

ENCUESTA DE OPINION INDUSTRIAL CONJUNTA

Enero - Abril 2017

El inicio del segundo trimestre no refleja recuperación

Es el momento de recuperar la dinámica

La Encuesta de Opinión Industrial Conjunta (EOIC) del mes de abril continúa evidenciando un panorama poco favorable, al reportar tasas de crecimiento negativas tanto en producción como en ventas totales y hacia el mercado interno. De igual manera, algunas de las variables de la encuesta siguen reflejando un desempeño inferior al registrado en los últimos años en indicadores como inventarios, pedidos y así mismo, se observa un deterioro en el clima de los negocios.

Los primeros meses del año se han caracterizado, en materia económica, por un notable deterioro de la demanda interna, lo que ha contribuido en gran parte al débil desempeño de la actividad manufacturera. En esta dirección, se incluyó en la EOIC de abril un módulo de indicadores líderes con la intención de contar con una percepción más precisa de la dinámica económica de los próximos meses e identificar las razones de este comportamiento.

Los resultados revelan que el 55.6% de los empresarios considera que, al iniciarse el segundo trimestre del año, el desempeño de sus ventas en el segundo trimestre fue malo, el 61.3% presentó una disminución en todos o en la mayoría de sus canales de ventas y solo el 15.7% de las empresas cumplió con su presupuesto de ventas para el periodo mencionado. Algunas de las estrategias utilizadas por los empresarios para combatir la desaceleración interna son la racionalización de costos, el lanzamiento de nuevos productos, las promociones y un mejor servicio al cliente.

En este contexto, es necesaria una inyección de oxígeno que estimule la economía y mejore la confianza de los actores económicos. Algunas medidas que deben ser implementadas son acelerar la reducción de la tasa de interés y

agilizar la transmisión de este menor interés al costo del crédito de consumidores y empresas; garantizar la ejecución y eficiencia en los proyectos de infraestructura 4G, y, reducir la informalidad, entre otras medidas.

A pesar de las dificultades anteriores, Colombia es un país de oportunidades las cuales deben ser aprovechadas y no caer en el círculo vicioso que genera un ambiente de pesimismo y falta de confianza. Para la ANDI es muy importante enviar señales correctas en el frente laboral y tributario; fortalecer la seguridad jurídica para promover la inversión; impulsar la adopción de nuevas tecnologías; asignar eficientemente los recursos para Ciencia, Tecnología e Innovación; y generar condiciones para insertarnos en las Cadenas Globales de Valor. Estos son algunos de los temas que se tratarán en la segunda edición de *Estrategia para una nueva industrialización* y la cual entregaremos en el 2º Congreso Empresarial Colombiano que se realizará en agosto de 2017.

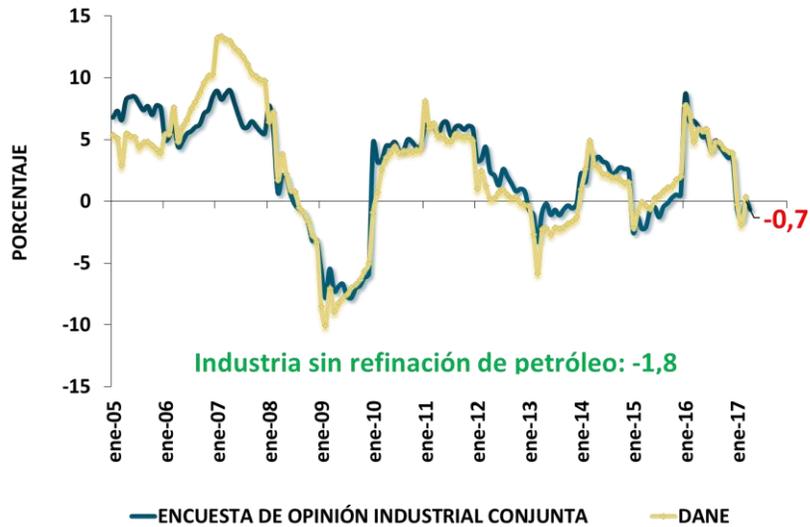
Veamos ahora los resultados de la EOIC del mes de abril de 2017.

El 2017 continúa con débil desempeño de la industria manufacturera,

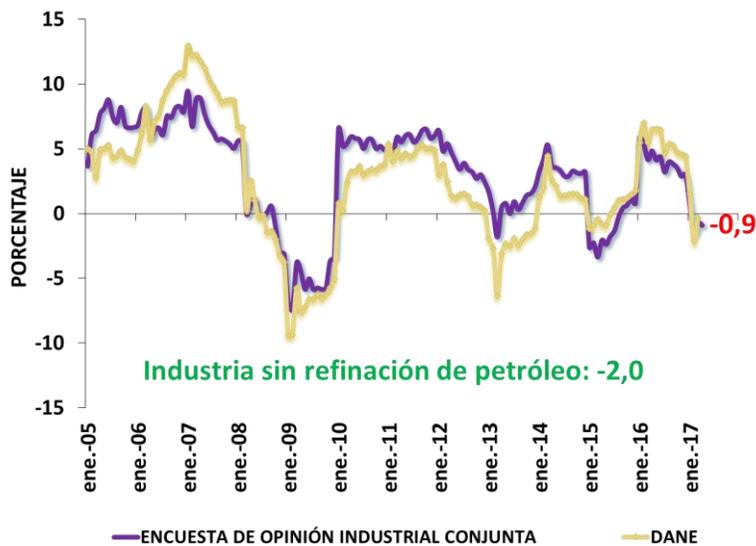
De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta (EOIC), que la ANDI realiza con ACICAM, ACOPLASTICOS, ANDIGRAF, CAMACOL y la Cámara Colombiana del Libro, en el periodo enero-abril 2017, comparado con el mismo período de 2016, la producción disminuyó -0.7%, las ventas totales -0.9% y, dentro de éstas, las ventas hacia el mercado interno cayeron -2.4%. En el año inmediatamente anterior, estas tasas eran de 5.4%, 4.9% y 6.5%, respectivamente.

Si excluimos el subsector de refinación de petróleo, las variaciones de la industria son de -1.8%, -2.0% y -2.6%, respectivamente.

PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA



VENTAS REALES DE LA INDUSTRIA

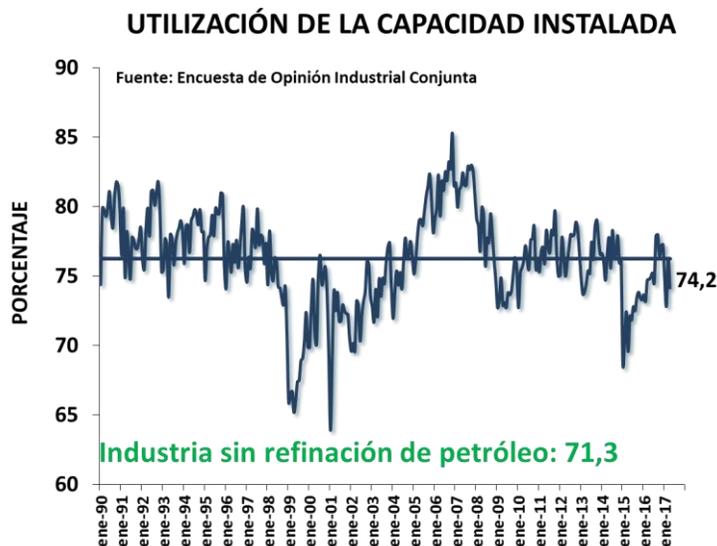


A nivel sectorial, se observa que una parte importante de los subsectores industriales aún no ha alcanzado tasas positivas en producción y ventas en los primeros cuatro meses del año.

ENCUESTA DE OPINION INDUSTRIAL CONJUNTA			
ANDI, ACOPLASTICOS, ANDIGRAF, ACICAM, CAMACOL CAMARA COLOMBIANA DEL LIBRO		CRECIMIENTO REAL (%)	
		ENERO-ABRIL 2017	
		ENERO-ABRIL 2016	
SECTOR	PRODUCCION (*)	VENTAS	
		TOTALES (**)	MERCADO NACIONAL (***)
Alimentos	-0,9	-0,6	-1,7
Bebidas	-15,3	-11,1	-11,1
Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles	-5,7	-14,2	-19,4
Papel, carton, y sus productos	3,8	2,7	1,7
Refinación de petróleo, mezcla de combustibles y coquizacion	10,0	8,0	-0,2
Sustancias y productos químicos básicos	-3,4	-0,6	3,1
Otros Productos Químicos	6,7	3,9	0,7
Productos minerales no metálicos	-2,4	-3,2	-2,6
Básicas de hierro y acero	5,5	4,7	1,9
Vehículos automotores y sus motores	-14,7	-9,6	-10,1
Partes, piezas y accesorios para vehículos automotores	-1,1	-4,1	-0,9
Otros tipos de equipo de transporte	-18,8	-17,9	-18,3
TOTAL INDUSTRIA MANUFACTURERA	-0,7	-0,9	-2,4
<i>Total Industria sin refinería de petróleo</i>	<i>-1,8</i>	<i>-2,0</i>	<i>-2,6</i>
* 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			

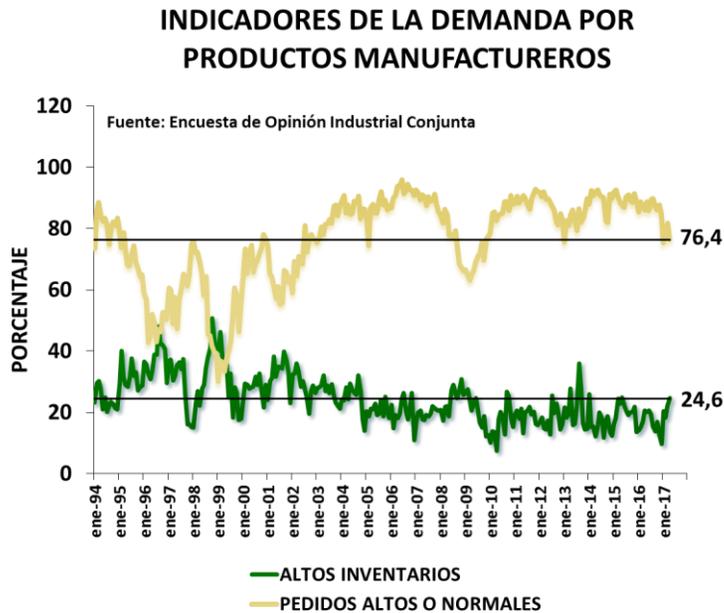
Utilización de la Capacidad Instalada

En abril de 2017 el indicador de uso de la capacidad instalada se situó en 74.2%, cifra levemente inferior a la observada en el mismo mes del año anterior (74.9%) y aún por debajo del promedio histórico (76.2%). Excluyendo la actividad de refinación de petróleo, el promedio de la industria fue 71.3%.



Inventarios y Pedidos

Respecto a los indicadores de inventarios y pedidos, encontramos que en abril el 76.4% de la producción encuestada califica sus pedidos como altos o normales, cifra inferior a la registrada en el mismo mes del año pasado (86.1%) e incluso menor al nivel observado en el mes de abril en años anteriores. Por su parte, los inventarios son calificados como altos por el 24.6% de la producción manufacturera.

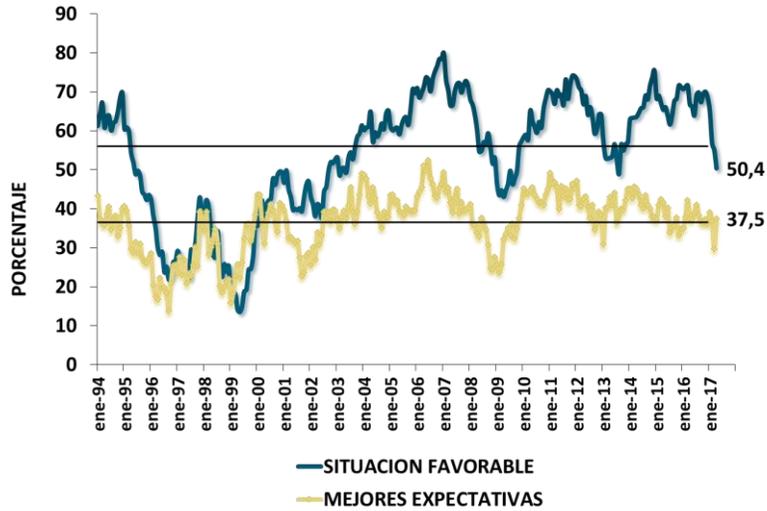


Clima de Negocios

La compleja situación de la industria manufacturera en el 2017 también se refleja en la percepción de los empresarios sobre el clima de negocios. Es así como el 50.4% de los encuestados considera la situación de su empresa como buena. Este resultado es significativamente inferior al promedio de 63.8% registrado en los últimos 5 años y a la cifra de abril de 2016 (66.7%).

Las mejores expectativas para el futuro inmediato, por su parte, son reportadas por el 37.5% de las empresas, cifra que no presenta variación frente a la percepción de abril de 2016.

INDICADORES DE CLIMA DE LOS NEGOCIOS



Principales problemas en la coyuntura industrial

En abril de 2017, los principales obstáculos que enfrentaron los empresarios en el desarrollo normal de su actividad son en su orden: la falta de demanda, la tasa de cambio, la competencia, el costo y suministro de materias primas, el contrabando y la incertidumbre tributaria.

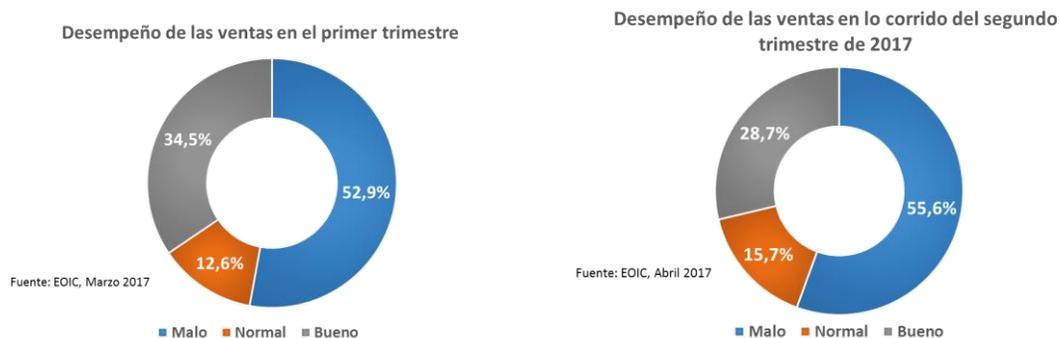
PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA INDUSTRIA ABRIL 2017 (Porcentaje de Empresas)



Indicadores líderes y desempeño de las ventas en el primer trimestre y lo corrido del segundo trimestre

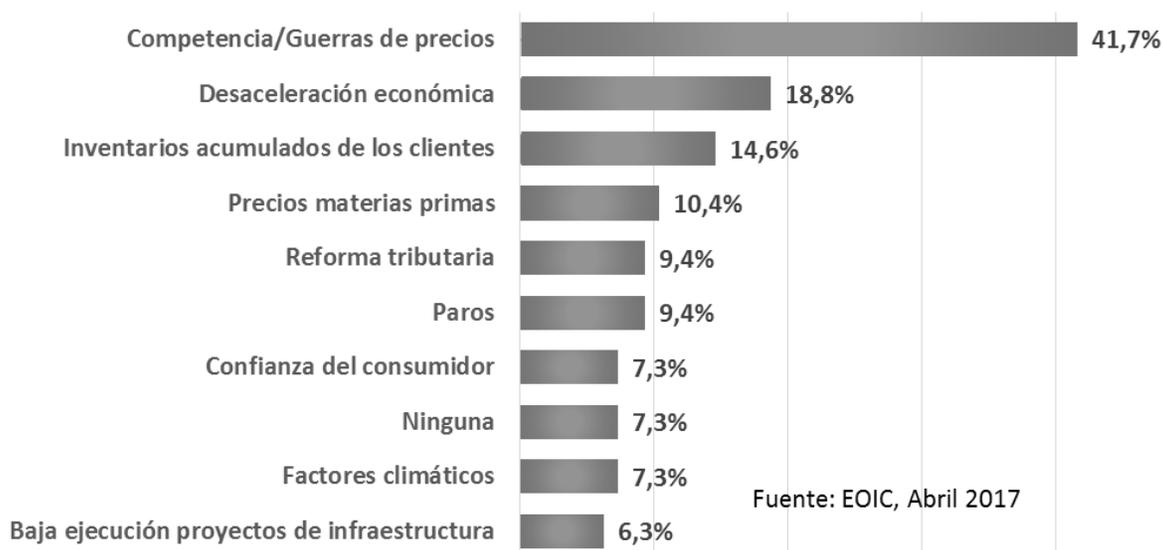
En la EOIC de abril se incluyó un módulo especial de indicadores líderes con el fin de identificar las razones del bajo desempeño reciente y contar con una percepción más precisa de la dinámica económica de los próximos meses.

Les pedimos a las empresas que describieran el desempeño de sus ventas en el primer trimestre y encontramos que el 52.9% de los empresarios calificó este desempeño como malo, el 12.6% normal y el 34.5% bueno. Para lo corrido del segundo trimestre de 2017, el 55.6% de los empresarios anotaron un mal desempeño, el 15.7% normal, y el 28.7% bueno.



Además, preguntamos por los principales factores que impactaron negativamente la gestión comercial de la empresa. Con esto, 41.7% manifestó que la fuerte competencia y la guerra de precios en el mercado no les ha permitido subir sus precios ante unos costos crecientes durante el trimestre, reduciendo así su rentabilidad. En el segundo lugar, 18.8% de los empresarios anotaron que la desaceleración económica redujo sus ventas, 14.6% reportó que sus clientes tienen altos inventarios y por ello sus pedidos se han visto afectados. Por su parte, el 10.4% hizo referencia a los altos precios y la dificultad en el abastecimiento de materias primas como un factor negativo en su gestión comercial. Cabe anotar que ninguna de las razones fueron factores que dependieran de la empresa, todas se deben a factores externos.

Principales dificultades para la gestión comercial



Por otro lado, les preguntamos a los empresarios sobre los factores que han estimulado sus ventas. En primer lugar, 26.0% afirmó que ningún factor los ha favorecido. Le siguen el desarrollo de nuevos productos y las estrategias de innovación y el desempeño favorable del mercado externo los cuales fueron reportados por 19.0% de los empresarios. Posteriormente se identificaron aspectos como promociones, publicidad y mercadeo, calidad del producto y servicio al cliente.

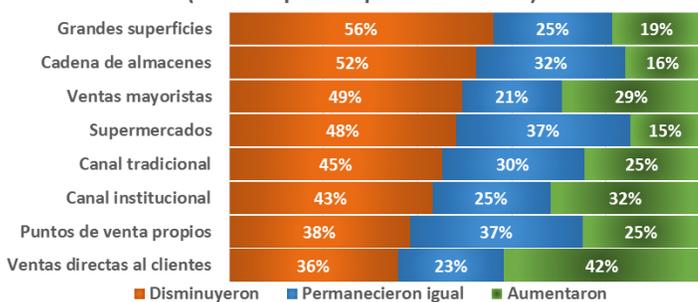
Principales factores que han estimulado las ventas



También solicitamos a las empresas que precisaran para los diferentes canales de distribución, si sus ventas aumentaron, disminuyeron o permanecieron iguales en el primer trimestre y en lo corrido del segundo trimestre.

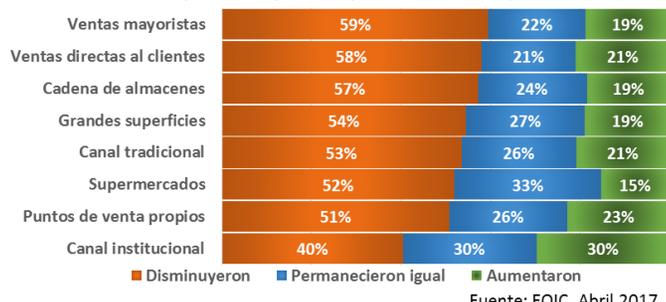
Para el primer trimestre, en el canal de las grandes superficies, el 56% de las empresas reportó una disminución en sus ventas. Por otro lado, las ventas directas a los clientes fue el canal menos perjudicado, con el 36% de los industriales reportando contracción en sus ventas. Este resultado difiere del reportado por las empresas para las primeras semanas del segundo trimestre, donde el 58% de los industriales reportó disminución en el canal de ventas directas y el 59% señaló contracciones en las ventas mayoristas. El canal institucional fue el que menos se resintió, para 40% de las empresas disminuyó, para el 30% permaneció igual y para el 30% restante éstas aumentaron.

Comportamiento de las ventas en los siguientes canales (Trimestre I 2017/ Trimestre I 2016)
(% de Empresas que contestaron)



Fuente: EOIC, Marzo 2017

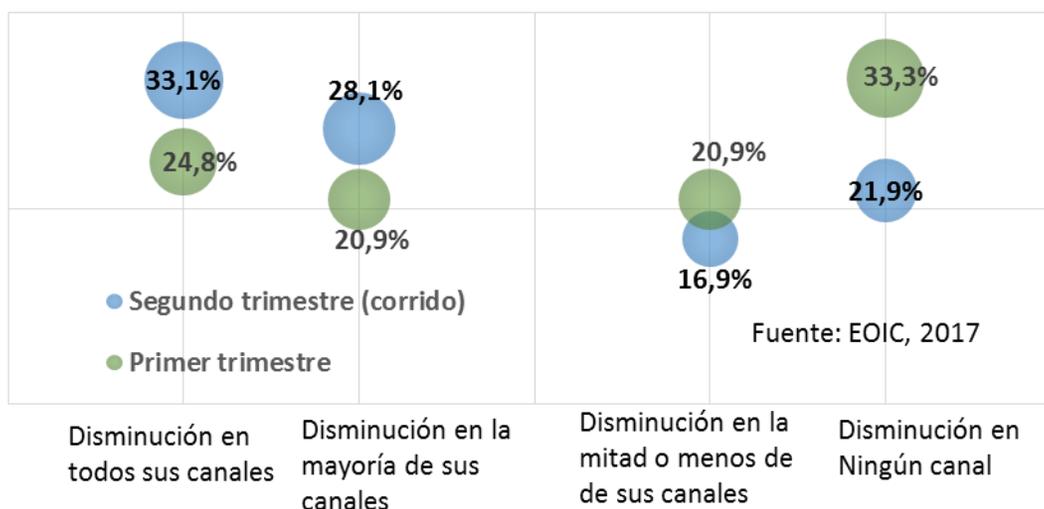
Comportamiento de las ventas en los siguientes canales en lo corrido del segundo trimestre de 2017
(% de Empresas que contestaron)



Fuente: EOIC, Abril 2017

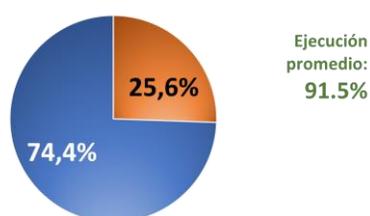
Además, se analizó la situación de las empresas de acuerdo con el número de canales hacia los cuales reportaron una disminución en sus ventas. Para lo corrido del segundo trimestre, el 33.1% de las empresas se mostraron en la situación más crítica, ya que durante el primer trimestre las ventas se contrajeron en todos los canales por los que vende y el 28.1% (vs. 20.9% en el primer trimestre) disminuyó sus ventas en más de la mitad de sus canales. Luego, el 16.9% (vs. 20.9% en el primer trimestre) disminuyó en la mitad o menos de los canales por los que canaliza sus ventas y el 21.9% de las empresas (vs. 33.3% en el primer trimestre) reportó una mejor situación, pues no disminuyó en ninguno de sus canales de ventas.

Reportes de ventas en los canales: Primer semestre vs. corrido segundo semestre



Con respecto al presupuesto de ventas, les pedimos a las empresas el porcentaje de ejecución de éste para el primer trimestre del año. En promedio, el porcentaje de cumplimiento del presupuesto fue de 91.5%. Por otro lado, el 74.4% de las empresas no cumplió con el presupuesto que tenía. Para lo corrido del segundo trimestre, el 84.3% de los encuestados no cumplió con el presupuesto de ventas y, en promedio, el nivel de cumplimiento fue de 86.9% de las ventas proyectadas.

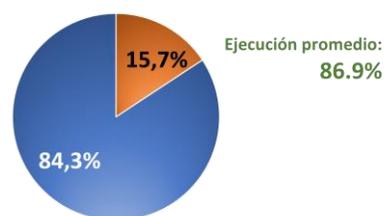
Cumplimiento del presupuesto de ventas primer trimestre 2017



Fuente: EOIC, Marzo 2017

■ Cumplieron o superaron su presupuesto
■ No cumplieron con el presupuesto

Cumplimiento del presupuesto de ventas en lo corrido del segundo trimestre 2017



Fuente: EOIC, Abril 2017

■ Cumplieron o superaron su presupuesto
■ No cumplieron con el presupuesto

Con la intención de contar con una apreciación más oportuna del desempeño industrial, les pedimos a los empresarios que evaluaran el comportamiento de las ventas en lo corrido del mes de mayo. Ponderando por el valor de las ventas de las empresas, en mayo el 39.6% afirmó que éstas habrían disminuido y el 31.3% reportó que éstas aumentaron. Es importante anotar que este resultado es preliminar y no se refiere a un número concreto de días ya que cada uno de

los empresarios respondió con base a los días transcurrido hasta el momento en el que diligenció el formulario de la EOIC.

En lo corrido del mes de mayo, sus ventas frente al mismo mes del año pasado

