

## Encuesta De Desempeño Empresarial

**1er Trimestre de 2018**

Departamento de **Estudios Económicos**

**ENCUESTA TRIMESTRAL DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL  
No. 5 – Mayo 2018 - Barranquilla  
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS ©**

**Presidente Nacional  
Rosmery Quintero Castro**

**Equipo de Estudios Económicos  
Edgar Quiñonez  
Jesús González Cassiani  
Andrés Barrios**

**Difusión  
Coordinación de comunicaciones**

**ISSN: 2619-1695**

**Barranquilla, Mayo 2018**

**CONTENIDO**

---

CONTENIDO .....	2
PRESENTACIÓN .....	3
RESUMEN EJECUTIVO .....	4
1. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA .....	6
2. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, VENTAS Y PRECIOS .....	7
2.1. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, VENTAS Y PRECIOS POR SECTORES ECONÓMICOS .....	9
2.1.1. SERVICIOS .....	9
2.1.2. COMERCIAL .....	9
2.1.3. MANUFACTURERO .....	9
3. INVERSIÓN .....	11
4. CAPITAL HUMANO .....	16
5. COMERCIO EXTERIOR .....	19
EXPORTACIONES .....	19
EXPECTATIVAS DE EXPORTACIÓN .....	22
IMPORTACIONES .....	23
6. ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS .....	24
7. EXPECTATIVAS .....	25
8. OPINIÓN .....	27
8.1. IMPACTO DE LOS LARGOS PERIODOS DE FACTURACIÓN .....	27
CONCLUSIONES .....	32

## PRESENTACIÓN

---

La Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas - ACOPI, tiene el gusto de presentar los resultados de la Encuesta de Desempeño Empresarial para el Primer Trimestre del 2018, la cual tiene como objetivo conocer la percepción de los empresarios MIPYMES sobre el comportamiento del segmento durante el periodo comprendido entre enero y marzo del año actual.

En el desarrollo de la misma se obtuvo la apreciación sobre el comportamiento de las MIPYMES, en lo que respecta a la producción, ventas, precios, empleo, inversión, comercio exterior, estrategias tecnológicas, expectativas y opinión sobre temas de actualidad, de acuerdo con el contexto macroeconómico. Contamos con la participación de 500 empresas afiliadas al gremio, a través de las seccionales de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

## RESUMEN EJECUTIVO

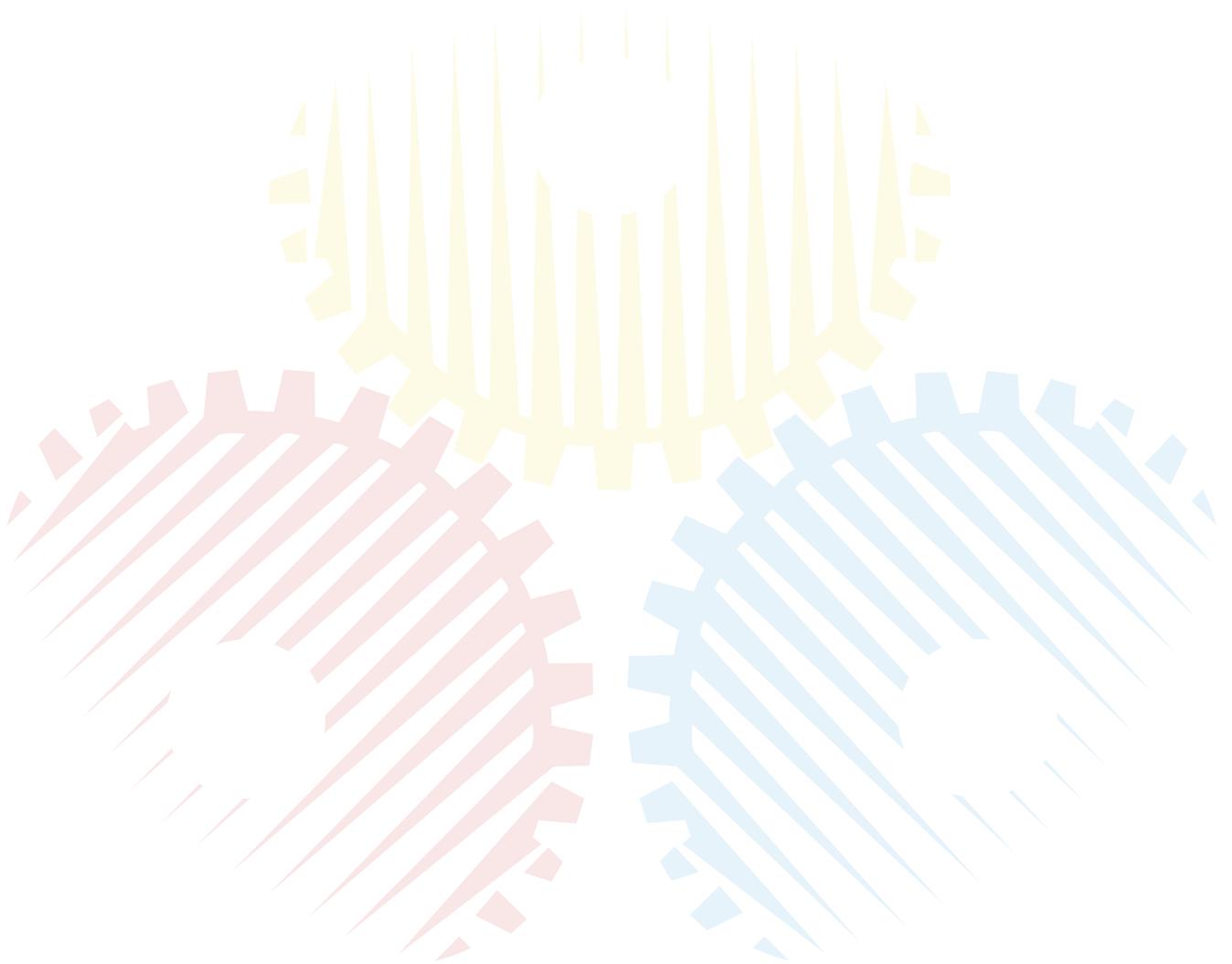
---

El análisis de la información recolectada para el primer trimestre del año 2018 nos muestra que el segmento MiPymes tuvo una recuperación en comparación al cuarto trimestre del año anterior; sin embargo, al compararlo con el mismo periodo de 2017, se observa una leve contracción, con lo que se concluye que el 2018 arranco bastante bien, pero que falta mucho para que las MiPymes retomen una dinámica productiva más estable. Los principales hallazgos para esta edición son:

- ✚ El indicador de producción creció 2% respecto al trimestre anterior, mientras que el de Ventas disminuyó 3%; al compararlos con el mismo periodo del año anterior, se observa una contracción de 5% para cada uno. En el módulo de Precios de los insumos, se sigue observando tendencia a la baja.
- ✚ En el módulo de Análisis Sectorial, se observa que el de mejor desempeño fue comercio, seguido de servicios y al final manufacturas. Vale la pena resaltar la gran recuperación del sector de COMERCIO con respecto al 2017. Siendo el único que presentó variación positiva en los indicadores de producción y ventas, este comportamiento se explica por el buen momento de las ventas al por menor.
- ✚ En el módulo de inversiones, se observa una caída de 12 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2017. Este comportamiento se explica por la incertidumbre que produce el proceso electoral. Las principales inversiones se hicieron en mejora de la infraestructura, y la mayoría de recursos provienen de las utilidades de las empresas.
- ✚ Durante el periodo estudiado, las MiPymes generaron en promedio 2 empleos, siendo las medianas empresas aquellas que más participaron de esa medida. El porcentaje de empresas que dijeron haber creado empleo se mantuvo igual que el mismo periodo del 2017.
- ✚ En el módulo de Comercio Internacional, se mantiene la tendencia de pocas empresas exportadoras, se resalta que el 57% de las empresas dijeron haber aumentado el volumen de sus exportaciones, este indicador creció 28 puntos respecto al mismo trimestre del año anterior. Lo que más se importó por parte de más MiPymes fueron Materias Primas y Productos Terminados.
- ✚ Para esta edición, consultamos a las empresas sobre las estrategias tecnológicas que usan. Se resalta que el 100% están conectadas a internet y que el 70% tiene página web actualizada.
- ✚ En el área de Expectativas, se observa una clara tendencia hacia el optimismo por parte de las empresas, especialmente en Producción y Ventas; con cierta prudencia en los temas de empleo e inversión. Se resalta la tendencia de crecimiento de estos indicadores por parte de

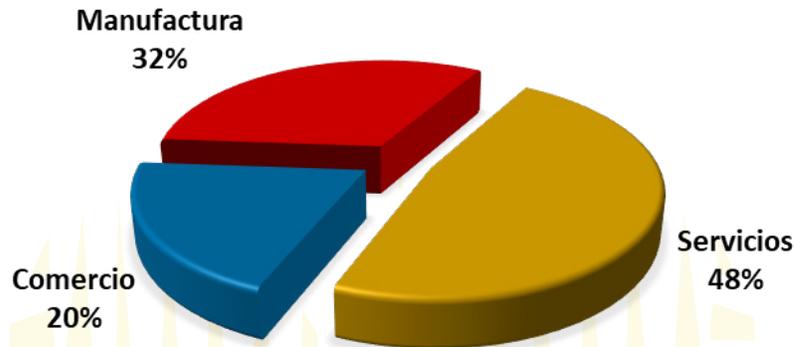
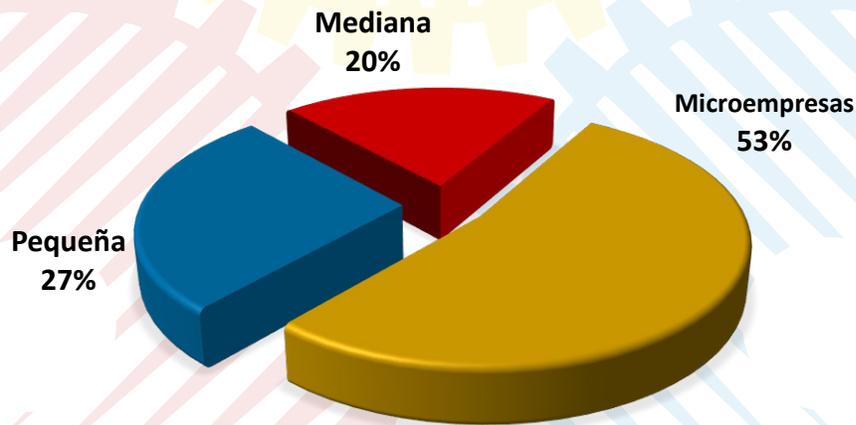
las medianas empresas; las cuales, durante los anteriores trimestres, se mantuvieron muy conservadoras.

- En nuestro tradicional módulo de Opinión, nos enfocamos en determinar el impacto que los largos periodos de facturación tienen en la declaración de IVA de las empresas.



**1. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**


---

**Gráfico No. 1. Distribución de la muestra por sector económico**

**Gráfico No. 2. Distribución de la muestra por tamaño de empresas**


De la muestra de empresas encuestadas, el 48% desarrolla sus actividades dentro del sector Servicios, el 32% en el Manufacturero, y el 20% en el Comercial; de estas el 53% son Microempresas, el 27% Pequeñas y el 20% Medianas. ACOPI es un gremio multisectorial que representa a los 2,6 millones de MiPymes colombianas a través de 12 seccionales con presencia en 15 departamentos del país.

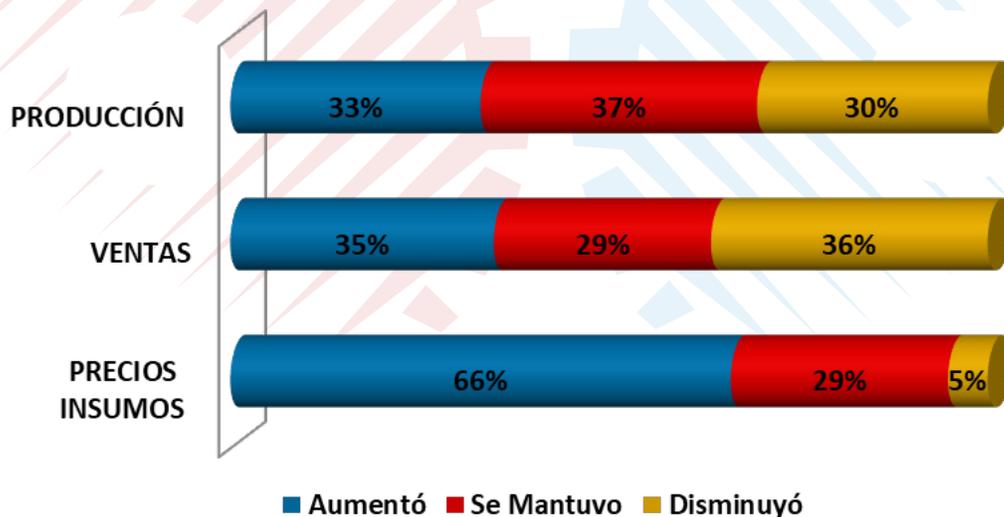
## 2. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, VENTAS Y PRECIOS

Con un crecimiento del PIB de tan solo 1,8%, muchos analistas económicos concuerdan en afirmar que el 2017 fue “un año totalmente perdido”. Esto fue así debido a los efectos contra cíclicos generados por el alza de las tasas de interés del año 2016, que cumplieron su objetivo de encaminar la inflación a sus rangos metas, pero mermaron la confianza de los consumidores y deterioraron la demanda interna.

Ahora bien, revisando los datos para el primer trimestre del año en curso, se puede concluir que la tan esperada reactivación económica por fin a comenzado. Según el último reporte del DANE sobre crecimiento del PIB, nuestra economía creció 2,2% en el inicio del 2018; Este comportamiento se explicó por el crecimiento de administración pública y defensa que registró una variación de 5,9%; y comercio al por mayor y al por menor que creció 3,9%. En contraste, la actividad que presentó la principal disminución fue construcción con 8,2%<sup>1</sup>.

Los datos de nuestra encuesta muestran que, para el tema de producción, el 33% de las empresas dijo haberla aumentado, el 37% que la mantuvo y el 30% que tuvo que disminuirla; por el lado de las ventas, se observa que el 35% de los encuestados las aumentaron, 29% mantuvieron y el 36% percibieron una disminución. Por el lado de los precios de los insumos, se observa que el 66% de las empresas percibió que aumentaron, el 29% que se mantuvieron y el 5% que disminuyeron (Ver Gráfico No. 3).

**Gráfico No. 3. Comportamiento de la Producción, Ventas y Precios de Insumos**

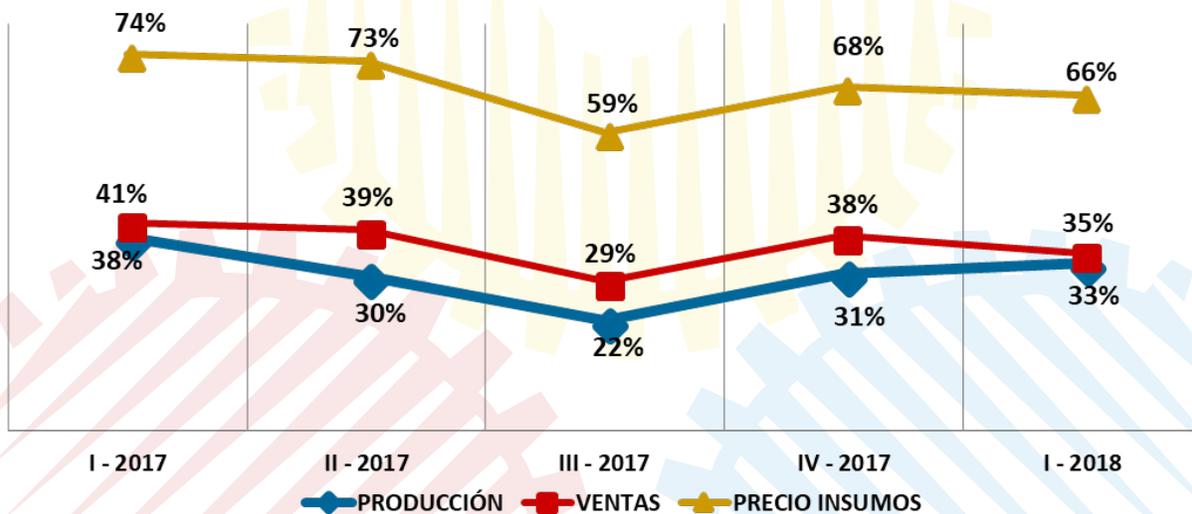


<sup>1</sup> Para esta medición, DANE presentó un reajuste a su metodología utilizando el año 2015 con nuevo Año BASE y ajustando el grupo de sectores al nuevo manual CIU Rev. 4, por lo cual se tienen 12 sectores.

Si analizamos los resultados de año corrido, se puede observar que, respecto al mismo trimestre del 2017, se observa una contracción del 5% en Producción y del 6% con respecto a las Ventas; sin embargo, se observa una recuperación del 2% en producción, y tan solo una caída del 3% en Ventas, que se explica por alto consumo tradicional de la época de navidad (Ver Gráfico No. 4).

En el módulo de precio vemos que la percepción disminuyó en un 8%, lo cual va en concordancia con la caída del indicador de inflación, y de una u otra forma muestra que la presión ejercida por el Banco de la República para bajar las tasas de interés comienza a generar frutos para sector productivo MiPymes.

**Gráfico No. 4. Variación Comportamiento de la Producción, Ventas y Precios de insumos**



Los resultados antes mostrados, si bien es cierto son positivos, no deben ser motivos para bajar la guardia, dado que si revisamos una vez más el informe de comportamiento del PIB presentado por el DANE, llama la atención que sectores claves para el crecimiento de la actividad productiva de nuestro segmento como lo son Construcción e Industria Manufacturas, presentaron variación negativa del -8,2% y -1,2% respectivamente, lo cual podría ejercer presión y limitar la recuperación que en este trimestre se ha evidenciado.

A lo anterior, debemos agregar la incertidumbre que produce el ejercicio electoral del próximo 27 de mayo y la muy posible segunda vuelta que se derive del mismo, dado que podría contraer la Índice de Confianza del Consumidor; que como veremos más adelante, ha presentado una considerable tendencia de crecimiento.

## **2.1. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, VENTAS Y PRECIOS POR SECTORES ECONÓMICOS**

### **2.1.1. SERVICIOS**

---

El 33% de los empresarios del sector servicios observó aumento en la producción, mientras que para el 38% se mantuvo a la vez que el 29% estimó disminución. En ventas el 31% dijo que aumentaron, 36% que se mantuvieron y el 33% que disminuyeron. Por el lado de los precios, el 53% de los empresarios percibieron aumentos, el 44% que se mantuvieron y solo el 3% que disminuyeron (Ver Gráfico No. 5).

Segundo trimestre con tendencia de crecimiento en la producción de este sector, explicado en gran medida por el buen desempeño de las actividades como bares, alojamientos, asesoramiento empresarial y servicios informáticos. Es claro que el comportamiento se explica por la temporada de vacaciones y de inicio de año; por tanto, es importante estar atentos a los resultados del trimestre siguiente, esperando una consolidación del mismo.

### **2.1.2. COMERCIAL**

---

El sector comercio fue el que mostró mejor comportamiento, considerando los pobres resultados del trimestre anterior. De los empresarios encuestados el 43% percibió aumento de la producción, el 40% que se mantuvo, y el 17% que disminuyó. En el módulo de ventas el 43% dijo que aumentaron, el 26% que se mantuvieron, y el 31% que disminuyeron. Para los precios de los insumos el 70% de las empresas notó que aumentaron, el 26% que se mantuvieron, y el 4% que disminuyeron (Ver Gráfico No. 5).

El índice de confianza del consumidor editado por FUNDESARROLLO, muestra mejoras para el primer trimestre del 2018, cerrando en -3,2% (tres puntos por encima del cierre de 2017), esto implica que poco a poco los colombianos están dejando atrás esa desconfianza que acarrearán durante 2017, lo cual ha impactado positivamente a las ventas.

### **2.1.3. MANUFACTURERO**

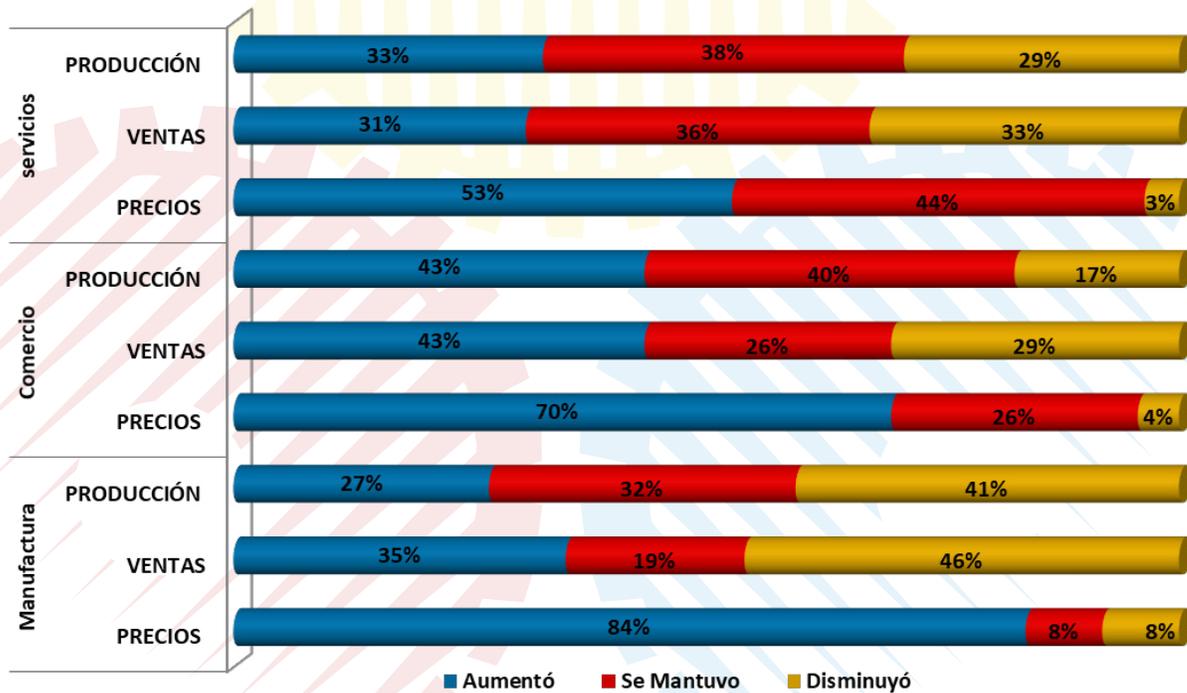
---

En lo corrido del año 2017, el sector mostró una estabilidad en los principales indicadores de la encuesta; sin embargo, esto para nada es algo positivo, ya que demuestra que la dinámica de la industria estuvo estancada; así lo confirman los resultados del PIB presentado por el DANE, en los cuales el sector manufacturero acumula un decrecimiento del -1,4%. No obstante, se debe reconocer que la percepción de los empresarios mejoró en el cuarto trimestre; de hecho, se puede decir que fue el mejor comportamiento del año anterior. Ahora bien, aun el primer trimestre de 2018 la percepción decayó un poco, la tendencia sigue siendo de recuperación.

Nuestros resultados muestran que en la producción el 27% de los encuestados percibió que aumento, otro 32% que se logró mantener, y el 41% que disminuyó. En el campo de las ventas, el 35% notó que aumentaron, el 19% que se mantuvieron y el 46% que presentaron disminución. Siguiendo la tendencia de los otros sectores, en el segmento de precios de los insumos, los empresarios que percibieron que aumentaron suman el 84%, el 8% restante dijeron que permanecieron iguales y 8% que disminuyeron (Ver Gráfico No. 5).

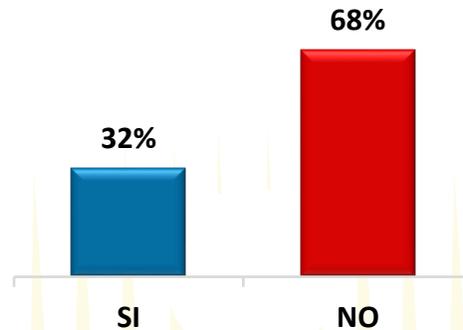
Claramente, los resultados del sector manufactura frenaron un poco el desempeño del sector, sin embargo, se observa una tendencia de mejoría, y si tomamos en cuenta el buen momento que están teniendo Servicios y Comercio, es factible esperar que en el segundo trimestre manufactura crezca de manera más pronunciada.

**Gráfico No. 5. Comportamiento de la Producción, Ventas y Precios de los Insumos por sectores económicos**



### 3. INVERSIÓN

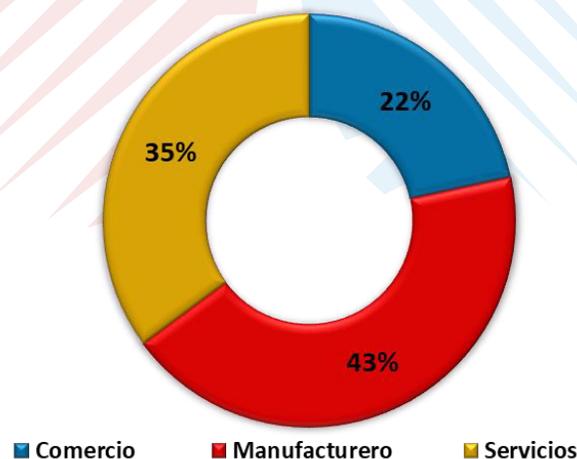
**Gráfico No. 6. Inversión de las MiPymes Primer Trimestre de 2018**



En cuanto al capital de las empresas, el 32% de las MiPymes manifestó haber realizado algún tipo de inversión durante el período estudiado (Ver Gráfico No.6), cifra que cae en 12 puntos porcentuales con respecto al mismo trimestre del año anterior. Clasificando estas inversiones por los sectores estudiados, se observa que el 35% las realizaron en el de Servicios, el 43% las empresas Manufactureras y el 22% las Comerciales (Ver Gráfico No.7)

Aunque se esperaba un aumento en la actividad inversora de las empresas, los resultados pueden ser muestra de la incertidumbre generada por el inicio del año y por el proceso electoral vigente. En ACOPI también hemos identificado un obstáculo estructural, en los largos periodos de pago por parte de los clientes de las MiPymes; toda vez que, los créditos que adquieren las empresas se destinan al pago de impuestos y a cubrir los desfases de caja, en vez de ha proyectos con enfoque de mejoramiento productivo.

**Gráfico No. 7. Inversión por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018**



De las empresas que invirtieron, el 32% lo hizo en Mejora de la Infraestructura existente, 30% en la adquisición de Nueva Maquinaria y Equipos, un 14% en la Capacitación del su Personal, otro 12%

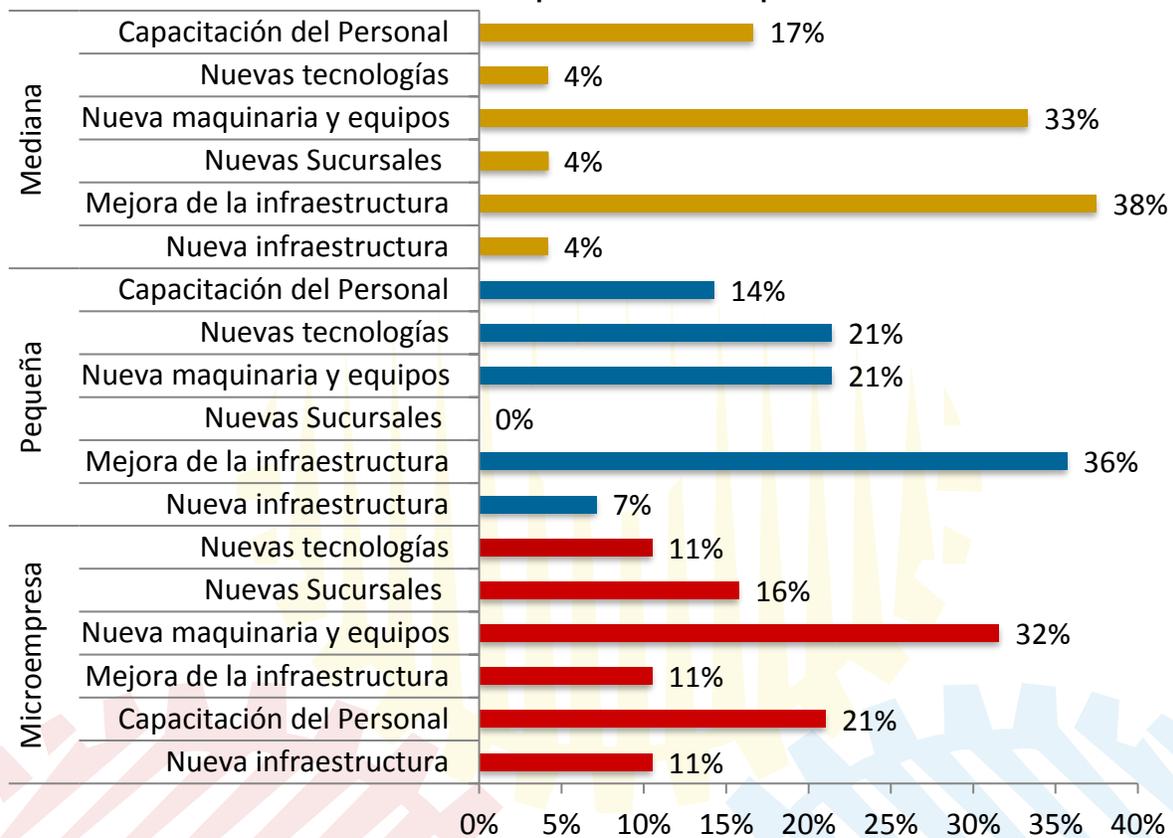
en Nuevas Tecnologías para su producción, 7% en Nueva Infraestructura y el 5% restante en Nuevas Sucursales (Ver Gráfico No.8).

Los resultados antes mencionados, permiten entender de mejor manera la tendencia de las empresas a la hora de realizar su inversión, dado que los dos aspectos que sobresalen (Mejora de la Infraestructura y Nueva maquinaria y Equipos), son una clara muestra de que están expectantes ante el aumento de su producción, motivados por el buen momento que están teniendo sectores como Servicios y Comercio. Es claro que el próximo gobierno encuentra un sector empresarial motivado, por lo que es su tarea hacer las reformas necesarias para que continúe así.

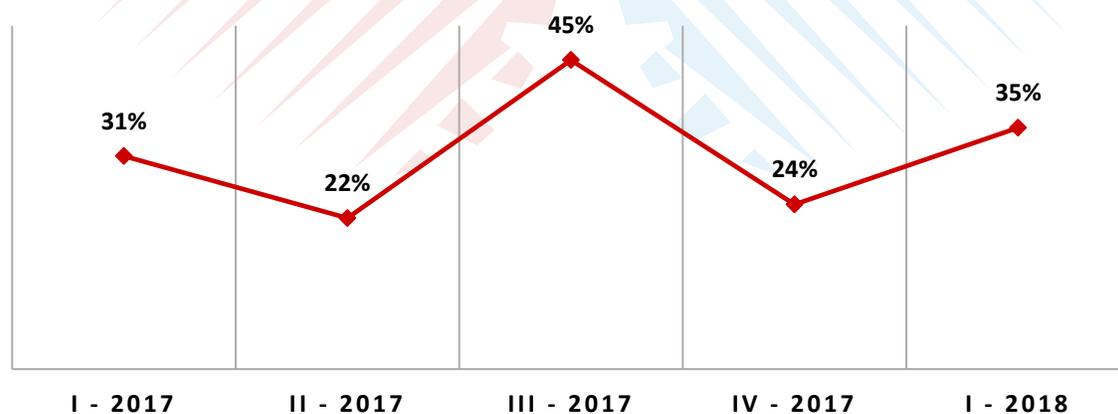
**Gráfico No. 8. Destinos de la inversión Primer Trimestre de 2018**



En general, por tamaño, las empresas mantuvieron la tendencia de hacer la mayor inversión en maquinaria y equipos, así como la mejora de la infraestructura. Con lo cual se mantiene la tendencia mostrada por los resultados generales. Sin embargo, llama la atención el alto número de Micro empresas que dijeron haber invertido en Nueva Maquinaria y Equipo, lo que puede significar que tienen gran interés en mejorar su productividad en el corto plazo. (Ver Gráfico No.9).

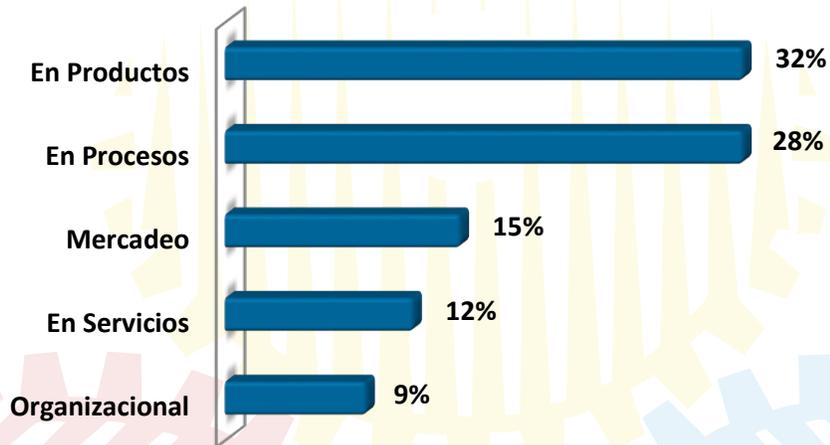
**Gráfico No. 9. Destinos de la inversión por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018**


A las MiPymes se le pregunta si realizan inversiones en innovación como factor de mejora en la competitividad, se encontró que aproximadamente un 35% de aquellas que dijeron invertir, destinaron algún recurso a la gestión de actividades innovadoras durante el primer trimestre de 2018; lo que significa un aumento de 4 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año anterior (Ver Gráfico No.10).

**Gráfico No. 10. Mipymes con inversión en Innovación Primer Trimestre de 2018**


El aumento en la intención de inversión en innovación es otro síntoma de que la economía está presentando un comportamiento positivo, dado que, este tipo de inversiones son más propias de momentos de auge. Desde ACOPI apoyamos estas iniciativas, trabajando de la mano con aliados estratégicos como Cientech (Centro de Transferencia de Conocimiento e Innovación), la Superintendencia de Industria y Comercio con los CATI's (Centros de Apoyo a la Tecnología y a la Innovación) y el mismo MinTIC, para que nuestros afiliados tengan incentivos y apoyo para el desarrollo de proyectos más ambiciosos.

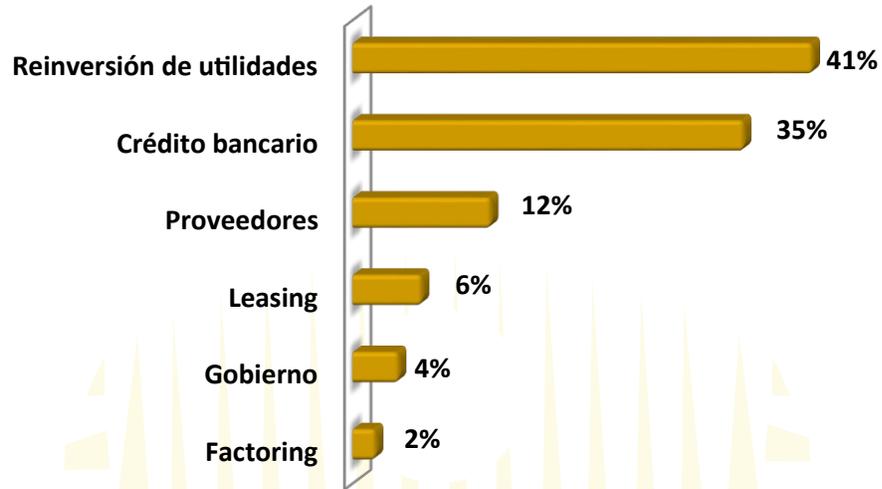
**Gráfico No. 11. Inversión en innovación Mipymes Primer Trimestre de 2018**



Dado lo anterior, tenemos que, el 32% de la inversión en innovación estuvo orientada a nuevas apuestas en productos, otro 28% en procesos, otro 15% en Mercadeo, el 12% en servicios y el 9% en la estructura organizacional (Ver Gráfico No.11).

Entre tanto, en la financiación sigue primando la inversión de recursos propios, ya que el 41% de las MiPymes manifestó que los recursos invertidos son producto de las utilidades de la compañía, el 35% dice haber accedido a créditos bancarios, el 12% acudió a proveedores, el 6% al Leasing, un 4% recibió recursos de gobierno y otro 2% uso factoring (Ver Gráfico No.12).

Estos resultados reflejan la poca bancarización que aún existe en este segmento empresarial. Debido a los bajos niveles de capital que manejan las MiPymes y la frecuencia con la que deben ponerlo en circulación, les resulta muy costoso ingresar el 100% de sus transacciones al sistema financiero, aun cuando el hecho de estar por fuera de este se convierta en un obstáculo para acceder a créditos bancarios u otras alternativas de financiación. A lo anterior, debemos sumarle la problemática de que los bancos consideran el segmento MiPymes de alto riesgo, por lo que sus créditos se tasan al interés mayor; para esta problemática ya existe la ley de garantías mobiliarias, con la cual las empresas podrán ofrecer mejores tratos a los bancos, y mejorar su acceso al crédito.

**Gráfico No. 12. Fuente de recursos invertidos Primer Trimestre de 2018**

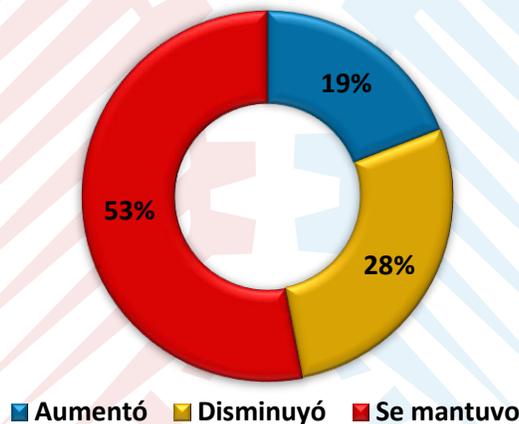
#### 4. CAPITAL HUMANO

Cuando se busca reactivar la economía, los datos del empleo cobran vital importancia, dado que el consumo interno de los hogares se potencia en la medida que crece y se mantiene dicho indicador; en este aspecto el segmento empresarial estudiado juega un papel importante tomando en cuenta que según datos de la Organización Internacional del Trabajo –OIT- 2015 obtenidos a través del Ministerio de Trabajo, las MiPymes son la mayor fuente generadora de empleo en el mundo concentrando las dos terceras partes del mismo. En Colombia, este segmento agrupa aproximadamente entre el 65% y el 67% de los empleados y generan el 28% del PIB<sup>2</sup>.

Los resultados de la encuesta mostraron que el 19% de las empresas manifestó aumentos en su planta de empleados durante el primer trimestre de este año, con respecto al mismo período del 2017, mientras que el 53% dijo que se mantuvo, y el 28% que se redujo (Ver Gráfico No. 13).

Durante el primer trimestre de 2018, cada MiPyme generó en promedio 2 nuevos empleos en el país. Sin embargo, vale resaltar que el número de empresas que dijo haber disminuido su planta de personal bajaron en un 8%, con respecto al trimestre anterior (36%). La caída de este indicador, es una clara muestra de que la confianza de las empresas se está recuperando, y que están observando una mejoría en su desempeño.

**Gráfico No. 13. Comportamiento de la planta de personal Mipymes Primer Trimestre de 2018**

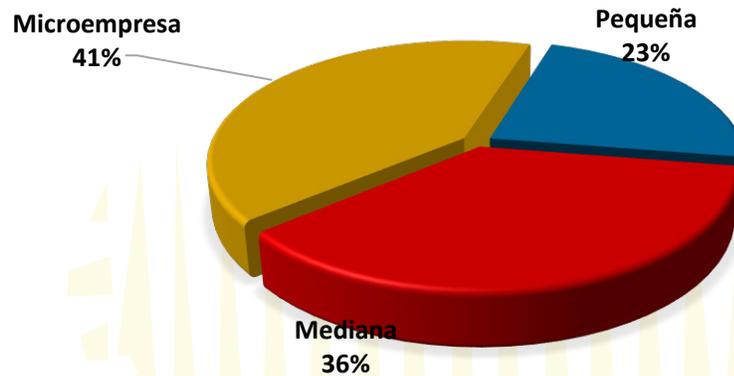


Analizando la generación de empleo por tamaño de empresa, encontramos que las mayores generadoras son las microempresas con una participación del 41%, seguidas por las medianas que generaron el 36%, y cierran las pequeñas con el 23% restante. (Ver Gráfico No. 14).

<sup>2</sup> Ministerio de Trabajo y Dane (este último recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395> )

Teniendo en cuenta el duro trimestre que enfrentaron las Mipymes, que el 72% de ellas le apuesten a aumentar o mantener su planta de personal es un dato a resaltar, sobre todo al revisar que según DANE, en los primeros nueve meses del año la informalidad laboral fue de 48,3%.

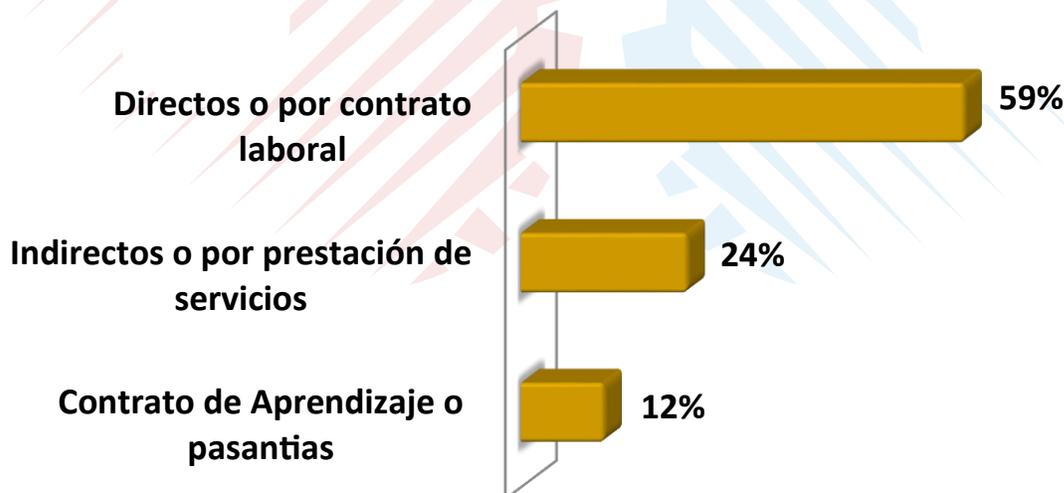
**Gráfico No. 14. Generación de empleos por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018**

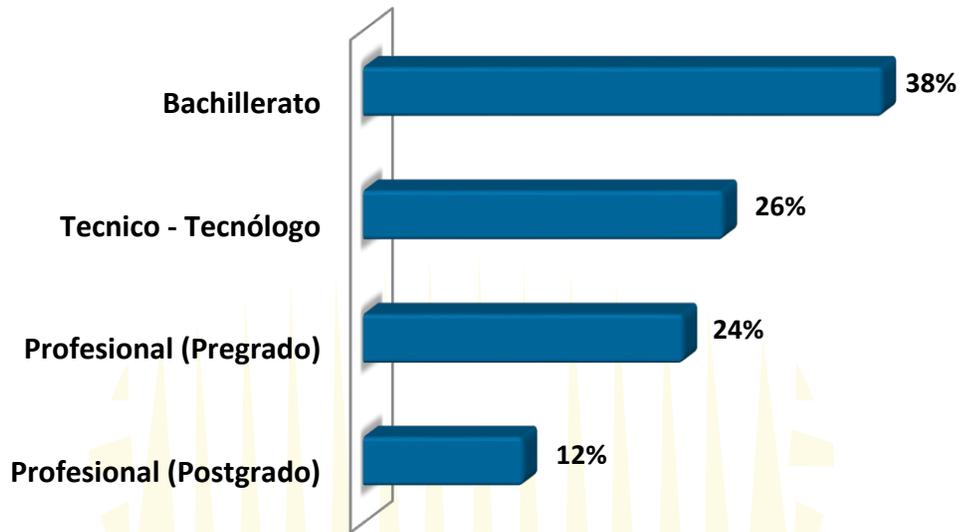


Frente a los altos costos no laborales a cargo de las empresas, que según estimaciones del Estudio de Costos no Salariales de ACOPI (2015), son de aproximadamente el 50% del valor de la nómina, y que en las MiPymes pueden sobrepasar el 56% (vía sobrecostos por los constantes cambios regulatorios), resulta significativo destacar la importancia que le están dando las MiPymes a la generación de empleo formal.

En ese sentido, el 59% de los empleos generados durante el período estudiado fueron por contratación laboral directa, mientras que el 24% por contratos indirectos o prestación de servicios, el 12% por contratos de Aprendizaje o pasantías. (Ver Gráfico No. 15).

**Gráfico No. 15. Tipos de empleos generados**



**Gráfico No. 16. Tipo de Formación de los Nuevos Empleados**


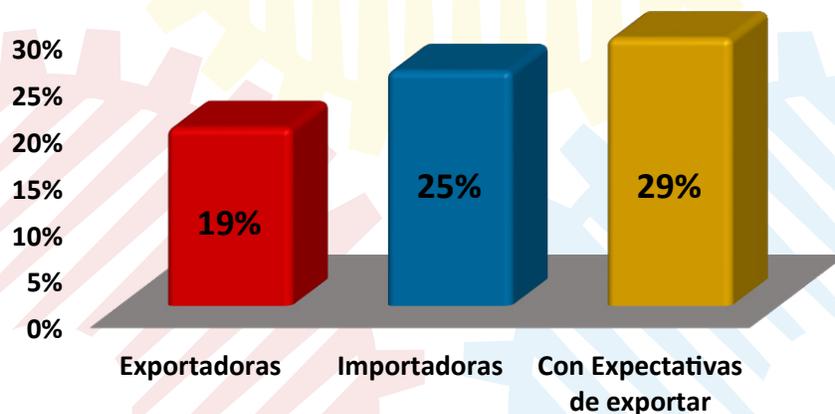
Para finalizar, se les pregunta a los encuestados sobre el tipo de formación de las personas que son contratadas por las Mipymes. En este ejercicio, los resultados nos muestran que el 38% de los nuevos contratados son bachilleres, el 26% son técnicos o tecnólogos, otro 24% son de nivel profesional y el 12% son profesionales con algún tipo de postgrado (Ver Gráfico No. 16).

## 5. COMERCIO EXTERIOR

Hasta el mes de noviembre del año 2017, se presentó un déficit en la balanza comercial de US\$384,0 millones FOB, mientras que en el mismo período de 2016 el déficit fue de US\$638,8 millones FOB. Este comportamiento se explica por el valor de las exportaciones el cual fue de US\$3.344 millones FOB, y el de las importaciones que fue de US\$3.728 millones FOB.

Si bien es cierto que las exportaciones aumentaron con respecto al mismo mes del año 2016 (1,4%), este comportamiento se explica por el buen momento que atraviesan las ventas de petróleo y de minerales, que presentaron un incremento del 13,1%, complementada por el aumento presentado en el sector manufacturero que fue de 5,5% aproximadamente. Estos números, son producto de la estabilidad que está alcanzando el precio del petróleo (alrededor de US\$60 por barril), y la tasa de cambio que sea ha plantado en \$3.000; sin embargo, nuestra economía sigue siendo muy dependiente de la explotación minera, lo que mantiene el riesgo de sufrir otra crisis.

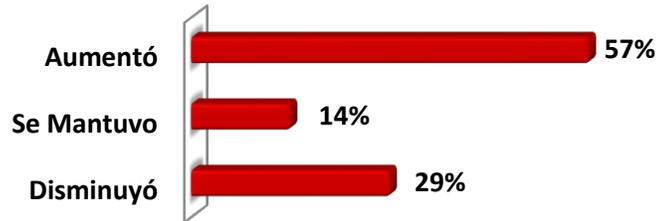
**Gráfico No. 17. Comercio Exterior Mipymes Primer Trimestre de 2018**



### EXPORTACIONES

Los resultados de la encuesta reflejan que las ventas de las MiPymes hacia otros países siguen siendo reducidas, solo el 19% dijo haber exportado en el primer trimestre de 2018 (Ver Gráfico No. 17), con lo cual se mantiene la tendencia que se ha observado durante todas las ediciones de este estudio. El 57% de los empresarios dijo que las exportaciones de su empresa aumentaron durante el primer trimestre de 2018 frente al mismo período de 2017, otro 14% que se mantuvieron y el 23% que disminuyeron (Ver Gráfico No. 18). Estos resultados preocupan por el bajo crecimiento que están teniendo las exportaciones de la industria más allá de los hidrocarburos.

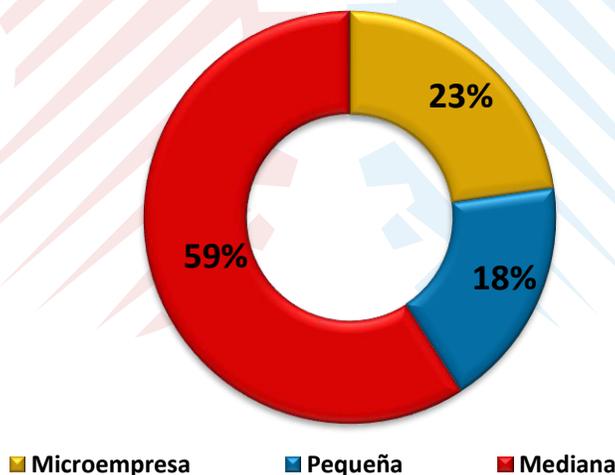
**Gráfico No. 18. Comportamiento de las exportaciones del Primer Trimestre de 2018 en relación con el Primer Trimestre de 2017**

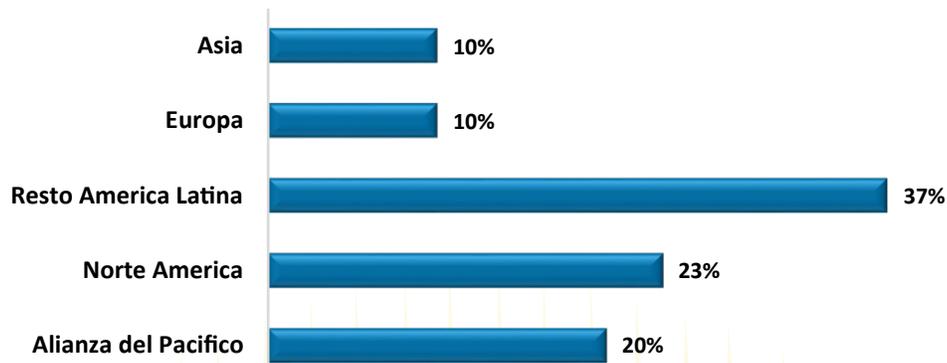


El 59% de las empresas exportadoras son Medianas, mientras que el 18% son pequeñas y otro 23% son microempresas (Ver Gráfico No. 19), además, la mayor parte de ellas pertenecen al sector manufacturero. Ya en el tema de los destinos, nos encontramos con que el 10% exporta a Europa (donde el principal país es España), o 10% a Asia, 37% al Resto de América Latina (países que no pertenecen a la Alianza del Pacífico), el 23% a Norte América (Excluyendo a México), y otro 10% se destinan a los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Perú y México) (Ver Gráfico No. 20).

Lo anterior, preocupa, en la medida que las MiPymes, no logran adherirse a un tratado tan importante y con potencial, como lo es la Alianza del Pacífico. Teniendo en cuenta que el 92% de los productos están exentos de arancel en los 4 países, es necesario que el gobierno y el CEAP, refuercen las estrategias para que estas empresas puedan ingresar a esta cadena de valor; para lo cual, desde ACOPI consideramos de vital importancia la ratificación del Comité Pyme de la Alianza del Pacífico, toda vez que son los mismos empresarios quienes entienden su realidad, y por ende conocen de qué manera pueden sacar provecho a la ya mencionada alianza.

**Gráfico No. 19. Exportaciones por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018**



**Gráfico No. 20. Destinos de Exportaciones**


Dado que la mayor parte de las Mipymes no exportó (81%), se indaga sobre los motivos que les impiden hacerlo, obteniendo como resultado que el 39% reconoce que están centrados en el mercado local, le sigue con un 17% la falta de clientes en el exterior. Llama la atención, que el 8% dijo estar en proceso de exportación, con lo cual es factible esperar un leve aumento en el número de empresas exportadoras para este 2018. (Ver Gráfico No. 21).

**Gráfico No. 21. Principales motivos que impiden la exportación**

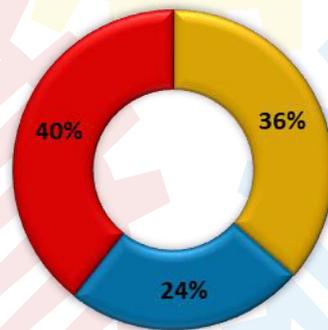

La Política de Desarrollo Productivo (PDP) expedida en Colombia realizó un diagnóstico sobre las causas del bajo crecimiento de la productividad en Colombia, encontrando que son tres los principales motivos de esta desafortunada situación: las fallas de mercado o Gobierno, la reducción en la diversificación y sofisticación del aparato productivo colombiano, y las fallas de articulación entre el Gobierno nacional y los Gobiernos regionales, entre el sector público y el privado, y entre diferentes entidades del orden nacional.

Uno de los motivos que explica las fallas de mercado o Gobierno, es el débil entorno para promover la inserción de los bienes y servicios nacionales en los mercados domésticos e internacionales dados los bajos niveles de encadenamiento productivo, el incumplimiento de los estándares de calidad y la reducida participación del país en el comercio mundial. Es importante, que la infraestructura de calidad y de apoyo al comercio exterior, se descentralice y empodere a las regiones, las cuales, son las únicas que pueden impulsar un crecimiento más acorde a sus necesidades.

### EXPECTATIVAS DE EXPORTACIÓN

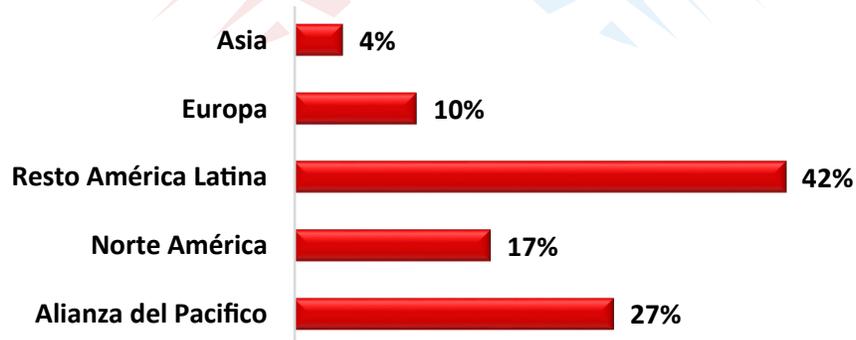
El 29% de las empresas tiene alguna expectativa de exportación para el año 2018 (Ver Gráfico No. 17), de las cuales son Microempresas un 36%, Medianas un 40% y Pequeñas un 24% (Ver Gráfico No. 22). Estas a su vez, pertenecen en un 64% al sector manufacturero. Ahora bien, las expectativas se concentran en países cercanos, por tal motivo, vemos que el 42% espera exportar al resto de América Latina, otro 27% a países de la Alianza; un 17% espera hacer negocios con países de Norte América, mientras que otro 10% con países de Europa y el 4% restante a Asia (Ver Gráfico No. 23).

**Gráfico No. 22. Expectativas de exportación para el 2018 por tamaño de empresa**



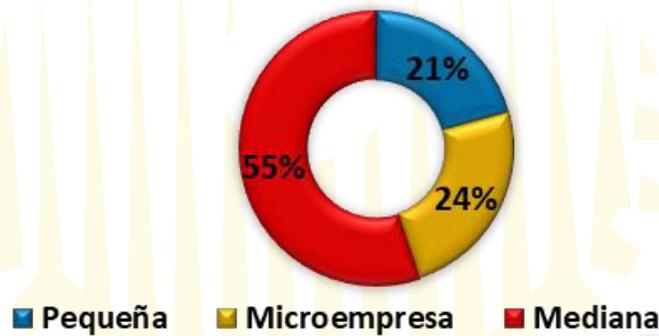
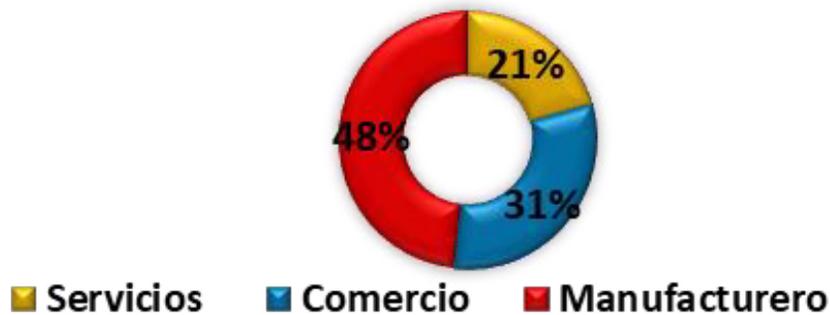
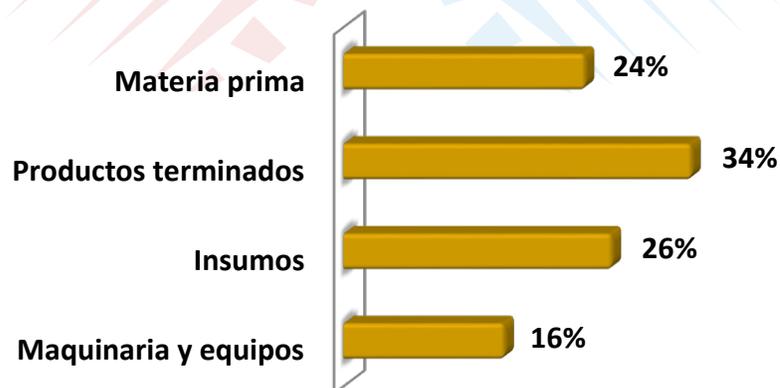
■ Microempresa ■ Pequeña ■ Mediana

**Gráfico No. 23. Posibles destinos de exportación para el 2018**



**IMPORTACIONES**

El 25% de las MiPymes encuestadas realizó importaciones de productos e insumos durante el Primer trimestre del 2018 (Ver Gráfico No. 17). Las empresas importadoras fueron en su mayoría Medianas (55%) (Ver Gráfico No. 24), mientras que por sectores son principalmente manufactureras (48%) (Ver Gráfico No. 25). Durante el periodo analizado el 58% de las importaciones correspondió a productos terminados y materia prima (Ver Gráfico No. 27).

**Gráfico No. 24. Importaciones por tamaño de empresa Primer Trimestre de 2018**

**Gráfico No. 25. Importaciones por sector de empresa Primer Trimestre de 2018**

**Gráfico No. 26. Principales importaciones Cuarto trimestre de 2017**


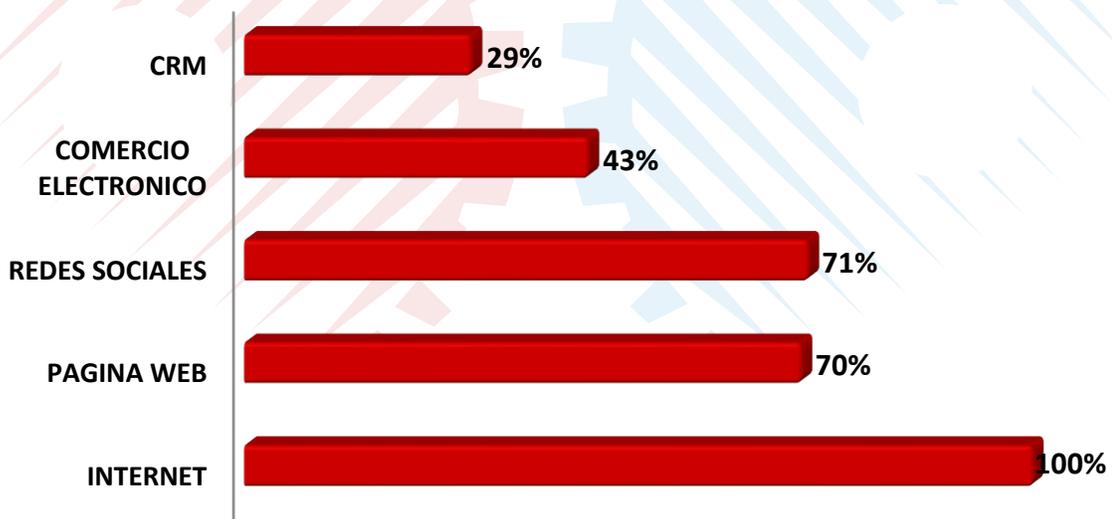
## 6. ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS

En un mundo cada vez más globalizado y conectado, las MiPymes tienen la necesidad de integrarse a las redes globales de información y a las cadenas de valor; por esto en la Encuesta se hace seguimiento a los empresarios sobre la implementación de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC). En los resultados podemos ver que el 100% de las MiPymes encuestadas cuentan con acceso a internet, el 70% posee una página web actualizada, el 71% usa las redes sociales para el desarrollo de su actividad, 43% hace comercio electrónico y el 29% tiene una estrategia de negocio centrada en el cliente (CRM) (Ver Gráfico No. 27).

Con respecto a las TICs, es notable que los empresarios estén cumpliendo con la tarea, pero aún falta mucho camino por recorrer, por ejemplo, en el uso de los CRM y del comercio electrónico. Es importante que las MiPymes del todo el país fortalezcan su gestión a través del comercio electrónico, según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, durante el último CYBER LUNES Las redes procesadoras de pago reportaron 694.602 transacciones por un valor de 418 mil millones de pesos, y lograron penetrar a más de 1,5 millones de clientes. Otro dato interesante proveniente de esta entidad es que durante 2015 se realizaron 49 millones de transacciones que equivalen a \$16.329 millones de dólares.

Con este panorama es claro que las MiPymes deben aumentar su presencia en las plataformas de comercio electrónico e implementar estrategias más asertivas para captar los clientes que prefieren estas formas de transacción. También es una oportunidad para que las MiPymes que prestan este tipo de servicios aumente su cuota de mercado.

**Gráfico No. 27. Estrategias Tecnológicas**

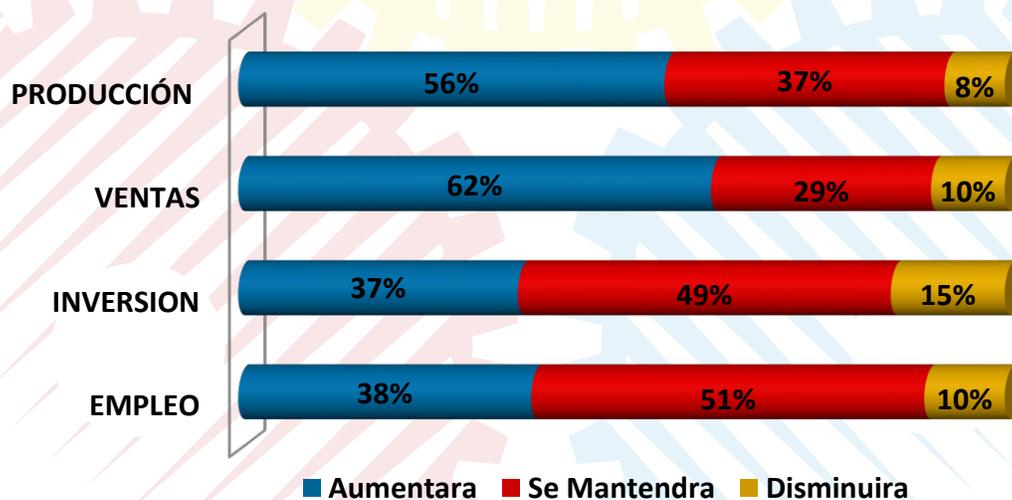


## 7. EXPECTATIVAS

Como es sabido, el PIB durante el año 2017 creció tan solo 1,8%, el dato más bajo de los últimos 10 años; sin embargo, con la recuperación de importantes indicadores como lo son la inflación, el precio del barril de petróleo y la tasa de intervención del Banco de la Republica, muchos analistas apuntaron a que el año 2018 por fin se presentaría la tan esperada recuperación económica. El optimismo es tanto, que el FMI en su último informe de perspectivas estima que nuestro país alcanzará este año un crecimiento de 2,7% y que el próximo será de 3%. Claramente esto dependerá en gran medida del ejercicio electoral del próximo 17 de mayo y del candidato que sea elegido para gobernar.

En el aparte de expectativas los datos muestran que los afiliados esperan una mejora en su actividad productiva. En términos generales, para producción, el 56% espera que aumente, el 37% que se mantenga y el 8% que disminuya. Para el caso de las ventas los empresarios que esperan aumentarla son el 62%, aquellos que esperan mantenerla el 29%, y el 10% restante pronostica una disminución (Ver Gráfico No. 28).

**Gráfico No. 28. Comportamiento esperado de la Producción, Ventas Inversión y Empleo para el año 2018**



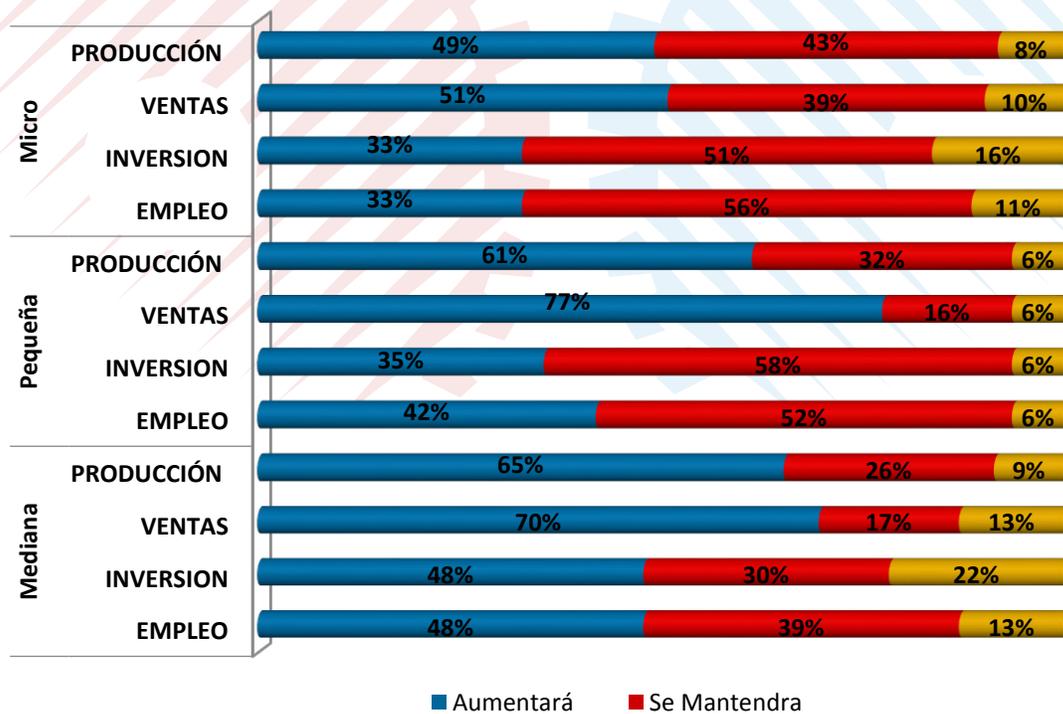
Los empresarios mantienen sus niveles de prudencia en los temas de inversión y empleo en su empresa, esto es comprensible si tenemos en cuenta que el saber invertir es fundamental en el buen manejo financiero de las empresas, en especial cuando no se tiene claridad de que tan bueno va a ser este año. Los resultados para inversión muestran que el 37% espera aumentarla, el 49% mantener el nivel actual y el 15% disminuirla. Para el caso del empleo el 38% espera que aumente su planta de personal, los empresarios que esperan mantenerlo son el 51% y el restante 10% esperan que disminuirá (Ver Gráfico No. 28).

Si se analizan los resultados partiendo del tamaño de las empresas, podemos resaltar:

- **Las microempresas** los resultados muestran que el 49% espera que aumente su producción, otro 51% prevé un crecimiento de las ventas, el 33% incrementos en la inversión y el empleo, respectivamente.
- **De las pequeñas**, tenemos que el 61% espera aumento en la producción, el 77% en ventas, el 35% en la inversión y el 42% en la planta de personal.
- **Las medianas**, es interesante ver como el optimismo de sus expectativas aumentó para este periodo, luego de mantener una relativa estabilidad en la respuesta de “se mantendrán”. A ese respecto, tenemos que el 65% espera que su producción aumente, el 70% estima crecimientos en las ventas, mientras que el 48%, esperan que este mismo comportamiento se presente en la inversión y el empleo, respectivamente (Ver Gráfico No. 29).

Los resultados por tamaño, llaman poderosamente la atención, en la medida que los empresarios encuestados están a la expectativa que este 2018 sea mejor que el 2017; ahora bien, surge la inquietud de que tanto impactará el proceso electoral a la reactivación económica, tomando en cuenta que la inversión pública de ante mano se reduce por la ley de garantías, lo que podría afectar ciertos negocios del segmento gran empresa, cliente natural de las MiPymes.

**Gráfico No. 29. Comportamiento esperado de la Producción, Ventas y Precios de Bienes o Servicios para el año 2018 por tamaño de empresa**



## 8. OPINIÓN

---

Como es tradición en nuestra encuesta consultamos a los empresarios sobre situaciones que los afectan en su día a día. Teniendo en cuenta la importancia que para las empresas tiene el pago de impuestos y como esta afecta el flujo de las mismas, en esta edición realizamos un especial la Declaración de IVA y el efecto de los Largos Periodos de Facturación en la misma.

Para este especial, nos enfocamos en cuestiones que permiten parametrizar el comportamiento que tienen los clientes grandes contribuyentes frente a las facturas de sus proveedores MiPymes y de qué manera esta situación puede estar impactando el flujo de caja de las empresas.

### 8.1. IMPACTO DE LOS LARGOS PERIODOS DE FACTURACIÓN

---

Creado en el año 1963, el Impuesto al Valor Agregado (IVA), es un gravamen que se cobra por el mayor valor agregado o generado por el producto; esto quiere decir que, se aplica sobre el precio final del bien o servicio; esto implica que toda la obligación se traslada al consumidor; sin embargo, el encargado de declarar ante la DIAN es el vendedor o prestador del servicio.

Aunque en términos técnicos el IVA es un impuesto regresivo (grava a todos los contribuyentes sin tener en cuenta el nivel de ingresos), actualmente representa el 40% de todo el recaudo tributario nacional. Parte de ese logro es debido a la forma de recaudación, donde las empresas dependiendo su tamaño tienen diferentes periodicidades de pago:

Grandes contribuyentes tienen declaración bimensual.

Régimen Común declaración cuatrimestral.

Esta declaración tiene una herramienta que permite que el recaudo sea más efectivo, conocida como tasa de retención del IVA o ReteIVA, por medio la cual la DIAN acelera la recolección de los pagos, utilizando la relación comercial entre los grandes contribuyentes y el régimen común. El proceso funciona así: en toda transacción donde se cause IVA, el gran contribuyente retiene el 15% del mismo, y lo paga en su declaración bimensual; el otro 85% es responsabilidad de la MiPyme que proveyó el bien o servicio, y debe pagarlo cada cuatro meses.

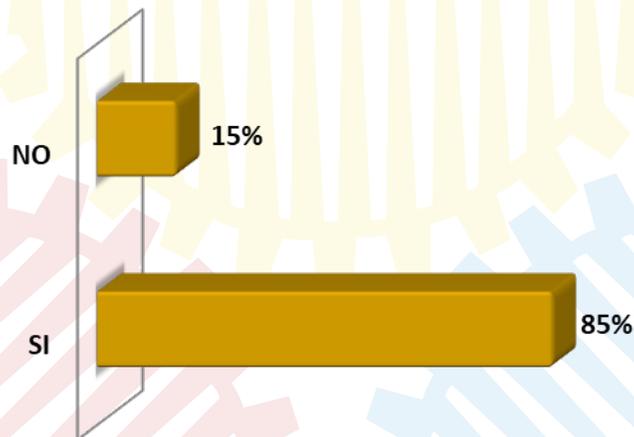
Ahora bien, uno de los principales obstáculos que tienen las Pymes para su desarrollo son los largos periodos de recaudo de las facturas generadas por las ventas, las cuales son pagadas entre los 60 y 180 días y les genera una iliquidez en su flujo de caja debido a que deben declarar y pagar cuatrimestral el IVA sin aún haberlo recaudado.

Esta situación tiene como agravante la baja tasa de retención en la fuente por IVA (RETEIVA) por parte de los grandes contribuyentes, así como las condiciones de pago desfavorables para las

Pymes en su relacionamiento comercial con las grandes empresas, ya que muchas veces estas últimas se aprovechan de su posición dominante y su capacidad de compra, para que sus proveedores se vean obligados a venderles bajo cualquier condición con tal de no perderlas como clientes.

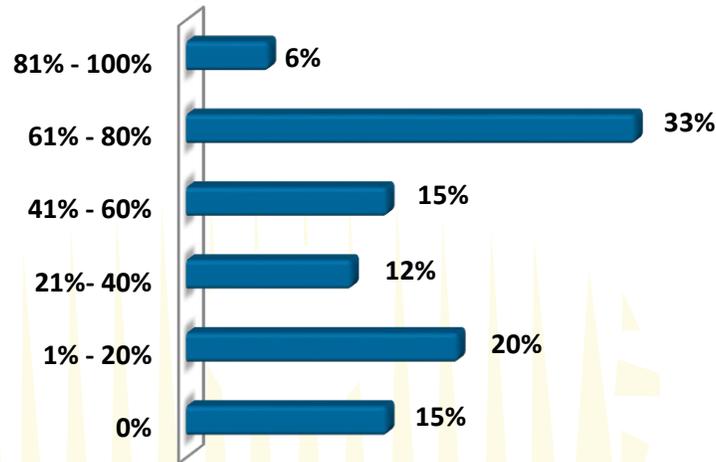
ACOPI como gremio que representa a las MiPymes, tenemos como objetivo estratégico el aumentar la productividad de las mismas; y estamos convencidos, que uno de los obstáculos que han impedido la rápida consecución de ese objetivo es el complejo sistema tributario que deben enfrentar las empresas, y que en ocasiones afecta de manera directa su flujo de dinero. Por ello, para esta edición nos enfocamos en la afectación que sufren por cuenta de los retrasos en el pago de sus clientes.

**Gráfico No. 30. Durante el 2017, ¿Su empresa está obligada a declarar IVA?**



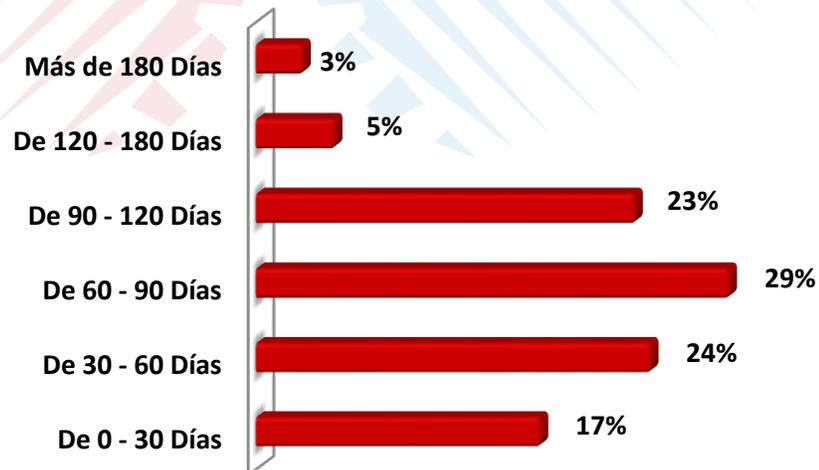
Para poder determinar la profundidad de la situación, consultamos a los empresarios sobre SI su empresa está obligada a declarar IVA. Los resultados nos muestran que el 85% de las MiPymes consultadas están obligadas a declarar este gravamen (Ver Gráfico No. 30). Esto se explica, porque en las últimas reformas tributarias, este impuesto sea convertido en el pilar del sistema, incluyendo cada de vez más y más productos y servicios, así como también el aumento progresivo a las tasas impositivas.

lo descrito anteriormente es bastante preocupante, dado que, al depender de un impuesto regresivo, nuestro sistema tributario se vuelve inequitativo y costo para las personas de menores ingresos; si a eso le sumamos la cantidad de excepciones que tienen los contribuyentes de altos ingresos, vemos porque es tan complejo recaudar en las personas naturales. Ahora bien, la solución que plantea el modelo de gravar a las empresas, redunda baja productividad y competitividad de nuestras empresas, con lo que esta situación de una u otra forma esta limitando el crecimiento económico del país, como se evidenció en el año 2017.

**Gráfico No. 31. ¿Qué porcentaje de sus clientes son Grandes Contribuyentes?**


Para poder determinar la relación entre los largos periodos de facturación y el reteiva, a los encuestados se les consulto que porcentaje de sus clientes son Grandes Contribuyentes; los resultados nos muestran que el 15% no tiene (con lo que no aplica la tasa de retención), el 20% dicen que entre el 1 y el 20%, otro 12% que entre el 21 y el 40%, otro 15% afirma que estos clientes representan entre el 41 y el 60% de su operación, el 33% que son entre el 61 y el 80%, el ultimo 6% son aquellos que están entre el 81 y el 100% (Ver Gráfico No. 31).

De los resultados anteriores, podemos ver que el 53% de las MiPymes que respondieron nuestra encuesta tiene más del 40% de su producción dependiente de sus clientes grandes contribuyentes, lo que viene a decir que la mayoría de su operación tiene retención de IVA, lo cual como ya sabemos afecta su utilidad y por ende el crecimiento empresarial.

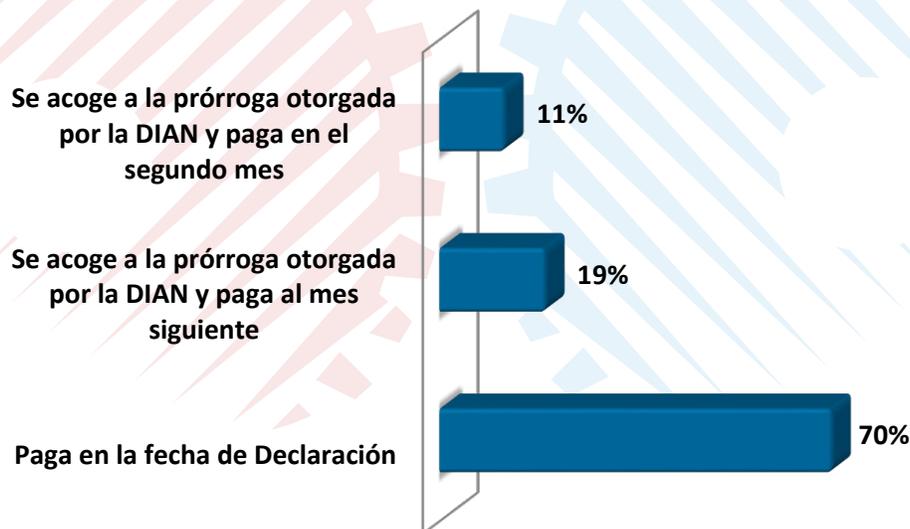
**Gráfico No. 32. ¿Cuál es la periodicidad de pago de sus clientes Gran Contribuyente?**


Para poder tener un análisis en profundidad de esta problemática, consultamos a las empresas sobre la periodicidad de pago que tienen esos clientes; las respuestas no sorprenden, dado que es una situación que venimos denunciando activamente desde el gremio; el 17% afirma que le pagan a 30 días, otro 24% que la periodicidad es de 30 a 60 días, un 28% reconoció que es entre 60 y 90 días, otro 24% que le pagan entre 90 y 120 días, los que reciben pago de 120 a 180 días son el 5%, mientras que aquellas que le pagan a más de 180 días solo son el 3% (Ver Gráfico No. 32).

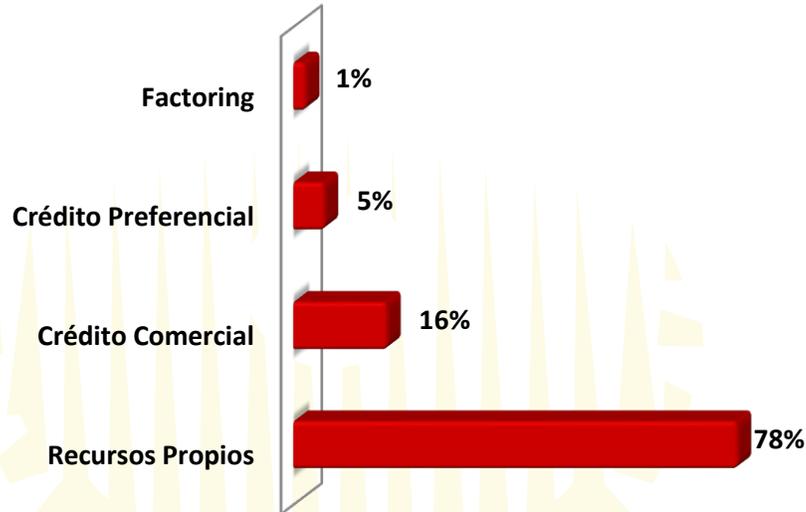
Uno de los temas que se priorizaron en el estudio de Simplificación Normativa y Políticas Diferenciales para Pymes hecho por ACOPI, fue la baja tasa de retención de IVA por parte de la gran empresa (15% vs 85% que retiene la Pyme). En el diagnóstico, descubrimos que los largos periodos de pago, hacen más compleja esa situación, en la medida que la Pyme debe declarar cuatrimestralmente, mientras que la gran empresa impone condiciones de pago a más de 90 días, llegando incluso a los 180 meses; con lo cual terminan financiándose a costa del más pequeño, quien en ocasiones debe recurrir a créditos para cubrir esa obligación.

La DIAN, sabiendo que estas situaciones podrían presentarse y con ello generar un retraso en los tiempos de recaudo, estipula unos tiempos de prórroga a los que las empresas pueden acogerse y no incurrir en el delito de evasión. Teniendo en cuenta eso, consultamos a los empresarios en cual de los periodos estipulados ellos realizaban el pago; los resultados nos dicen que el 70% paga en la fecha correspondiente, mientras que el 19% paga un mes después, y el otro 11% paga dos meses después (Ver Gráfico No. 33).

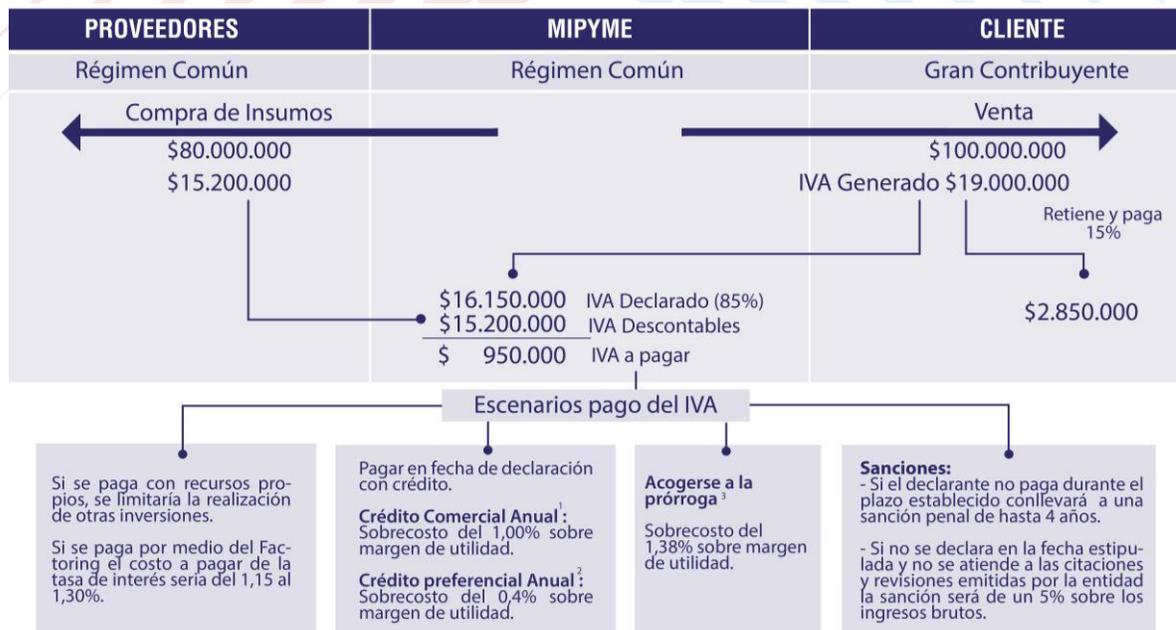
**Gráfico No. 33. Al momento de pagar su obligación de IVA, usted:**



los resultados anteriores cobran importancia, en la medida que los tiempos de prórroga tiene el agravante de generar interés moratorio, que son tasados dos puntos por debajo de la tasa de usura que este fijada para ese mes. Esto quiere decir que el 30% de las MiPymes esta viendo afectado su nivel de utilidad por culpa de los retrasos en el pago de las facturas.

**Gráfico No. 34. Formas de Financiar pago del IVA.**


Por último, consultamos de qué forma financian el pago de esta obligación, y encontramos que el 78% lo hace usando sus propios recursos, un 16% solicita un crédito comercial, mientras que el 5% solicita uno Preferencial, al final solo el 1% usa la misma factura a través del proceso de factoring (Ver Gráfico No. 34). Para dar mayor claridad de la afectación que todo esto tiene, la siguiente imagen condensa a manera de resumen que tanto impacto tiene todo lo consultado en el flujo de caja de las empresas.



<sup>1</sup> 19,33% Tasa promedio calculada con información de SuperFinanciera (23/03/2018)

<sup>2</sup> 9,56% Tasa promedio calculada con información de SuperFinanciera (23/03/2018)

<sup>3</sup> 29,04% Tasa interes moratorio DIAN (28/03/2018)

## CONCLUSIONES

---

Luego de observar los datos generados a través del ejercicio de la Encuesta de Desempeño Empresarial, a manera de síntesis podemos resaltar:

- ✚ Aún y con lo difícil que fue el 2017 en términos económicos, las empresas MiPymes mostraron ciertos indicios de recuperación en sus principales indicadores en el inicio de este 2018. Los sectores de servicios y comercio, impulsan la recuperación de la actividad productiva, mientras que manufactura se rezaga un poco; sin embargo, esperamos que este comience a crecer desde el próximo semestre, empujado por la intención de los consumidores para adquirir bienes duraderos y la puesta en marcha de las 4G.
- ✚ Analizando los principales indicadores macroeconómicos del país, se observa un excelente comportamiento, con lo cual se espera que el 2018 siga siendo el año de la recuperación, y que el PIB crezca por encima de 2%. Las empresas MiPymes también lo perciben así, por lo que sus expectativas de comportamiento han mejorado considerablemente. Dado lo anterior, es importante que el nuevo presidente enfoque su gestión en aumentar la competitividad y simplificar el complejo sistema normativo, el cual es un lastre para la productividad de las empresas.
- ✚ En ACOPI estamos conscientes de la mejora que están teniendo los indicadores económicos, e igual que las empresas esperamos que este año sigan con esos buenos síntomas de recuperación económica; tanto así, que en nuestros análisis esperamos que el PIB crezca entre 2,5 y 3%. Esperamos que, en el próximo ejercicio electoral, se disipen las dudas y el consumo privado afiance su tendencia positiva y de él impulso que hace falta para que el segmento vuelva a ser protagonista.