

ENERO 2017

Lento inicio de la economía que tendremos que mejorar en el resto del año

Si bien el año 2016 fue un año complejo, de incertidumbre global, alta volatilidad en los mercados y una débil demanda mundial, la economía colombiana logró destacarse en la región, con un crecimiento del PIB del 2% y una recuperación de la industria. Para el 2017 se espera un panorama similar, con una leve mejoría en el crecimiento de las economías, pero sin duda persiste la incertidumbre y la demanda poco dinámica, que siguen siendo motivo de preocupación.

En la actividad industrial, el 2017 empieza con resultados incipientes. En efecto, la producción decrece, los niveles de crecimiento en ventas son bajos, los pedidos muestran un leve deterioro, los inventarios continúan en niveles normales y el clima de los negocios se mantiene estable.

En este contexto, otros indicadores generales de la economía muestran signos un poco más alentadores. En el mes de enero, las exportaciones totales tuvieron un crecimiento de 39,9%, dentro de las cuales las del sector industrial aumentaron 24,5%, y excluyendo refinación, el crecimiento es de 15,7%. Por su parte, la industria manufacturera, fue el sector que más empleos generó en el trimestre noviembre–enero, con 94.000 nuevos puestos de trabajo.

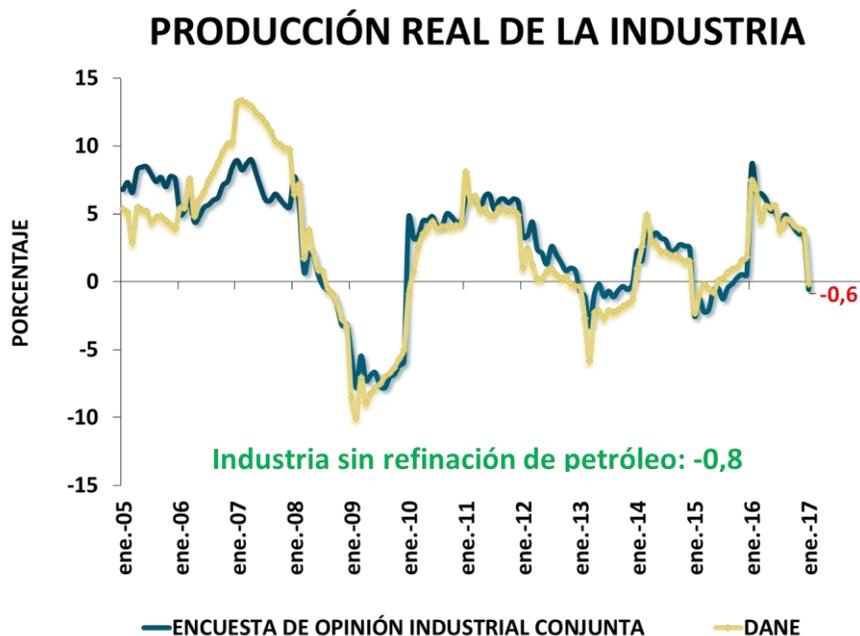
Teniendo en cuenta los factores positivos y negativos, el panorama aún no está plenamente despejado. Debemos ser conscientes de los retos que tenemos para lograr permanecer en una posición favorable y enfrentar los mercados que cada vez son más competidos, atraer inversión y generar confianza. Temas como la implementación de la reforma tributaria, las futuras elecciones presidenciales y la volatilidad en los mercados, son de especial atención. Y, la

necesidad de seguir fortaleciendo la competitividad y solidez de la economía colombiana, deben ser nuestra prioridad.

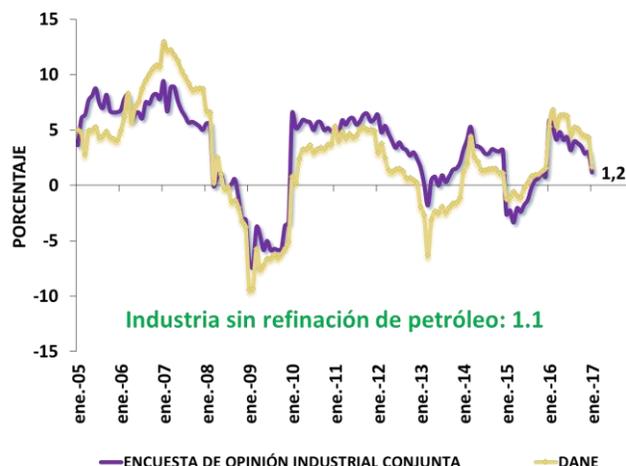
Producción y Ventas

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 mes de enero de 2017, comparado con el mismo mes de 2016, la producción disminuyó -0.6%, las ventas totales crecieron 1.2% y, dentro de éstas, las ventas hacia el mercado interno crecieron 1.9%. En el año inmediatamente anterior, estas tasas eran de 8.5%, 5.9% y 7.7%, respectivamente.

Si excluimos el subsector de refinación los crecimientos de la industria son de -0.8%, 1.1% y 2.1%, respectivamente.



VENTAS REALES DE LA INDUSTRIA



Al analizar el comportamiento del mes de enero, no podemos olvidar que tradicionalmente este es un mes donde algunas empresas tienen vacaciones colectivas, otras realizan procesos de mantenimiento de sus plantas, otras ajustan sus inventarios, todo ello dificulta la comparación con años anteriores. Además se trata de un periodo de tiempo muy corto y hay que esperar un tiempo prudencial que permita contar con una trayectoria más sólida antes de poder realizar proyecciones hacia el futuro.

A nivel sectorial, se observa 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 2017
ENERO 2016
PORCENTAJES DE RESPUESTAS

| SECTOR | PRODUCCION (*) | VENTAS TOTALES (**) | VENTAS MERCADO NACIONAL (***) |
|--|----------------|---------------------|-------------------------------|
| Alimentos | 1,4 | -0,2 | -0,8 |
| Bebidas | -11,3 | -7,8 | -7,7 |
| Hilatura, tejetura y acabado de productos textiles | -1,7 | -11,9 | -18,0 |
| Papel, carton, y sus productos | 9,0 | 10,1 | 12,1 |
| Sustancias y productos químicos básicos | 2,5 | -1,3 | 10,0 |
| Otros Productos Químicos | 6,4 | 13,8 | 9,5 |
| Jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfumes | 1,9 | -2,0 | -5,2 |
| Productos minerales no metálicos | -5,1 | -2,2 | -0,7 |
| Básicas de hierro y acero | 1,7 | 8,1 | 11,1 |
| Vehículos automotores y sus motores | -6,7 | -3,7 | -13,8 |
| Otros tipos de equipo de transporte | -8,7 | -6,1 | -7,4 |
| TOTAL INDUSTRIA MANUFACTURERA | -0,6 | 1,2 | 1,9 |
| TOTAL EXCLUYENDO REFINACIÓN | -0,8 | 1,1 | 2,1 |

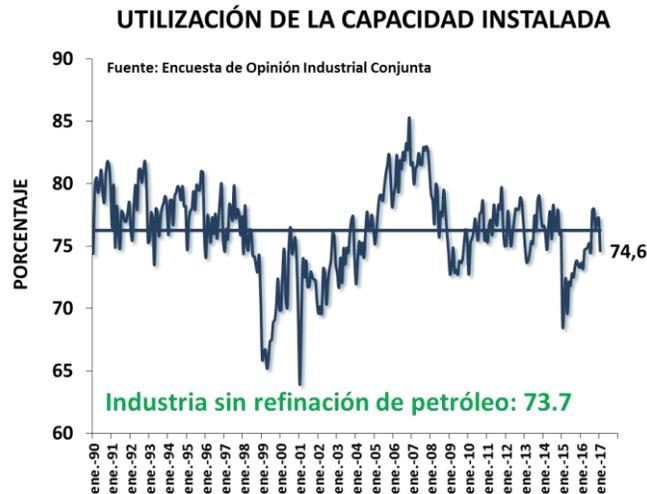
* VALORES PONDERADOS POR EL VALOR AGREGADO DEL SECTOR

** 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 enero de 2017 el indicador de uso de la capacidad instalada se situó en 74.6%, por encima a la cifra observada en el mismo mes del año anterior (73.7%).

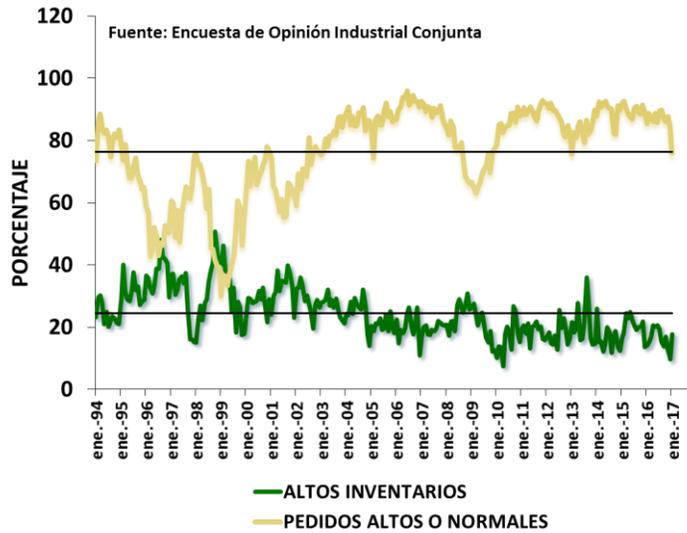


Inventarios y Pedidos

Respecto a los indicadores de inventarios y pedidos, encontramos que en el mes de enero el 76.3% de la producción encuestada califica sus pedidos como altos o normales. Este indicador que desde principios de 2013 se había situado en promedio once puntos por encima del nivel histórico de la EOIC, para el mes de enero de 2017, retorna al nivel promedio de la encuesta.

Por su parte, los inventarios son calificados como altos por el 17.6% de la producción manufacturera.

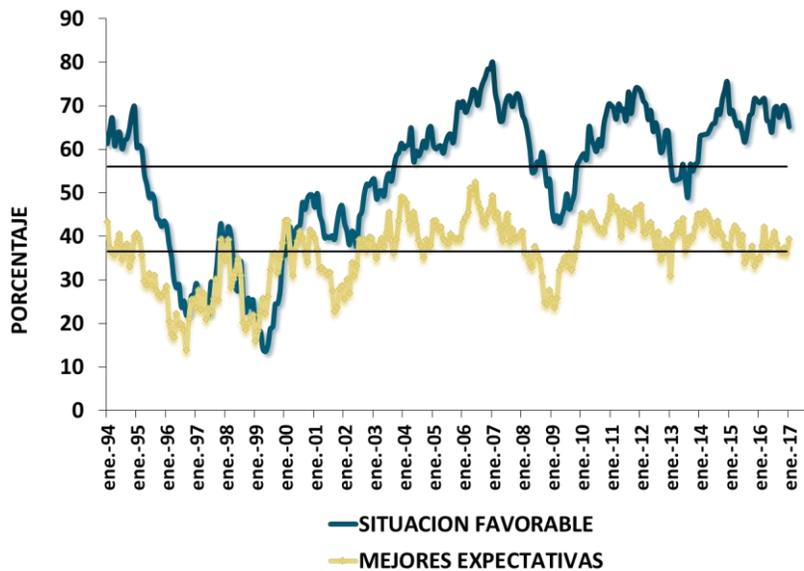
INDICADORES DE LA DEMANDA POR PRODUCTOS MANUFACTUREROS



Clima de Negocios

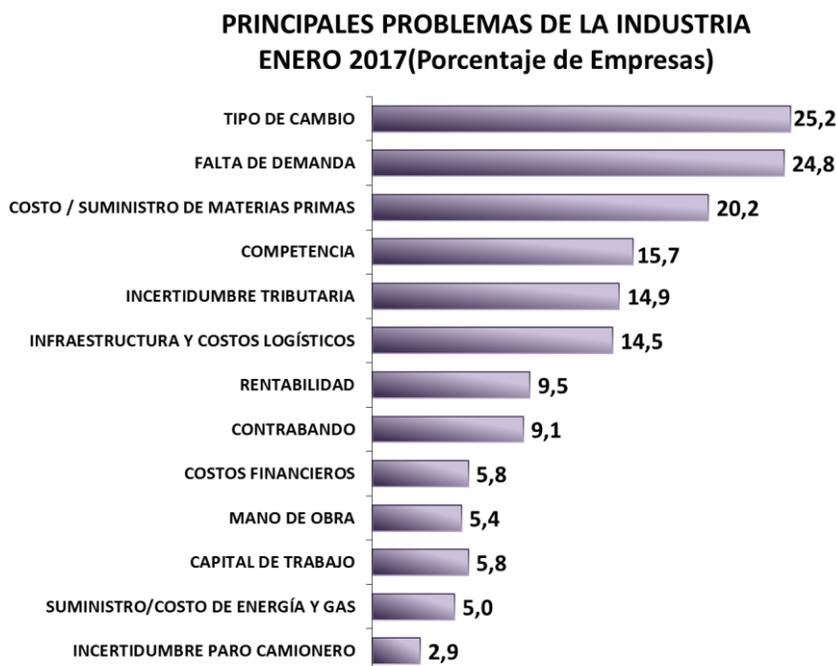
La situación de la industria manufacturera también se refleja en la percepción de los empresarios sobre el clima de negocios. Es así como el 65.2% de los encuestados considera la situación de su empresa como buena y las mejores expectativas son reportadas por el 39.3% de las empresas.

INDICADORES DE CLIMA DE LOS NEGOCIOS



Principales problemas en la coyuntura industrial

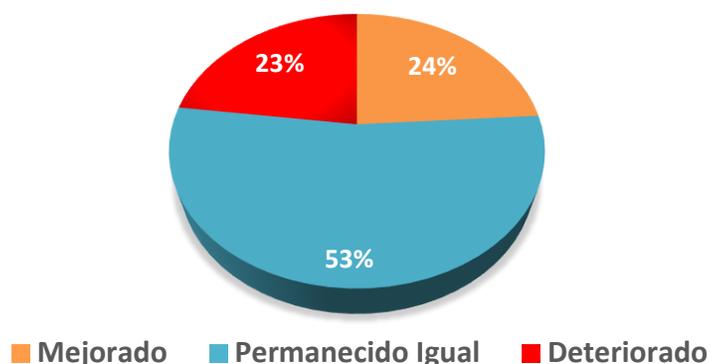
En enero de 2017, los principales obstáculos que enfrentaron los empresarios en el desarrollo normal de su actividad son en su orden: tipo de cambio, falta de demanda, costo y suministro de materias primas, competencia, incertidumbre tributaria e infraestructura y costos logísticos.



La cartera de las empresas mantiene niveles manejables

En coyunturas de bajo crecimiento, es importante mantener un estrecho monitoreo de la evolución de la cartera. Por ello en la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta incluimos un módulo especial sobre este tema. Uno de los aspectos evaluados fue la evolución reciente de la cartera de las empresas. Un 53% de las empresas afirmó que en los últimos 6 meses ésta ha permanecido igual, un 23% la ha visto deteriorarse, y para el 24% ha mejorado.

En los últimos 6 meses, la rotación de cartera en su empresa ha:



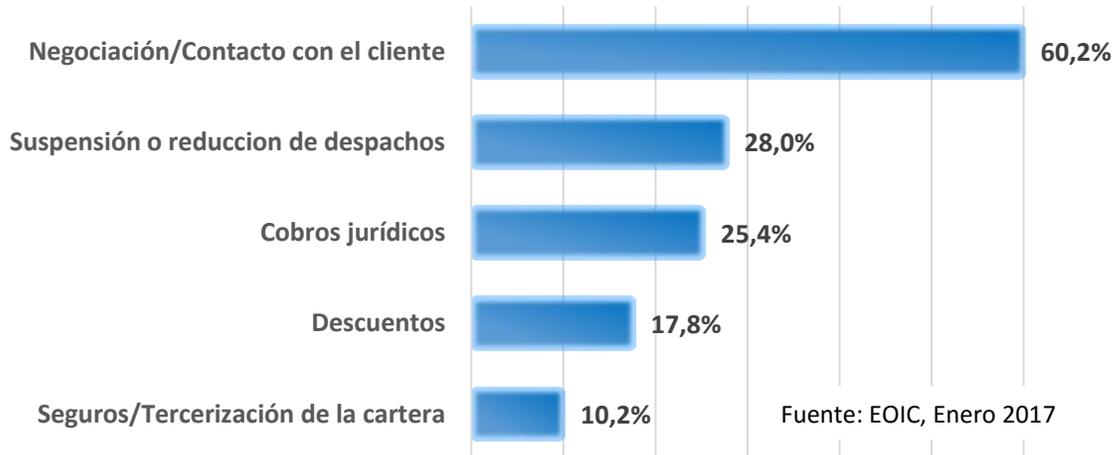
Fuente: EOIC, Enero 2017

Se preguntó por los días de cartera de cada empresa y el nivel de días a partir de los cuales se considera morosa. De acuerdo a los resultados, las empresas tienen, en promedio, 62,3 días de cartera, nivel inferior al de 65 días que en promedio perciben como parámetro de morosidad.

Al comparar el nivel de cartera con el criterio de morosidad de cada empresa, encontramos que el 58% de las empresas considera que tienen actualmente niveles normales de cartera y el 42% consideran su cartera como morosa.

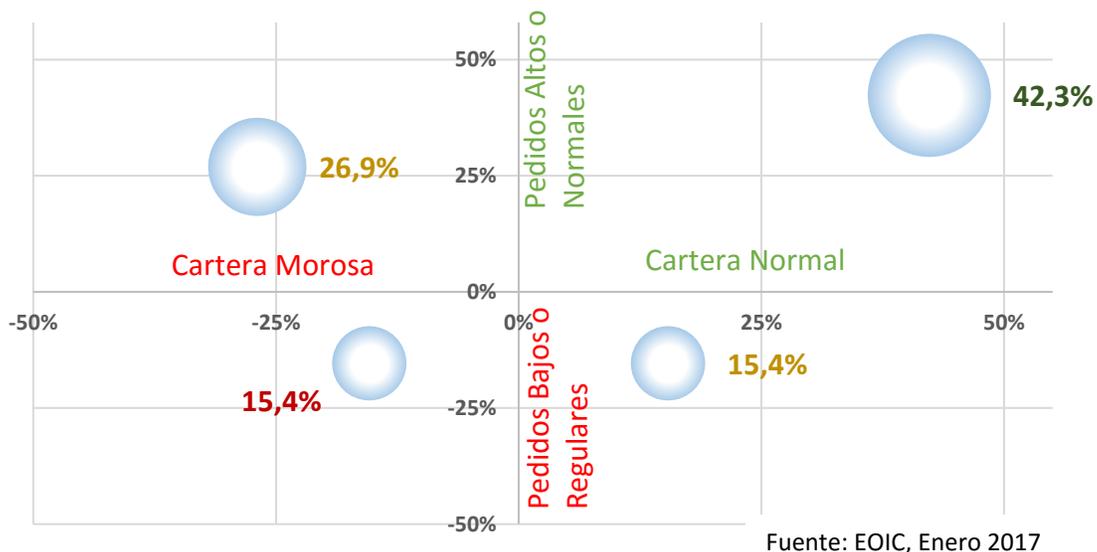
Igualmente se preguntó a los empresarios sobre las medidas que están adoptando para mejorar la calidad de la cartera en dificultades. Un 60.2% están utilizando la negociación y contacto con los clientes, el 28% está suspendiendo o reduciendo los despachos, el 25.4 % ha acudido a los cobros jurídicos, el 17.8% está otorgando descuentos y diferentes alternativas de pago y el 10.2% ha tomado seguros o tercerizado su cartera.

22. Si su cartera se encuentra en niveles altos, ¿Qué medidas está adoptando?

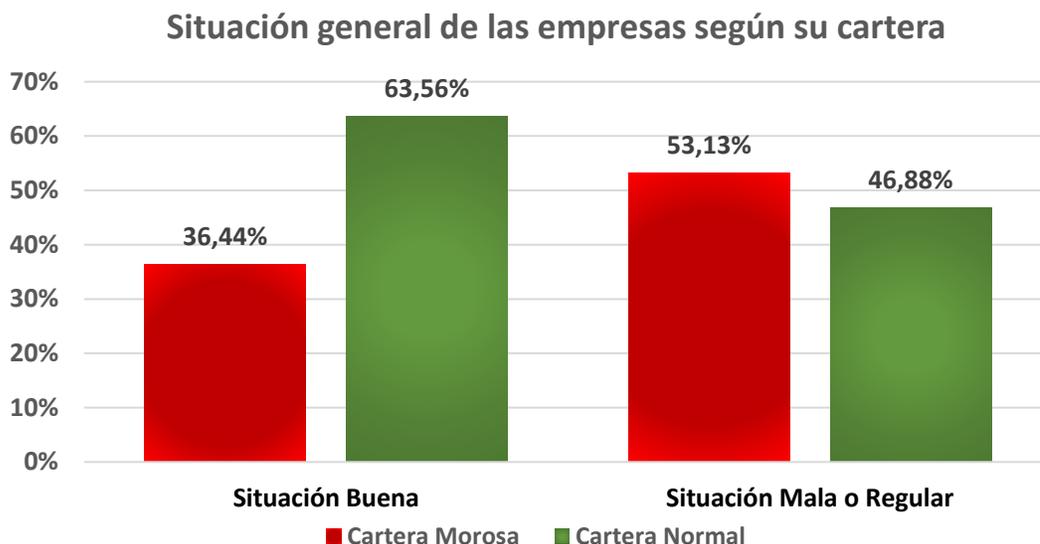


A partir de la información anterior, se clasificaron las empresas con base en dos criterios: la cartera y el volumen de pedidos de las empresas. El 42,3% de las empresas encuestadas se encuentra en una situación favorable, ya que sus pedidos son buenos o normales y tienen un nivel normal de cartera. El 26,9% tiene cartera morosa, pero un nivel bueno o normal de pedidos. Un 15,4% de los encuestados tiene pedidos bajos o regulares pero una cartera normal. Por último, la situación más compleja estaría en el 15,4% de los encuestados, con pedidos bajos o regulares y una cartera morosa.

Situación de Cartera y Pedidos



Resulta interesante conocer cuál es el impacto de tener cartera morosa en la percepción de la situación general de las empresas. La siguiente gráfica muestra que, de las empresas que tienen una situación buena, el 63.2% tiene una cartera normal y el 36.8% tiene cartera morosa. De las empresas que califican su situación como mala o regular, el 48.3% tienen cartera normal y el 51.7% morosa. A pesar de esto, de acuerdo a la EOIC, desde 2010 el porcentaje promedio de empresas que califica la rotación de cartera como un problema ha sido solo el 4.7%.



Fuente: EOIC, Enero 2017

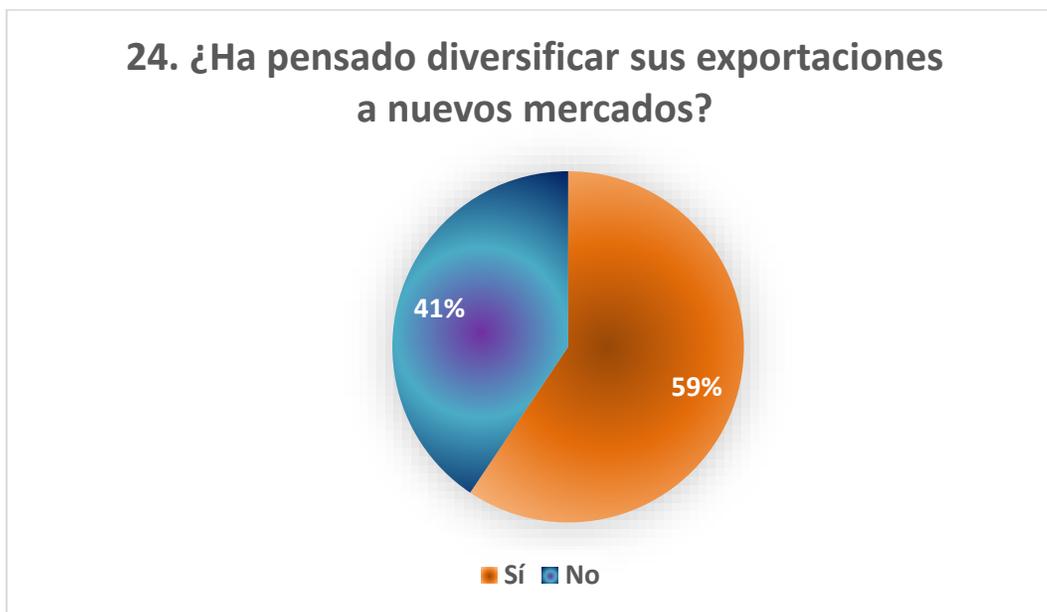
Las exportaciones industriales

Las exportaciones industriales han registrado una clara tendencia decreciente desde 2012, al pasar de US\$23.198 millones, a US\$15.923 millones en 2015. En 2016, las ventas industriales hacia el exterior se mantuvieron en el mismo nivel del año inmediatamente anterior. Sin embargo, cabe resaltar que desde agosto de 2016 estas ventas registran crecimientos mensuales positivos. Para enero de 2017, las exportaciones industriales aumentaron 24.5% con respecto al mismo mes de 2016. Por ello, resulta importante analizar las perspectivas empresariales en materia de exportaciones. Este tema también fue incluido en la EOIC de enero.

Se preguntó a los empresarios por la participación de las exportaciones en las ventas en 2016 y lo proyectado para 2017. De acuerdo a los resultados de la encuesta, en promedio, las empresas destinan el 26% de sus ventas hacia los mercados externos. Para el 2017 prevén aumentar este promedio a 26.4%. Por

otro lado, los resultados indican que 49.7% de las empresas espera aumentar su tasa exportadora en este año, y 50.3% espera reducirla o mantenerla.

También se preguntó a los industriales si han contemplado diversificar las exportaciones hacia nuevos mercados. Un 59% de ellos respondió afirmativamente.

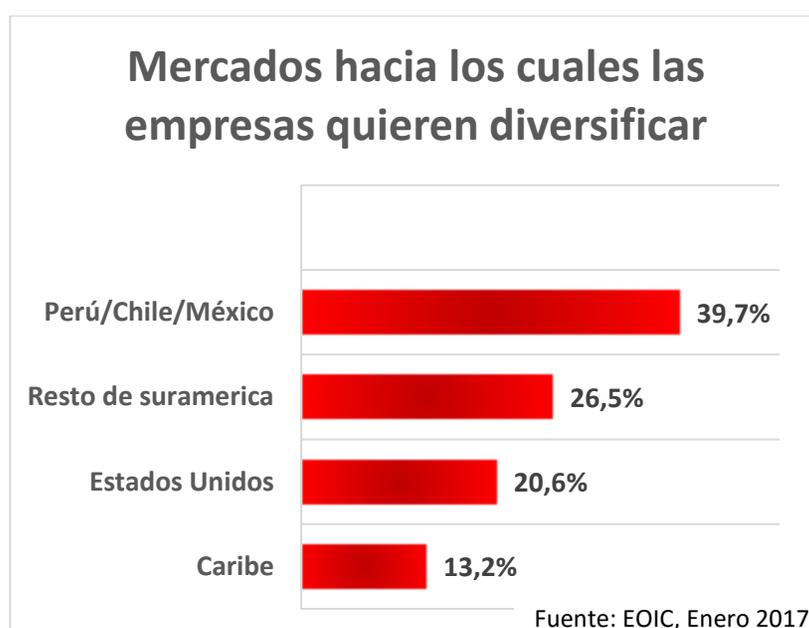
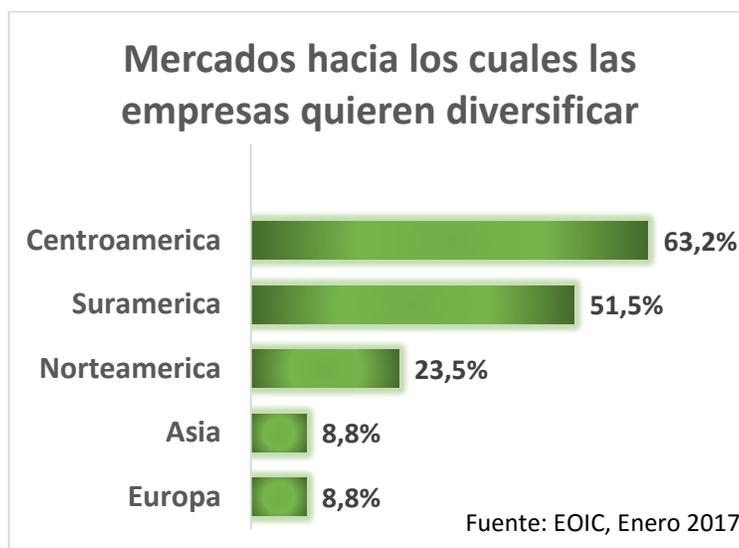


Fuente: EOIC, Enero 2017

La diversificación de los destinos de exportaciones industriales de acuerdo con los resultados de la EOIC parece concentrarse en los mercados de la región y por área se destaca la Alianza del Pacífico.

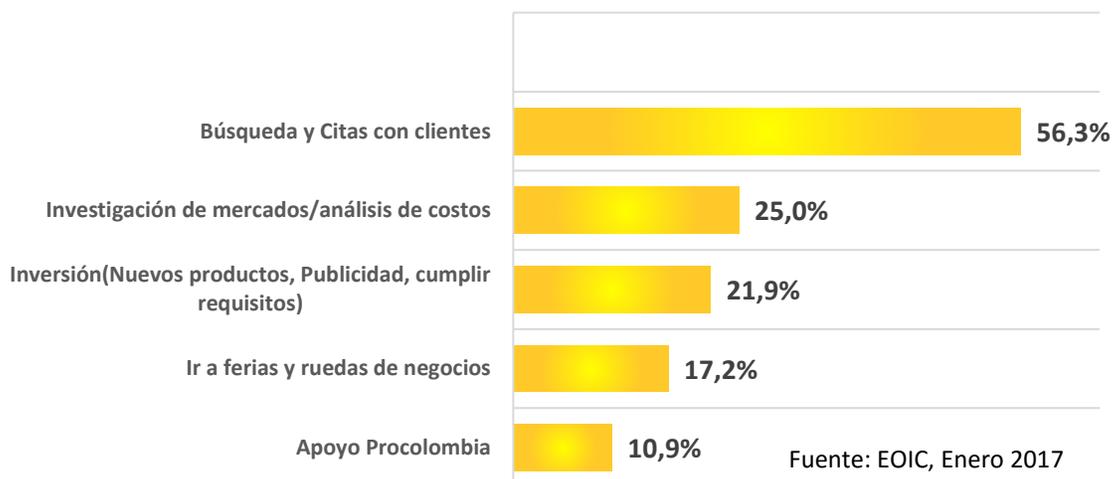
En efecto, 63,2% de las empresas manifestó que quieren diversificar sus exportaciones vendiendo hacia Centroamérica, 51,5% hacia Suramérica, 23,5% a Norteamérica, 8,8% a Europa, 8,8% a Asia y 5,9% a África. Por área geográfica o países, el 39.7% de las empresas que quieren diversificarse quieren incursionar en alguno o varios de los países de la Alianza del Pacífico (Perú, Chile o México), el 26.5% quiere abrirse hacia el resto de países de Suramérica, el 20.5% tiene la intención de exportar hacia Estados Unidos, el 13.2% a los países del Caribe y un 5.9% hacia Cuba.

Fuente: EOIC, Enero 2017



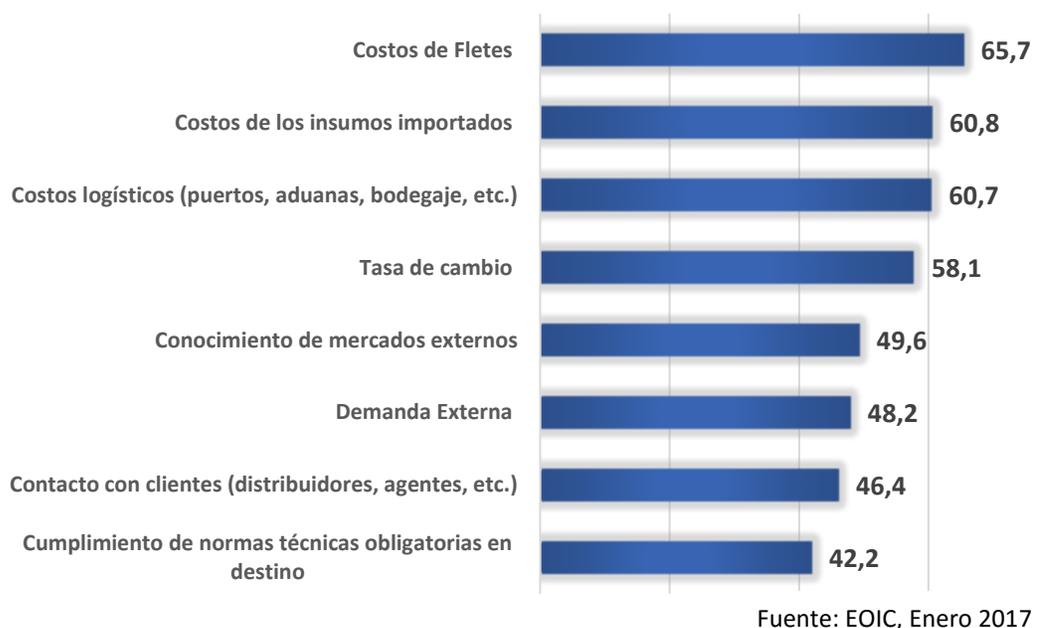
En la encuesta también se indagó por las medidas concretas que se han tomado para llegar a esos mercados. De las empresas que piensan diversificarse a otros mercados, el 56.3% de las empresas ha buscado clientes de esos países y/o ha tenido citas con ellos; el 25% ha investigado la demanda en el mercado al que quiere entrar y/o ha analizado los costos; el 21.9% ha realizado inversiones para especializar sus productos, hacer publicidad o cumplir con los requisitos de reglas de origen y de certificaciones; el 17.2% ha asistido a ferias o ruedas de negocios buscando clientes en diferentes países; el 10.9% afirma que se ha apoyado en Procolombia para lograr llegar a esos nuevos mercados; y el 7.8% ha buscado distribuidores que faciliten el movimiento y la venta de sus productos.

Medidas concretas para llegar a nuevos mercados



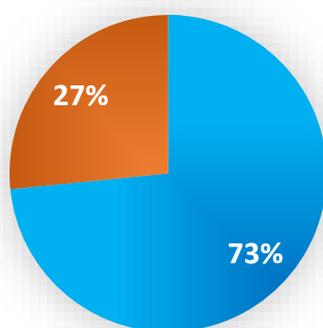
Se pidió a los empresarios que calificaran ciertas dificultades según lo influyentes que eran para impedir sus planes de exportación. La mayor dificultad está en los costos de fletes, que fueron reportados por el 65.7% de los empresarios. Le siguen costos de insumos importados (60.8%), costos logísticos en aduanas, puertos y bodegas (60.7%) y tasa de cambio (58.3%).

Dificultades para exportar



Por último, se preguntó por el conocimiento y uso que tienen las empresas sobre las herramientas que presta el gobierno para aprovechar los acuerdos comerciales y acceder a nuevos mercados. El 73% afirma que conoce esas herramientas y un 27% que no las conoce. Un 71,9% afirma haber utilizado el Plan Exportador Procolombia, el 14,6% ha usado las Comisiones administradoras de los acuerdos comerciales y el 10,4% el punto de contacto de la OMC en Colombia.

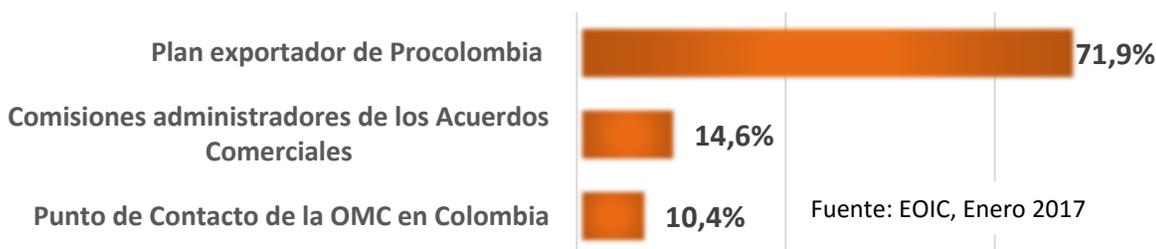
26. ¿Conoce las herramientas y los procesos que ofrecen las entidades del gobierno para aprovechamiento de Acuerdos Comerciales y Acceso a Mercados?



■ Sí ■ No

Fuente: EOIC, Enero 2017

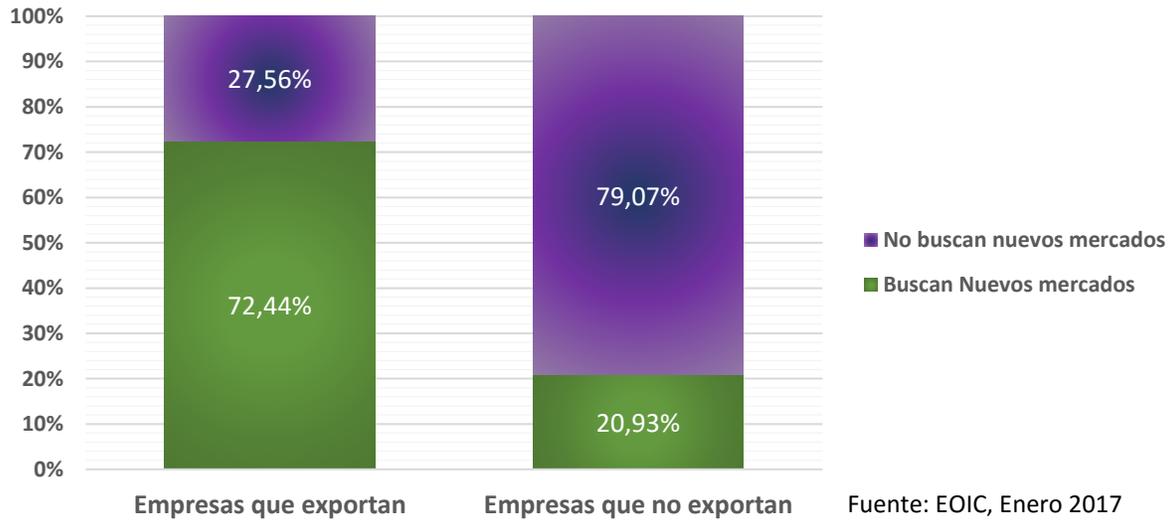
¿Cuál (es) de las siguientes herramientas ha usado?



Fuente: EOIC, Enero 2017

Al clasificar las empresas en exportadoras y no exportadoras, encontramos que la búsqueda de nuevos mercados tiende a predominar en las empresas que ya tienen experiencia en los mercados externos. Es así que, de las empresas que ya exportan, un 72,4% busca diversificarse hacia nuevos mercados y el 27,6% no piensa hacerlo. Esta relación se invierte cuando se analizan las empresas no exportadoras, donde solo un 20,9% de estas piensa incursionar en el comercio internacional y el 79,1% piensa continuar concentrada en el mercado doméstico.

Búsqueda de nuevos mercados



Se realizó el mismo análisis de comparar las empresas que ya exportan y las que no, con respecto a si conocen las herramientas que el gobierno presta. De las empresas que ya exportan, el 81% conoce y el 19% no conoce las herramientas que pone a disposición el gobierno para exportar y aprovechar los acuerdos comerciales. Por el contrario, de las empresas que no exportan, el 48.7% conoce estas herramientas y el 51.3% las desconoce. Con esto, sería importante algún esfuerzo de estas empresas y del gobierno para cerrar esta brecha de información que existe entre exportadores y no exportadores y que así toda la oferta exportable del país realmente se venda a otros mercados.

Conocimiento de las herramientas que presta el gobierno

