



EOIIC

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta



ANDI

MÁS PAÍS

Enero 2018

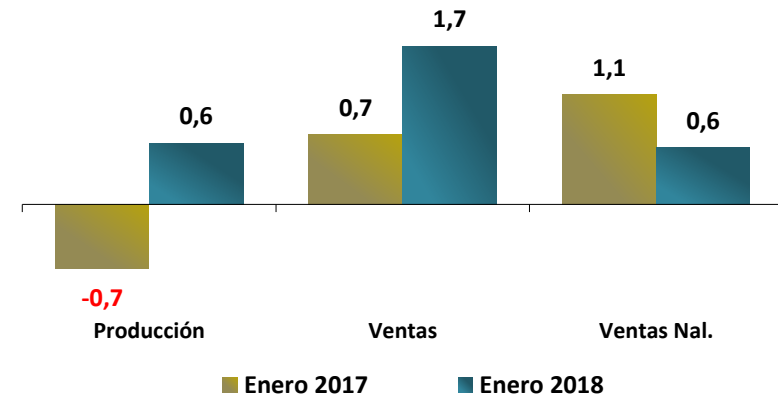
Tímido comienzo de la industria en el 2018

El 2017 se caracterizó por ser un año de incertidumbre para la economía colombiana, acompañada por una alta volatilidad de los mercados y un proceso de desaceleración que afectó tanto el consumo doméstico como el comercio mundial. En el año completo, la economía creció 1,8%, por encima del promedio de América Latina (1,3%). Sin embargo, este crecimiento del PIB es el más bajo en nueve años y es menor a la tasa de 2,0% registrada en 2016.

En el caso de la industria manufacturera, el sector disminuyó -1,0% en 2017, a pesar del crecimiento del 5% en la actividad de refinación de petróleo. Al excluir el sector de refinación de petróleo, el PIB manufacturero cayó -1,5% en 2017.

La industria manufacturera comienza el 2018 con datos encontrados. Si bien, la producción y las ventas muestran cifras positivas, con una utilización de capacidad instalada mayor y mejores pedidos, el clima de los negocios aún no se despeja.

INDUSTRIA MANUFACTURERA: TOTAL NACIONAL (%)



Fuente: Encuesta de Opinión Industrial Conjunta

Otros indicadores de la economía también son mixtos: el comercio formal al por menor aumentó 6,2% en enero y 3,9% excluyendo vehículos automotores. Las exportaciones manufactureras también crecieron 7,0% en el primer mes del año y 21.2% considerando las ventas externas de la industria excluyendo refinación de petróleo y metales preciosos, manteniéndose el ritmo positivo del 2017 cuando aumentaron 8,3%. Sin embargo, la demanda de energía no regulada de la industria continúa con cifras negativas, disminuyendo -1,8% en el año 2017. Para el mes de enero de 2018 cae -0,1% frente a igual mes del 2017. Por último, la confianza al consumidor no despeja, al registrar desde





EOIC

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta



ANDI

MÁS PAÍS

enero de 2016 porcentajes negativos, situación que se mantiene en febrero de 2018 cuando el indicador se situó en -7.8%.

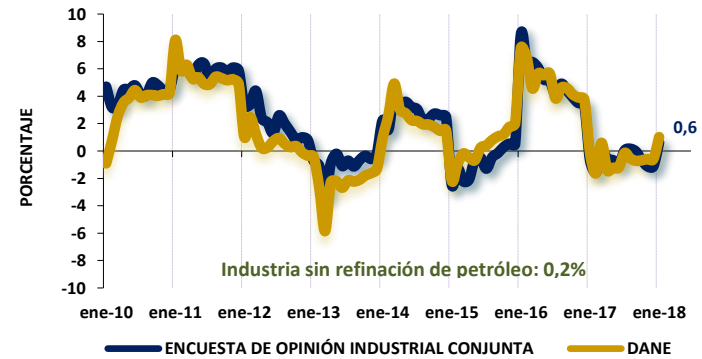
Veamos ahora los resultados de la EOIC para el mes de enero de 2018:

Producción y Ventas

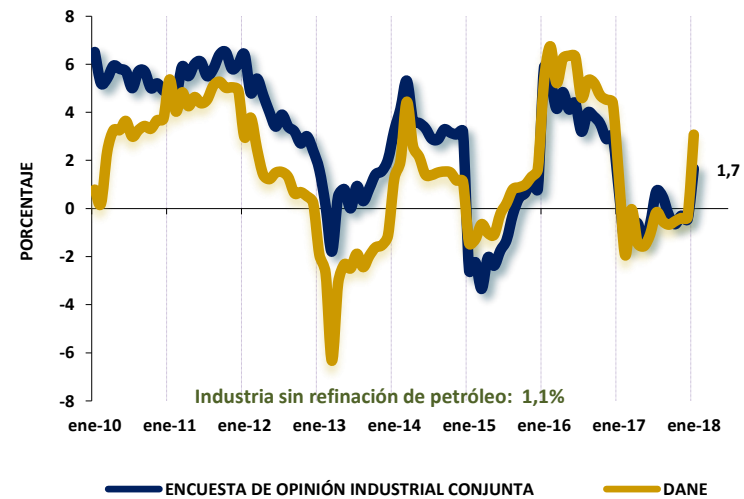
De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta (EOIC), que la ANDI realiza con ACICAM, ACOPLASTICOS, ANDIGRAF, CAMACOL y la Cámara Colombiana del Libro, en el enero de 2018, comparado con el mismo mes de 2017, la producción aumentó 0,6%, las ventas totales 1,7% y, dentro de éstas, las ventas hacia el mercado interno 0,6%. En el año inmediatamente anterior, estas tasas eran de -0.6%, 1.2% y 1.9%, respectivamente.

Si excluimos el subsector de refinación los crecimientos en la industria son de 0,2%, 1,1% y -1,0%, respectivamente.

PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA



VENTAS REALES DE LA INDUSTRIA





A nivel sectorial, la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta registra un comportamiento heterogéneo, como se refleja en el siguiente cuadro.

ANDI, ACOPLASTICOS,
ANDIGRAF, ACICAM, CAMACOL
CAMARA COLOMBIANA DEL LIBRO

ENCUESTA DE OPINION INDUSTRIAL CONJUNTA
CRECIMIENTO REAL
ENERO 2018 vs.
ENERO 2017
PORCENTAJES DE RESPUESTAS

SECTOR	PRODUCCION (*)	VENTAS TOTALES (**)	VENTAS MERCADO NACIONAL (***)
Alimentos	4,5	4,5	2,0
Bebidas	0,2	-0,1	1,2
Hilatura, tejatura y acabado de productos textiles	-0,5	-11,2	-15,7
Papel, carton, y sus productos	-4,8	-1,0	-3,3
Refinación de petróleo, mezcla de combustibles y coquizacion	4,0	6,3	14,7
Sustancias y productos químicos básicos	1,8	7,8	1,3
Otros Productos Químicos	0,5	2,1	0,3
Jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfum	-1,1	-4,1	-7,5
Productos minerales no metálicos	-10,9	-9,5	-9,0
Básicas de hierro y acero	4,6	11,2	0,6
Aparatos y equipo eléctrico	-2,4	6,0	13,5
Otros tipos de equipo de transporte	-28,0	-13,7	-14,3
TOTAL INDUSTRIA MANUFACTURERA	0,6	1,7	0,6
TOTAL EXCLUYENDO REFINACIÓN	0,2	1,1	-1,0

* VALORES PONDERADOS POR EL VALOR AGREGADO DEL SECTOR

** VALORES PONDERADOS POR EL VALOR DE LAS VENTAS TOTALES DE CADA EMPRESA

*** VALORES PONDERADOS POR EL VALOR DE LAS VENTAS AL MERCADO NACIONAL DE CADA EMPRESA



EOIC

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta

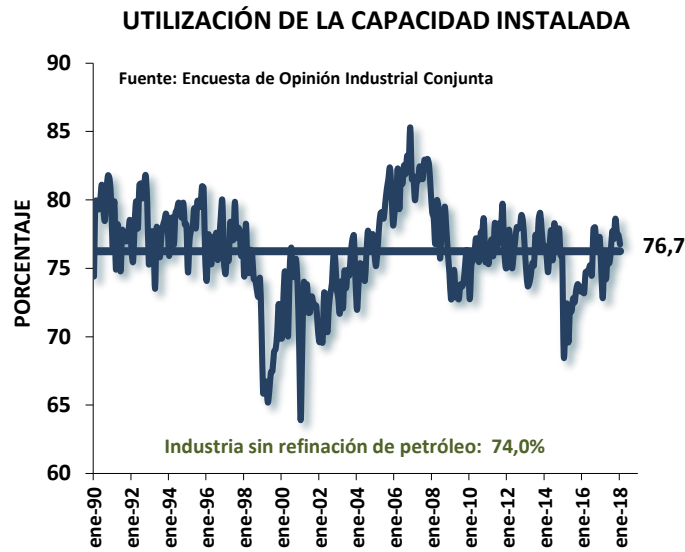


ANDI

MÁS PAÍS

Utilización de la Capacidad Instalada

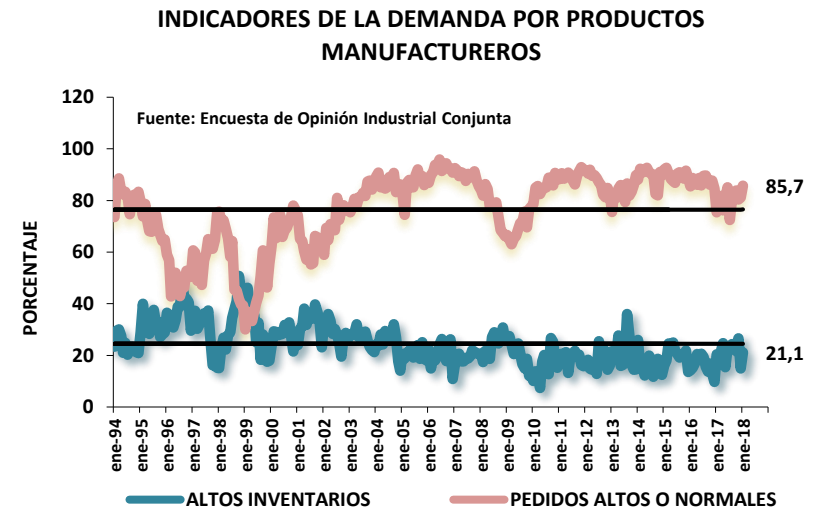
Al iniciar el año el indicador de uso de la capacidad instalada también se recuperó pasando de 74.8% en enero de 2017 a 76,7% en enero de 2018, ligeramente por encima del promedio histórico (76,3%).



Inventarios y Pedidos

Respecto a los indicadores de inventarios y pedidos, encontramos que en el mes de enero el 85,7% de la producción encuestada califica sus pedidos como altos o normales, 9 puntos por encima del nivel registrado en enero de 2017.

En el caso de los inventarios, éstos son calificados como altos por el 21,1% de la producción manufacturera, ligeramente superior al obtenido en igual mes del 2017.



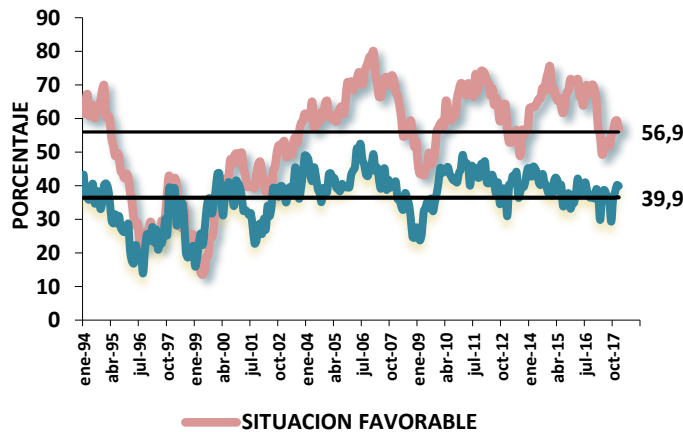


Clima de Negocios

A pesar del aumento en la producción y ventas, la percepción de los empresarios sobre el clima de negocios no despega. En efecto, en enero de 2018 el 56,9% de los encuestados consideró la situación actual de su empresa como buena, resultado significativamente inferior al 64,9% observado en el mismo mes de 2017.

Por su parte, el porcentaje de empresas que prevé una mejor situación en el inmediato futuro fue calificado en enero de 2018 por el 39,9% de los encuestados, muy similar al registrado en enero de 2017.

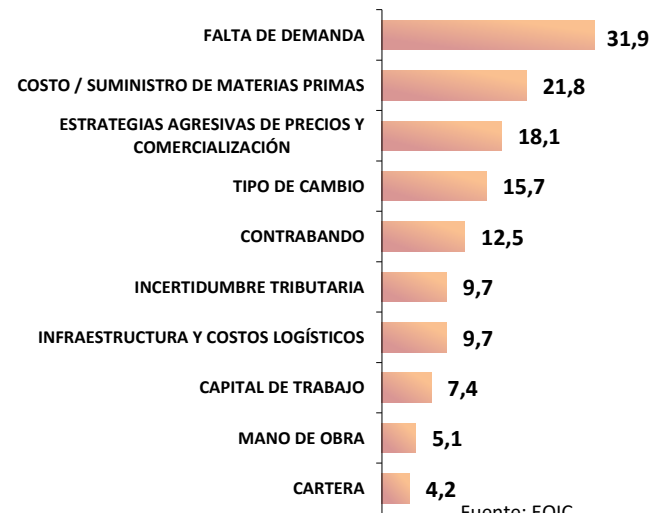
INDICADORES DE CLIMA DE LOS NEGOCIOS



Obstáculos para la actividad productiva

Al comenzar el 2018, los principales obstáculos que enfrentaron los empresarios en el desarrollo normal de su actividad son en su orden: falta de demanda ocupando el primer lugar, seguido por costo y suministro de materias primas, estrategias agresivas de precios y comercialización, volatilidad de la tasa de cambio, contrabando, incertidumbre tributaria, infraestructura inadecuada y altos costos logísticos y falta de capital de trabajo.

PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA INDUSTRIA ENERO 2018 (Porcentaje de Empresas)



Fuente: EOIC



EOIIC

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta



ANDI

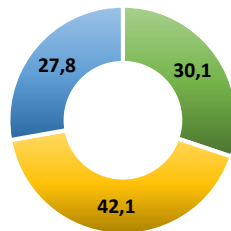
MÁS PAÍS

Indicadores líder

En la encuesta del mes de enero, incluimos el módulo especial de indicadores líder, que venimos realizando hace algunos meses, en el que evaluamos el desempeño reciente de la industria manufacturera para contar con una percepción más precisa de la dinámica en los meses siguientes.

En este sentido, les preguntamos a los empresarios sobre el comportamiento de la producción en lo corrido del mes de febrero, con respecto al mismo periodo del año anterior. El 42,1% de las empresas afirma que la producción no registró ningún cambio, el 30.1% evidencia un nivel superior al del año anterior y el 27.8% reporta una disminución.

En lo corrido del mes de febrero de 2018, la producción de la empresa:



■ Aumentó ■ Permaneció igual ■ Disminuyó

Fuente: EOIC

Con el propósito de conocer la situación general del mercado, clima de los negocios y los factores de costos, quisimos evaluar para cada uno de estos aspectos, tanto los factores positivos, como negativos que enfrentan los empresarios al iniciarse el 2018.

Al analizar la situación del mercado, el 20,1% de los empresarios señala como aspecto positivo la perspectiva de una mayor demanda, seguido por la oportunidad de nuevos mercados, negocios y clientes 11.5%.

En lo corrido del 2018 indique qué factores POSITIVOS percibe usted en el mercado objetivo de su empresa:



También se mencionan como favorables el aumento de las exportaciones 10.1%, los proyectos de infraestructura y vivienda, y la mejora en la confianza de los consumidores 8.6%. De otro lado, un 12.9% sostiene que no percibe ningún aspecto positivo.





EOIIC

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta



ANDI

MÁS PAÍS

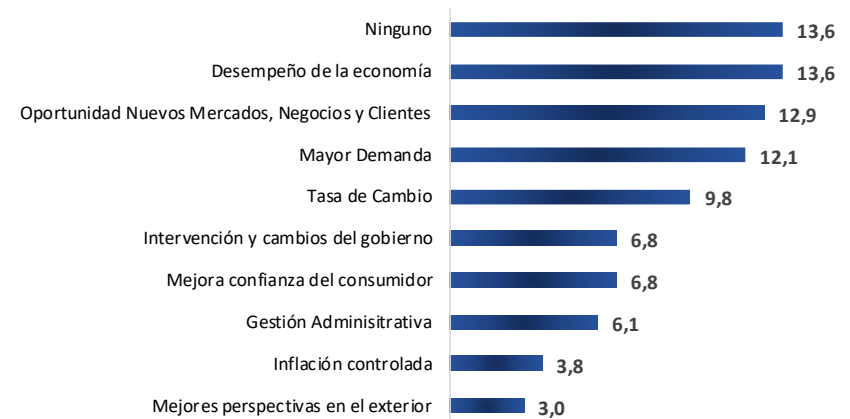
Al indagar sobre los factores desfavorables que los industriales encuentran en la situación actual del mercado, encontramos que la baja demanda continúa siendo la principal preocupación para cerca del 30% de los encuestados, seguido de la alta competencia y estrategia agresiva de precios 19,9%, la incertidumbre económica y política 13,7% y la desaceleración en el sector 8,2%.

En lo corrido del 2018 indique qué factores NEGATIVOS percibe usted en el mercado objetivo de su empresa:



Al profundizar sobre el clima de los negocios, se evidenció que el 13,6% de los empresarios considera que hasta el momento no se percibe ningún factor positivo, otro 13,6% percibe un mejor desempeño de la economía, el 12,9% afirma que encuentra oportunidades de entrar en nuevos mercados, negocios y clientes, y, el 12,1% prevé una recuperación de la demanda.

En lo corrido del 2018 indique qué factores POSITIVOS percibe usted en el clima de los negocios:



Por su parte los factores negativos que más inciden en el clima de los negocios son la incertidumbre política y económica donde el período electoral es señalado por el 41,6% de los empresarios y la incertidumbre económica es reportada por cerca del 13,9%.





En lo corrido del 2018 indique qué factores **NEGATIVOS** percibe usted en el clima de los negocios:



Al hacer referencia a temas microeconómicos como son los aspectos de costos encontramos que 28,7% de los empresarios considera que el principal factor positivo es la tasa de cambio, seguido de las mejoras en producción y productividad 10.1%, las políticas internas de control de costos 9.3%, los precios de materias primas 8.5%, y los avances en materia inflacionaria 7.0%.

En lo corrido del 2018 indique qué factores **POSITIVOS** percibe usted en el factor de costos:



En contraste, el 42,3% de los industriales se ha visto impactado negativamente por el costo de las materias primas. Otros costos que están afectando negativamente la actividad productiva son: los costos logísticos y de transporte, mano de obra e impuestos.



EOIIC

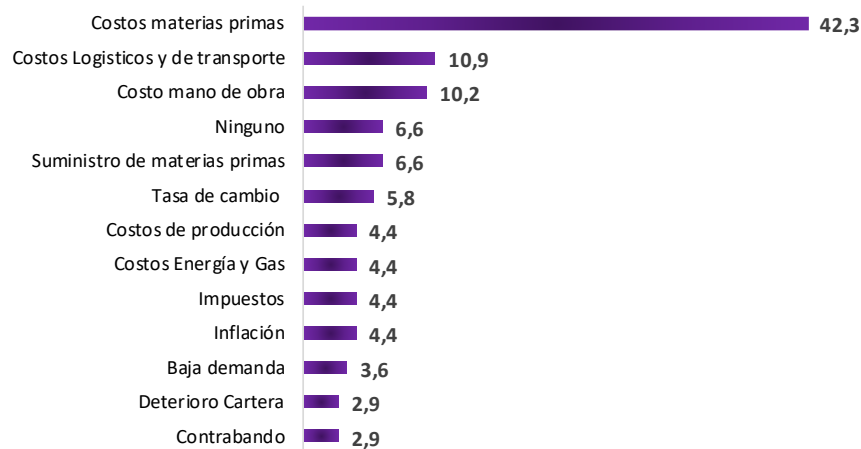
Encuesta de Opinión Industrial Conjunta



ANDI

MÁS PAÍS

En lo corrido del 2018 indique qué factores NEGATIVOS percibe usted en el factor de costos:



Distribuya porcentualmente el valor total de las ventas en el mercado nacional, por canales de productos para el año 2017



Estructura de ventas

La participación por canales de distribución en la estructura de ventas, fue otro módulo especial que incluimos en la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta. Encontramos que las ventas directas al cliente con el 32,4% es el principal canal de distribución de las empresas, seguido por las ventas mayoristas 25,6% y el canal tradicional 13,7%.

Educación

La educación es un tema determinante para la competitividad de las empresas. Éstas se encuentran en constante búsqueda de un capital humano pertinente y acorde con sus necesidades que mejore y facilite el desarrollo de las actividades al interior de sus organizaciones y a su vez promueva la transformación productiva del país.

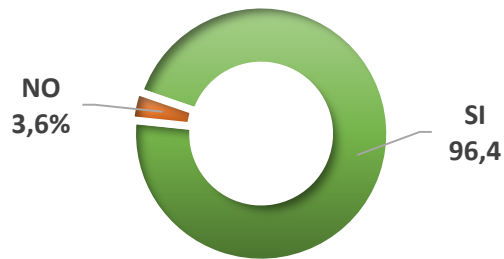
Es por esto que, en la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta del mes de enero, incluimos un módulo de educación en el que quisimos indagar acerca de los planes de capacitación y re-





calificación de los trabajadores. En esta dirección, preguntamos a los empresarios si están desarrollando programas de capacitación para sus empleados. El 96,4% de los empresarios respondió afirmativamente.

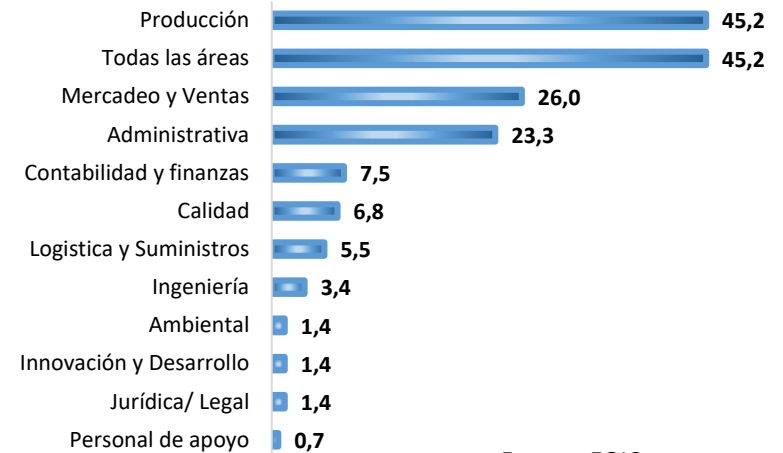
¿Ustedes desarrollan mecanismos de capacitación al interior de la empresa?



Fuente: EOIC

A las empresas que están desarrollando planes de capacitación, les preguntamos sobre las áreas en las cuales realizan este entrenamiento. El 45,2% respondió que está capacitando el área de producción, y el mismo porcentaje respondió que están capacitando a todas las áreas. Le siguen en su orden, el área de mercadeo y ventas 26,0%, administrativa 23,3%, contabilidad y finanzas 7,5% y calidad 6,8%.

¿Para que áreas de la empresa desarrolla capacitaciones?

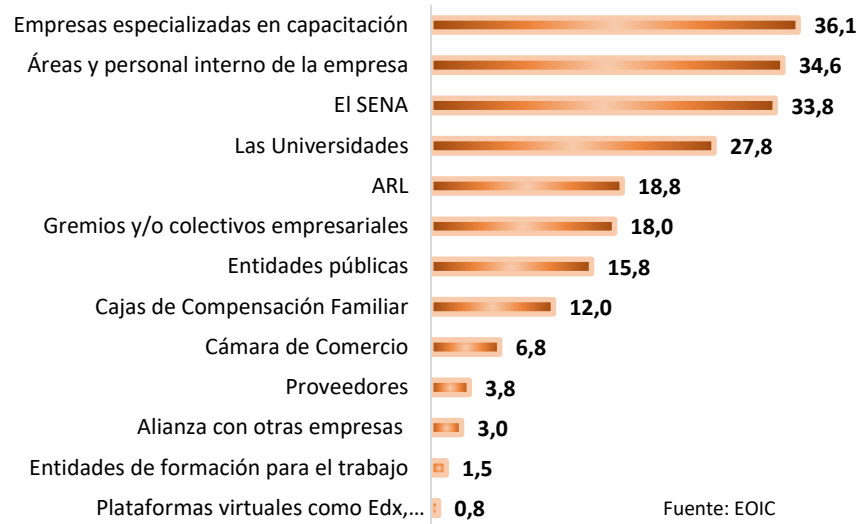


Fuente: EOIC

Con el fin de conocer en detalle como desarrollan los planes de capacitación las empresas, les preguntamos a los empresarios sobre sus principales aliados o proveedores para brindar la capacitación. Para el 36,1% de las empresas sus principales aliados son las empresas especializadas en capacitación, las áreas y el personal interno de las empresas 34,6%, seguido de un 33,8% que reportó que su principal aliado es el SENA y las universidades 27,8%.



¿Quiénes son los principales aliados/proveedores en los planes de capacitación?



Fuente: EOIC