% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se deterioró hacia el 31% en el primer semestre de 2018 (vs. 33% un año atrás). Ello obedeció al descenso en la proporción de empresarios que pronosticaban un aumento en su situación general (45% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), pues la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en dicha situación se estancó en niveles del 14%. Lo anterior se vio acompañado de valores del 9% en las respuestas de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 8% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos aumentó levemente hacia el 35% en el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás y 22% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a descensos en la porción de comerciantes que esperaban un menor número de pedidos (12% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), lo cual

Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2017, la producción industrial en el primer semestre de 2018 (%)

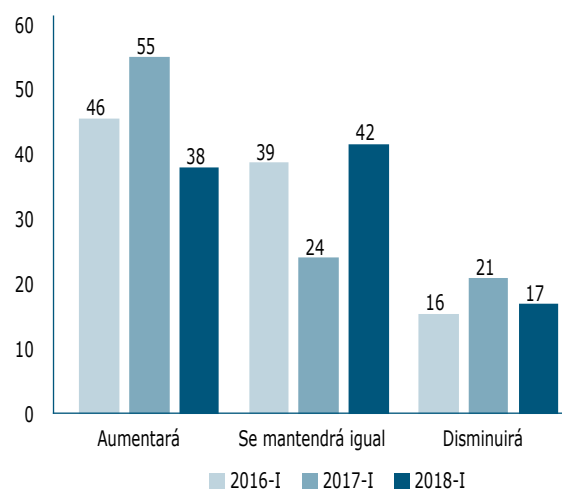


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

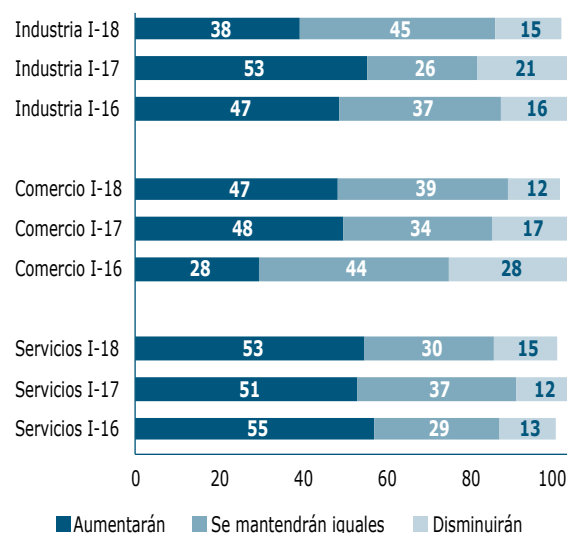
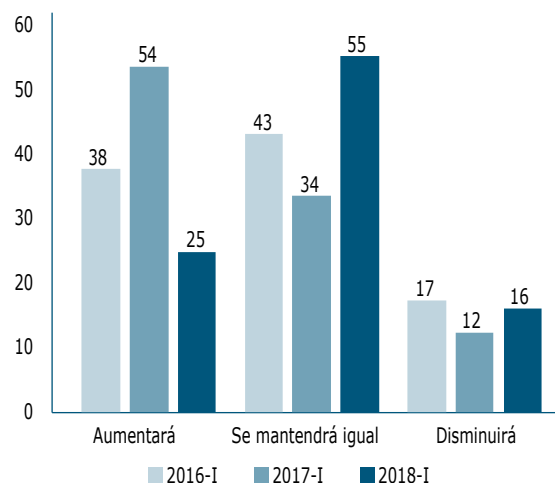


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2018 (%)



compensó el leve descenso en la porción de encuestados que preveían incrementos en dicha variable (47% en 2018-I vs. 48% en 2017-I), ver gráfico 19.

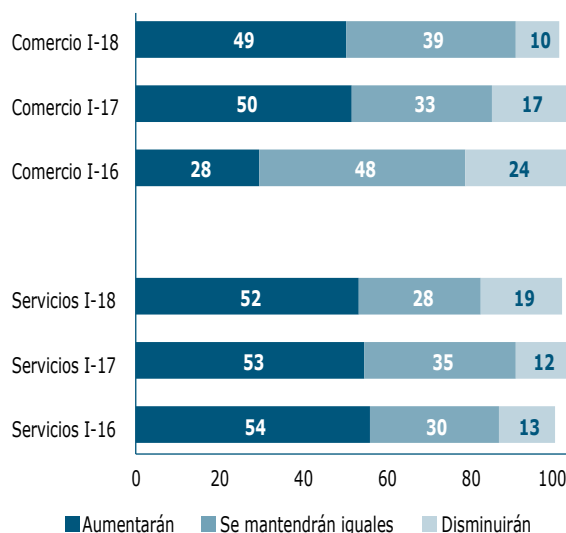
En lo referente a las ventas, también se evidenciaron incrementos en el balance de expectativas hacia niveles del 39% en el primer semestre de 2018 (vs. 33% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a la reducción en la porción de empresarios que esperaban descensos en ventas (10% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), lo cual logró compensar la leve caída en la porción de encuestados que preveían repuntes en dicha variable (49% en 2018-I vs. 50% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en la industria, el sector Pyme de servicios de Manizales experimentó mejoras en el balance de respuestas en lo referente a sus expectativas hacia niveles del 33% para el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (49% en 2018-I vs. 48% en 2017-I), como a leves descensos en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (16% en 2018-I vs. 17% en 2017-I). Ello vino acompañado de aumentos en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (18% en 2018-I vs. 0% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Manizales, su balance de respuestas se deterioró levemente hacia el 38% en el primer semestre de 2018 (vs. 39% un año atrás). Allí

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



prácticamente se anularon los efectos contrarios provenientes de: i) aumentos en los empresarios de servicios que veían contracciones en sus pedidos (15% en 2018-I vs. 12% en 2017-I); y ii) efectos del incremento en la porción de la muestra que esperaba aumentos en sus pedidos (53% en 2018-I vs. 51% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas sobre las perspectivas de ventas del sector servicios cayó hacia niveles del 33% para el primer semestre de 2018 (vs. 41% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de encuestados que esperaban menores ventas (19% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía mejoras en dicho rubro (52% en 2018-I vs. 53% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Manizales incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (43% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), comercio (58% en 2017-II vs. 53% en 2016-II) y servicios (39% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de un alza en la tasa de aprobación en los sectores de comercio

(100% en 2017-II vs. 96% en 2016-II) y servicios (97% en 2017-II vs. 92% en 2016-II), mientras que dicha tasa de aprobación cayó para el sector de industria (96% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Manizales, el plazo solicitado preferido fue el crédito a largo plazo (48% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico

25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a mediano plazo (23% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) y a corto plazo (23% en 2017-II vs. 22% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (41% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), seguido por el largo plazo (34% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) y el corto plazo (18% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (40% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), seguido por el largo plazo (36% en 2017-II vs. 58% en 2016-II) y el corto plazo (24% en 2017-II vs. 14% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones, se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme de Manizales (44% en 2017-II vs. 28% en 2016-II) el plazo prevalente fue el largo plazo. Por su parte, en el comercio (44% en 2017-II vs. 43% en 2016-II) y servicios (40% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), la mayor aprobación se dio en el mediano plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron descensos en los sectores de industria (83% en 2017-II vs. 95% en 2016-II), comercio (87% en 2017-II

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

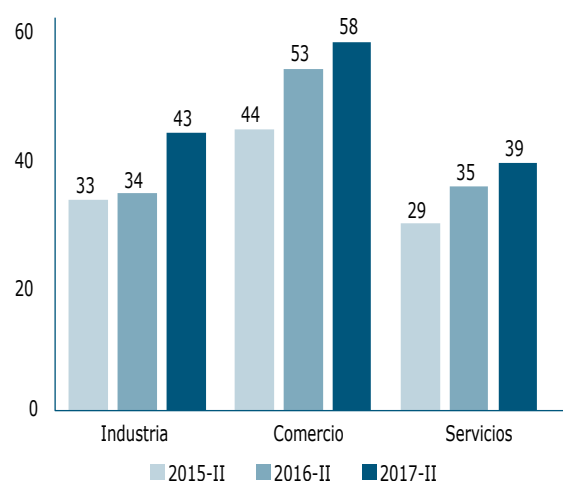


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

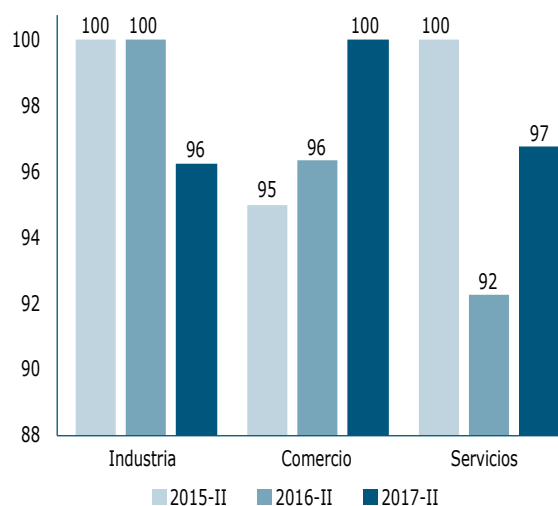


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

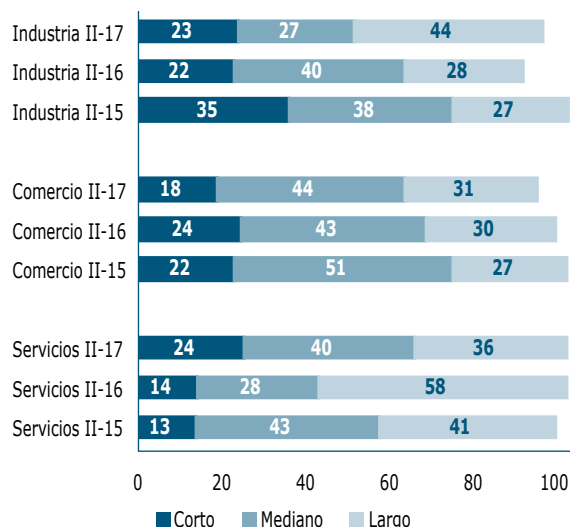
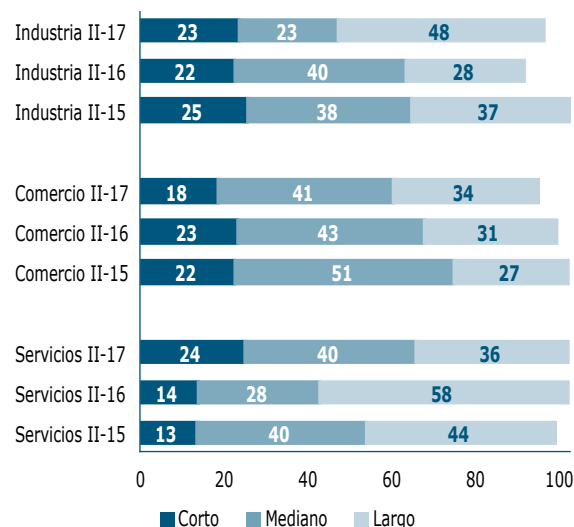


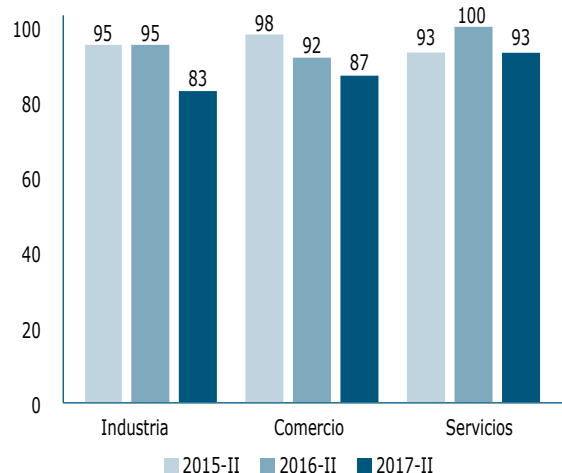
Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



vs. 92% en 2016-II) y servicios (93% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Manizales.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (72% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) y comercio (61% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos

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



durante el segundo semestre de 2017. Para el sector de servicios (51% vs. 43%), dichas tasas fueron en su mayoría entre el rango DTF+4 y DTF+8 puntos (ver gráfico 27). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de industria (61% en 2017-II vs. 75% en 2016-II), comercio (60% en 2017-II vs. 69% en 2016-II) y servicios (50% en 2017-II vs. 85% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 28).

La mayoría de las Pymes de industria (50%), comercio (56%) y servicios (45%) de Manizales usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo (ver gráfico 29). Asimismo, para la industria (17%), el comercio (18%) y los servicios (28%), el segundo lugar lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones.

Una parte importante de las Pymes de industria (41%), comercio (29%) y servicios (35%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (24%) y de servicios (35%), mientras que para el sector de comercio la fuente alternativa más importante fueron los proveedores (27%).

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Manizales si habían accedido

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

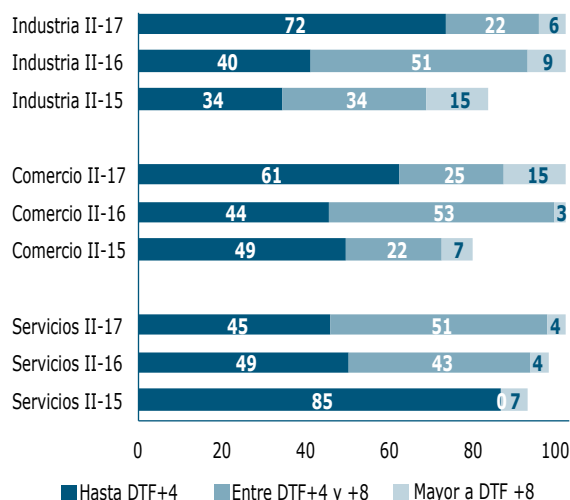


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

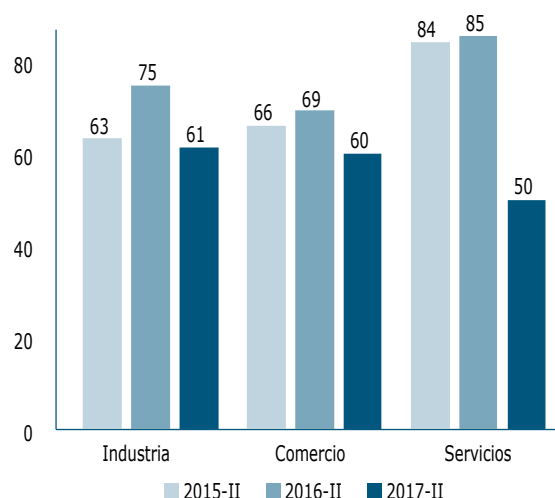
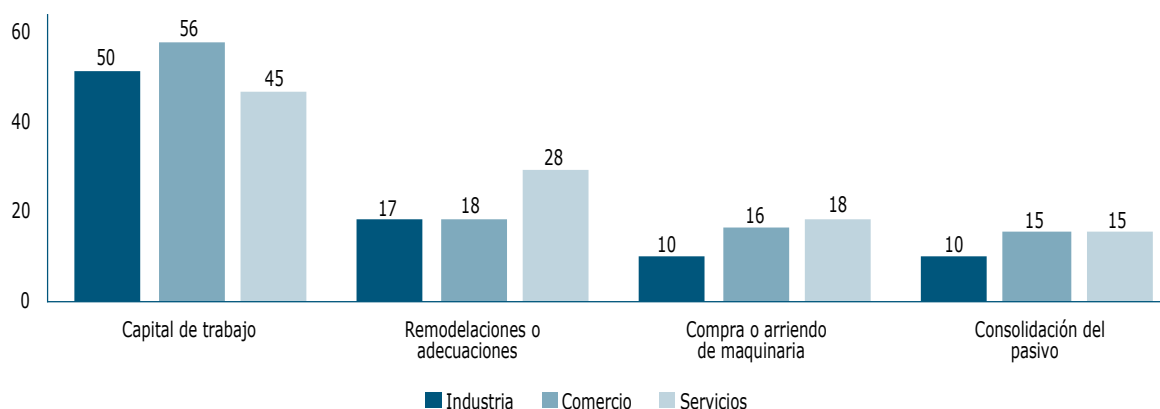
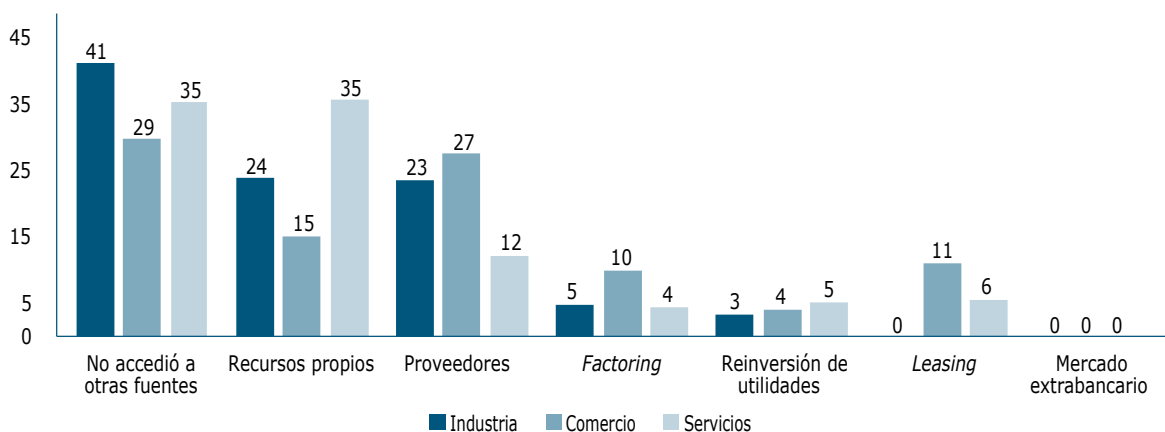
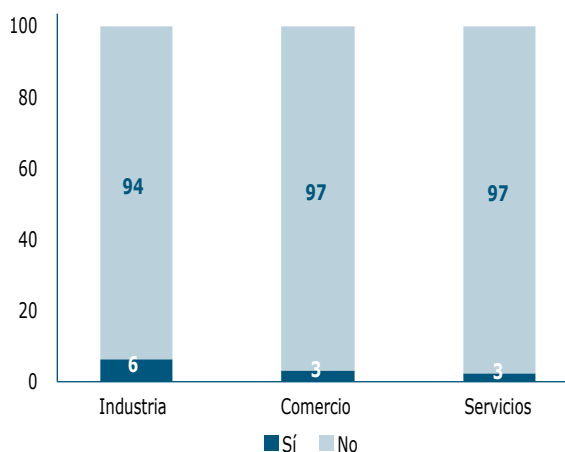
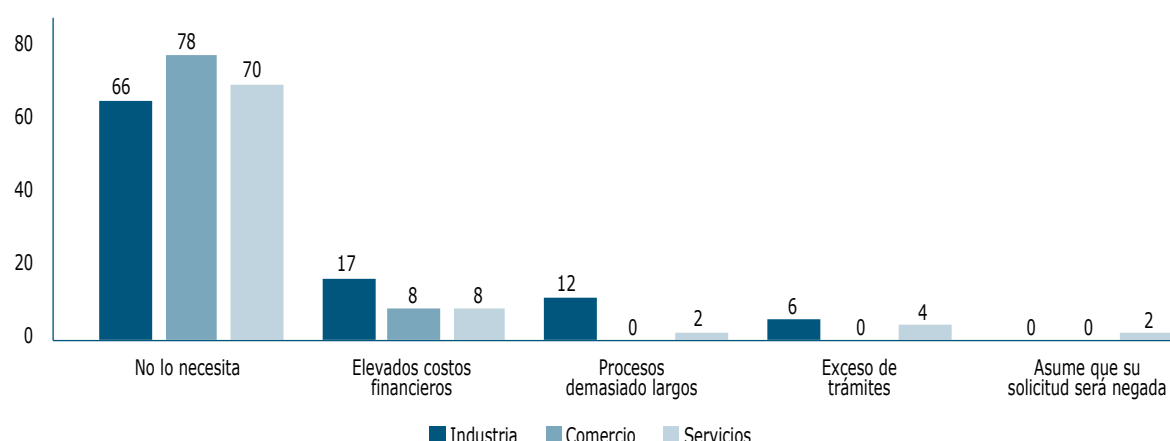


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)****Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**

a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (94% industria, 97% comercio y servicios), ver gráfico 31.

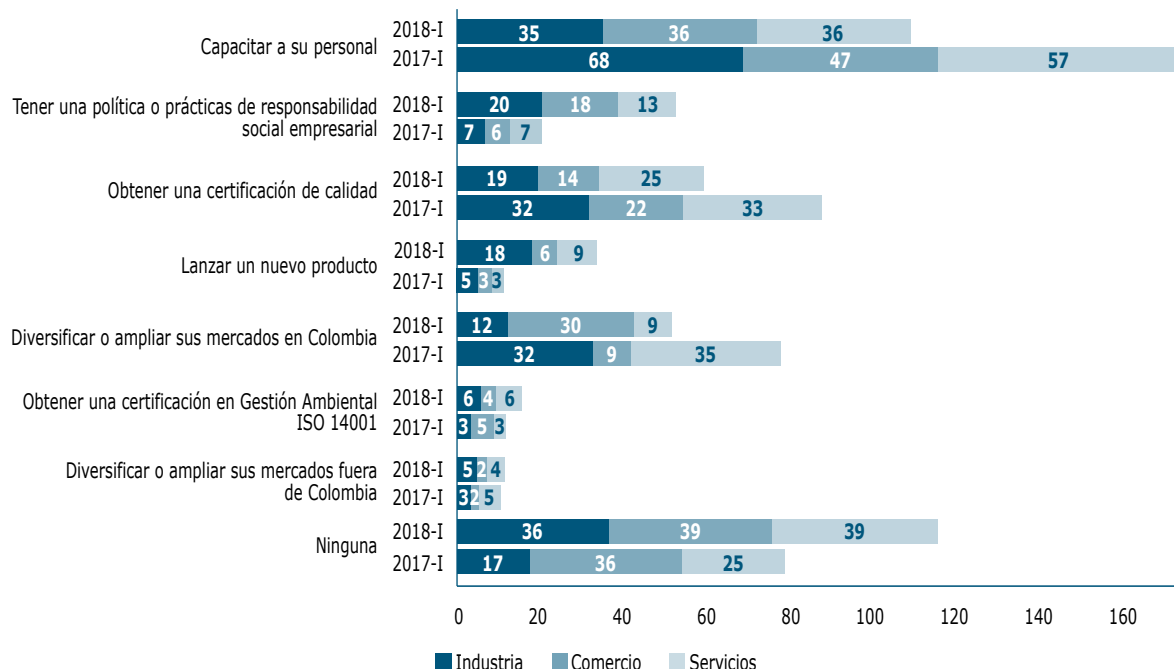
Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Manizales no solicitaron créditos al sistema financiero fue porque no lo necesitan (un 66% en industria, un 78% en comercio y un 70% en servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (17% industria, 8% comercio-servicios), ver gráfico 32.

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

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Manizales fue capacitar al personal (un 35% en industria, un 36% en comercio y un 36% en servicios), seguida de tener una política de responsabilidad empresarial (un 20% en industria, un 18% en comercio y un 13% en servicios) y de certificaciones de calidad (un 19% en industria, un 14% en comercio y un 25% en servicios), ver gráfico 33.

Por su parte, el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los casos de industria (36% en 2018-I vs. 17% en 2017-I), comercio (39% en 2018-I vs. 36% en 2017-I) y servicios (39% en 2018-I vs. 25% en 2017-I).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 34 muestra cómo la mayoría del capital social de las Pymes de Manizales tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (56% en 2017-II vs. 57% en 2016-II), comercio (63% en 2017-II vs. 77% en 2016-II)

y servicios (75% en 2017-II vs. 68% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (10% industria, 16% comercio y 10% servicios), alcaldías (3% industria, 10% comercio y 7% servicios) y universidades (5% industria, 3% comercio y 11% servicios).

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

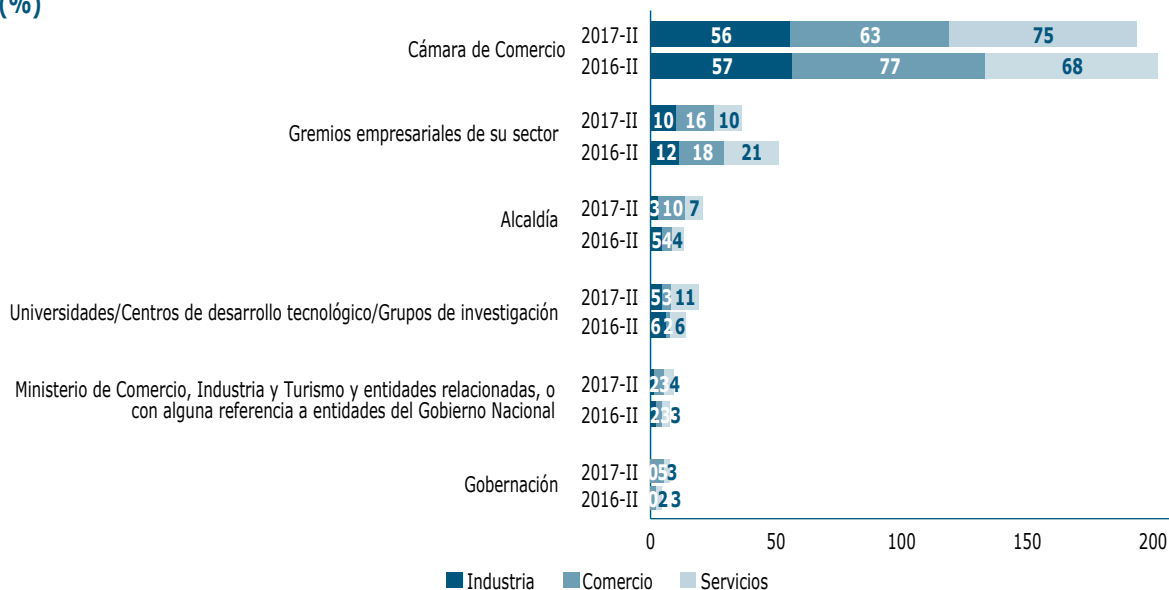
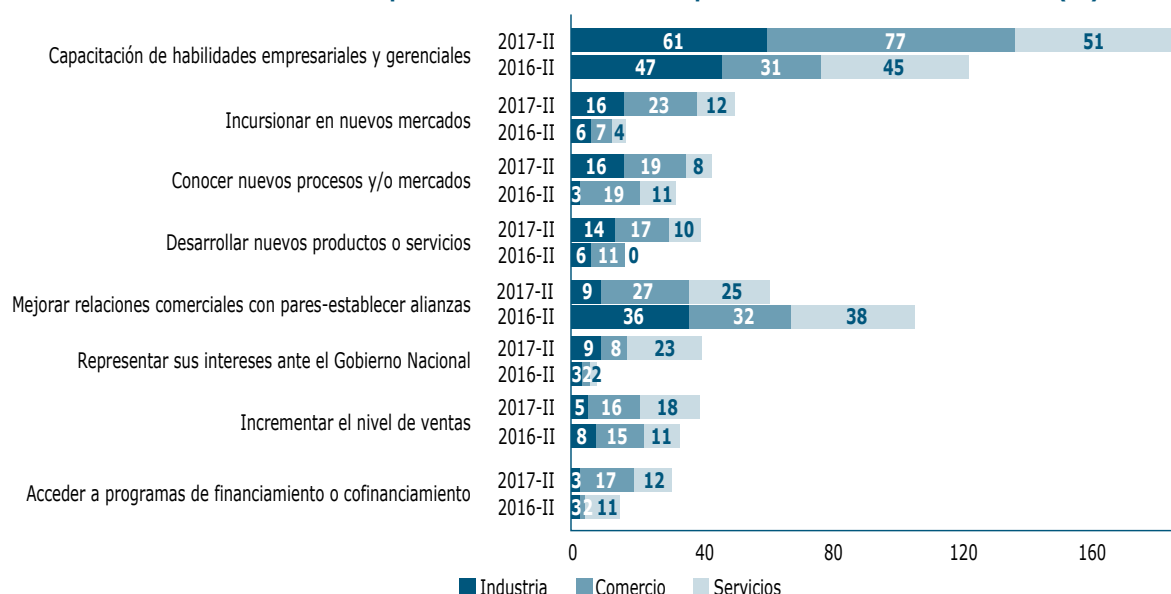


Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)



El gráfico 35 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (61% en 2017-II vs. 47% en 2016-II), comercio (77% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) y servicios (51% en 2017-II vs. 45% en 2016-II). A ello le siguie-

ron los beneficios derivados de incursionar en nuevos mercados (16% industria, 23% comercio y 12% servicios), el conocer nuevos procesos y/o mercados (16% industria, 19% comercio y 8% servicios) y el desarrollo de nuevos productos o servicios (14% industria, 17% comercio y 10% servicios).

PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 36 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (10% industria, 16% comercio y 10% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de

2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente baja para los sectores de industria (38%) y servicios (38%), mientras que dicha tasa de aprobación fue total para el sector de comercio (100%). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (96% industria, 92% comercio y 96% servicios), ver gráfico 37. Con porcentajes menores, le siguieron el exceso de trámites (3% industria, 6% comercio y 3% servicios) y los elevados costos de asesoría (1% industria, 2% comercio y 1% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 38 muestra cómo solo cerca de una décima parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (12% indus-

Gráfico 36. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)

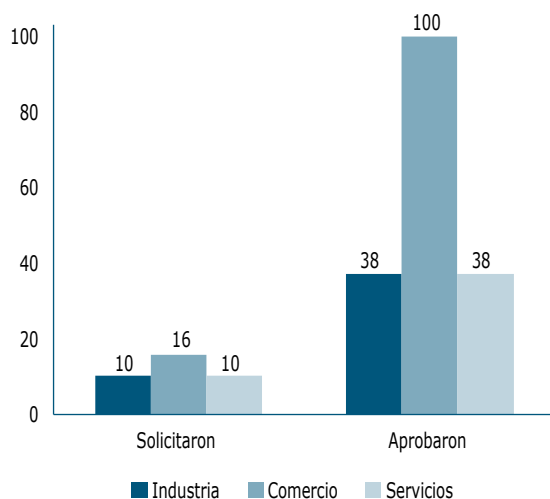
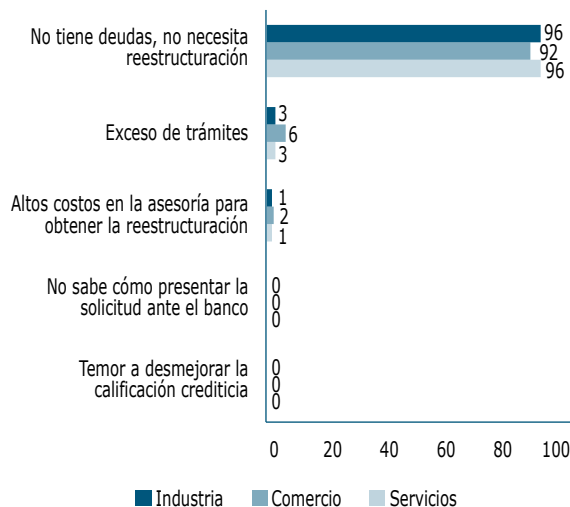


Gráfico 37. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)



tria, 10% comercio y 12% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (90% industria, 100% comercio y 90% servicios), ver gráfico 39. En industria, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato por prestación de servicios (43%), seguido de contrato a término fijo (33%) y contrato a término indefinido (24%), ver gráfico 40. En comercio, primó la contratación a término indefinido (44%), seguido del término fijo (39%) y pres-

tación de servicios (17%). Finalmente, en servicios primó la contratación por prestación de servicios (43%), seguida de la contratación a término fijo (33%) y a término indefinido (24%). Finalmente, la gran mayoría de los empresarios Pyme respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (88% en industria, 78% en comercio y 88% en servicios), ver gráfico 41.

Gráfico 38. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

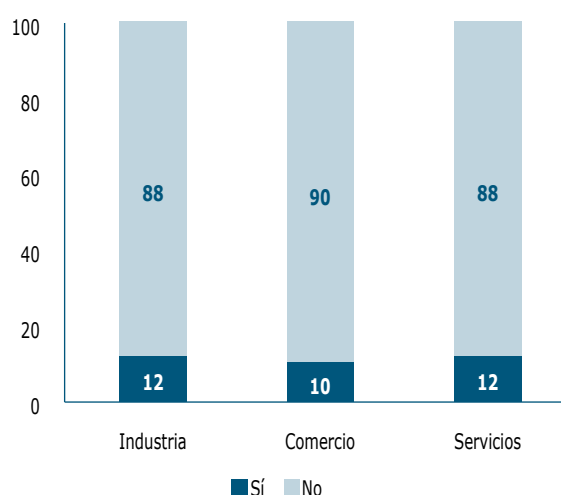


Gráfico 39. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

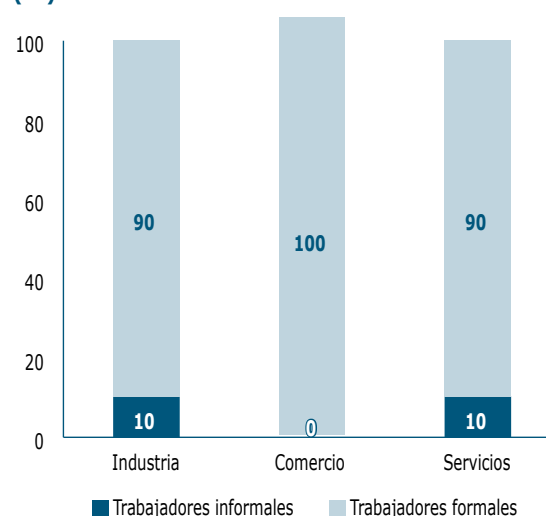


Gráfico 40. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

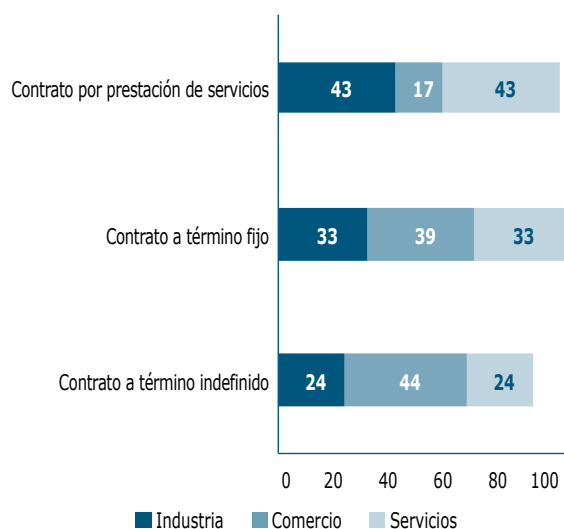
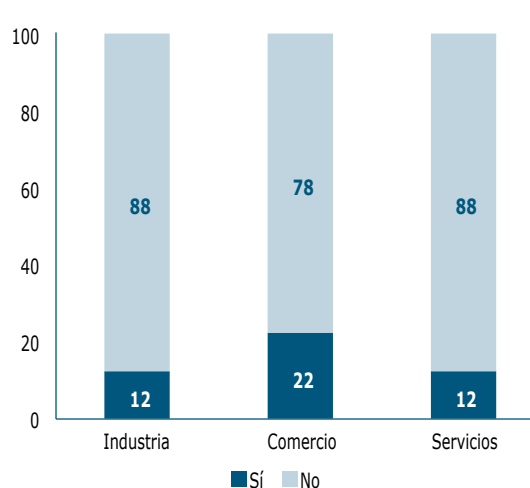


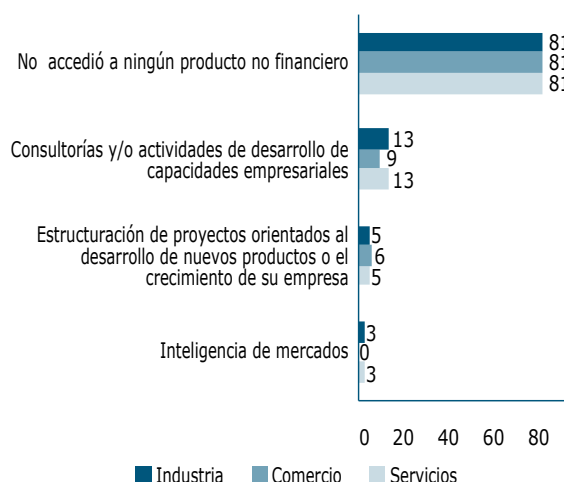
Gráfico 41. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)



Productos-servicios no financieros

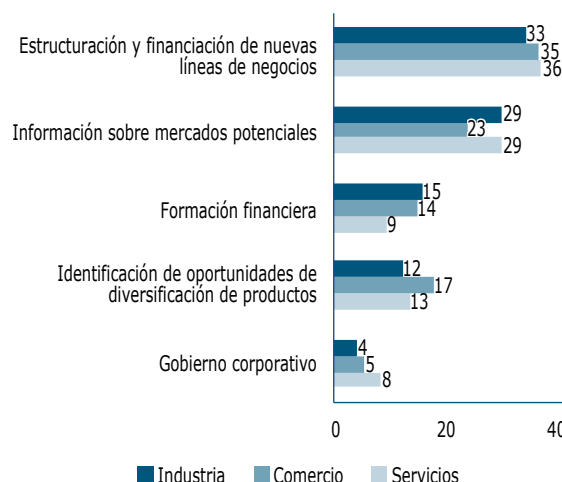
Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (81% en industria, comercio y servicios), ver gráfico 42. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (13% industria, 9% comercio y 13% servicios), estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (5% industria, 6% comercio y 5% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (3% industria, 0% comercio y 3% servicios).

Gráfico 42. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios (ver gráfico 43). Las Pymes industriales de Manizales mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (33% en industria); la información de mercados potenciales (29%); y la formación financiera (15%). Por su parte, los comerciantes y empresarios de servicios centraron su interés en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (35% en comercio y 36% en servicios), seguido de información de mercados potenciales (23% en comercio y 29% en servicios) y la identificación de oportunidades de diversificación de productos (17% en comercio y 13% en servicios).

Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 44 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 80% de la muestra sin exportar durante 2017-II en las Pymes de Manizales). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron leves descensos en la proporción con incrementos en sus exportacio-

nes (0% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), mientras que la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas aumentó (7% en 2017-II vs. 2% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exporta decreció hacia el 88% de la muestra durante

el segundo semestre de 2017 (vs. 94% un año atrás). Al contrario que en la industria, en servicios se dieron incrementos en la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (7% en 2017-II vs. 0% en 2016-II), a la vez que se mostraron contracciones en la porción con descensos en dichas ventas (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en

dichas ventas externas (41%), seguido de no contar con información sobre los potenciales mercados para sus productos (11%) y la consideración de no tener productos exportables (10%), ver gráfico 45. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (52%), seguido por la ausencia de interés en exportar (22%) y falencias de información (10%). Nótese cómo todo lo anterior no es consistente con la presencia de planes de internacionalización en el 66% de los industriales y el 48% de los empresarios de servicios (ver gráfico 46).

Gráfico 44. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

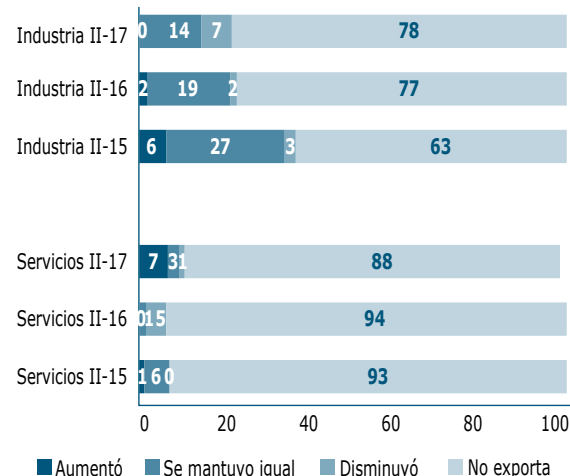
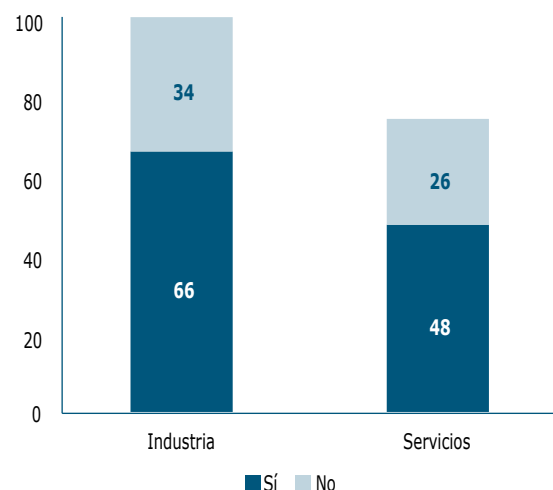


Gráfico 45. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 46. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)



nas para 2018-I (vs. 0% en 2017-I) y en un 4% por los que esperan menores niveles de exportaciones (vs. 0% en 2017-I)

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (56%) y comercio (60%) de Manizales se enfocaron principalmente en el resto del mercado nacional durante el segundo semestre de 2017, mientras que las Pymes de servicios (58%)

se concentraron más en el mercado local de su región), ver gráfico 48.

En esta medición de la GEP se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 49 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 80%-90% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Estas tuvieron

Gráfico 47. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

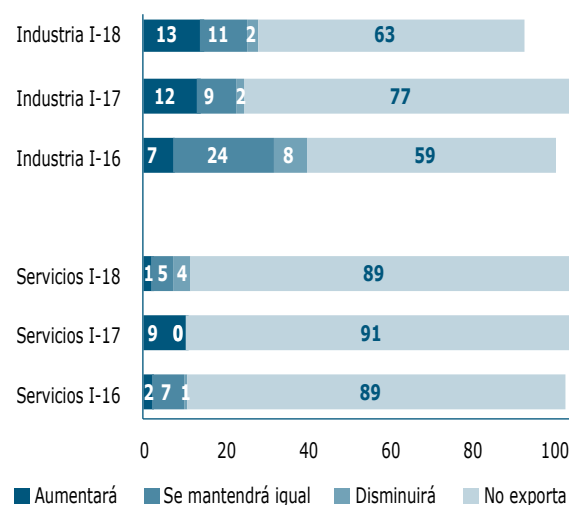


Gráfico 48. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

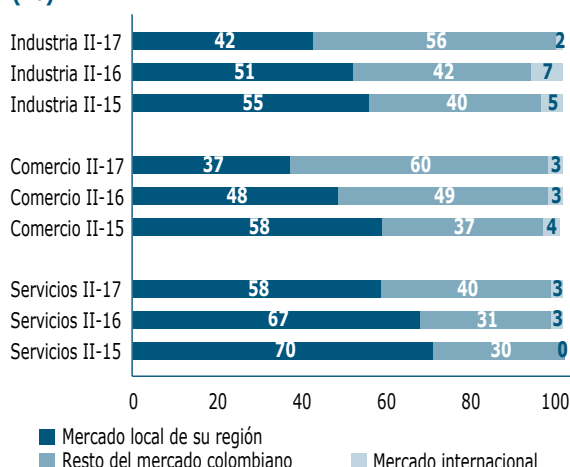
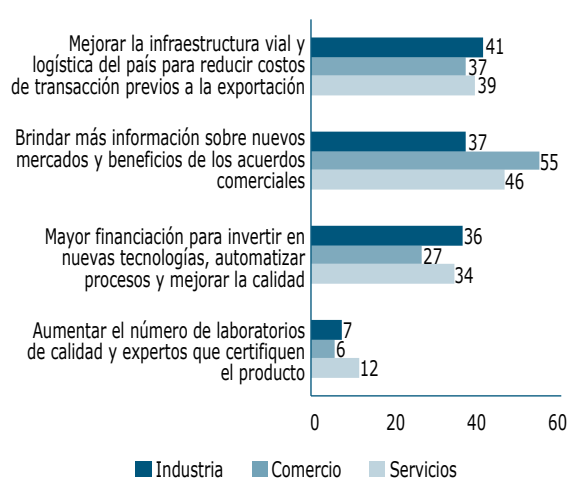


Gráfico 49. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



Gráfico 50. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (5% industria, 2% comercio y 5% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (4% industria, 2% comercio y 4% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (0% industria, 3% comercio y 0% servicios); y obtener la certificación del producto (0% industria, 2% comercio y 0% servicios).

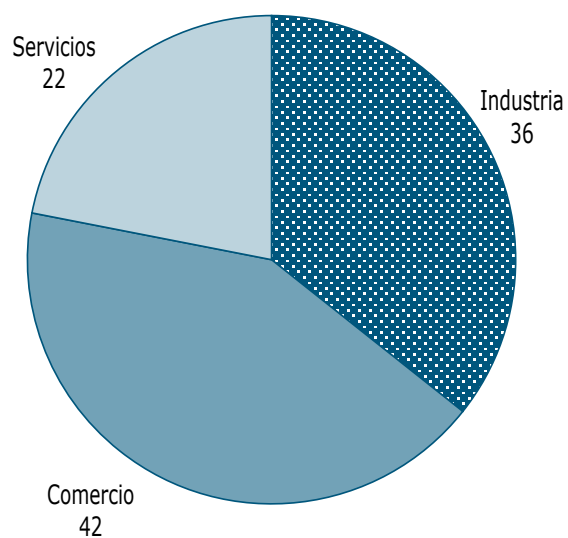
Finalmente, según la óptica de las Pymes industriales de Manizales, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es mejorar la infraestructura vial-logística del país (41%), seguido por brindar

más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (37%) y ofrecer mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (36%). Por su parte, los empresarios del sector de comercio y servicios percibieron que el mayor reto es brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (55% en comercio y 46% en servicios), seguido por mejorar la infraestructura vial-logística del país (37% en comercio y 39% en servicios) y brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (27% en comercio y 34% en servicios), ver gráfico 50.

LA GRAN ENCUESTA PYME

MEDELLÍN

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA (%)



SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Medellín se mantuvo en niveles del 18% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% del promedio histórico). Ello

obedeció tanto a incrementos en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (38% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como en aquellos que vieron deterioros en dicho rubro (38% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Medellín).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Por el contrario, en lo concerniente a las ventas, se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 20% un año atrás). Allí primó el efecto del alza en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (24% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), lo cual compensó el leve aumento en la porción de la muestra con incrementos de ventas (39% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (55%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un leve deterioro en el balance de respuestas hacia el 17% en el segundo semestre de 2017 (vs. 19% un año atrás y 26% de su promedio histórico). Allí primó el incremento en la proporción de empresarios

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

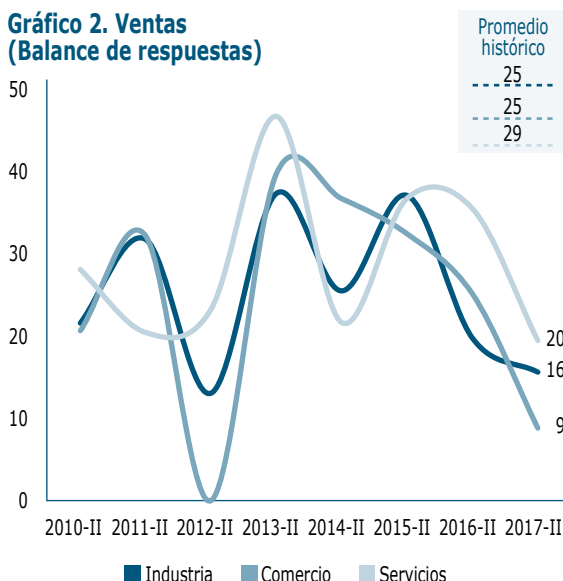
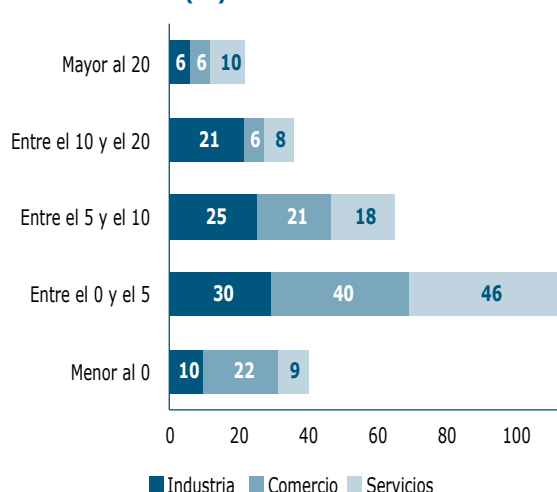


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



industriales que vieron disminuir sus pedidos (21% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), contrarrestando el efecto de empresarios con aumentos en dicha variable (38% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 85% de los casos durante 2017-II (inalterado frente a un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que califica-

ron sus existencias como insuficientes (6%) o excesivas (8%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios por parte de los empresarios varían según el nivel de ventas y pedidos (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Medellín se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del 16% en el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 6. Nuevamente, allí pesó el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con contracciones en su producción (23% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), más que compensando el efecto de empresarios con incrementos en dicha variable (39% en 2017-II vs. 36% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se ha observado relativa estabilidad en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) en niveles del 80% durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 7. Ello no ha impedido que la inversión en maquinaria y equipo descienda levemente hacia valores del 15% en su balance de respuestas (vs. 17% un año atrás). Esto último se explica por leves disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (23% en 2017-II vs. 24% en 2016-II) y aumentos en aquellos empresarios que redujeron dichas inversiones (8% en 2017-II vs. 7% en 2016-II). A pesar de dicho descenso, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II no dista de su promedio histórico del 17%, ver gráfico 8.

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

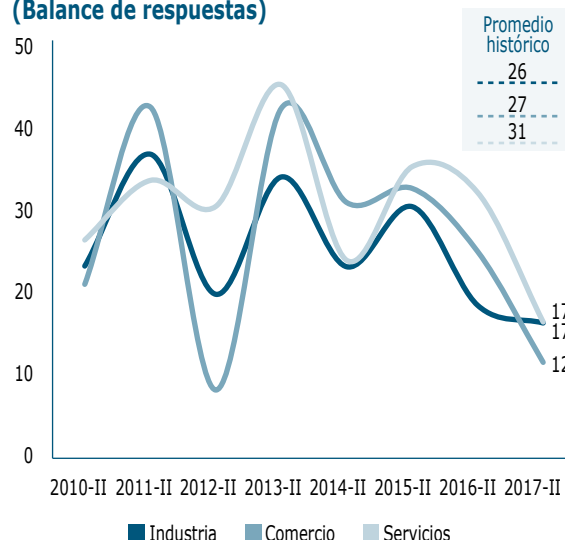
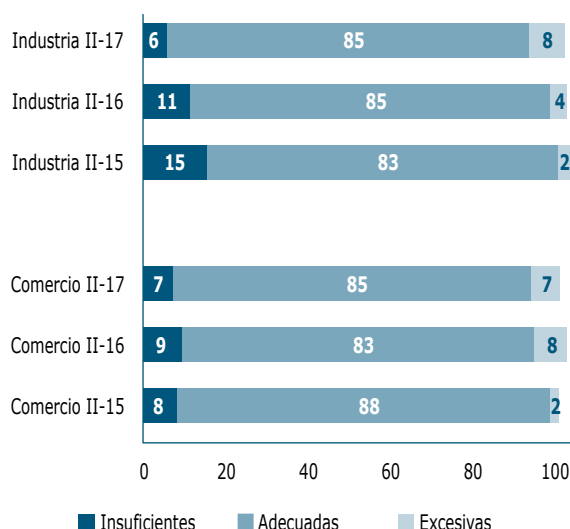
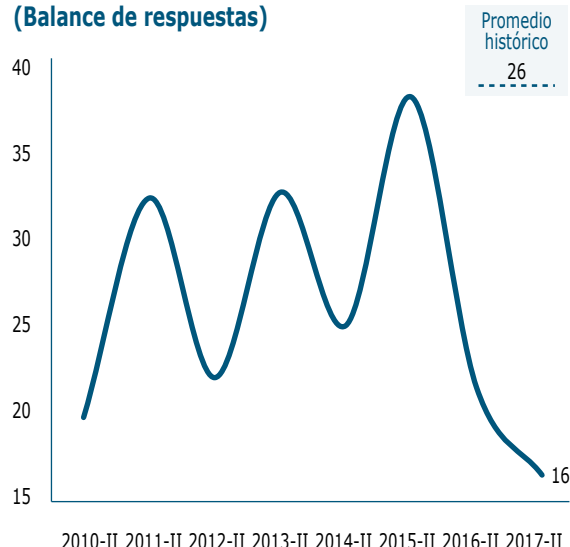


Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



El nivel de costos presentó un leve aumento en su balance de respuestas hacia niveles del 41% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 39% un año atrás). Ello obedeció a aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (51% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), contrarrestando el aumento en la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (10% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dicha desaceleración en ventas, pedidos y producción, junto con el leve aumento en costos, implicó deterioros en los márgenes de los empresarios

industriales de Medellín. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del 2% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 19% un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (25% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (24% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se vio afectado negativamente por las condiciones previamente descritas, disminuyendo el balance de respuestas del número de traba-

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

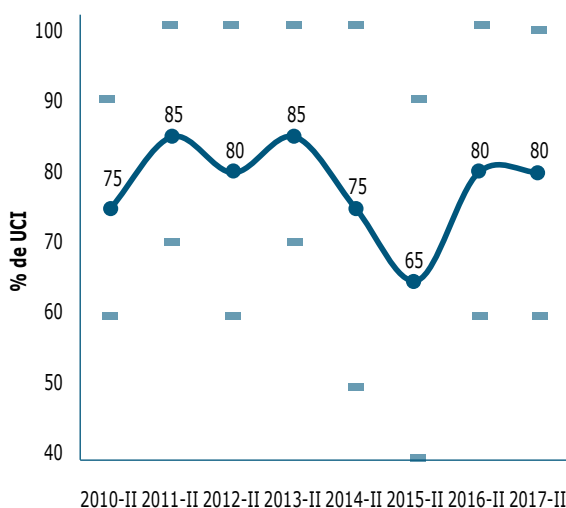


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

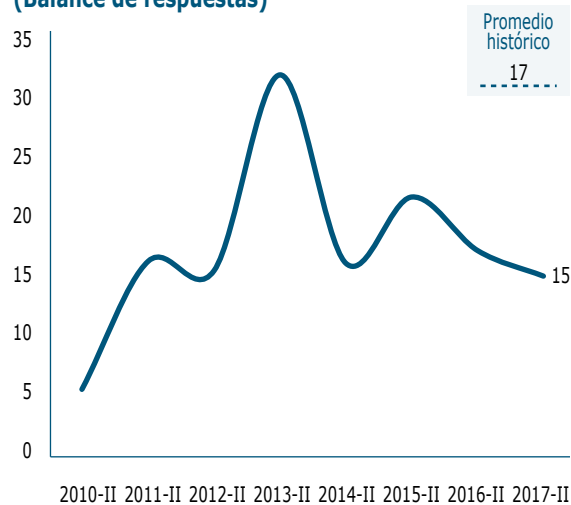


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

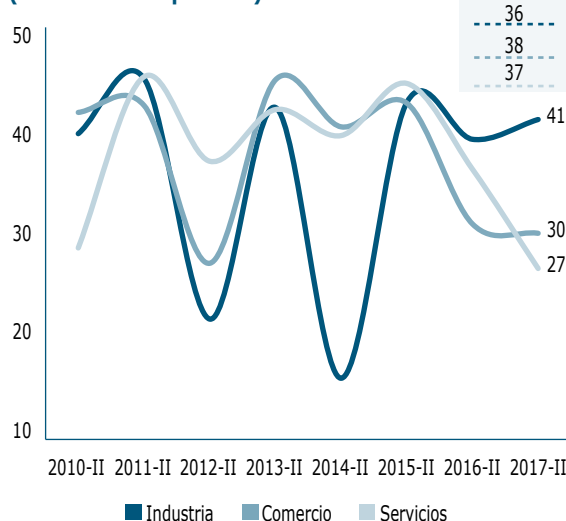
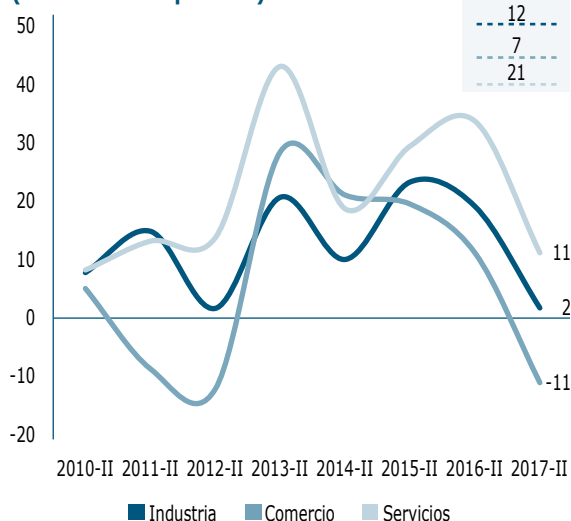


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



jadores contratados hacia el 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 12% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (21% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), pues aquellos empresarios que destruyeron puestos de trabajo se mantuvieron constantes en proporciones del 16%, ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Medellín, la mayoría (87%) expresó no haber pensado o realizado dicha relo-

Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)

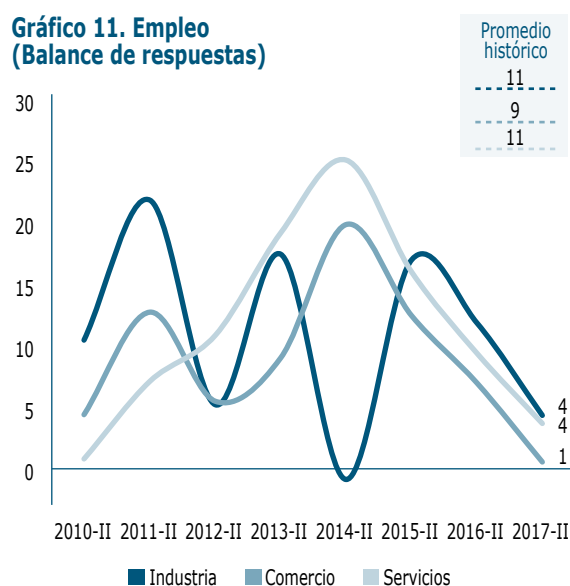
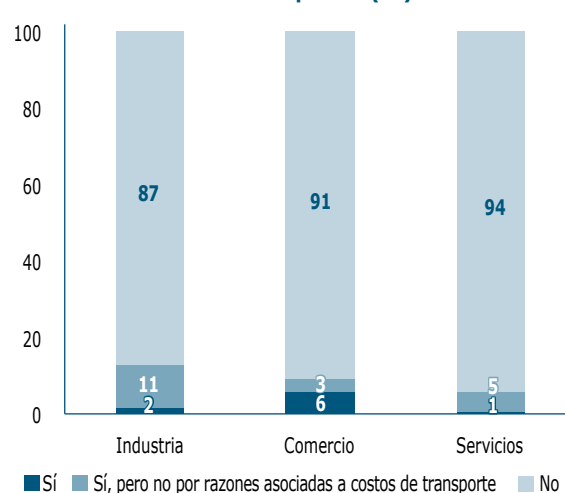


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



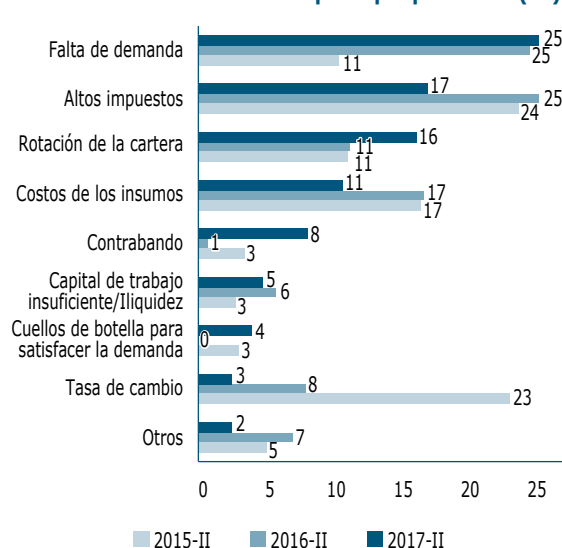
calización durante el segundo semestre de 2018 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (2%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (11%).

El principal problema para el sector industrial de Medellín siguió siendo la falta de demanda (25%) en el segundo semestre de 2017 (inalterado frente a lo observado un año atrás). Si bien el segundo puesto lo siguieron ocupando los altos impuestos, su prevalencia se redujo hacia el 17% de la muestra (vs. 25% observado un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguió la rotación de la cartera (16% en 2017-II vs. 11% en 2016-II) y los costos de los insumos (11% en 2017-II vs. 17% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Medellín fueron la tasa de cambio (3% en 2017-II vs. 8% en 2016-II) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (4% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Medellín se deterioró hacia niveles del 16% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 22% un año atrás y 27% del promedio histórico). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (23% en 2017-II

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



vs. 16% en 2016-II), pues el porcentaje de empresarios con mejoras se mantuvo inalterado en niveles del 39%, ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el 9% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 25% un año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (31% en 2017-II vs. 17% en 2016-II). A ello se sumó el menor efecto de disminuciones en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dichas ventas (40% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (61%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 25% un año atrás y 27% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (28% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), como a disminuciones en los comerciantes con aumentos en dicha variable (40% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a los menores niveles de demanda (85% consideró dichos inventarios como adecuados), no muy diferente a lo observado un año atrás (83%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se ha mantenido relativamente estable en niveles del 30% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica por efectos encontrados en cabeza de: i) aumentos en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (45% en 2017-II vs. 42% en 2016-II); y ii) aumentos en la proporción de comerciantes con disminuciones en sus costos de ventas (15% en 2017-II vs. 11% en 2016-II).

Dicha baja demanda, en presencia de relativa estabilidad en los costos, implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Medellín. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del -11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +11% un año atrás). Ello se

explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (25% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (36% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 10.

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Medellín hacia niveles del 1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 7% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que disminuyeron el número de trabajadores (23% en 2017-II vs. 14% en 2016-II). Ello contrarrestó el moderado aumento de aquellos comerciantes con mayor contratación de mano de obra (24% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron deterioros en el balance de respuestas de la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del 12% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes con menores superficies (29% en 2017-II vs. 34% en 2016-II), como a aumentos en aquellos comerciantes con reducciones en dicha variable (17% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Medellín, la mayoría (91%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas co-

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

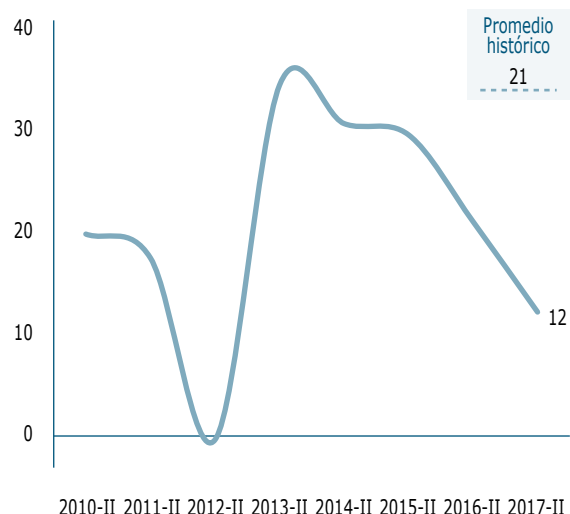
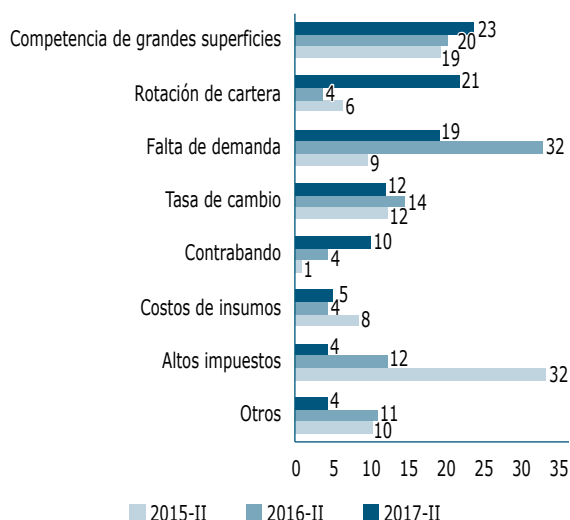


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

merciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (6%) y otras razones (3%).

Las Pymes comerciales de Medellín identificaron la competencia de grandes superficies como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (23% vs. 20% un año atrás y superando a la falta de demanda como principal problema). A ello le siguieron la rotación de cartera (21% en 2017-II vs. 4% en 2016-II) y la falta de demanda (19% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros dos sectores de Medellín, los empresarios del sector de servicios vieron un deterioro en el balance de respuestas de su situación económica general hacia niveles del 25% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás y 34% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (42% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), como por aumentos en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (17% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 36% un

año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (39% en 2017-II vs. 51% en 2016-II). A ello se sumó el menor efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dichas ventas (19% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en los otros sectores, la mayoría (64%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las pequeñas y medianas empresas de servicios de Medellín, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 32% un año atrás y 31% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a descensos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (35% en 2017-II vs. 47% en 2016-II), como a aumentos en aquellos con reducciones en dicha variable (19% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Medellín han logrado reducir el balance de respuestas de sus costos de operación hacia niveles del 27% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 36% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció principalmente a una reducción en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (38% en 2017-II vs. 46% en 2016-II), dada la relativa estabilidad en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (11% en 2017-II vs. 10% en 2016-II).

A pesar de dichas reducciones de costos, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 34% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por descensos en los empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (30% en 2017-II vs. 47% en 2016-II), como por aumentos en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (19% en 2017-II vs. 13% en 2016-II).

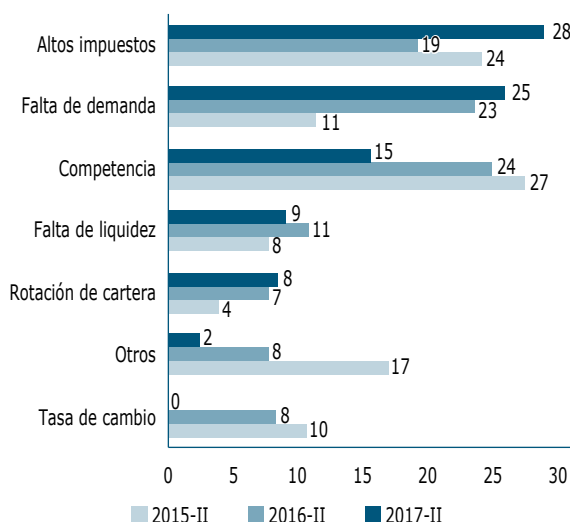
Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Medellín hacia niveles del 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a aumentos en la proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (18% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), como a ligeros descensos en la porción de la muestra con

aumentos de puestos de trabajo (21% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios antioqueñas, la mayoría (94%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (1%) y otras razones (5%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Medellín para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (28% en 2017-II vs. 19% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas a la falta de demanda (25% en 2017-II vs. 23% en 2016-II) y la competencia (15% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (0% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

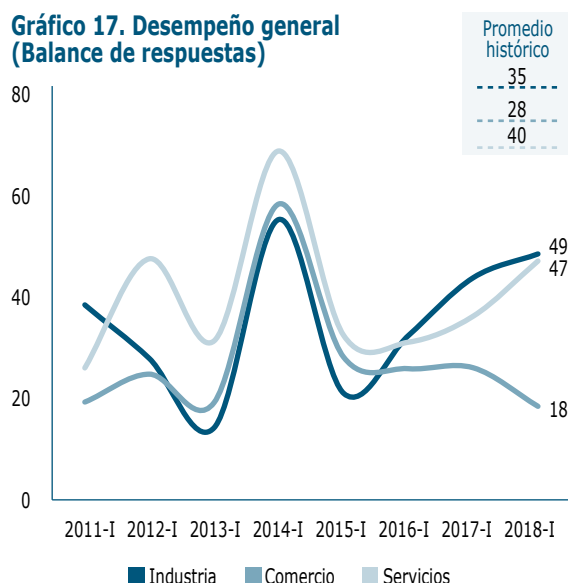
• Sector industria

El balance de respuestas de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 49% para el primer semestre de 2018 (vs. 44% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (55% en 2018-I vs. 49% en 2017-I), la cual compensó el leve incremento en los empresarios con deterioros en sus expectativas (7% en 2018-I vs. 5% en 2017-I). Ello se vio acompañado de un descenso en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (14% vs. 24% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió con las perspectivas del volumen de producción, aumentando su balance de respuestas hacia niveles del 48% en el primer semestre de 2018 (vs. 29% un año atrás). Ello se explicó tanto por aumentos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (57% en 2018-I vs. 47% en 2017-I), como por reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (9% en 2018-I vs. 18% en 2017-I), ver gráfico 18.

También se observaron repuntes en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 46% en el primer semestre de 2018

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



(vs. 29% un año atrás y 29% del promedio histórico). Al igual que en el caso de la producción, el incremento en pedidos obedeció tanto a aumentos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (56% en 2018-I vs. 48% en 2017-I), como por reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (10% en 2018-I vs. 19% en 2017-I), ver gráfico 19.

A pesar de dicho repunte en el optimismo en expectativas, el balance de respuestas referentes a la inversión en maquinaria y equipo se mantuvo en niveles del 31% para el primer semestre de 2018. Allí se dio el

efecto de la disminución en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (35% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), compensando la reducción en la porción de la muestra que veía descensos en dicha variable (4% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se deterioró hacia el 18% en el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (19% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), pues la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación se estancó en niveles del 37%. Lo anterior también se vio acompañado de valores del 20% en los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (inalterado frente a un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, reduciéndose dicho balance hacia el 23% en el primer semestre de 2018 (vs. 25% un año atrás y 21% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban descensos en pedidos (18% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), lo cual compensó el leve aumento en la porción de encuestados que preveían incrementos en dicha

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

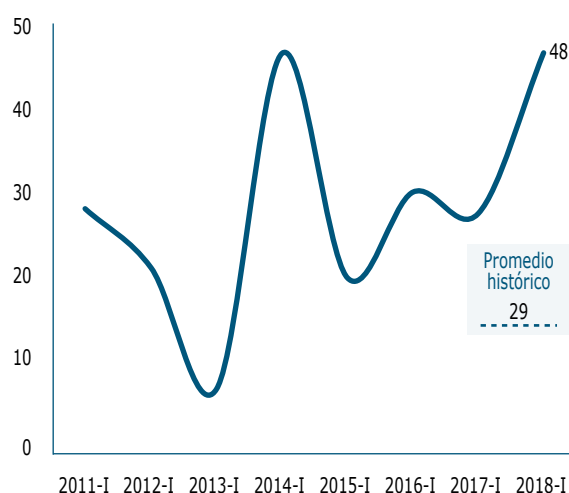


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

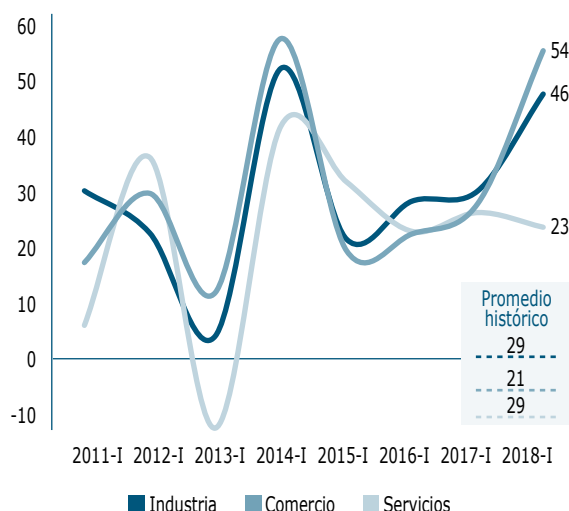
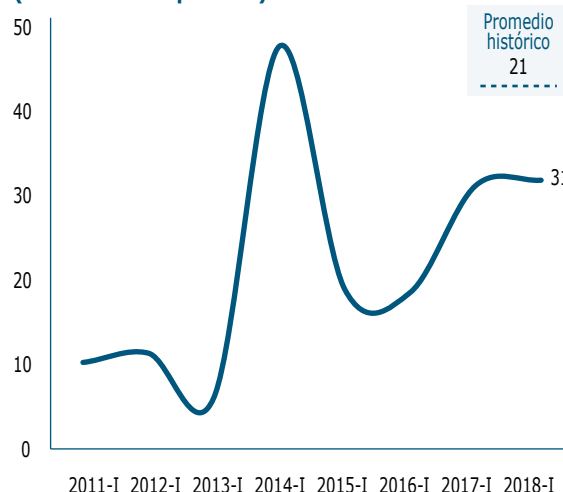


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



variable (41% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), ver gráfico 19.

En lo referente a ventas, también se evidenciaron descensos en el balance de las expectativas hacia niveles del 21% en el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció tanto a descensos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en ventas (39% en 2018-I vs. 42% en 2017-I), como a incrementos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (19% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

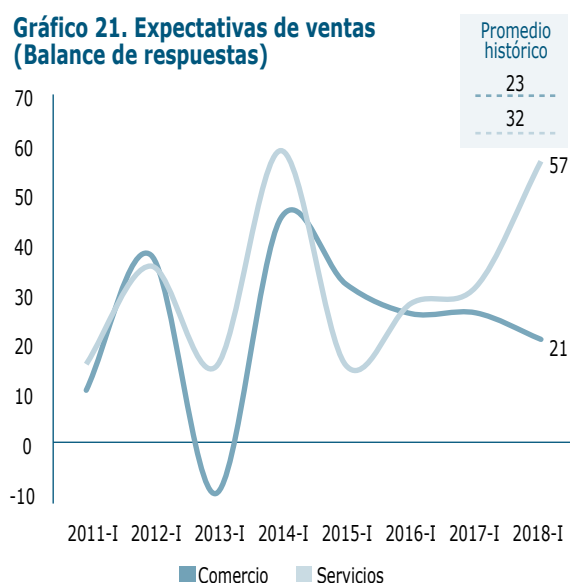
De manera similar a lo ocurrido en la industria, el sector Pyme de servicios de Medellín experimentó mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas hacia niveles del 47% para el primer semestre de 2018 (vs. 36% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (52% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (5% en 2018-I vs. 9% en 2017-I). Ello vino acompañado de leves aumentos en la porción que veía una elevada incertidumbre en dicha variable (19% en 2018-I vs. 17% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Medellín, su balance de respuestas también se incrementó hacia el 54% en el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás y 29% del promedio histórico). Allí también se vieron refor-

zados los efectos referentes a: i) aumentos en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (60% en 2018-I vs. 41% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (6% en 2018-I vs. 14% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios repuntó hacia niveles del 57% para el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (64% en 2018-I vs. 45% en 2017-I), como por descensos en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (7% en 2018-I vs. 14% en 2017-I), ver gráfico 21.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Medellín incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (45% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), comercio (47% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) y servicios (43% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de un ligero descenso en la tasa de aprobación en dichos sectores de industria (95%

en 2017-II vs. 100% en 2016-II), comercio (94% en 2017-II vs. 98% en 2016-II) y servicios (95% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Medellín, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (50% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por

créditos a corto plazo (25% en 2017-II vs. 14% en 2016-II) y a largo plazo (23% en 2017-II vs. 48% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (38% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), seguido por el largo plazo (33% en 2017-II vs. 18% en 2016-II) y corto plazo (29% en 2017-II vs. 34% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el largo plazo (38% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), seguido por el mediano plazo (30% en 2017-II vs. 39% en 2016-II) y el corto plazo (29% en 2017-II vs. 37% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme de Medellín (52% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y en el comercio (39% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), el plazo prevalente fue el mediano plazo. Por su parte, en los servicios, la mayor aprobación se dio en el largo plazo (39% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. solicitados, se presentaron leves descensos en los sectores de industria (96% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), comercio (92% en 2017-II vs. 96% en 2016-II), ver gráfico 25.

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

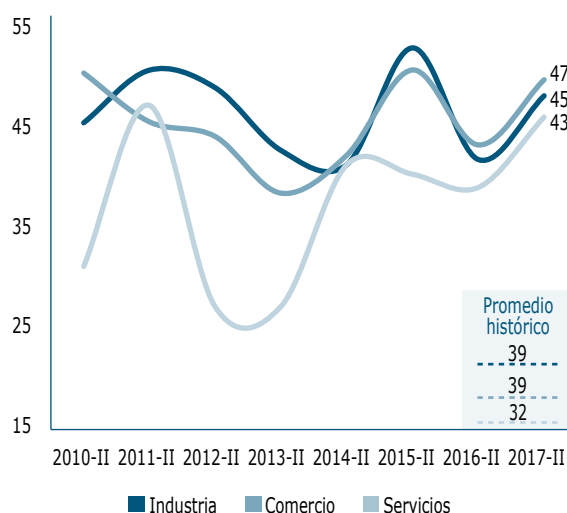


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

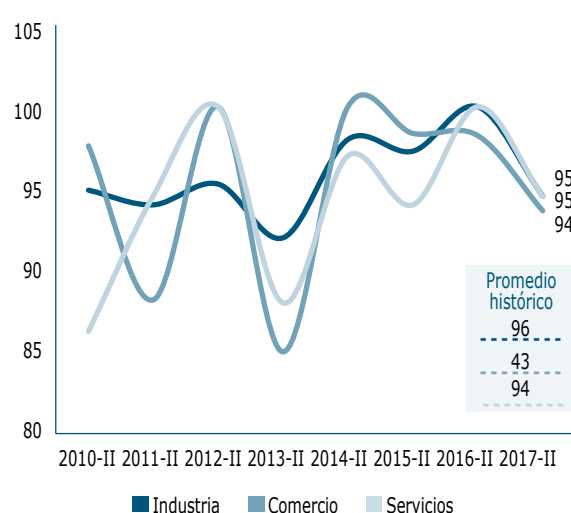


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

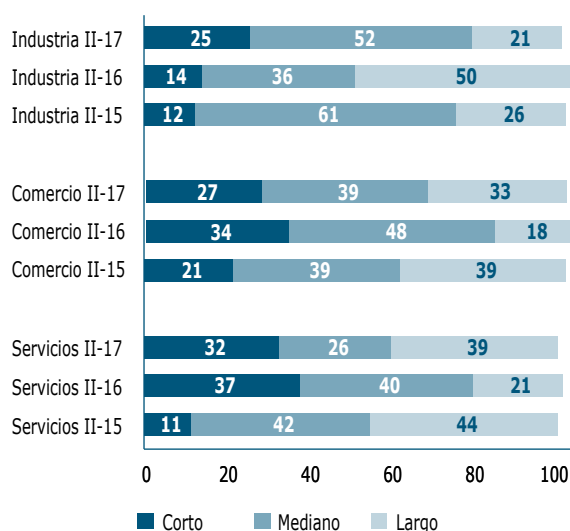
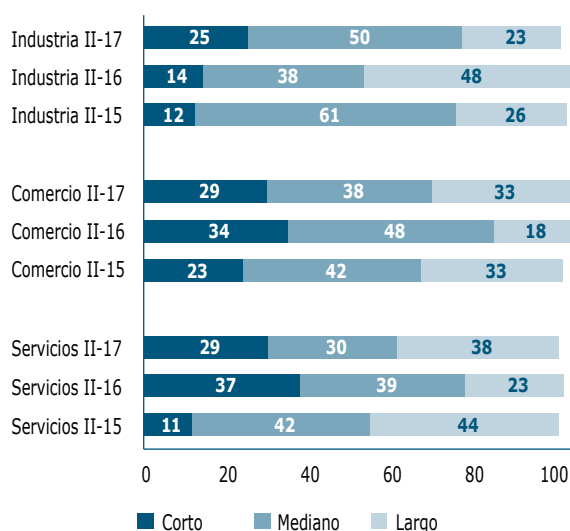


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



en 2016-II) y servicios (90% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Medellín.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (44% en 2017-II vs. 52% en 2016-II) y comercio (36% en 2017-II vs. 52% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017; para el sector de servicios (48% vs. 27%), dichas tasas fueron en su mayoría entre el rango DTF+4 y DTF+8 puntos (ver grá-

ficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de industria (56% en 2017-II vs. 77% en 2016-II) y servicios (55% en 2017-II vs. 65% en 2016-II), y se mantuvo inalterada en el comercio (64%) durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 30.

La mayoría de las Pymes de industria (59%), comercio (51%) y servicios (45%) de Medellín usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. Para la industria (17%), el segundo lugar lo ocupó la compra-arriendo de maquinaria, mientras que para el comercio (25%) y los servicios

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

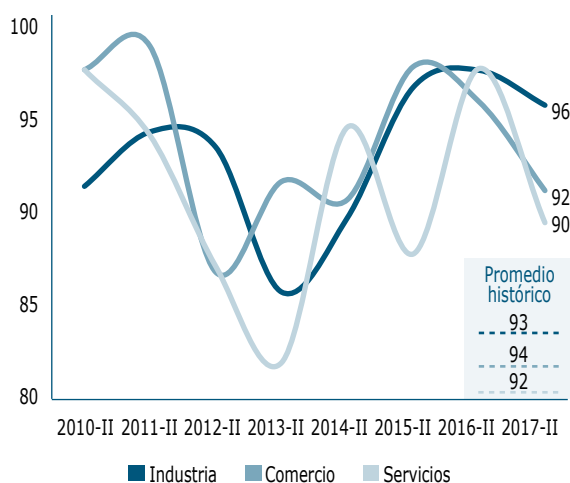


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

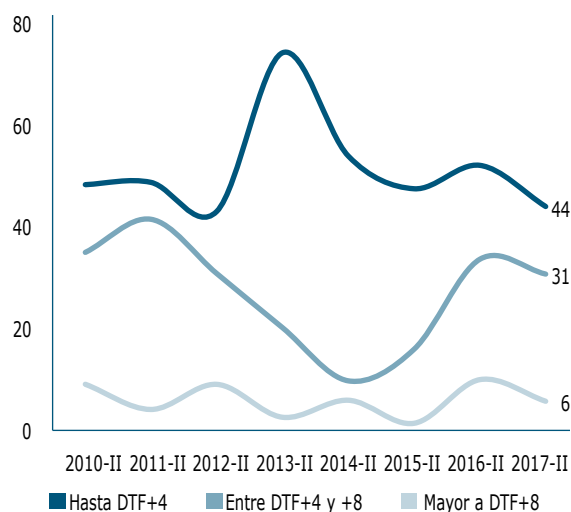


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

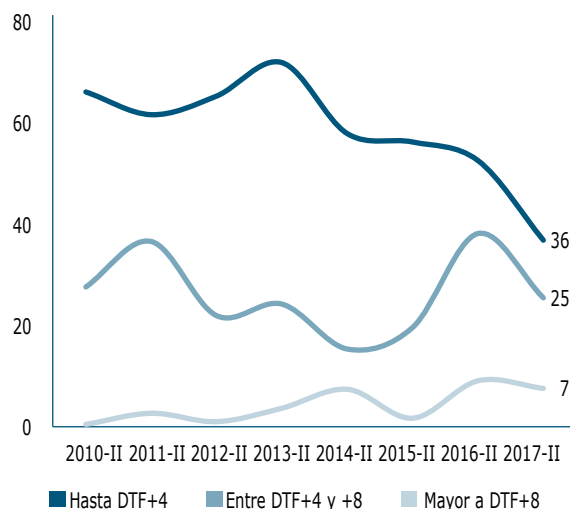


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

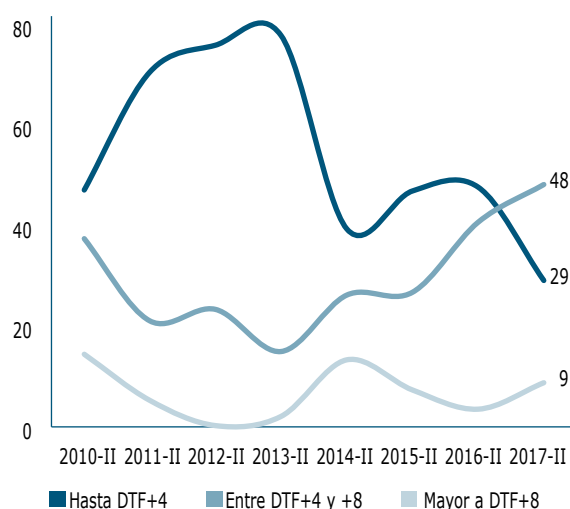
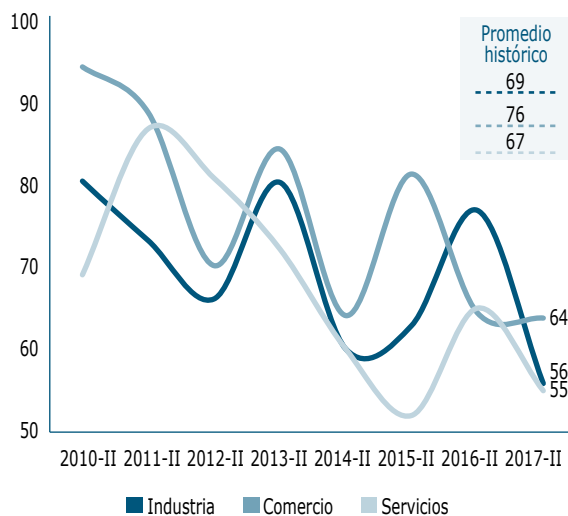


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



(16%), dicha segunda opción de uso fue la consolidación del pasivo.

Una parte importante de las Pymes de industria (42%), comercio (41%) y servicios (50%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (20%), mientras que para el sector comercio la fuente alternativa más importante fueron los proveedores (28%) y para el sector servicios lo fue el *leasing* (18%).

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Medellín si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año.

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

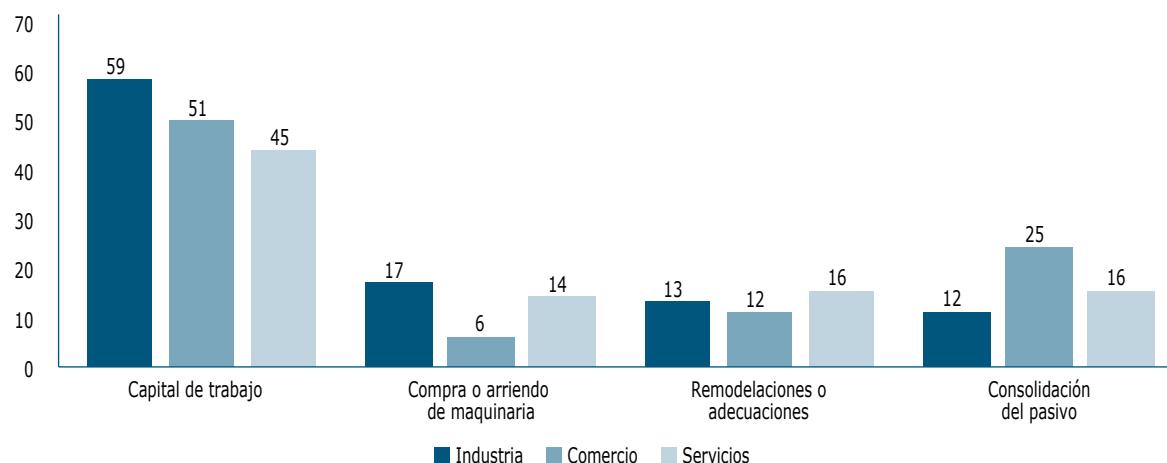


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

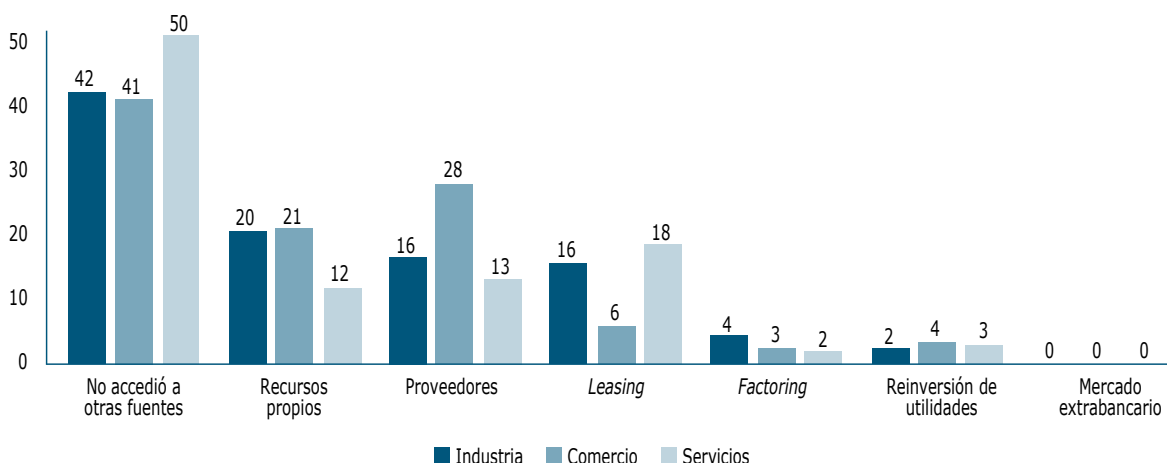
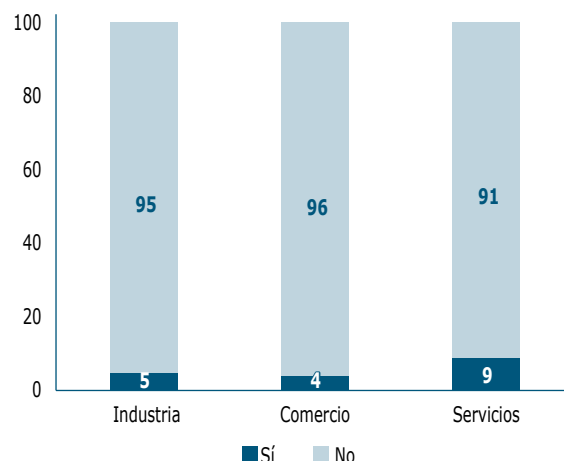


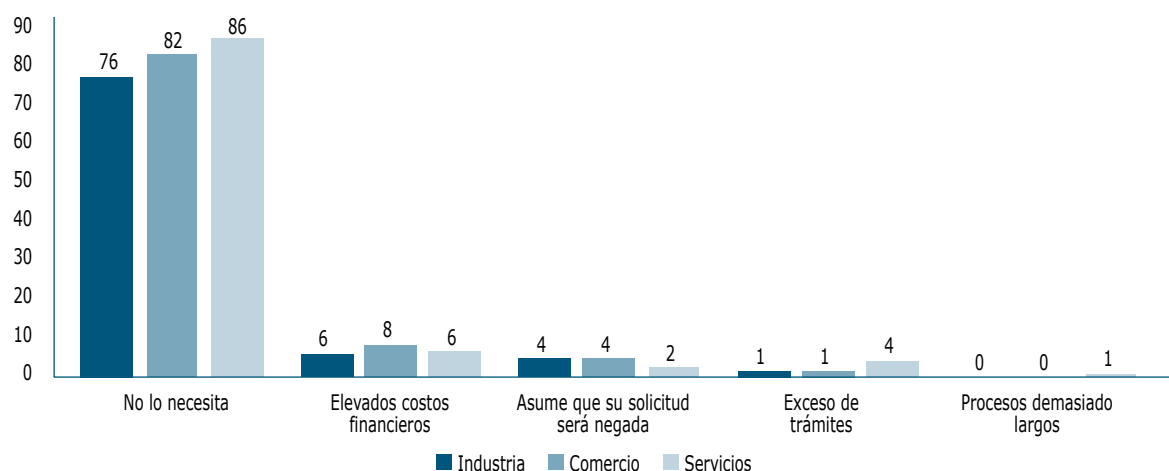
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (95% industria, 96% comercio y 91% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Medellín no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 76% en industria, un 82% en comercio y un 86% en servicios). La segunda razón está asociada a los elevados costos financieros (6% industria, 8% comercio y 6% servicios), ver gráfico 34.

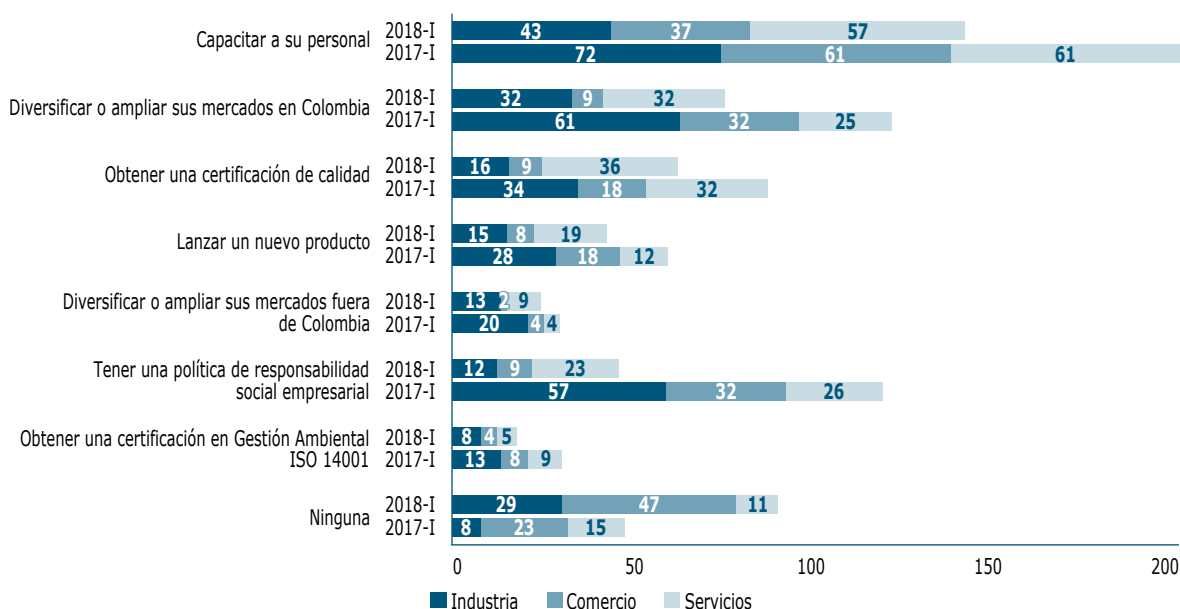
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Medellín fue capacitar a su personal (un 43% en industria, un 37% en comercio y un 57% en servicios), seguida de la diversificación-ampliación de mercados en Colombia (un 32% en industria, un 9% en comercio y un 32% en servicios) y la obtención de certificaciones de calidad (un 16% en industria, un 9%

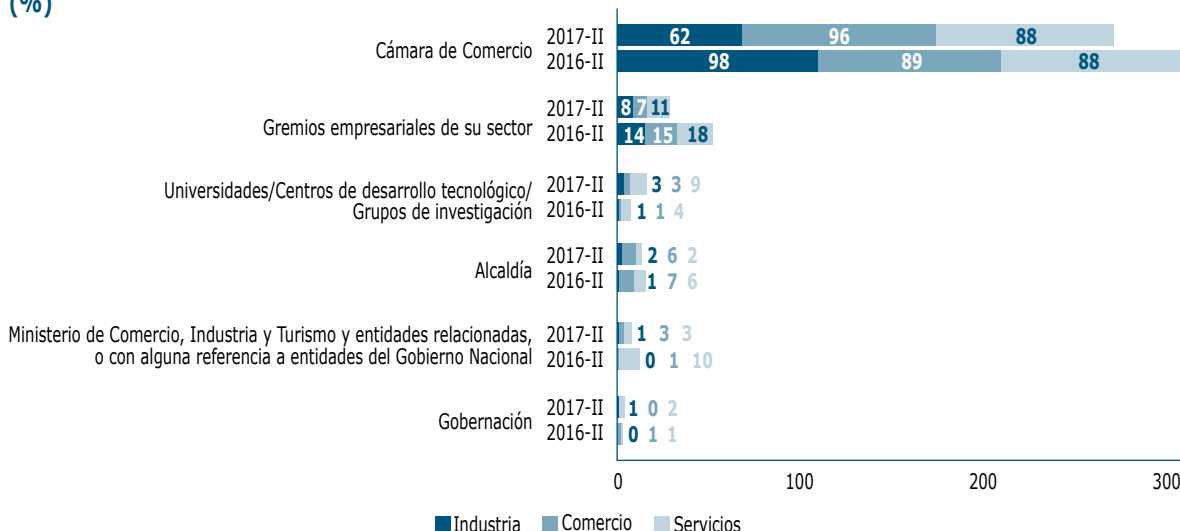
en comercio y un 36% en servicios), ver gráfico 35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en industria (29% en 2018-I vs. 8% en 2017-I) y comercio (47% en 2018-I vs. 23% en 2017-I). Por el contrario, dicha proporción disminuyó levemente en los empresarios de servicios (11% en 2018-I vs. 15% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría del capital social de las Pymes de Medellín tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (62% en 2017-II vs. 98% en 2016-II), comercio (96% en 2017-II vs. 89% en 2016-II)

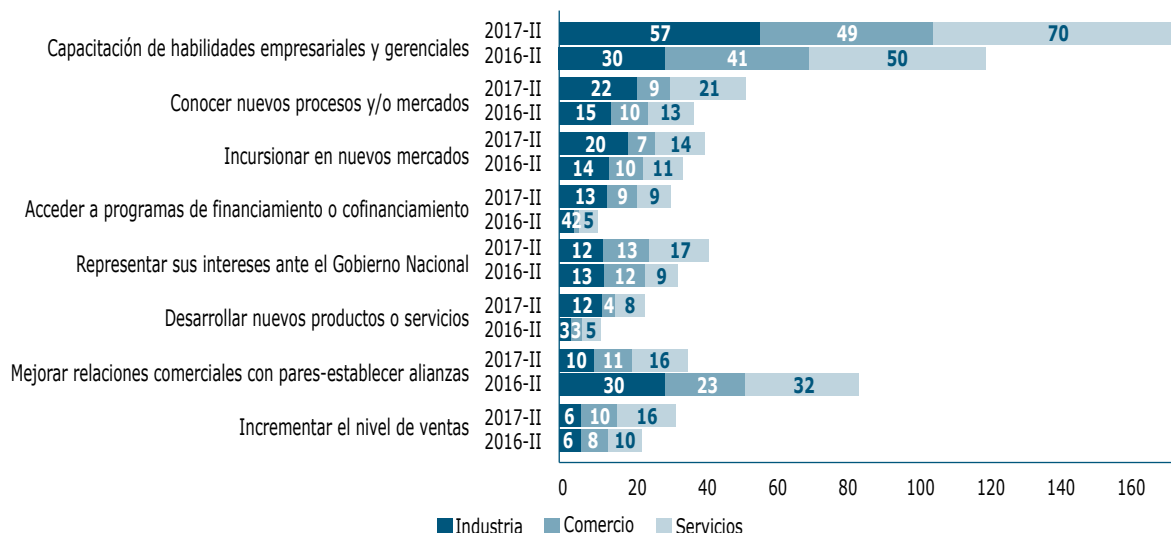
y servicios (inalterada en un 88%). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (8% industria, 7% comercio y 11% servicios), universidades (3% industria, 3% comercio y 9% servicios) y alcaldías (2% industria, 6% comercio y 2% servicios).

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

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (57% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), comercio (49% en 2017-II vs. 41% en 2016-II) y servicios (70% en 2017-II vs. 50% en 2016-II).

II). A ello le siguieron los beneficios derivados de conocer nuevos procesos y/o mercados (22% industria, 9% comercio y 21% servicios), la incursión en nuevos mercados (20% industria, 7% comercio y 14% servicios) y el acceso a programas de financiamiento (13% industria, 9% comercio y 9% servicios).

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



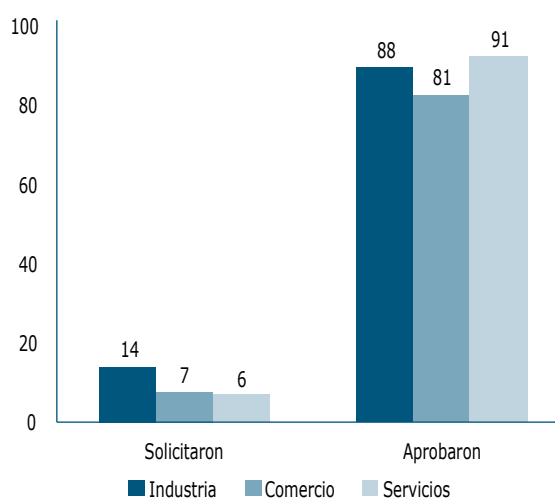
PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (14% industria, 7% comercio y 6% servicios) solicitó la reestructuración de deudas.

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue elevada en los tres macrosectores (88% industria, 81% comercio y 91% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones, primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (92% industria, 93% comercio y 92% servicios), ver gráfico 39. Con

porcentajes menores, le siguieron el exceso de trámites (4% industria, 0% comercio y 3% servicios), los elevados costos de asesoría (2% industria, 2% comercio y 1% servicios) y el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (1% industria, 3% comercio y 1% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo solo cerca de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (18% industria, 17% comercio y 21% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (100% industria, 91% comercio y 89% servicios), ver gráfico 41. En industria, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término fijo (64%), seguido de contrato a término indefinido (32%) y prestación de servicios (4%), ver gráfico 42. En comercio, primó la contratación a término indefinido (54%), seguido del término fijo (37%) y prestación de servicios (9%). En servicios primó la contratación a término indefinido (60%), seguida de prestación de servicios (31%) y término fijo (9%). Finalmente, la gran mayoría de los empresarios Pyme respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (95% en industria, 88% en comercio y 94% en servicios), ver gráfico 43.

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

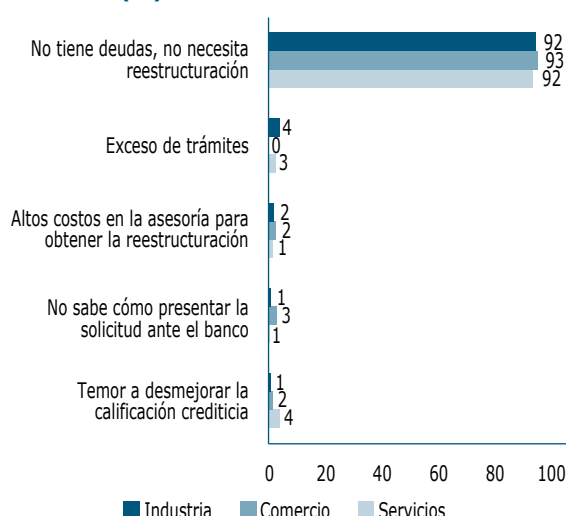


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

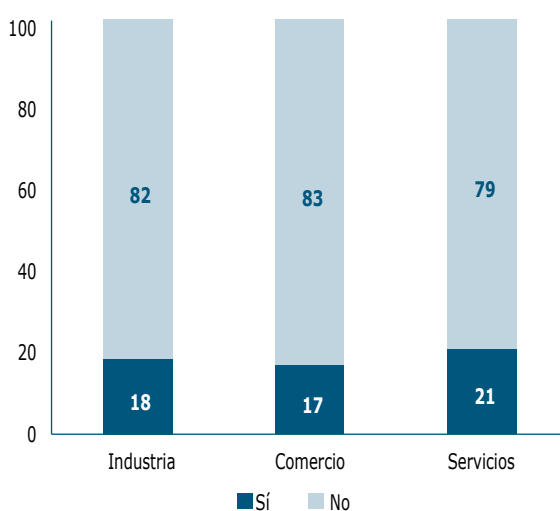


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

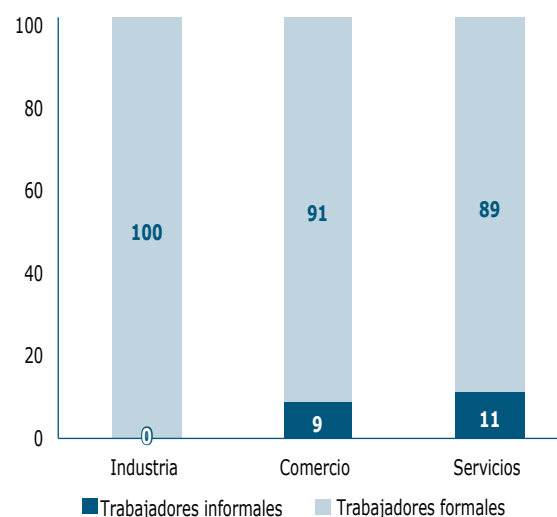
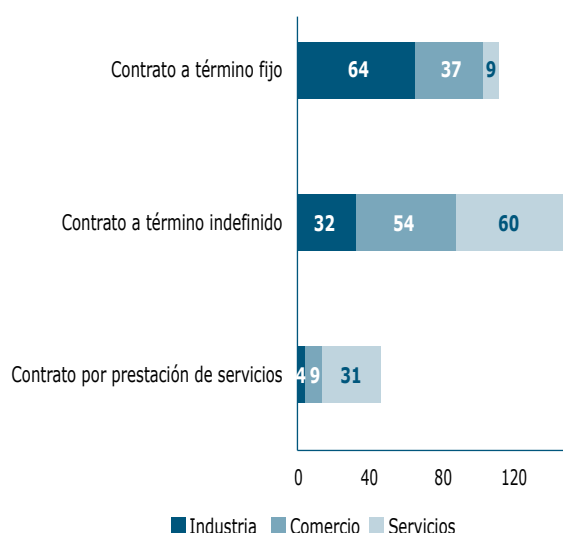
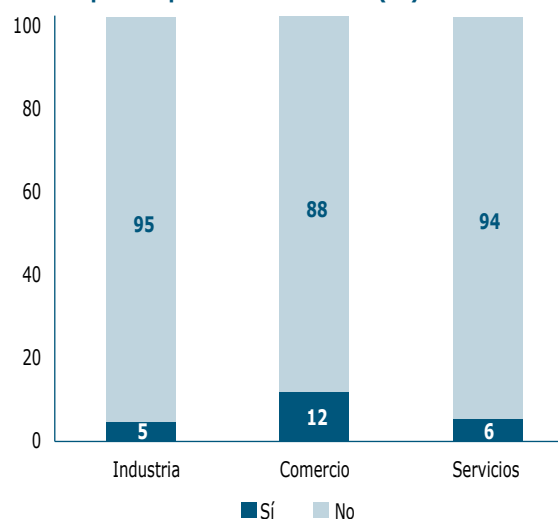


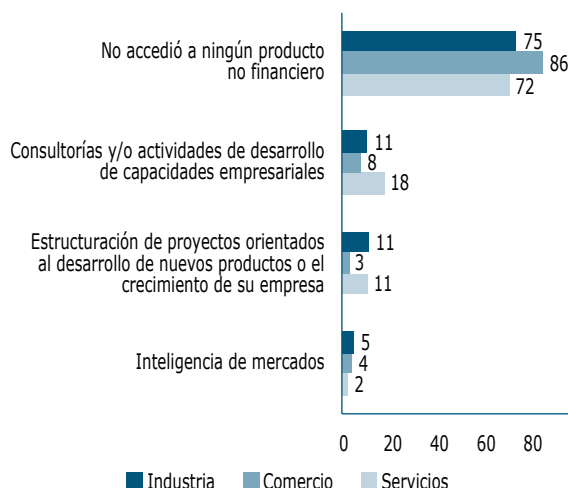
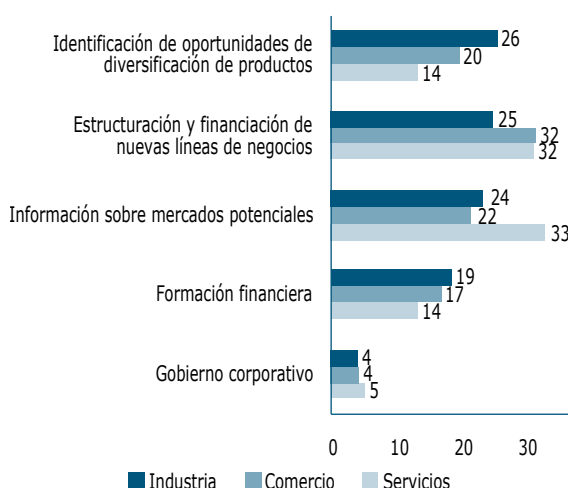
Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)**Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)**

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (75% en industria, 86% en comercio y 72% en servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (11% industria, 8% comercio y 18% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (11% industria, 8% comercio y 18% servicios),

estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (11% industria, 3% comercio y 11% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (5% industria, 4% comercio y 2% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Medellín mostraron interés en la identificación de oportunidades-diversificación de productos (26%); la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (25%); la información sobre mercados potenciales (24%); la formación financiera (19%); el gobierno corporativo (4%);

Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)**Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)**

sobre información de mercados potenciales (24%). Los comerciantes centraron su interés en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (32%), seguido de información de mercados potencia-

les (22%), mientras que los empresarios de servicios optaron primero por información de mercados potenciales (33%) y estructuración-financiación de líneas de negocio (32%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 80% de la muestra sin exportar durante 2017-II). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron leves descensos tanto en la proporción con incrementos en sus exportaciones (4% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), como en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (4% en 2017-II vs. 7% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se incrementó hacia el 92% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 84% un año atrás). Al igual que en industria, en servicios se dieron disminuciones tanto en la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (2% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), como en la porción con descensos en dichas ventas (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (44%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (13%) y la falta de información sobre potenciales mercados-productos (9%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (53%), seguido por la ausencia de interés en exportar (20%) y falencias de información (15%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en la mitad de la muestra encuestada (ver gráfico 48).

Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Medellín. El gráfico 49 muestra cómo un 79% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (prácticamente inalterado frente a un año atrás). Algún atenuante puede

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

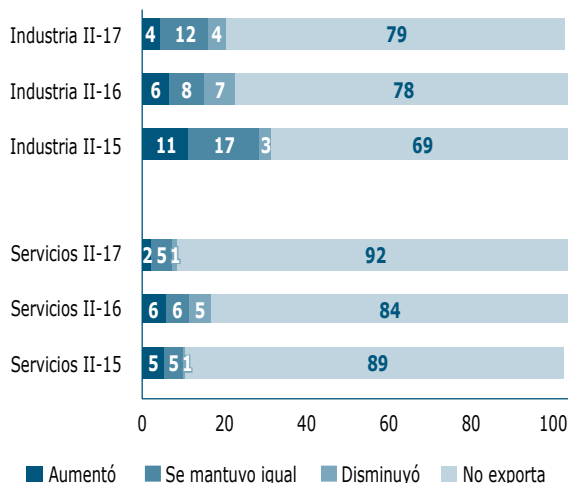
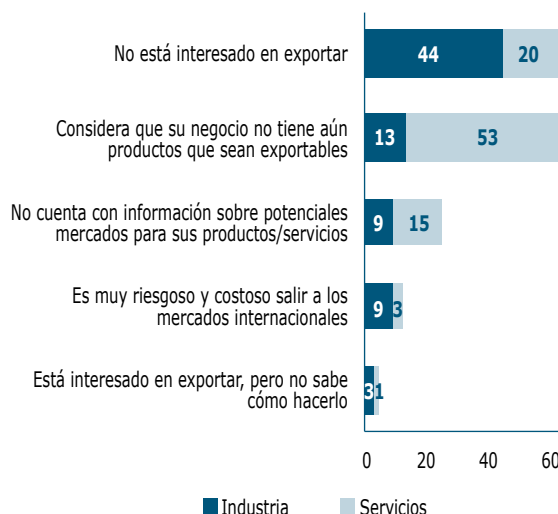


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



evidenciarse en ligeros aumentos en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (8% en 2018-I vs. 6% en 2017-I) y la estabilidad en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (2% en 2018-I vs. 2% en 2017-I). Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 89% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 86% un año atrás). Ello fue consistente con una relativa estabilidad tanto en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (4% en 2018-I vs. 5% en 2017-I),

como en aquellos que esperaban disminuciones (2% en 2018-I vs. 2% en 2017-I).

En el sector industrial Pyme de Medellín, la porción de empresarios que no accedieron a nuevos mercados repuntó hacia el 87% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 71% un año atrás), ver gráfico 50. Por el contrario, en servicios, dicha porción de empresarios que no accedieron a nuevos mercados descendió al 57% en igual período (vs. 81%).

Sobre las pretensiones para abrir nuevos mercados durante el primer semestre de 2018, los principales destinos en el caso industrial fueron Centroamérica y El Caribe (47% en 2018-I vs. 64% en 2017-I); América del Sur (40% en 2018-I vs. 41% en 2017-I); y Estados Unidos, Canadá y México (39% vs. 48%), ver gráfico 51. De manera similar, las pretensiones de destinos externos en el caso de servicios fueron Centroamérica y El Caribe (29% en 2018-I vs. 25% en 2017-I); América del Sur (25% en 2018-I vs. 29% en 2017-I); y Estados Unidos, Canadá y México (21% en 2018-I vs. 41% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (51%) y comercio (61%) de Medellín se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, mientras que las Pymes de servicios se concentraron más en el resto del mercado nacional (51% de la muestra), ver gráfico 52.

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

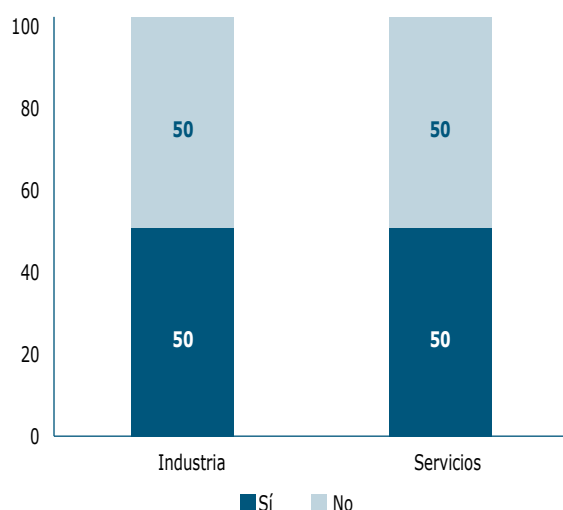


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

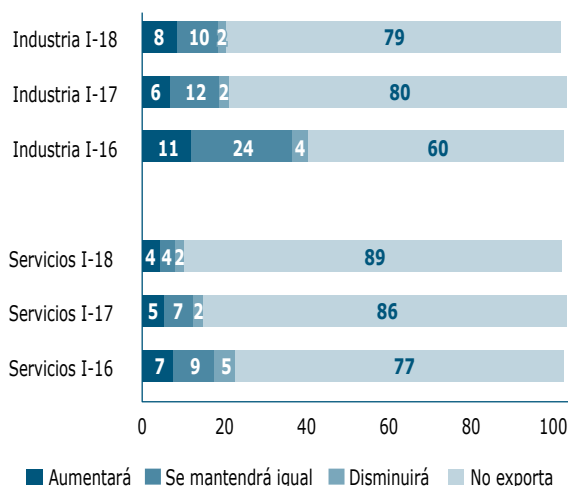


Gráfico 50. ¿Accedió su empresa a nuevos mercados? (%)

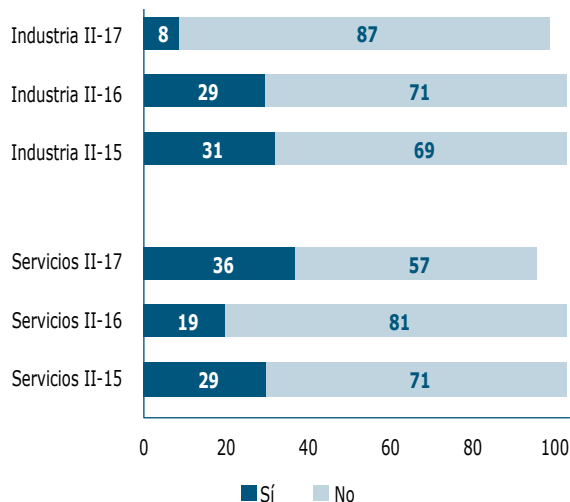


Gráfico 51. De la siguiente lista de posibles destinos para exportar, ¿a cuál le gustaría y estaría en capacidad de explorar? (%)

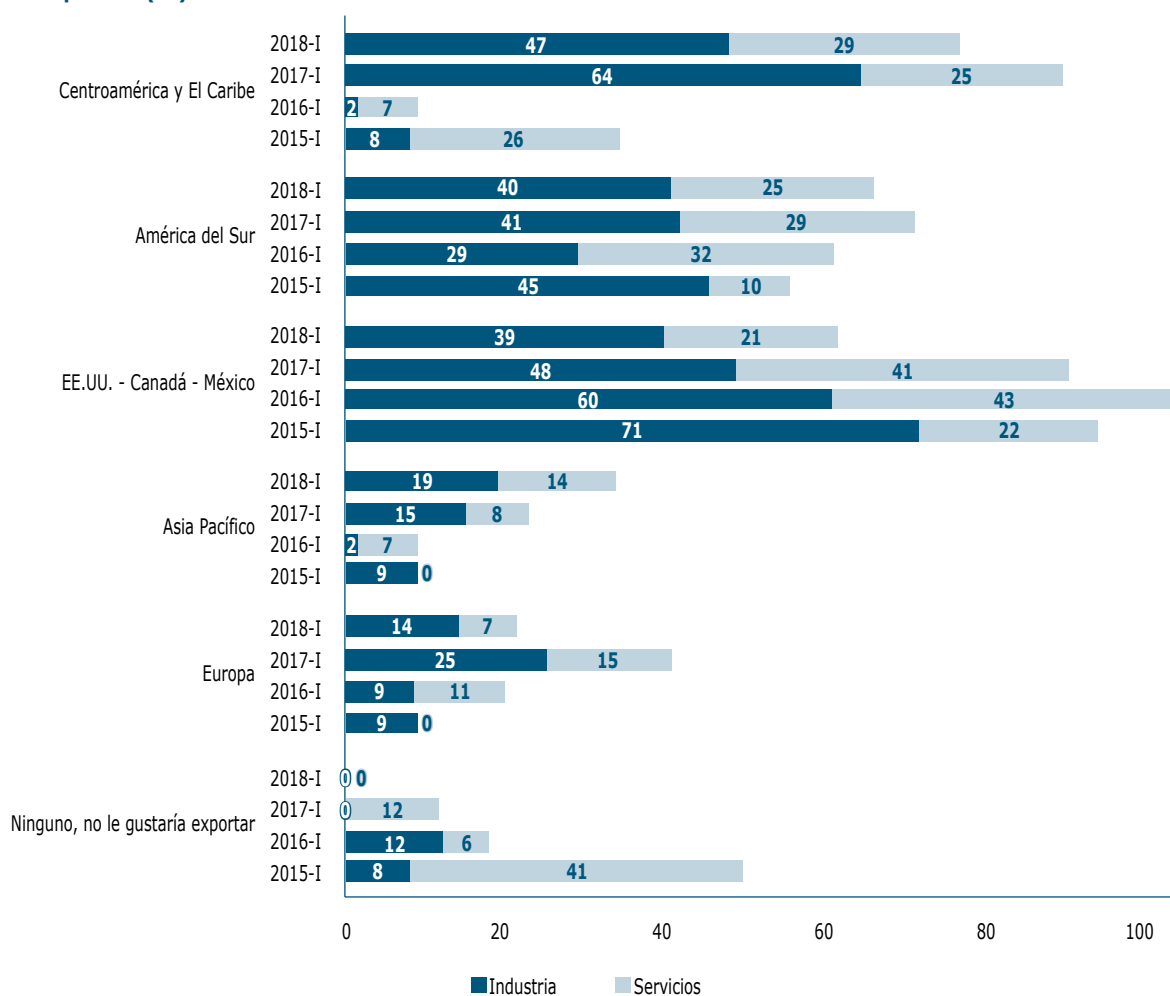
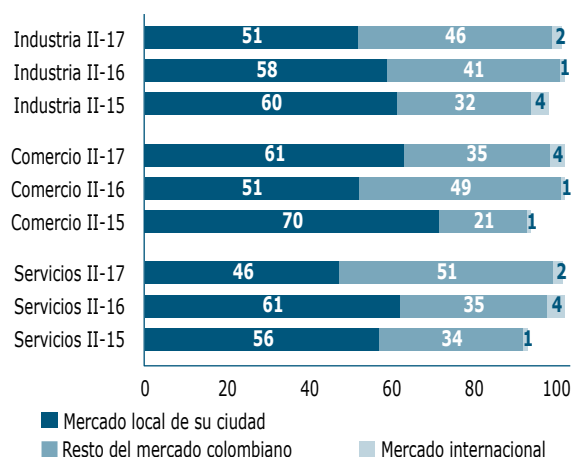


Gráfico 52. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



Finalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 53 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 80%-90% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados rentables para exportar (9% industria, 4% comercio y 6% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (8% industria, 4% comercio y 4% servicios); y mejoras en la calidad del proceso productivo (3% industria, 1% comercio y 0% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes industriales y de servicios de Medellín, el mayor reto

del gobierno para aumentar las exportaciones es el brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (48% en industria y 61% en servicios); brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (38% en industria y 31% en servicios); y mejorar la infraestructura vial-logística del país (33% en industria y 19% en servicios).

Por su parte, los empresarios del sector de comercio percibieron que el mayor reto es el de brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (49%), seguido por mejorar la infraestructura vial-logística del país (40%) y brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (30%), ver gráfico 54.

Gráfico 53. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

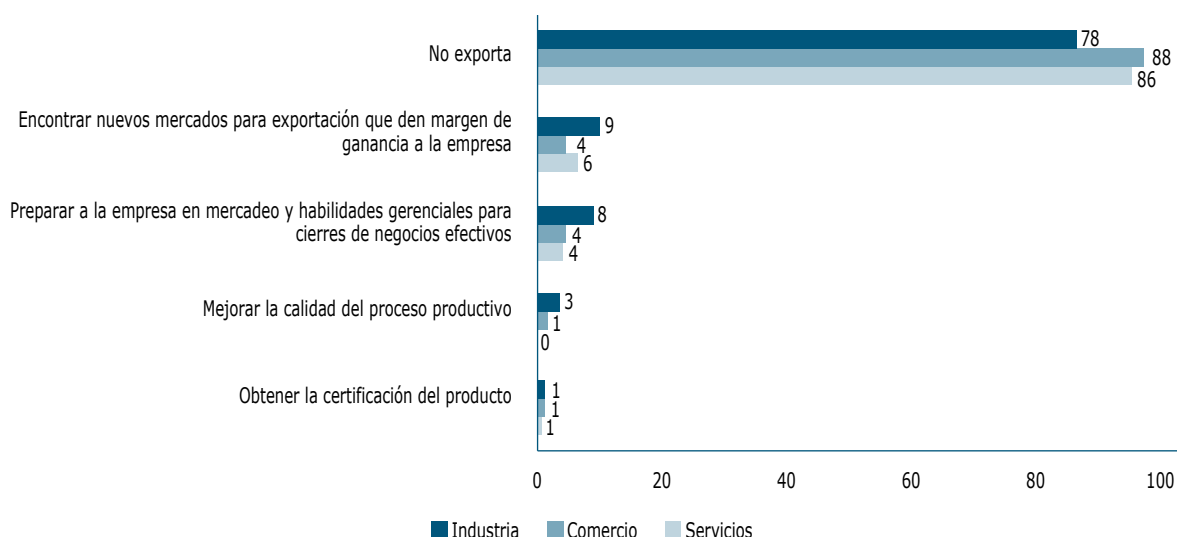
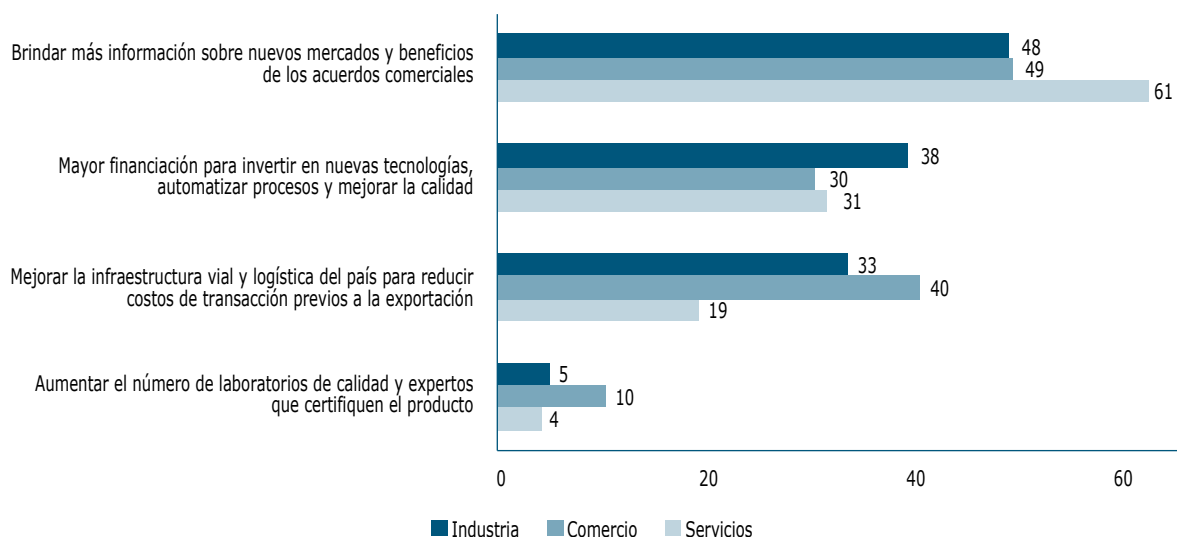


Gráfico 54. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)

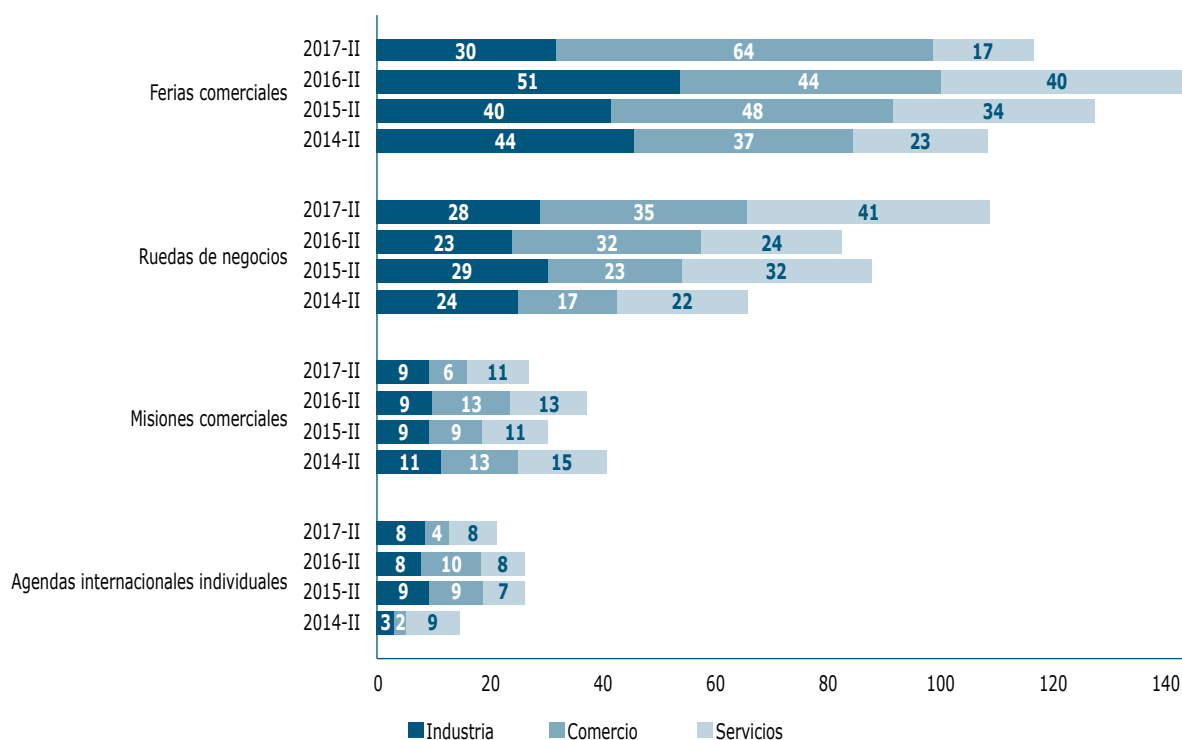


• Comercialización

En cuanto a los eventos comerciales, según la última medición de la Encuesta, los empresarios Pyme de Medellín están más interesados en las ferias comerciales en los sectores de industria (30% en 2017-II vs. 51% en 2016-II) y comercio (64% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), mientras que los de ser-

vicios muestran el mayor interés en ruedas de negocios (41% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). El segundo lugar para industria (28% en 2017-II vs. 23% en 2016-II) y comercio (35% en 2017-II vs. 32% en 2016-II) lo ocuparon las ruedas de comercio, mientras que dicho lugar lo ocuparon las ferias comerciales en el sector de servicios (17% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), ver gráfico 55.

Gráfico 55. ¿En cuál evento comercial estaría más interesado en participar? (%)

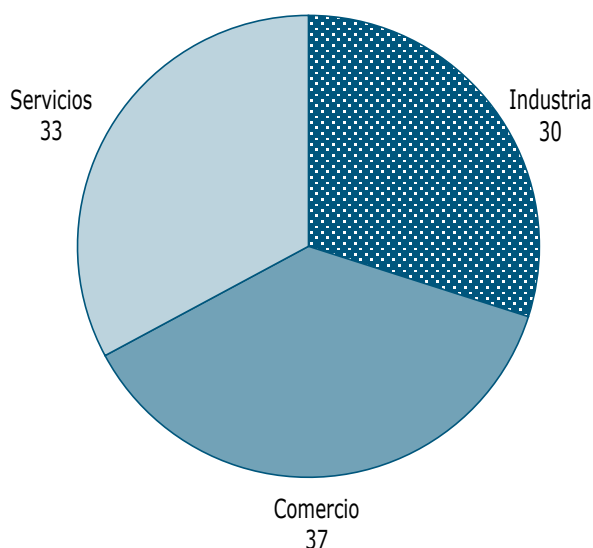




LA GRAN ENCUESTA PYME

ORIENTE ANTIOQUEÑO

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

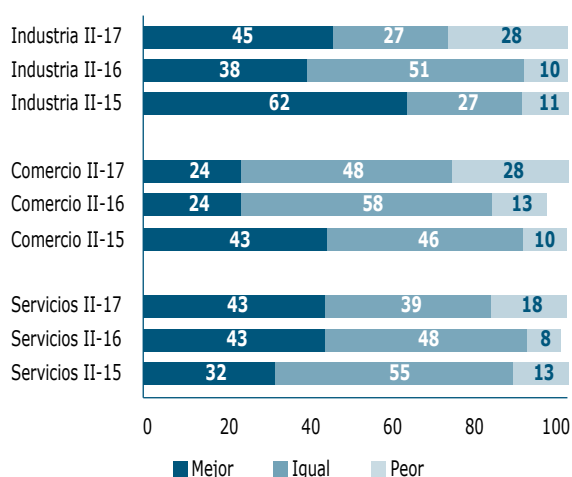
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme del Oriente Antioqueño se deterioró a niveles del 16% du-

rante el segundo semestre de 2017 (vs. 28% un año atrás y 32% del promedio histórico). Allí primó el efecto de incrementos en la porción de industriales con deterioros en su situación económica general (28% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), que fueron suficientes para compensar el incremento en aquellos que vieron mejoras en dicho rubro (45% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Oriente Antioqueño).

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



Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó una caída del balance de respuestas hacia niveles del 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás). Allí primó el efecto del incremento de la porción de empresarios con descensos en sus ventas (40% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), suficiente para compensar el crecimiento en la porción de la muestra con incrementos en ventas (40% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (52%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio una contracción en el balance de respuestas hacia el -1%

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

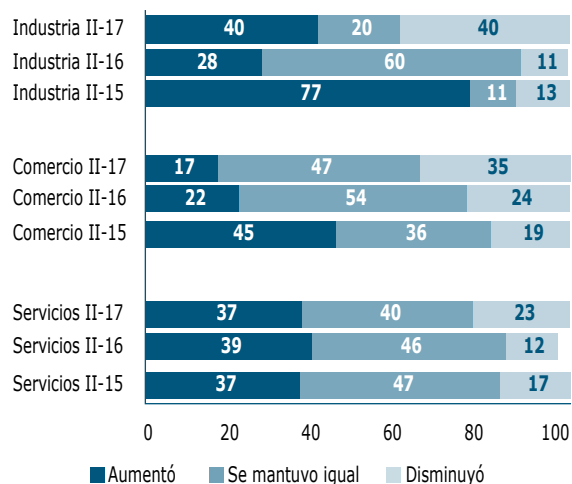
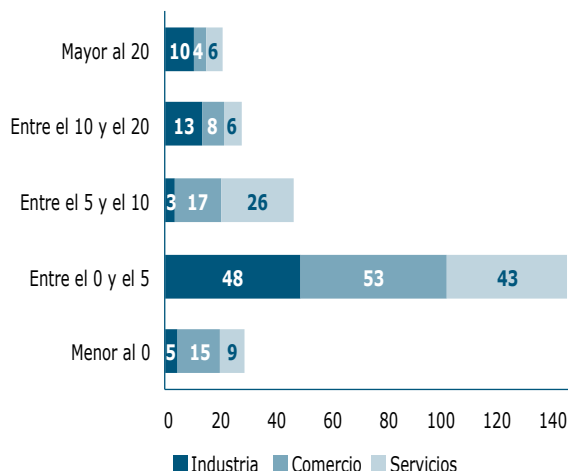


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



en el segundo semestre de 2017 (vs. +28% un año atrás y 25% de su promedio histórico). Allí primó la expansión de la proporción de empresarios industriales que vieron disminuir sus pedidos (40% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), suficiente para compensar el crecimiento de la porción de empresarios con aumentos en dicha variable (39% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 76% de los casos durante 2017-II (vs. 90% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existen-

cias como insuficientes (15%) o excesivas (9%), ver gráfico 5.

La menor demanda para las Pymes industriales del Oriente Antioqueño se reflejó en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable se deterioró hacia niveles del 9% en el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 6. Allí primó el incremento en la proporción de empresarios industriales que vieron disminuir su producción (36% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), contrarrestando la expansión de la porción de empresarios con incrementos en dicha variable (45% en 2017-II vs. 33% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se ha observado un incremento en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) a niveles del 90%-100% por parte del 50% de las Pymes industriales durante el segundo semestre de 2017 (vs. 30%-60% un año atrás), ver gráfico 7. Con ello la inversión en maquinaria y equipo se ha incrementado levemente hacia valores del 24% en su balance de respuestas (vs. 22% un año atrás). Esto último se explica principalmente por una disminución en la proporción de empresarios que disminuyeron dicha inversión (5% en 2017-II vs. 7% en 2016-II), pues la porción de empresarios que aumentaron dicha variable se mantuvo estable (29%). Con el incremento descrito, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II se acerca a su promedio histórico del 28%, ver gráfico 8.

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2017 (%)

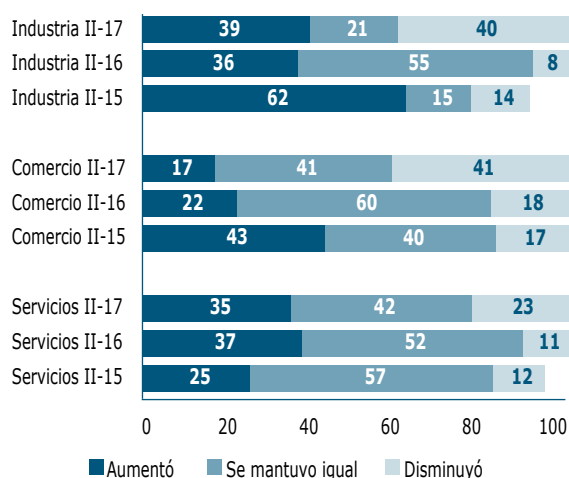


Gráfico 5. Existencias (%)

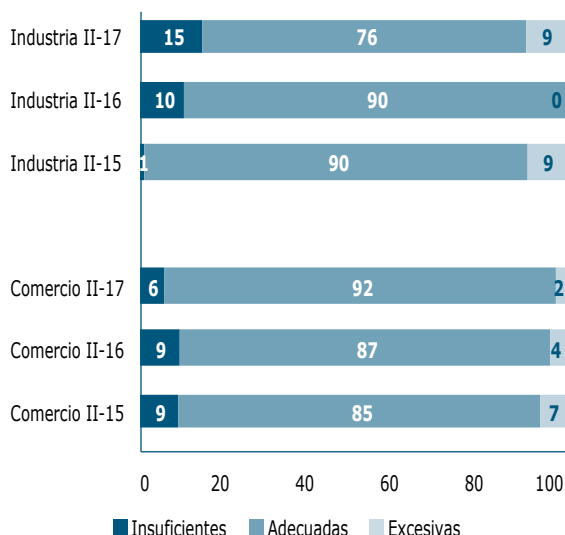
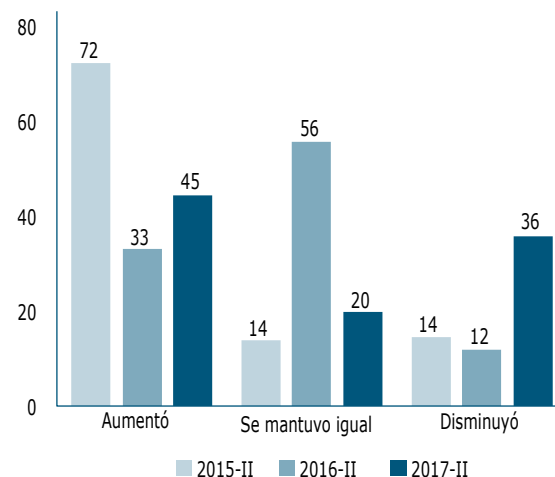


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2017, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2017 (%)



El nivel de costos presentó un crecimiento en su balance de respuestas hacia niveles del 39% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 23% un año atrás). Ello obedeció a disminuciones en la proporción de empresarios que experimentaron decrecimientos en costos (5% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), a lo cual se sumó el efecto de las expansiones de la proporción de empresarios con aumentos en dicho rubro (43% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dichas condiciones implicaron una contracción en los márgenes de los empresarios industriales del

Oriente Antioqueño. En efecto, el balance de respuestas del margen se redujo hacia niveles del 2% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 29% un año atrás). Ello se dio tanto por expansiones en la proporción de empresarios que experimentaron disminuciones en sus márgenes (36% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), como por reducciones de aquellos con crecimiento en dicha variable (38% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo no se vio afectado por las condiciones previamente descritas, expandiéndose el balance de res-

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

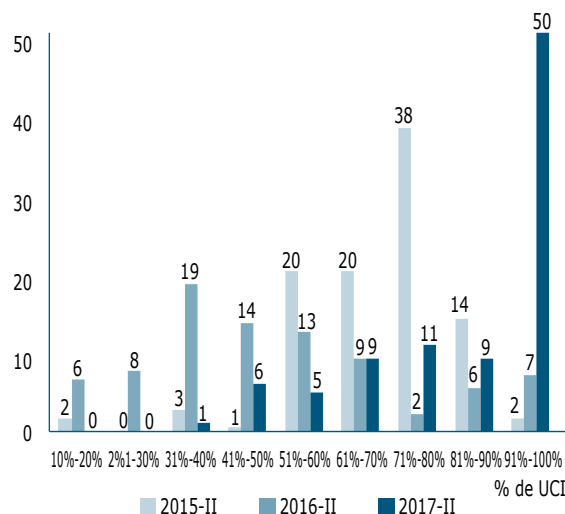


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2017 (%)

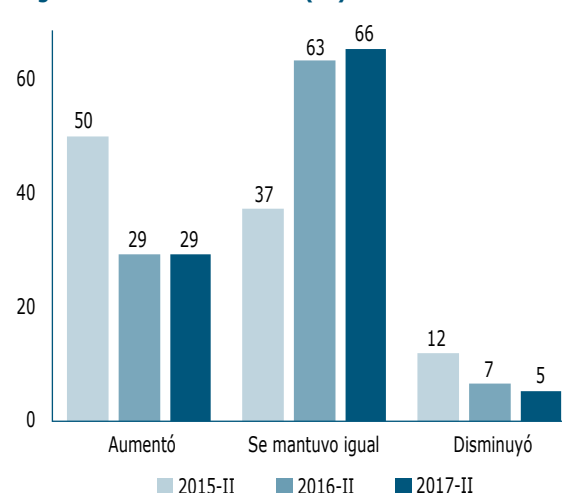


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2017, los costos durante el segundo semestre de 2017 (%)

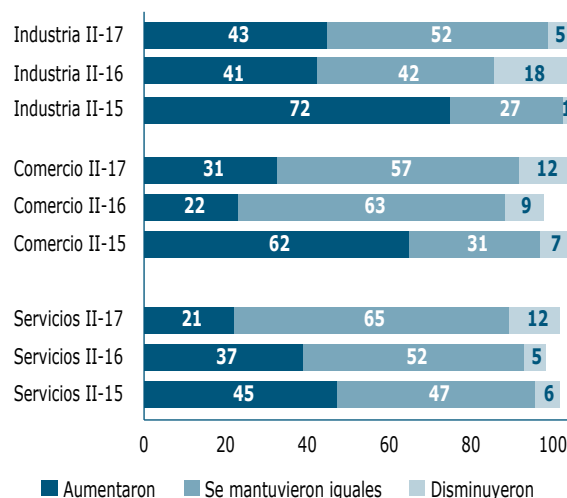
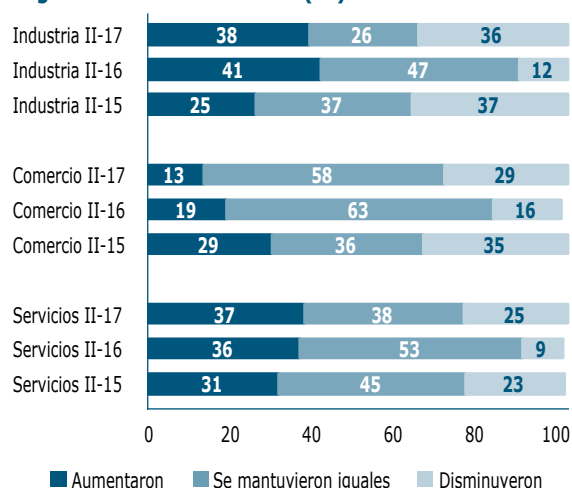


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2017, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



puestas del número de trabajadores contratados al 27% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás). Dicho comportamiento de la generación de empleo obedeció a crecimientos en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (36% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), lo cual no se vio afectado por la estabilización en la proporción de aquellos que destruyeron puestos de trabajo (10%, inalterado frente a un año atrás), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales del Oriente Antioqueño, la mayo-

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2017, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

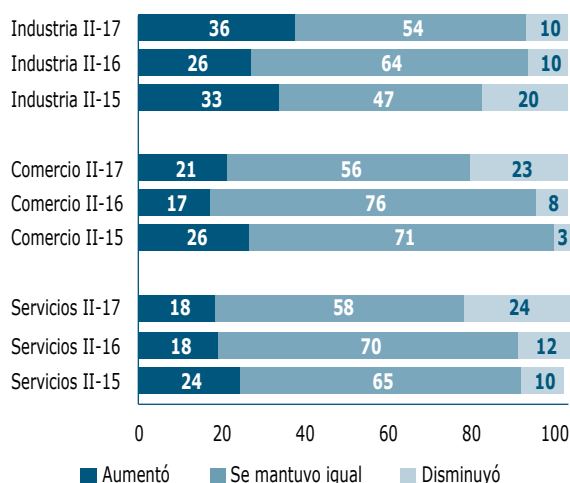
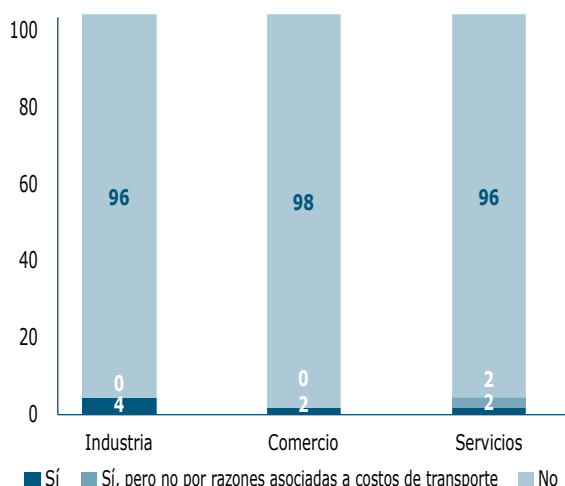


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)



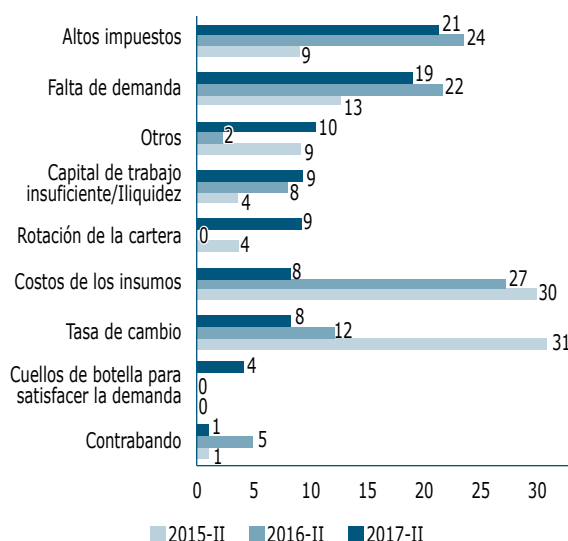
ría (96%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Consecuentemente, porciones pequeñas de empresarios afirmaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (4%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (0%).

El principal problema para el sector industrial del Oriente Antioqueño fueron los altos impuestos (21% en el segundo semestre de 2017 (vs. 24% un año atrás). El segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, representando el 19% de la muestra (vs. 22% un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron "otros problemas" (10% en 2017-II vs. 2% en 2016-II) y capital de trabajo insuficiente (9% en 2017-II vs. 8% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales del Oriente Antioqueño fueron el contrabando (1% en 2017-II vs. 5% en 2016-II) y cuellos de botella para satisfacer la demanda (4% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio del Oriente Antioqueño se deterioró hacia niveles del -3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +11% un año atrás y +14% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (28% en 2017-II vs. 13% en 2016-II),

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



pues la porción con mejores lecturas se mantuvo estable (24%), ver gráfico 1.

Al igual que el sector industrial de esta región, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el -18% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás). En dicho deterioro confluyeron: i) caídas en la proporción de comerciantes que experimentaron aumentos en sus ventas (17% en 2017-II vs. 22% en 2016-II); y ii) incrementos en el porcentaje de comerciantes con disminuciones en dichas ventas (35% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (69%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del -24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +4% un año atrás y +2% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (41% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), a lo que se sumó el decrecimiento en los comerciantes con aumentos en dicha variable (17% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 92% de los casos durante 2017-II (vs. 87% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (6%) o excesivas (2%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de respuestas sobre los costos de ventas de los comerciantes aumentó al 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se dio por el crecimiento de la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (31% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), lo cual compensó la leve expansión de la proporción de comerciantes con reducciones en dichos costos (12% en 2017-II vs. 9% en 2016-II).

Lo anterior implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes del Oriente Antioqueño. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás). Ello se explica por un incremento en la proporción de empresarios que experimentaron reducciones en sus márgenes (29%

en 2017-II vs. 16% en 2016-II), a lo cual se sumó el decrecimiento de aquellos empresarios con incrementos en dicha variable (13% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 10.

De manera similar, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio del Oriente Antioqueño se redujo hacia niveles del -2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +9% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció a crecimientos en la proporción de empresarios comerciales que destruyeron puestos de trabajo (23% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), lo cual no pudo ser compensado por los incrementos de aquellos comerciantes que generaron nuevos puestos (21% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron deterioros en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del -14% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes con mayores superficies (12% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), como a aumentos en aquellos comerciantes con reducciones en dicha variable (26% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales del Oriente Antioqueño, la mayoría (98%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo mani-

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2017, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2017 (%)

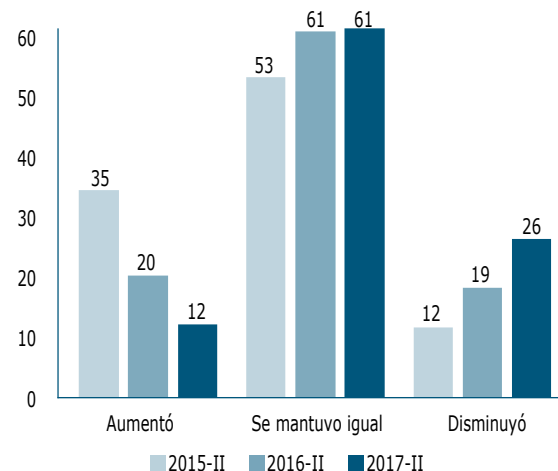
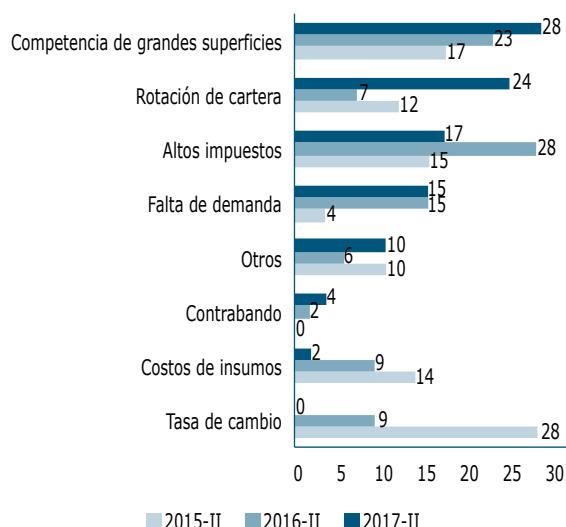


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

festaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%).

Las Pymes comerciales del Oriente Antioqueño identificaron la competencia con las grandes superficies como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (28% vs. 23% un año atrás). A ello le siguió la rotación de cartera (24% en 2017-II vs. 7% en 2016-II) y los altos impuestos (17% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Similar a los sectores de industria y comercio, los empresarios del sector de servicios del Oriente Antioqueño vieron una caída en el balance de respuestas sobre su situación económica general hacia niveles del 25% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás y 26% del promedio histórico). Ello ocurrió por aumentos en la proporción de empresarios de servicios con peores lecturas (18% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), pues la porción de empresarios con mejoras en dicha variable se mantuvo estable (43%), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron contracciones en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 27% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a expansiones en la proporción de empresarios de servicios con caídas en sus ventas (23% en 2017-II vs. 12% en

2016-II), como a decrecimientos en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dicha variable (37% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, más de la mitad (69%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Dicho comportamiento se vio reflejado en el volumen de pedidos de las Pymes de servicios del Oriente Antioqueño, disminuyendo su balance de respuestas hacia niveles del 12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás y 17% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en los empresarios con disminuciones en sus pedidos (23% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), como a disminuciones en aquellos con aumentos en dicha variable (35% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios del Oriente Antioqueño observaron una contracción en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 9% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 32% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció tanto a una caída en la porción de empresarios con incrementos en dichos costos (21% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), como al incremento de la porción que reportó disminuciones en esa variable (12% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

Respecto a los márgenes de ganancia, estos tuvieron una contracción en su balance de respuestas hacia niveles del 12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 26% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se dio por un incremento en los empresarios de servicios con disminuciones en sus márgenes (25% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), que no pudo ser compensado por la leve expansión de la muestra con crecimiento en dicho rubro (37% en 2017-II vs. 36% en 2016-II).

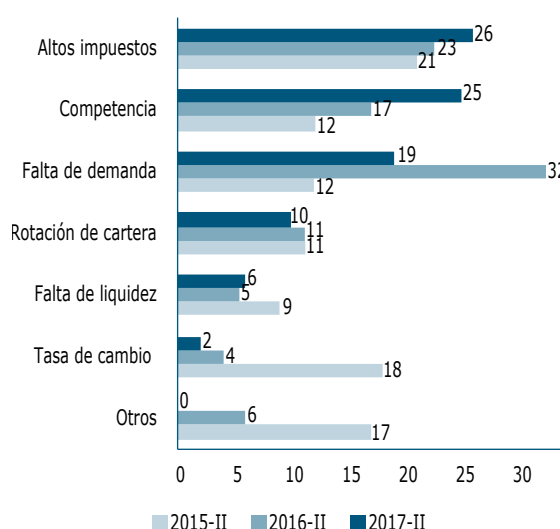
De manera similar, se evidenció una caída del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios del Oriente Antioqueño hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +7% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció a una expansión en la porción de la muestra que destruyó puestos de trabajo (24% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), pues la proporción de empresarios con creación de puestos de trabajo se mantuvo estable (18%), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios del Oriente Antioqueño, la ma-

yoría (96%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (2%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios del Oriente Antioqueño para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (26% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). A ello le siguió la competencia (25% en 2017-II vs. 17% en 2016-II) y la falta de demanda (19% en 2017-II vs. 32% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (2% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

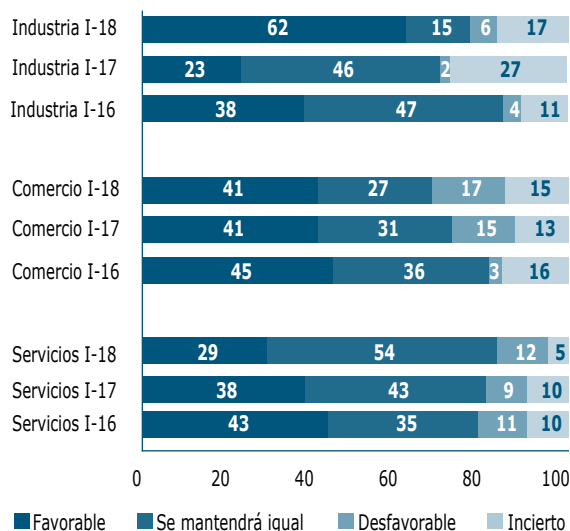
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 55% para el primer semestre de 2018 (vs. 21% un año atrás). Ello obedeció al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (62% en 2018-I vs. 23% en 2017-I), lo cual logró compensar el crecimiento de los empresarios con deterioros en sus expectativas (6% en 2018-I vs. 2% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una disminución en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (17% vs. 27% un año atrás), ver gráfico 17.

De manera similar, en las perspectivas acerca del volumen de producción se evidenció una expansión del balance de respuestas hacia niveles del 44% en el primer semestre de 2018 (vs. 21% un año atrás). Ello se dio por un crecimiento de la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (51% en 2018-I vs. 25% en 2017-I), que no pudo ser compensada por el incremento en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (6% en 2018-I vs. 4% en 2017-I), ver gráfico 18.

Asimismo, se observó un aumento en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 43% en el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás y 35% del promedio histórico).

Gráfico 17. Desempeño general (%)



Ello se dio por la expansión en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (51% en 2018-I vs. 30% en 2017-I), la cual compensó el crecimiento de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (7% en 2018-I vs. 4% en 2017-I), ver gráfico 19.

Por su parte, el balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se incrementó a niveles del 35% para el primer semestre de 2018 (vs. 17% un año atrás). Allí primó el in-

cremento en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (41% en 2018-I vs. 20% en 2017-I), compensando el aumento en la porción de la muestra que veía disminuciones en dicha variable (6% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se contrajo hacia el 24% en el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás). Ello obedeció al crecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (17% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), pues la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación se mantuvo inalterada (41%). Lo anterior se vio acompañado de valores del 15% en los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 13% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia el 9% en el primer semestre de 2018 (vs. 24% un año atrás y 22% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban disminuciones en pedidos (23% en 2018-I vs. 13% en 2017-I), como al decrecimiento de la porción de en-

Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2017, la producción industrial en el primer semestre de 2018 (%)

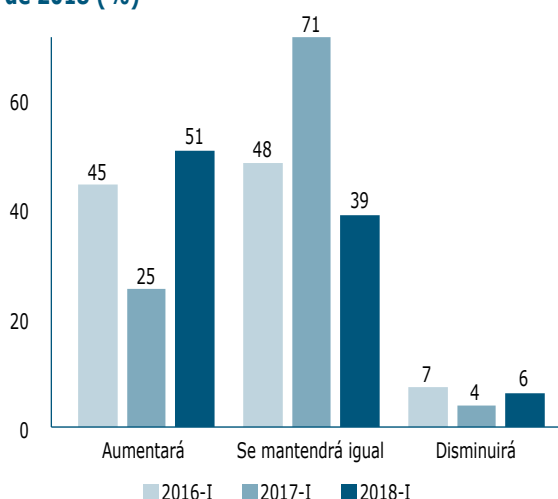


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

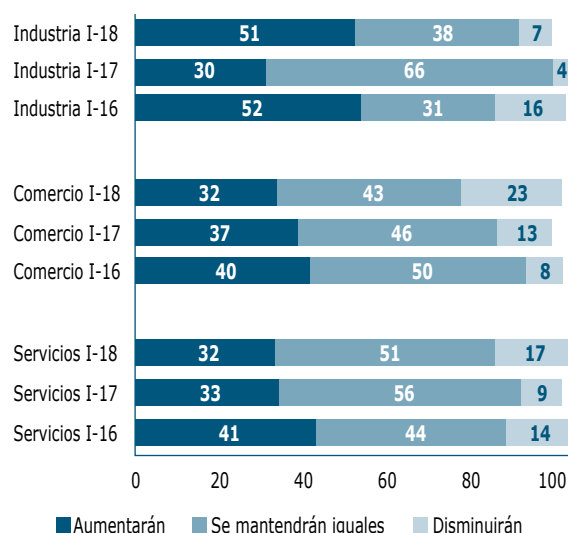
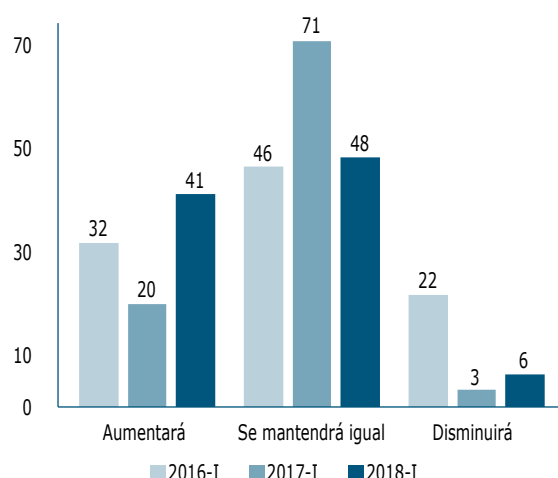


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2018 (%)



cuestados que preveían aumentos en dicha variable (32% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), ver gráfico 19.

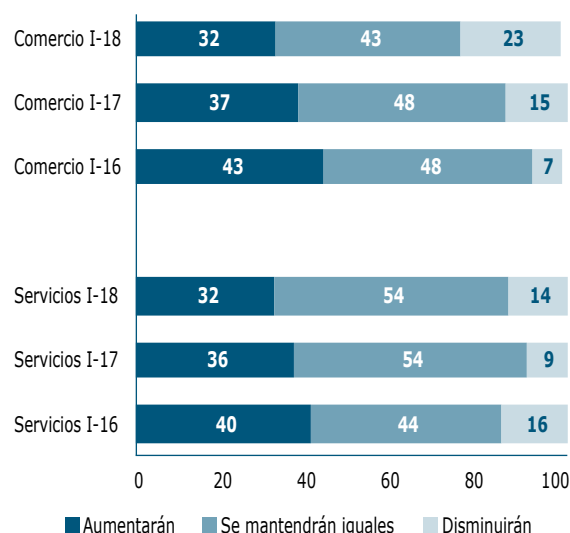
En lo referente a ventas, también se evidenciaron contracciones en el balance de expectativas hacia niveles del 9% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás y 23% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a reducciones en la porción de empresarios que esperaban incrementos en ventas (32% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), como a incrementos de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (23% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en el comercio, el sector Pyme de servicios del Oriente Antioqueño experimentó contracciones en el balance de respuestas para sus expectativas hacia niveles del 17% para el primer semestre de 2018 (vs. 28% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban deterioros en su situación general (12% en 2018-I vs. 9% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía mejoras en dicha situación (29% en 2018-I vs. 38% en 2017-I). Ello vino acompañado de contracciones en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (5% en 2018-I vs. 10% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios del Oriente Antioqueño, su balance de respuestas también se redujo hacia el 15% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás y 22% del promedio histórico). Allí primó el efecto del incre-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



mento de los empresarios de servicios que veían caídas en sus pedidos (17% en 2018-I vs. 9% en 2017-I), a lo cual se sumó la leve caída en la porción de la muestra que esperaba incrementos en dicha variable (32% en 2018-I vs. 33% en 2017-I), ver gráfico 19.

Por el contrario, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios repuntó hacia niveles del 18% para el primer semestre de 2018 (vs. 27% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello se dio tanto por reducciones en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (32% en 2018-I vs. 36% en 2017-I), como por incrementos en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (14% en 2018-I vs. 9% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme del Oriente Antioqueño incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (49% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), comercio (42% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y servicios (43% en 2017-II vs. 25% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de una ligera disminución en la tasa de aprobación en

los sectores de industria (83% en 2017-II vs. 100% en 2016-II) y servicios (91% en 2017-II vs. 93% en 2016-II), mientras que en el comercio dichas aprobaciones aumentaron (100% en 2017-II vs. 90% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales del Oriente Antioqueño, el plazo solicitado preferido fue el crédito a

largo plazo (51% en 2017-II vs. 72% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a mediano plazo (30% en 2017-II vs. 26% en 2016-II) y a corto plazo (13% en 2017-II vs. 0% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (54% en 2017-II vs. 65% en 2016-II), seguido por el corto plazo (23% en 2017-II vs. 18% en 2016-II) y largo plazo (19% en 2017-II vs. 17% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido también fue el largo plazo (38% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), se-

guido por el mediano plazo (33% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) y el corto plazo (15% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones, se presentó una composición similar. En la industria Pyme del Oriente Antioqueño (51% en 2017-II vs. 69% en 2016-II) y en servicios (38% en 2017-II vs. 49% en 2016-II), el plazo prevalente fue el largo plazo, mientras que en el comercio (58% en 2017-II vs. 71% en 2016-II), el plazo más común fue el mediano (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron leves descensos en el sector de industria (92% en 2017-II vs. 100% en 2016-II). Por su parte, en los sectores de comercio (91% en 2017-II vs. 76% en 2016-II) y servicios (95% en 2017-II vs. 84% en 2016-II) dicho calce se incrementó, ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros son aún elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en el Oriente Antioqueño.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (31% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), comercio (38% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) y servicios (69% en 2017-II vs. 63% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 27). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se incrementó en los casos de industria (72% en 2017-II vs. 65% en 2016-II) y servicios (74% en 2017-II vs. 57% en 2016-II).

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

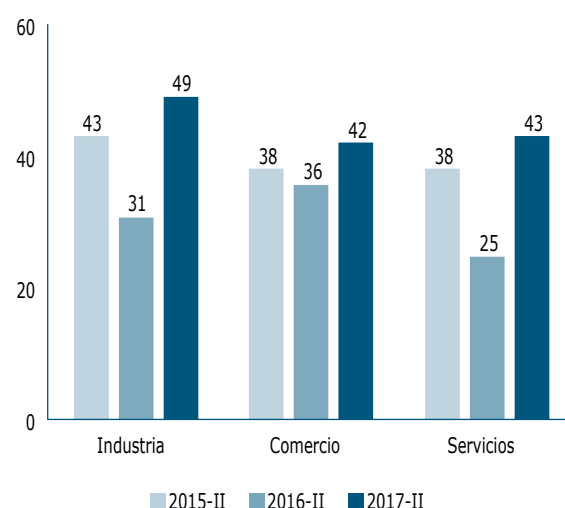


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

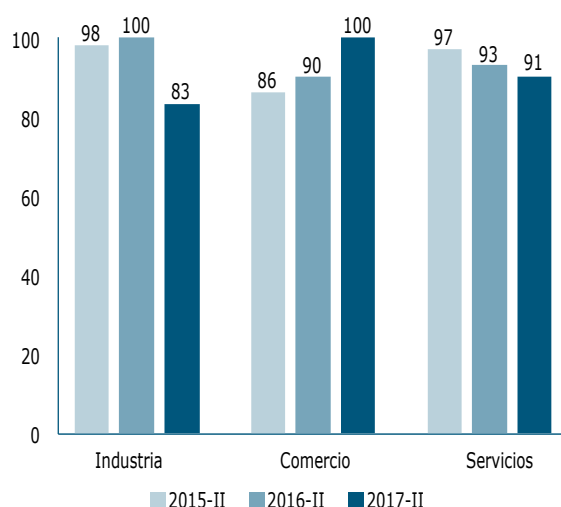
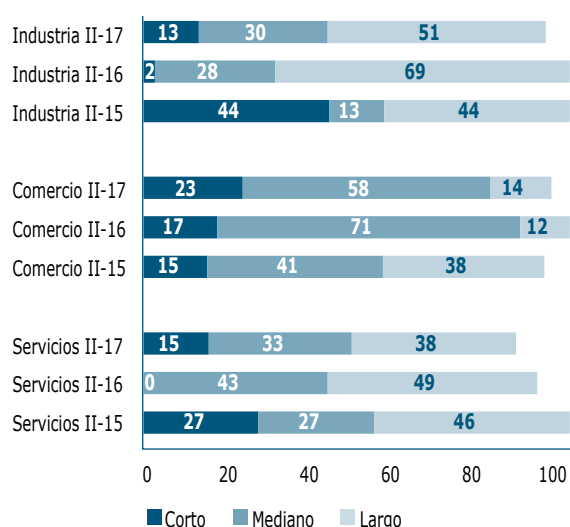


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



2016-II), mientras que dicha satisfacción se redujo en el caso del comercio (77% en 2017-II vs. 82% en 2016-II), ver gráfico 28.

La mayoría de las Pymes de industria (56%), comercio (71%) y servicios (64%) del Oriente Antioqueño usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 29. En segundo lugar, los sectores de industria (30%) y comercio (25%) utilizaron los recursos para la consolidación del pasivo, mientras que en el sector servicios (26%) dichos recursos se utilizaron en la compra o arriendo de maquinaria.

Una parte importante de las Pymes de industria (42%), comercio (35%) y servicios (37%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30). Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los sectores de industrial (18%), comercio (31%) y servicios (41%). A ello le siguieron los proveedores en los sectores de industria (18%), comercio (28%) y servicios (15%).

Se les preguntó a los empresarios del Oriente Antioqueño si habían accedido a Fondos de Capi-

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

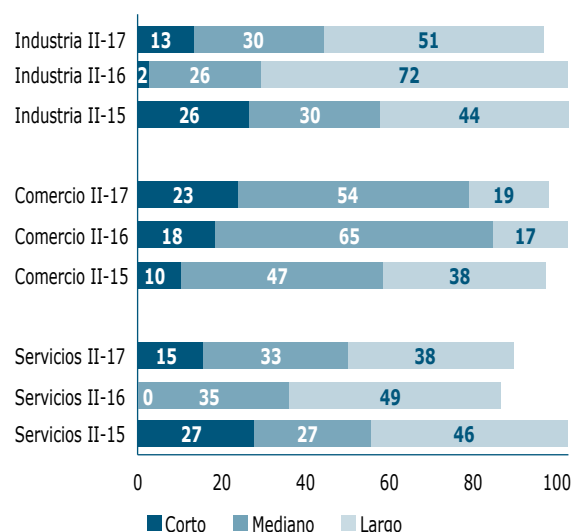


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

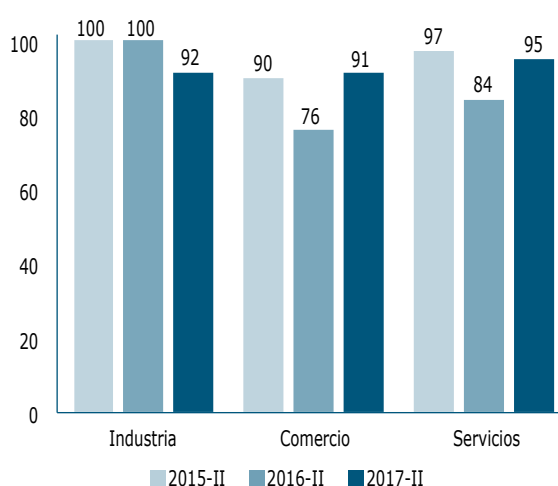


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

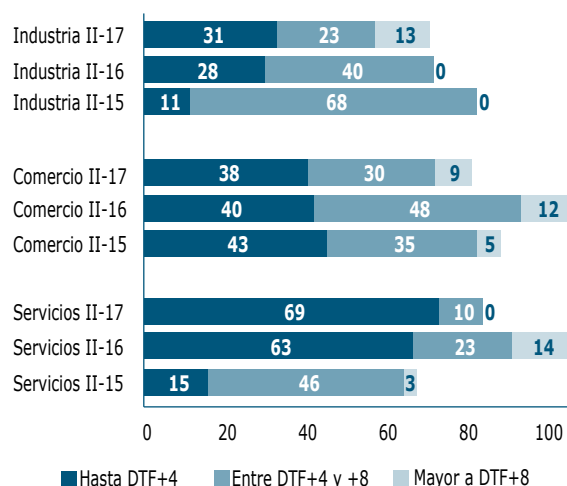


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

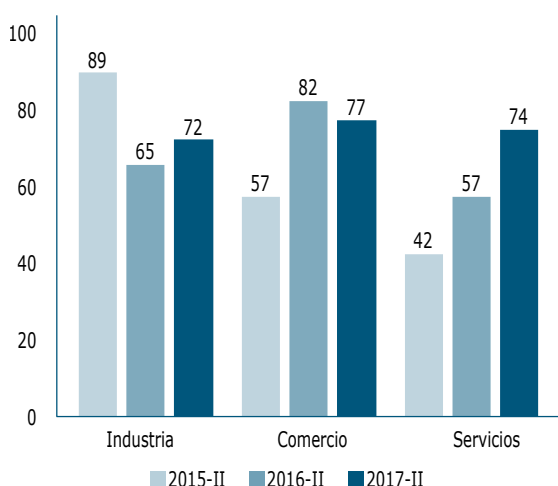
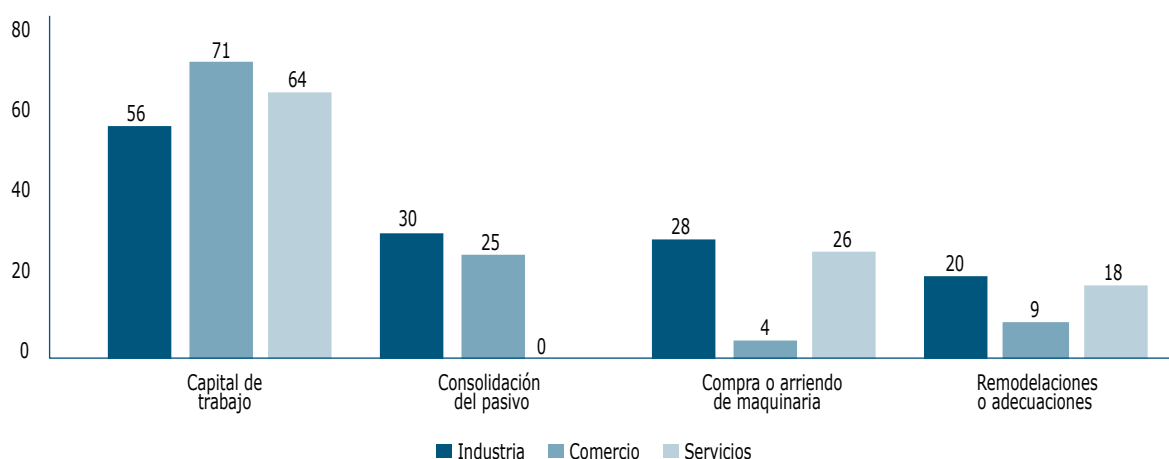
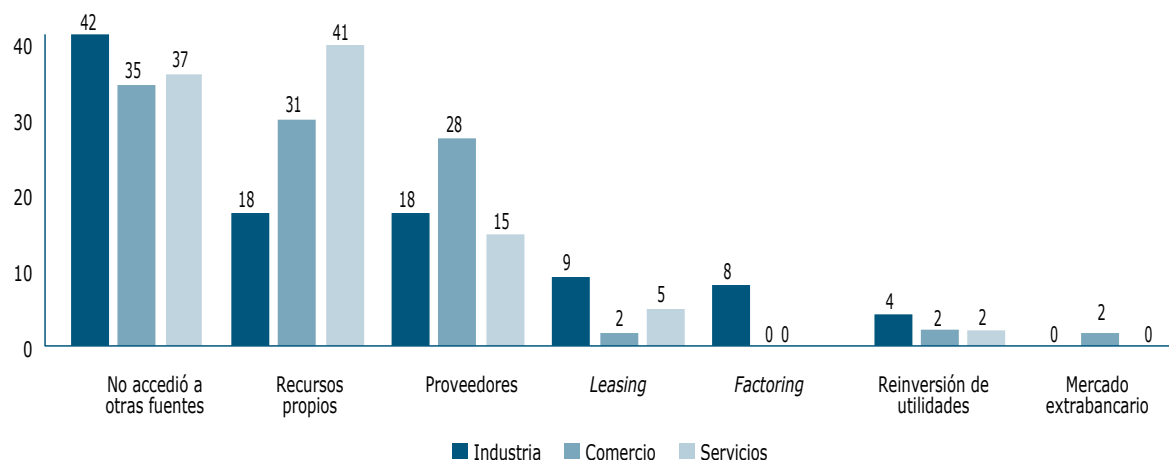
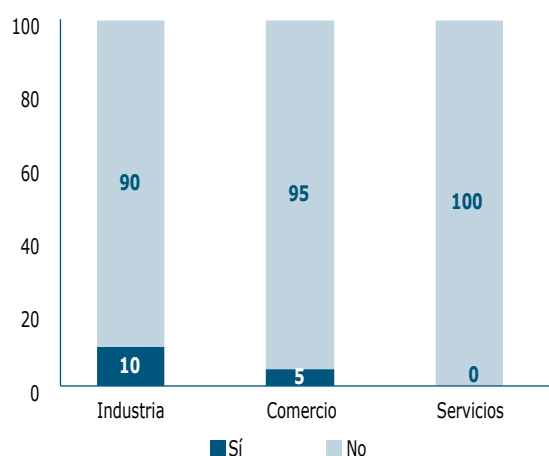
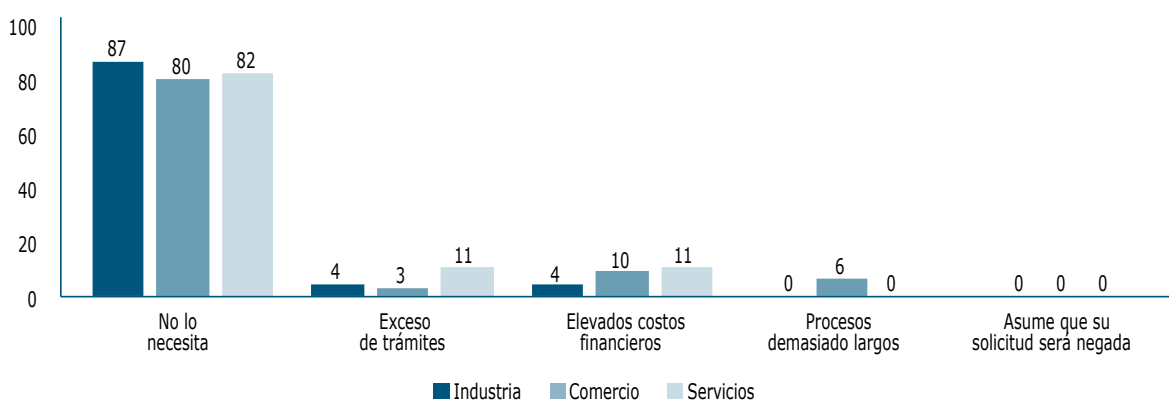


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)****Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**

tal Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (90% industria, 95% comercio y 100% servicios) ver gráfico 31.

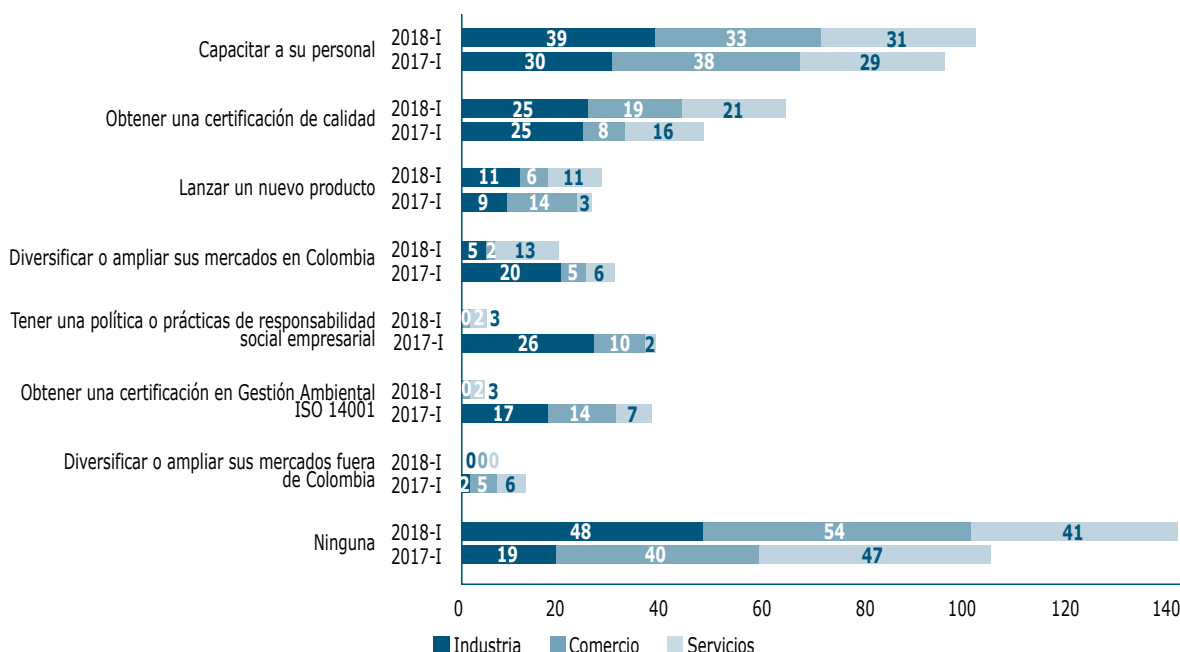
Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en el Oriente Antioqueño no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (87% industria, 80% comercio, y 82% servicios). La segunda razón en los sectores de industria (4%) y servicios (11%) está asociada al exceso de trámites, mientras que en el sector de comercio tiene que ver con los elevados costos financieros (10%), ver gráfico 32.

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

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes del Oriente Antioqueño fue capacitar al personal (39% industria, 33% comercio y 31% servicios). La segunda acción con mayor número de respuestas para los tres macro-sectores fue obtener una certificación de calidad (25% industria, 19% comercio y 21% servicios), ver

gráfico 33. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los sectores de industria (48% en 2018-I vs. 19% en 2017-I) y comercio (54% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), mientras que en el caso de los servicios ocurrió lo contrario (41% en 2018-I vs. 47% en 2017-I).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

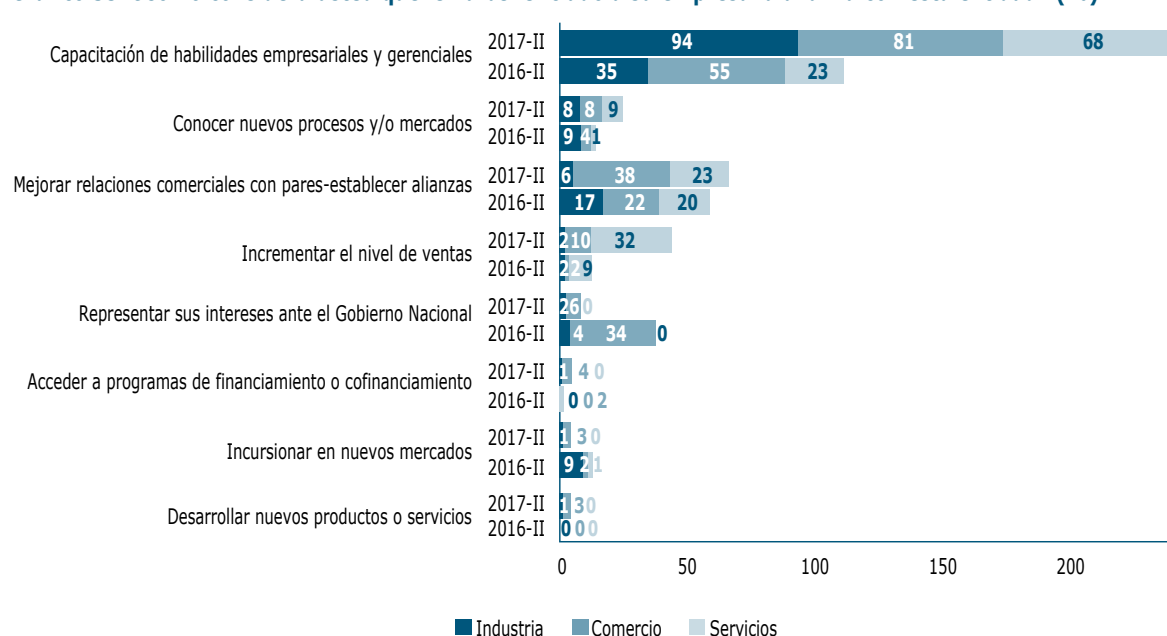
El gráfico 34 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes del Oriente Antioqueño tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (94%, inalterado frente a un año atrás), comercio (96%

en 2017-II vs. 95% en 2016-II) y servicios (81% en 2017-II vs. 95% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con alcaldías (5% industria, 6% comercio y 32% servicios), gremios (2% industria, 16% comercio y 17% servicios) y enti-

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



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



dades del Gobierno Nacional (0% industria y 4% comercio-servicios).

El gráfico 35 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (94% en 2017-II vs. 35% en 2016-II), comercio (81% en 2017-II vs. 55% en

2016-II) y servicios (68% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales y establecer alianzas (6% industria, 38% comercio y 23% servicios), incrementar el nivel de ventas (2% industria, 10% comercio y 32% servicios) y conocer nuevos productos y/o servicios (8% industria-comercio y 9% servicios).

PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 36 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (22% industria, 10% comercio y 6% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, se evidenciaron aprobaciones en el rango 40%-80% en las solicitudes de los tres macrosectores (43% industria, 77% comercio y 67% servi-

Gráfico 36. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)

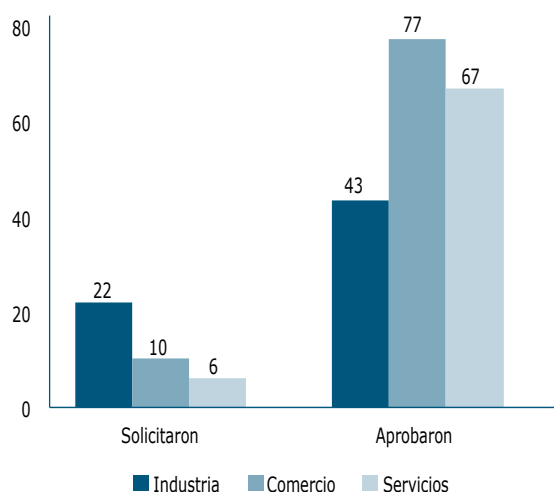
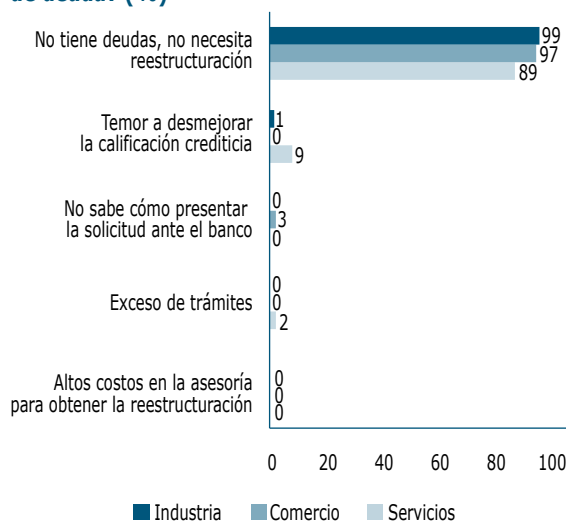


Gráfico 37. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)



cios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (99% industria, 97% comercio y 89% servicios), ver gráfico 37. Para el sector industrial, el restante de la muestra afirmó que no lo hacía por temor a desmejorar la calificación crediticia (1%). En el caso del comercio, dicha razón tuvo que ver con el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (3%). Finalmente, en los servicios pesó el exceso de trámites (2%).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 38 muestra cómo menos de una cuarta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (16% industria, 24% comercio y 19% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (100% industria, 92% comercio y 89% servicios), ver gráfico

Gráfico 38. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

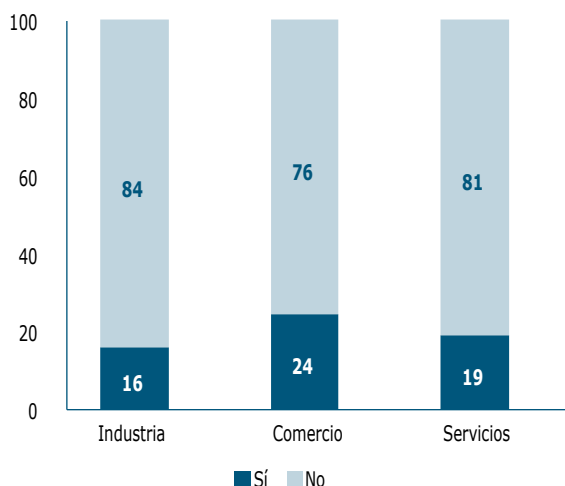


Gráfico 39. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

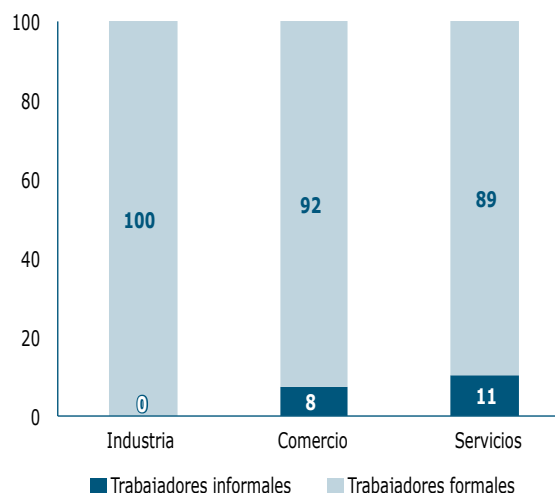


Gráfico 40. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

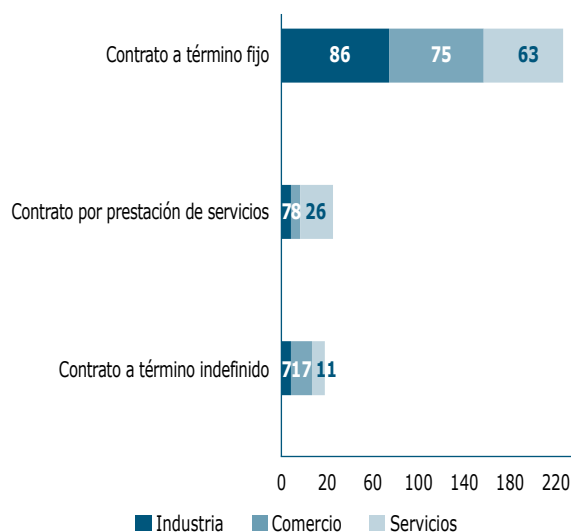
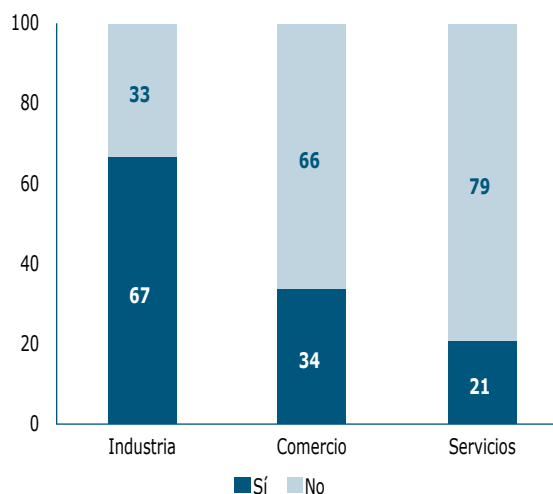


Gráfico 41. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)



co 39. En los tres macro-sectores, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término fijo (86% industria, 75% comercio y 63% servicios), seguido de contratos por prestación de servicios (7% industria, 8% comercio y 26% servicios) y a término indefinido (7% industria, 17% comercio y 11% servicios), ver gráfico 40. Finalmente, una parte de los empresarios Pyme del sector industrial (67%) respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios menores a sus pares colombianos, mientras que en los sectores de comercio (34%) y servicios (21%) un porcentaje más pequeño pagaba menores salarios a dichos inmigrantes, ver gráfico 41.

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo

de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (71% industria, 92% comercio y 74% servicios), ver gráfico 42. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (22% industria, 6% comercio y 20% servicios), estructuración de proyectos (12% industria, 2% comercio, 6% servicios) e inteligencia de mercados (4% industria, 0% comercio-servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 43. Las Pymes de los tres macro-sectores del Oriente Antioqueño mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (30% industria, 45% comercio y 48% servicios). En segundo lugar, para los sectores de industria (26%) y servicios (38%) los encuestados indicaron interés en la formación financiera, mientras que en el caso del sector comercio, dicho segundo lugar lo ocupó obtener información sobre mercados potenciales (31%).

Gráfico 42. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

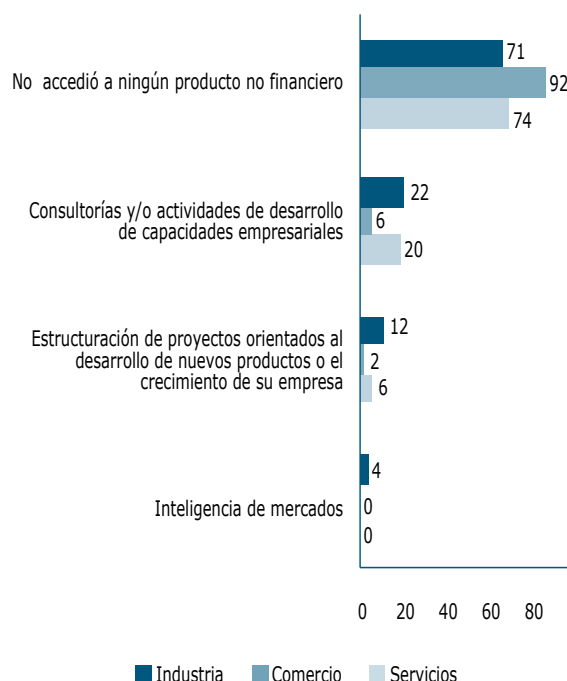
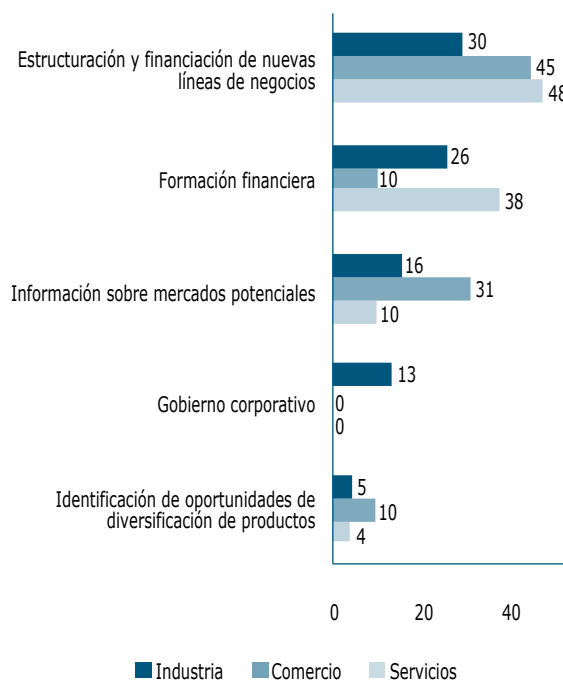


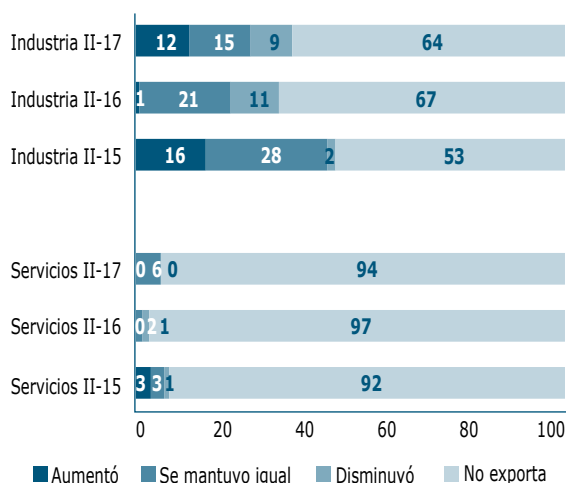
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 44 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 64% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 67% un año atrás).

Gráfico 44. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se incrementó la proporción con aumentos en sus exportaciones (12% en 2017-II vs. 1% en 2016-II), observándose también una leve caída en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (9% en 2017-II vs. 11% en 2016-II).

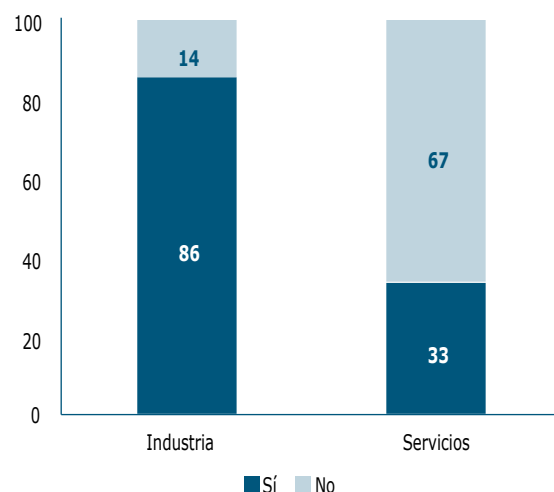
En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se redujo hacia el 94% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 97% un año atrás). A diferencia del sector industrial, la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones se mantuvo estable (0%), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se redujo levemente (0% en 2017-II vs. 1% en 2016-II).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (55%), seguido de la falta de información sobre potenciales mercados-productos (25%) y no tener productos exportables (14%), ver gráfico 45. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (44%), seguido por la ausencia de interés en exportar (30%) y falencias de infor-

Gráfico 45. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 46. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)



mación (9%). Aquí vale la pena mencionar que una parte importante del sector industrial (86%) cuenta con planes de internacionalización, mientras que un porcentaje reducido del sector de servicios (33%) cuenta con dichos planes (ver gráfico 46).

Prospectivamente, dicha baja vocación exportadora se mantendría en las Pymes del Oriente Antioqueño. El gráfico 47 muestra cómo un 61% de las Pymes de industria no esperaban exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 59% un año atrás). Ello es consistente con una expansión de los empresarios

que esperaban incrementar sus exportaciones (22% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), sumada a la disminución en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (0% en 2018-I vs. 5% en 2017-I). De manera similar, en el sector de servicios, el 92% de las Pymes tampoco esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 87% un año atrás). Allí se evidenció un aumento en la porción de empresarios Pyme que preveían una caída en sus ventas externas (4% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), que se sumó a una disminución en aquellos que esperaban aumentarlas (0% en 2018-I vs. 5% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (47%), comercio (70%) y servicios (69%) del Oriente Antioqueño se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 48.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 49 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 65%-96% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan, se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados para exportación (21% industria, 0% comercio y 4% servicios); obtener la certificación del producto (12% industria, 0% comercio y 4% servicios); la preparación de las

Gráfico 47. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

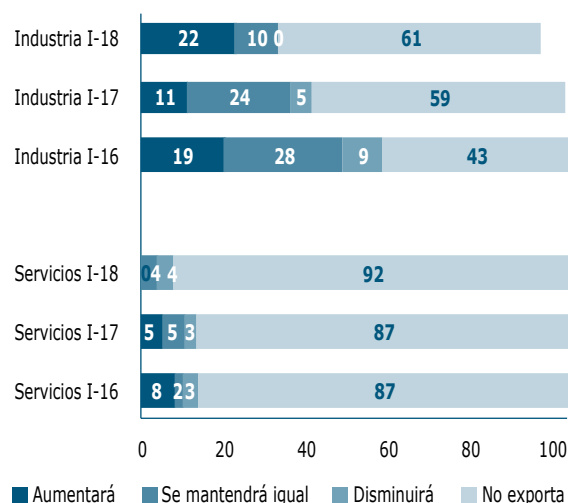


Gráfico 48. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

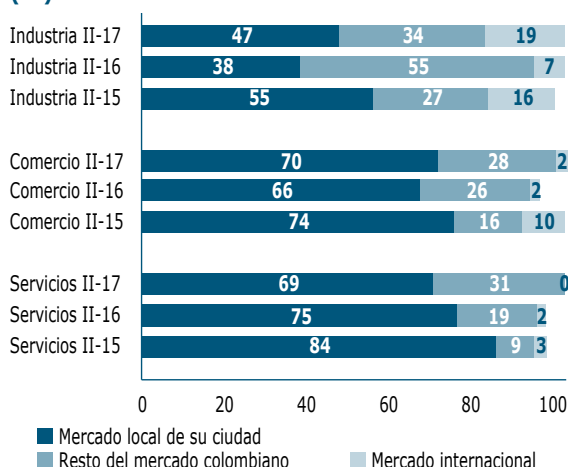


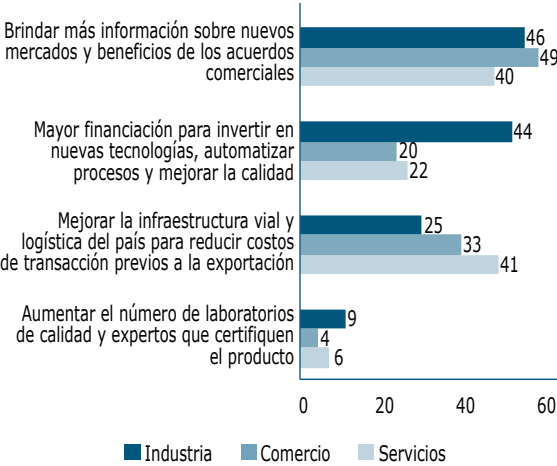
Gráfico 49. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



empresas en habilidades gerenciales y de negocios (2% industria, 0% comercio y 4% servicios); y mejorar la calidad del proceso productivo (0% industria, 2% comercio y 0% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes del Oriente Antioqueño, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar mayor información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (46% industria, 49% comercio y 40% servicios), ver gráfico 50. La segunda respuesta más popular fue mayor financiación para incrementar la productividad (44% industria, 20% comercio y 22% servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (25% industria, 33% comercio y 41% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (9% industria, 4% comercio y 6% servicios).

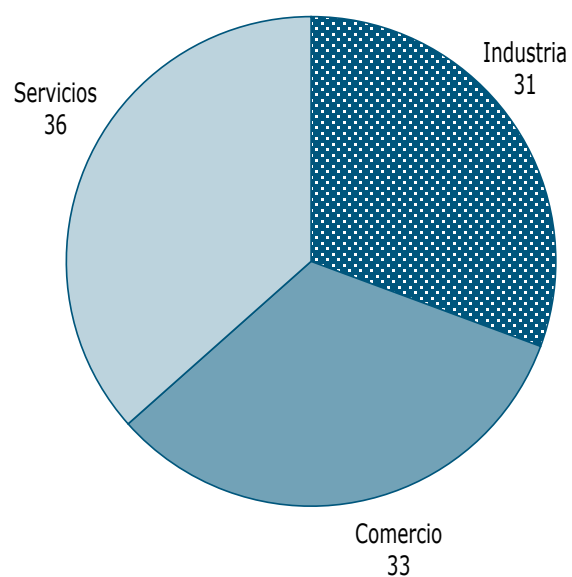
Gráfico 50. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



LA GRAN ENCUESTA PYME

PEREIRA

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA (%)



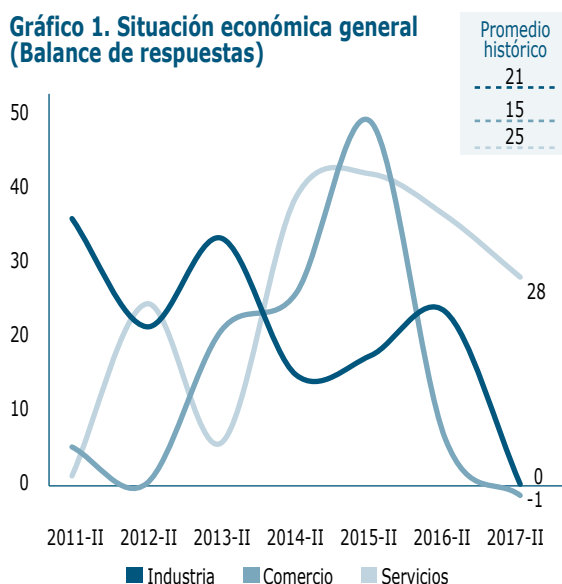
SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Pereira se deterioró a niveles del 0% durante el segundo semes-

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



tre de 2017 (vs. 24% un año atrás y 21% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a disminuciones en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (27% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), como a incrementos en aquellos que vieron deterioros en dicho rubro (27% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Pereira).

Asimismo, en lo concerniente a ventas, se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 4% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás). Allí confluyeron: i) el efecto del incremento en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (30% en 2017-II vs. 16% en 2016-II); y ii) el decrecimiento en la porción de la muestra con incrementos de ventas (35% en 2017-II vs. 47% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de un tercio de las Pymes industriales encuestadas (33%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

De manera similar, en el volumen de pedidos se dio un deterioro en el balance de respuestas hacia un -3% en el segundo semestre de 2017 (vs. +20% un año atrás y

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

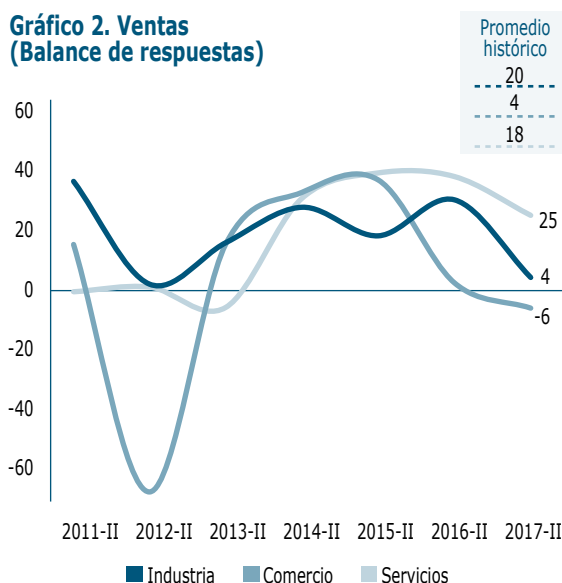
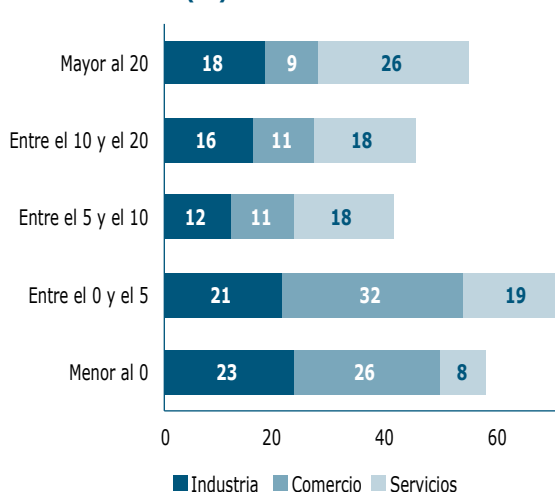


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



17% de su promedio histórico). Allí primó el incremento en la proporción de empresarios industriales que vieron disminuir sus pedidos (31% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), contrarrestando el efecto de empresarios con incrementos en dicha variable (28% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), ver gráfico 4. De esta manera, el deterioro del dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un menor volumen de ventas.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 79% de los casos durante 2017-II (vs. 75% un año atrás), dejando porciones menores

a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (11%) o excesivas (2%), ver gráfico 5.

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Pereira se vio reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas acerca de dicha variable se deterioró hacia niveles del 2% en el segundo semestre de 2017 (vs. 19% un año atrás), ver gráfico 6. Nuevamente, allí pesó el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con contracciones en su producción (27% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), más que compensando el efecto de empresarios con incrementos en dicha variable (29% en 2017-II vs. 26% en 2016-II).

A pesar de lo anterior, se observó un incremento en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) a niveles del 75% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás), ver gráfico 7. Ello no fue suficiente para presionar al alza la inversión en maquinaria y equipo, pues su balance de respuestas se deterioró levemente hacia niveles del 16% (vs. 17% un año atrás). Esto último se explica por leves disminuciones en la proporción de empresarios que incrementaron la inversión (19% en 2017-II vs. 23% en 2016-II) y en aquellos empresarios que la redujeron (3% en 2017-II vs. 6% en 2016-II). A pesar de dicho descenso, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II no dista de su promedio histórico del 18%, ver gráfico 8.

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

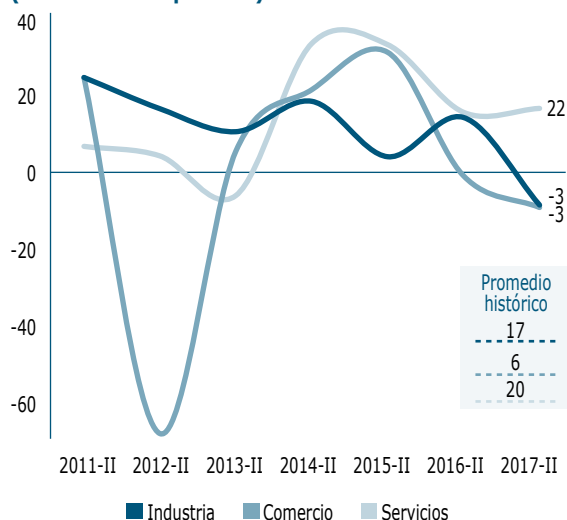
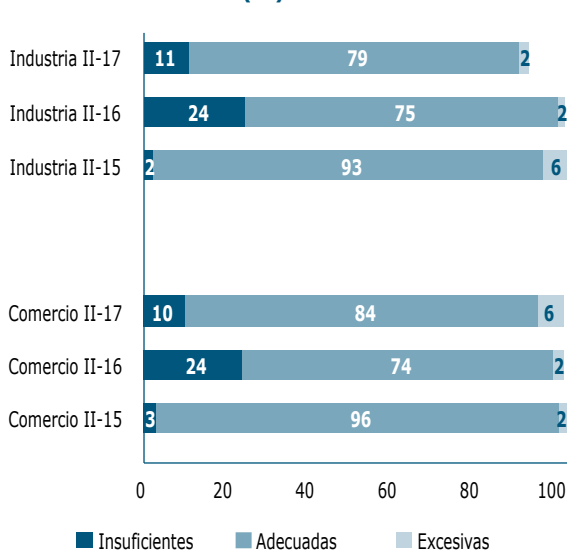
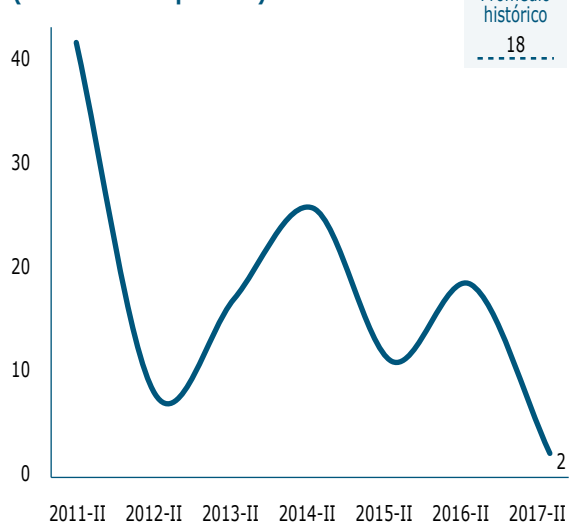


Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



El nivel de costos presentó un aumento en su balance de respuestas hacia niveles del 33% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 14% un año atrás). Ello obedeció a aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (43% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), contrarrestando el aumento en la proporción de empresarios con reducciones en dicho rubro (10% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), ver gráfico 9.

Dicha desaceleración en ventas, pedidos y producción, junto con el aumento en costos, implicó deterioros en los márgenes de los empresarios industria-

les de Pereira. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -9% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. +26% un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (23% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (32% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se vio afectado negativamente por las condiciones previamente descritas, disminuyendo el balance de respuestas del número de trabajadores

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

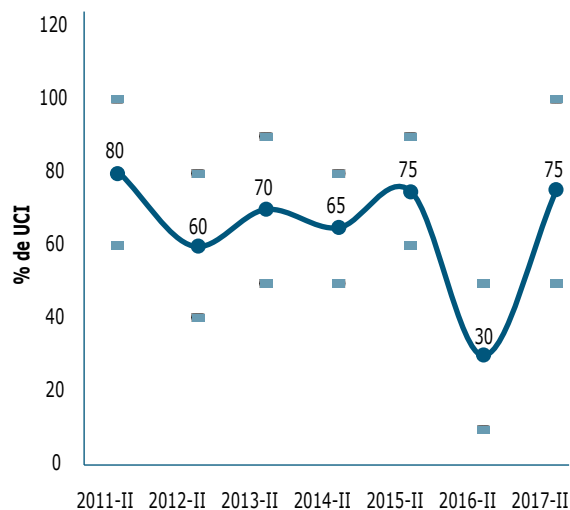


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

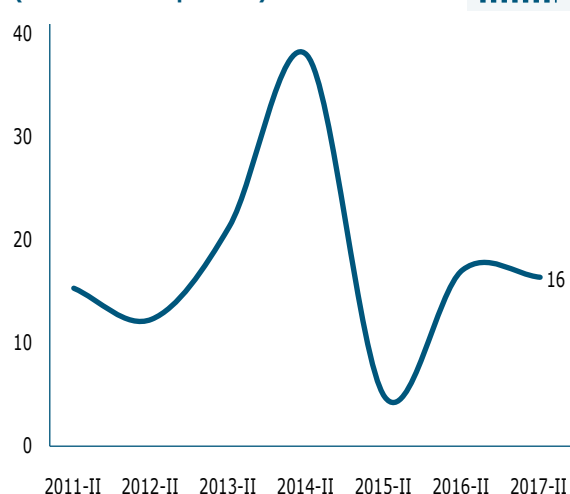


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

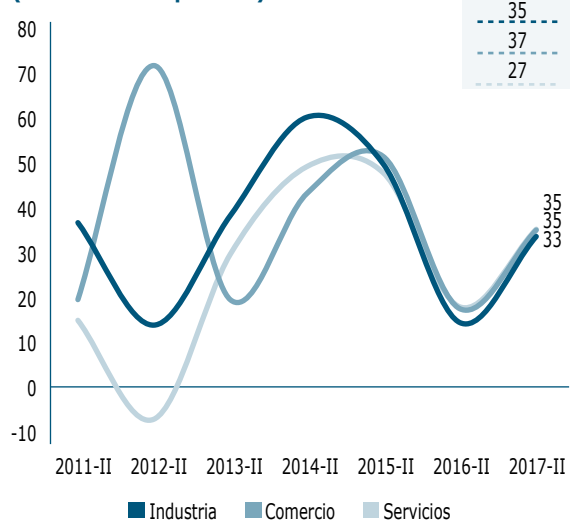
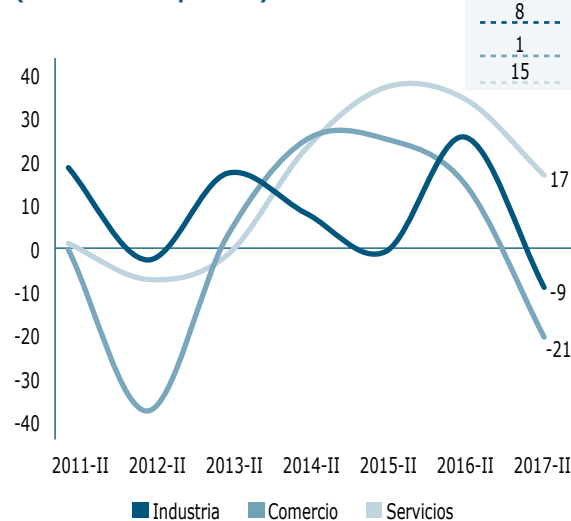


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



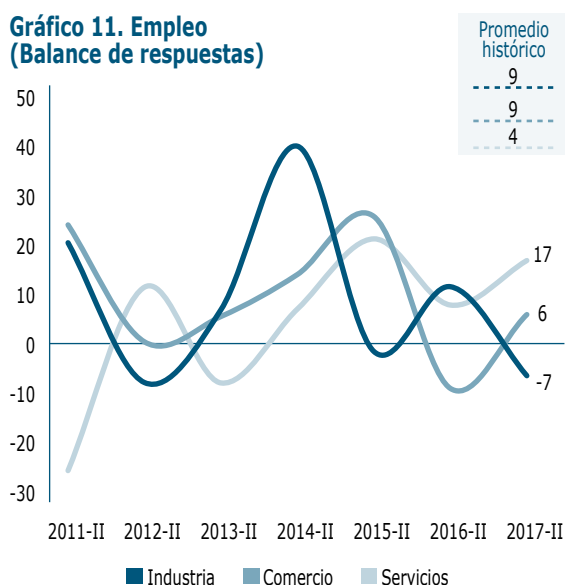
contratados hacia el -7% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +12% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (15% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como a incrementos en la proporción de aquellos que destruyeron puestos de trabajo (22% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Pereira, la mayoría (84%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocali-

zación durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (4%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (11%).

Los principales problemas para el sector industrial de Pereira siguieron siendo los altos impuestos (23%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 43% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocuparon los costos de los insumos, su prevalencia se incrementó hacia el 20% de la muestra (vs. 11% observado un año atrás), ver gráfico 13. A este le siguieron la rotación de la cartera (16% en 2017-II vs. 0% en 2016-II) y la falta de demanda (14% en 2017-II vs. 15% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Pereira fueron la tasa de cambio (1% en 2017-II vs. 18% en 2016-II) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (3% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

**Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)**



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Pereira se deterioró hacia niveles del -1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +6% un año atrás y +15% del promedio histórico). Ello obedeció al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con deterioros en dicha variable (30% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), lo cual se sumó al decrecimiento

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

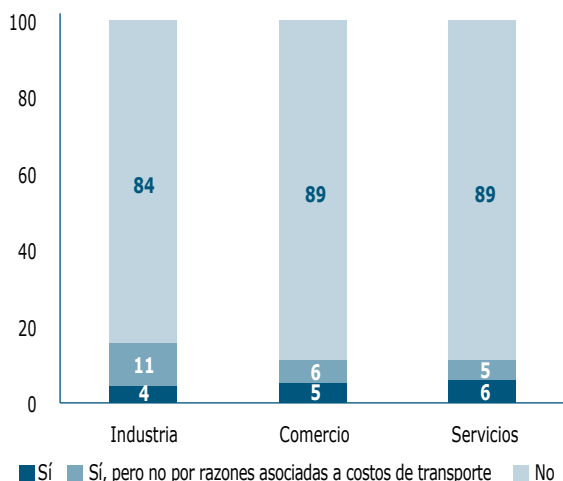
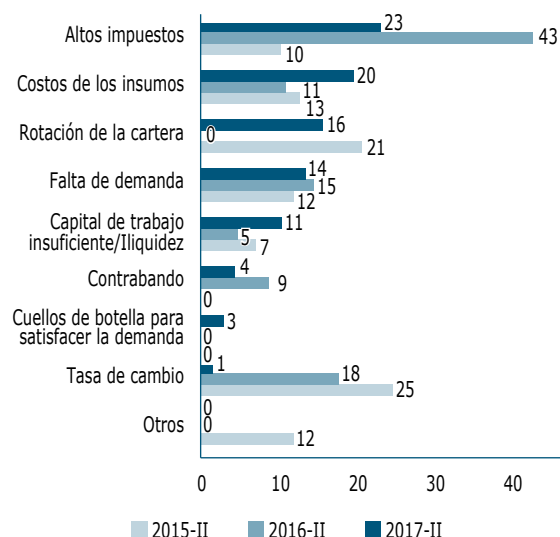


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



del porcentaje de empresarios con mejoras (28% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +3% un año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (36% en 2017-II vs. 26% en 2016-II). Ello más que compensó el efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con aumentos en dichas ventas (31% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (43%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del -3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +20% un año atrás y 6% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los comerciantes con descensos en sus pedidos (31% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), los cuales compensaron el crecimiento en los comerciantes con aumentos en dicha variable (28% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 84% de los casos durante 2017-II (vs. 74% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (10%) o excesivas (6%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se incrementó al 35% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 17% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el aumento en la proporción de comerciantes con incrementos en sus costos de ventas (43% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), como por las disminuciones en la proporción de comerciantes con reducciones en dichos costos (8% en 2017-II vs. 14% en 2016-II).

Dicha baja demanda, sumada al incremento en los costos, implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Pereira. En efecto, el balance de respuestas acerca de los márgenes se redujo hacia niveles del -21% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +15% un año atrás). Ello se explica tanto por reducciones en la proporción de empresarios que ex-

perimentaron incrementos en sus márgenes (17% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como por incrementos de aquellos con reducciones en dicha variable (38% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 10.

A pesar de lo anterior, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Pereira se incrementó hacia niveles del +6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -9% un año atrás). Dicho ascenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que incrementaron el número de trabajadores (24% en 2017-II vs. 12% en 2016-II). Ello se sumó a la caída de aquellos comerciantes que destruyeron puestos de trabajo (18% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 11.

En línea con la menor demanda se dieron deterioros en el balance de respuestas acerca de la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del -16% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. +19% un año atrás). Ello obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes con mayores superficies (16% en 2017-II vs. 32% en 2016-II), como a aumentos en aquellos comerciantes con reducciones en dicha variable (32% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Pereira, la mayoría (89%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que

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

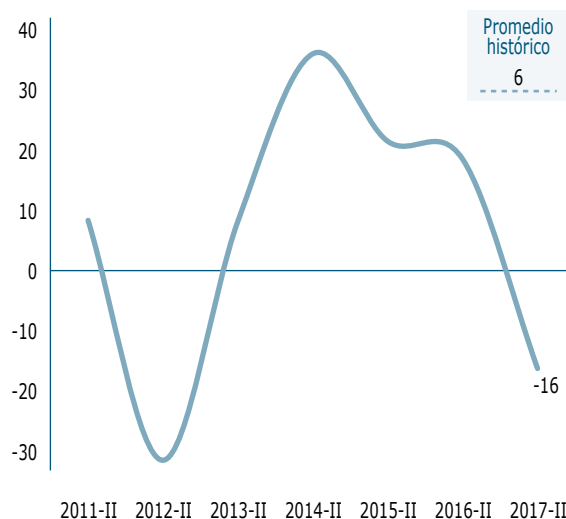
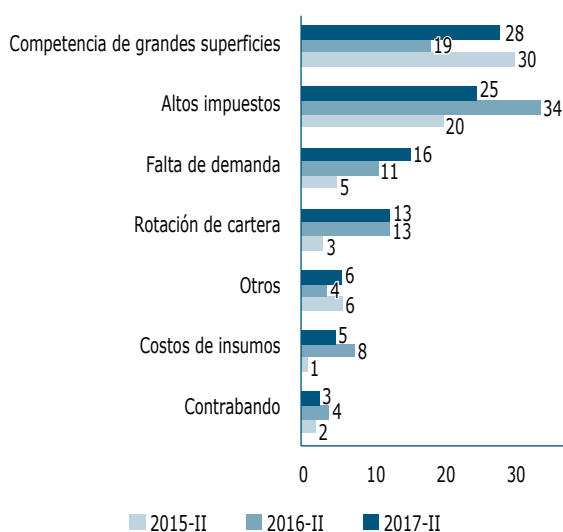


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

las motivaba la reducción de los costos de transporte (5%) y otras razones (6%).

Las Pymes comerciales de Pereira identificaron la competencia de grandes superficies como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (28% vs. 19% un año atrás). A ello le siguieron los altos impuestos (25% en 2017-II vs. 34% en 2016-II) y la falta de demanda (16% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros dos sectores de Pereira, los empresarios del sector de servicios vieron un deterioro en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 28% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 37% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello ocurrió por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (39% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), las cuales compensaron las leves disminuciones en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (11% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 25% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 38% un año atrás). Dicho deterioro obedeció principalmente a disminu-

ciones en la proporción de empresarios de servicios con aumentos en sus ventas (41% en 2017-II vs. 50% en 2016-II). A ello se sumó el menor efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dichas ventas (16% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ver gráfico 2. Por otro lado, más de un tercio (44%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas por encima del 10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda no se extendió al volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Pereira, aumentando marginalmente su balance de respuestas hacia niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás y 20% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (36% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), los cuales compensaron los aumentos en aquellos con reducciones en dicha variable (14% en 2017-II vs. 9% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Pereira observaron un incremento en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 35% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció principalmente a un incremento en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (40% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), a lo que se sumó el moderado efecto de la disminución en la porción que reportó descensos en dicha variable (4% en 2017-II vs. 6% en 2016-II).

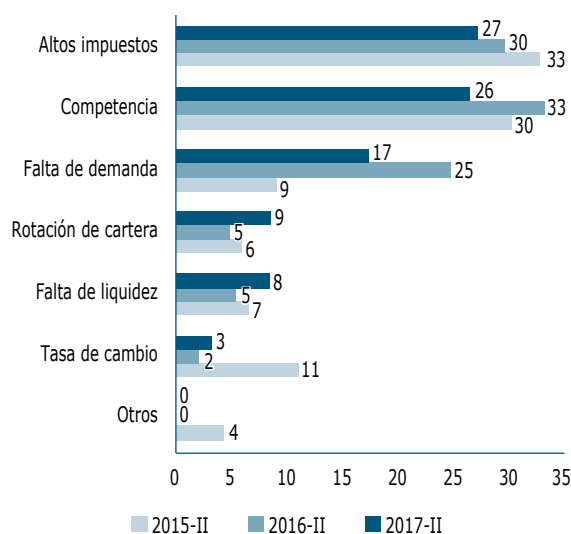
Con el deterioro de las variables anteriores, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 34% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica tanto por descensos en los empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (31% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), como por aumentos en la porción de la muestra con descensos en dicho rubro (14% en 2017-II vs. 8% en 2016-II).

A pesar de lo anterior se evidenció una recuperación del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Pereira hacia niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 8% un año atrás). Dicho incremento en la generación de empleo obedeció a aumentos en la porción de la muestra con crecimiento en los puestos de trabajo (31% en 2017-II vs. 22% en 2016-II) y a la estabilización de la proporción de empresarios de servicios que disminuyó el número de trabajadores (14% en 2017-II, inalterado frente a un año atrás), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Pereira, la mayoría (89%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (6%) y otras razones (5%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Pereira para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (27% en 2017-II vs. 30% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas a la competencia (26% en 2017-II vs. 33% en 2016-II) y la falta de demanda (17% en 2017-II vs. 25% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (3% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

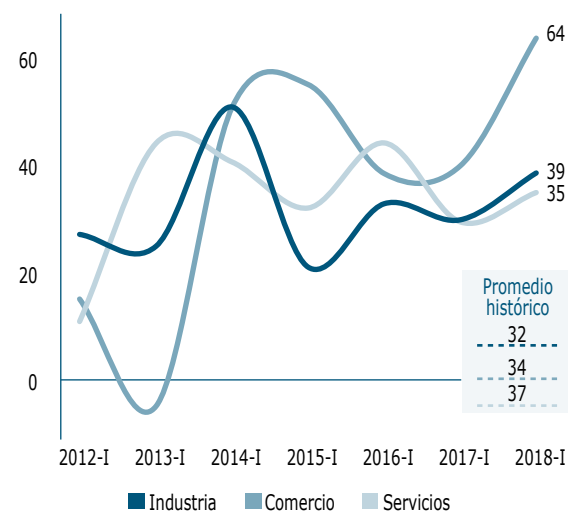
• Sector industria

El balance de respuestas de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 39% para el primer semestre de 2018 (vs. 30% un año atrás). Ello obedeció tanto al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (48% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), como al decrecimiento en los empresarios con deterioros en sus expectativas (10% en 2018-I vs. 16% en 2017-I). Ello se vio acompañado de un aumento en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (27% vs. 17% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió con las perspectivas sobre el volumen de producción, aumentando su balance de respuestas hacia niveles del 48% en el primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (63% en 2018-I vs. 49% en 2017-I), como por reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (15% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), ver gráfico 18.

También se observaron repuntes en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 51% en el primer semestre de 2018

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



(vs. 44% un año atrás y 31% del promedio histórico). Ello se explica por el aumento en la porción de empresarios que esperaban incrementos en sus pedidos (65% en 2018-I vs. 53% en 2017-I), lo cual compensó los incrementos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (13% en 2018-I vs. 8% en 2017-I), ver gráfico 19.

El balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se mantuvo prácticamente estable en niveles del 41% para el primer semestre de 2018 (vs. 40% un año atrás). Allí el efecto del incremento en la porción de empresarios

que esperaban reducir la inversión (12% en 2018-I vs. 10% en 2017-I) compensó el aumento en la porción de la muestra que veía incrementos en dicha variable (53% en 2018-I vs. 50% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

Al igual que lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas del desempeño general de los comerciantes se incrementó hacia el 35% en el primer semestre de 2018 (vs. 29% un año atrás). Ello obedeció principalmente al decrecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (5% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), suficiente para compensar la caída de la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación (40% en 2018-I vs. 46% en 2017-I). Lo anterior también se vio acompañado de valores del 21% en la porción de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 17% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió con el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, incrementándose hacia el 34% en el primer semestre de 2018 (vs. 22% un año atrás y 20% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban aumentos en sus pedidos (45% en 2018-I vs. 38% en 2017-I), como a decrecimientos en la porción de encuestados que

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

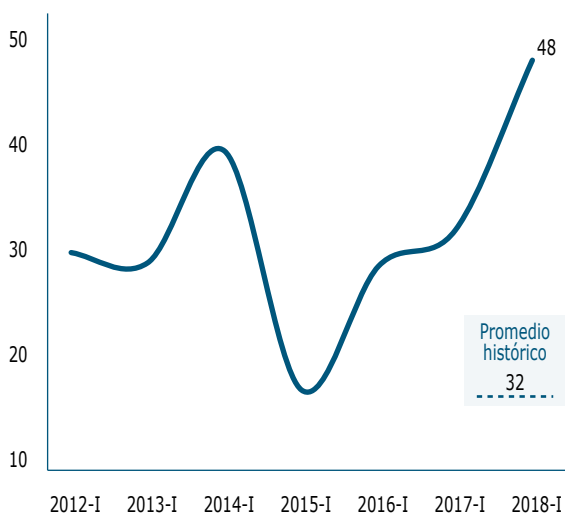


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

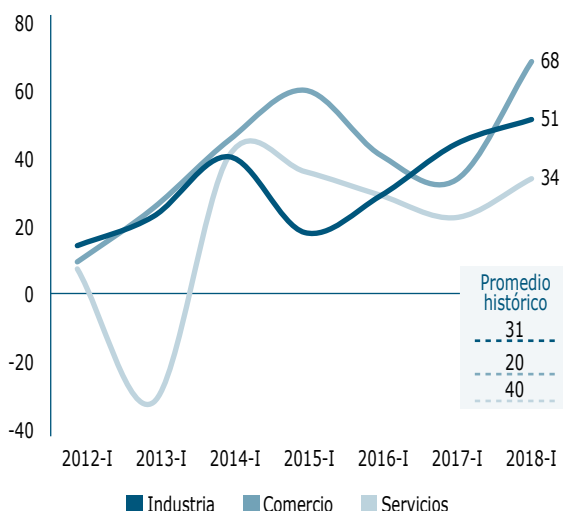
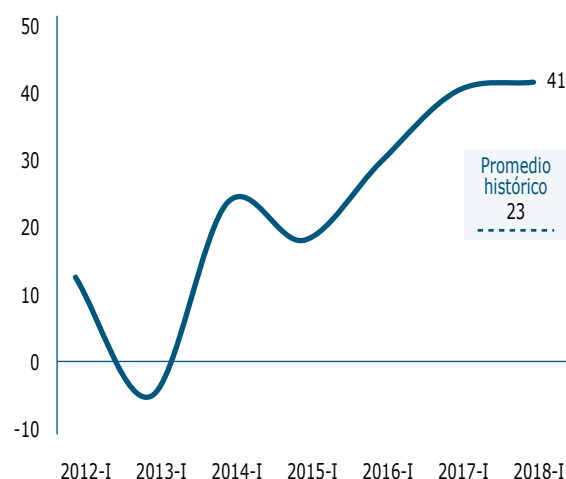


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



preveían descensos en dicha variable (11% en 2018-I vs. 15% en 2017-I), ver gráfico 19.

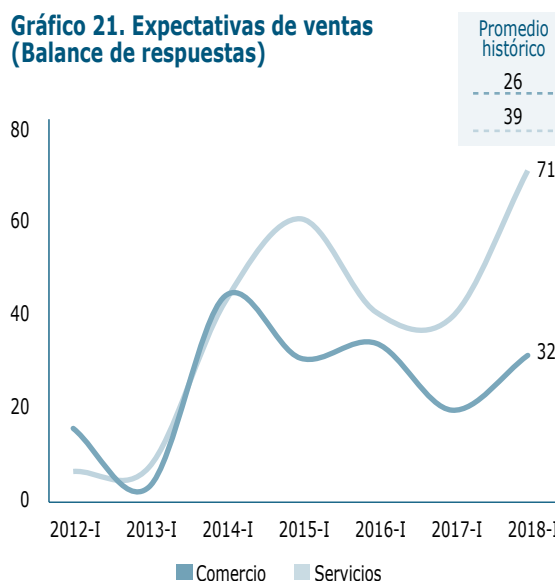
En lo referente a las expectativas de ventas, también se evidenciaron incrementos en el balance de respuestas hacia niveles del 32% en el primer semestre de 2018 (vs. 20% un año atrás y 26% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de empresarios que esperaban incrementos en ventas (43% en 2018-I vs. 40% en 2017-I), como a decrecimientos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (11% en 2018-I vs. 20% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en la industria y el comercio, el sector Pyme de servicios de Pereira experimentó mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas hacia niveles del 64% para el primer semestre de 2018 (vs. 40% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (66% en 2018-I vs. 59% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (2% en 2018-I vs. 20% en 2017-I). Ello vino acompañado de aumentos en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (17% en 2018-I vs. 8% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Pereira, su balance de respuestas también se incrementó hacia el 68% en el primer semestre de 2018 (vs. 34% un año atrás y 40% del promedio histórico). Allí también confluyeron los efectos referen-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



tes a: i) aumentos en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (72% en 2018-I vs. 51% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (4% en 2018-I vs. 18% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios repuntó hacia niveles del 71% para el primer semestre de 2018 (vs. 40% un año atrás y 39% del promedio histórico). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (76% en 2018-I vs. 59% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía reducciones en dicho rubro (5% en 2018-I vs. 19% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Pereira incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (33% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), comercio (42% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) y servicios (34% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de un ligero incremento en la tasa de aprobación en los sectores de industria (95% en 2017-II vs. 79% en 2016-II) y comercio (97% en 2017-II vs. 96% en 2016-II), mientras que las apro-

baciones disminuyeron levemente en el sector servicios (93% en 2017-II vs. 96% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Pereira, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (51% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), ver gráfico 25. A este le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (32% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y a corto plazo (17% en 2017-II vs. 40% en 2016-II).

En los comerciantes, la mayor proporción de créditos fue solicitado a mediano plazo (44% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), seguido por el largo plazo (27% en 2017-II vs. 54% en 2016-II) y el corto plazo (23% en 2017-II vs. 8% en 2016-II). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (52% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), seguido por el largo plazo (28% en 2017-II vs. 22% en 2016-II) y el corto plazo (20% en 2017-II vs. 33% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme de Pereira

(51% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), en el comercio (39% en 2017-II vs. 42% en 2016-II) y en los servicios (56% en 2017-II vs. 45% en 2016-II), el plazo prevalente fue el mediano plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron leves descensos en los sectores de industria (71% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), comercio (94% en 2017-II vs. 96% en 2016-II) y servicios (96% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja

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

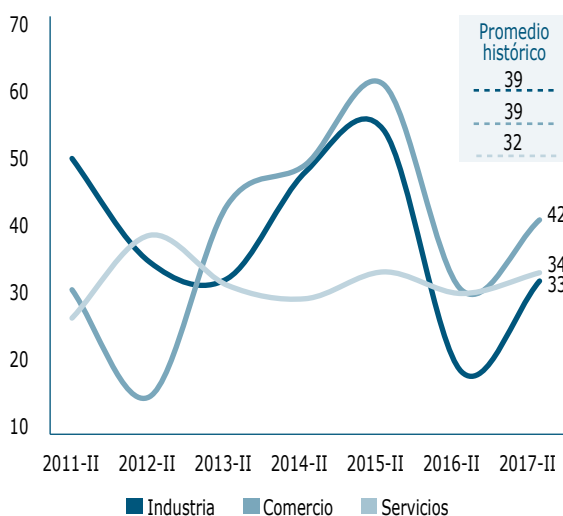


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

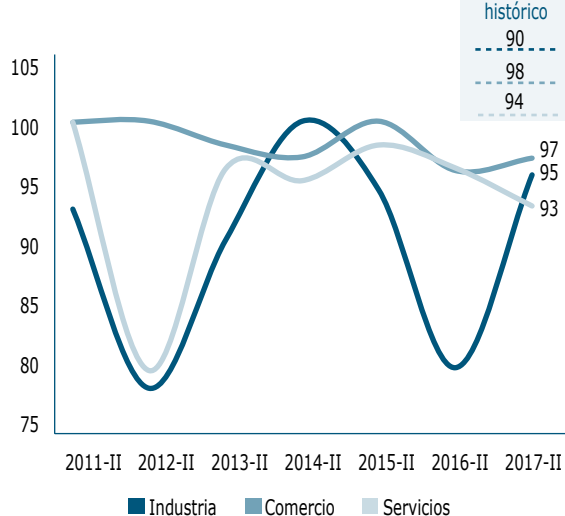


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

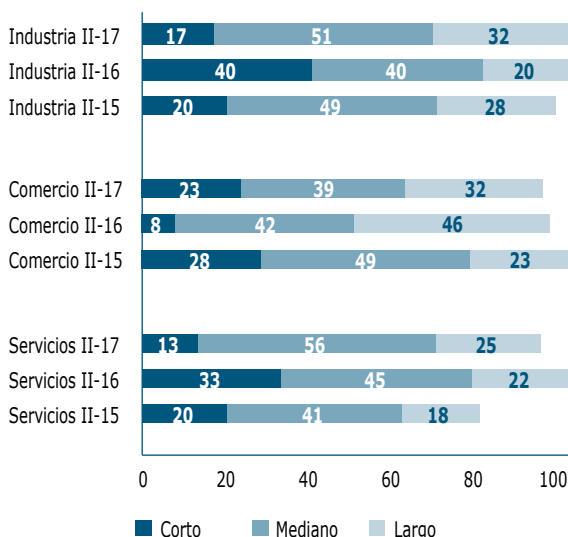
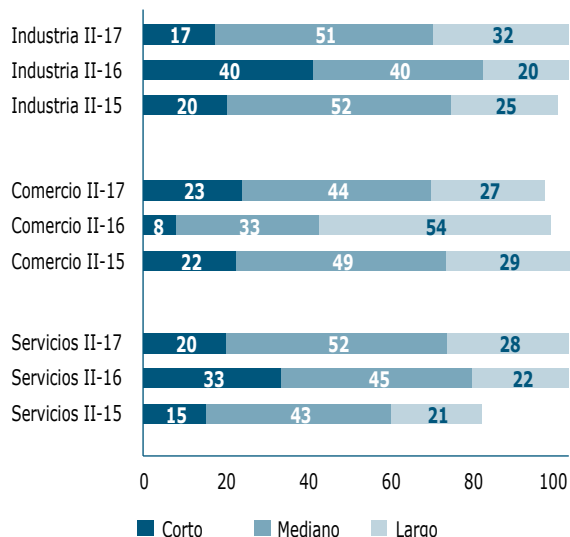


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Pereira.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (55% en 2017-II vs. 60% en 2016-II), comercio (71% en 2017-II vs. 67% en 2016-II) y servicios (69% en 2017-II vs. 63% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017; (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de industria (51% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), comercio (85%

en 2017-II vs. 88% en 2016-II), y servicios (75% en 2017-II vs. 93% en 2016-II), ver gráfico 30.

La mayoría de las Pymes de industria (73%), comercio (65%) y servicios (44%) de Pereira usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. En segundo lugar, las Pymes industriales destinaron estos recursos a la consolidación del pasivo (24%), mientras que dicho segundo lugar lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones en el caso de las Pymes comerciales (20%) y de servicios (34%).

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

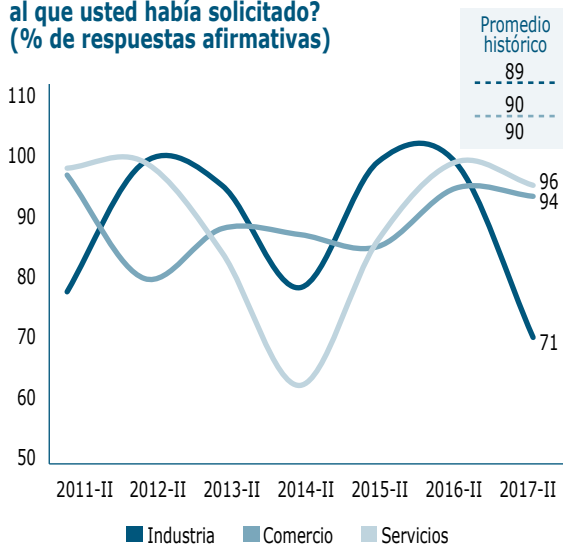


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

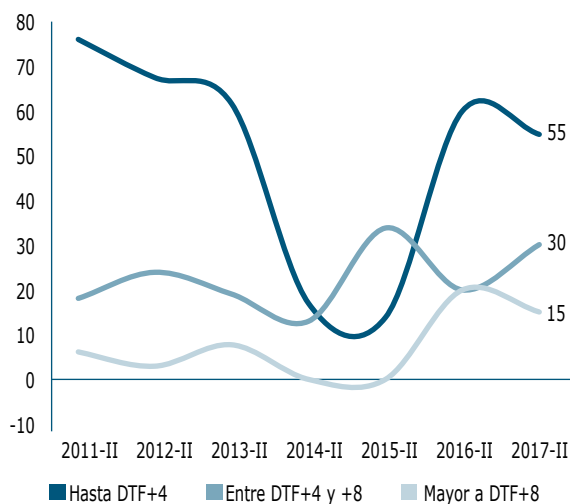


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

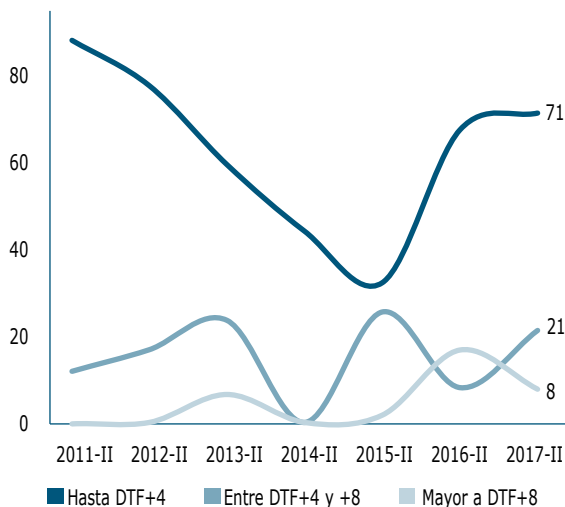
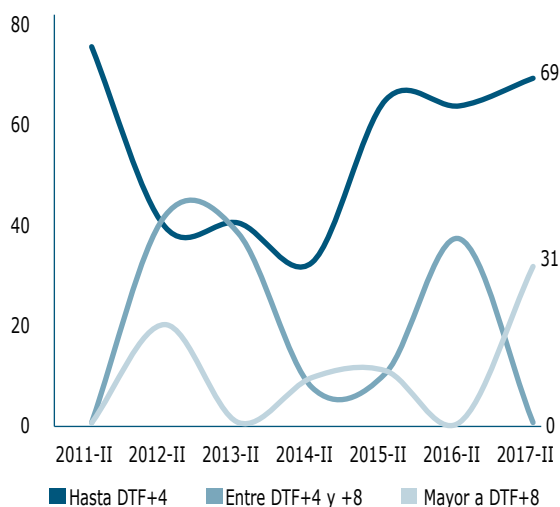


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



Una parte importante de las Pymes de comercio (43%) y servicios (42%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (38%) y de comercio (24%), mientras que para el sector de servicios la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios (34%).

Se les preguntó a los empresarios de Pereira si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores

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

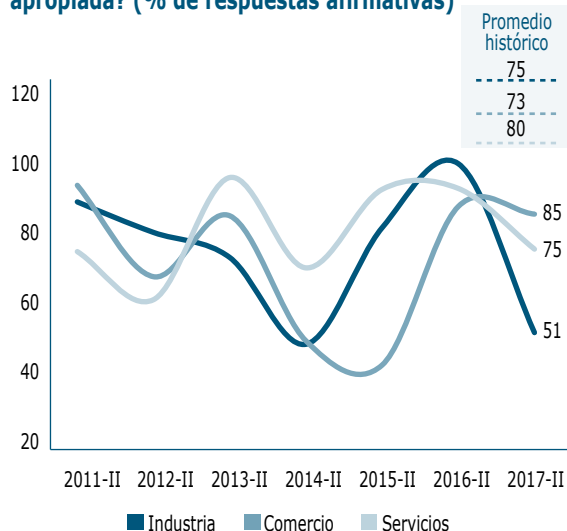


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

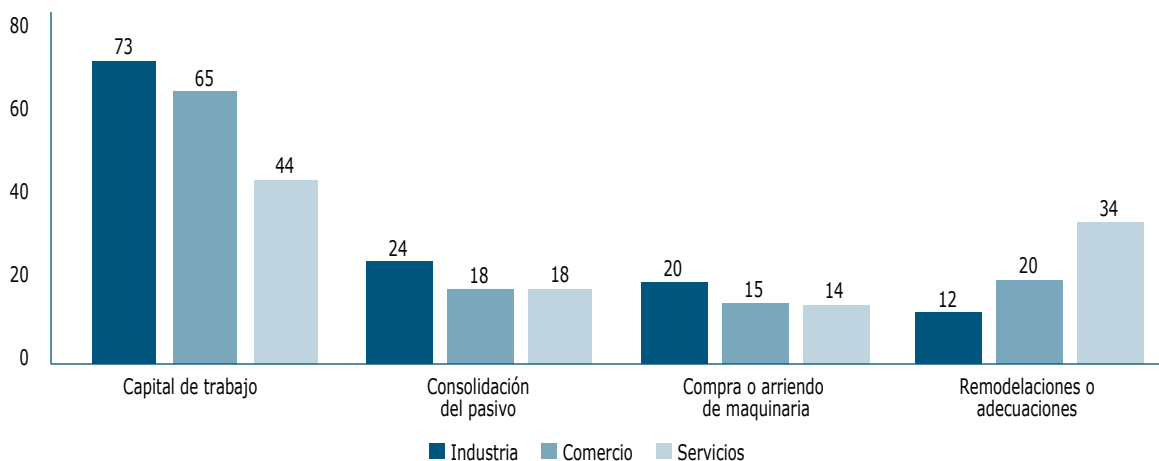
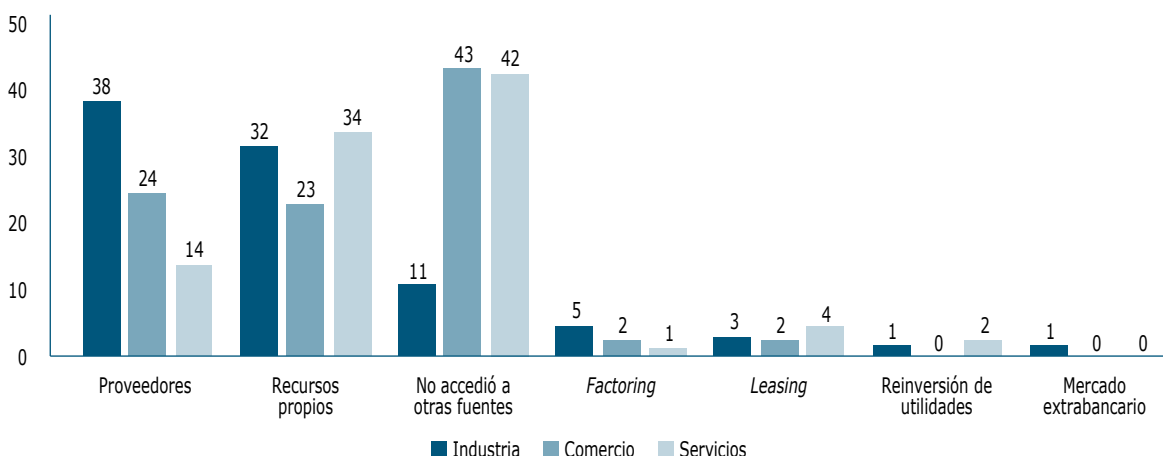


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



el 90% de los encuestados (92% industria, 93% comercio y 90% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Pereira no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (41% industria, 75% comercio, y 81% servicios). La segunda razón en los sectores de industria y comercio está asociada a la autoexclusión, pues suponen que su solicitud será negada (21% industria, y 13% comercio), mientras que en el sector servicios dicho segundo lugar lo ocuparon los elevados costos financieros (10%), ver gráfico 34.

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

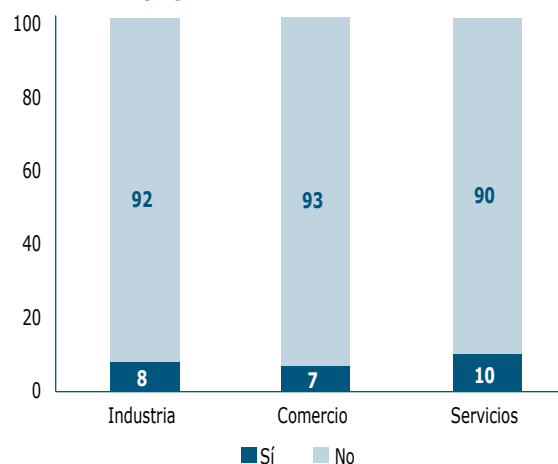
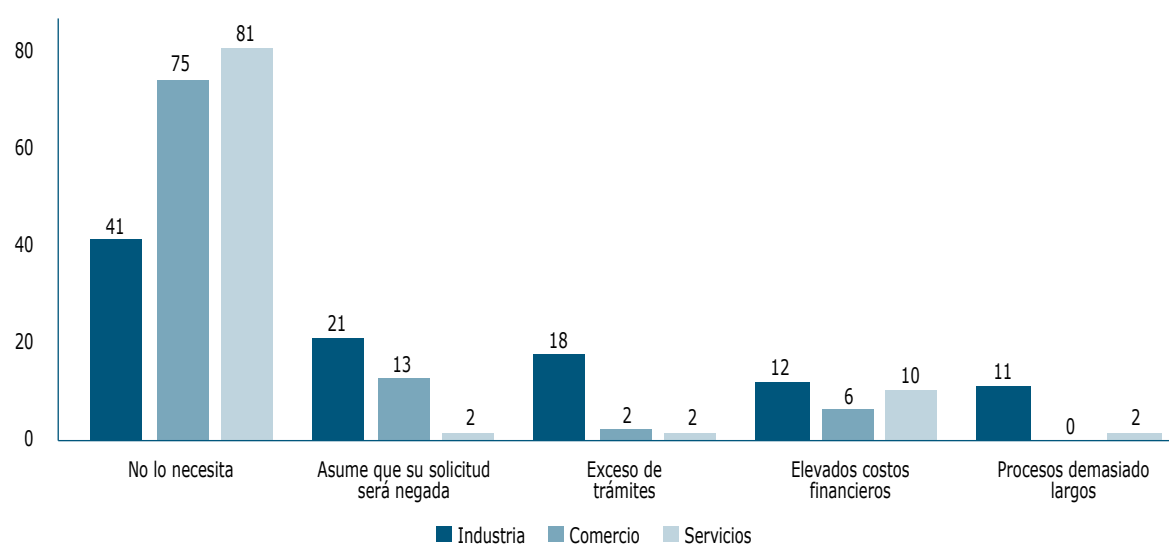


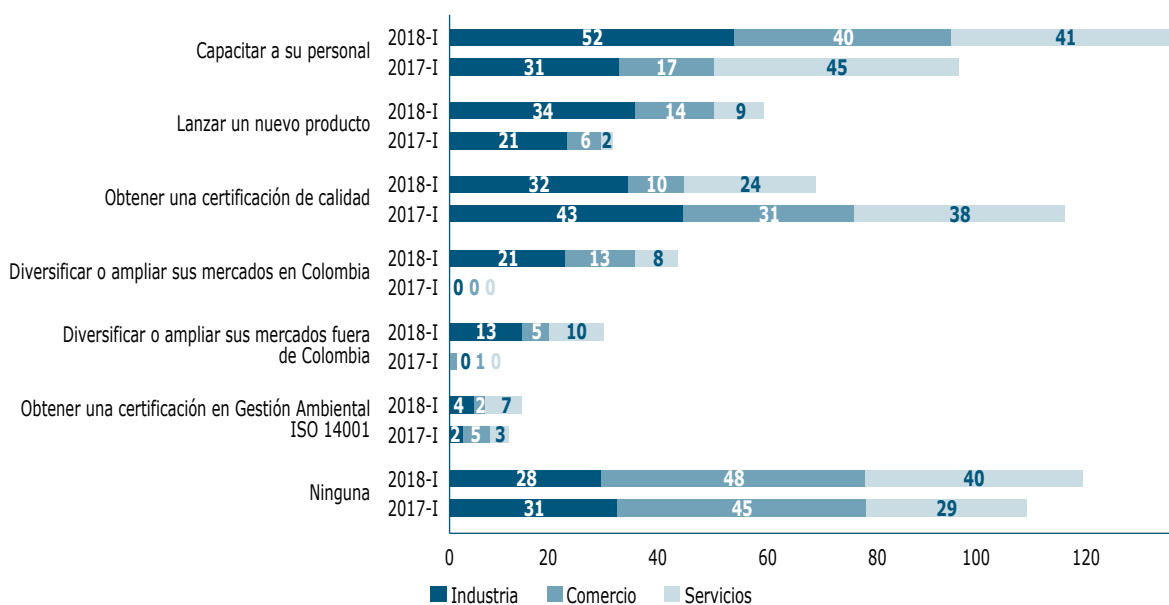
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Pereira fue capacitar al personal (52% industria, 40% comercio y 41% servicios). En los sectores de industria (34%) y comercio (14%), el segundo lugar lo ocupó lanzar un nuevo producto, mientras que en el sector servicios dicho segundo lugar lo ocupó obtener una certificación de calidad (24%). ver gráfico

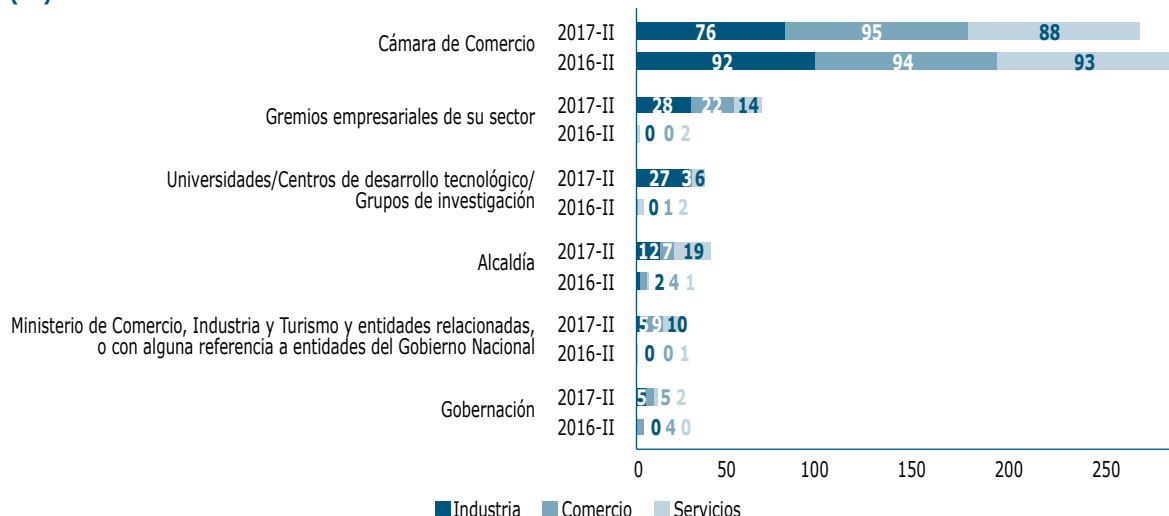
35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en el sector de industria (28% en 2018-I vs. 31% en 2017-I). Por el contrario, dicha proporción aumentó en los empresarios de comercio (48% en 2018-I vs. 45% en 2017-I) y servicios (40% en 2018-I vs. 29% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Pereira tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (76% en 2017-II vs. 92% en 2016-II), comercio (95% en 2017-II vs. 94% en 2016-II) y servicios (88% en 2017-II vs. 93% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios

de la industria (28% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), universidades (27% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), alcaldías (12% en 2017-II vs. 7% en 2016-II) y ministerios (5% en 2017-II vs. 0% en 2016-II). El gráfico 37 muestra cómo los

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

principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (70% en 2017-II vs. 61% en 2016-II), comercio (88% en 2017-II vs. 69% en 2016-II) y servicios (61% en 2017-II vs. 60% en 2016-II). A ello le siguieron los

beneficios derivados de mejorar las relaciones comerciales y establecer alianzas (27% industria, 12% comercio y 7% servicios), acceder a programas de financiamiento (14% industria, 3% comercio y 27% servicios) e incrementar el nivel de ventas (18% industria, 5% comercio y 14% servicios).

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



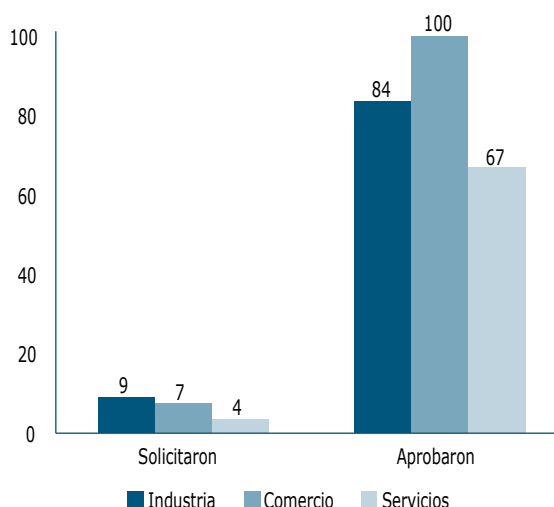
PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

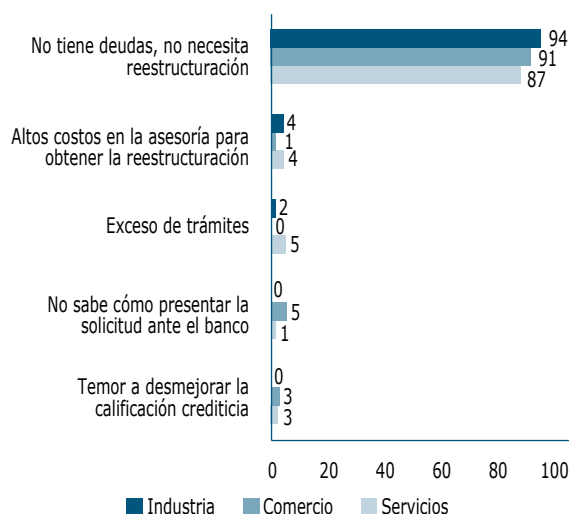
El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (9% industria, 7% comercio y 4% servicios)

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue elevada en los tres macrosectores (84% industria, 100% comercio y 67% servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (94% industria, 91% comercio y 87% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores, le siguieron los elevados costos de asesoría (4% industria, 1% comercio y 5% servicios), el exceso de trámites (2% industria, 0% comercio y 5% servicios), no saber cómo presentar la solicitud ante el banco (0% industria, 5% comercio y 1% servicios) y temor a desmejorar la calificación crediticia (0% industria, 3% comercio y 3% servicios).

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)



4% servicios), el exceso de trámites (2% industria, 0% comercio y 5% servicios) y el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (0% industria, 5% comercio y 1% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo menos de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado ve-

Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

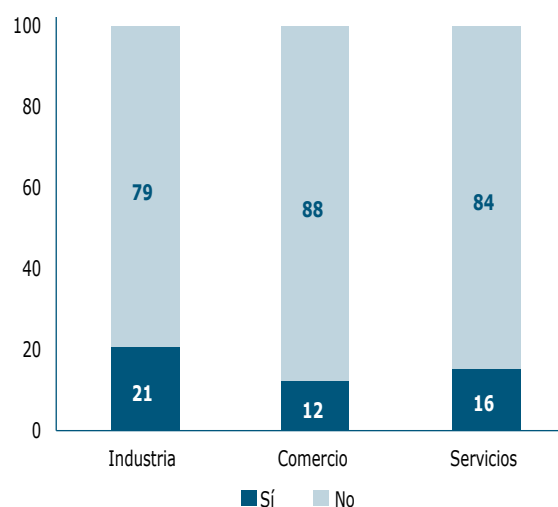


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

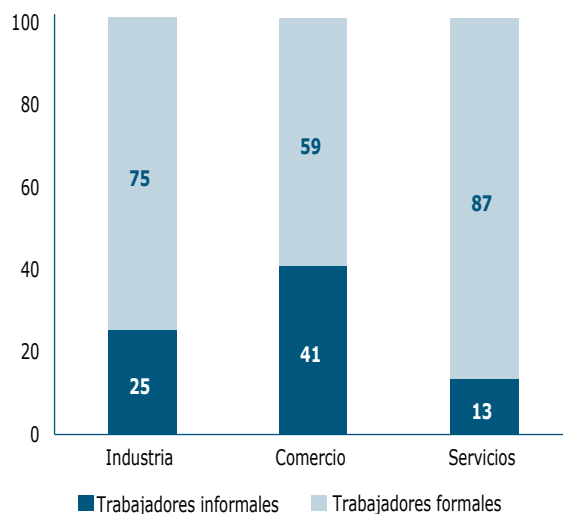
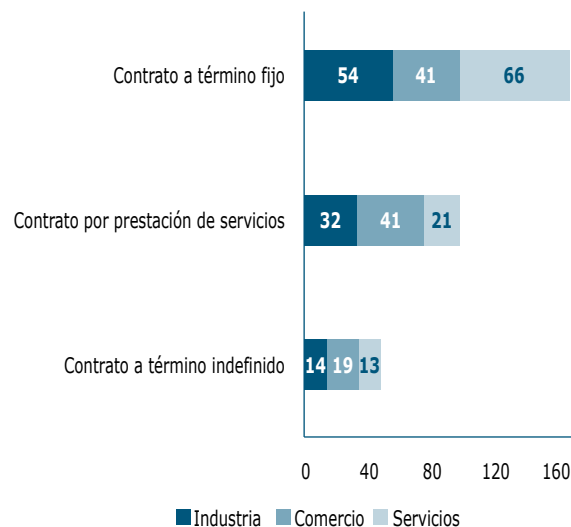


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)



nezolanos en los últimos seis meses (21% industria, 12% comercio y 16% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales (75% industria, 59% comercio y 87% servicios), ver gráfico 41. En los tres macro-sectores, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término fijo (54% industria, 41% comercio, 66% servicios), seguido de contrato por prestación de servicios (32% industria, 41% comercio, 21% servicios) y a término indefinido (14% industria, 19% comercio, 13% servicios), ver gráfico 42. Finalmente, la gran mayoría

de los empresarios Pyme respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (93% industria, 100% comercio-servicios), ver gráfico 43.

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedió a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (70% industria, 85% comercio y 86% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (14% industria, 2% comercio y 5% servicios), consultorías (11% industria-comercio, 8% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (2% industria, 1% comercio y 0% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Pereira mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (36%) y la formación financiera (21%). Los comerciantes centraron su interés en la estructuración-

Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

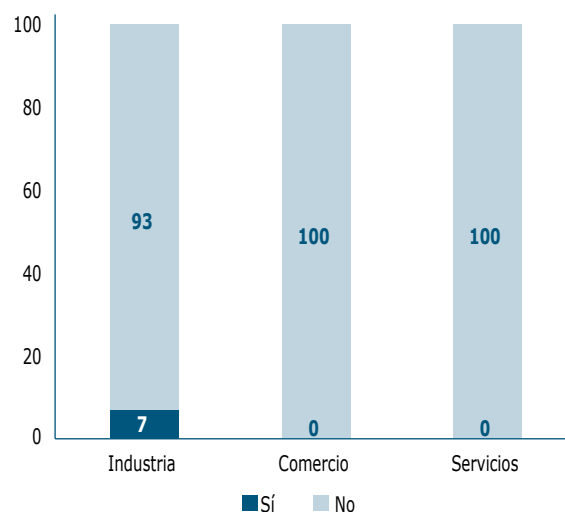


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

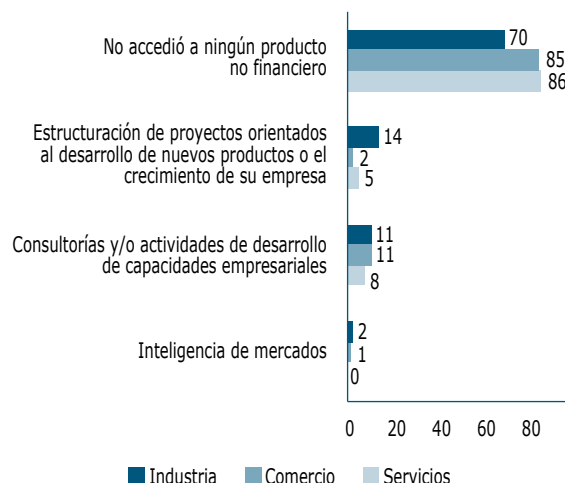
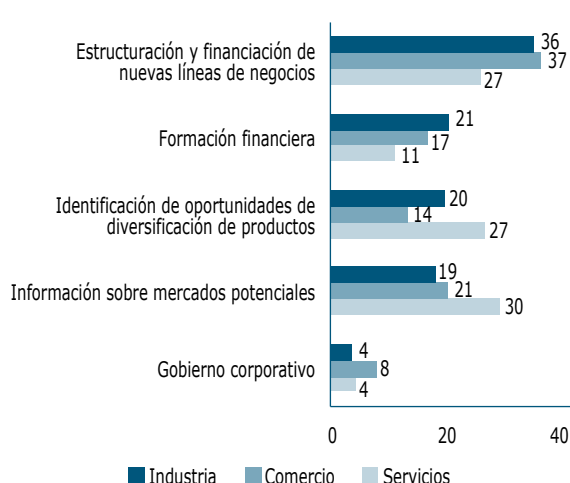


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



financiación de nuevas líneas de negocio (37%), seguido de información de mercados potenciales (21%), mientras que los empresarios de servicios

optaron primero por información de mercados potenciales (30%) y las oportunidades de diversificación de productos (27%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 74% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 83% un año atrás). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron descensos en la proporción con incrementos en sus exportaciones (7% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), y aumentos en la porción de la muestra con decrementos en sus ventas externas (5% en 2017-II vs. 0% en 2016-II).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se redujo hacia el 93% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 97% un año atrás). A diferencia del sector industrial, en servicios se incrementó la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (3% en 2017-II vs. 1% en 2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo estable (0%).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (41%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (15%) y la falta de información sobre potenciales mercados-productos (13%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (63%), seguido por la ausencia de interés en exportar (19%) y falencias de información (6%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en casi la mitad de la muestra encuestada (ver gráfico 48).

Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Pereira. El gráfico 49 muestra cómo un 66% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 85% un año atrás). Algún atenuante puede evidenciarse en

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

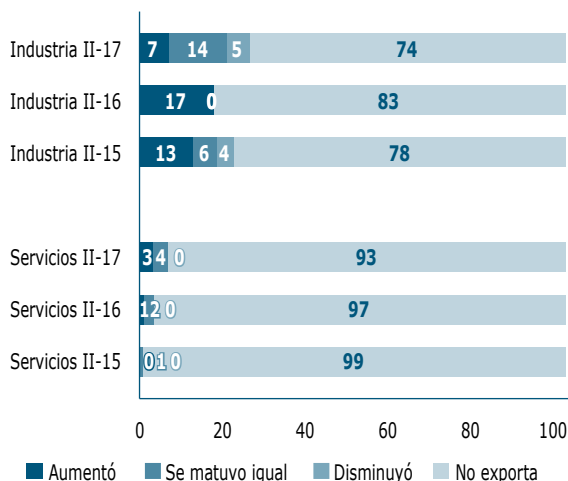


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



ligeros aumentos en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (14% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), aunque también se dio un leve aumento en aquellos industriales que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (2% en 2018-I vs. 0% en 2017-I). Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 85% de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 89% un año atrás). Ello fue consistente con el aumento tanto en la porción de empresarios Pyme

que preveían incrementar sus ventas externas (9% en 2018-I vs. 7% en 2017-I), como en aquellos que esperaban disminuciones (1% en 2018-I vs. 0% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (61%) y comercio (50%) se enfocaron en el mercado nacional, mientras que en el caso de servicios (64%) se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 40%-85% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Estas tuvieron que ver con: la preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (28% industria, 6% comercio y 11% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (11% industria, 2% comercio y 4% servicios); y obtener la certificación del producto (10% industria, 1% comercio y 4% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Pereira, el mayor reto del gobierno para aumentar las expor-

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

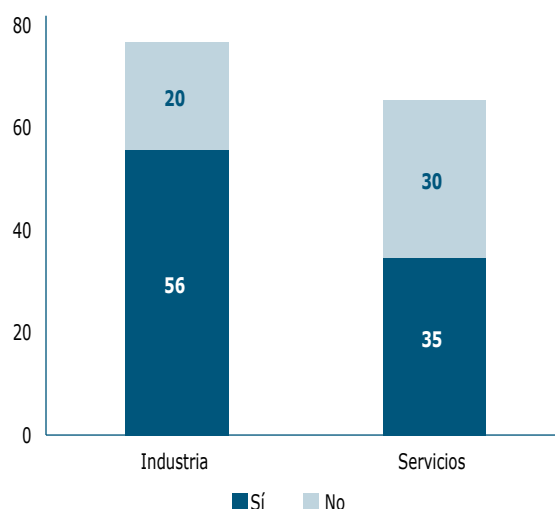


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

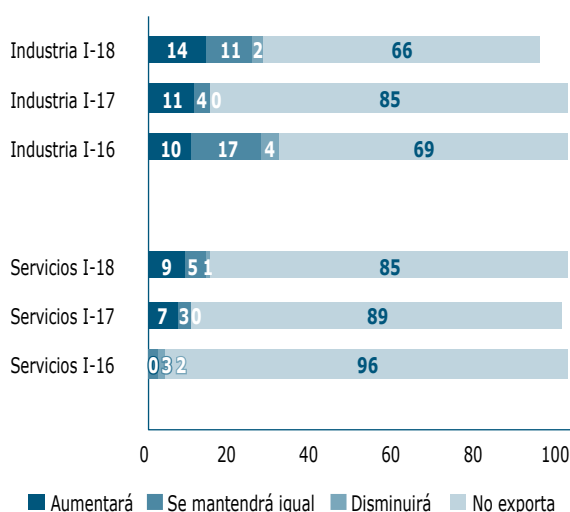
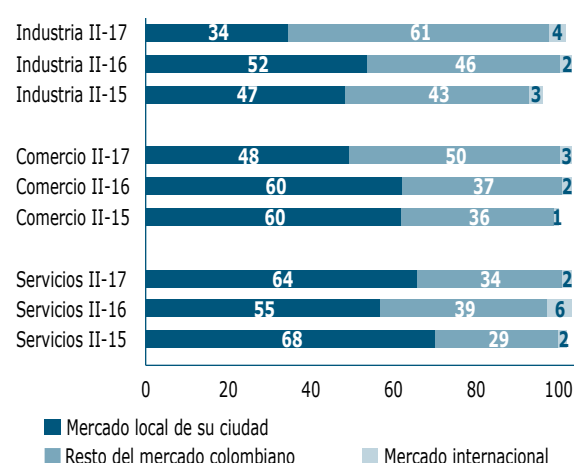


Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



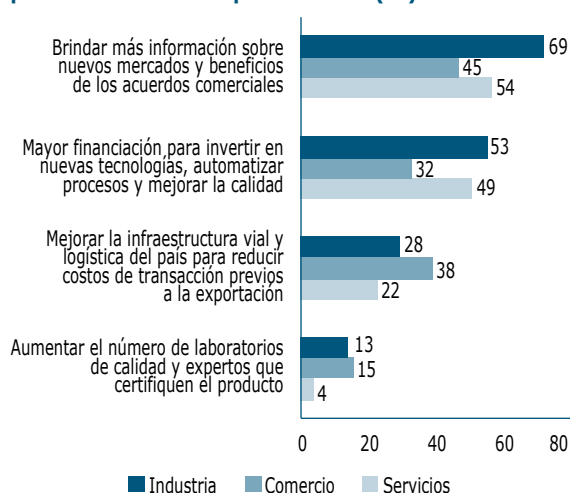
taciones es el de brindar mayor información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (69% industria, 45% comercio y 54% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue mayor financiación para incrementar la productividad (53% industria, 32% comercio y 49% servicios).

servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (28% industria, 38% comercio y 22% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (13% industria, 15% comercio y 4% servicios).

Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



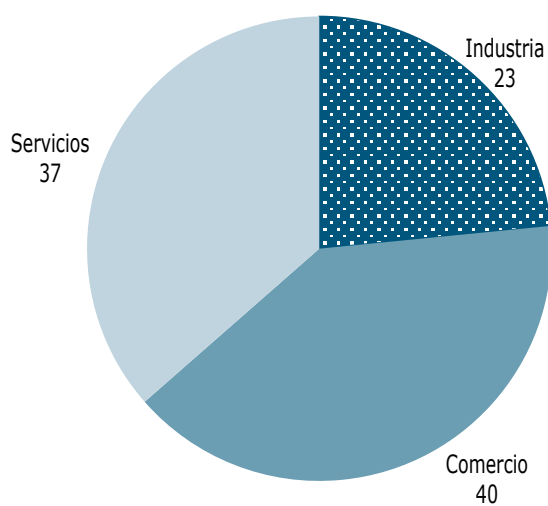


LA GRAN ENCUESTA PYME

VALLE DEL CAUCA

BUENAVENTURA

Distribución de la muestra (%)



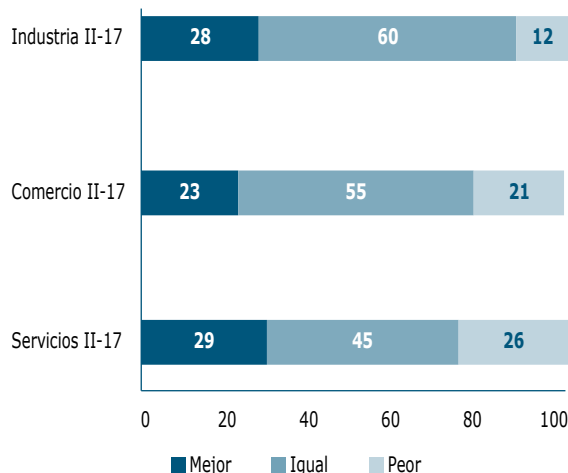
SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

En esta segunda lectura, el balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Buenaventura registró ni-

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



veles del 16% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de empresarios con mejoras en su situación actual (28%), la cual sobrepasó la porción de empresarios que experimentaron peores registros (12%), ver gráfico 1 (sección Buenaventura).

Asimismo, en el rubro de ventas se presentó un balance de respuestas del 16% durante el segundo semestre de 2017. Allí nuevamente el porcentaje de empresarios que percibieron una mejora en sus ventas (28%) fue superior al de aquellos con peores registros de dicha variable (12%), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de cerca de tres cuartas partes de las Pymes industriales encuestadas (73%) estuvo en el rango del 0%-10% (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos presentó un balance de respuestas del 17% en el segundo semestre de 2017. Allí se dieron mayores registros en la porción de empresarios que presentaron mejoras en sus volúmenes de pedidos (29%), frente a los presentados por

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

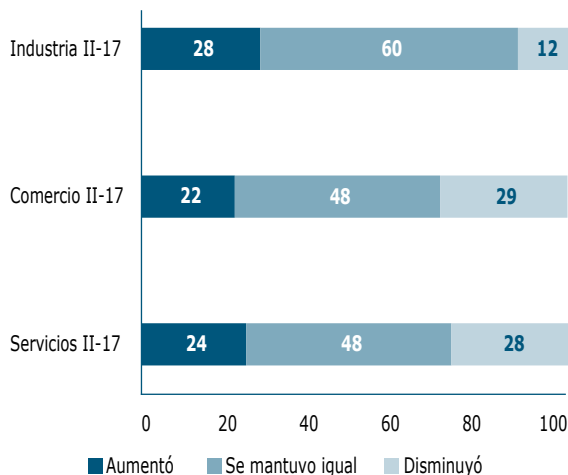
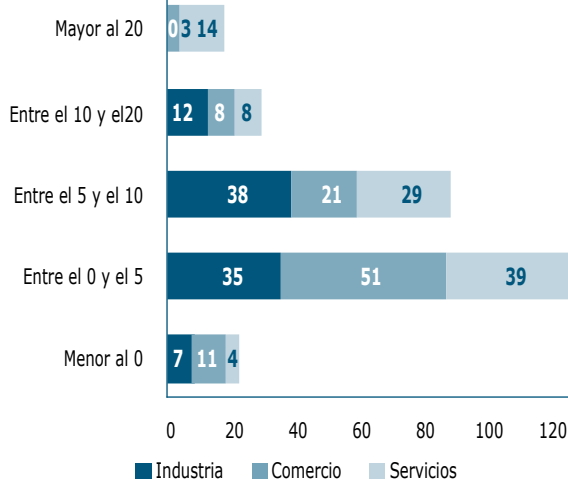


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



aquellos que tuvieron un menor valor de esta variable (12%), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 74% de los casos durante 2017-II, dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (14%) o excesivas (9%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios reflejan un buen manejo del

ciclo de demanda por parte de los empresarios (ver gráfico 5).

El balance de respuestas acerca del volumen de producción llegó a niveles del 25% durante el segundo semestre de 2017. Allí los empresarios con aumentos en sus niveles de producción (34%) superaron a aquellos que disminuyeron dicha variable (9%), ver gráfico 6.

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2017, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2017 (%)

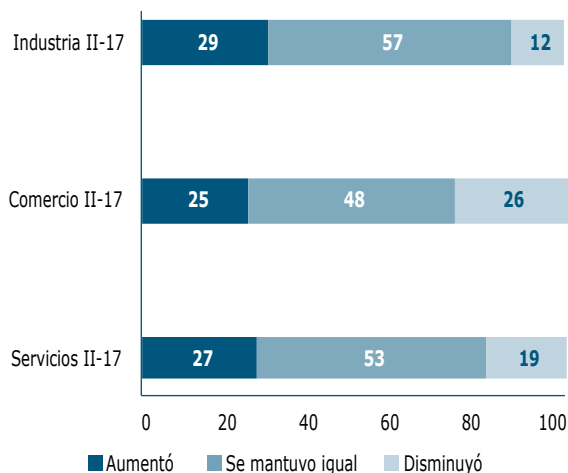


Gráfico 5. Existencias (%)

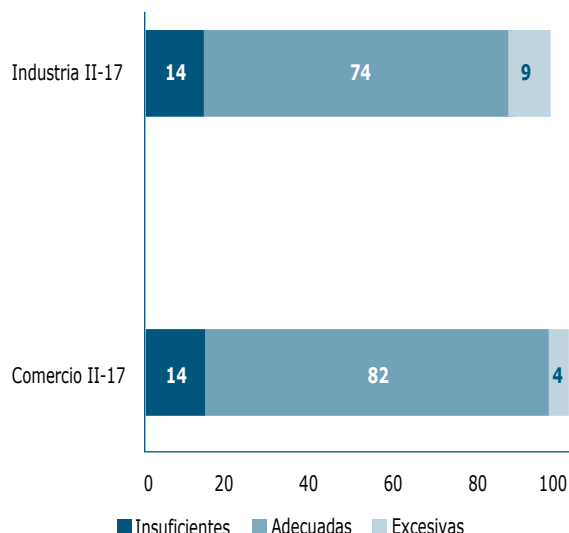


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2017, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2017 (%)

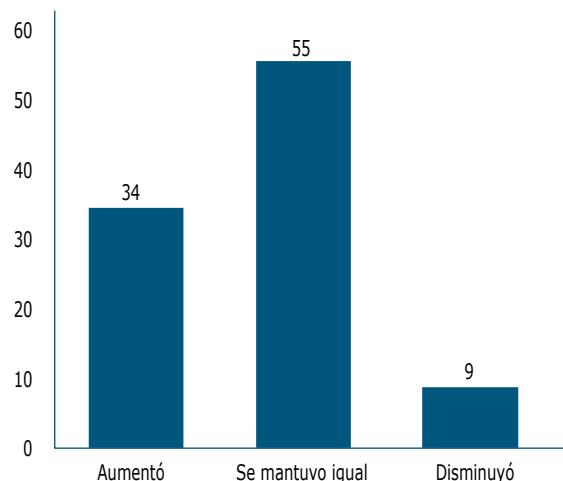
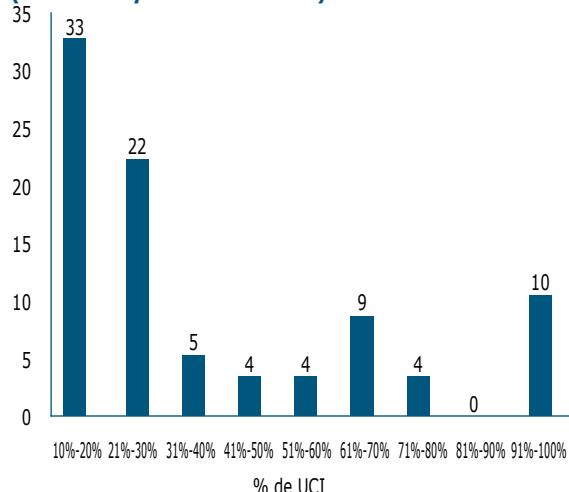


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada durante el segundo semestre de 2017 (% de las Pymes industriales)



Por su parte, la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) permaneció en el rango 10%-30% para cerca de la mitad de las Pymes industriales de Buenaventura (ver gráfico 7). Sin embargo, dichos bajos niveles de UCI no impidieron que la inversión en maquinaria y equipo se situara en terreno positivo. En efecto, el balance de respuestas de la inversión en maquinaria y equipo llegó a niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017. Esto último se explica por una mayor porción de industriales con aumentos en di-

cha variable (29%) vs. aquellos que presentaron descensos (7%), ver gráfico 8.

El nivel de costos también se situó en el plano positivo, pues su balance de respuestas fue del 27% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a mayores valores en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (38%), los cuales sobrepasaron el porcentaje de industriales con alivios en dicha variable (11%), ver gráfico 9.

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2017 (%)

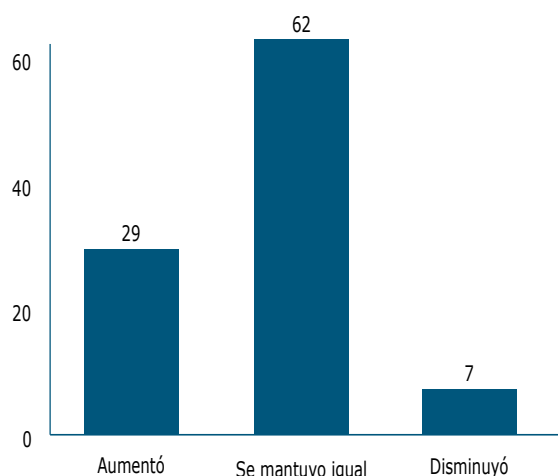


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2017, los costos durante el segundo semestre de 2017 (%)

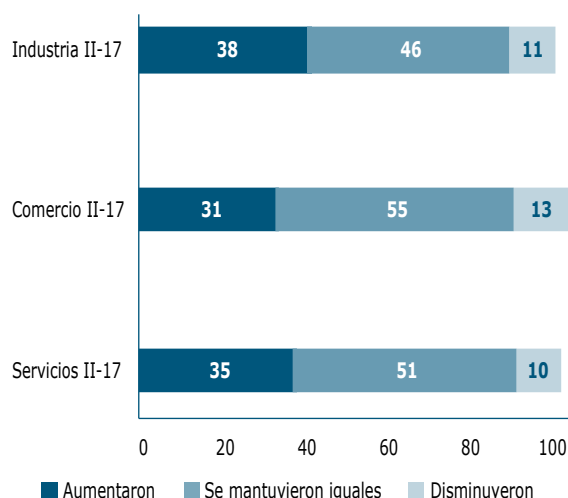


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2017, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

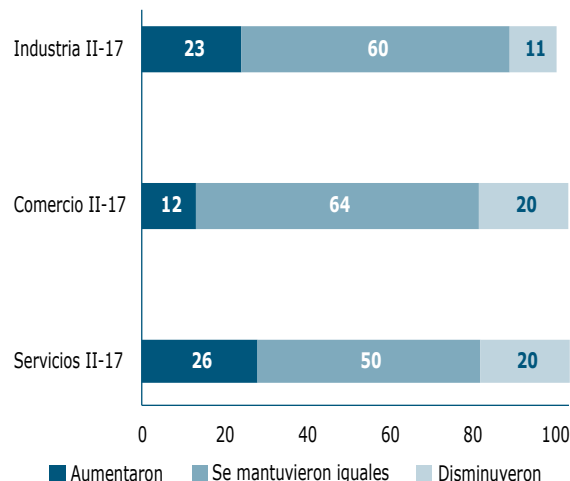
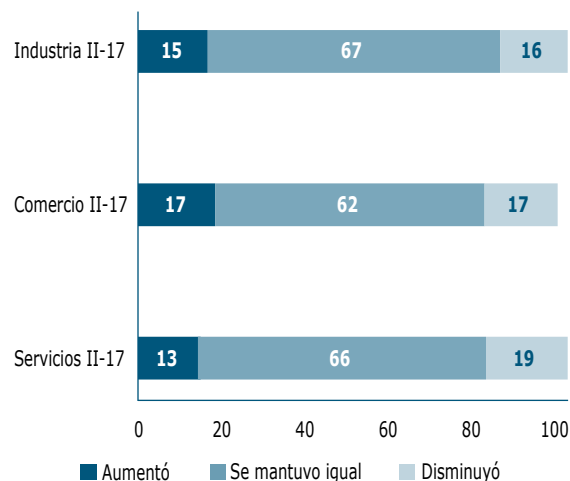


Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2017, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



El margen de ganancia de los empresarios industriales presentó un balance de respuestas del 12% durante el segundo semestre de 2017. Allí pesó más el número de encuestados con expansiones en sus márgenes de ganancias (23%), en comparación con la porción de industriales que vieron contracciones (11%), ver gráfico 10.

Por el contrario, el empleo presentó un balance de respuestas del -1% durante el segundo semestre de 2017. Dicho descenso en la generación de empleo obedeció a un mayor número de empresarios industriales que destruyeron empleos (16%), en comparación con aquellos que ayudaron a crearlos (15%), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Buenaventura, la gran mayoría (79%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (9%) o por otras razones diferentes a las asociadas con los costos de transporte (12%).

El principal problema para el sector industrial de Buenaventura durante el segundo semestre de 2017 fueron los costos de los insumos (31%). El segundo puesto lo ocuparon los altos impuestos (23%). A ello le siguieron la falta de demanda (21%) y la tasa de cambio (9%). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Buenaventura fueron

la rotación de cartera (0%) y el contrabando (2%), ver gráfico 13.

La lectura del segundo semestre de 2017 del sector de industria reveló mejoras respecto a la primera medición de esta ciudad realizada en el año 2015. Dichas mejoras se evidencian en el balance de respuestas de la situación actual (16% en 2017-II vs. 10% en 2014-II), ventas (16% en 2017-II vs. 7% en 2014-II) y márgenes (+12% en 2017-II vs. -24% en 2014-II). Solo se evidenciaron deterioros en el nivel de empleo (-1% en 2017-II vs. +26% en 2014-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios comerciales Pyme de Buenaventura registró niveles del 2% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de empresarios con mejoras en su situación actual (23%), la cual sobrepasó ligeramente la porción de empresarios que esperaban peores registros (21%), ver gráfico 1.

Al contrario que en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas negativo, llegando a niveles del -7% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro obedeció a una mayor proporción de comerciantes que experimentaron reducciones en sus ventas (29%), lo cual

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

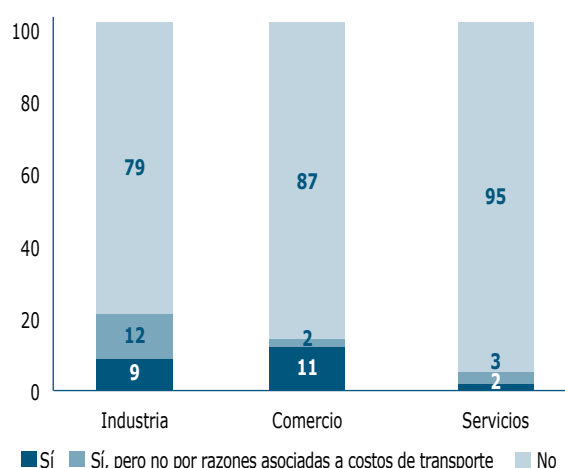


Gráfico 13. Sector industria: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



sobrepasó el efecto del porcentaje de empresarios con incrementos en dicha variable (22%), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (72%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en las ventas se extendió al volumen de pedidos, observándose un balance de respuestas negativo del -1% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción en los comerciantes con descensos en sus pedidos (26%), frente a la porción de comerciantes con aumentos en dicha variable (25%), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a la baja demanda (82% consideró dichos inventarios como adecuados), mientras que porciones inferiores percibieron un nivel de existencias insuficientes (14%) o excesivas (4%), ver gráfico 5.

El balance de respuestas acerca de los costos fue del 18% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a mayorías en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (31%), las cuales sobrepasaron el porcentaje de industriales con alivios en dicha variable (13%), ver gráfico 9.

Dado lo anterior, el balance de respuestas sobre el margen registró niveles del -8% durante el segundo semestre de 2017. Ello se dio por mayores proporciones de empresarios que experimentaron

contracciones en sus márgenes (20%), las cuales pesaron más que la porción de comerciantes con mejoras en dicha variable (12%), ver gráfico 10.

El balance de respuestas acerca del número de trabajadores fue del 0% durante el segundo semestre de 2017. Dicha generación nula de empleo obedeció a proporciones iguales en: i) los empresarios comerciales con mayor contratación de personal (17%); y ii) los comerciantes con menor número de trabajadores (17%), ver gráfico 11.

También se dieron registros negativos en el balance de respuestas sobre la superficie, observándose valores del -10% al cierre del segundo semestre de 2017. Ello obedeció a la mayor proporción de comerciantes con menores superficies (21%), lo cual superó la porción de empresarios con mejoras en dicha variable (11%), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Buenaventura, la mayoría (87%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (11%) y otras razones (2%).

Las Pymes comerciales de Buenaventura identificaron la competencia con las grandes superficies como su principal problema durante el segundo semestre de 2017 (39%). A ello le siguieron la falta de demanda (19%) y los altos impuestos (18%), ver gráfico 15.

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2017, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2017 (%)

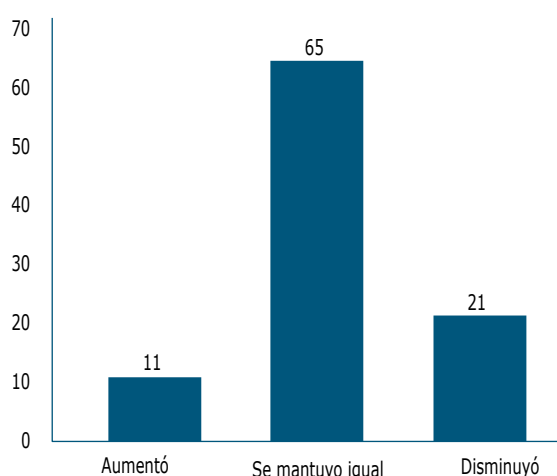


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



La lectura del segundo semestre de 2017 del sector comercio reveló mejoras respecto a la primera medición de esta ciudad realizada en el año 2015. Dichas mejoras se evidencian en el balance de respuestas de la situación actual (+2% en 2017-II vs. -10% en 2014-II), ventas (-7% en 2017-II vs. -13% en 2014-II), márgenes (-8% en 2017-II vs. -13% en 2014-II) y empleo (0% en 2017-II vs. -33% en 2014-II).

• Sector servicios

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios de servicios Pyme de Buenaventura registró niveles del 3% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor proporción de empresarios con mejoras en su situación actual (29%), la cual sobrepasó la porción de empresarios que experimentaron peores registros (26%), ver gráfico 1.

Al igual que en el sector comercial de esta ciudad, las Pymes del sector servicios reportaron un balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas negativo, observándose niveles del -4% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro obedeció a una mayor proporción de empresarios de servicios que experimentaron reducciones en sus ventas (28%), la cual sobrepasó el porcentaje de empresarios con incrementos en dicha variable (24%), ver gráfico 2. La mayoría (68%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Por el contrario, el balance de respuestas en lo que se refiere al volumen de pedidos se situó en valores del 8% durante el segundo semestre de 2017. Ello obedeció a una mayor porción de empresarios con incrementos en sus pedidos (27%), la cual sobrepasó la porción de la muestra con menores registros de dicha variable (19%), ver gráfico 4.

Los empresarios Pyme del sector de servicios de Buenaventura experimentaron un balance de respuestas de sus costos de operación en niveles del 25% al corte del segundo semestre de 2017 (ver gráfico 9). Ello obedeció a una mayoría en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (35%), la cual fue superior al porcentaje de empresarios de servicios con descensos en esta variable (10%).

Los márgenes de ganancia tuvieron un balance de respuestas del 6% durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 10). Ello se explica por una mayor porción de empresarios de servicios con incrementos en sus márgenes (26%), sobrepasando el porcentaje de encuestados del sector servicios que experimentaron descensos en dicha variable (20%).

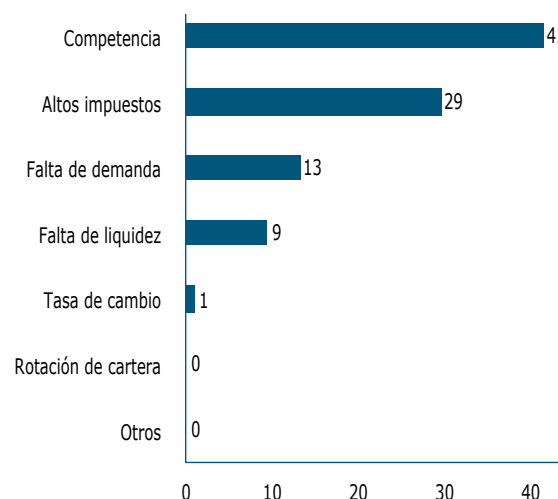
Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Buenaventura, situándose en niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017. Dicho registro en la generación de empleo obedeció a una mayor proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (19%), la cual sobrepasó la porción de la muestra con aumentos de puestos de trabajo (13%), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Buenaventura, casi la totalidad de la muestra (95%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (3%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Buenaventura para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fue la competencia (41%). A ello le siguieron dificultades relacionadas con los altos impuestos (29%) y la falta de demanda (13%), ver gráfico 16.

La lectura del segundo semestre de 2017 del sector servicios reveló deterioros respecto a la primera medición de esta ciudad realizada en el año 2015. Dichos deterioros se evidencian en el balance de respuestas de la situación actual (3% en 2017-II vs. 29% en 2014-II), ventas (-4% en 2017-II vs. +20% en 2014-II), márgenes (6% en 2017-II vs. 30% en 2014-II) y empleo (-6% en 2017-II vs. -1% en 2014-II).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema durante el segundo semestre de 2017 (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria fue del 69% para el primer semestre de 2018. Ello obedeció a la elevada proporción de empresarios con perspectiva favorable (74%), lo cual apenas logró verse afectado por el bajo porcentaje de empresarios con expectativas desfavorables (5%), ver gráfico 17.

Asimismo, el balance de respuestas sobre las perspectivas del volumen de producción registró niveles relativamente elevados del 59% en el primer semestre de 2018. Ello se explica por la elevada porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (66%), superando la baja porción de industriales con perspectivas desfavorables en torno a esta variable (7%), ver gráfico 18.

También se observaron altos niveles en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, llegando a niveles del 56% en el primer semestre de 2018. Al igual que en el caso de la producción, dicho registro en pedidos obedeció a la porción de empresarios que esperaban mejoras en sus pedidos (66%), la cual excedió la porción de encuestados que preveían caídas en dicha variable (10%), ver gráfico 19.

El optimismo en las perspectivas de los industriales de Buenaventura también se reflejó en el balance de respuestas referente a la inversión en maquinaria y equi-

po, el cual llegó a niveles del 53% en el primer semestre de 2018. Allí, nuevamente se vio una mayor proporción de empresarios que esperaban incrementar la inversión (60%), junto con una baja porción de industriales que esperaban menores niveles de esta variable (7%), ver gráfico 20.

Todo lo anterior implica que, frente a la lectura de 2015, las perspectivas del sector industrial para el primer semestre de 2018 mejoraron en el rubro de volumen de pedidos (56% en 2018-I vs. 46% en 2015-I). Si bien se observaron ligeros deterioros en las perspectivas de situación económica general (69% en 2018-I vs. 74% en 2015-I), dichos niveles aún son elevados.

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de comercio fue del 23% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció a la mayor proporción de empresarios con perspectiva favorable (38%), en comparación con el porcentaje de empresarios con expectativas desfavorables (15%), ver gráfico 17.

De forma similar, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos se situó en el 27% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció a la alta porción de comerciantes que esperaban incrementos en pedidos (42%),

Gráfico 17. Desempeño general (%)

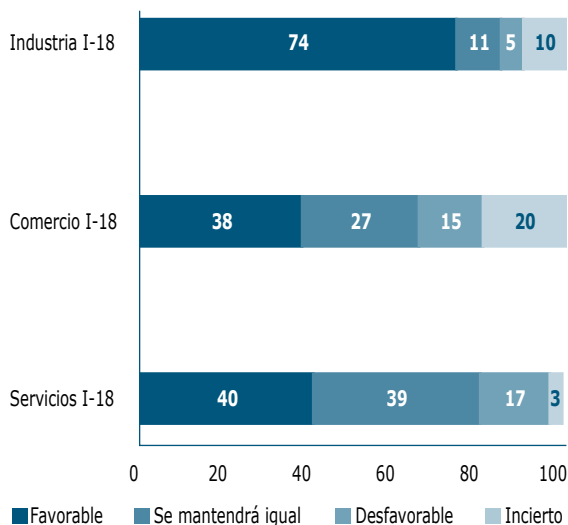
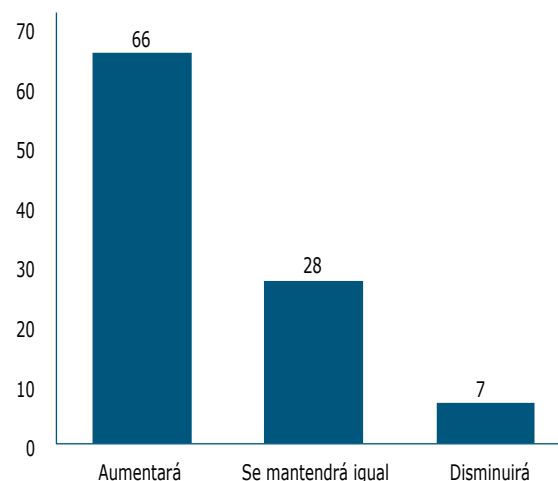


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2017, la producción industrial en el primer semestre de 2018 (%)



la cual sobrepasó el porcentaje de comerciantes con perspectivas negativas en pedidos (15%), ver gráfico 19.

En lo referente a ventas, el balance de expectativas fue del 29% en el primer semestre de 2018. Ello obedeció a la mayor proporción de empresarios que esperaban aumentos en ventas (45%), sobrepasando el porcentaje de la muestra que esperaba descensos en dicha variable (16%), ver gráfico 21.

Todo ello implica que las perspectivas del sector comercial para el primer semestre de 2018 fueron más optimistas con respecto a la primera medición de esta ciudad (realizada en el año 2015). En efecto, los niveles de optimismo fueron mayores en el balance de respuestas de la situación económica general

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

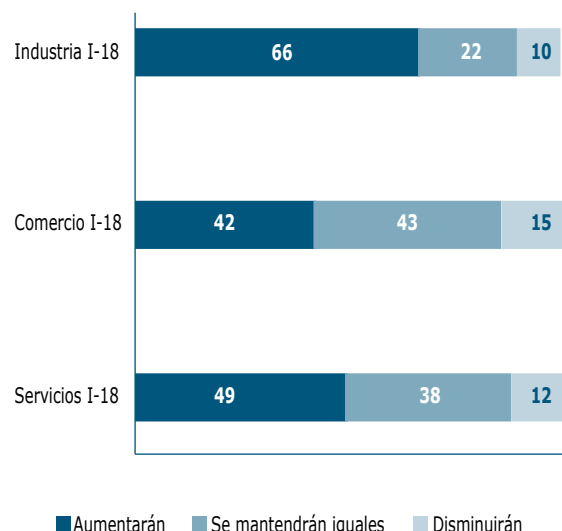
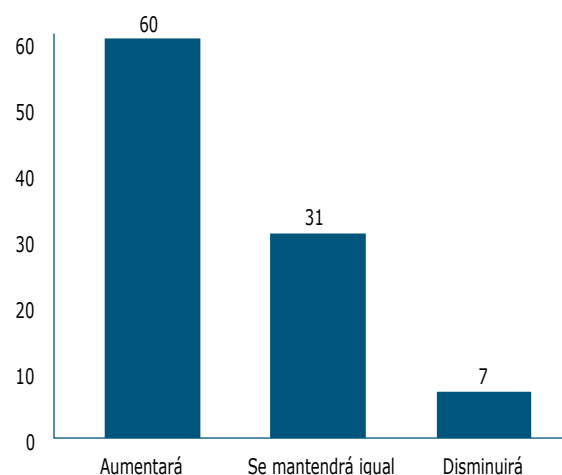


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2017, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2018 (%)



(23% en 2018-I vs. 0% en 2015-I) y del volumen de pedidos (+27% en 2018-I vs. -1% en 2015-I).

• Sector servicios

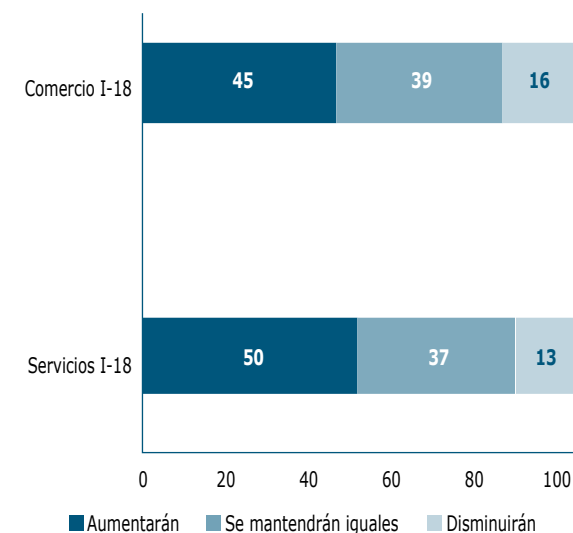
Por su parte, el sector Pyme de servicios de Buenaventura experimentó un balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general del 23% para el primer semestre de 2018. Ello obedeció a la mayor proporción de empresarios con perspectiva favorable (40%), que fue mayor al porcentaje de empresarios con expectativas desfavorables (17%), ver gráfico 17.

En lo concerniente a las expectativas de pedidos del sector Pyme de servicios de Buenaventura, su balance de respuestas fue del 37% en el primer semestre de 2018. Allí primó el efecto de la porción de empresarios que veían expansiones en sus pedidos (49%) sobre la porción de la muestra que esperaba contracciones en dicha variable (12%), ver gráfico 19.

El balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector servicios fue del 37% en el primer semestre de 2018. Allí la porción de encuestados que esperaban mayores ventas (50%) fue mayor al porcentaje de la muestra que preveía menores ventas (13%), ver gráfico 21.

Las perspectivas del sector servicios para el primer semestre de 2018 fueron más pesimistas con respecto a la primera medición de esta ciudad (realizada en el año 2015). En efecto, los niveles de optimismo fueron menores en el balance de respuestas de la situación económica general (23% en 2018-I vs. 61% en 2015-I) y del volumen de pedidos (37% en 2018-I vs. 60% en 2015-I).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Buenaventura reportaron un relativamente bajo nivel de solicitudes de crédito en los sectores de industria (41%), comercio (19%) y servicios (31%) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Sin embargo, ello se vio acompañado de una alta tasa de aprobación en los sectores de industria (79%), comercio (90%) y servicios (90%), ver gráfico 23. Para las empresas Pyme industriales de Buenaventura, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (57%), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (22%) y a corto plazo (21%).

Por su parte, en los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a largo plazo (42%), seguido por el mediano plazo (40%) y el corto plazo (18%). En los empresarios de servicios, el plazo preferido fue el largo plazo (58%), seguido por el corto (21%) y el mediano plazo (21%).

A nivel de aprobaciones, se presentó una composición idéntica para el sector industrial. En el sector comercio, el plazo de mayor aprobación fue el mediano plazo (48%), seguido por el largo plazo (32%) y el corto plazo (19%). En el sector servicios, el plazo más

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

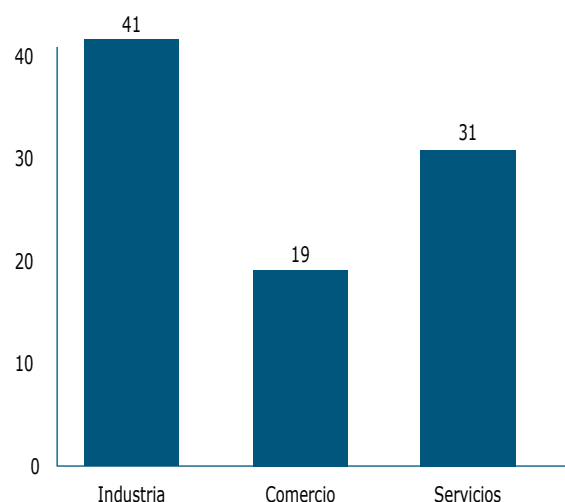


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

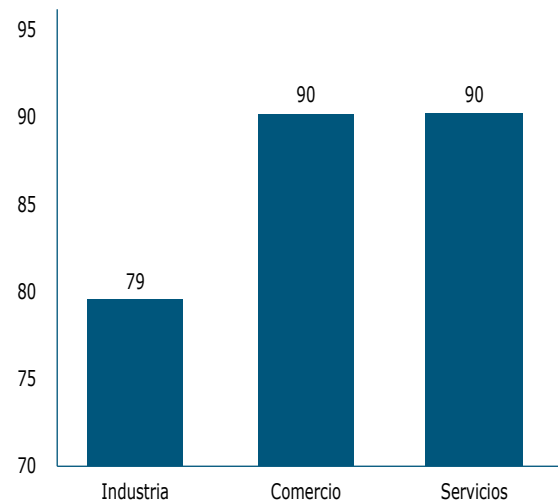


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

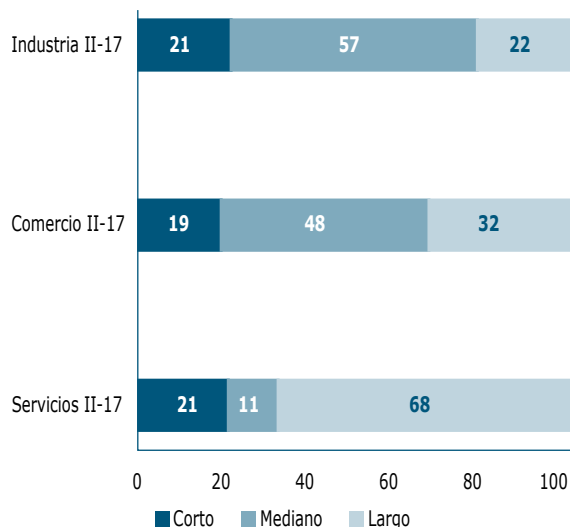
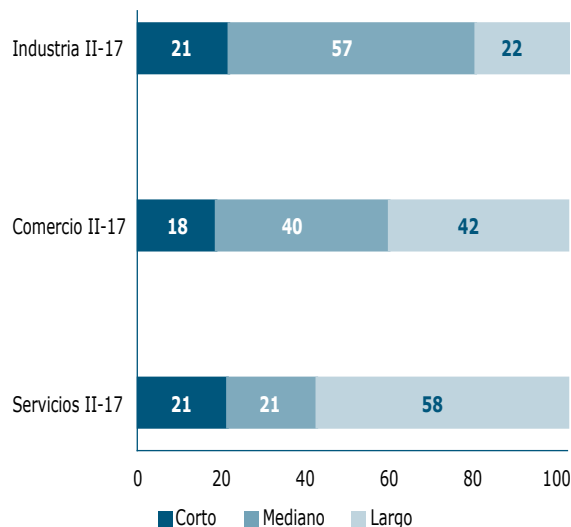


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



aprobado fue el largo plazo (68%), seguido por el corto plazo (21%) y el mediano plazo (11%), ver gráfico 24.

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron altos registros en los sectores de comercio (95%) y servicios (93%), mientras que el sector industrial presentó un menor ajuste entre dichos montos (69%), ver gráfico 26. Nótese que dichos niveles de aprobación-ajuste son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Buenaventura.

El rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (67%) y comercio (56%) fue hasta DTF+4 puntos, mientras que en

el sector servicios, la mayoría (67%) tuvo tasas entre DTF+4 y DTF+8 durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 27). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento fue relativamente baja para los sectores de industria (42%) y servicios (30%), mientras que para el sector comercio dicha satisfacción fue más elevada (83%), ver gráfico 28.

La mayoría de las Pymes de industria (84%), comercio (89%) y servicios (81%) de Buenaventura usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo (ver gráfico 29). Para la industria (21%) y los servicios (35%), el segundo lugar lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones, mientras que para el sector comercio (18%) dicho lugar lo ocupó la compra o arriendo de maquinaria.

Una parte importante de las Pymes de industria (40%), comercio (45%) y servicios (43%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (29%) y comercial (33%), mientras que para el sector servicios (21%), dicha fuente fueron los recursos propios.

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Buenaventura si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los macrosectores el 90% de los encuestados (95% industria, 94% comercio y 93% servicios), ver gráfico 31.

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

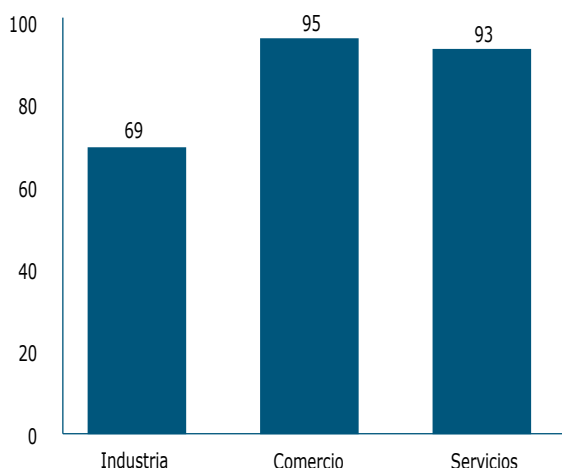


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

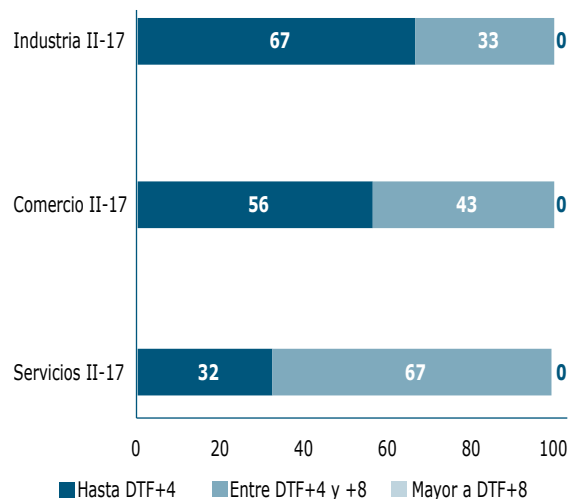


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada?
(% de respuestas afirmativas; segundo semestre de 2017)

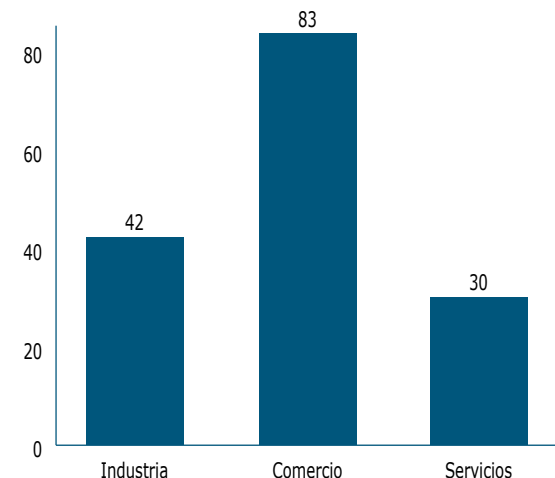
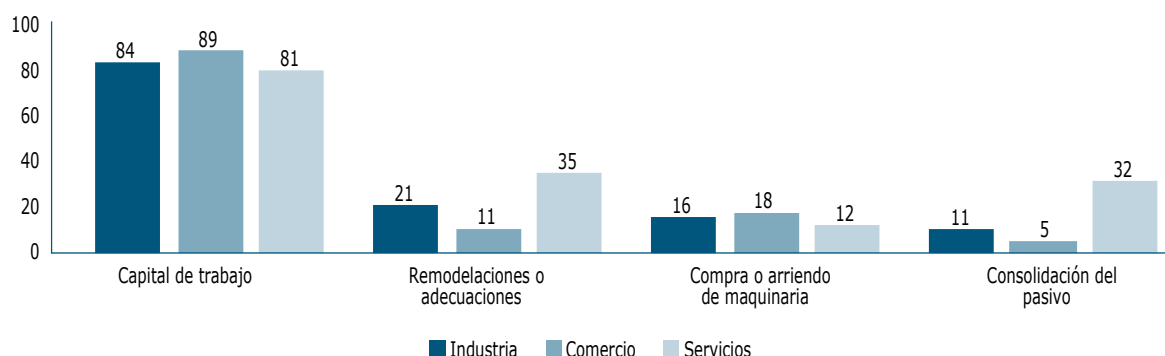
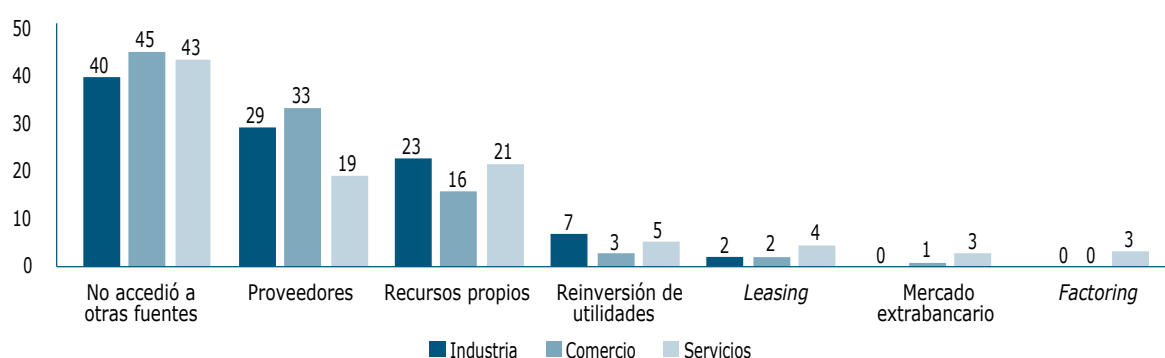
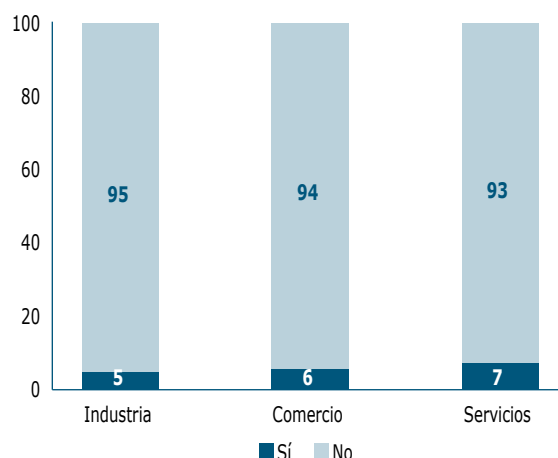


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Buenaventura no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 77% en industria, un 73% en comercio y un 77% en servicios). La segunda razón está aso-

ciada a los elevados costos financieros (15% industria, 10% comercio y 7% servicios), ver gráfico 32.

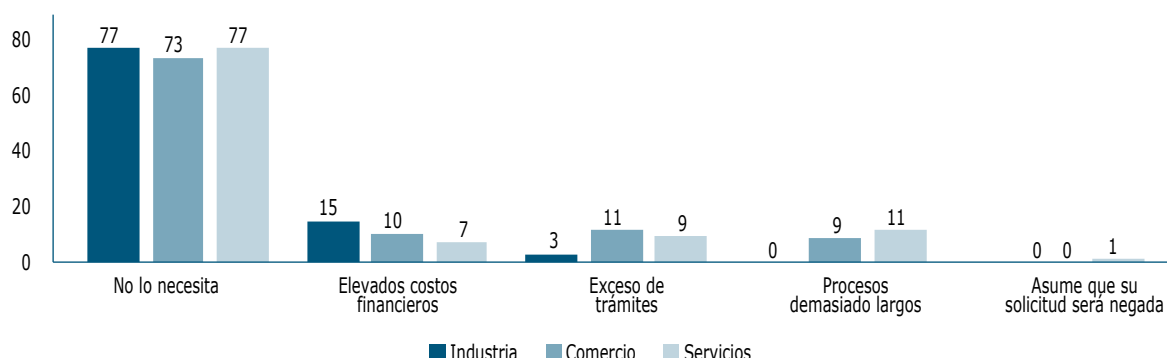
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)

Todo lo anterior implicó que, frente a la primera lectura de 2015, el acceso al crédito bancario permaneció relativamente estable en industria (41% en 2017-II vs. 39% en 2014-II); disminuyó en comercio (19% en 2017-II vs. 57% en 2014-II); y aumentó en servicios (31% en 2017-II vs. 18% en 2014-II).

A nivel de tasas de interés, la mayoría de créditos industriales se otorgaron hasta DTF+4 en ambas lecturas (67% en 2017-II vs. 42% en 2014-II). En comercio, la mayoría de préstamos se otorgaron a tasas de hasta DTF+4 en el segundo semestre de 2017 (56%) frente a préstamos a tasas entre DTF+4 y +8 en el segundo semestre de 2014 (11%). Cabe mencionar que, en 2014, las Pymes de servicios de Buenaventura no reportaron la tasa de interés a la cual les fue otorgado el crédito.

En lo referente a las fuentes alternativas de financiamiento, para el sector industrial dichas fuentes fueron los proveedores en el segundo semestre de 2017 (29%), mientras que dicha mayoría en el segundo semestre 2014 fueron los recursos propios (36%). En

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



el sector comercio, los proveedores se mantuvieron como la principal fuente alternativa de financiamiento (33% en 2017-II vs. 34% en 2014-II). En servicios, los

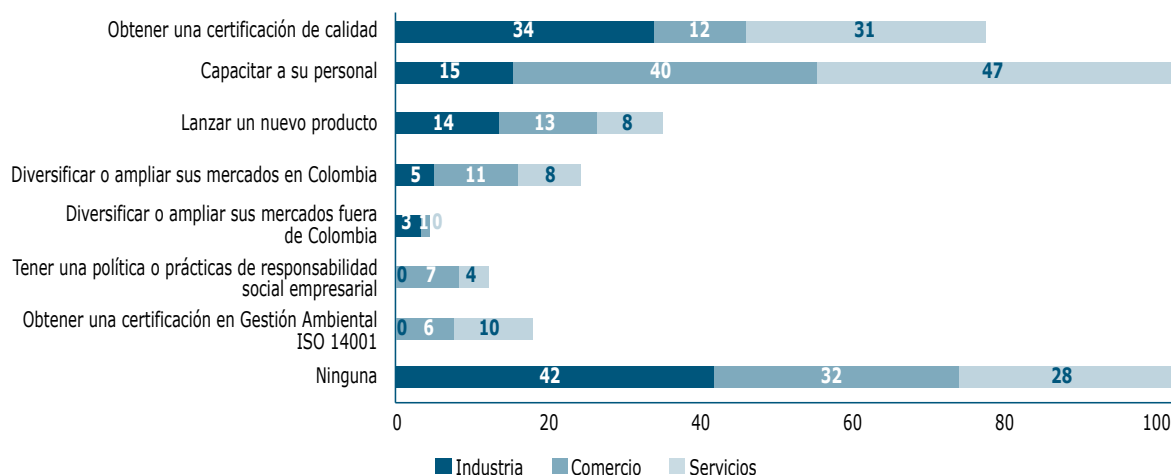
recursos propios se mantuvieron como la principal fuente alternativa de financiamiento (21% en 2017-II vs. 35% en 2014-II).

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes industriales de Buenaventura fue obtener una certificación de calidad (34%), mientras que en las Pymes de comercio y servicios la principal mejora fue capacitar a su personal (40% en comercio y 47% en servicios). En segundo lugar, las Pymes de industria buscaron capacitar a su personal (15%), mientras que en el sector comercio primó el lanzar un nuevo producto (13%) y en los servicios obtener una certificación de calidad (31%), ver gráfico 33. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 fue relativamente elevado

(42% en industria, 32% en comercio y 28% en servicios). Lo anterior contrasta con las acciones de mejoramiento emprendidas en el primer semestre de 2015. En dicha ocasión, la mayoría de empresarios llevó a cabo acciones referentes a capacitar a su personal (38% en industria, 29% en comercio y 68% en servicios), seguido por obtener una certificación de calidad (32% en industria, 16% en comercio y 26% en servicios) y obtener una certificación de Gestión Ambiental (26% en industria, 7% en comercio y 8% en servicios). En dicha ocasión cerca de la mitad de la muestra no llevó a cabo acciones de mejoramiento (43% en industria, 68% en comercio y 22% en servicios).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 (%)



CAPITAL SOCIAL

El gráfico 34 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Buenaventura tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (73%), comercio (88%) y servicios (80%). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con la alcaldía (11% industria, 16% comercio y 15% servicios), los gremios (9% industria, 10% comercio y 20% servicios) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (9% industria, 10% comercio y 17% servicios).

El gráfico 35 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (51%), comercio (27%) y servicios (37%). A ello le siguieron los beneficios derivados de incrementar el nivel de ventas (24% industria, 17% comercio y 9% servicios), mejorar las relaciones comerciales con pares (14% industria, 26% comercio y 23% servicios) y el representar sus intereses ante el Gobierno Nacional (14% industria, 12% comercio y 15% servicios).

Gráfico 34. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%; segundo semestre de 2017)

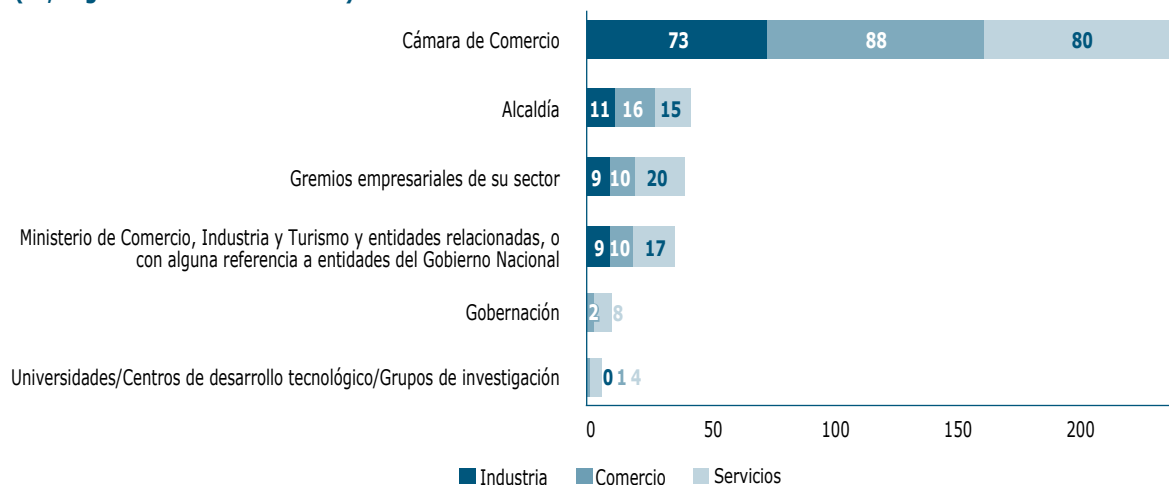
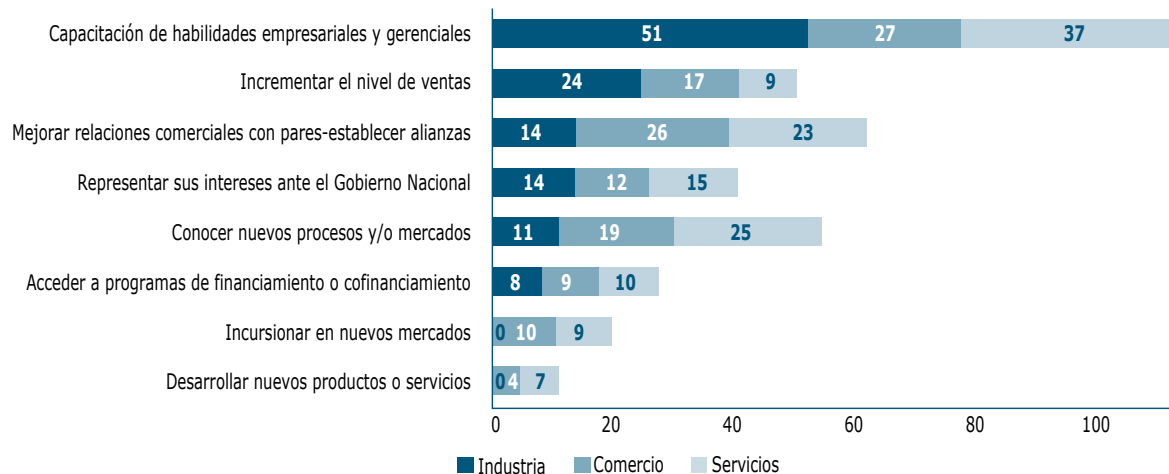


Gráfico 35. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%; segundo semestre de 2017)



PREGUNTAS COYUNTURALES

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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 36 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (13% industria, 4% comercio y 4% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente alta para los sectores de industria (67%), comercio (54%) y servicios (100%). Dentro de las razones para no solicitar reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar

dicha reestructuración (56% industria, 63% comercio y 71% servicios), ver gráfico 37. Con porcentajes menores, le siguieron el no saber cómo presentar dicha solicitud al banco (18% industria, 5% comercio y 4% servicios) y los altos costos en la asesoría (15% industria, 12% comercio y 8% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 38 muestra cómo una porción reducida de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (18% industria, 14% comercio y 8% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente informales en los casos de industria (75%) y servicios (76%) y, en menor medida, en el sector comercio (30%), ver gráfico 39. En industria y servicios el modo de contratación principal fue el contrato por prestación de servicios (75% en industria y 76% en servicios), seguido de contrato a término indefinido (13% en industria y 24% en servicios) y de contrato a término fijo (13% industria y 0% servicios), ver gráfico 40. En comercio primó la contratación a término indefinido (39%), seguido del contrato a término fijo (32%) y por prestación de servicios (30%). Finalmente, la gran mayoría de los empresarios Pyme respondió que dichos

Gráfico 36. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)

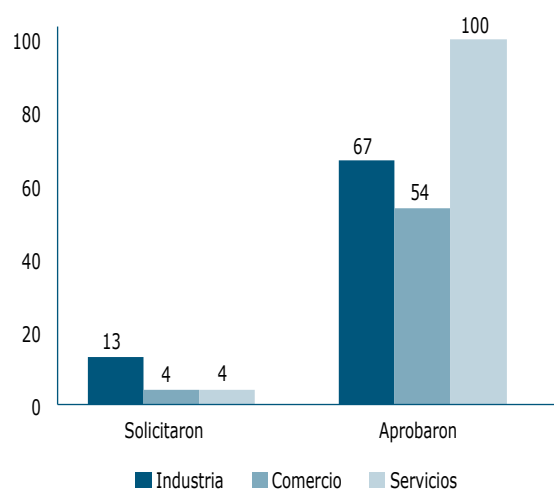


Gráfico 37. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

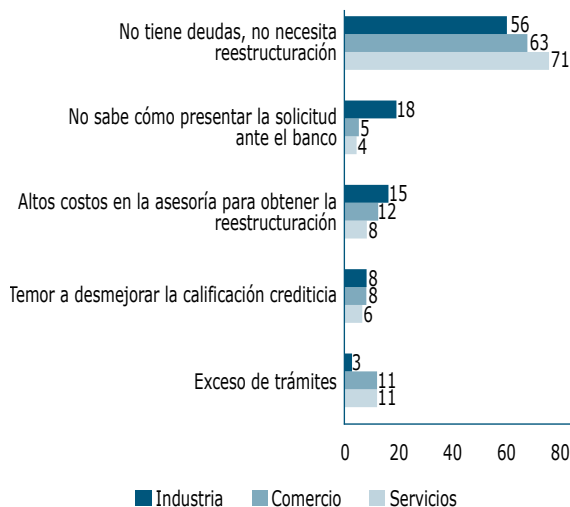
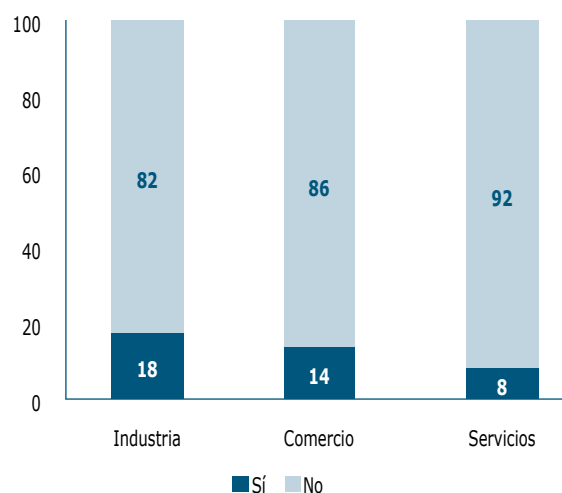
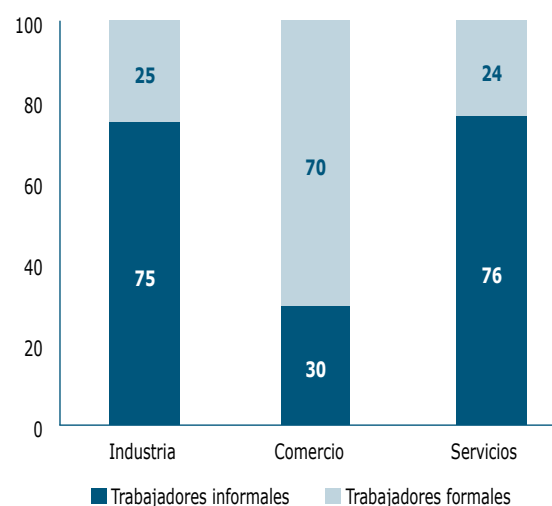
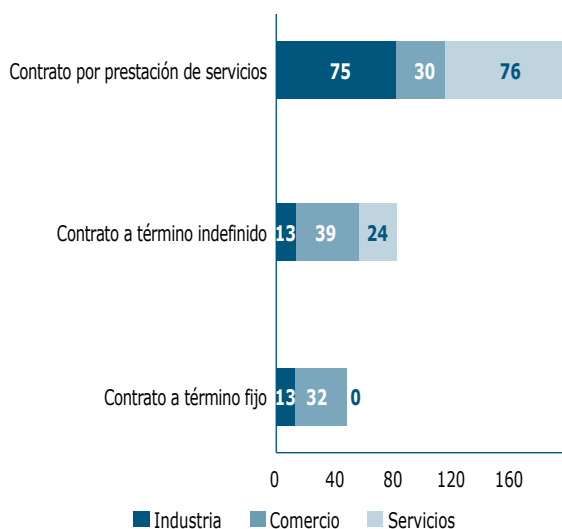
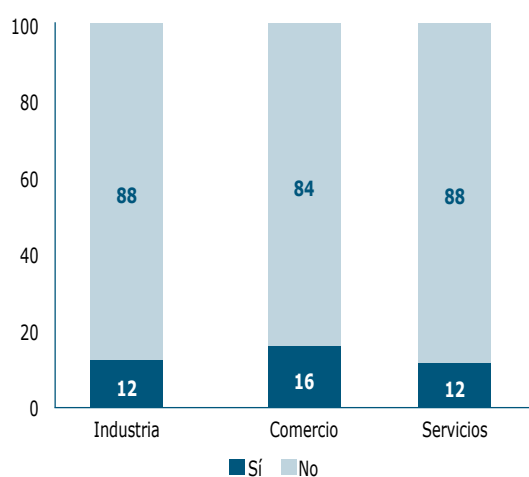


Gráfico 38. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)**Gráfico 39. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)****Gráfico 40. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)****Gráfico 41. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)**

inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus pares colombianos (88% en industria, 84% en comercio y 88% en servicios), ver gráfico 41.

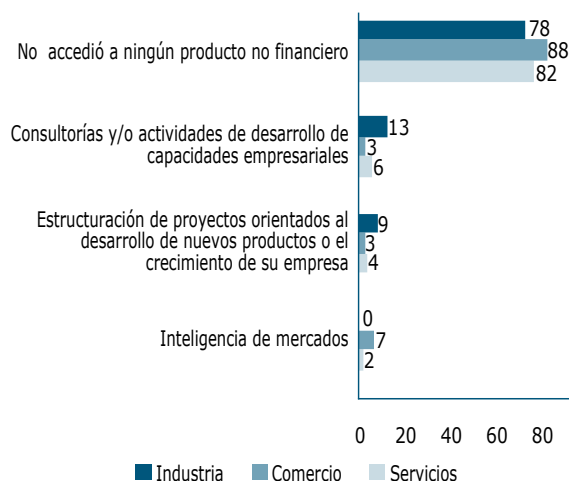
Productos-servicios no financieros

Cerca de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de

nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (78% en industria, 88% en comercio y 82% en servicios), ver gráfico 42. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en consultorías (13% industria, 3% comercio y 6% servicios); estructuración de proyectos orientados al crecimiento de la empresa (9% industria, 3% comercio y 4% servicios); e inteligencia de mercados (0% industria, 7% comercio y 2% servicios).

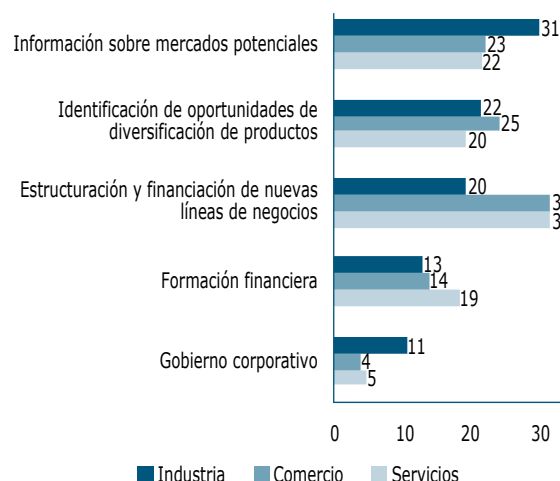
Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones sig-

Gráfico 42. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



nificativas muestran algún interés por dichos servicios (ver gráfico 43). Las Pymes industriales de Buenaventura mostraron interés en la información sobre mercados potenciales (31%); identificación de oportunidades-diversificación de productos (22%); y la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (20%). Por su parte, los comerciantes centraron su interés en la estructuración-financiación de nuevas lí-

Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



neas de negocio (33%), seguido de la identificación de oportunidades de diversificación de productos (25%) y la información de mercados potenciales (23%). Finalmente, los empresarios de servicios se enfocaron en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (33%), seguido de la información sobre mercados potenciales (22%) y la identificación de oportunidades de diversificación de productos (20%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 44 muestra una baja vocación exportadora en el sector industrial de Buenaventura (90% de la muestra no exportó durante el segundo semestre de 2017). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, solo el 7% expresó haber aumentado sus ventas externas, mientras que el restante 3% las mantuvo inalteradas.

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan fue del 82% de la muestra durante el segundo semestre de 2017. Allí se registró un 8% de empresarios de servicios que aumentaron sus exportaciones y un 1% que las disminuyó.

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (39%), seguido de consi-

derar que no tienen productos para exportar (33%), y los riesgos y costos de salir al mercado externo (11%), ver gráfico 45. En los empresarios de servicios primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (42%), seguido por la ausencia de interés en exportar (42%) y falencias de información (12%). Nótese cómo todo lo anterior no es consistente con la existencia de planes de internacionalización de más de la mitad de la muestra (67% en industria y 78% en servicios), ver gráfico 46.

Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Buenaventura. El gráfico 47 muestra cómo un 90% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018, mientras que en

Gráfico 44. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

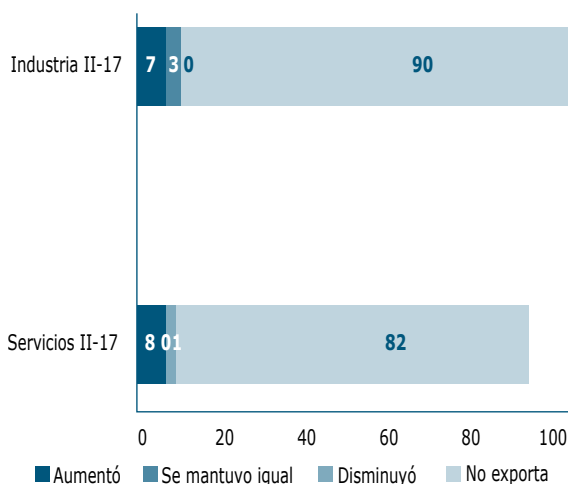


Gráfico 45. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 46. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

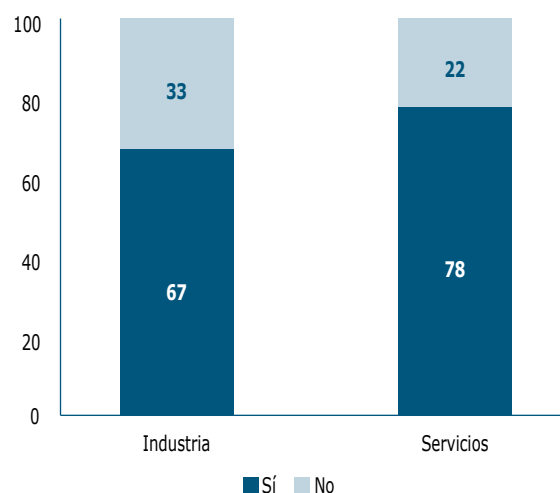
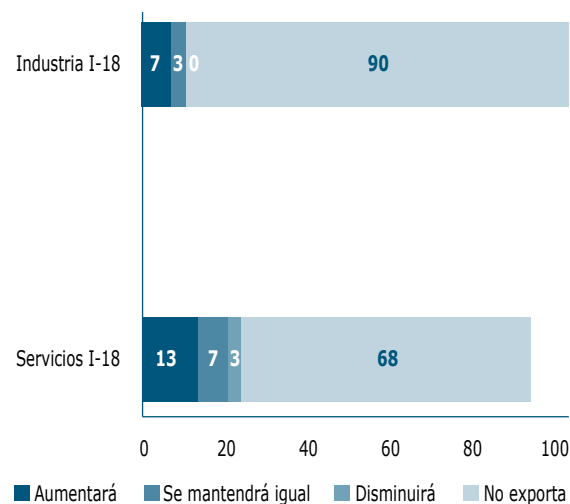


Gráfico 47. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



el sector de servicios dicho porcentaje fue del 68%. Aunque, en esto último, se presentó el atenuante de un 13% de empresarios de servicios que esperan aumentar sus ventas externas durante el primer semestre de 2018.

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (57%), comercio (58%) y servicios (57%) de Buenaventura se enfocaron princi-

palmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 48).

En esta medición de la GEP se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 49 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 60%-80% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron

Gráfico 48. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

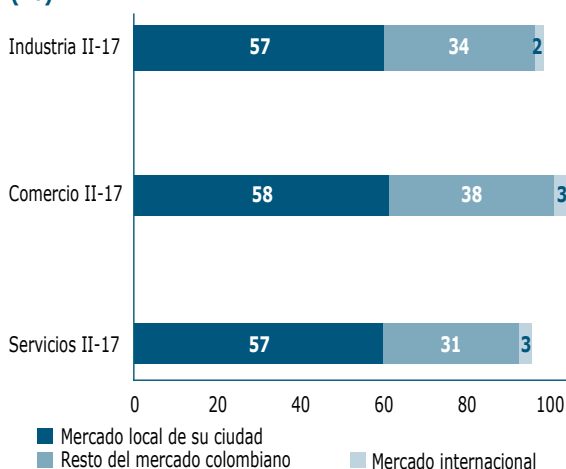


Gráfico 49. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

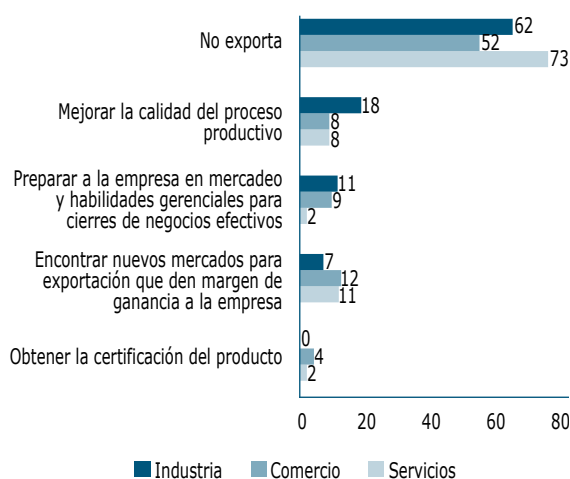
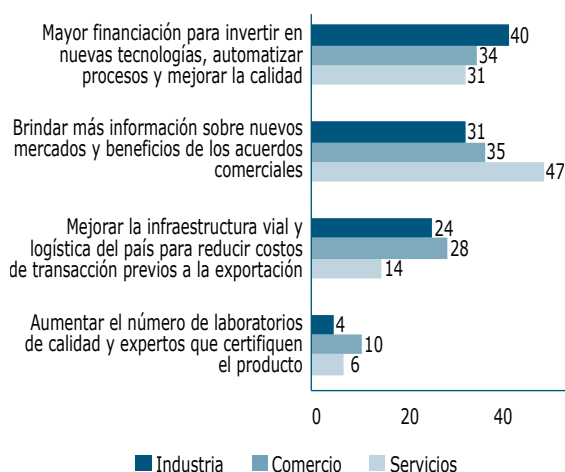


Gráfico 50. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



que ver con: mejorar la calidad del proceso productivo (18% industria, 8% comercio y 8% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (11% industria, 9% comercio y 2% servicios); encontrar nuevos mercados para exportación con márgenes de ganancia (7% industria, 12% comercio y 11% servicios); y obtener la certificación del producto (0% industria, 4% comercio y 2% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Buenaventura, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (40% industria, 34% comercio y 31% servicios), seguido de brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (31% industria, 35% comercio y 47% servicios), y mejorar la infraestructura vial-logística del país (24% industria, 28% comercio y 14% servicios), ver gráfico 50.

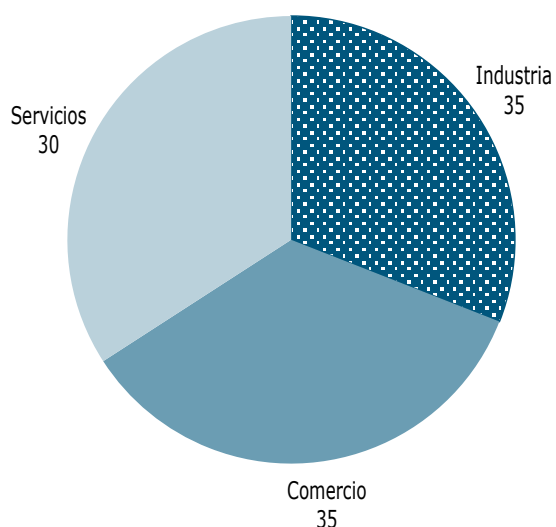


LA GRAN ENCUESTA PYME

VALLE DEL CAUCA

BUGA

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

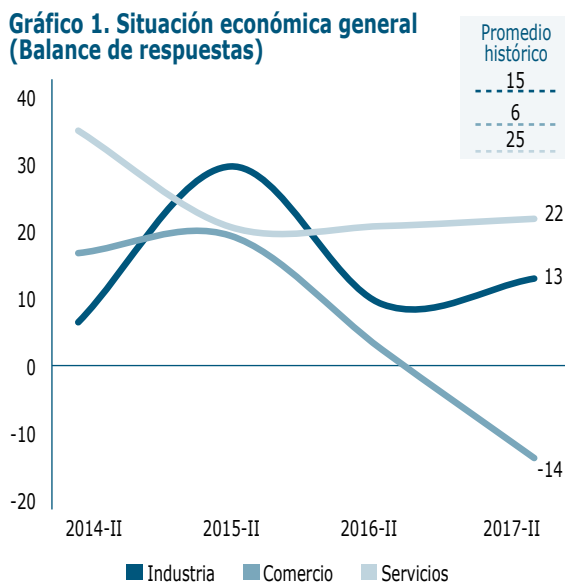
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Buga se incrementó a niveles del 13% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 9% un año atrás y 15%

del promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (31% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), que compensaron el crecimiento de la porción que vio deterioros en dicho rubro (18% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Buga).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Por su parte, en lo concerniente a ventas, se observó estabilidad en el balance de respuestas manteniéndose en niveles del 8% durante el segundo semestre de 2017. Allí se anularon los efectos encontrados referentes a: i) el incremento en la porción de empresarios con aumentos en sus ventas (32% en 2017-II vs. 26% en 2016-II); y ii) el crecimiento en la porción de la muestra con disminuciones de ventas (23% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales (58%) encuestadas estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

En el volumen de pedidos se dio una leve recuperación en el balance de respuestas hacia el 10% en el segundo semestre de 2017 (vs. 8% un año atrás y

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

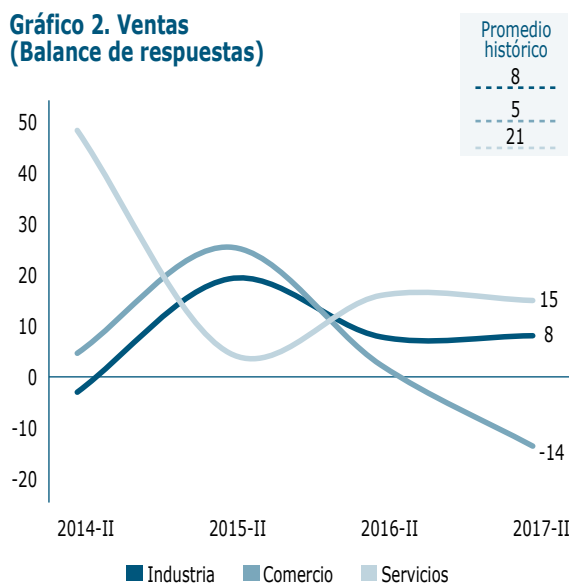
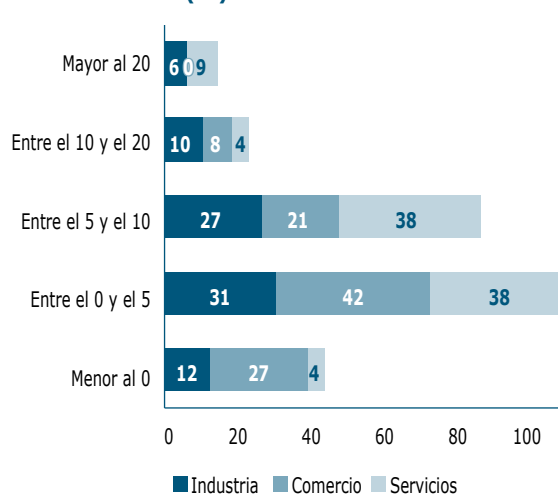


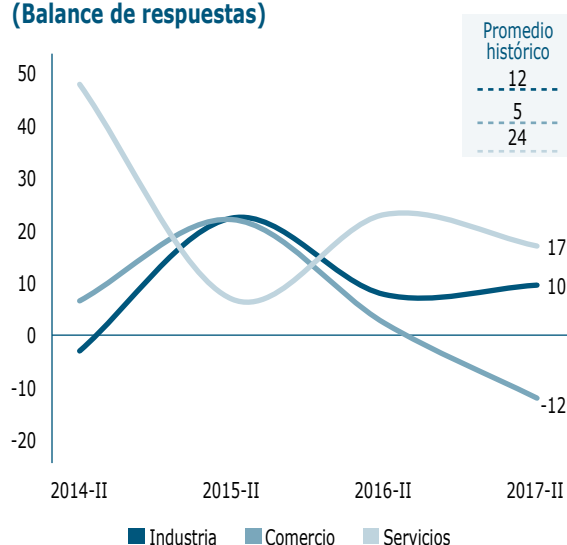
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



12% de su promedio histórico). Allí primó el incremento en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (29% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), contrarrestando el efecto de empresarios con descensos en dicha variable (19% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 79% de los casos durante 2017-II (vs. 85% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (15%) o excesivas (5%), ver gráfico 5.

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

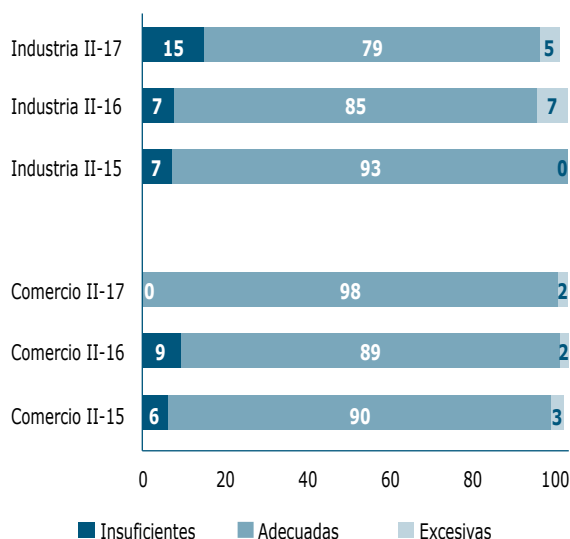


Las condiciones en la demanda a las que se enfrentaron las Pymes industriales del municipio de Buga se han visto reflejadas en mayores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas de dicha variable repuntó a niveles del 16% en el segundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás), ver gráfico 6. Allí jugaron tanto el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (34% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como caídas en la porción de empresarios con contracciones en dicha variable (17% en 2017-II vs. 19% en 2016-II).

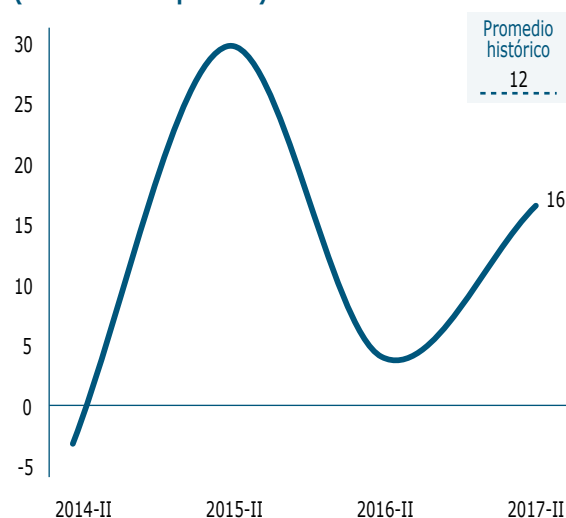
La Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) alcanzó niveles del 85% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 75% un año atrás), ver gráfico 7. Ello fue suficiente para presionar al alza la inversión en maquinaria y equipo, pues su balance de respuestas alcanzó niveles del 23% (vs. 19% un año atrás). Esto último se explica por el aumento en la proporción de empresarios que incrementaron dicha inversión (34% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), lo cual compensó el aumento de aquellos empresarios que las redujeron (11% en 2017-II vs. 2% en 2016-II). Con la comentada recuperación, el balance de respuestas de inversión en maquinaria durante el segundo semestre de 2017-II se sitúa en su promedio histórico (23%), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó un descenso en su balance de respuestas hacia niveles del 14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 24% un año atrás). Ello obedeció a aumentos en la proporción de empresa-

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



rios que experimentaron disminuciones en costos (15% en 2017-II vs. 5% en 2016-II), pues la proporción de empresarios con expansiones en dicho rubro se mantuvo estable (29%), ver gráfico 9.

Dicho aumento en los pedidos y la producción, junto con la reducción en costos, implicó un repunte en los márgenes de los empresarios industriales de Buga. En efecto, el balance de respuestas del margen alcanzó niveles del 12% al corte del segundo semestre

de 2017 (vs. 5% un año atrás). Ello se dio tanto por expansiones en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (29% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), como por caídas de aquellos con reducciones en dicha variable (17% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se mantuvo estable a pesar de las condiciones previamente descritas, estabilizándose el balance de respuestas del número de trabajadores

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

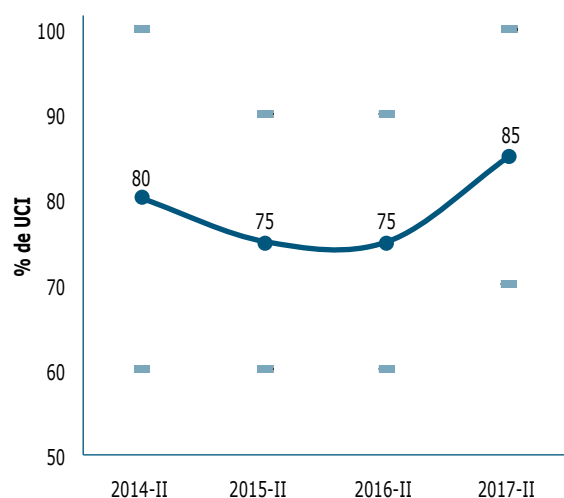


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

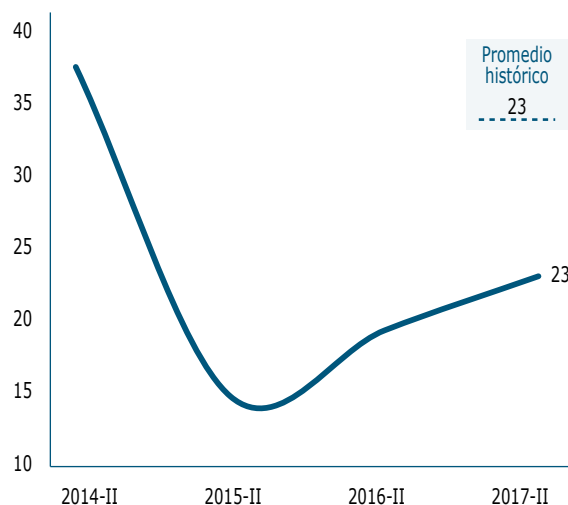


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

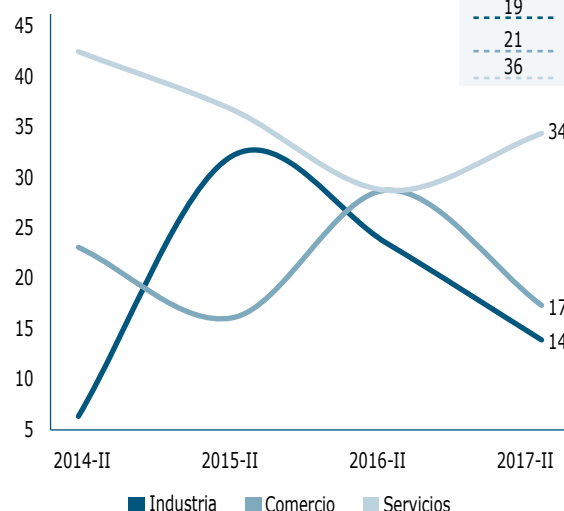
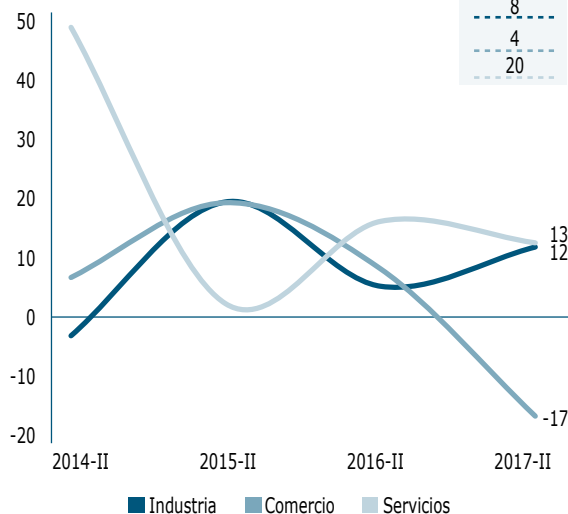


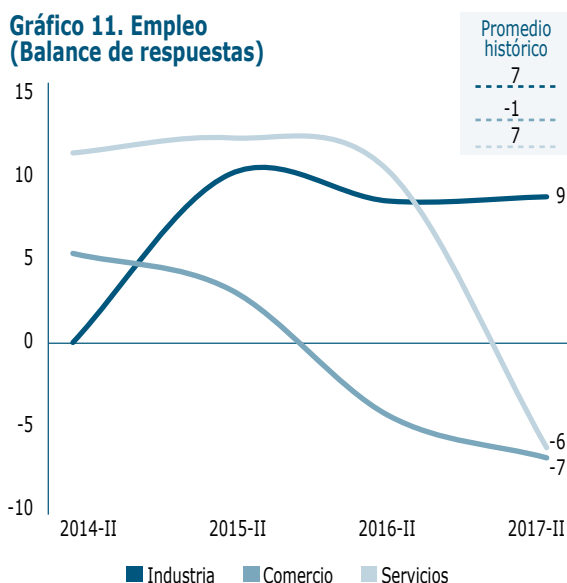
Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



contratados en el 9% durante el segundo semestre de 2017. Allí se anularon los efectos provenientes de: i) incrementos en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (26% en 2017-II vs. 10% en 2016-II); y ii) incrementos en la proporción de aquellos que destruyeron puestos de trabajo (17% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Buga, la mayoría (96%) ex-

**Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)**



presó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (4%).

Los principales problemas para el sector industrial de Buga siguieron siendo los altos impuestos (40%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 25% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocupó la falta de demanda, su prevalencia disminuyó hacia el 16% de la muestra (vs. 24% un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron "otros problemas" (11% en 2017-II vs. 4% en 2016-II) y la tasa de cambio (7% en 2017-II vs. 4% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Buga fueron los cuellos de botella para satisfacer la demanda (0% en 2017-II vs. 2% en 2016-II) y la rotación de cartera (4% en 2017-II vs. 6% en 2016-II).

• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Buga se deterioró hacia niveles del -14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás y +6% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a la caída en la proporción de comerciantes Pyme con incrementos en dicha variable (18%

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

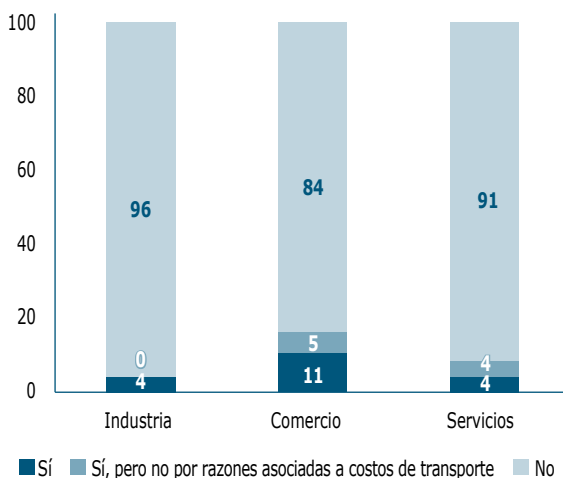
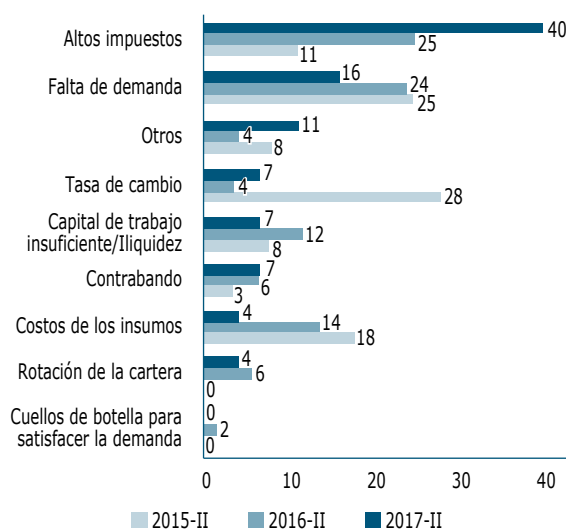


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



en 2017-II vs. 29% en 2016-II), como a incrementos en el porcentaje de empresarios con deterioros (32% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 1.

A diferencia del sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, deteriorándose hacia el -14% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás). Dicho deterioro obedeció tanto a disminuciones en la proporción de comerciantes que experimentaron aumentos en sus ventas (18% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), como a incrementos en el porcentaje de comerciantes con deterioros en dichas ventas (32% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (63%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del -12% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás y 5% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a caídas en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (17% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), como a crecimientos en los comerciantes con contracciones en dicha variable (30% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 98% de los casos durante 2017-II (vs. 89% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (0%) o excesivas (2%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se redujo al 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 29% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el aumento en la proporción de comerciantes con disminuciones en sus costos de ventas (15% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), como por las disminuciones en la proporción de comerciantes con aumentos en dicha variable (32% en 2017-II vs. 37% en 2016-II).

Dicha baja demanda, a pesar de la disminución en los costos, implicó deterioros en los márgenes de los comerciantes de Buga. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del -17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +8% un año atrás). Ello se dio tanto por aumen-

tos en la proporción de empresarios que experimentaron descensos en sus márgenes (32% en 2017-II vs. 14% en 2016-II), como por reducciones de aquellos con expansiones en dicha variable (15% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 10.

Asimismo, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Buga se deterioró hacia niveles del -7% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -4% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que redujeron el número de trabajadores (23% en 2017-II vs. 14% en 2016-II). Ello compensó el incremento de aquellos comerciantes que crearon puestos de trabajo (16% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 11.

En línea con la menor demanda, se dieron deterioros en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del -14% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. +4% un año atrás). Ello se dio tanto por incrementos en la proporción de comerciantes con menores superficies (30% en 2017-II vs. 18% en 2016-II), como a reducciones en aquellos comerciantes con aumentos en dicha variable (15% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 14.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Buga, la mayoría (84%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12). Las empresas comercia-

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

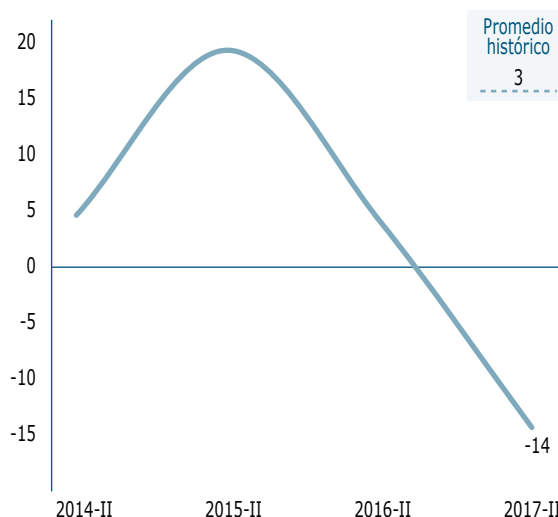
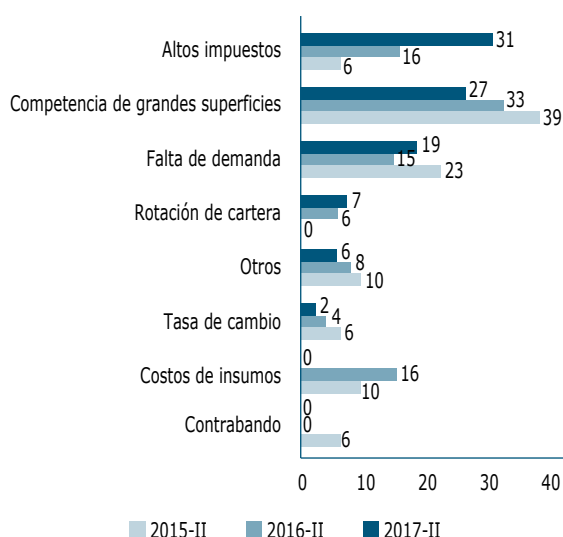


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

les que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (11%) y otras razones (5%).

Las Pymes comerciales de Buga identificaron los altos impuestos como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (31% vs. 16% un año atrás). A ello le siguieron la competencia con grandes superficies (27% en 2017-II vs. 33% en 2016-II) y la falta de demanda (19% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en el sector industrial de Buga, los empresarios del sector de servicios vieron una leve recuperación en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello ocurrió por disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con peores lecturas (17% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), las cuales compensaron las disminuciones en la porción de aquellos con mejoras en dicha variable (39% en 2017-II vs. 41% en 2016-II), ver gráfico 1.

Por el contrario, los empresarios de servicios experimentaron leves deterioros en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el 15% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás). Dicho deterioro obedeció a aumentos en la

proporción de empresarios de servicios con disminuciones en sus ventas (24% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), las cuales compensaron el incremento del porcentaje de empresarios de servicios con expansiones en dichas ventas (39% en 2017-II vs. 36% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, la mayoría (76%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Buga, disminuyendo su balance de respuestas hacia niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 24% un año atrás y 24% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los empresarios con disminuciones en sus pedidos (24% en 2017-II vs. 13% en 2016-II), los cuales compensaron los incrementos en aquellos con aumentos en dicha variable (41% en 2017-II vs. 37% en 2016-II), ver gráfico 4.

Ahora bien, los empresarios Pyme del sector de servicios de Buga observaron un incremento en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 34% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 29% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció principalmente a un incremento en la porción de empresarios que reportaron aumentos en dichos costos (48% en 2017-II vs. 44% en 2016-II), a lo que se sumó el moderado efecto de la disminución en la porción que reportó descensos en dicha variable (13% en 2017-II vs. 15% en 2016-II).

Con el deterioro de las variables anteriores, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del 13% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 16% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se dio por un incremento en los empresarios de servicios con disminuciones en sus márgenes (24% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), lo cual compensó el leve crecimiento de la porción de la muestra con expansiones en dicho rubro (37% en 2017-II vs. 36% en 2016-II).

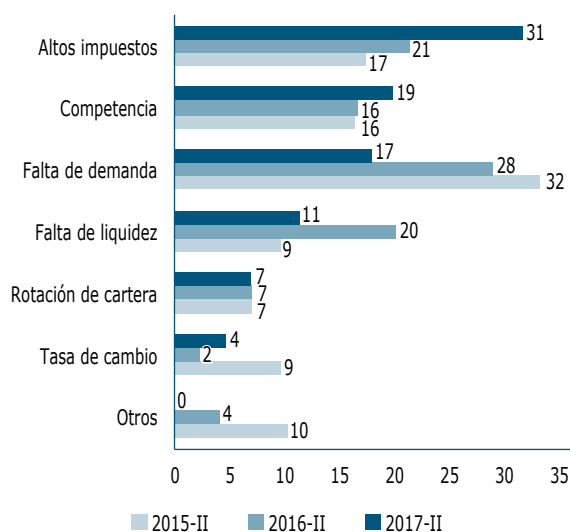
Asimismo, se evidenció una caída del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Buga hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +10% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a aumentos en la porción de la muestra con decrecimientos en los puestos de trabajo (20% en 2017-II vs. 7% en 2016-II), como a la disminución de la proporción de empresarios de servicios que au-

mentaron el número de trabajadores (13% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Buga, la mayoría (91%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (4%) y otras razones (4%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Buga para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (31% en 2017-II vs. 21% en 2016-II). A ello le siguieron las dificultades relacionadas con la competencia (19% en 2017-II vs. 16% en 2016-II) y la falta de demanda (17% en 2017-II vs. 28% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (4% en 2017-II vs. 2% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

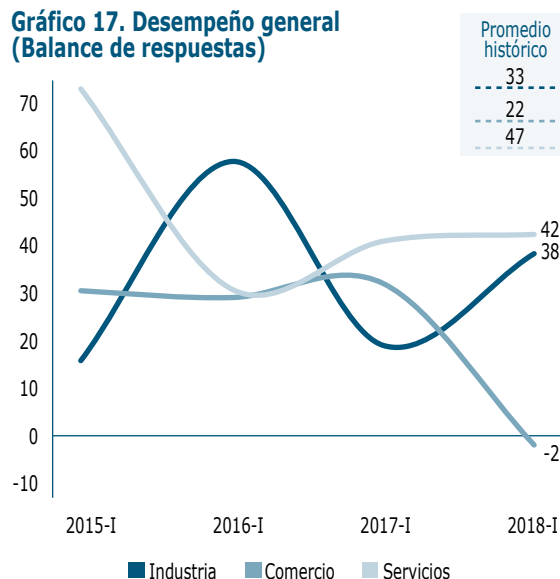
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas de la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 38% para el primer semestre de 2018 (vs. 19% un año atrás). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de empresarios con aumentos en dicha variable (55% en 2018-I vs. 37% en 2017-I), a lo cual se sumó el leve decrecimiento de los empresarios con deterioros en sus expectativas (17% en 2018-I vs. 18% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una disminución en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (6% vs. 27% un año atrás), ver gráfico 17.

Por el contrario, las perspectivas acerca del volumen de producción disminuyeron levemente en su balance de respuestas hacia niveles del 22% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás). Ello se dio por incrementos en la porción de empresarios que esperaban disminuciones en su producción (15% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), lo cual compensó el incremento de la porción de

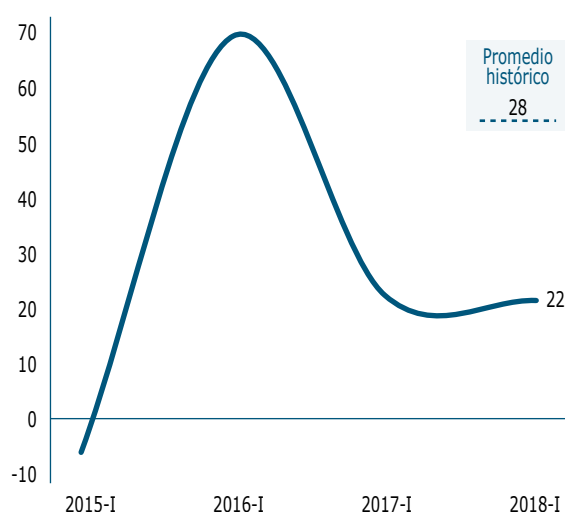
encuestados que preveían expansiones en dicha variable (37% en 2018-I vs. 34% en 2017-I), ver gráfico 18.

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



De manera similar a lo ocurrido con la situación general, se observaron leves repuntes en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 27% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás y 28% del promedio histórico). Ello se explica por el aumento en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (42% en 2018-I vs. 33% en 2017-I), lo cual compensó los incrementos en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (15% en 2018-I vs. 11% en 2017-I), ver gráfico 19.

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



Asimismo, el balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se incrementó a niveles del 26% para el primer semestre de 2018 (vs. 17% un año atrás). Ello se dio tanto por el efecto del incremento en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (35% en 2018-I vs. 30% en 2017-I), como por la caída en la porción de la muestra que veía contracciones en dicha variable (9% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

A diferencia de lo ocurrido en industria, el balance de respuestas acerca de las expectativas sobre el desempeño general de los comerciantes se redujo hacia el -2% en el primer semestre de 2018 (vs. +32% un año atrás). Ello obedeció tanto al crecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban un deterioro en su situación general (29% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), como a la caída de la porción de comerciantes que esperaban mejoras en dicha situación (27% en 2018-I vs. 48% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado por valores del 17% de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 15% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió con el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, reduciéndose su balance de respuestas hacia el 4% en el primer semestre de 2018 (vs. 9% un año atrás y 19%

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

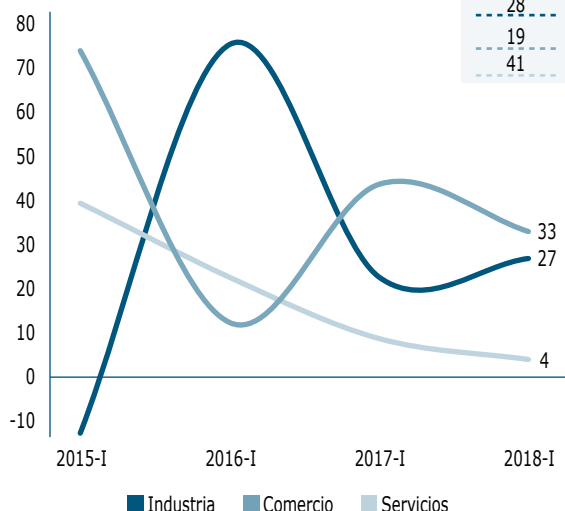
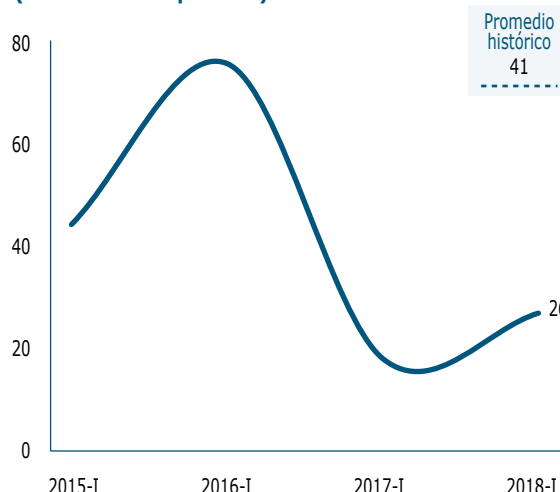


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



del promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban disminuciones en pedidos (28% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), lo cual compensó el crecimiento de la porción de encuestados que preveían ascensos en dicha variable (32% en 2018-I vs. 30% en 2017-I), ver gráfico 19.

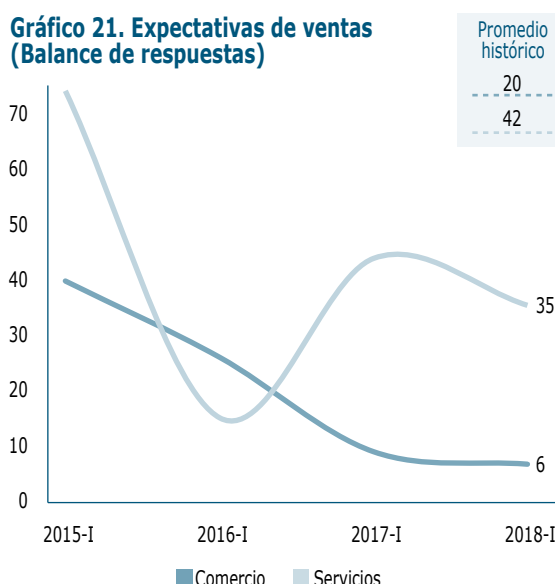
En lo referente a ventas, también se evidenciaron contracciones en el balance de expectativas hacia niveles del 6% en el primer semestre de 2018 (vs. 9% un año atrás y 20% del promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en la porción de empresarios que esperaban descensos en ventas (28% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), los cuales compensaron el crecimiento en la porción de encuestados que preveían ascensos en dicha variable (35% en 2018-I vs. 30% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en la industria, el sector Pyme de servicios de Buga experimentó leves mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas de situación general hacia niveles del 42% para el primer semestre de 2018 (vs. 41% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (57% en 2018-I vs. 52% en 2017-I), lo cual compensó el ascenso en la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación (15% en 2018-I vs. 11% en 2017-I). Ello vino acompañado de contracciones en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (9% en 2018-I vs. 11% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Buga, su balance de respuestas se re-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



dujo hacia el 33% en el primer semestre de 2018 (vs. 44% un año atrás y 41% del promedio histórico). Allí confluyeron los efectos referentes a: i) reducciones en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (50% en 2018-I vs. 57% en 2017-I); y ii) ascensos en la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (17% en 2018-I vs. 13% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas sobre las perspectivas de ventas del sector servicios cayó hacia niveles del 35% para el primer semestre de 2018 (vs. 44% un año atrás y 42% de su promedio histórico). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de encuestados que esperaban deterioros en ventas (17% en 2018-I vs. 13% en 2017-I), como a descensos en la porción de la muestra que preveía incrementos en dicho rubro (53% en 2018-I vs. 57% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Buga incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (38% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), comercio (35% en 2017-II vs. 26% en 2016-II) y servicios (28% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello

se vio acompañado de un ligero incremento en la tasa de aprobación en el sector de industria (95% en 2017-II vs. 91% en 2016-II), mientras que las aprobaciones disminuyeron en los sectores de comercio (79% en 2017-II vs. 100% en 2016-II) y servicios (92% en 2017-II vs. 94% en 2016-II), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Buga, el plazo solicitado preferido fue el crédito a largo plazo (59% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a mediano plazo (23% en 2017-II vs. 31% en 2016-II) y a corto plazo (6% en 2017-II vs. 30% en 2016-II). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos también se solicitó a largo plazo (47% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), seguido por el mediano plazo (25% en 2017-II vs. 38% en 2016-II) y el corto plazo (9% en

2017-II vs. 39% en 2016-II). En los empresarios de servicios, los plazos preferidos fueron el largo plazo (42% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), empatado con el mediano plazo (42% en 2017-II vs. 36% en 2016-II) y seguidos por el corto plazo (16% en 2017-II vs. 7% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición similar. En la industria Pyme de Buga (59% en 2017-II vs. 39% en 2016-II), en el comercio (47% en 2017-II vs. 22% en 2016-II) y en los servicios (58% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), el plazo prevalente fue el largo plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron descensos en los sectores de industria (81% en 2017-II vs. 93% en 2016-II) y comercio (60% en 2017-II vs. 84% en 2016-II), mientras en el sector de servicios dicho calce se incrementó levemente (83% en 2017-II vs. 82% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Buga.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados al sector de industria (74% en 2017-II vs. 44% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017. En el caso de los sectores de comercio (53% en 2017-II vs. 35% en 2016-II) y servicios (79% en 2017-II vs. 9% en

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

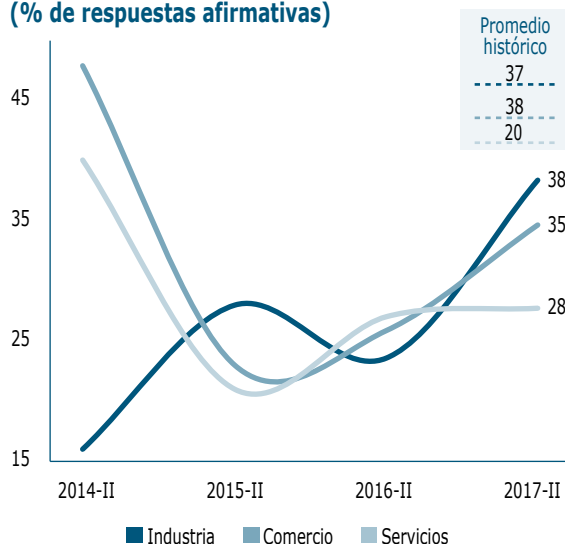


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

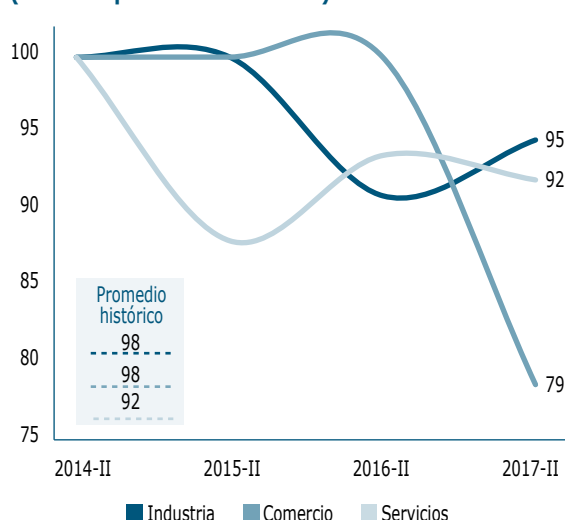
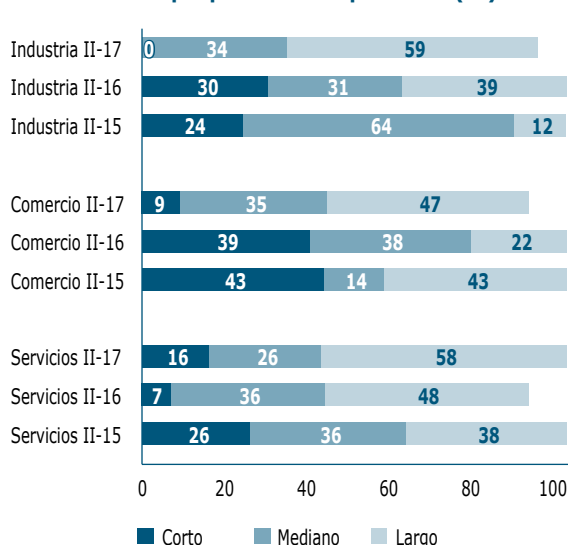
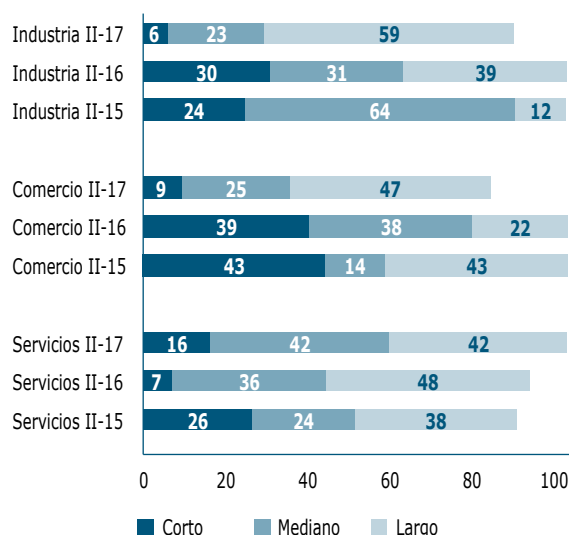


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



2016-II) dicho rango fue entre DTF +4 y +8 puntos, ver gráficos 27, 28 y 29. La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se incrementó en los casos de industria (64% en 2017-II vs. 56% en 2016-II) y servicios (68% en 2017-II vs. 66% en 2016-II). Por el contrario, dicha satisfacción disminuyó en el caso del comercio (42% en 2017-II vs. 62% en 2016-II), ver gráfico 30.

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



Una parte importante de las Pymes de industria (53%) usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, seguidas por las que invirtieron los recursos en la consolidación del pasivo (29%), ver gráfico 31. En el caso del comercio, el principal destino de los recursos fue la consolidación del pasivo (71%), seguido por el capital de trabajo (65%), mientras que, en los servicios, los recursos se invir-

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

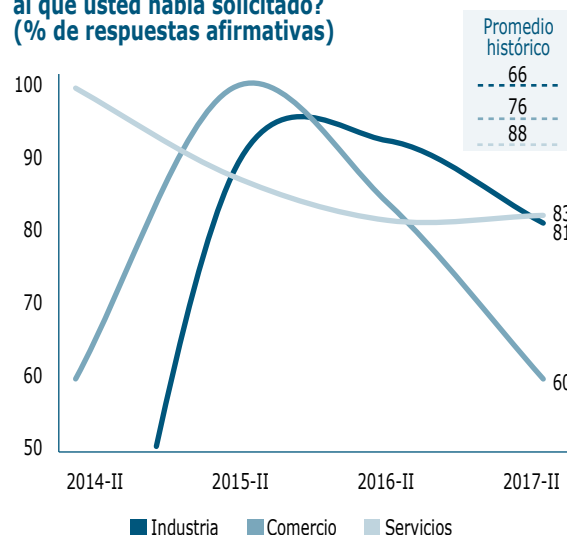


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

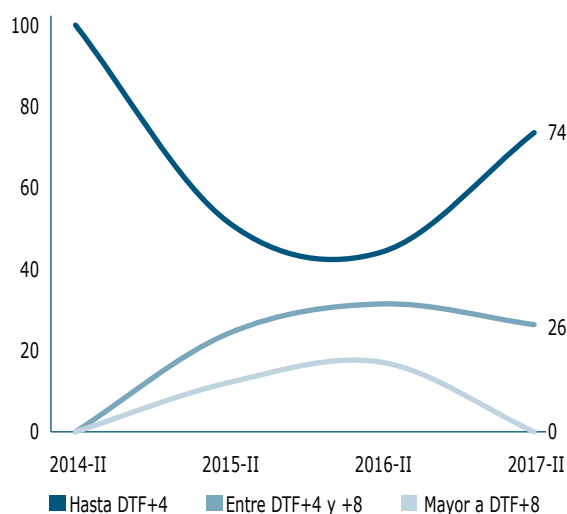
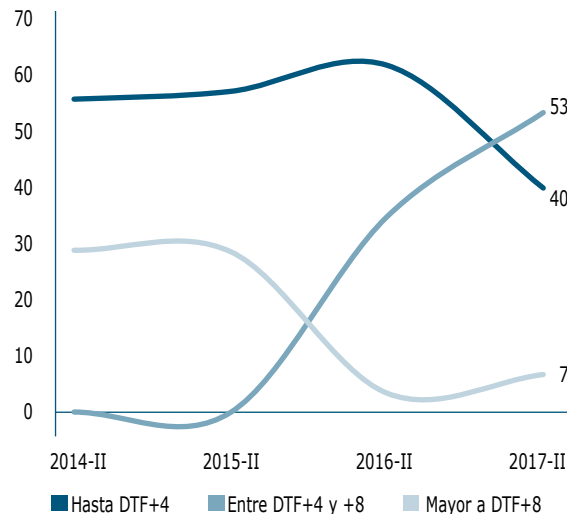


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



tieron en capital de trabajo (58%), y remodelaciones y adecuaciones (40%).

Una parte importante de las Pymes de industria (41%), comercio (27%) y servicios (32%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector

industrial (26%) y de comercio (32%), mientras que para el sector de servicios la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios (37%). A ello le siguieron los recursos propios para las Pymes de industria (20%) y comercio (20%), y los proveedores para las de servicios (22%).

Se les preguntó a los empresarios de Buga si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private*

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

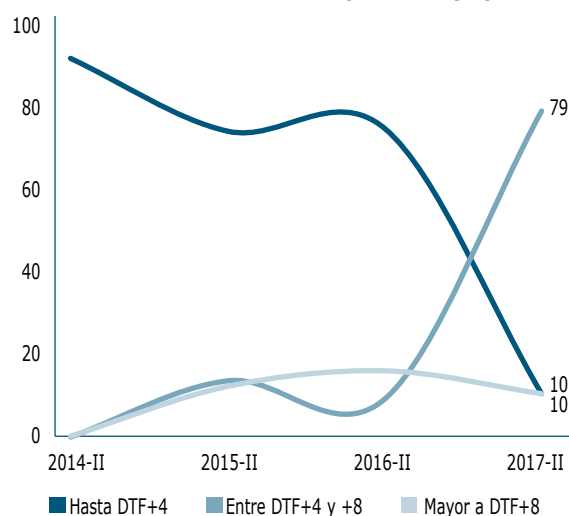


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

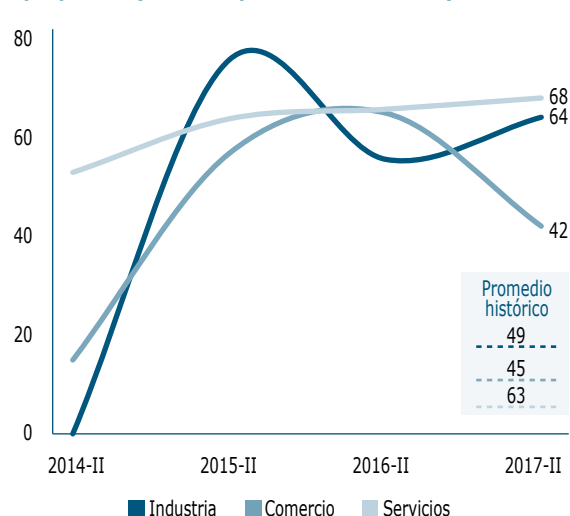


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

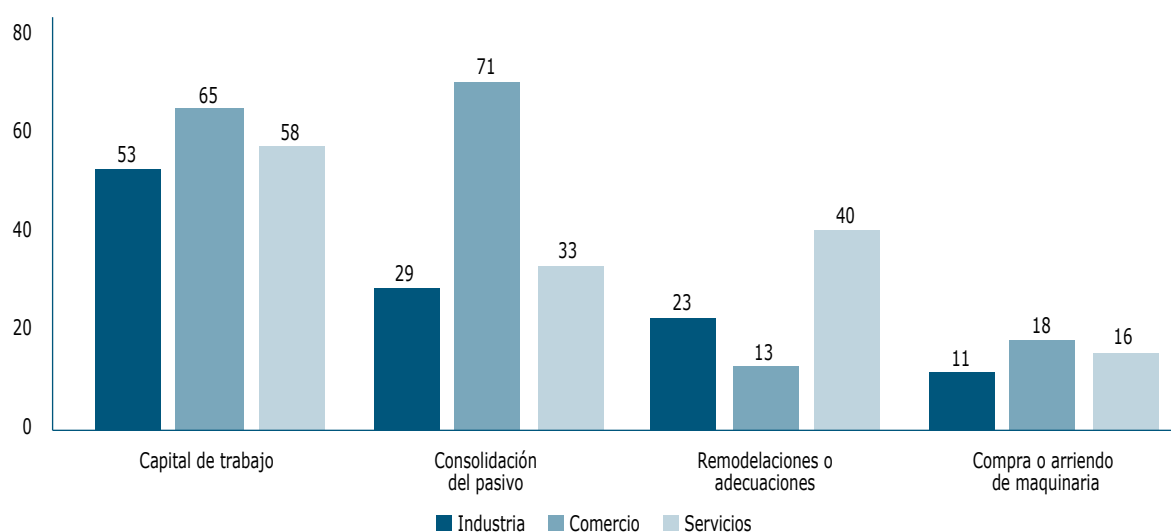
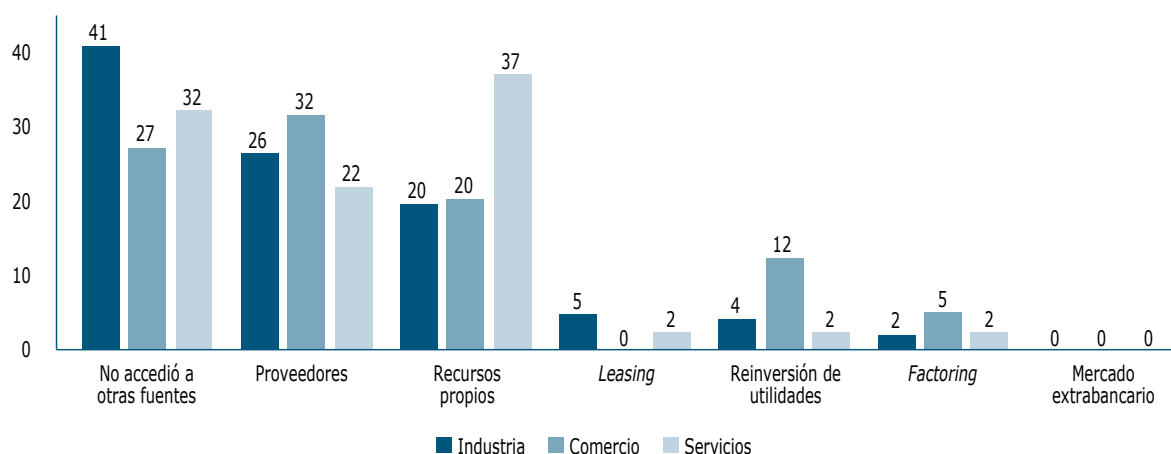
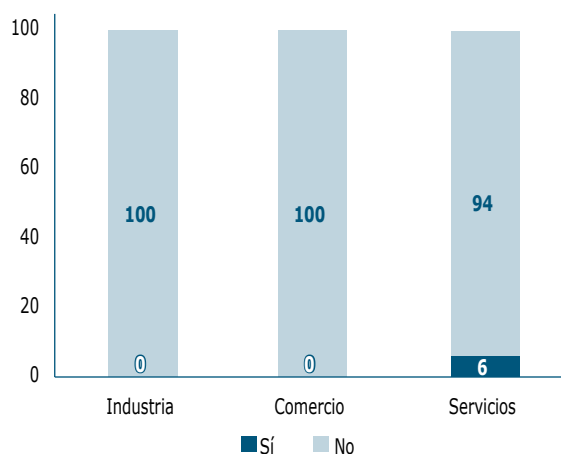
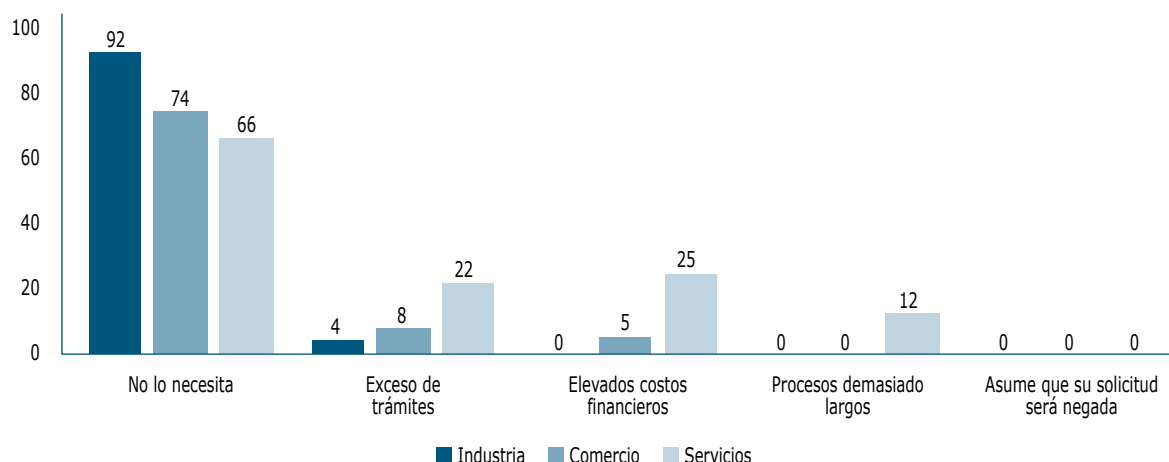


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**

equity) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (100% industria-comercio y 94% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Buga no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (92% industria, 74% comercio y 66% servicios). La segunda razón en los sectores de industria y comercio está asociada al exceso de trámites (4% industria y 8% servicios), mientras que en el sector de servicios dicho segundo lugar lo ocuparon los elevados costos financieros (25%), ver gráfico 34.

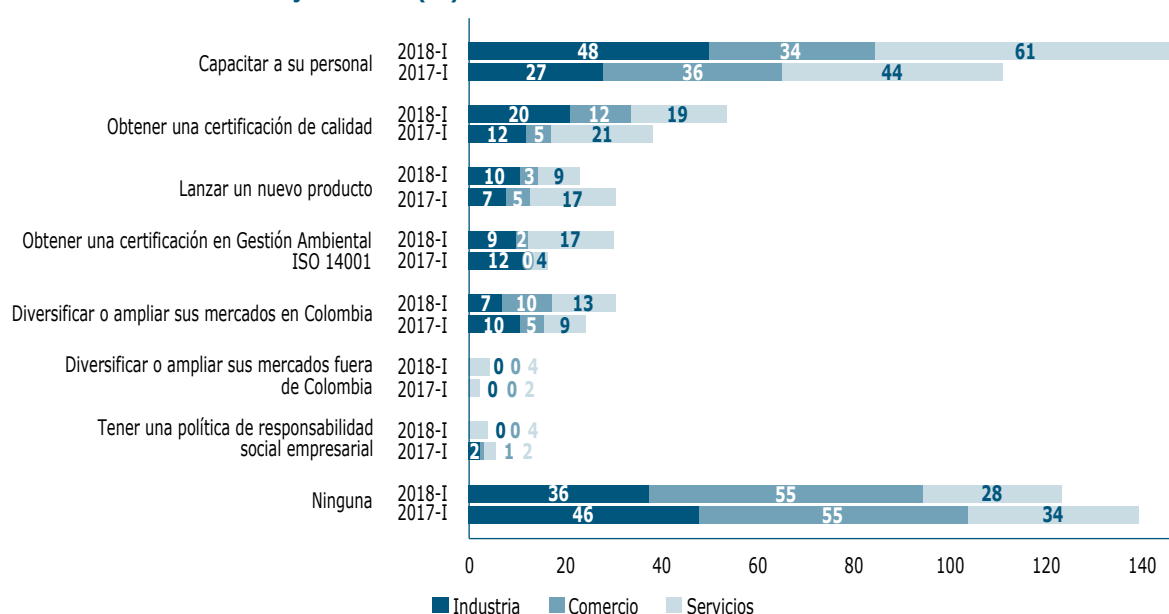
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Buga fue capacitar al personal (48% industria, 34% comercio y 61% servicios). En segundo lugar, se situó obtener una certificación de calidad (20% industria, 12% comercio y 19% servicios), ver gráfico 35. El porcenta-

je de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en los sectores de industria (36% en 2018-I vs. 46% en 2017-I) y servicios (28% en 2018-I vs. 34% en 2017-I). En cambio, dicha proporción se mantuvo estable en el sector de comercio (55%).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Buga tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (100% en 2017-II vs. 86% en 2016-II), comercio (100% en 2017-II vs. 89% en 2016-II) y servicios (95% en 2017-II vs. 89% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con alcaldías (14% industria, 12% comercio y 21% servicios), gremios (7% industria, 4% comercio y 23% servicios) y entidades del Gobierno Nacional (7% industria, 3% comercio y 5% servicios).

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (79% en 2017-II vs. 69% en 2016-II), comercio (71% en 2017-II vs. 50% en 2016-II) y servicios (77% en 2017-II vs. 51% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de conocer nuevos procesos o mercados (9% industria, 16% comercio y 10% servicios), mejorar relaciones comerciales (2% industria, 13% comercio y 18% servicios), e incursionar en nuevos mercados (2% industria, 7% comercio y 18% servicios).

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%)**Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)**

PREGUNTAS COYUNTURALES

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,

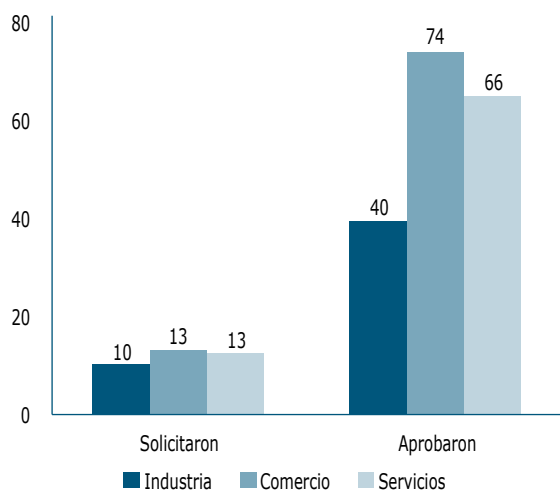
junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (10% industria y 13% comercio-servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente elevado en los tres macrosectores (40% industria, 74% comercio y 66% servi-

cios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (68% industria, 90% comercio y 88% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores le siguieron los elevados costos de asesoría (12% industria, 0% comercio y 3% servicios), el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (10% industria, 6% comercio y 3% servicios), el exceso de trámites (9% industria, 1% comercio y 3% servicios) y el temor a desmejorar las calificaciones crediticias (0% industria y 3% comercio-servicios).

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo menos de una quinta parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (13% industria-comercio y 9% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente informales en el caso del sector industrial (64%), y formales en los sectores de comercio (54%) y servicios (75%), ver gráfico 41. En los sectores de industria y servicios, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato por prestación de servicios (48% industria y 50% servicios), seguido de contratos a término fijo (36% industria y 25% servicios) y a término indefinido (16% industria y 25% servicios). En el caso del comercio, dichas contrataciones se hicieron mayoritariamente mediante contratos a término fijo (46%), seguido por contratos a término indefinido (27%) y por prestación

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

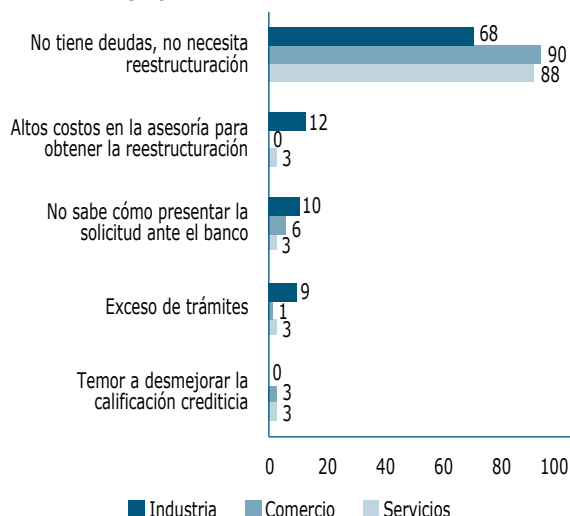


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

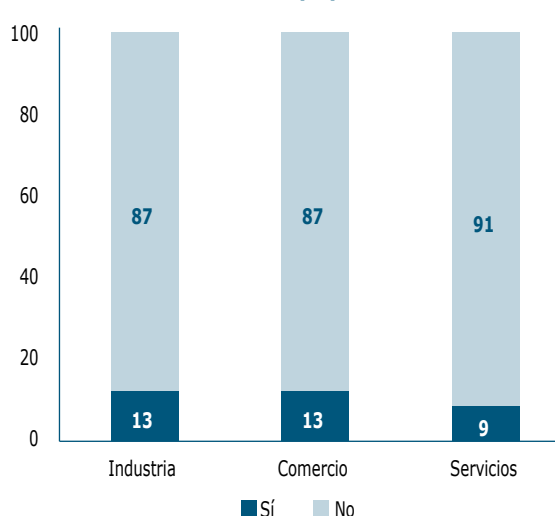
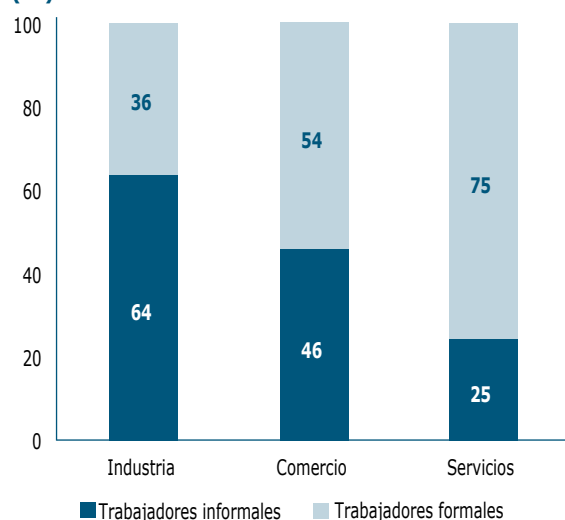
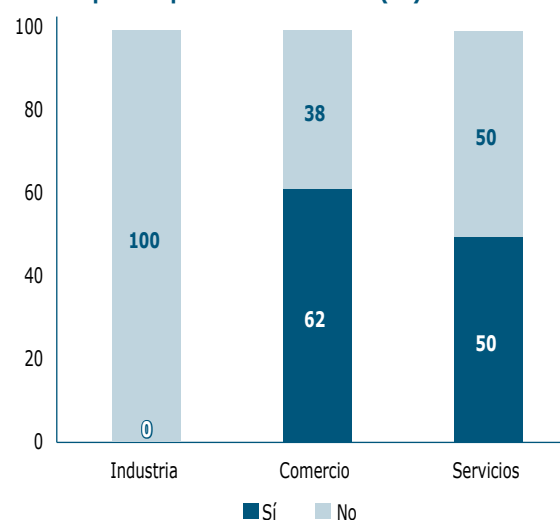
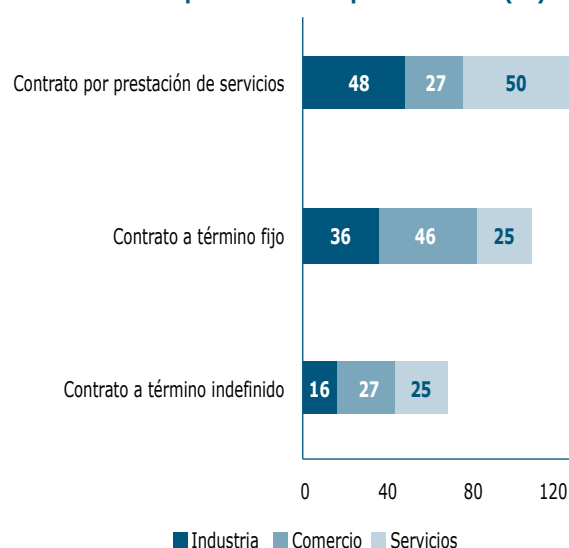


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)**Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)****Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)**

de servicios (27%), ver gráfico 42. Finalmente, sobre los salarios que devengaban los trabajadores venezolanos frente a sus pares colombianos, el sector industrial afirmó que el 100% recibía salarios equivalentes, el sector comercio respondió que solo un 38% pagaba los mismos salarios y el sector servicios el 50% (ver gráfico 43).

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (67% industria, 87% comercio y 85% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (18% industria, 5% comercio y 4% servicios), consultorías (7% industria, 3% comercio, 4% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (3% industria, 1% comercio y 2% servicios).

Al margen de dicha baja penetración de servicios no financieros en las Pymes encuestadas, porciones significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Buga mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (23%) y la identificación de oportunidades de diversificación de productos (22%). Por su parte, los sectores de comercio y servicios centraron su interés en la información de mercados potenciales (34% comercio y 41% servicios), seguida de la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (21% comercio y 31% servicios).

Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

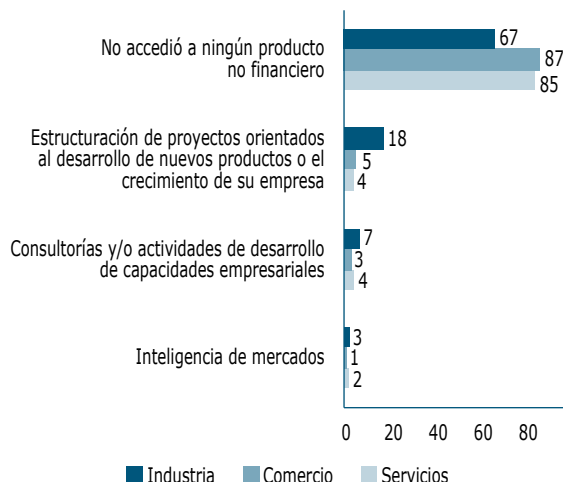
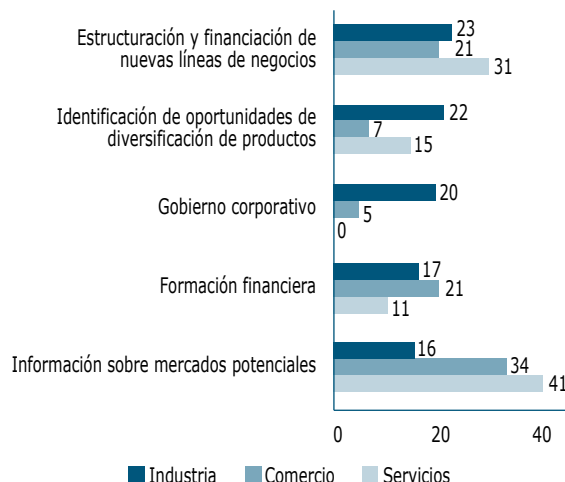


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)

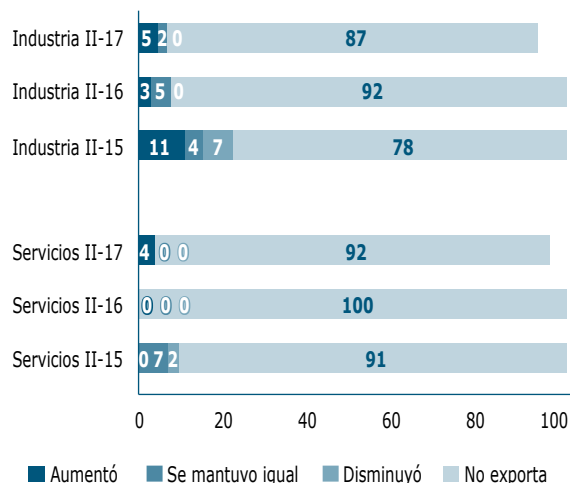


COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 87% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 92% un año atrás). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se observaron crecimientos en la proporción con incrementos en sus exportaciones (5% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), y estabilidad en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (0%, inalterado frente un año atrás).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se redujo hacia el 92% de la muestra durante el segundo semestre de 2017 (vs. 100% un año atrás). Similar al sector industrial, en servicios se incrementó la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (4% en 2017-II vs. 0% en 2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo estable (0%).

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

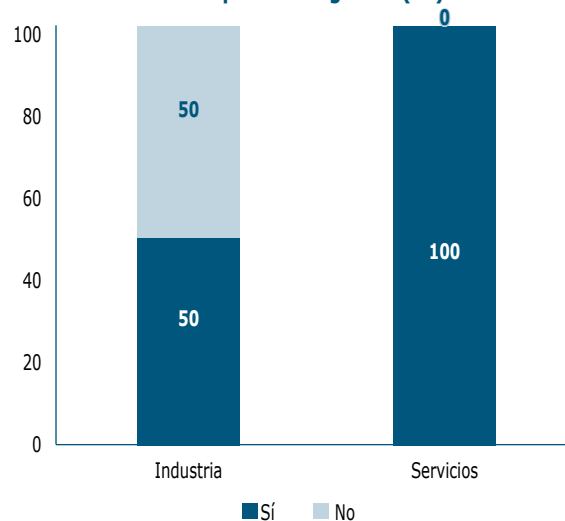


La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (63%), seguido de considerar que no tienen productos exportables (10%) y la falta de información sobre potenciales mercados-productos (10%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (71%), seguido por la ausencia de interés en exportar (17%) y falencias

Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

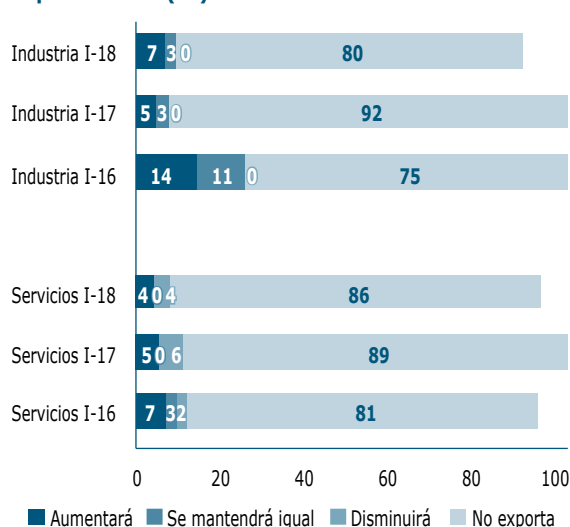


de información (5%). Nótese cómo todo lo anterior es consistente con la ausencia de planes de internacionalización en la mitad de la muestra encuestada de industria (50%), mientras que la totalidad de la muestra de servicios (100%) cuenta con dichos planes (ver gráfico 48).

Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Buga. El gráfico 49 muestra cómo un 80% de las Pymes industriales no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 92% un año atrás). Ello fue consistente con el aumento en la porción de empresarios Pyme que preveían incrementar sus ventas externas (7% en 2018-I vs. 5% en 2017-I), mientras que aquellos que esperaban disminuciones (0%) se mantuvieron inalterados frente a un año atrás. Algo similar ocurrió en el sector de servicios, pues el 86% de las Pymes de servicios no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 89% un año atrás). Por su parte, se evidencian descensos marginales en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (4% en 2018-I vs. 5% en 2017-I), aunque también se dio una leve disminución en aquellos que esperaban reducir sus niveles de ventas externas (4% en 2018-I vs. 6% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el

Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (74%), comercio (56%) y servicios (69%) de Buga se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación expor-

Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)

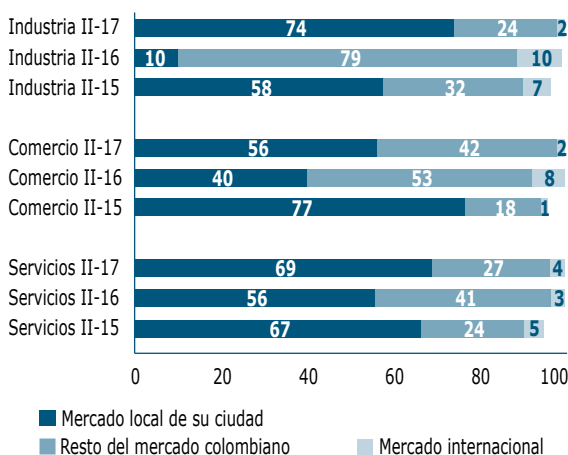


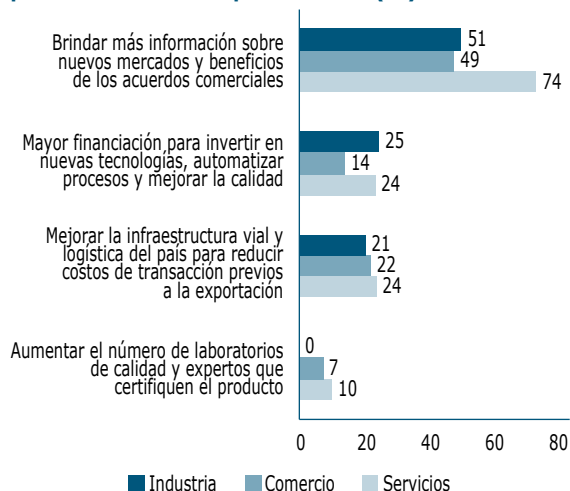
Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



tadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 60%-85% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan, se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados que den margen de ganancia a la empresa (16% industria, 2% comercio y 8% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (11% industria, 6% comercio y 4% servicios); obtener la certificación del producto (10% industria, 1% comercio y 0% servicios); y la preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (2% industria, 5% comercio y 2% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Buga, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar mayor información sobre nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (51% industria, 49% comercio y 74% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue mayor financiación para incrementar la productividad (25% industria, 14% comercio y 24% servicios), seguida por mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (21% industria, 22% comercio y 24% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (0% industria, 7% comercio y 10% servicios).

Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



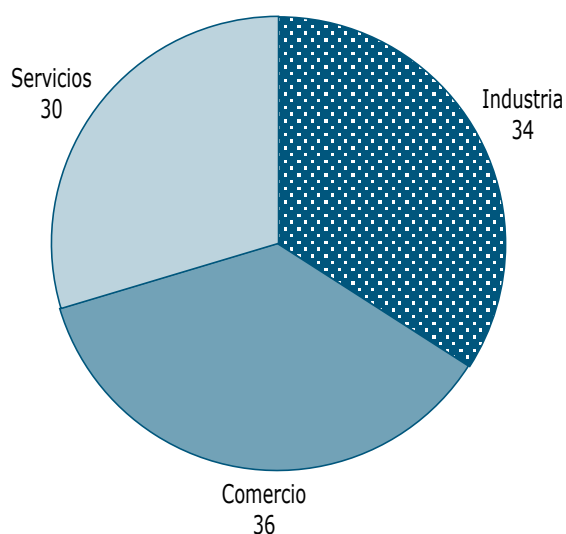


LA GRAN ENCUESTA PYME

VALLE DEL CAUCA

CARTAGO

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

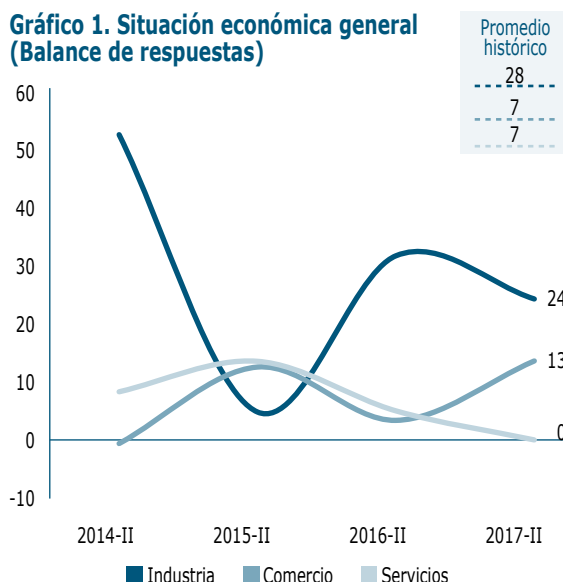
Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Cartago cayó hacia niveles del 24% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás y 28%

del promedio histórico). Ello obedeció principalmente a incrementos en la porción de industriales con deterioros en su situación económica general (16% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), a lo que se sumó el descenso en la porción de empresarios que vieron mejoras en su situación económica (40% en 2017-II vs. 43% en 2016-II), ver gráfico 1 (sección Cartago).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



En lo concerniente a ventas, también se presentó un deterioro en el balance de respuestas hacia niveles del 22% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 25% un año atrás). Ello se debió al efecto del aumento en la porción de empresarios con descensos en sus ventas (19% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ya que la porción de empresarios con incrementos en sus ventas permaneció inalterada en el 41% (ver gráfico 2). En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (55%) estuvo en el rango del 5%-20% (ver gráfico 3).

Por su parte, el balance de respuestas acerca del volumen de pedidos prácticamente se mantuvo inalterado en niveles del 19% en el segundo semestre de

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

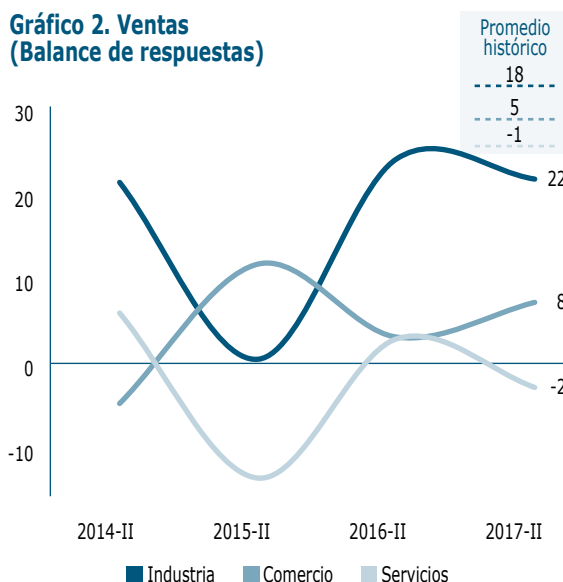
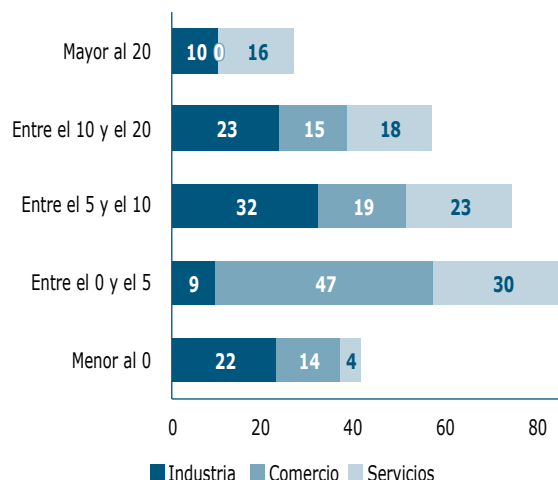


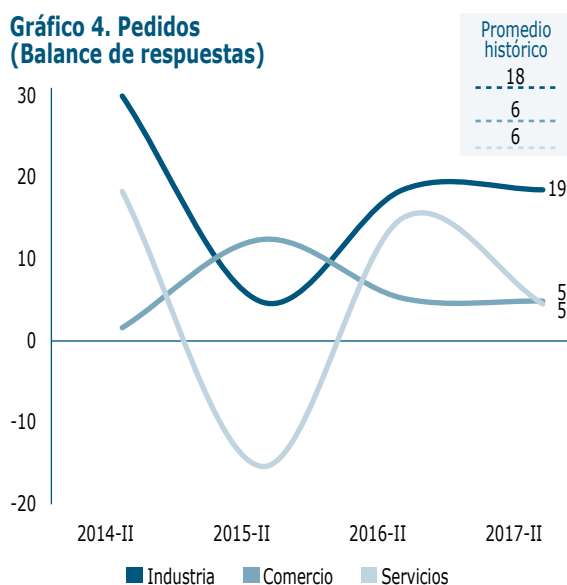
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



2017 (vs. 18% un año atrás y 18% de su promedio histórico). Allí se compensaron efectos contrarios provenientes de: i) el incremento en la proporción de empresarios industriales que vieron aumentar sus pedidos (37% en 2017-II vs. 28% en 2016-II); y ii) el aumento de empresarios con caídas en dicha variable (19% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 81% de los casos durante 2017-II

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



(vs. 72% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (10%) o excesivas (5%). Estos elevados niveles de ajuste de los inventarios reflejan un buen manejo del ciclo de demanda por parte de los empresarios (ver gráfico 5).

Esta coyuntura de menor demanda en las Pymes industriales de Cartago no se ha visto reflejada en menores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas acerca de dicha variable se aceleró hacia niveles del 19% en el segundo semestre de 2017 (vs. 10% un año atrás), ver gráfico 6. Allí primó el efecto del aumento en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (35% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), más que compensando el incremento de empresarios con descensos en dicha variable (16% en 2017-II vs. 11% en 2016-II).

Aun en una coyuntura de menor demanda, se ha observado un incremento en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) hacia niveles del 75% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 30% un año atrás), ver gráfico 7. Ello es consistente con el aumento en la inversión en maquinaria y equipo hacia valores del 30% en su balance de respuestas (vs. 25% un año atrás). Esto último se explica por incrementos en la proporción de empresarios que aumentaron dicha inversión (37% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ya que el porcentaje de empresarios con menores niveles de

Gráfico 5. Existencias (%)

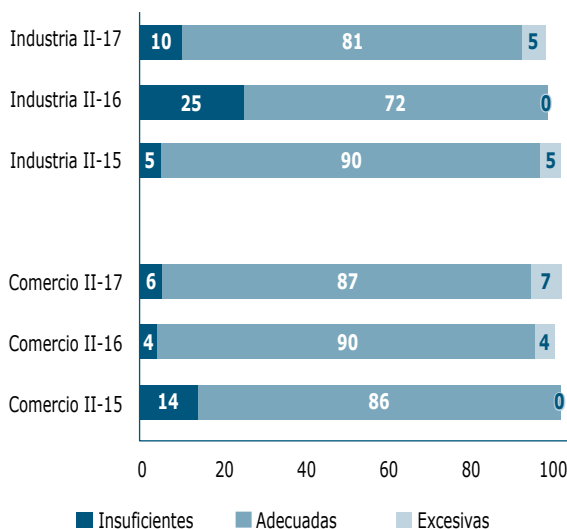
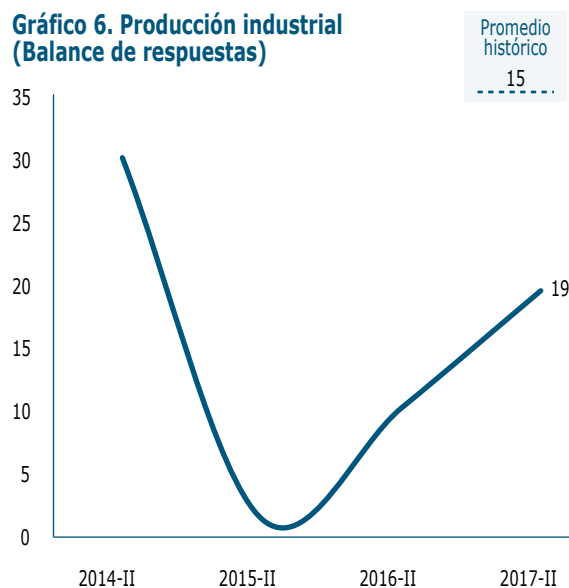


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



inversión en maquinaria y equipo permaneció inalterado en niveles del 7% (ver gráfico 8).

El nivel de costos presentó un descenso en su balance de respuestas hacia niveles del 26% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 33% un año atrás). Ello obedeció a incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron disminuciones en costos (12% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), pues la porción de empresarios con au-

mentos en dichos costos permaneció estable en el 39% (ver gráfico 9).

A pesar de dicha reducción de costos, la desaceleración de la demanda implicó que los márgenes de los empresarios industriales de Cartago permanecieran inalterados. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se mantuvo estable en niveles del 15% al corte del segundo semestre de 2017. Ello se dio por leves incrementos en la proporción de empresa-

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

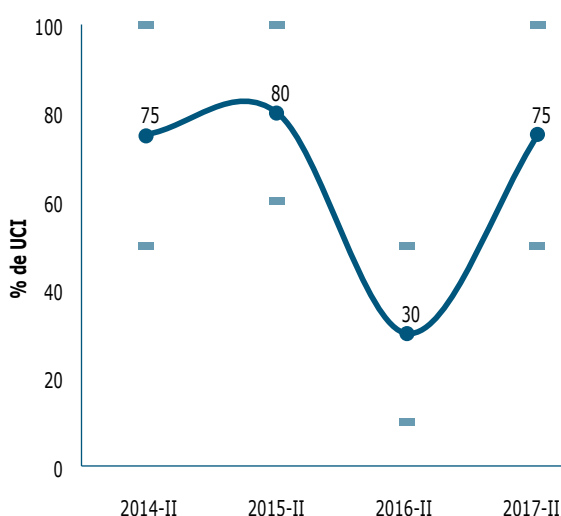


Gráfico 8. Sector industria:
inversión en maquinaria y equipo
(Balance de respuestas)

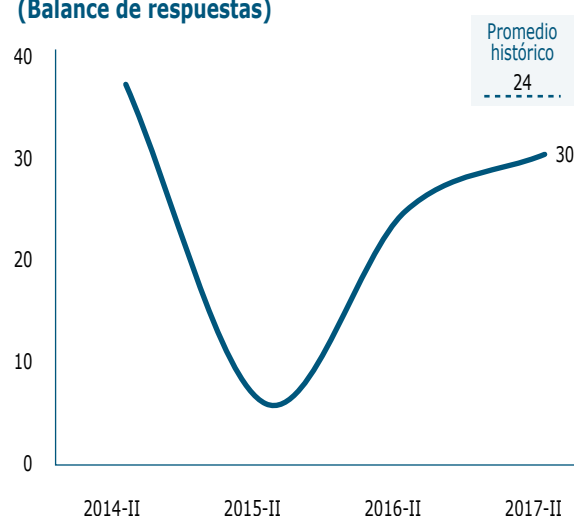


Gráfico 9. Costos
(Balance de respuestas)

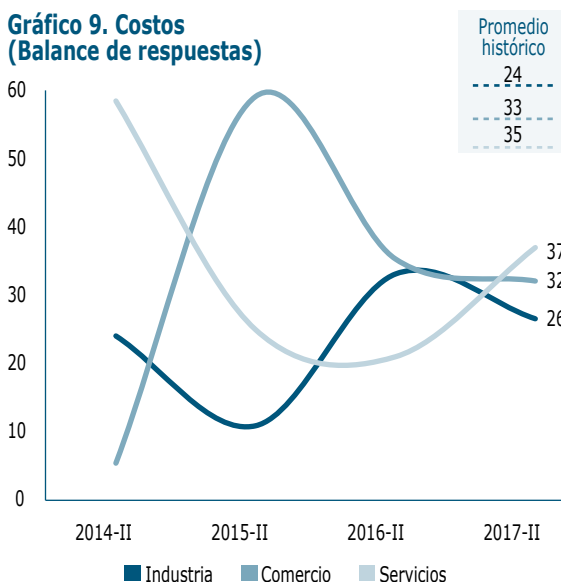
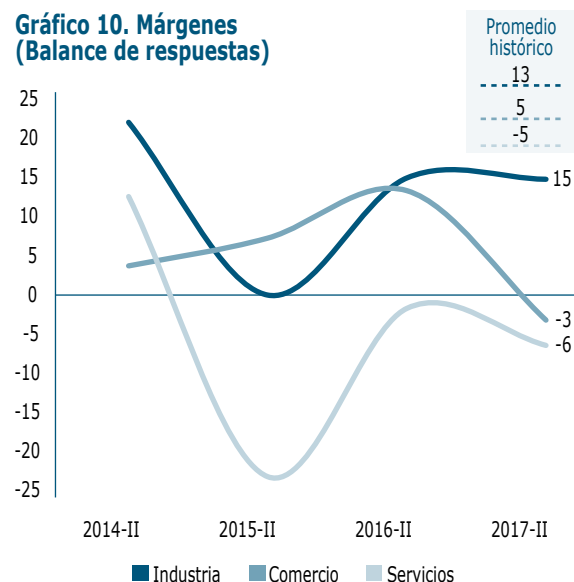


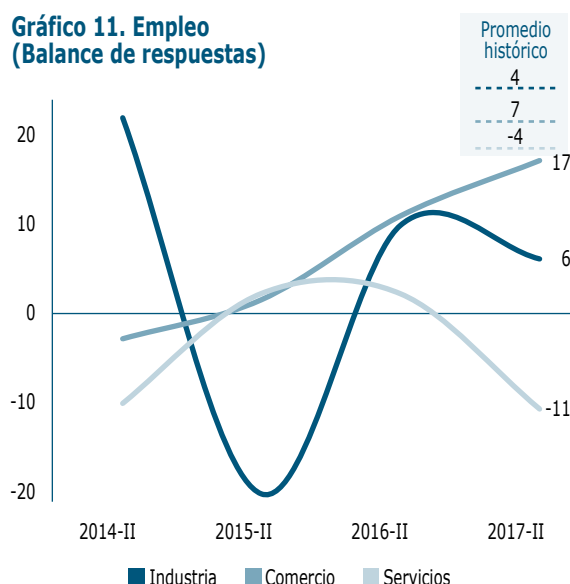
Gráfico 10. Márgenes
(Balance de respuestas)



rios que experimentaron mejoras en sus márgenes (32% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), lo cual se compensó exactamente con el aumento en la porción de empresarios con descensos en dicha variable (17% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se vio afectado por las condiciones previamente descritas, disminuyendo el balance de respuestas acerca del número de trabajadores contratados hacia el 6% durante el segundo semestre de 2017

**Gráfico 11. Empleo
(Balance de respuestas)**



(vs. 10% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció tanto a leves disminuciones en la proporción de empresarios industriales que aumentaron el número de trabajadores (24% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), como al aumento de aquellos empresarios que destruyeron puestos de trabajo (18% en 2017-II vs. 15% un año atrás), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Cartago, la gran mayoría (83%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (16%) o por otras razones diferentes a las asociadas con los costos de transporte (2%).

El principal problema para el sector industrial de Cartago fueron los altos impuestos en el segundo semestre de 2017 (38% en 2017-II vs. 38% en 2016-II). El segundo puesto lo ocupó la rotación de cartera, que aumentó su prevalencia hacia el 13% de la muestra (vs. 0% observado un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron la falta de demanda (12% en 2017-II vs. 10% en 2016-II) y los costos de los insumos (8% en 2017-II vs. 3% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Cartago fueron la tasa de cambio (4% en 2017-II vs. 3% en 2016-II) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (5% en 2017-II vs. 5% en 2016-II).

Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

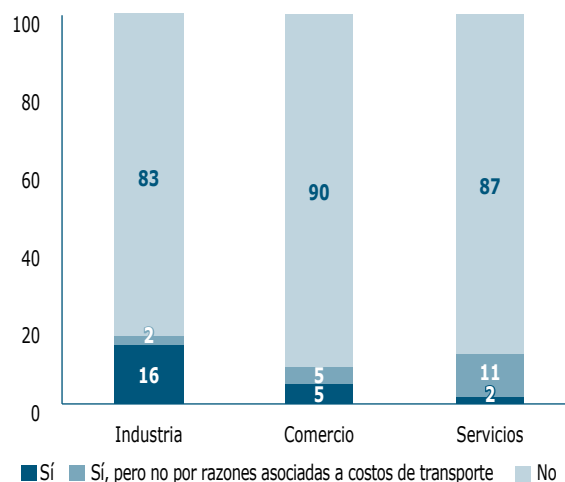
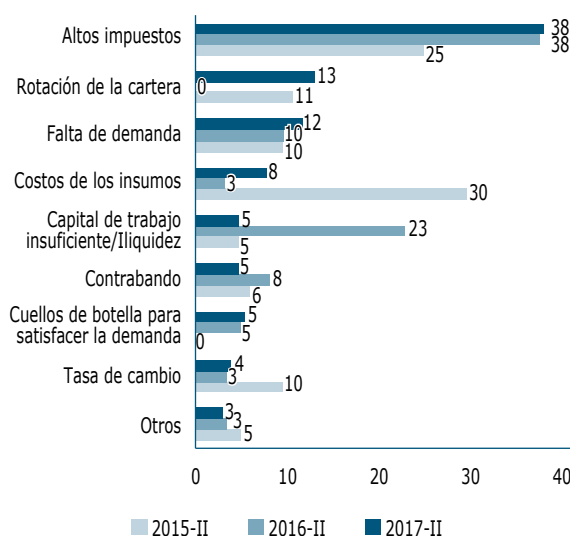


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El balance de respuestas sobre la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Cartago mejoró hacia niveles del 13% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás y 7% del promedio histórico). Ello obedeció principalmente al incremento en la proporción de comerciantes Pyme con mejoras en dicha variable (34% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), a lo cual se sumó el descenso en el porcentaje de empresarios con caídas en dicho rubro (20% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), ver gráfico 1.

A diferencia del sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un mayor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, incrementándose hacia el 8% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 4% un año atrás). Dicha mejora obedeció principalmente a incrementos en la proporción de comerciantes que experimentaron mayores ventas (36% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), lo cual contrarrestó el efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con descensos en dichas ventas (28% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 2. La mayoría (66%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha mejor demanda no logró ser extendida al volumen de pedidos, pues esta variable mantuvo su balance de respuestas en niveles del 5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 6% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (29% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), efecto que fue contrarrestado por el incremento en los comerciantes con descensos en dicha variable (24% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, la mayoría logró ajustar sus cantidades a los menores niveles de demanda (87% consideró dichos inventarios como adecuados), no muy diferente a lo observado un año atrás (90%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes disminuyó hacia niveles del 32% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 35% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se dio por el efecto del aumento en la proporción de comerciantes con descensos en sus costos de ventas (15% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), ya que la porción de empresarios con mayores costos de ventas permaneció inalterada en un 47%.

A pesar de dicha contracción de costos y de la mayor demanda, el balance de respuestas del margen cayó hacia niveles del -3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +13% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la proporción de empresarios que experimentaron contracciones en sus márgenes (25% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), como por el descenso de comerciantes con mejoras en dicha variable (21% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 10.

El balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Cartago aumentó hacia niveles del 17% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 11% un año atrás). Dicho incremento en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que incrementaron el número de trabajadores (24% en 2017-II vs. 15% en 2016-II). Ello contrarrestó el efecto del incremento de los comerciantes con menor contratación (7% en 2017-II vs. 4% en 2016-II), ver gráfico 11.

Se dieron marginales deterioros en el balance de respuestas sobre la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del 4% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. 5% un año atrás). Ello obedeció principalmente al descenso en la proporción de comerciantes con mayores superficies (17% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), efecto que fue mayor al del descenso de aquellos comerciantes cuya superficie de ventas disminuyó (13% en 2017-II vs. 20% en 2016-II), ver gráfico 14.

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

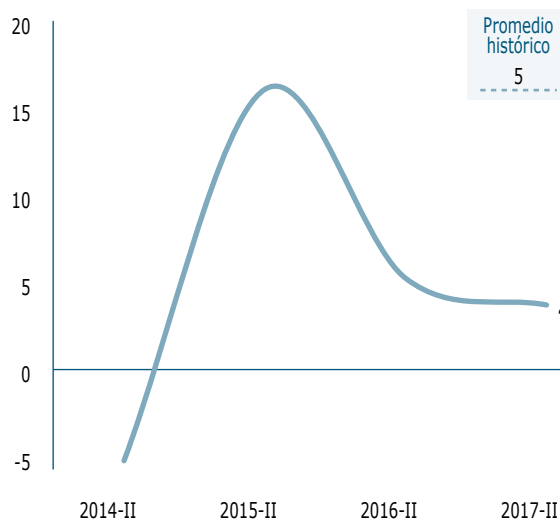
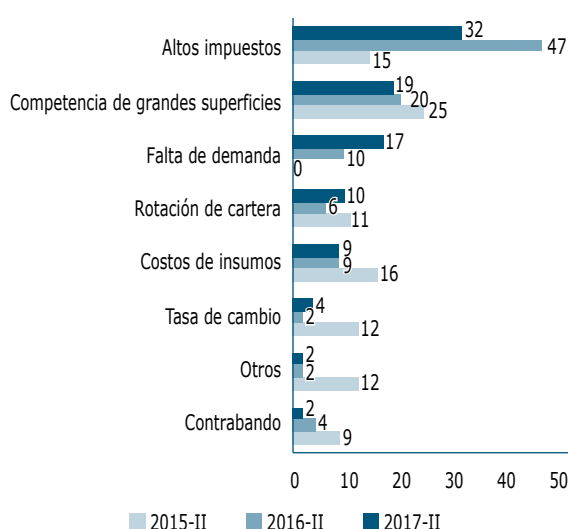


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Cartago, la mayoría (90%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (5%) y otras razones (5%).

Las Pymes comerciales de Cartago identificaron los altos impuestos como su principal problema durante el segundo semestre de 2017 (32% vs. 47% un año atrás). A ello le siguieron la competencia con las grandes superficies (19% en 2017-II vs. 20% en 2016-II) y la falta de demanda (17% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Los empresarios del sector de servicios de Cartago vieron un deterioro en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 0% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 5% un año atrás y 7% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por leves disminuciones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (26% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), como por aumentos en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (26% en 2017-II vs. 22% en 2016-II), ver gráfico 1.

De manera similar, los empresarios de servicios experimentaron deterioros en el balance de respuestas sobre el volumen de ventas hacia el -2% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +4% un año atrás).

Dicho deterioro obedeció a incrementos en la proporción de empresarios de servicios con descensos en sus ventas (28% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), lo cual sobrepasó el efecto de incrementos en el porcentaje de comerciantes con mejoras en dicho rubro (26% en 2017-II vs. 25% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en el macrosector de comercio, gran parte de las firmas de servicios (53%) experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10% (ver gráfico 3).

Dicha debilidad en la demanda se extendió al volumen de pedidos de las pequeñas y medianas empresas de servicios de Cartago, reduciéndose su balance de respuestas hacia niveles del 5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 15% un año atrás y 6% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los empresarios con descensos en sus pedidos (22% en 2017-II vs. 14% en 2016-II) y al descenso en aquellos con expansiones en dicha variable (26% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 4.

Los empresarios Pyme del sector de servicios de Cartago sufrieron incrementos en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 37% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 21% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció a una expansión en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (49% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), lo cual contrarrestó el efecto del incremento en la porción de la muestra con descensos en dicha variable (12% en 2017-II vs. 8% en 2016-II).

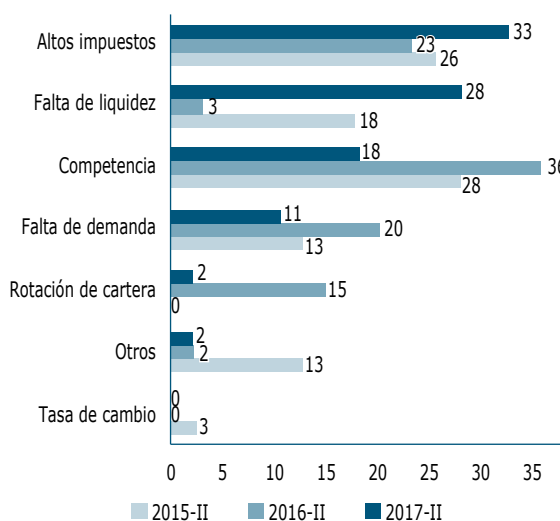
Dada la baja demanda y el incremento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron descensos en su balance de respuestas hacia niveles del -6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explica principalmente por incrementos en los empresarios de servicios con descensos en sus márgenes (30% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), pues el porcentaje de empresarios con aumentos en sus márgenes se incrementó levemente (24% en 2017-II vs. 23% en 2016-II).

Todo lo anterior afectó negativamente el balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Cartago hacia niveles del -11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. +2% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció a aumentos en la proporción de empresarios de servicios que disminuyeron el número de trabajadores (20% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), a lo cual se sumó el efecto de descensos en porción de la muestra con aumentos de puestos de trabajo (9% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Cartago, la mayoría (87%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (2%) y otras razones (11%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Cartago para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (33% en 2017-II vs. 23% en 2016-II). A ello le siguieron dificultades relacionadas con la falta de liquidez (28% en 2017-II vs. 3% en 2016-II) y la competencia (18% en 2017-II vs. 36% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la tasa de cambio (0% en 2017-II vs. 0% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

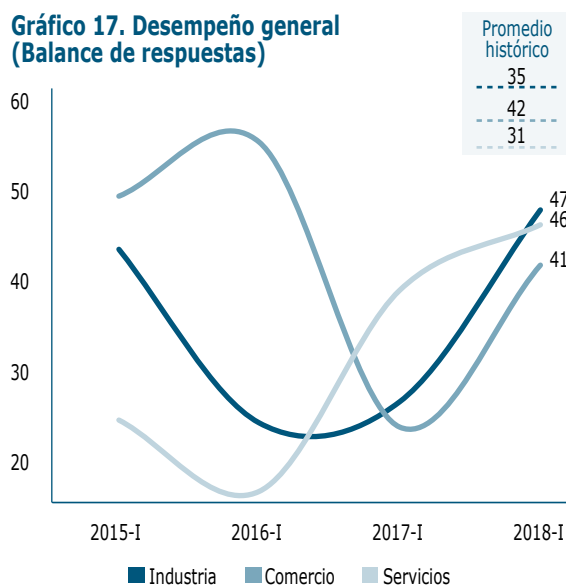
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró hacia niveles del 47% para el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció tanto al aumento en la proporción de empresarios con incrementos en dicha variable (51% en 2018-I vs. 41% en 2017-I), como al menor porcentaje de empresarios con descensos en sus expectativas (4% en 2018-I vs. 15% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una caída en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (17% vs. 21% un año atrás), ver gráfico 17.

Asimismo, las perspectivas del volumen de producción presentaron aumentos en su balance de respuestas hacia niveles del 53% en el primer semestre de 2018 (vs. 46% un año atrás). Ello se explica por incrementos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (58% en 2018-I vs. 51% en 2017-I), pues la porción que esperaba menores niveles de producción permaneció inalterada en niveles del 5% (ver gráfico 18).

También se observaron incrementos en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 46% en el primer semestre de 2018

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



(vs. 36% un año atrás y 32% del promedio histórico). Allí jugó el aumento en la porción de empresarios que esperaban mejoras en pedidos (49% en 2018-I vs. 41% en 2017-I), y las leves contracciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (3% en 2018-I vs. 5% en 2017-I), ver gráfico 19.

El optimismo en las perspectivas de los industriales de Cartago también se reflejó en el balance de respuestas referente a la inversión en maquinaria y

equipo, el cual subió a niveles del 55% en el primer semestre de 2018 (vs. 41% un año atrás). Allí confluyeron el efecto del aumento en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (56% en 2018-I vs. 44% en 2017-I), con el leve efecto del descenso en la porción de la muestra que veía menores niveles de inversión (2% en 2018-I vs. 3% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

Al igual que lo visto en industria, el balance de respuestas sobre las expectativas del desempeño general de los comerciantes aumentó hacia el 41% en el primer semestre de 2018 (vs. 23% un año atrás). Allí se tuvieron los siguientes efectos: i) el aumento en la proporción de empresarios que pronosticaban un incremento en su situación general (48% en 2018-I vs. 47% en 2017-I); y ii) descensos en la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en dicha situación (7% en 2018-I vs. 23% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado de valores del 18% en las respuestas de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 6% un año atrás), ver gráfico 17.

Del mismo modo, el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos aumentó hacia el 26% en el primer semestre de 2018 (vs. 21% un año atrás y 25% del promedio histórico). Ello obedeció princi-

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

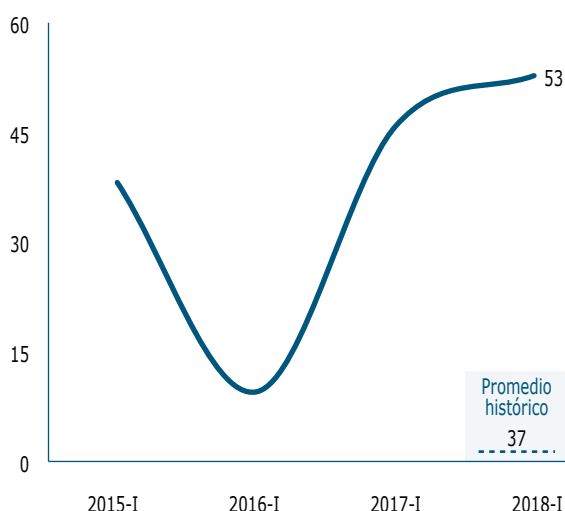


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

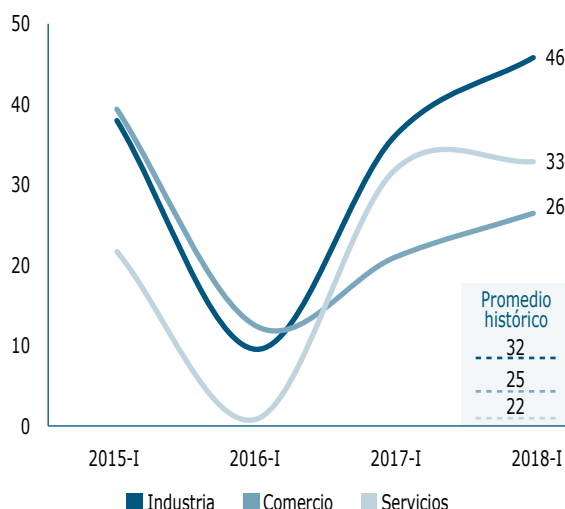
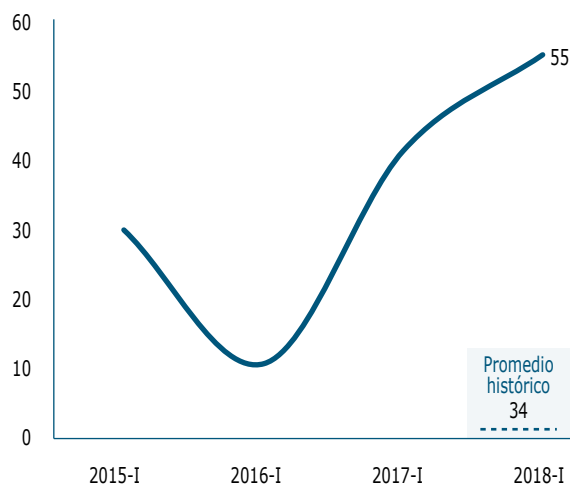


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



palmente a descensos en la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en pedidos (12% en 2018-I vs. 23% en 2017-I), contrarrestando el efecto de descensos en el porcentaje de empresarios que esperaban aumentos en dicha variable (38% en 2018-I vs. 44% en 2017-I), ver gráfico 19.

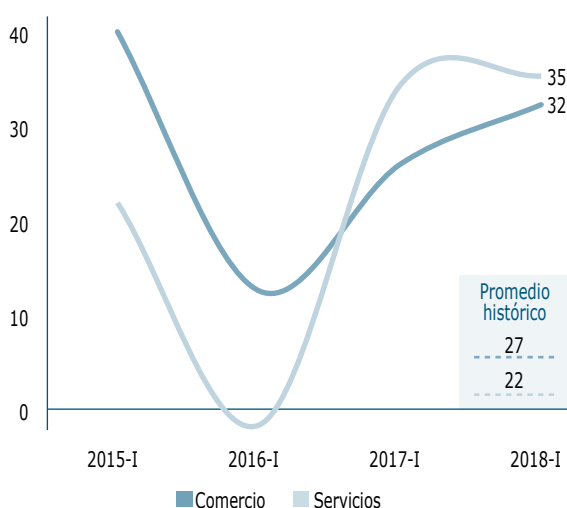
En lo referente a ventas, también se evidenciaron incrementos en el balance de expectativas hacia niveles del 32% en el primer semestre de 2018 (vs. 26% un año atrás). Ello obedeció principalmente a descensos en la porción de comerciantes que esperaban desmejoras en ventas (12% en 2018-I vs. 23% en 2017-I). Ello más que compensó la reducción del porcentaje de empresarios que esperaban aumentos en dicha variable (44% en 2018-I vs. 49% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

Por su parte, el sector Pyme de servicios de Cartago experimentó incrementos en el balance de respuestas referente a las expectativas de su situación general, llegando a niveles del 46% (vs. 38% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció a incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (49% en 2018-I vs. 44% en 2017-I), y al efecto de la contracción en el porcentaje de empresarios de servicios que vieron descensos en dicha variable (3% en 2018-I vs. 5% en 2017-I). Ello vino acompañado de descensos en la porción que veía incertidumbre en dicho comportamiento (16% en 2018-I vs. 18% en 2017-I).

En lo concerniente a los pedidos del sector Pyme de servicios de Cartago, su balance de respuestas permaneció prácticamente inalterado en niveles del 33% en el

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



primer semestre de 2018 (vs. 32% un año atrás y 22% del promedio histórico). Allí se encontraron los efectos de: i) aumentos en los empresarios de servicios que veían expansiones en sus pedidos (48% en 2018-I vs. 42% en 2017-I); y ii) incrementos en la porción de la muestra que esperaba contracciones en sus pedidos (15% en 2018-I vs. 10% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas acerca de las perspectivas de ventas del sector permaneció casi inalterado en niveles del 35% para el primer semestre de 2018 (vs. 34% un año atrás). Ello se dio por efectos contrarios provenientes de: i) incrementos en la porción de encuestados que esperaban mayores ventas (50% en 2018-I vs. 42% en 2017-I); y ii) incrementos en la porción de la muestra que preveía menores ventas (15% en 2018-I vs. 8% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Cartago incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (38% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), comercio (32% en 2017-II vs. 29% en 2016-II) y servicios (26% en 2017-II vs. 22% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello

se vio acompañado de una reducción en la tasa de aprobación en los sectores de industria (72% en 2017-II vs. 83% en 2016-II) y servicios (84% en 2017-II vs. 90% en 2016-II), mientras que dicha tasa de aprobación se mantuvo inalterada en niveles del 100% para el sector de comercio (ver gráfico 23).

Para las empresas Pyme industriales de Cartago, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (57% en 2017-II vs. 60% en 2016-II), ver gráfico 25. A ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (31% en 2017-II vs. 33% en 2016-II) y a corto plazo (6% en 2017-II vs. 7% en 2016-II). Asimismo, en los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitó a mediano plazo (56% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), seguido por el largo plazo (23% en 2017-II vs. 58% en 2016-II) y el corto plazo (21% en 2017-II vs. 7% en 2016-II). En los empresarios

de servicios, el plazo preferido fue el mediano plazo (60% en 2017-II vs. 66% en 2016-II), seguido por el largo plazo (40% en 2017-II vs. 23% en 2016-II) y el corto plazo, el cual no fue solicitado por ningún empresario de servicios en el segundo semestre de 2017 (vs. 11% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones, se presentó una composición similar, donde el plazo prevalente fue el mediano plazo para los sectores de industria (57% en 2017-II vs. 60% en 2016-II), comercio (47% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) y servicios (60% en 2017-II vs. 77% en 2016-II), ver gráfico 24. Ahora bien, se dio alguna varianza en las aprobaciones de corto plazo del sector comercio (30% en 2017-II vs. 7% en 2016-II), ya que estas fueron mayores a las solicitudes presentadas para dicho plazo (21% en 2017-II vs. 7% en 2016-II).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron mejoras en los sectores de industria (100% en 2017-II vs. 87% en 2016-II) y servicios (100% en 2017-II vs. 66% en 2016-II), mientras que el sector comercio permaneció inalterado en este rubro (100% en 2017-II vs. 100% en 2016-II), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Cartago.

El rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (43%

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

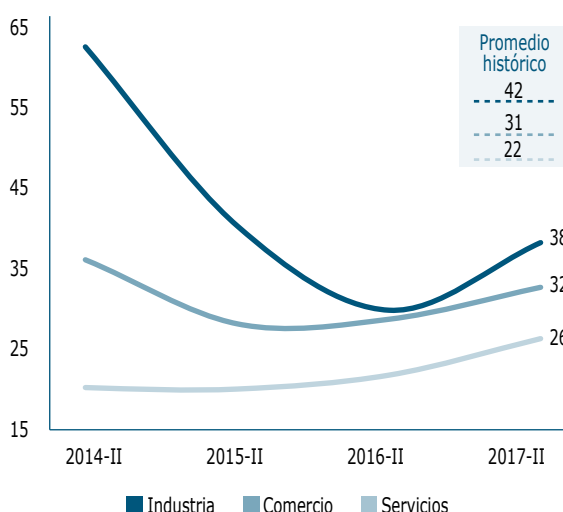


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

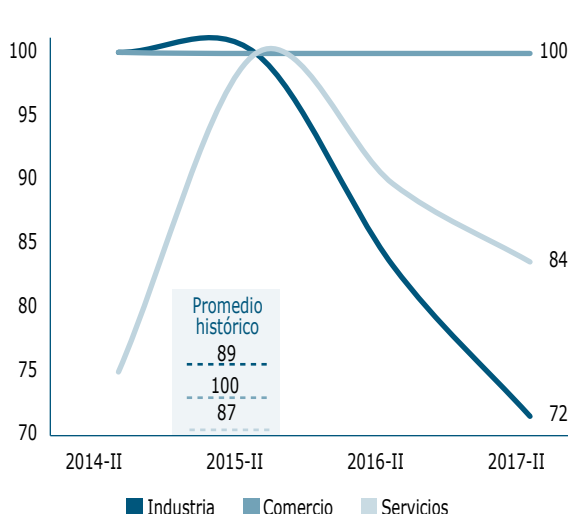
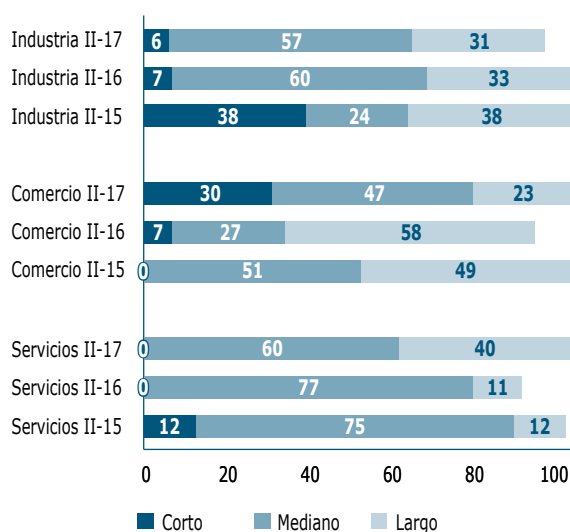


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



en 2017-II vs. 67% en 2016-II) y comercio (62% en 2017-II vs. 55% en 2016-II) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2017, mientras que para el sector servicios (15% en 2017-II vs. 27% en 2016-II) dicha tasa fue entre DTF+4 y DTF+8. En este último resultado de servicios, cabe mencionar que el 70% de los encuestados respondió recibir su crédito a "otra tasa" (probablemente a tasa fija), y el restante 15% no sabía a qué tasa le fue otorgado el crédito (ver gráficos 27, 28 y 29). La satisfacción con dichas tasas de financiamiento se redujo en los casos de

comercio (77% en 2017-II vs. 78% en 2016-II) y servicios (45% en 2017-II vs. 89% en 2016-II), mientras que para industria la satisfacción aumentó (77% en 2017-II vs. 40% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 30).

Gran parte de las Pymes de industria (43%), comercio (74%) y servicios (90%) de Cartago usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo (ver gráfico 31). Para la industria (26%) y el comercio (17%), el segundo lugar lo ocuparon las remodelaciones.

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

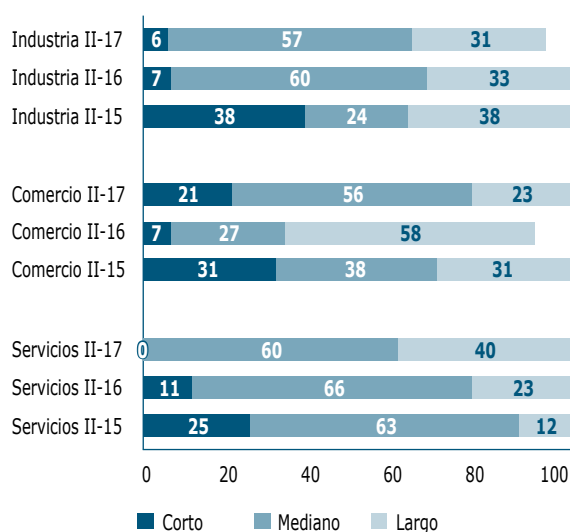


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

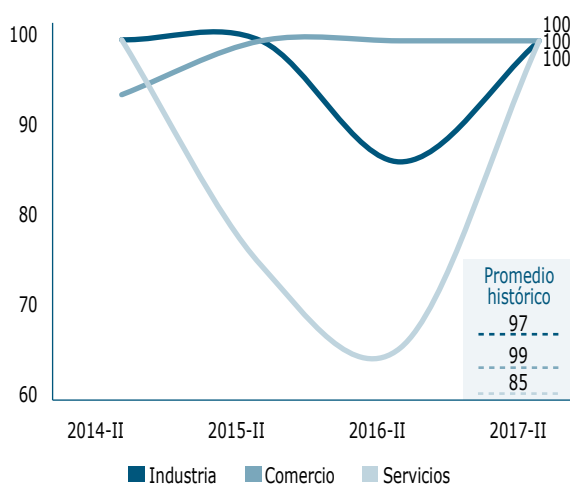


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

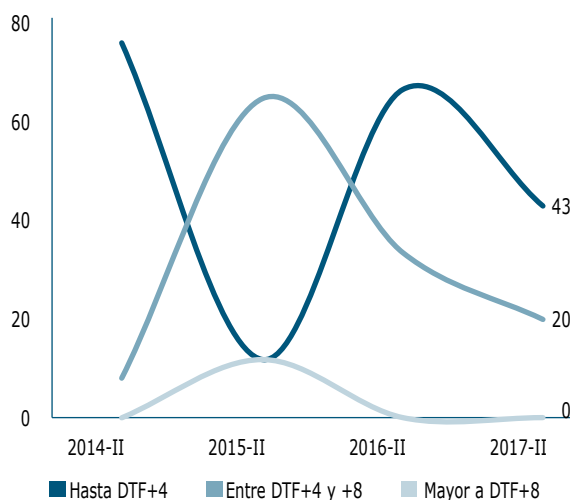
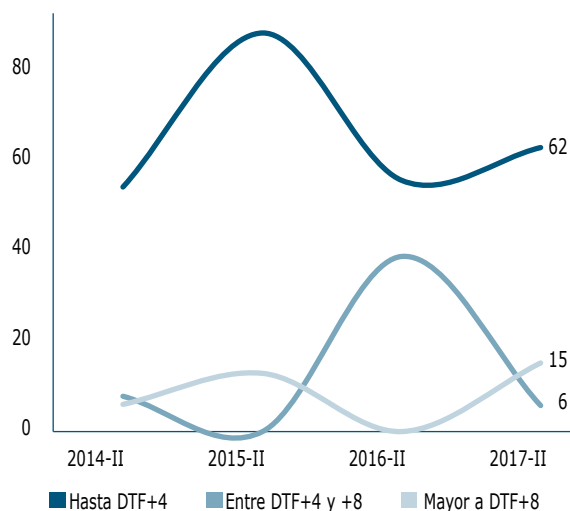


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



laciones o adecuaciones, mientras que en el sector servicios (30%) lo hizo la consolidación del pasivo.

Una parte importante de las Pymes de industria (26%), comercio (45%) y servicios (29%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Sin embargo, para los empresarios de industria (39%), los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante. Para las Pymes del sector comercial (36%) y de servicios

(30%) dichas fuentes alternativas fueron los proveedores. El segundo lugar para las Pymes de industria (30%) lo ocuparon los proveedores, y en los casos de comercio (12%) y servicios (24%) lo hicieron los recursos propios.

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de Cartago si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la

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

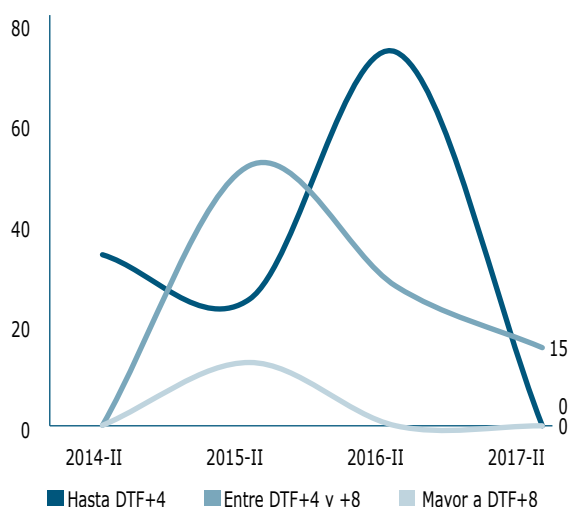


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

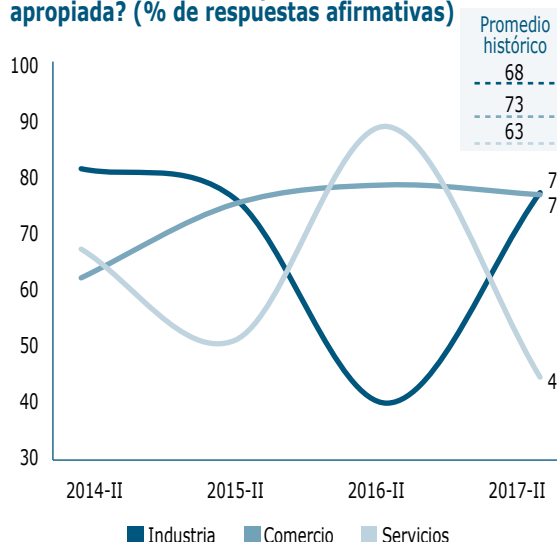


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

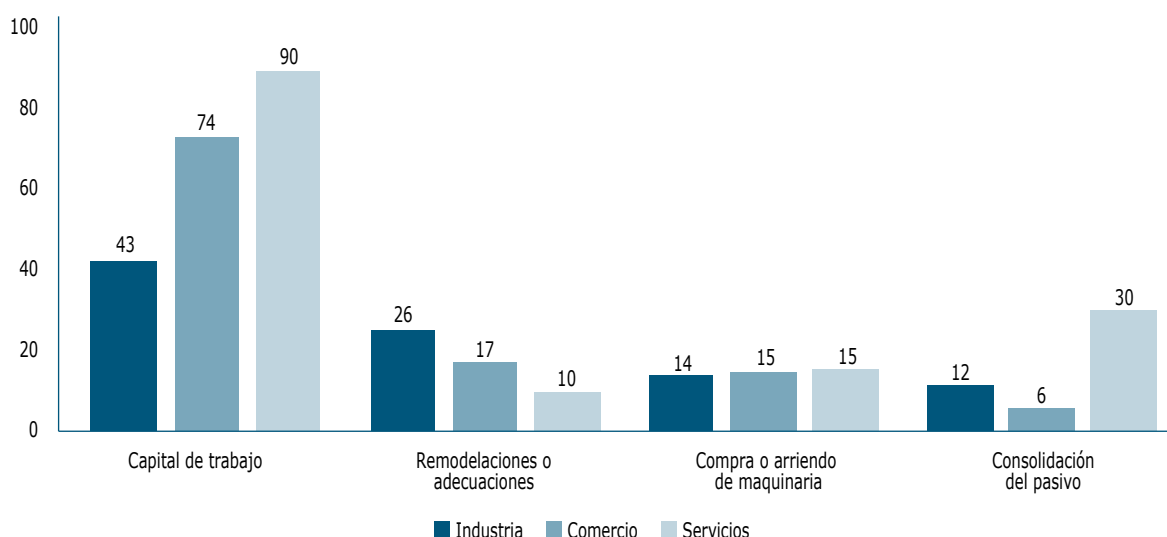
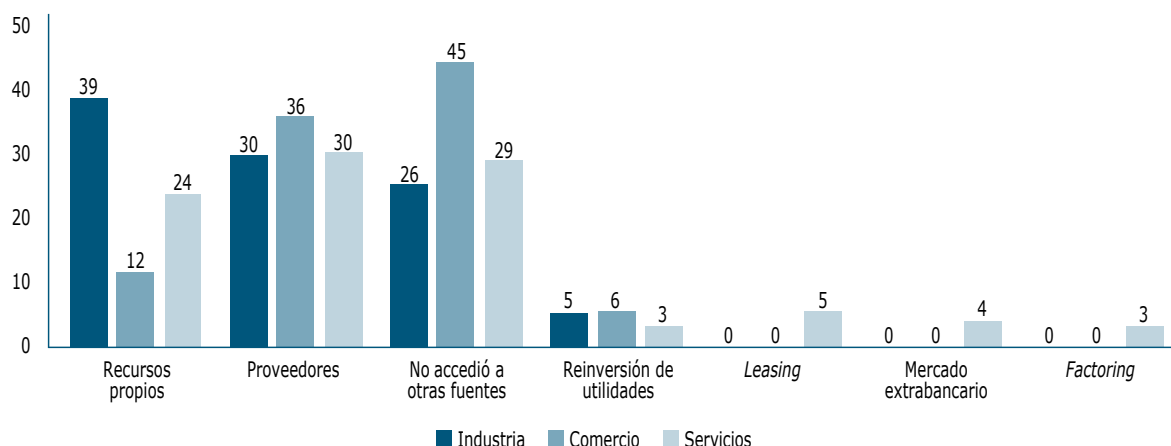
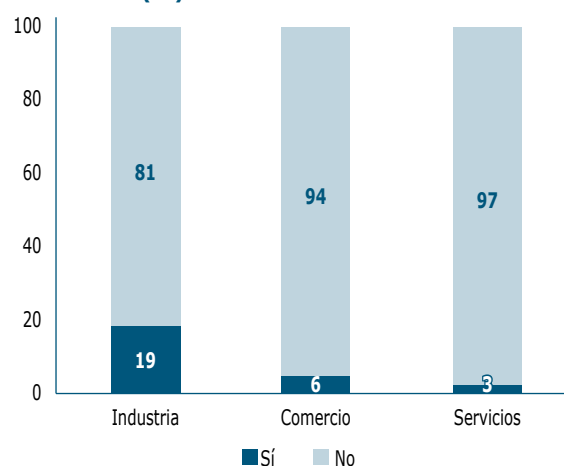
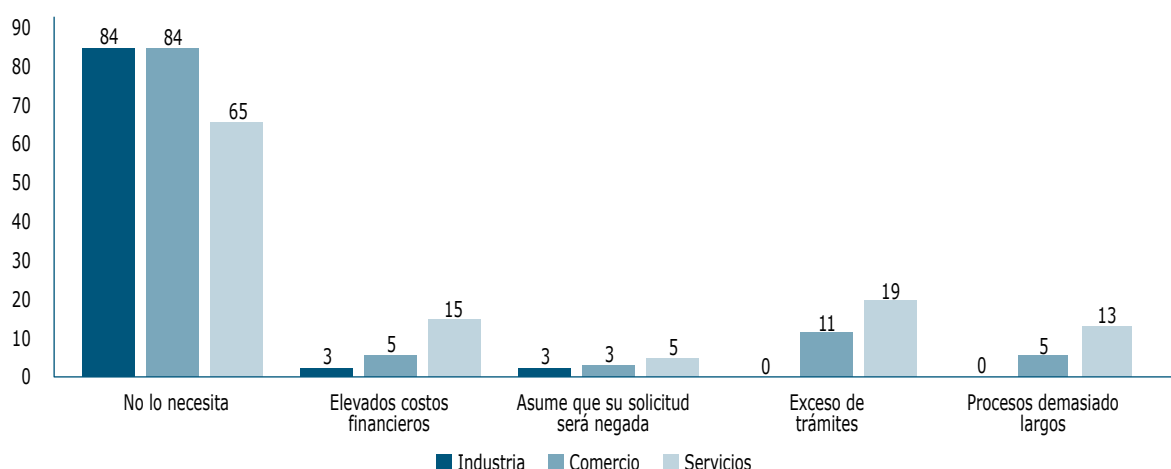


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)**

inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 80% de los encuestados (81% industria, 94% comercio y 97% servicios), ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Cartago no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 84% en industria, un 84% en comercio y un 65% en servicios). En el caso del sector industrial, la segunda razón para no solicitar créditos son los elevados costos financieros (3%), mientras que para los sectores de comercio (11%) y servicios (19%) lo es el exceso de trámites (ver gráfico 34).

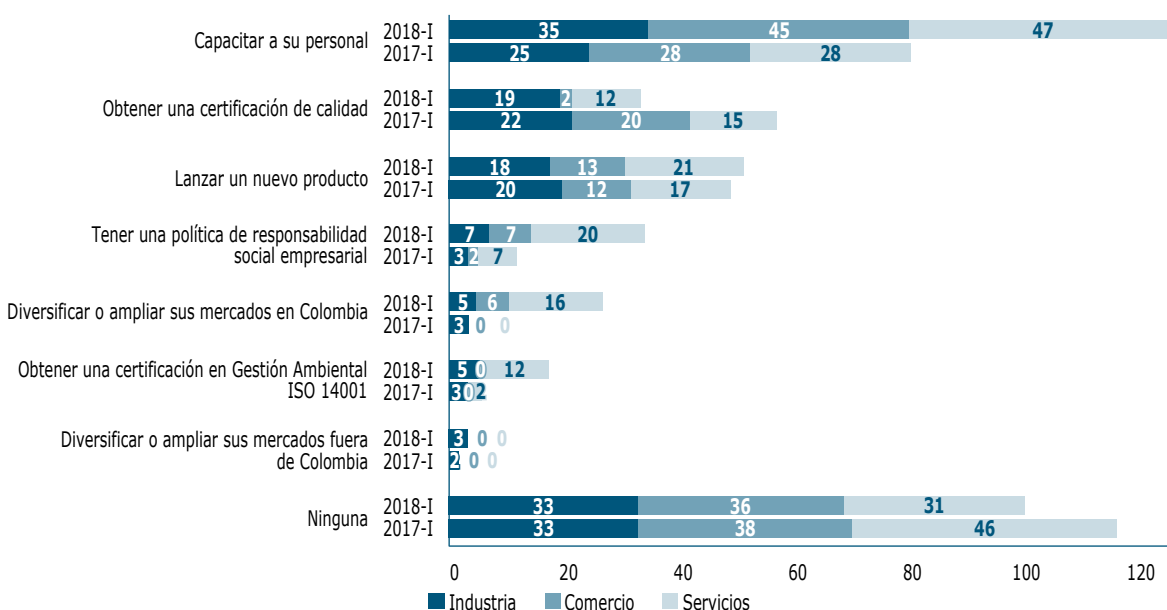
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cartago fue capacitar al personal (un 35% en industria, un 45% en comercio y un 47% en servicios), seguida de obtener una certificación de calidad (un 19% en industria, un 2% en comercio y un 12% en servicios) y lanzar un nuevo producto (un 18% en industria, un 13% en comercio y un 21% en servicios).

El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 disminuyó en los casos de comercio (36% en 2018-I vs. 38% en 2017-I) y servicios (31% en 2018-I vs. 46% en 2017-I) y permaneció igual en el caso de industria (33% en 2018-I vs. 33% en 2017-I).

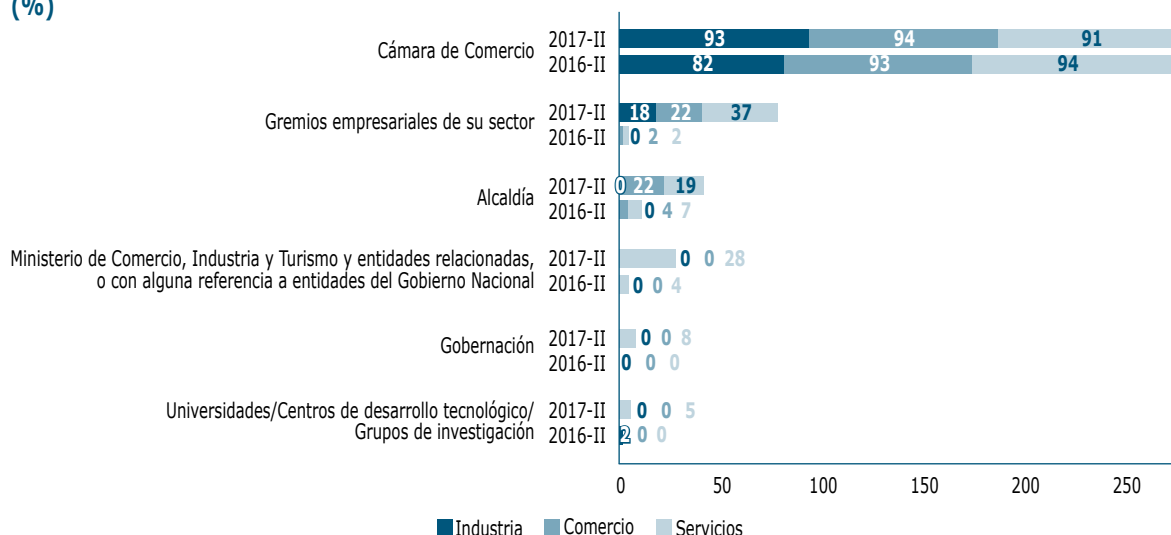
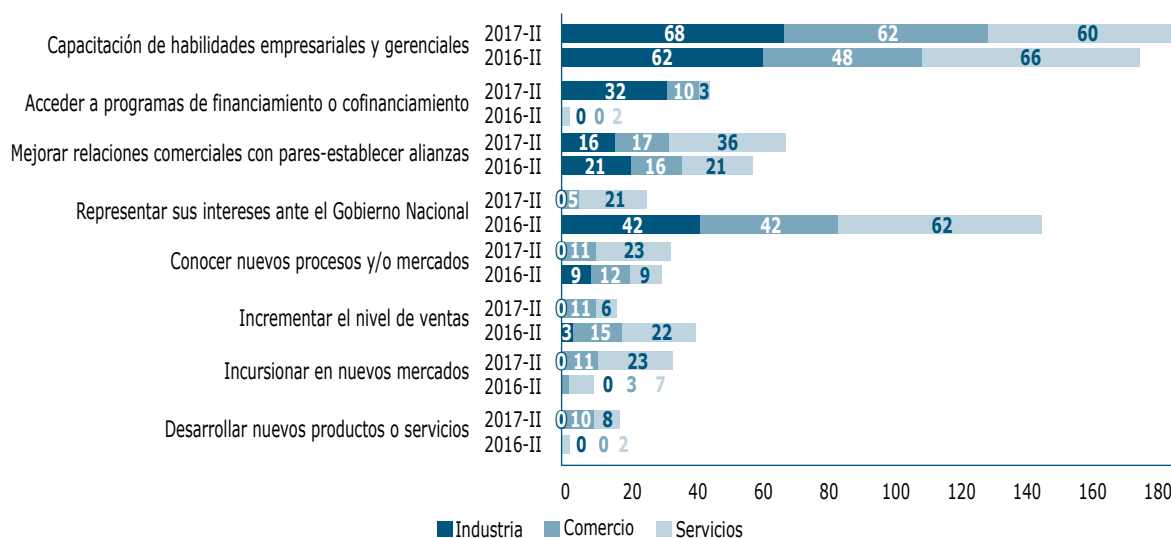
Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Cartago tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (93% en 2017-II vs. 82% en 2016-II), comercio (94% en 2017-II vs. 93% en 2016-II) y servicios (91% en 2017-II vs. 94% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (18% industria, 22% comercio y 37% servicios), alcaldías (0% industria, 22% comercio y 19% servicios) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (0% industria, 0% comercio y 28% servicios). El gráfico 37 muestra cómo los principa-

les beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (68% en 2017-II vs. 62% en 2016-II), comercio (62% en 2017-II vs. 48% en 2016-II) y servicios (60% en 2017-II vs. 66% en 2016-II). A ello le siguieron los beneficios derivados de acceder a programas de financiamiento o cofinanciación (32% industria, 10% comercio y 3% servicios), mejorar relaciones comerciales con pares (16% industria, 17% comercio y 36% servicios) y la representación de sus intereses ante el Gobierno Nacional (0% industria, 5% comercio y 21% servicios).

Gráfico 36. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades? (%)**Gráfico 37. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad? (%)**

PREGUNTAS COYUNTURALES

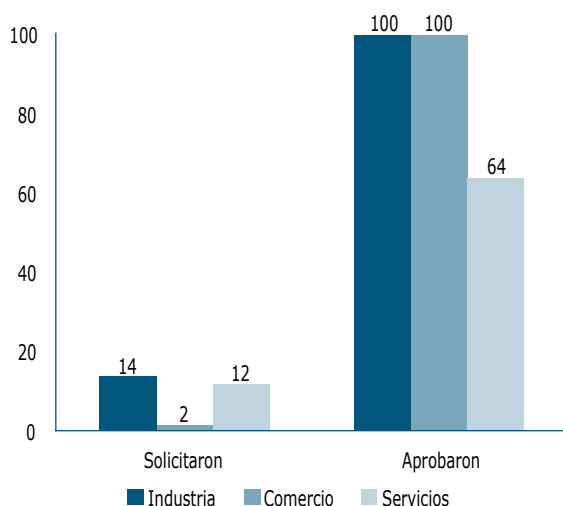
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,

junto con las condiciones de dicha contratación; y iii) servicios-productos no financieros. También se incluyeron algunas preguntas concernientes a los desafíos para ampliar la capacidad exportadora del sector, pero dichas preguntas se incluyen en el módulo de comercio exterior.

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (14% industria, 2% comercio y 12% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue alta para los sectores de industria

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



(100%), comercio (100%) y, en menor medida, para el sector de servicios (64%). Dentro de las razones para no solicitar reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (88% industria y 84% comercio-servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores les siguieron los elevados costos de asesoría (8% industria, 5% comercio y 0% servicios) y el temor a desmejorar su calificación crediticia (4% industria, 7% comercio y 2% servicios).

Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo muy pocas Pymes encuestadas de Cartago han contratado venezolanos en los últimos seis meses (3% industria, 2% comercio y 20% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente informales en comercio (100%) y servicios (72%), ver gráfico 41. Por el contrario, en industria toda la contratación de venezolanos es formal. En dicho sector de industria, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término indefinido (100%), ver gráfico 42. Por su parte, en comercio primó la contratación por prestación de servicios (100%). En servicios primó la contratación por prestación de servicios (55%), seguida de la contratación a término fijo (45%). Finalmente, toda la muestra de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios respondió que dichos inmigrantes venezolanos recibían salarios equivalentes a sus

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

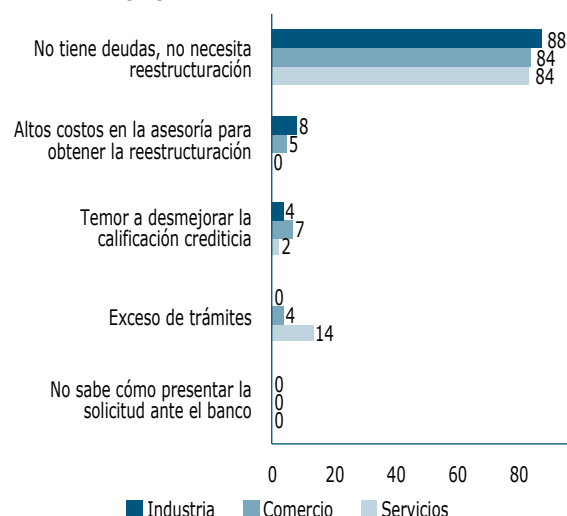
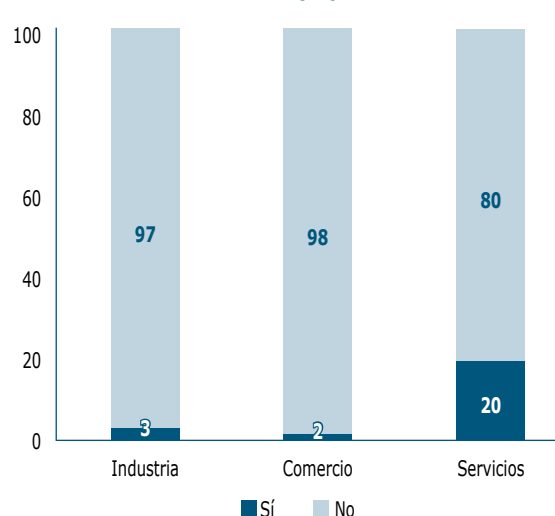


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)



pares colombianos (100% en ambos casos), mientras que en el sector comercio el 100% de los trabajadores venezolanos recibe salarios inferiores al de sus pares colombianos (ver gráfico 43).

Productos-servicios no financieros

Más de cuatro quintas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos pro-

ductos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (92% en industria, 87% en comercio y 73% en servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos para el crecimiento de la empresa (5% industria, 6% comercio y 11% servicios); consultorías (3% industria, 2% comercio y 11% servicios); y estructuración de proyectos orientados a los servicios de inteligencia de mercados (0% industria, 3% comercio y 2% servicios).

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

Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)

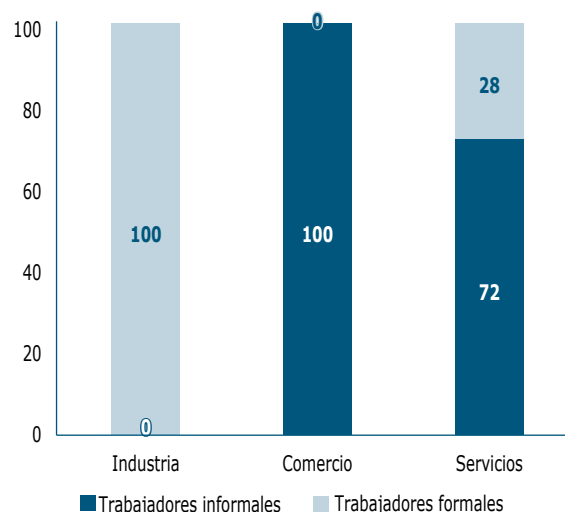


Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

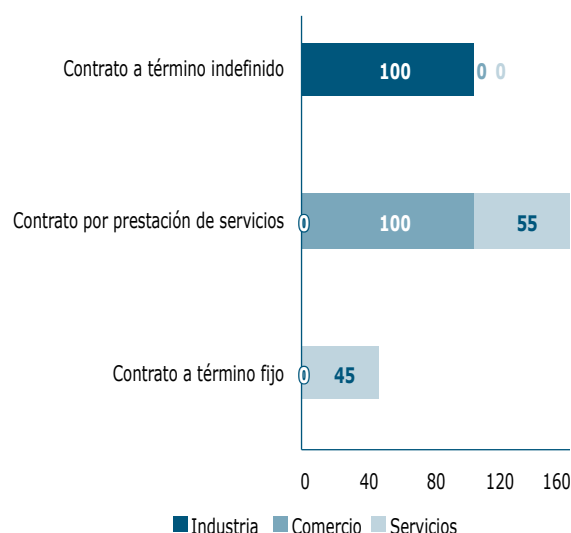


Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

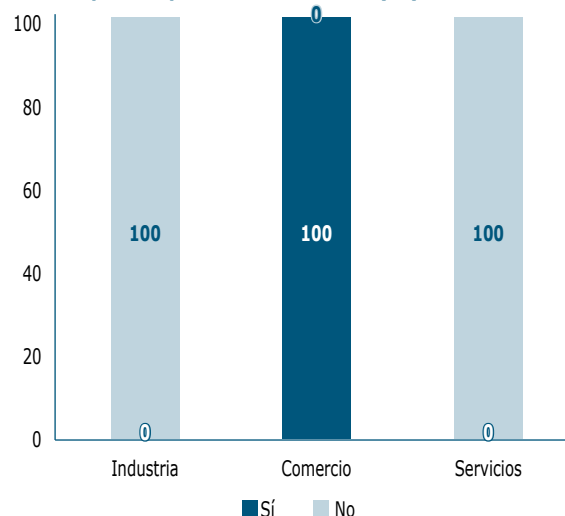
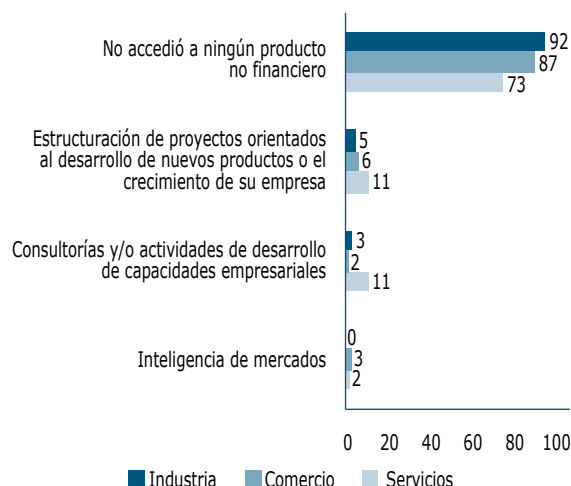
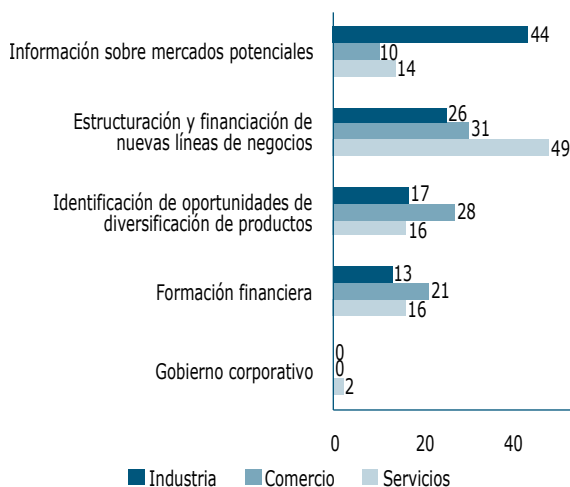


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)



significativas muestran algún interés por dichos servicios (ver gráfico 45). Las Pymes industriales de Cartago mostraron interés en la información sobre mercados potenciales (44%); estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (26%); y la identificación de oportunidades-diversificación de productos (17%). Por su parte, los comerciantes y empresarios de servicios centraron su interés en la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (31% en comercio y 49% en servicios), seguido de la identificación de oportunidades de diversificación de productos (28% en comercio y 16% en servicios) y formación financiera (21% en comercio y 16% en servicios).

Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



COMERCIO EXTERIOR

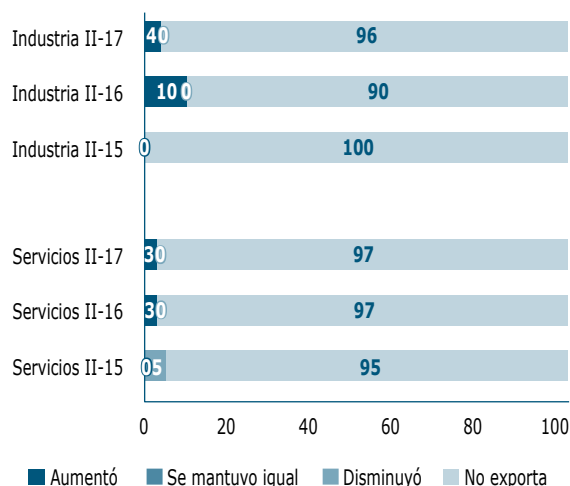
El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial (con valores cercanos al 90% de la muestra sin exportar durante 2017-II en las Pymes de Cartago). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, se dieron disminuciones en la proporción con incrementos en sus exportaciones (4% en 2017-II vs. 10% en 2016-II), mientras que la porción con decrecimientos o estabilidad en sus ventas externas es inexistente.

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se mantuvo estable en niveles del 97% de la muestra durante el segundo semestre de 2017. Asimismo, dentro de la minoría que sí exportó, el porcentaje de empresarios de servicios que aumentó sus ventas externas permaneció inalterado en el 3%. La porción de encuestados con mejoras o estabilidad en sus exportaciones es nula.

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se refiere al bajo interés en dichas ventas externas (37%), seguido de la consideración de no tener productos exportables (28%) y no contar con información sobre los potenciales mercados para sus productos (11%), ver gráfico 47. En los empresarios de servicios, primaron las

razones referentes a no tener servicios exportables (67%), seguido por la ausencia de interés en exportar (22%) y falencias de información (4%). Nótese cómo todo lo anterior no es consistente con la presencia de planes de internacionalización en la totalidad de la muestra encuestada (ver gráfico 48).

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)



Prospectivamente, no se esperan cambios sustanciales en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Cartago. El gráfico 49 muestra cómo un 93% de las Pymes de industria no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 87% un año atrás). Algún agravante puede evidenciarse en descensos en los empresarios que esperaban incrementar sus exportaciones (4% en 2018-I vs. 5% en 2017-I) y la desaparición de la porción de industriales que esperaban mantener estables sus exportaciones. Por su parte, en el sector de servicios el 81%

de las Pymes no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 97% un año atrás). Ello tuvo que ver con el aumento en la porción de empresarios que esperaban incrementar sus ventas externas (10% en 2018-I vs. 3% en 2017-I) y el aumento de aquellos que proyectaban mantener estables sus exportaciones (5% en 2018-I vs. 0% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las

Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

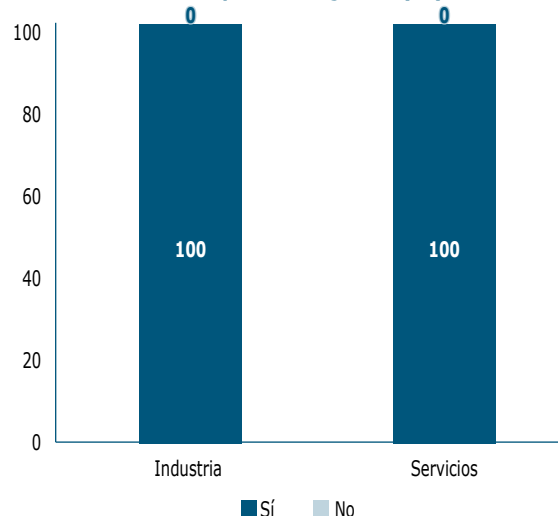


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

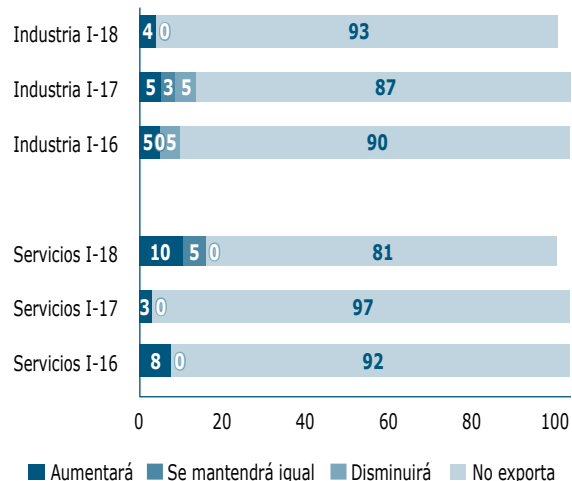
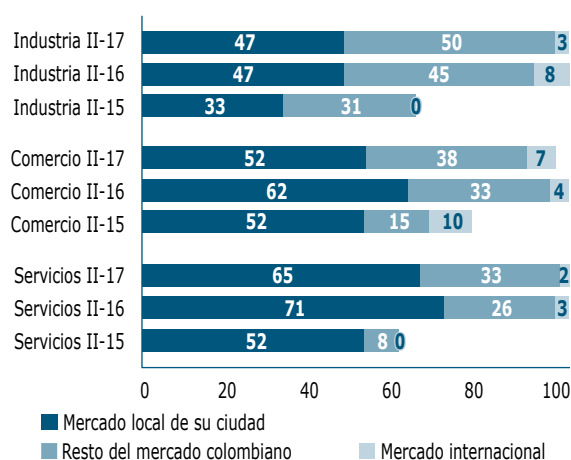


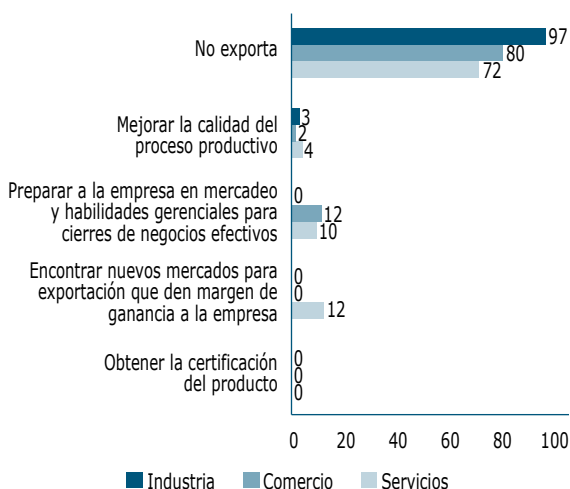
Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



Pymes de industria (50%) se enfocaron en el resto del mercado colombiano, mientras que los sectores de comercio (52%) y servicios (65%) de Cartago se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 50).

En esta medición de la GEP se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 70%-90% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: mejorar la calidad del proceso productivo (3% industria, 2% comercio y 4% servicios); preparar a la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales para cierres de negocios efectivos (12% industria, 10% comercio y 10% servicios); encontrar nuevos mercados para exportación que den margen de ganancia a la empresa (0% industria, 0% comercio y 12% servicios); obtener la certificación del producto (0% industria, 0% comercio y 0% servicios);

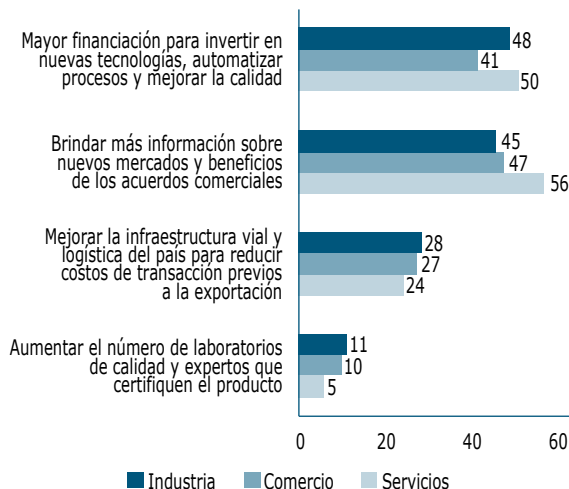
Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)



paración de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (0% industria, 12% comercio y 10% servicios); y encontrar nuevos mercados para la exportación con margen de ganancia para la empresa (0% industria, 0% comercio y 12% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Cartago, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar mayor financiación para la adquisición de nuevas tecnologías (48% industria, 41% comercio y 50% servicios), seguido de brindar más información sobre nuevos mercados y los beneficios de los acuerdos comerciales (45% industria, 47% comercio y 56% servicios) y mejorar la infraestructura vial-logística del país (28% industria, 27% comercio y 24% servicios), ver gráfico 52.

Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)



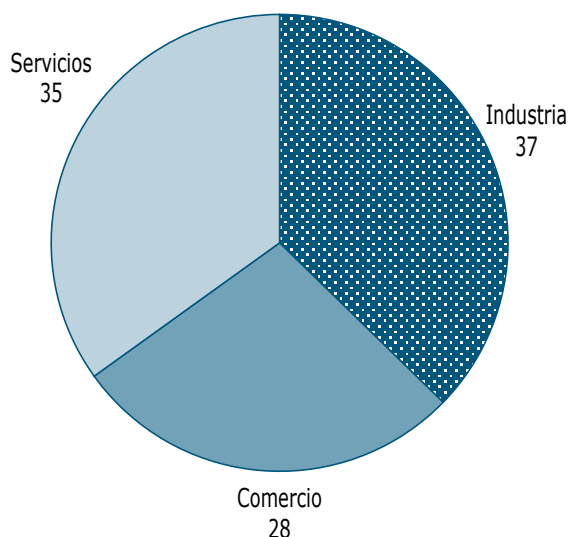


LA GRAN ENCUESTA PYME

VALLE DEL CAUCA

TULUÁ

Distribución de la muestra (%)



SITUACIÓN ACTUAL

Segundo semestre de 2017

• Sector industria

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios industriales Pyme de Tuluá se deterioró a niveles del 6% durante el

segundo semestre de 2017 (vs. 8% un año atrás y 19% del promedio histórico). Ello obedeció a disminuciones en la porción de industriales con mejoras en su situación económica general (26% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), pues la porción que vio deterioros en dicho rubro se mantuvo estable (19%), ver gráfico 1 (sección Tuluá).

Por el contrario, en lo concerniente a ventas, se observó un incremento en el balance de respuestas a niveles del +7% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -5% un año atrás). Allí jugaron tanto el incremento en la porción de empresarios con aumentos en sus ventas (32% en 2017-II vs. 27% en 2016-II), como el decrecimiento en la porción de la muestra con disminuciones de ventas (25% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 2. En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas (58%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

En el volumen de pedidos se dio una leve recuperación en el balance de respuestas hacia el 5% en el se-

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)

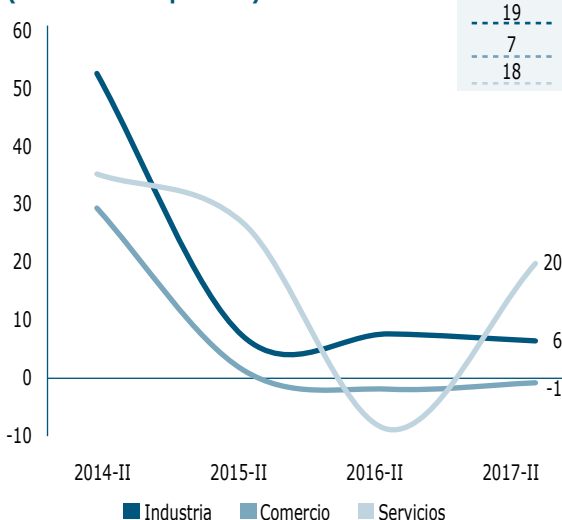


Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

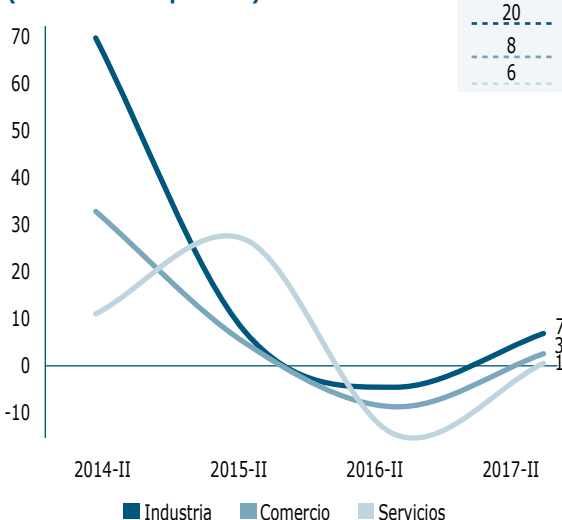
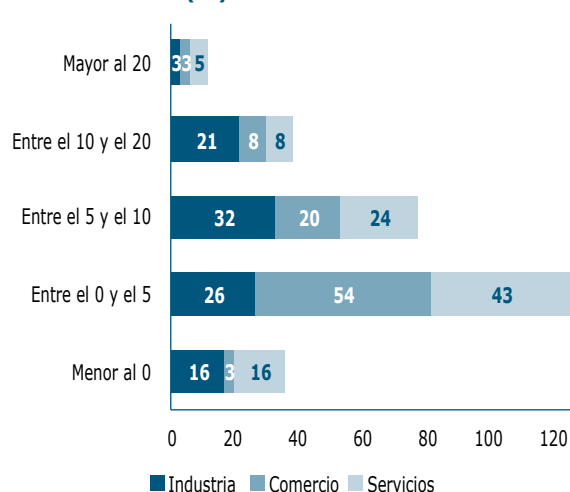


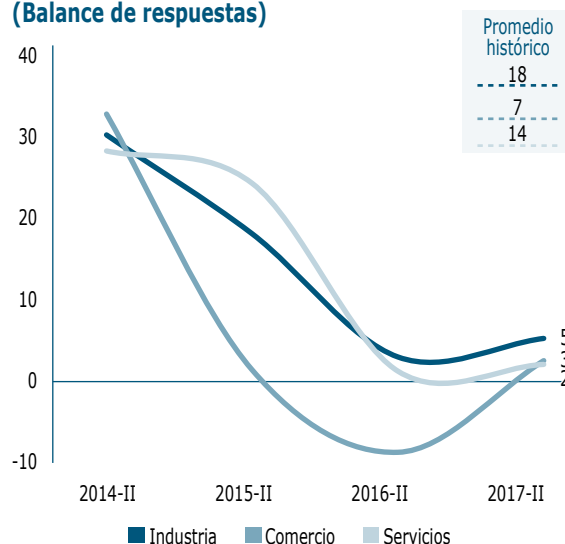
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017 ha sido (%)



gundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás y 18% de su promedio histórico). Allí primó el decrecimiento en la proporción de empresarios industriales que vieron disminuir sus pedidos (25% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), pues la porción con incrementos en dicha variable se mantuvo inalterada (31%), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 68% de los casos durante 2017-II (vs. 63% un año atrás), dejando porciones menores

**Gráfico 4. Pedidos
(Balance de respuestas)**

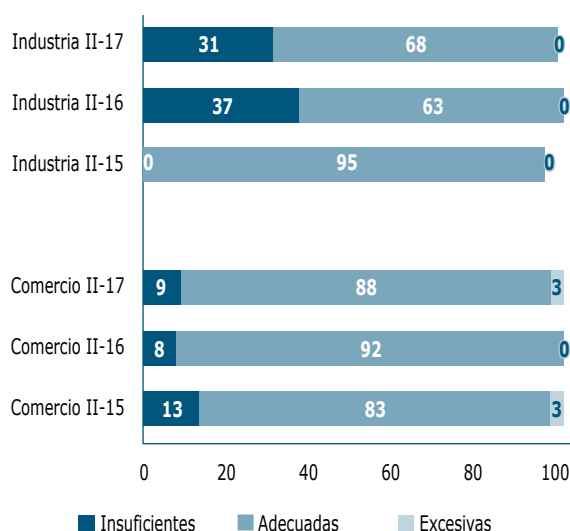


a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (31%) o excesivas (0%), ver gráfico 5.

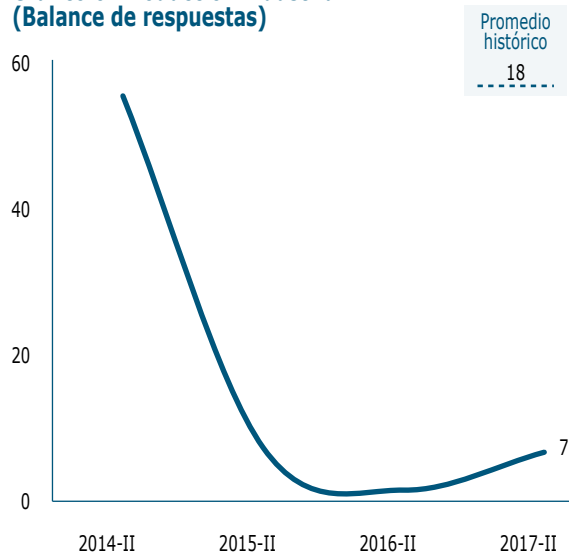
Las condiciones en la demanda a las que se enfrentaron las Pymes industriales del municipio de Tuluá se han visto reflejadas en mayores niveles de producción. En efecto, el balance de respuestas acerca de dicha variable repuntó a niveles del 7% en el segundo semestre de 2017 (vs. 2% un año atrás), ver gráfico 6. Allí jugaron tanto el efecto del incremento en la proporción de empresarios industriales con expansiones en su producción (29% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), como caídas en la porción de empresarios con contracciones en dicha variable (22% en 2017-II vs. 27% en 2016-II).

La Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) se incrementó a niveles del 85% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 80% un año atrás), ver gráfico 7. Ello no fue suficiente para presionar al alza la inversión en maquinaria y equipo, pues su balance de respuestas cayó a niveles del 14% (vs. 18% un año atrás). Esto último se explica tanto por el aumento de la proporción de empresarios que disminuyeron dicha inversión (5% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), como por la caída de aquellos empresarios que la incrementaron (19% en 2017-II vs. 21% en 2016-II). Con la comentada recuperación, el balance de respuestas de inversión en maquinaria

Gráfico 5. Existencias (%)



**Gráfico 6. Producción industrial
(Balance de respuestas)**



durante el segundo semestre de 2017-II se sitúa cerca de su promedio histórico (16%), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó un aumento en su balance de respuestas hacia niveles del 45% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 37% un año atrás). Ello obedeció tanto a aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron incrementos en costos (52% en 2017-II vs. 48% en 2016-II), como a disminuciones en la proporción de empresarios con

contracciones en dicho rubro (6% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 9.

La recuperación de pedidos y producción, a pesar de la expansión en costos, implicó un repunte en los márgenes de los empresarios industriales de Tuluá. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen alcanzó niveles del 10% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 3% un año atrás). Ello se dio tanto por expansiones en la proporción de

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

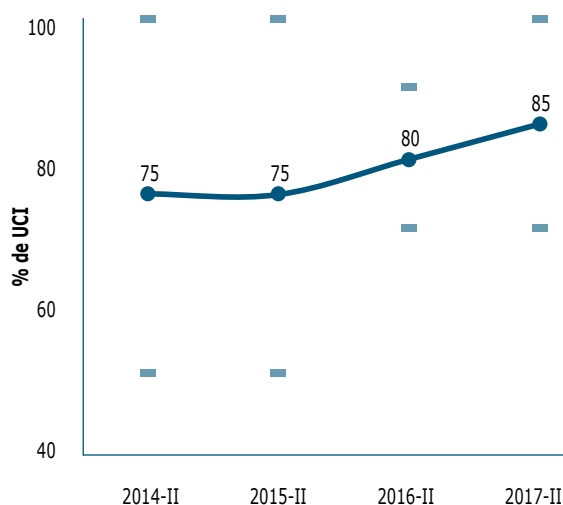


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

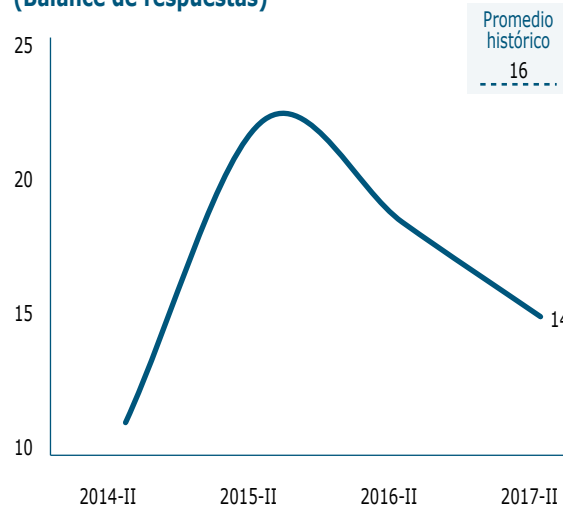


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

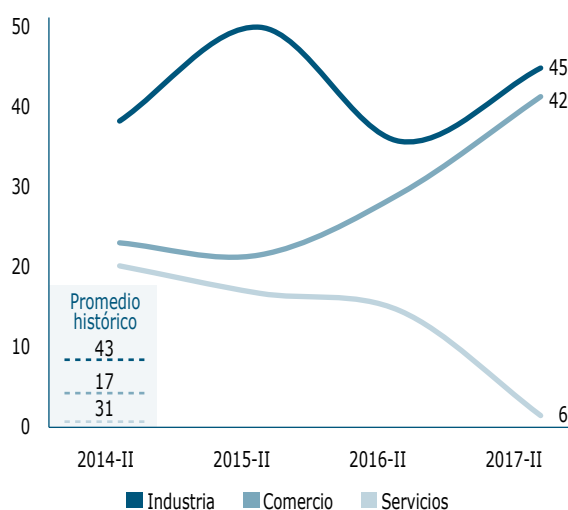
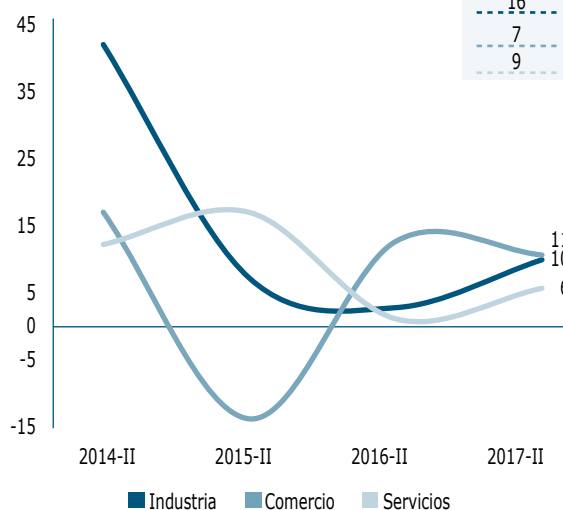


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



empresarios que experimentaron incrementos en sus márgenes (31% en 2017-II vs. 28% en 2016-II), como por caídas de aquellos con reducciones en dicha variable (21% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), ver gráfico 10.

El empleo se recuperó marginalmente hacia balances de respuesta del -5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -6% un año atrás), aunque se mantuvo en plano negativo. Allí pesaron un poco más las

contracciones en la proporción de empresarios industriales que redujeron el número de trabajadores (10% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), compensando las reducciones en la proporción de aquellos que crearon puestos de trabajo (5% en 2017-II vs. 6% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Tuluá, la mayoría (92%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). La minoría de empresarios que respondieron afirmativamente argumentó querer hacerlo para reducir los costos de transporte (6%) y por otras razones (2%).

El principal problema para el sector industrial de Tuluá fue la falta de demanda (26%) en el segundo semestre de 2017 (vs. 22% un año atrás). Si bien el segundo puesto lo ocuparon los altos impuestos, su prevalencia disminuyó hacia el 23% de la muestra (vs. 30% un año atrás), ver gráfico 13. A ello le siguieron los costos de los insumos (10%, inalterado frente a un año atrás) y la rotación de la cartera (8% en 2017-II vs. 7% en 2016-II). Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Tuluá fueron los cuellos de botella para satisfacer la demanda (5% en 2017-II vs. 4% en 2016-II) y la tasa de cambio (5% en 2017-II vs. 4% en 2016-II).

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

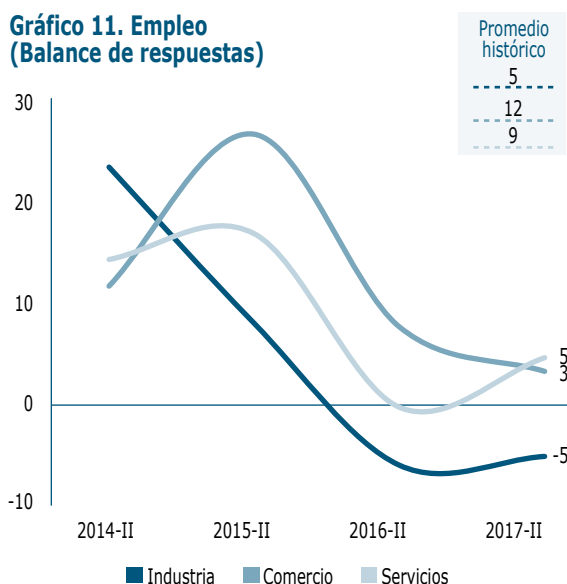


Gráfico 12. ¿Ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte? (%)

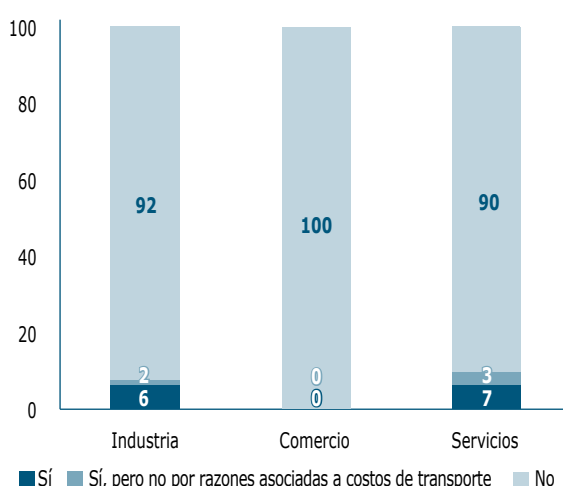
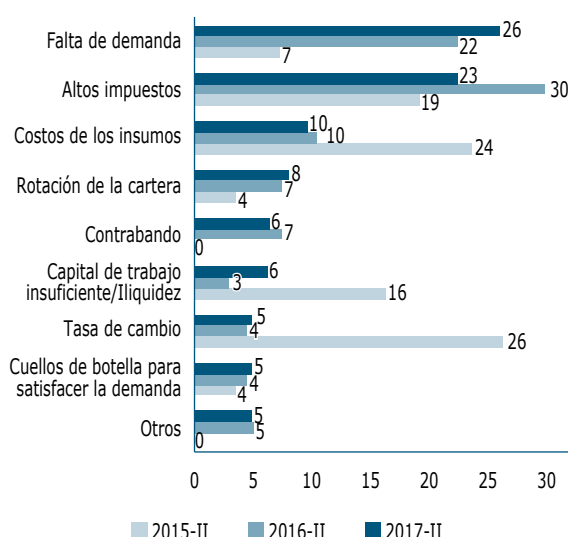


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



• Sector comercio

El balance de respuestas acerca de la situación económica de los empresarios Pyme del sector comercio de Tuluá prácticamente se mantuvo inalterado en niveles del -1% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -2% un año atrás y +7% del promedio histórico). Allí se anularon efectos encontrados provenientes de: i) la expansión en la proporción de comerciantes Pyme con incrementos en dicha variable (29% en 2017-II vs. 28% en 2016-II); y ii) reducciones del porcentaje de empresarios con deterioros (29% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 1.

Las Pymes del sector comercio reportaron un mayor dinamismo en el balance de respuestas sobre sus volúmenes de ventas, recuperándose hacia el +3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -9% un año atrás). Dicho repunte obedeció tanto a expansiones en la proporción de comerciantes que experimentaron aumentos en sus ventas (26% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), como a reducciones en el porcentaje de comerciantes con deterioros en dicha variable (23% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), ver gráfico 2. Al igual que en la industria, la mayoría (74%) de las firmas comerciales experimentó aumentos en sus ventas en el rango 0%-10%, ver gráfico 3.

Dicha recuperación en la demanda se extendió al volumen de pedidos, alcanzando su balance de respuestas niveles del +3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -9% un año atrás y +7% de su promedio histórico). Ello obedeció tanto a expansiones en los comerciantes con aumentos en sus pedidos (26% en 2017-II vs. 24% en 2016-II), como a decrecimientos en los comerciantes con contracciones en dicha variable (23% en 2017-II vs. 33% en 2016-II), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 88% de los casos durante 2017-II (vs. 92% un año atrás), dejando porciones menores a aquellos empresarios que calificaron sus existencias como insuficientes (9%) o excesivas (3%), ver gráfico 5.

Ahora bien, el balance de costos de ventas de los comerciantes se redujo al 6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 18% un año atrás), ver gráfico 9. Ello se explica tanto por el aumento en la proporción de comerciantes con disminuciones en sus costos de ventas (17% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), como por las disminuciones en la proporción de comerciantes con aumentos en dichos costos (23% en 2017-II vs. 26% en 2016-II).

A pesar de la recuperación de la demanda y la disminución en los costos, se evidenció un leve deterioro en el margen de los comerciantes de Tuluá. En efecto, el balance de respuestas acerca del margen se redujo hacia niveles del 11% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 13% un año atrás). Ello se dio por aumentos en la proporción de empresarios que experimentaron descensos en sus márgenes (20% en 2017-II vs. 16% en 2016-II), los cuales compensaron el crecimiento de aquellos con expansiones en dicha variable (31% en 2017-II vs. 29% en 2016-II), ver gráfico 10.

Asimismo, el balance del número de trabajadores empleados en el sector comercio de Tuluá se deterioró hacia niveles del 3% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 8% un año atrás). Dicho descenso en la generación de empleo obedeció principalmente a aumentos en la proporción de empresarios comerciales que redujeron el número de trabajadores (14% en 2017-II vs. 8% en 2016-II), lo cual compensó el incremento de aquellos comerciantes que crearon puestos de trabajo (17% en 2017-II vs. 15% en 2016-II), ver gráfico 11.

También se dieron deterioros en el balance de respuestas acerca de la superficie de ventas, reduciéndose hacia niveles del -6% al cierre del segundo semestre de 2017 (vs. +1% un año atrás). Ello obedeció a incrementos en la proporción de comerciantes con menores superficies (26% en 2017-II vs. 19% en 2016-II), pues la porción de comerciantes con aumentos en dicha variable se mantuvo estable (20%), ver gráfico 14.

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

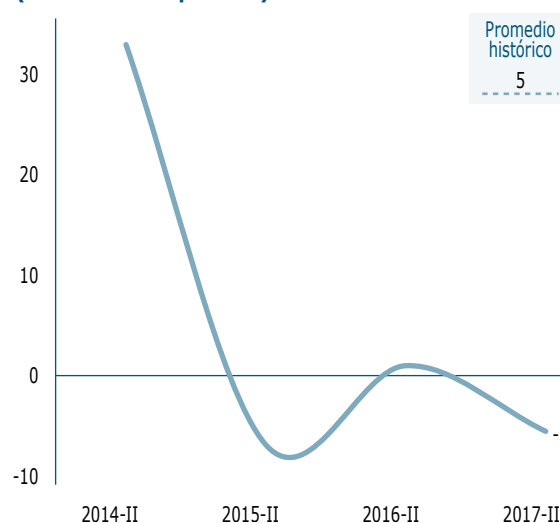
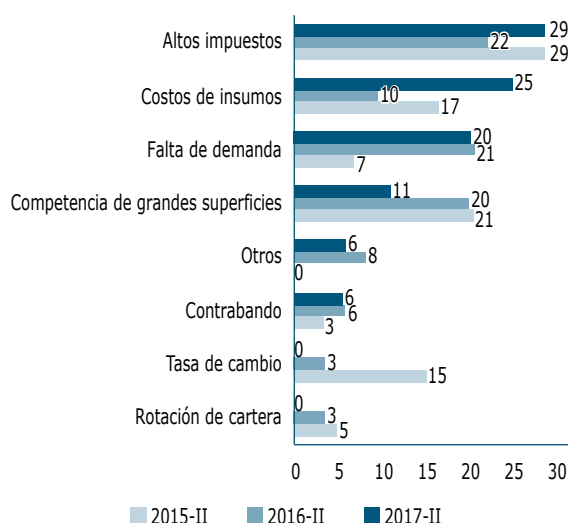


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Tuluá, la totalidad de la muestra (100%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2017-II (ver gráfico 12).

Las Pymes comerciales de Tuluá identificaron los altos impuestos como el principal problema durante el segundo semestre de 2017 (29% vs. 22% un año atrás). A ello le siguieron los costos de los insumos (25% en 2017-II vs. 10% en 2016-II) y la falta de demanda (20% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 15.

• Sector servicios

A diferencia de los sectores de industria y comercio de Tuluá, los empresarios del sector de servicios vieron una recuperación significativa en el balance de respuestas acerca de su situación económica general hacia niveles del 20% durante el segundo semestre de 2017 (vs. -9% un año atrás y 18% del promedio histórico). Ello ocurrió tanto por expansiones en la proporción de empresarios de servicios con mejores lecturas (42% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), como por las disminuciones en la porción de aquellos con deterioros en dicha variable (22% en 2017-II vs. 30% en 2016-II), ver gráfico 1.

Asimismo, los empresarios de servicios experimentaron repuntes en el balance de respuestas acerca del volumen de ventas hacia el +1% durante el se-

gundo semestre de 2017 (vs. -15% un año atrás). Dicha recuperación obedeció tanto a aumentos en la proporción de empresarios de servicios con incrementos en sus ventas (30% en 2017-II vs. 17% en 2016-II), como a disminuciones en el porcentaje de empresarios de servicios con deterioros en dicha variable (29% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), ver gráfico 2. Por su parte, la mayoría (67%) de las firmas de servicios experimentó aumentos en sus ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos de las Pymes de servicios de Tuluá se mantuvo casi inalterado en niveles del 2% en su balance de respuestas durante el segundo semestre de 2017 (vs. 1% un año atrás y 14% de su promedio histórico). Ello obedeció a incrementos en los empresarios con aumentos en sus pedidos (31% en 2017-II vs. 23% en 2016-II), lo cual compensó los aumentos en aquellos con disminuciones en dicha variable (29% en 2017-II vs. 21% en 2016-II), ver gráfico 4.

Adicionalmente, los empresarios Pyme del sector de servicios de Tuluá observaron un incremento en el balance de respuestas acerca de sus costos de operación hacia niveles del 42% al corte del segundo semestre de 2017 (vs. 31% un año atrás), ver gráfico 9. Ello obedeció tanto a un incremento en la porción de empresarios con aumentos en dichos costos (45% en 2017-II vs. 40% en 2016-II), como a la disminución de la porción que reportó descensos en dicha variable (3% en 2017-II vs. 9% en 2016-II).

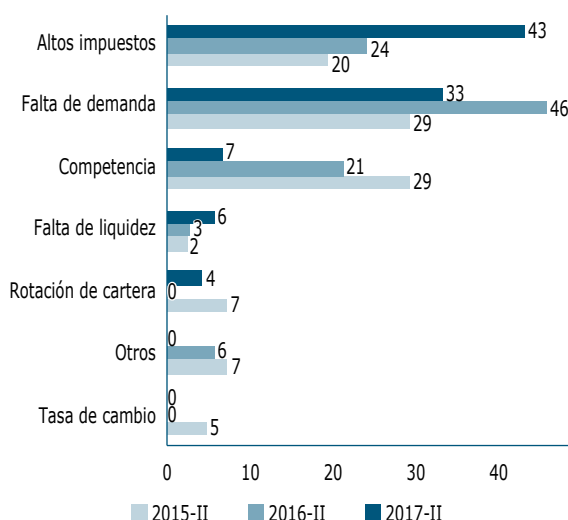
A pesar del incremento de los costos, la recuperación de la demanda permitió elevar el balance de respuestas acerca del margen hacia niveles del 6% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 1% un año atrás), ver gráfico 10. Ello se explicó por un incremento en los empresarios de servicios con aumentos en sus márgenes (30% en 2017-II vs. 26% en 2016-II), pues la porción de la muestra con contracciones en dicho rubro se mantuvo estable (24%).

Asimismo, se evidenció una recuperación del balance del número de trabajadores empleados en el sector servicios de Tuluá hacia niveles del 5% durante el segundo semestre de 2017 (vs. 0% un año atrás). Dicho crecimiento en la generación de empleo obedeció a aumentos en la porción de la muestra con incrementos en los puestos de trabajo (26% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), lo cual compensó el crecimiento de la proporción de empresarios de servicios que redujo el número de trabajadores (21% en 2017-II vs. 11% en 2016-II), ver gráfico 11.

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios de Tuluá, la mayoría (90%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de los costos de transporte (7%) y otras razones (3%).

El principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Tuluá para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2017 fueron los altos impuestos (43% en 2017-II vs. 24% en 2016-II). A ello le siguieron las dificultades relacionadas a la falta de demanda (33% en 2017-II vs. 46% en 2016-II) y la competencia (7% en 2017-II vs. 21% en 2016-II). El problema con menor incidencia fue la rotación de cartera (4% en 2017-II vs. 0% en 2016-II), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



PERSPECTIVAS

Primer semestre de 2018

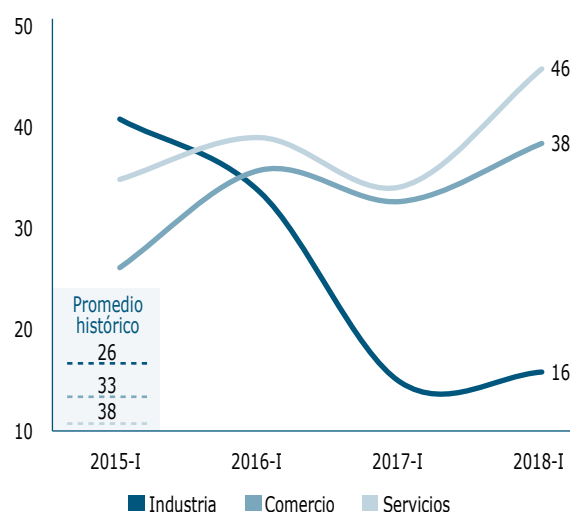
• Sector industria

El balance de respuestas acerca de las expectativas sobre la situación general de los empresarios Pyme de industria mejoró levemente hacia niveles del 16% para el primer semestre de 2018 (vs. 15% un año atrás). Ello obedeció principalmente a la disminución de la proporción de empresarios con deterioros en dicha variable (21% en 2018-I vs. 24% en 2017-I), lo cual compensó el decrecimiento de los empresarios con mejoras en sus expectativas (37% en 2018-I vs. 39% en 2017-I). Ello se vio acompañado de una expansión en la porción de encuestados con incertidumbre en el desempeño general en 2018-I (13% vs. 12% un año atrás), ver gráfico 17.

Asimismo, las perspectivas acerca del volumen de producción aumentaron en su balance de respuestas hacia niveles del 16% en el primer semestre de 2018 (vs. 6% un año atrás). Ello se explica tanto por incrementos en la porción de empresarios que esperaban aumentos en su producción (31% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), como por disminuciones de la porción de encuestados que preveían contracciones en dicha variable (15% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), ver gráfico 18.

De manera similar, se observaron repuntes en el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos hacia niveles del 13% en el primer semestre de 2018 (vs. 3% un año atrás y 24% del promedio

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



dio histórico). Ello se dio tanto por el aumento en la porción de empresarios que esperaban incrementos en pedidos (29% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), como por las reducciones en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (16% en 2018-I vs. 20% en 2017-I), ver gráfico 19.

Igualmente, el balance de respuestas referente a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo se incrementó a niveles del 8% para el primer semestre

de 2018 (vs. 4% un año atrás). Ello se dio tanto por el efecto del incremento en la porción de empresarios que esperaban aumentar la inversión (23% en 2018-I vs. 21% en 2017-I), como por la caída en la porción de la muestra que veía contracciones en dicha variable (15% en 2018-I vs. 16% en 2017-I), ver gráfico 20.

• Sector comercio

Similar a lo ocurrido en industria, el balance de respuestas sobre las expectativas del desempeño general de los comerciantes se expandió hacia el 38% en el primer semestre de 2018 (vs. 33% un año atrás). Ello obedeció tanto al crecimiento en la proporción de empresarios que pronosticaban una mejora en su situación general (47% en 2018-I vs. 45% en 2017-I), como a la caída de la porción de comerciantes que esperaban deterioros en dicha situación (9% en 2018-I vs. 13% en 2017-I). Lo anterior se vio acompañado de valores del 20% de los comerciantes que percibían su comportamiento general como incierto para el primer semestre de 2018 (vs. 18% un año atrás), ver gráfico 17.

Algo similar ocurrió con el balance de respuestas acerca de las expectativas de pedidos, incrementándose hacia el 34% en el primer semestre de 2018 (vs. 15% un año atrás y 32% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de comerciantes que esperaban aumentos en pedidos

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

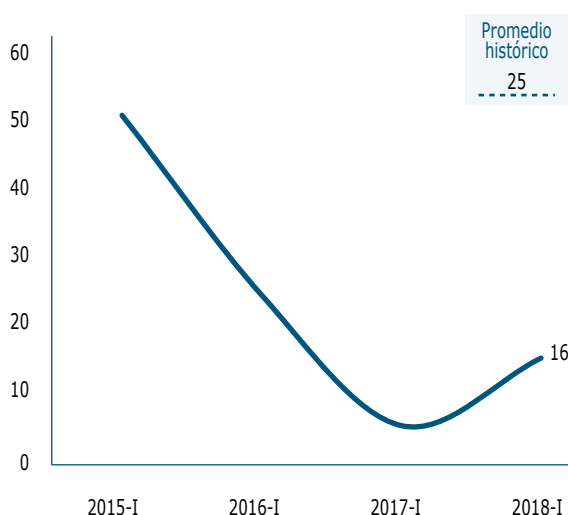


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

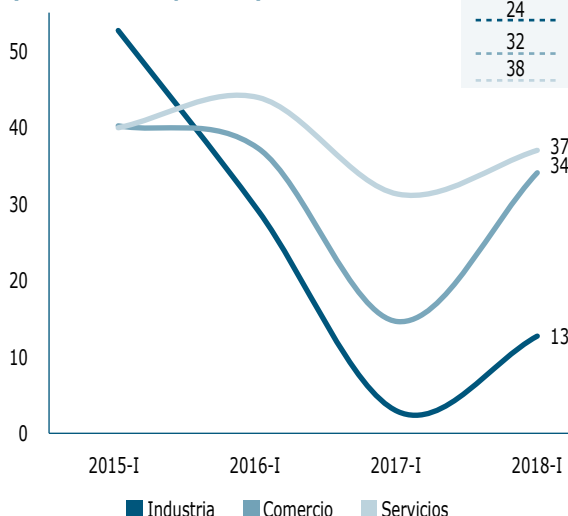
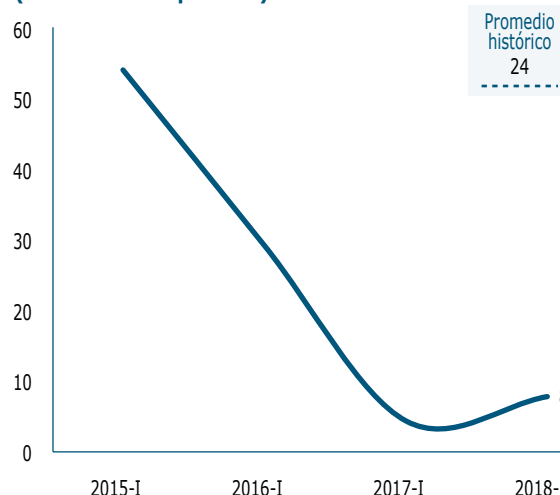


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



(37% en 2018-I vs. 22% en 2017-I), como al decrecimiento de la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (3% en 2018-I vs. 8% en 2017-I), ver gráfico 19.

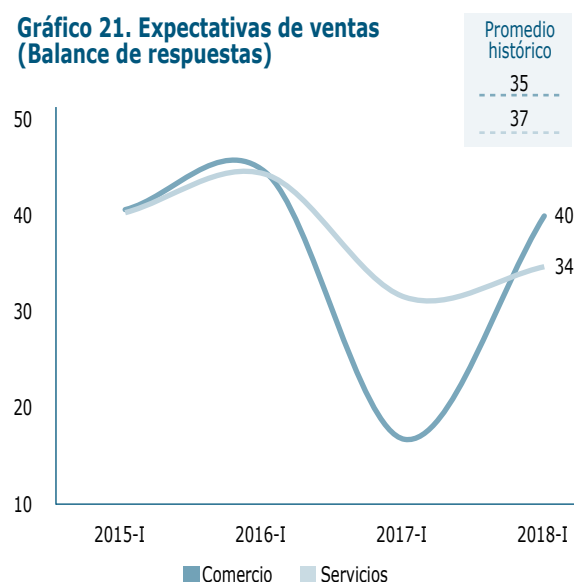
En lo referente a ventas, también se evidenciaron expansiones en el balance de expectativas hacia niveles del 40% en el primer semestre de 2018 (vs. 17% un año atrás y 35% del promedio histórico). Ello obedeció tanto a incrementos en la porción de empresarios que esperaban ascensos en ventas (43% en 2018-I vs. 24% en 2017-I), como al decrecimiento en la porción de encuestados que preveían descensos en dicha variable (3% en 2018-I vs. 8% en 2017-I), ver gráfico 21.

• Sector servicios

De manera similar a lo ocurrido en los otros macrosectores, el sector Pyme de servicios de Tuluá experimentó mejoras en el balance de respuestas acerca de sus expectativas sobre la situación general hacia niveles del 46% para el primer semestre de 2018 (vs. 34% un año atrás), ver gráfico 17. Ello obedeció al incremento de la porción de encuestados que esperaban mejoras en su situación general (58% en 2018-I vs. 46% en 2017-I), pues la porción de la muestra que preveía desmejoras en dicha situación se mantuvo inalterada (12%). Ello vino acompañado de contracciones en la porción que veía elevada incertidumbre en dicha variable (13% en 2018-I vs. 20% en 2017-I).

En lo concerniente a pedidos del sector Pyme de servicios de Tuluá, su balance de respuestas se incrementó hacia el 37% en el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás y 38% del promedio histórico).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



Ello obedeció al incremento en los empresarios de servicios que veían repuntes en sus pedidos (53% en 2018-I vs. 43% en 2017-I), lo cual compensó el crecimiento de la porción de la muestra que esperaba disminuciones en sus pedidos (16% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 19.

De manera similar, el balance de respuestas sobre las perspectivas de ventas del sector servicios creció hacia niveles del 34% para el primer semestre de 2018 (vs. 31% un año atrás y 37% del promedio histórico). Ello se dio por incrementos en la porción de encuestados que esperaban mejoras en ventas (53% en 2018-I vs. 43% en 2017-I), lo cual compensó el ascenso en la porción de la muestra que preveía deterioros en dicho rubro (19% en 2018-I vs. 12% en 2017-I), ver gráfico 21.

FINANCIAMIENTO

Los empresarios Pyme de Tuluá incrementaron su porcentaje de solicitudes de crédito en los sectores de industria (37% en 2017-II vs. 31% en 2016-II), comercio (37% en 2017-II vs. 23% en 2016-II) y servicios (19% en 2017-II vs. 11% en 2016-II) durante el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 22). Ello se vio acompañado de una ligera reducción en la tasa de aprobación en el sector de industria (91% en 2017-II

vs. 100% en 2016-II), mientras que las aprobaciones aumentaron en el sector de comercio (100% en 2017-II vs. 91% en 2016-II) y se mantuvieron estables en el de servicios (100%), ver gráfico 23.

Para las empresas Pyme industriales de Tuluá, el plazo solicitado preferido fue el crédito a mediano plazo (53% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), ver gráfico 25. A

ello le siguieron las preferencias por créditos a largo plazo (33% en 2017-II vs. 48% en 2016-II) y a corto plazo (14%, inalterado frente a un año atrás). En los comerciantes, la mayor proporción de créditos se solicitaron a corto plazo (39% en 2017-II vs. 53% en 2016-II), seguido por el mediano plazo (31% en 2017-II vs. 7% en 2016-II) y el largo plazo (30% en 2017-II vs. 40% en 2016-II). En los empresarios de servicios, los plazos preferidos fueron el corto plazo (55% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), seguidos por el largo plazo (28% en 2017-II vs. 25% en 2016-II) y el mediano plazo (17% en 2017-II vs. 62% en 2016-II).

A nivel de aprobaciones se presentó una composición similar. En la industria Pyme de Tuluá (53% en 2017-II vs. 38% en 2016-II), la mayor parte de los créditos fue aprobada a mediano plazo, mientras que en el comercio (39% en 2017-II vs. 53% en 2016-II) y en los servicios (55% en 2017-II vs. 12% en 2016-II), el plazo prevalente fue el corto plazo (ver gráfico 24).

En lo referente al calce entre los montos de créditos aprobados vs. lo solicitado, se presentaron descensos en los sectores de industria (95% en 2017-II vs. 100% en 2016-II) y comercio (93% en

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

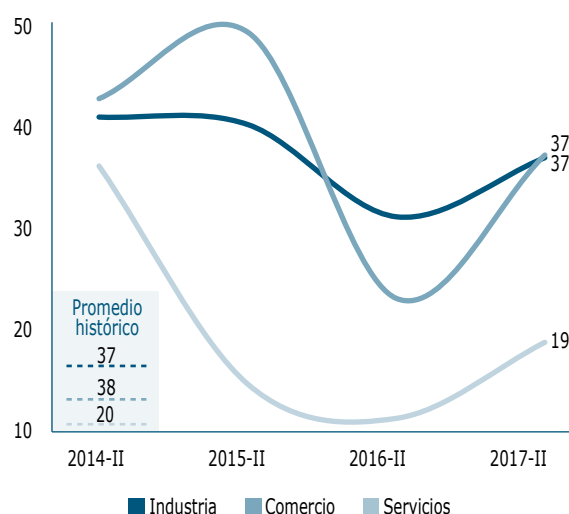


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

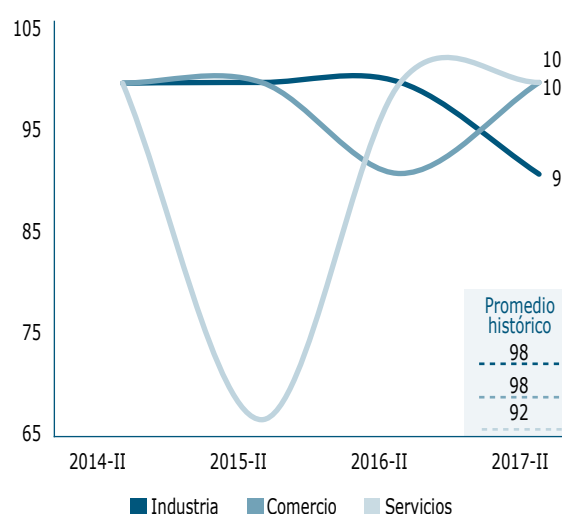


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

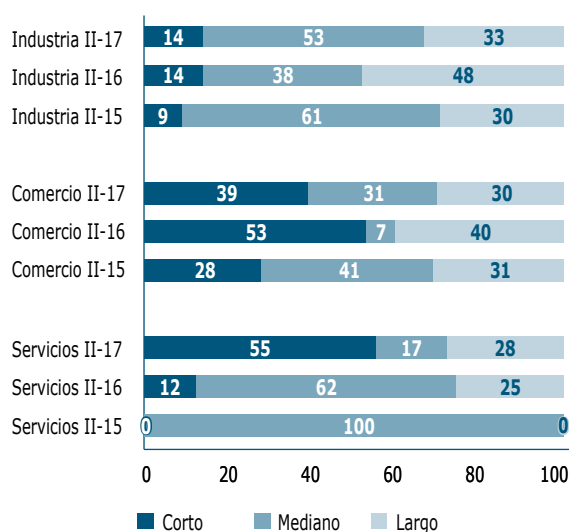
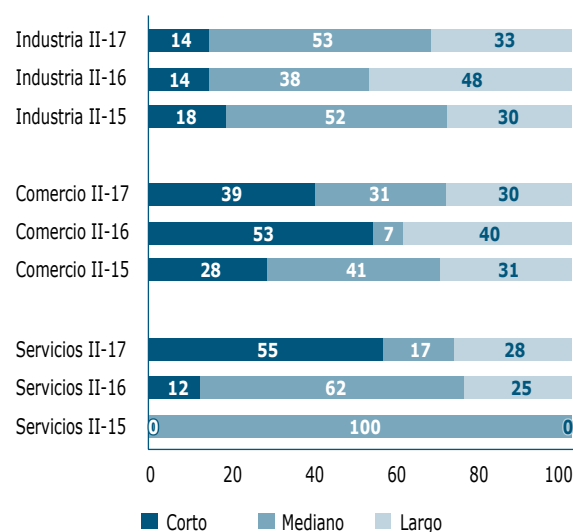


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



2017-II vs. 100% en 2016-II), mientras en el sector de servicios, dicho calce se mantuvo estable (100%), ver gráfico 26. Nótese que dichos rubros aún son elevados, lo cual refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Tuluá.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los sectores de industria (48% en 2017-II vs. 42% en 2016-II), comercio (67% en 2017-II vs. 10% en 2016-II) y servicios (72% en 2017-II vs. 75% en 2016-II) fue hasta DTF +4 puntos, ver gráficos 27, 28 y 29. La satis-

facción con dichas tasas de financiamiento se redujo levemente en los casos de industria (61% en 2017-II vs. 62% en 2016-II) y comercio (49% en 2017-II vs. 51% en 2016-II), y con alguna magnitud en servicios (48% en 2017-II vs. 75% en 2016-II), ver gráfico 30.

Una parte importante de las Pymes de los sectores de industria (47%), comercio (53%) y servicios (58%) usó los recursos de crédito para financiar el capital de trabajo, ver gráfico 31. En el caso de la industria (24%) y los servicios (28%), les siguieron quienes usaron los recursos para la compra o arriendo de

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

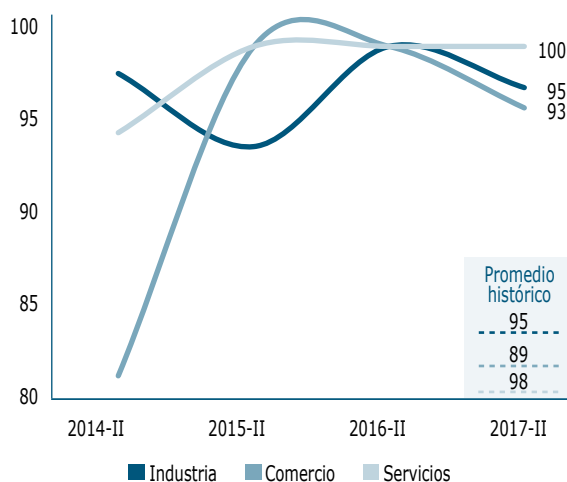


Gráfico 27. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

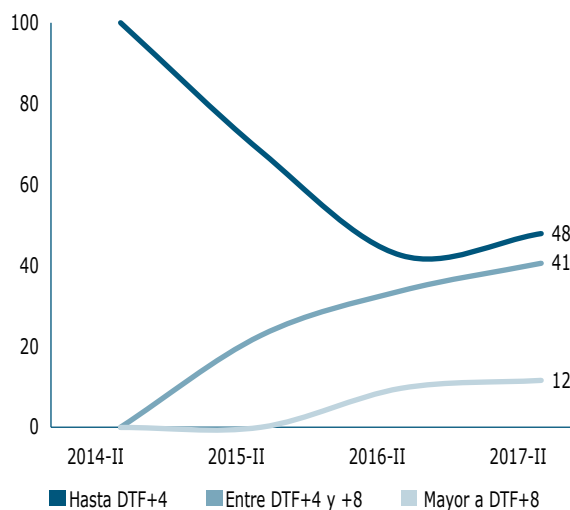


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

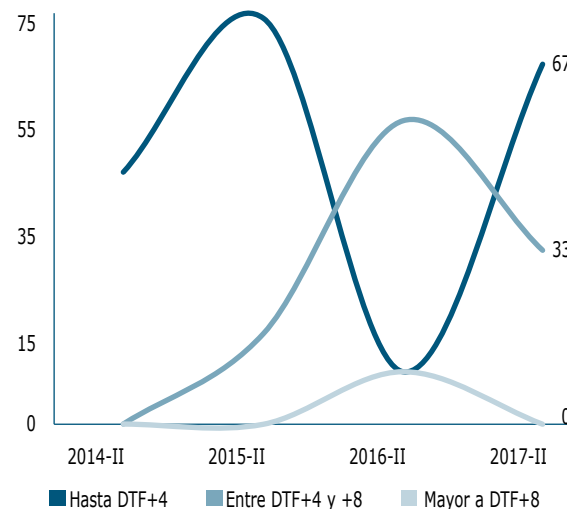


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

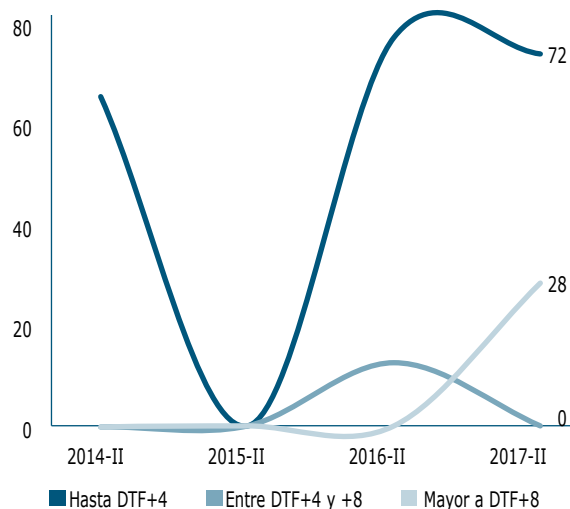
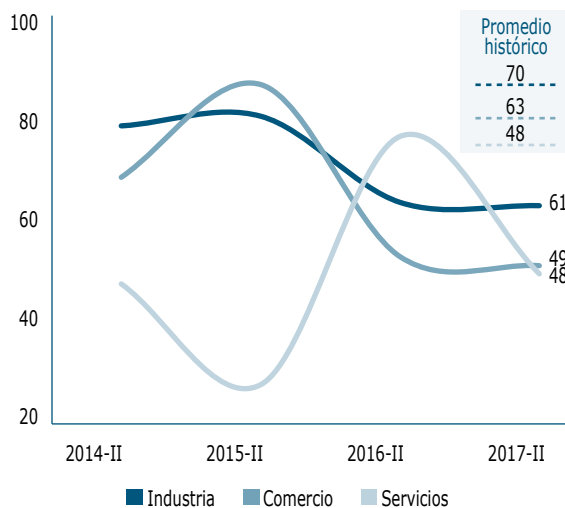


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

maquinaria y la consolidación del pasivo (19% industria y 14% servicios). Por su parte, los empresarios del sector comercio destinaron dichos recursos a la consolidación del pasivo (16%) y a remodelaciones y adecuaciones (15%).

Una parte importante de las Pymes de industria (45%), comercio (43%) y servicios (28%) no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2017 (ver gráfico 32). Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (24%) y de comercio (28%), mientras que para el sector de servicios la fuente alternativa más importante fueron los recursos propios (49%). A ello le siguieron los recursos propios para las Pymes de industria (21%) y comercio (26%), y los proveedores para las de servicios (20%).

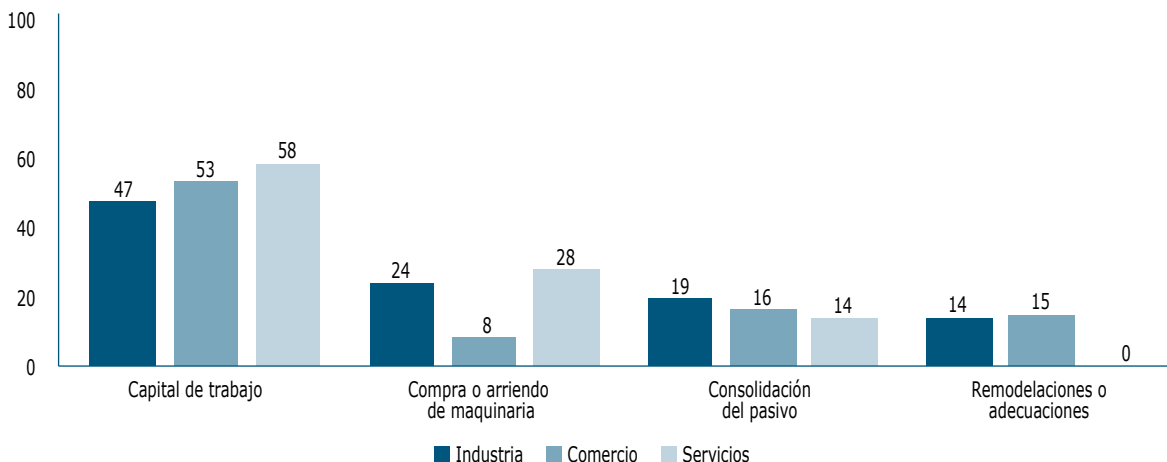
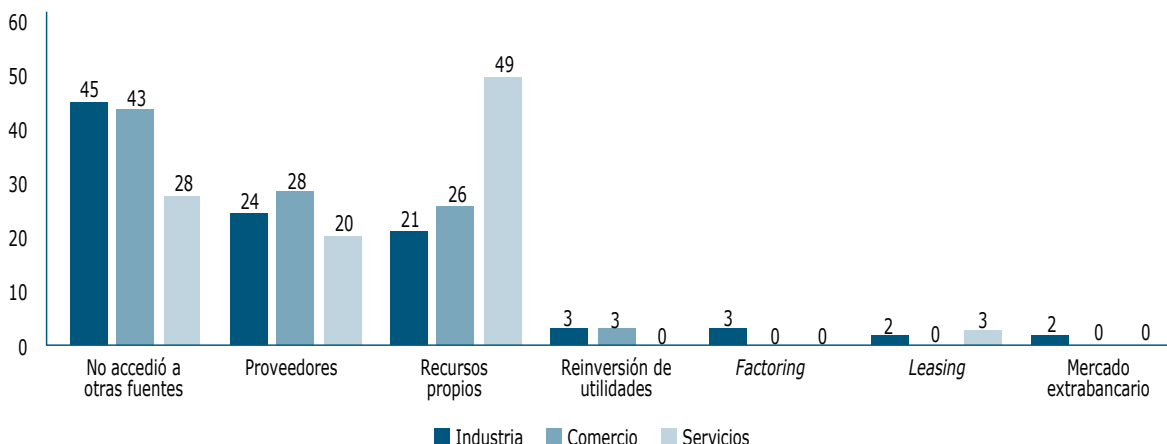
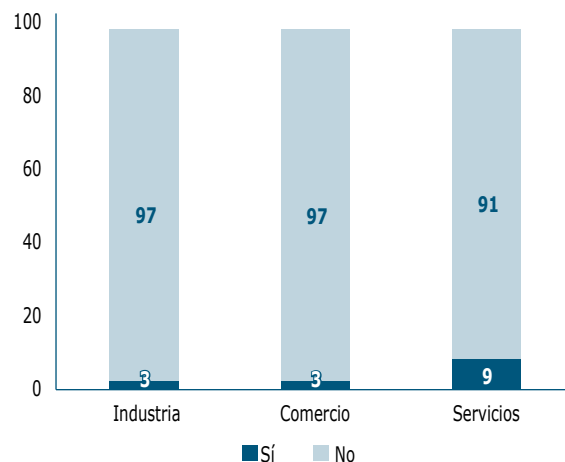
Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)**Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)**

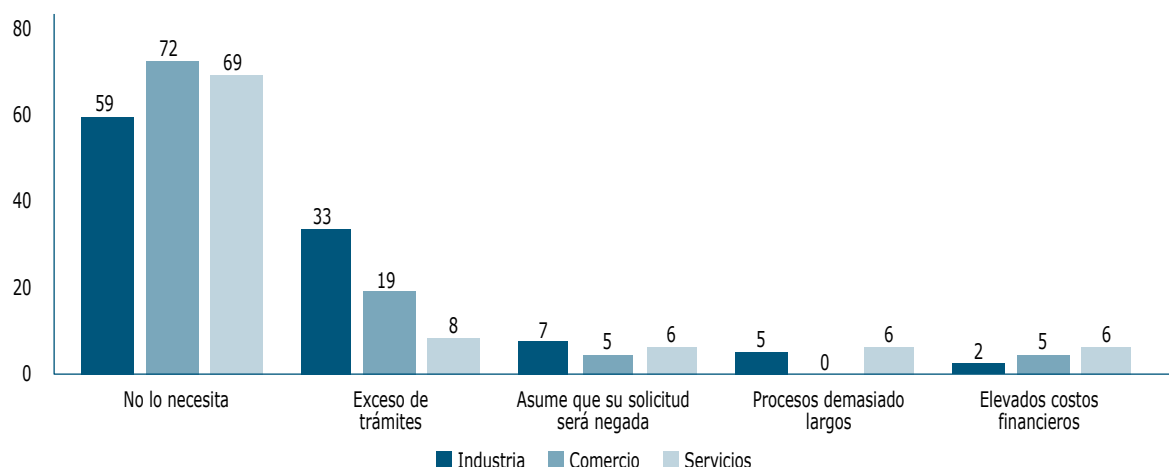
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) o apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



Se les preguntó a los empresarios de Tuluá si habían accedido a Fondos de Capital Privado (*private equity*) o apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macro-sectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (97% industria-comercio y 91% servicios) ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macro-sectores en Tuluá no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (59% industria, 72% comercio y 69% servicios). La segunda razón en los tres macro-sectores está asociada al exceso de trámites (33% industria, 19% comercio y 8% servicios), seguida por la autoexclusión pues suponen que su solicitud será negada (7% industria, 5% comercio y 6% servicios), ver gráfico 34.

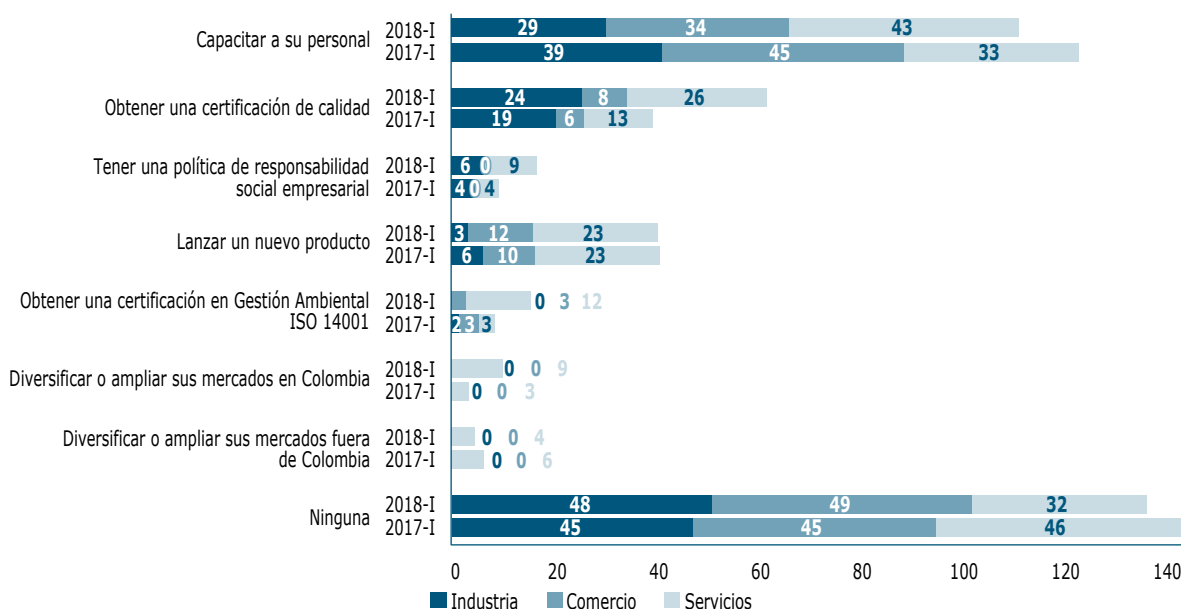
Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



ACCIONES DE MEJORAMIENTO

En el primer semestre de 2018, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Tuluá fue capacitar al personal (29% industria, 34% comercio y 43% servicios). En segundo lugar, para los sectores de industria (24%) y servicios (26%) se situó obtener una certificación de calidad, mientras que en el sector comercio fue lanzar un nuevo producto (12%), ver

gráfico 35. El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2018 aumentó en los sectores de industria (48% en 2018-I vs. 45% en 2017-I) y comercio (49% en 2018-I vs. 45% en 2017-I). En cambio, dicha proporción se redujo en el sector de servicios (32% en 2018-I vs. 46% en 2017-I).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)

CAPITAL SOCIAL

El gráfico 36 muestra cómo la mayoría de capital social de las Pymes de Tuluá tomó la forma de afiliaciones-asociaciones con las cámaras de comercio en los sectores de industria (90% en 2017-II vs. 93% en 2016-II), comercio (78% en 2017-II vs. 87% en 2016-II) y servi-

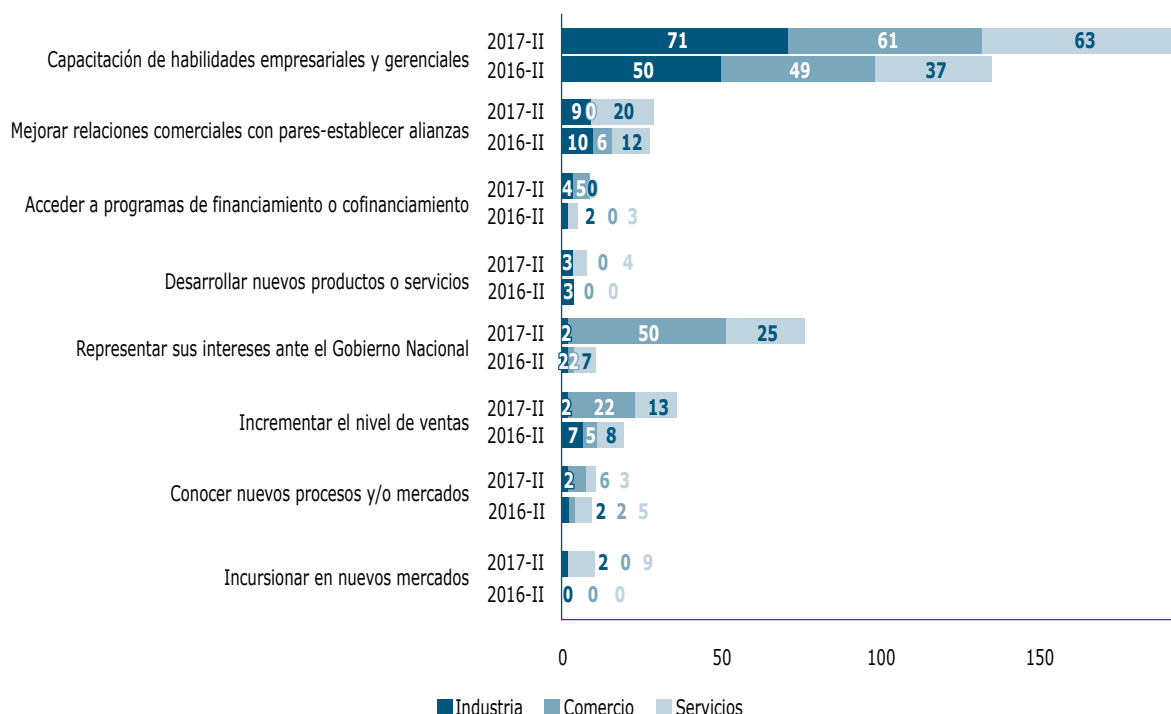
cios (97% en 2017-II vs. 84% en 2016-II). A ello le siguieron las asociaciones-afiliaciones con gremios (3% industria, 34% comercio y 2% servicios), alcaldías (2% industria, 17% comercio y 21% servicios) y universidades (2% industria, 0% comercio y 7% servicios).

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

El gráfico 37 muestra cómo los principales beneficios de dichas relaciones provienen de la obtención de habilidades empresariales-gerenciales en los sectores de industria (71% en 2017-II vs. 50% en 2016-II), comercio (61% en 2017-II vs. 49% en 2016-II) y servicios (63% en 2017-II vs. 37% en 2016-II). A ello le

siguieron los beneficios derivados de reconocer sus intereses ante el Gobierno Nacional (2% industria, 50% comercio y 25% servicios), incrementar el nivel de ventas (2% industria, 22% comercio y 13% servicios) y mejorar relaciones comerciales (9% industria, 0% comercio y 20% servicios).

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



PREGUNTAS COYUNTURALES

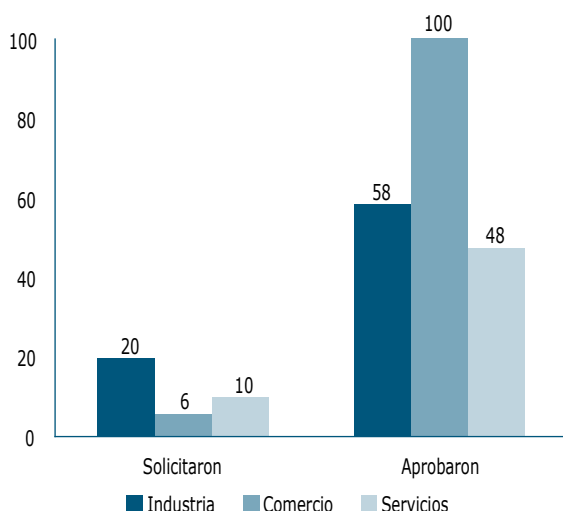
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas coyunturales para ahondar en el detalle referente a: i) la reestructuración de obligaciones crediticias, dada la tensión del ciclo de deterioro bancario durante 2017-2018; ii) el grado de absorción de mano de obra de inmigrantes venezolanos,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

Reestructuración de obligaciones crediticias

El gráfico 38 muestra cómo solo una pequeña parte de la muestra (20% industria, 6% comercio y 10% servicios) solicitó reestructuraciones de sus obligaciones crediticias durante el segundo semestre de 2017. Sin embargo, dentro de aquellos que sí reestructuraron sus pasivos, la tasa de aprobación de dicho trámite fue relativamente elevada en los tres macro-sectores (58% industria, 100% comercio y 48%

servicios). Dentro de las razones para no solicitar dichas reestructuraciones primó el no tener deudas o necesitar dicha reestructuración (94% industria, 85% comercio y 76% servicios), ver gráfico 39. Con porcentajes menores le siguieron el exceso de trámites (4% industria, 3% comercio y 9% servicios), el temor a desmejorar la calificación crediticia (2% industria, 0% comercio-servicios), los altos costos de asesoría (0% industria, 9% comercio y 6% servicios) y el hecho de no saber cómo presentar la solicitud al banco (0% industria, 3% comercio y 9% servicios).

Gráfico 38. Solicitudes y aprobaciones de reestructuraciones de deuda (%)



Mercado laboral – Inmigrantes venezolanos

El gráfico 40 muestra cómo menos de una décima parte de las Pymes encuestadas ha contratado venezolanos en los últimos seis meses (8% industria, 3% comercio y 9% servicios), siendo dichas contrataciones mayoritariamente formales en los casos de los sectores de industria (100%) y comercio (100%), e informales en el sector servicios (55%), ver gráfico 41.

Gráfico 39. ¿Por qué no solicitó reestructuraciones de deuda? (%)

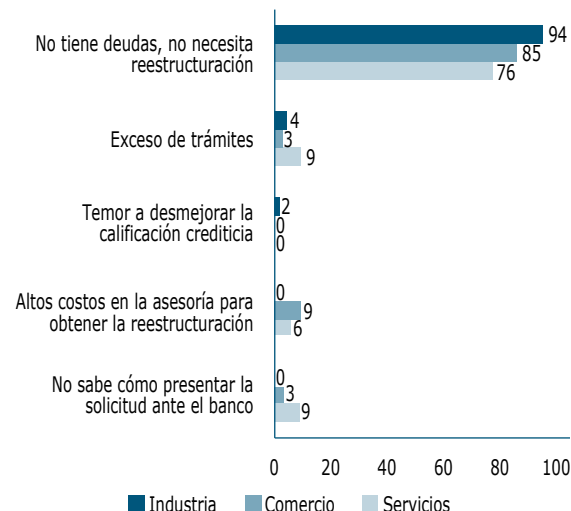


Gráfico 40. ¿Ha contratado trabajadores venezolanos en los últimos seis meses? (%)

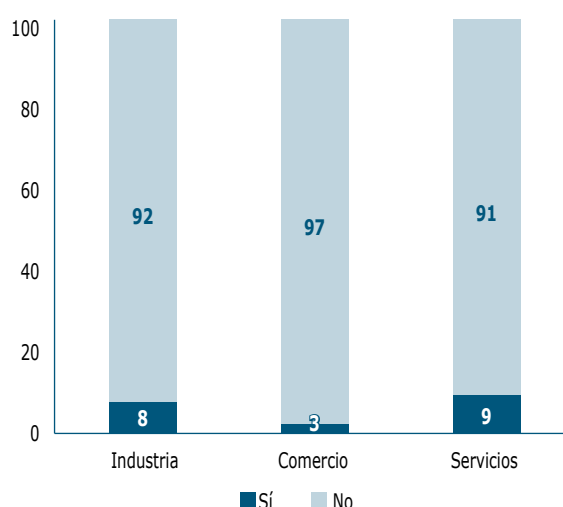
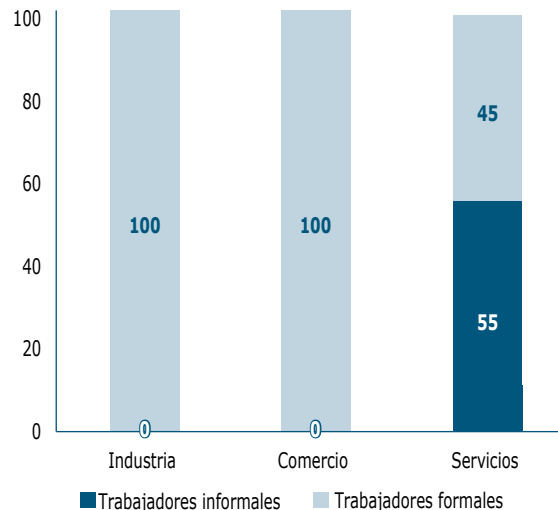


Gráfico 41. ¿Bajo qué condiciones contractuales? (%)



En el sector de industria, el modo de contratación principal ha sido bajo contrato a término indefinido (60%), seguido por contratos a término fijo (40%); en el sector de comercio todas las contrataciones se hicieron mediante contratos a término indefinido (100%); y en el sector servicios se utilizaron contratos por prestación de servicios en todos los casos (100%), ver gráfico 42. Finalmente, sobre los salarios que devengaban los trabajadores venezolanos frente a sus pares colombianos, el sector industrial afirmó que el 40% recibía salarios equivalentes, el sector

comercio respondió que el 100% pagaba los mismos salarios y el sector servicios el 72% (ver gráfico 43).

Productos-servicios no financieros

Cerca de tres cuartas partes de la muestra de Pymes encuestadas no accedieron a servicios-productos no financieros (consultorías, desarrollo de nuevos

Gráfico 42. ¿El tipo de contrato que tienen es? (%)

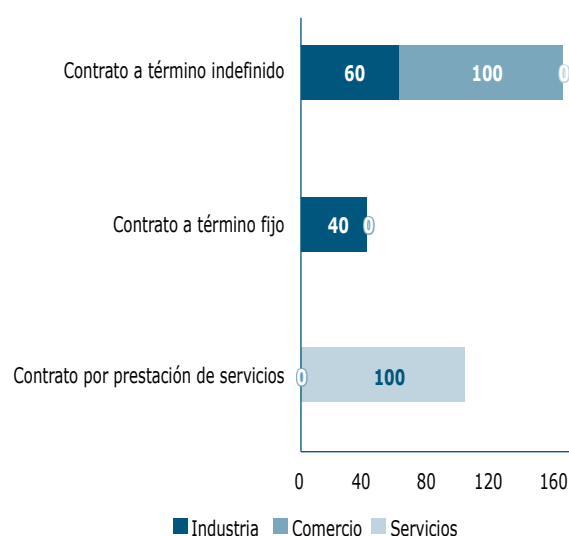


Gráfico 43. ¿Los trabajadores venezolanos ganan menos que sus pares colombianos? (%)

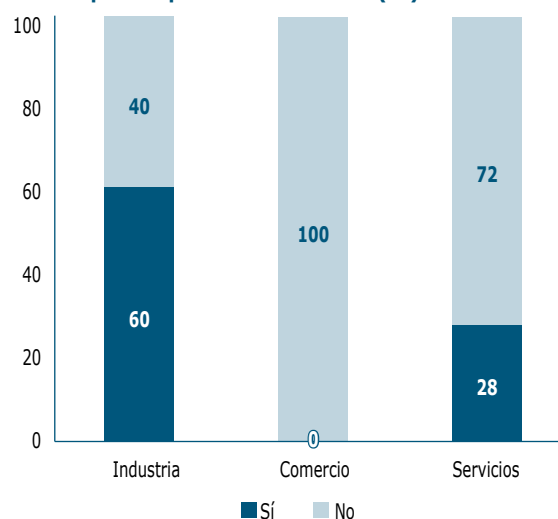


Gráfico 44. ¿En los últimos tres años, su empresa ha accedido a alguno de los siguientes productos o servicios no financieros? (%)

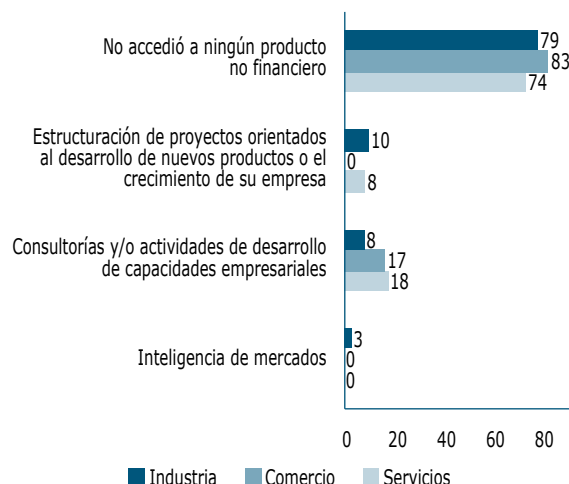
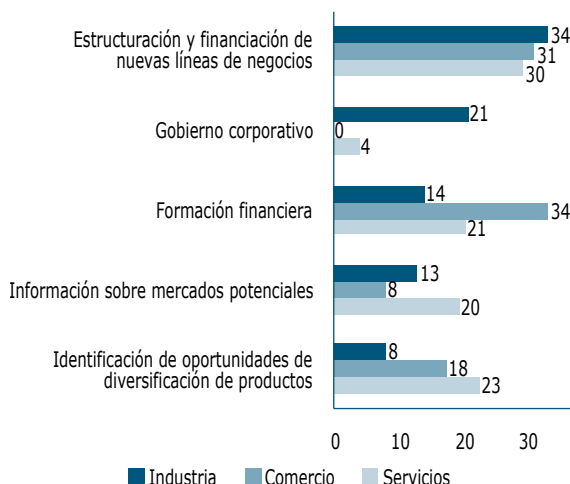


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes productos o servicios no financieros considera de mayor interés para el desarrollo de su negocio? (%)



productos o inteligencia de mercados) en los últimos tres años (79% industria, 83% comercio y 74% servicios), ver gráfico 44. Los empresarios que sí accedieron a dichos productos se focalizaron en estructuración de proyectos orientados a nuevos productos (10% industria, 0% comercio y 8% servicios), consultorías (8% industria, 17% comercio, 18% servicios) y servicios de inteligencia de mercado (3% industria, 0% comercio-servicios).

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

nes significativas muestran algún interés por dichos servicios, ver gráfico 45. Los industriales Pyme de Tuluá mostraron interés en la estructuración y financiación de nuevas líneas de negocio (34%) y gobierno corporativo (21%). Por su parte, el sector comercio centró su interés en la formación financiera (34%) y la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (31%), mientras que el sector servicios se interesó por la estructuración-financiación de nuevas líneas de negocio (30%) y la identificación de oportunidades de diversificación de productos (23%).

COMERCIO EXTERIOR

El gráfico 46 muestra cómo se mantiene la baja vocación exportadora histórica del sector Pyme industrial en Tuluá (con valores cercanos al 92% de la muestra sin exportar durante 2017-II vs. 98% un año atrás). Dentro de la minoría industrial que sí exportó, no se observaron cambios en la proporción con incrementos en sus exportaciones (2%, inalterado frente un año atrás), ni tampoco en la porción de la muestra con decrecimientos en sus ventas externas (0%, inalterado frente un año atrás).

En el sector servicios, la porción de Pymes que no exportan se sostuvo en el 97% de la muestra duran-

te el segundo semestre de 2017 (inalterado frente a un año atrás). Ello se vio acompañado de un decrecimiento en la porción de empresarios de servicios con aumentos en sus exportaciones (0% en 2017-II vs. 3% en 2016-II), mientras que la porción con descensos en dichas ventas se mantuvo estable (0%).

La principal razón aducida por los empresarios industriales para no exportar se relaciona con considerar que no tienen productos exportables (47%). A ello le siguió no tener conocimiento sobre cómo exportar (18%) y el desinterés por participar en el mercado internacional (16%), ver gráfico 47. En los empresarios

Gráfico 46. Con respecto al primer semestre de 2017 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2017 (%)

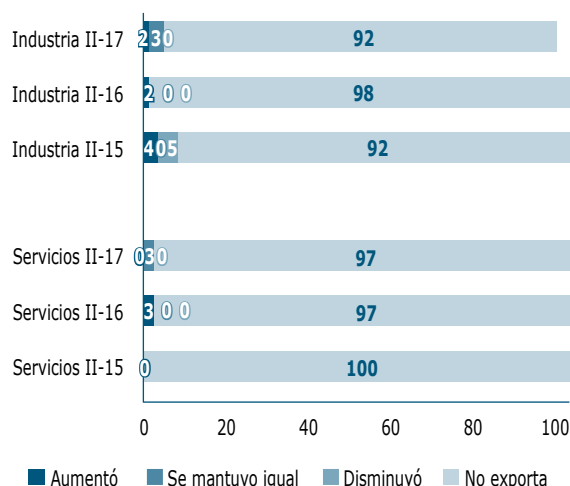


Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta? (%)



de servicios primaron las razones referentes a no tener servicios exportables (48%), seguido por la ausencia de interés en exportar (24%) y falencias de información (21%). Nótese cómo todo lo anterior se da a pesar de que más de la mitad de la muestra encuestada cuenta con planes de internacionalización (68% industria y 100% comercio), ver gráfico 48.

Prospectivamente, se espera algún cambio en dicha baja vocación exportadora de las Pymes de Tuluá. El gráfico 49 muestra cómo un 76% de las Pymes industriales no esperaba exportar durante el pri-

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio? (%)

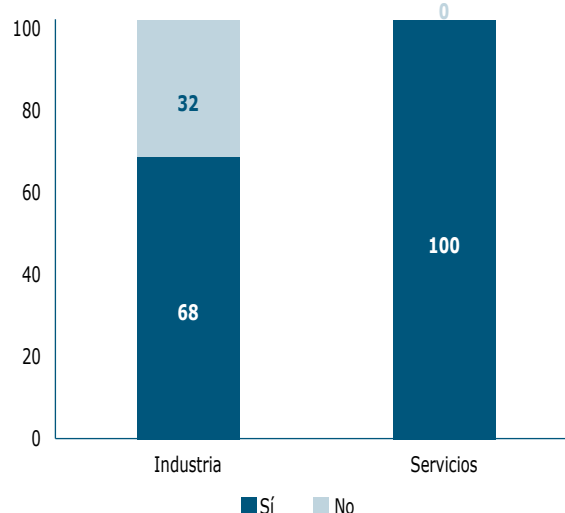
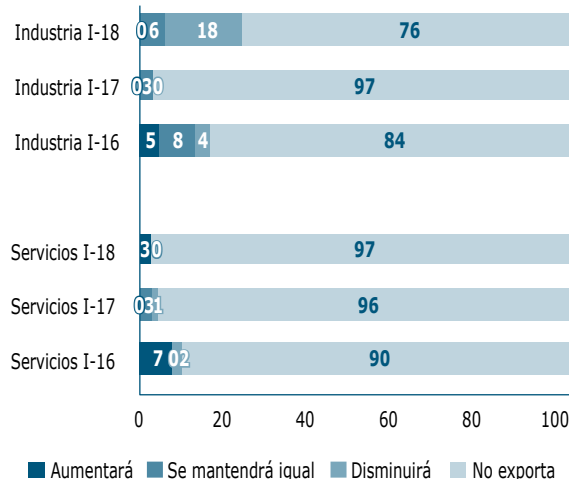


Gráfico 49. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

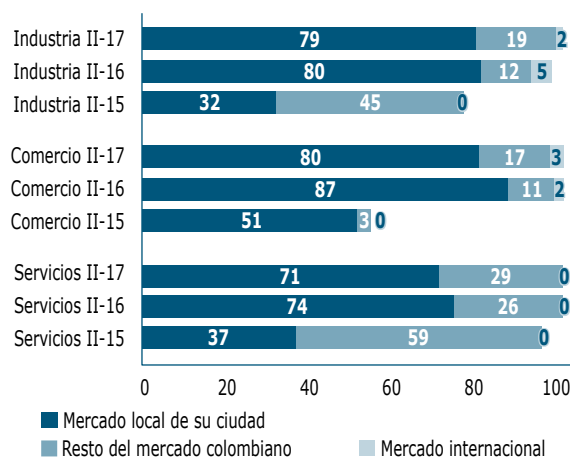


mer semestre de 2018 (vs. 97% un año atrás). Ello es consistente con el aumento en la porción de empresarios Pyme que preveían disminuir sus ventas externas (18% en 2018-I vs. 0% en 2017-I), mientras que aquellos que esperaban incrementos (0%) se mantuvieron inalterados frente a un año atrás. Por su parte, en el sector de servicios, el 97% de las Pymes de servicios no esperaba exportar durante el primer semestre de 2018 (vs. 96% un año atrás). Allí se evidencian descensos marginales en los empresarios que esperaban disminuir sus exportaciones (0% en 2018-I vs. 1% en 2017-I), aunque también se dio un leve incremento en aquellos industriales que esperaban aumentar sus niveles de ventas externas (3% en 2018-I vs. 0% en 2017-I).

También se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de industria (79%), comercio (80%) y servicios (71%) de Tuluá se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad durante el segundo semestre de 2017, ver gráfico 50.

Adicionalmente, se incluyeron algunas preguntas coyunturales de comercio exterior, con el fin de ahondar sobre los retos de la baja vocación exportadora de las Pymes. El gráfico 51 confirma dicha baja vocación externa (cerca del 60%-95% de la muestra no exporta), pero dentro de aquellos que sí exportan, se encontraron dificultades-retos para ampliar sus niveles de ventas externas. Ellas tuvieron que ver con: encontrar nuevos mercados que den margen de

Gráfico 50. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2017? (%)



ganancia a la empresa (13% industria, 0% comercio y 10% servicios); preparación de la empresa en mercadeo y habilidades gerenciales (7% industria, 0% comercio y 17% servicios); mejoras en la calidad del proceso productivo (3% industria, 0% comercio y 3% servicios); y obtener la certificación del producto (0% industria, 6% comercio y 2% servicios).

Finalmente, según la óptica de las Pymes de Tuluá, el mayor reto del gobierno para aumentar las exportaciones es el de brindar más información sobre

nuevos mercados y beneficios de los acuerdos comerciales (52% industria, 46% comercio y 50% servicios), ver gráfico 52. La segunda respuesta más popular fue mejorar la infraestructura vial del país para reducir costos (32% industria, 6% comercio y 27% servicios), seguida por mayor financiación para incrementar la productividad (27% industria, 20% comercio y 31% servicios). En último lugar se situó incrementar el número de laboratorios de calidad para las certificaciones de los productos (8% industria, 9% comercio y 4% servicios).

Gráfico 51. ¿Cuál considera usted que es el reto más importante que enfrenta su empresa a la hora de ampliar sus ventas a mercados internacionales? (%)

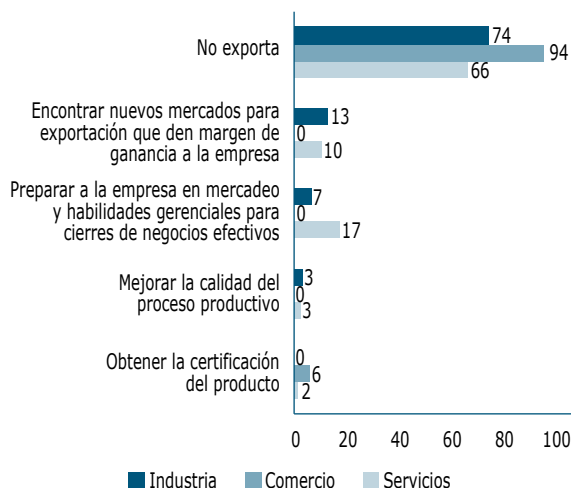
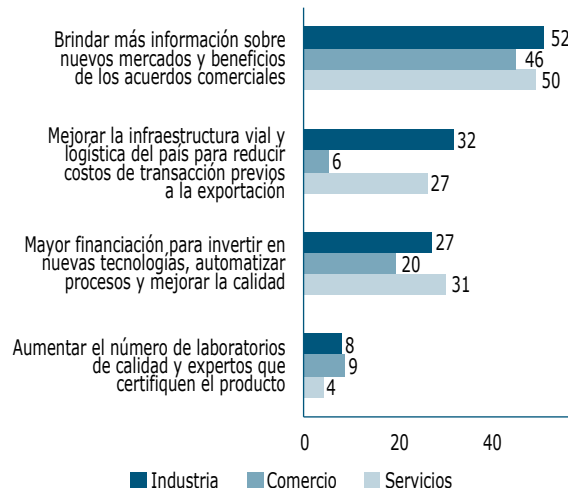


Gráfico 52. ¿Cuáles cree que son los retos más urgentes en los que el Gobierno debería trabajar para aumentar las exportaciones? (%)





LA GRAN ENCUESTA PYME

INDICADOR PYME ANIF - IPA

LECTURA 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 herramientas estadísticas, los umbrales de clima económico quedaron definidos de la siguiente manera: “regular” para valores menores a 55; “bueno” para valores entre 55 y 73; y “muy bueno” para valores mayores a 73.

En la primera medición de 2018, el IPA nacional alcanzó un valor de 61, ubicándose en el plano denominado como “bueno”. Si bien ello implicó un repunte de 7 puntos frente a la última medición, dicho índice se mantuvo inalterado frente a lo observado

un año atrás (y aún se sitúa levemente por debajo del promedio histórico de 63).

En la última versión de la Gran Encuesta Pyme se incluyó por octava vez el cálculo del IPA de nivel regional. Los resultados de este análisis muestran que para tres de las ciudades que contaban con antecedentes de información hubo reducciones en este indicador (Bogotá, Bucaramanga y Medellín). A pesar de ello, Bogotá (59 en 2018-I vs. 61 en 2017-I) y Medellín (62 en 2018-I vs. 64 en 2017-I), mantuvieron su IPA en el plano de “buen” desempeño económico en esta ocasión, mientras que Bucaramanga (50 vs. 55) se situó en el rango de desempeño económico “regular”.

La tendencia de desaceleración en el IPA para Bogotá, Bucaramanga y Medellín es consistente con el menor dinamismo experimentado por los empresarios de los macrosectores Pyme de industria y comercio con respecto a su situación económica general en el segundo semestre de 2017. A nivel de expectativas, los tres macrosectores también se mostraron pesimistas, esperando un descenso en

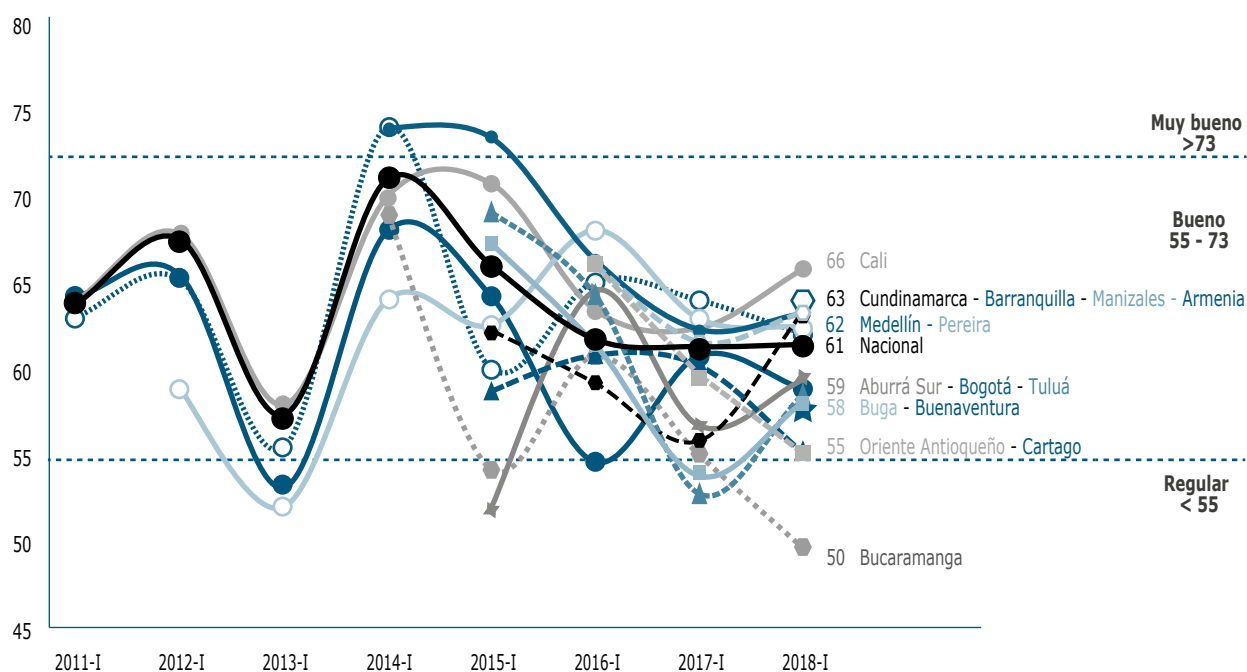
su actividad económica durante 2018-I. *Ex-post*, dicho pesimismo probablemente no se materializó, dadas las señales de leve recuperación que ha tenido la economía durante el primer semestre de 2018. Dicho repunte ha sido capturado por los indicadores líderes de la industria (Encuesta Mensual Manufacturera, creciendo al 2.7% en el año corrido a mayo de 2018) y del comercio (Encuesta Mensual del Comercio Minorista, 5.6% anual en el año corrido a mayo).

En esta edición se han incluido por cuarta vez los resultados para las regiones de Aburrá Sur (59 en 2018-I vs. 57 en 2017-I) y Cundinamarca (63 en 2018-I vs. 56 en 2017-I), cuyos repuntes los ubicaron en el plano de desempeño económico "bueno".

Completan también su cuarta medición las ciudades del Valle del Cauca, Buga (58 vs. 54) y Tuluá (59 vs. 53), evidenciando recuperaciones en su IPA y situándose en el plano de "buen" desempeño. Por el contrario, Cartago (55 vs. 60) sufrió deterioros, situándose en el límite del plano de clima económico "bueno".

Asimismo, en esta edición de la Encuesta se incluyeron por tercer año consecutivo resultados para el Oriente Antioqueño (55 en 2018-I vs. 60 en 2017-I) y Manizales (63 vs. 62), ambas ubicándose en el rango de clima económico "bueno". Se incluyeron por segunda vez los resultados para Buenaventura (58 en 2018-I), y por primera vez, para Armenia (63 en 2018-I). Estas últimas dos ciudades se ubicaron en el plano de "buen" desempeño económico.

Gráfico 1. Indicador Pyme Anif - IPA Regional
(Muy bueno >73; bueno 55 - 73; regular < 55)



FICHA TÉCNICA REGIONAL

TÉCNICA

Entrevista telefónica y presencial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

GRUPO OBJETIVO

Directivos o personas a cargo del área financiera de empresas de los sectores de comercio e industria con activos entre \$391 millones 402 mil y \$23.437 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$948 millones y \$18.932 millones, o número de empleados entre 11 y 200.

TIPO DE MUESTREO

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

TAMAÑO DE LA MUESTRA

3.676 empresas encuestadas.

Municipio/Región	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Aburrá Sur	78	88	86	252
Armenia	58	62	67	187
Barranquilla	96	106	124	326
Bogotá	189	174	203	566
Bucaramanga	76	81	92	249
Cali	113	129	143	385
Cundinamarca	87	92	104	283
Manizales	53	52	75	180
Medellín	122	145	75	342
Oriente Antioqueño	41	51	45	137
Pereira	57	61	68	186
Valle del Cauca: Buenaventura	45	77	70	192
Valle del Cauca: Buga	46	47	40	133
Valle del Cauca: Cartago	45	47	40	132
Valle del Cauca: Tuluá	47	35	44	126
Total	1.153	1.247	1.276	3.676

MÉTODO DE PONDERACIÓN

Los resultados fueron ponderados a los universos de cada sector.

MARGEN DE ERROR

Menor al 5% a nivel de los macrosectores.

FRECUENCIA

Anual.

MEDICIÓN

Marzo - Junio de 2018.

REALIZADO POR

Cifras & Conceptos S.A.

COMITÉ TÉCNICO

CONFECÁMARAS

Julián Domínguez, Clara Ramírez y Margalida Murillo

BANCÓLDEX

María José Naranjo, Gustavo Montes y Elkin Preciado

BANCO DE LA REPÚBLICA

Eliana González y María Alejandra Hernández

FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS

Iván Ruiz, Juan Romero y Viviana Cisneros

ANIF

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

CIFRAS & CONCEPTOS S.A.

César Caballero y María Victoria Pineda

INFORMES

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

DISEÑO DE CARÁTULA

Juan Camilo Ángel

DISEÑO Y PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA

Tatiana Herrera • Juan Camilo Ángel • Camila Rodríguez