

ANALISIS ESTADISTICO ENCUESTA DE RITMO EMPRESARIAL (ERE) EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2024



**CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS Y ALIANZAS ESTRATEGICAS
(CENES)**

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES

MAYO

2024

INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio de Cali (CCC) diseñó e implementó la Encuesta Ritmo Empresarial (ERE) por primera vez en agosto de 2014. Desde entonces, la ERE se realiza semestralmente con el objetivo de medir el pulso económico de las empresas y sus perspectivas de crecimiento.

Actualmente, más de 25 cámaras de comercio de diferentes departamentos de Colombia participan en esta iniciativa, lo cual permite capturar las diferencias en la percepción empresarial entre las distintas regiones.

La Encuesta de Ritmo Empresarial (ERE) constituye un instrumento fundamental para la medición periódica del panorama económico de las empresas y la evaluación de sus perspectivas en términos de crecimiento, inversión y generación de empleo. En su decimosegunda edición, la ERE evaluó la percepción de 6.870 empresas afiliadas a 25 cámaras de comercio, distribuidas en 14 departamentos del país, incluyendo las cinco principales ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga e Ipiales.

En el marco de esta edición, se recabaron datos significativos. De un total de 1015 empresarios afiliados a nuestra entidad, se seleccionó una muestra representativa de 322 encuestas efectivas, cumpliendo así con los estándares establecidos para la muestra mínima requerida. El departamento de Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas de la Cámara de Comercio de Ipiales (CENES), llevó a cabo estas encuestas mediante telemercadeo, logrando ocupar el tercer lugar en términos de participación efectiva. Este resultado refleja el compromiso y la relevancia de nuestra comunidad empresarial en el ámbito de la investigación económica.

Palabras Claves

Afiliados, crecimiento económico, inversión, empleabilidad, comercio exterior.

METODOLOGÍA

La recolección de información para el presente análisis estadístico recae en el boletín semestral que brinda la Cámara de Comercio de Cali, en donde genera un tratamiento de resultados específicamente de los afiliados de la Cámara de Comercio de Ipiales, los cuales fueron fuente primaria para el desarrollo de dicha encuesta.

La muestra representativa a un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5% es de **299** empresarios afiliados dada una población de **1.015** afiliados. Este tamaño muestral incluye 20 encuestas de reemplazo que se realizan con el objetivo de ser utilizadas en el proceso final de verificación en el caso de anular encuestas por duplicidad, incorrecto diligenciamiento o información incompleta.

La base de datos cuenta con una columna adicional llamada "Orden de llamada", esta variable indica el orden para iniciar las llamadas para alcanzar el objetivo de **299** encuestas efectivas.

A pesar de que la muestra representativa fue de 299 afiliados, se logró aplicar 322 encuestas representando el 31,72% del círculo de afiliados de la Cámara de Comercio de Ipiales.

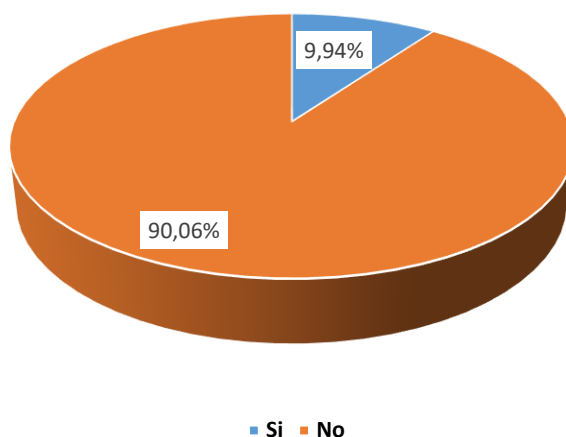
ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

En el primer semestre de 2024, la Cámara de Comercio de Ipiales llevó a cabo la Encuesta de Ritmo Empresarial con el objetivo de evaluar el estado y las perspectivas del sector empresarial en la región. Esta encuesta recopiló información detallada de 322 afiliados, proporcionando una visión integral de las dinámicas económicas y comerciales que afectan a las empresas locales. A través del tratamiento y análisis estadístico de los datos obtenidos, se busca identificar tendencias, desafíos y oportunidades dentro del entorno empresarial de Ipiales.

Este informe presenta los hallazgos claves del análisis, ofreciendo una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de políticas que promuevan el crecimiento económico sostenible del municipio analizando tres enfoques como la *Coyuntura y Tendencia II semestre del año 2023, Comercio Exterior y Dificultades Competitivas y Expectativas: Evaluación próximo semestre* . A continuación se presenta los resultados:

- **Coyuntura y Tendencia**

Grafica 1. *¿Realizó inversiones en la empresa durante el segundo semestre de 2023 como la compra de maquinaria, equipo o ampliación de capacidad productiva?*

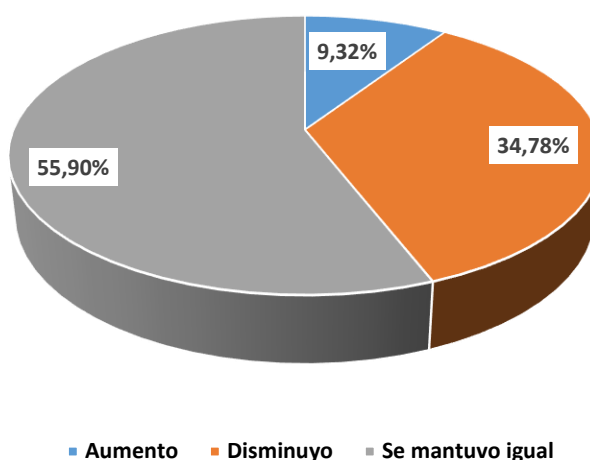


El 90.06% de los encuestados indicó que no realizaron inversiones en maquinaria, equipo o ampliación de capacidad productiva durante el segundo semestre de 2023. Esta alta proporción sugiere una tendencia general hacia la precaución y la aversión al riesgo en ese periodo. Tal comportamiento puede estar influenciado por un entorno económico incierto o desfavorable.

Las inversiones realizadas por el 9.94% de los encuestados reflejan una combinación de aprovechamiento de oportunidades de mercado, una posición financiera sólida y una visión estratégica a largo plazo. Estas decisiones les

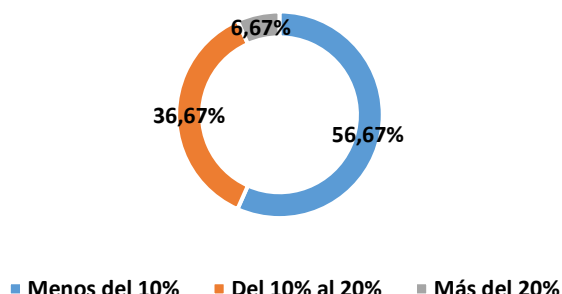
permitirán mejorar y aumentar su competitividad y eficiencia operativa en el futuro, asegurando un crecimiento sostenido y una mayor resiliencia en un entorno económico variable.

Grafica 2. *El valor total de las ventas de la empresa: Durante el segundo semestre de 2023 y respecto al primer semestre de 2023.*



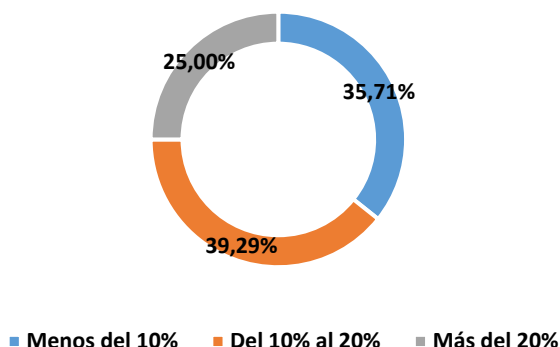
En cuanto a las ventas proyectadas para el segundo semestre de 2023, en relación con las ventas reportadas en el primer semestre del mismo año, el 9.32% de los encuestados se muestra optimista, afirmando que aumentarán. Por otro lado, el 55.90% manifiesta que sus ventas se mantendrán iguales, indicando una expectativa de estabilidad en un mercado maduro y balanceado. Mientras tanto, el 34.78% considera que sus ventas disminuirán, reflejando una perspectiva cautelosa ante desafíos económicos, problemas operativos y un aumento en la competencia.

Grafica 3. *¿En qué proporción aumentó el valor de las ventas?*



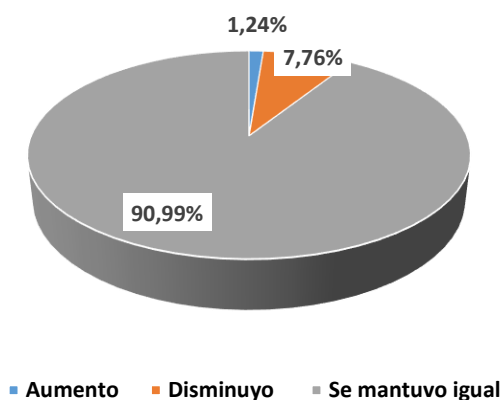
El 36% de los empresarios encuestados anticipa un crecimiento en sus ventas del 10% al 20%, lo que sugiere un nivel considerable de optimismo y expectativas moderadamente altas para el próximo periodo. Por otro lado, un 6.67% de los encuestados está aún más optimista, proyectando un aumento de ventas superior al 20%, posiblemente impulsado por estrategias agresivas de expansión o por el lanzamiento de nuevos productos exitosos. En contraste, el 57% restante espera un incremento en sus ventas de menos del 10%, reflejando una perspectiva más conservadora pero aún positiva respecto al crecimiento de sus negocios. Esta diversidad de expectativas refleja la variedad de estrategias y condiciones en el mercado empresarial actual.

Grafica 4. *¿En qué proporción disminuyó el valor de las ventas?*



Del total de 112 empresas encuestadas, se observa que el 35.71% experimentaron una disminución de ventas menor al 10%. Esta cifra sugiere que un grupo significativo de empresas enfrentó desafíos moderados en sus operaciones comerciales. Por otro lado, el 39.29% de las empresas reportaron una reducción en sus ventas entre un 10% y un 20%, reflejando una disminución más marcada pero aún manejable para muchas empresas. Además, el 25. % de las empresas encuestadas enfrentaron una disminución significativa en las ventas, superior al 20%, indicando condiciones más adversas que podrían requerir estrategias específicas de recuperación y ajuste en el corto plazo.

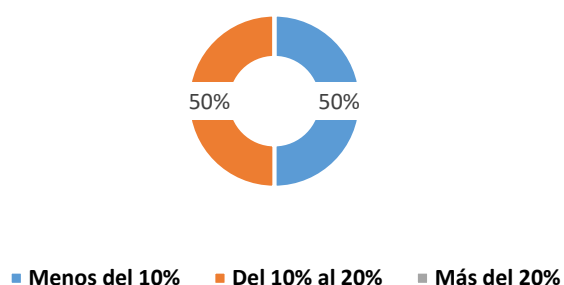
Grafica 4. *El número de trabajadores en la empresa: Durante el segundo semestre de 2023 y respecto al primer semestre de 2023.*



En cuanto al empleo proyectado para el segundo semestre de 2023, comparado con el empleo reportado en el primer semestre del mismo año, la mayoría abrumadora de los encuestados, un 90.99%, tiene una expectativa positiva y anticipa que el número de trabajadores vinculados se mantendrá sin cambios. Esto sugiere una estabilidad en las estructuras laborales de las empresas encuestadas, reflejando posiblemente una confianza en las condiciones económicas futuras y en la continuidad operativa. Por otro lado, el 1.24% espera un aumento en su personal, lo cual podría ser indicativo de planes de expansión o de una mayor demanda anticipada en sus sectores. Mientras tanto, el 7.76% prevé una disminución en su

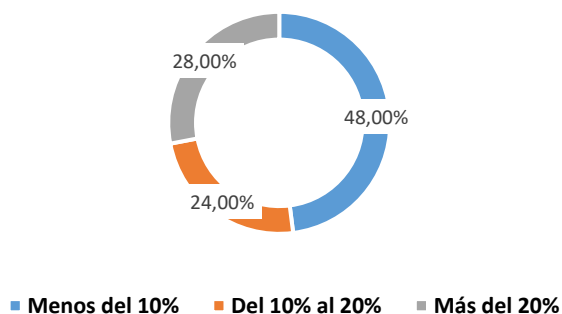
planta de personal, posiblemente influenciado por factores como ajustes operativos, optimización de costos o cambios en las estrategias empresariales para adaptarse a condiciones de mercado cambiantes.

Grafica 5. *¿En qué proporción aumentó el número de trabajadores?*



Del total de empresas encuestadas, el 50% reportaron una disminución en el número de trabajadores menor al 10%, indicando ajustes moderados en sus estructuras laborales durante el periodo analizado. Por otro lado, el otro 50% de las empresas afirmaron que el número de trabajadores aumentó entre un 10% y un 20%, reflejando una expansión significativa en sus trabajadores. Este equilibrio en las respuestas subraya una variedad de condiciones y estrategias empresariales frente a las dinámicas del mercado laboral.

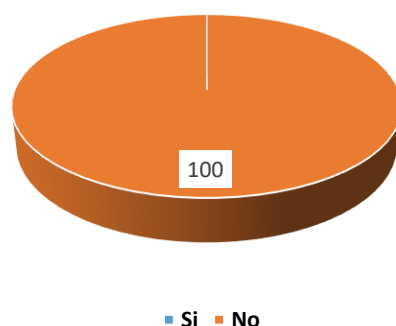
Grafica 6. *¿En qué proporción disminuyó el número de trabajadores?*



El análisis muestra una distribución significativa en las decisiones de contratación y desvinculación de trabajadores entre las empresas encuestadas. El hecho de que el 48% de las reducciones de trabajadores se encuentren en el rango "Menos del 10%" sugiere que muchas empresas han optado por ajustes moderados en sus fuerzas laborales durante el período considerado, posiblemente como parte de estrategias de optimización o adaptación a condiciones económicas cambiantes. Por otro lado, el 24% de las reducciones están en el rango "Del 10% al 20%", indicando una proporción considerable de empresas que han enfrentado recortes más significativos en su personal. Es interesante observar que el 28% corresponde a aumentos superiores al 20%, lo cual refleja que algunas empresas han optado por expandir activamente sus equipos, posiblemente en respuesta a oportunidades de crecimiento o a nuevas demandas del mercado.

- Comercio Exterior y Dificultades para la Competencia Empresarial

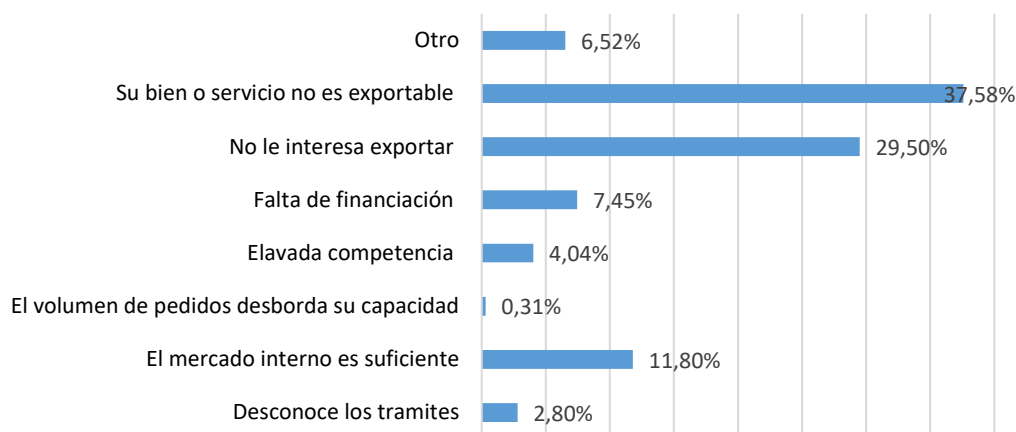
Grafica 7. *La empresa realizó ventas fuera del país (exportó) durante el segundo semestre de 2023?*



En el ámbito de la exportación, resulta notable que el 100% de los afiliados encuestados indicaron no haber realizado ventas fuera del país. Este dato sugiere una baja participación en mercados internacionales por parte de las empresas encuestadas, lo cual podría estar influenciado por diversas razones. Entre estas

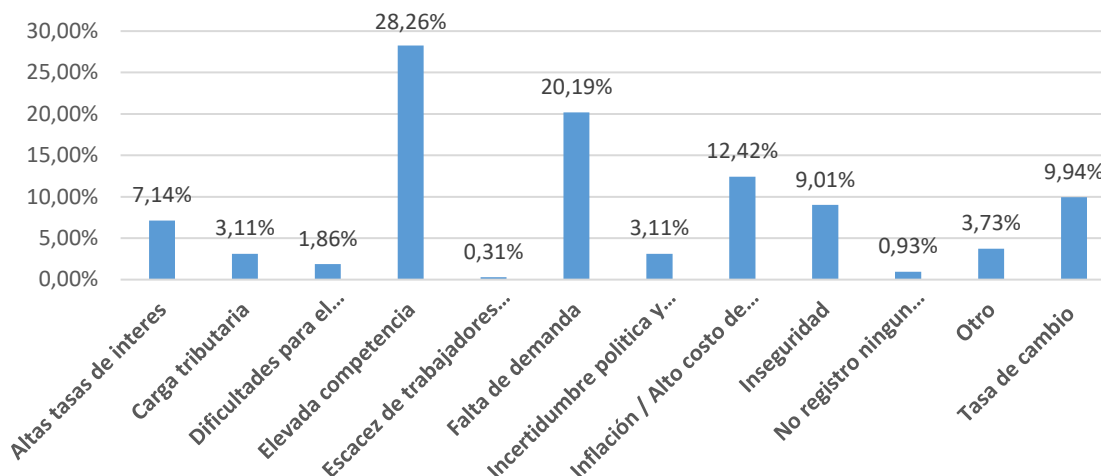
podrían incluirse la falta de capacidad logística para exportar, barreras regulatorias o arancelarias entre otras.

Grafica 8. *¿Cuál es la razón principal para que la empresa NO exporte?*



Durante el segundo semestre de 2023, las empresas que no realizaron exportaciones mencionaron varias razones predominantes. El 37.58% de los encuestados señaló que su bien o servicio no es adecuado para la exportación, lo que puede implicar restricciones tecnológicas, normativas o de mercado que limitan su penetración en mercados extranjeros. Además, el 29.50% expresó que la empresa no tiene interés en exportar. El 2.80% mencionó desconocimiento sobre los trámites necesarios para exportar, indicando posibles barreras administrativas. La falta de financiación fue citada por el 7.45%, mientras que el 4.04% destacó la alta competencia en los mercados internacionales como un obstáculo significativo. Otras razones incluyeron el 0.31% que mencionó capacidad limitada para gestionar grandes volúmenes de pedidos y el 11.80% que consideró que el mercado interno ya satisfacía sus necesidades. Este panorama sugiere que las empresas enfrentan múltiples desafíos y consideraciones al evaluar la posibilidad de exportar, cada una con sus propias condiciones y contextos específicos que influyen en sus decisiones estratégicas.

Grafica 9. *¿Cuál fue el principal problema de la empresa en el segundo semestre de 2023 para el normal desarrollo de sus actividades?*

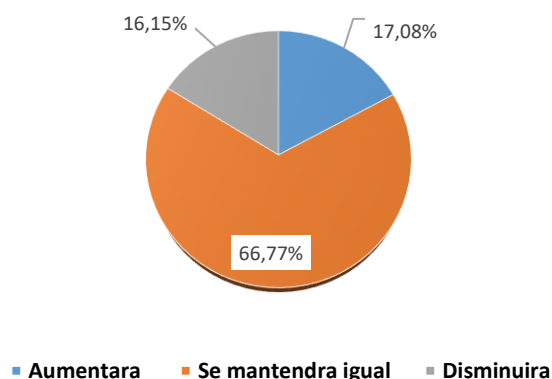


La grafica muestra los principales problemas percibidos por las empresas en sus actividades durante el año 2023. Este análisis muestra que la elevada competencia con el 28,26% y la falta de demanda representada con el 20,19% son los problemas más significativos para las empresas, seguidos por la inflación y los altos costos de los insumos con el 12,42%.

Estos problemas pueden influir en la toma de decisiones estratégicas y en la planificación de negocios para el futuro.

- Perspectivas Empresariales y Preguntas Coyunturales

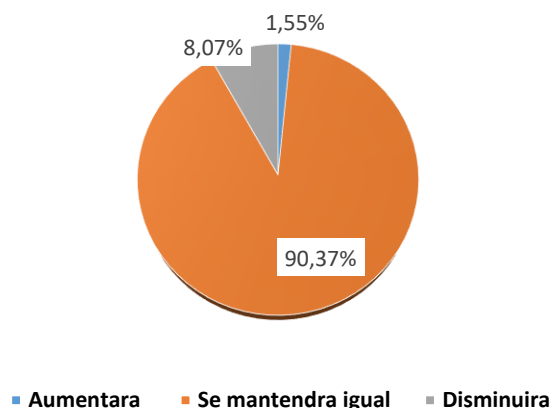
Grafica 10. *El valor total de las ventas de la empresa: Considera que para el primer semestre de 2024, respecto al segundo semestre de 2023*



Con respecto a las expectativas de las empresas sobre el valor total de sus ventas para el primer semestre de 2024 en comparación con el segundo semestre de 2023, el análisis indica que la mayoría de las empresas, es decir el 66,77%, esperan que **sus ventas se mantengan iguales** en el primer semestre de 2024.

Un porcentaje similar de empresas anticipa un aumento y una disminución en las ventas, lo que sugiere una visión mixta sobre el rendimiento económico futuro. Estos datos pueden ser útiles para la planificación estratégica y la toma de decisiones empresariales.

Grafica 11. *El número de trabajadores en la empresa: Considera que para el primer semestre de 2024, respecto al segundo semestre de 2023*



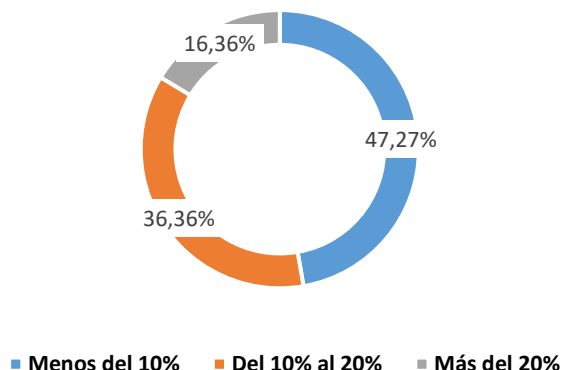
De acuerdo a la anterior gráfica, las empresas en relación al número de trabajadores para el primer semestre de 2024 en comparación con el segundo semestre de 2023.

Se espera que el número de trabajadores aumente en un **1.55%** del total actual, indicando un posible crecimiento en la capacidad operativas de las empresas.

La mayoría de las empresas, anticipan que el número de trabajadores se mantendrá igual, correspondiente al **90.37%**. Otro porcentaje de empresas prevén una disminución en su número de trabajadores, en un **8.07%** del total.

Entre tanto, esto indica que la gran mayoría de las empresas no esperan cambios significativos en sus plantas de personal para el próximo semestre.

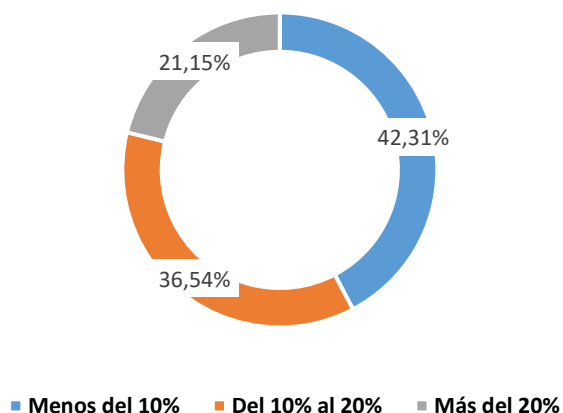
Grafica 12. *¿En qué porcentaje espera que aumenten las ventas?*



Según la gráfica anterior, las expectativas de aumento en las ventas, se obtiene que el **47.27%** de los encuestados esperan un aumento en las ventas de menos del 10%. Por lo tanto, el **36.36%** anticipa un aumento en las ventas entre el 10% y el 20%. Y finalmente **el 16.36%** espera un aumento de más del 20% en las ventas.

Estos datos reflejan un optimismo moderado entre los participantes, con gran parte de los encuestados esperando un aumento modesto en las ventas.

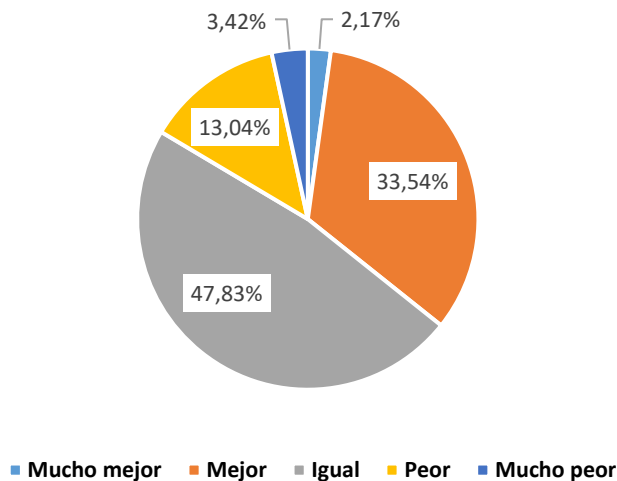
Grafica 13. *¿En qué porcentaje espera que disminuyan las ventas?*



Un **42.31%** de los encuestados espera que las ventas disminuyan en menos del 10%, con una frecuencia de **22** casos. Un **36.54%** anticipa una disminución de ventas entre el 10% y el 20%, con **19** casos registrados. El **21.15%** restante prevé una disminución de más del 20% en las ventas, con **11** casos.

La información puede ser útil para entender las expectativas del mercado y realizar ajustes en la estrategia de ventas o marketing.

Grafica 14. *¿Cómo considera usted que estará la situación económica del Departamento dentro de 6 meses respecto a la situación actual?*

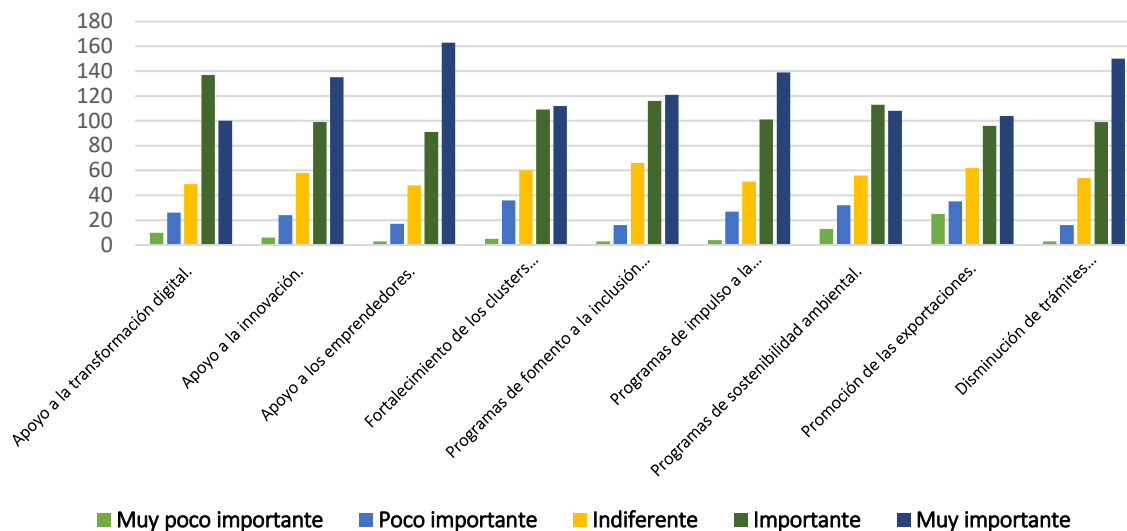


Las expectativas de la gente sobre la situación económica del departamento en 6 meses en comparación con la situación actual, se encuentra que: el **2.17%** afirman que la situación estará **mucho mejor**.

El **33.54%** de los encuestados aseguran que la situación del departamento estará **mejor**. Así mismo el **47,83%** hacen referencia a que la situación se **mantendrá igual** y que el **13,04%** y **3,42%** representan a los empresarios que manifiestan que la situación estará **peor** y **mucho peor** respectivamente.

Esta información es valiosa porque muestra la percepción y las expectativas de las personas sobre las condiciones económicas futuras.

Grafica 14. *Calificación de importancia a políticas de desarrollo empresarial de alcaldías y departamentos*



Con la anterior grafica se analiza las diferentes iniciativas o aspectos, de acuerdo a las políticas de desarrollo empresarial por parte las alcaldías y departamentos.

En primera instancia el **Apoyo a la transformación digital**, la mayoría considera esto como importante o muy importante. Por otro lado el **Apoyo a la innovación**, similar al apoyo a la transformación digital, ya que la mayoría valora esto como importante o muy importante. En el tema del **Apoyo a los emprendedores**, este aspecto tiene la mayor cantidad de votos en la categoría de muy importante.

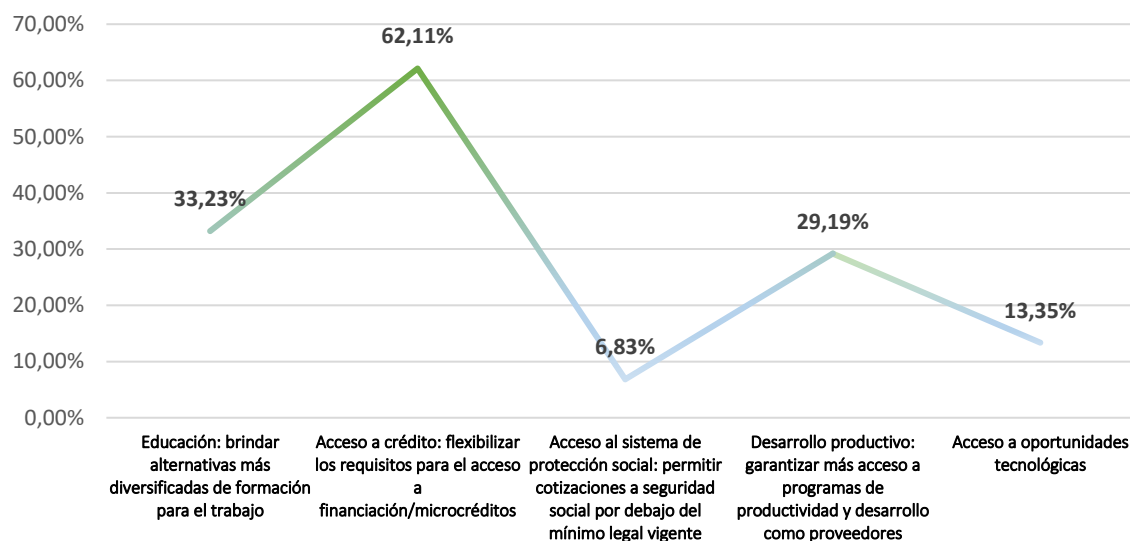
Por otro lado, el **Fortalecimiento de clusters empresariales y cadenas productivas**, es considerado como importante o muy importante por la mayoría. Otra iniciativa destacable son los **Programas de fomento a la inclusión e igualdad de género** los cuales reciben una alta calificación en importancia. **Los Programas de impulso a la productividad** son esenciales ya que la mayoría de los encuestados lo califican como importante o muy importante.

Entre tanto, los **Programas de sostenibilidad ambiental**, reciben una cantidad significativa de votos de los encuestados en la categoría de muy importante. Si bien es cierto, la **Promoción de las exportaciones** tiene una distribución más equilibrada entre las categorías, pero aun así, se concentran en las categorías de importante y muy importante.

Y finalmente la **Disminución de trámites empresariales** que tiene la mayor cantidad de votos en la categoría de muy importante, puesto que es una de las iniciativas y propuestas más consideradas por parte de los afiliados encuestados.

Esta proyección indica una participación uniforme en todas las categorías. Estos resultados pueden ser útiles para priorizar iniciativas y entender mejor las necesidades y opiniones de los encuestados.

Grafica 15. *Que tipos de políticas requieren mejor implementación para impactar*



De los encuestados, se observa una variedad de opiniones respecto a las áreas clave que requieren atención para mejorar el entorno empresarial. El 33.23% destacó la necesidad de brindar alternativas más diversificadas de formación para el

trabajo, señalando la importancia de adaptar la educación a las demandas del mercado laboral actual. Por otro lado, el 62.11% expresó la necesidad de flexibilizar los requisitos para el acceso a financiación y microcréditos, subrayando la importancia del acceso al crédito como motor para el crecimiento empresarial. El 6.83% mencionó la importancia de permitir cotizaciones a la seguridad social por debajo del mínimo legal vigente, mientras que el 29.19% resaltó la importancia de garantizar más acceso a programas de productividad y desarrollo como proveedores para el desarrollo productivo. Finalmente, el 13.35% identificó el acceso a oportunidades tecnológicas como un área clave que necesita ser mejorada para fomentar la innovación y la competitividad empresarial en el mercado actual. Este panorama muestra la diversidad de desafíos y oportunidades que deben abordarse para fortalecer el tejido empresarial y económico en general.

CONCLUSIONES

Estos resultados indican la importancia de adoptar estrategias flexibles y adaptativas que permitan a las empresas enfrentar eficazmente los desafíos económicos y mantener su competitividad en un entorno empresarial en constante cambio. La tendencia general a la cautela en inversiones, combinada con las diversas expectativas sobre ventas y empleo, destaca la necesidad de innovar y ajustarse rápidamente a las condiciones del mercado. Las empresas deben estar preparadas para ajustar sus modelos de negocio, explorar nuevas oportunidades y mejorar continuamente sus capacidades operativas y tecnológicas para asegurar un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en el largo plazo.

Los resultados de la encuesta indican áreas críticas para fortalecer el entorno empresarial. Se identifica la necesidad urgente de diversificar las opciones de formación laboral, facilitar el acceso a financiamiento y microcréditos, ajustar las cotizaciones a la seguridad social, ampliar el acceso a programas de desarrollo productivo y mejorar la disponibilidad de oportunidades tecnológicas.

Si bien es cierto, las empresas enfrentaron importantes desafíos en 2023, destacando la competencia y la falta de demanda como las principales preocupaciones, seguidas por la inflación y los altos costos de insumos. Estos problemas afectan su planificación estratégica. A pesar de ello, la mayoría de las empresas espera que sus ventas se mantengan estables en el primer semestre de 2024, reflejando una visión mixta sobre el rendimiento económico. En cuanto al empleo, la gran mayoría de las empresas prevé mantener su personal, sugiriendo estabilidad laboral.

Las expectativas de ventas muestran un optimismo moderado, con muchos esperando un incremento menor al 10%, otros un aumento entre el 10% y el 20%, y algunos más del 20%. Por otro lado, una proporción significativa prevé una

disminución de menos del 10%, mientras que otros anticipan una reducción entre el 10% y el 20%, y algunos más del 20%.

Respecto a la situación económica futura, una parte considera que mejorará, otra que se mantendrá igual, y una menor proporción que empeorará, lo cual es crucial para ajustar políticas empresariales. Las políticas de desarrollo empresarial más valoradas incluyen el apoyo a la transformación digital, la innovación, el emprendimiento, los clusters empresariales, la igualdad de género, la productividad, la sostenibilidad ambiental y la reducción de trámites.

Resaltando la importancia de implementar políticas y estrategias efectivas que impulsen la innovación, fomenten la competitividad y promuevan un crecimiento empresarial.

Entre tanto, aunque las empresas enfrentan desafíos significativos, las expectativas para el futuro son variadas pero moderadamente optimistas, proporcionando una base para la planificación estratégica y la toma de decisiones empresariales.

REFERENCIAS

Encuesta de Ritmo Empresarial (2024). *Cámara de Comercio de Cali*. Disponible en: <https://www.ccc.org.co/informacion-y-estudios-economicos/encuestas-empresariales/encuesta-ritmo-empresarial/>.

Cálculos Dpto. de Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas de Cámara de Comercio de Ipiiales con base en la ERE I – 2024.

EQUIPO DE COORDINACIÓN Y ANALISIS

Esp. Jenifer Farneth Paguay Goyes

Directora Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas (CENES)

Juan Camilo Gutiérrez Vera

Apoyo Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas (CENES)

