
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN ECONÓMICA CÚCUTA NOVIEMBRE 2011



Publicación de la Cámara de Comercio de Cúcuta. Elaborado por la Unidad Gestora de Proyectos.
Coordinador, Economista Carlos Gamboa Sus. Asistente, Economista César E. Muñoz Rincón

www.cccucuta.org.co

METODOLOGÍA

- La metodología implementada para la aplicación de la encuesta de percepción económica se realizó a través de un muestreo estratificado simple, en donde se seleccionó una muestra de 500 empresas representadas por sectores de los registros de la Cámara de Comercio de Cúcuta.
- El diseño de la encuesta, contenía un cuestionario de preguntas cerradas que fueron elaboradas por la Unidad Gestora de Proyectos de la Cámara de Comercio de Cúcuta.

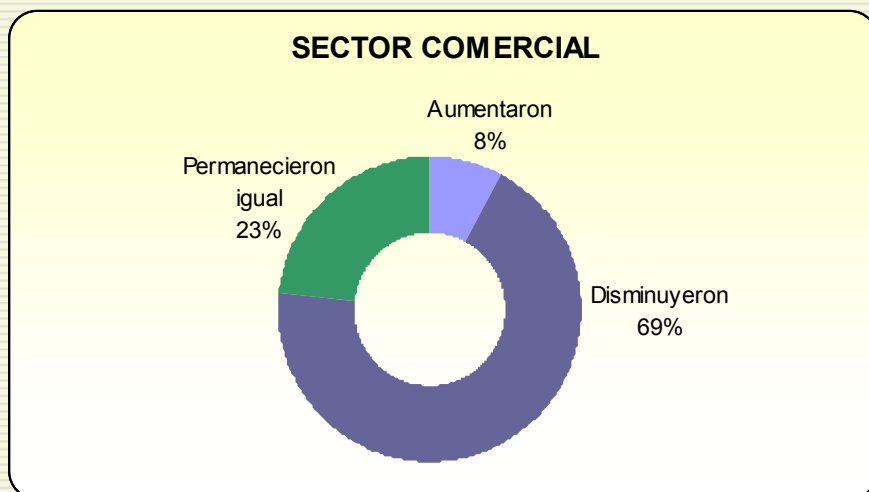
SECTOR COMERCIO



SECTOR COMERCIO

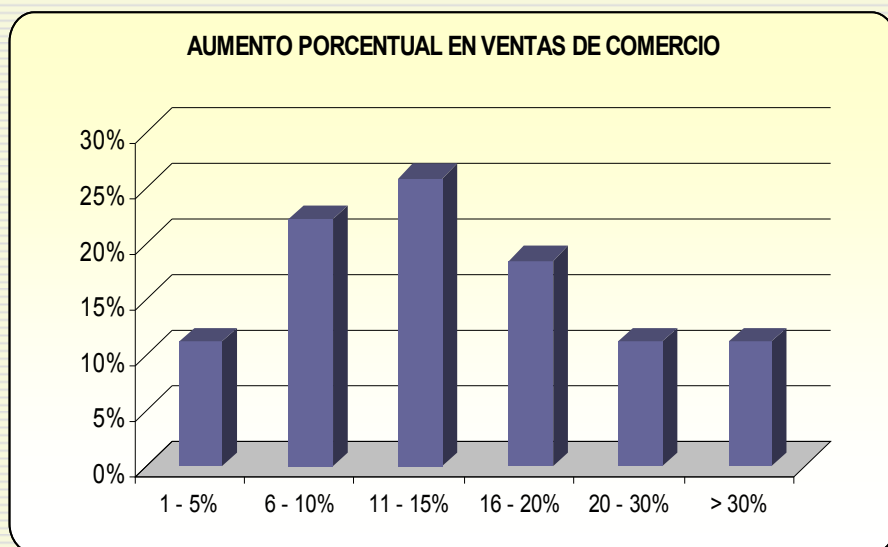
Encuestas realizadas	
Centros Comerciales	110
Establecimientos en centro de la ciudad	105
Cenabastos	30
La Merced	30
Establecimientos de comercio en Villa del Rosario	25
Establecimientos de comercio en Los Patios	25
Ferreterías	10
Electrodomésticos	8
Total de encuestas	343

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



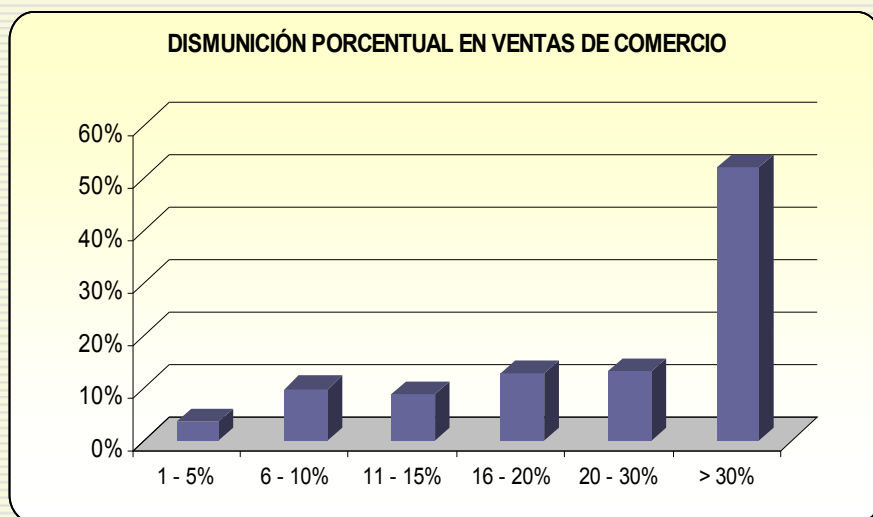
- En el periodo analizado Enero-Junio de 2011, el 69% de los encuestados manifestaron una disminución en las ventas, para el 23% permanecieron igual y 8% aumentaron. Con base en estos tres aspectos se muestra que el comercio no manifestó un comportamiento con buenos resultados.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



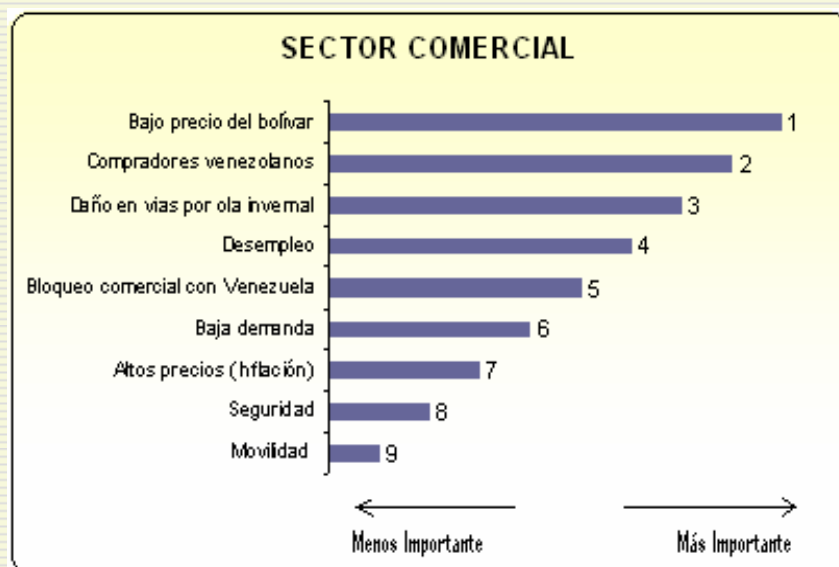
- Del 8% de encuestados que mostraron aumento, gran proporción del sector estuvo entre el 11 y 15%.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



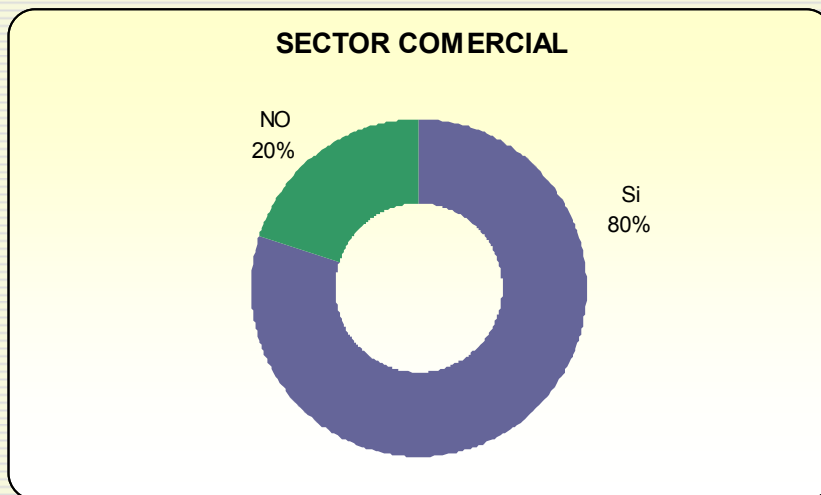
- Las 244 empresas que disminuyeron sus ventas según la encuesta, el 50%, es decir 122 empresas dicen que estas disminuyeron en 30%.
- Un 20%, es decir 48 empresas menguaron las ventas entre 16 y 29%.

¿Cuáles de las siguientes variables inciden en su empresa? Califique de 1 a 9, donde 1 es más importante y 9 menos importante.



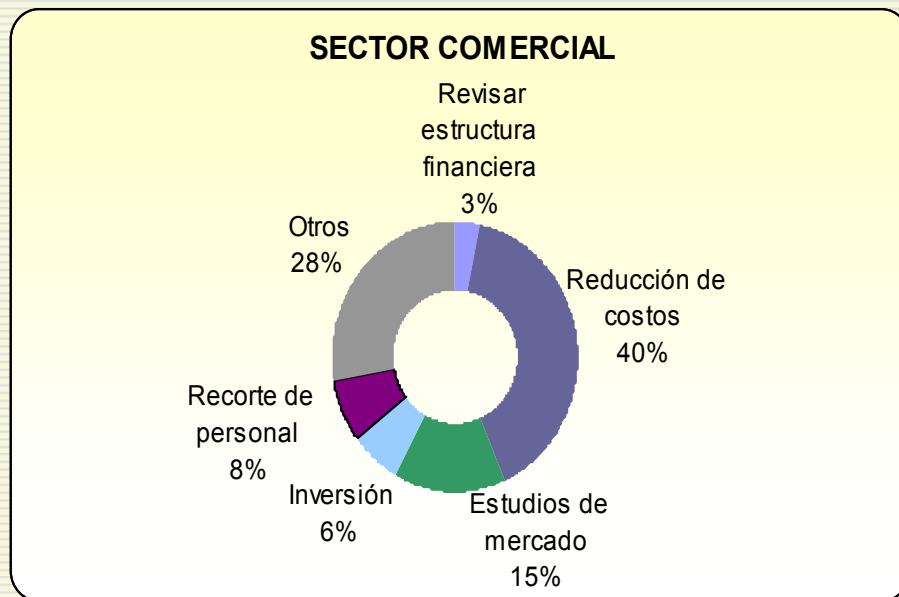
- El sector comercial sigue dependiendo de manera explícita de la variación del precio del bolívar, a su vez este índice marca el termómetro de la capacidad de compra del consumidor venezolano. Estos son los factores fundamentales en el juego de la oferta y la demanda del comercio fronterizo.
- Como tercer factor de incidencia se refleja el daño en las vías por la ola invernal. Esto ha generado un aumento de precios y demora en los pedidos tanto de salida como de entrega de productos para el sector.

¿La crisis actual fronteriza ha afectado su empresa?



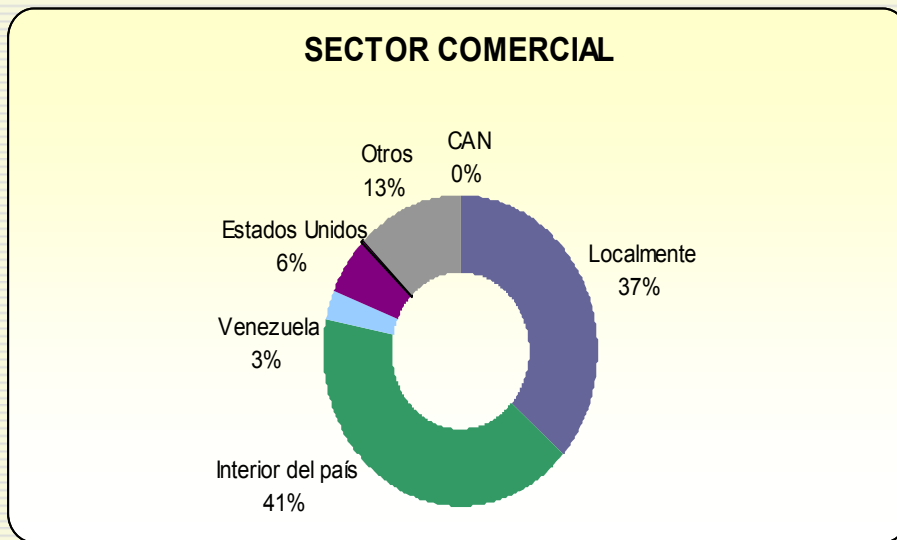
- Definitivamente el bloqueo comercial con Venezuela ha tenido un efecto negativo en el sector.
- El 80% de los encuestados manifiestan que a pesar de los esfuerzos que viene adelantando el gobierno, esto ha influido notoriamente en el desarrollo del sector.

¿Qué tipo de estrategias ha establecido o diseñado en su empresa para la actual situación económica?



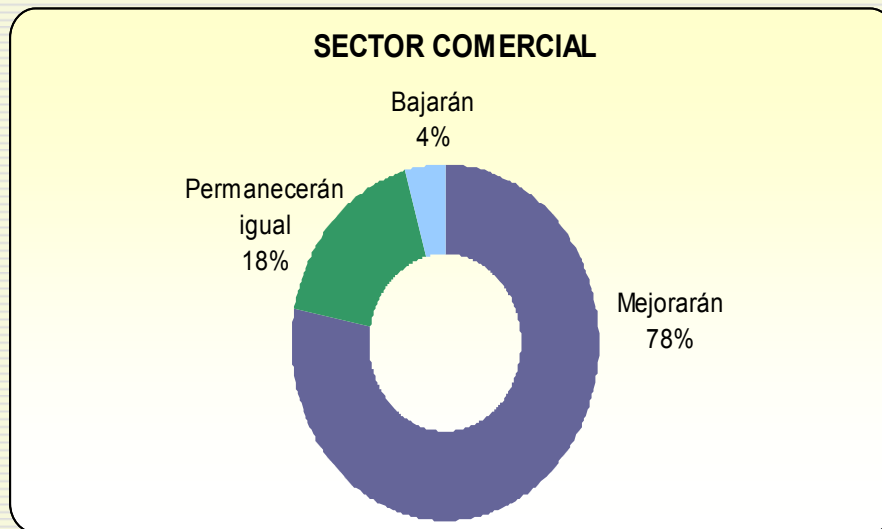
- Como estrategias hacia el interior de las empresas, se observa que las administraciones reducen los costos en un 40% para permanecer y competir en el mercado.
- Un 15% se refleja en estudio de mercado, un 8% acude al recorte de personal, y un 28% desarrollan estrategias de publicidad y promoción.

Los productos que comercializa son elaborados:



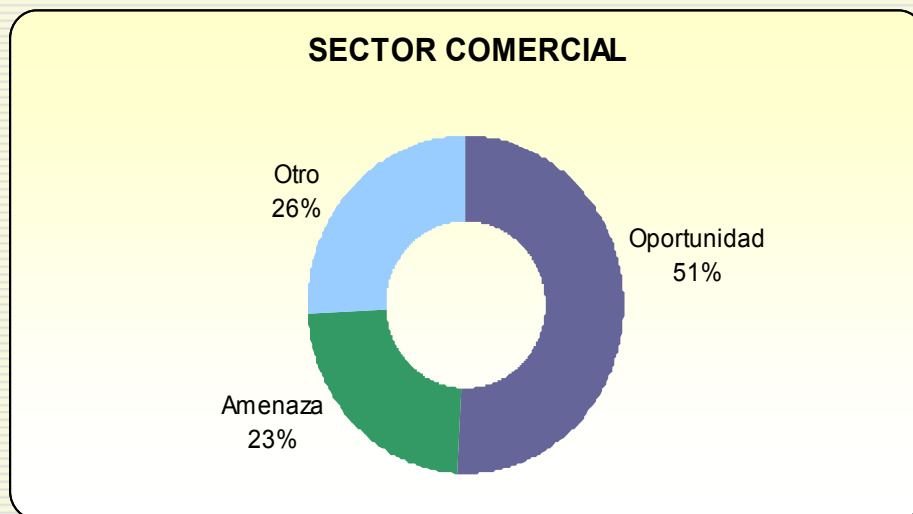
- Llama la atención que el 37% de los encuestados comercializa productos elaborados en la región.
- El 41% genera la demanda de los mercados como Bogotá, Barranquilla y Bucaramanga.
- Complementa la dinámica comercial las importaciones de Estados Unidos.

¿Qué expectativas tiene con respecto a sus ventas en los próximos meses?



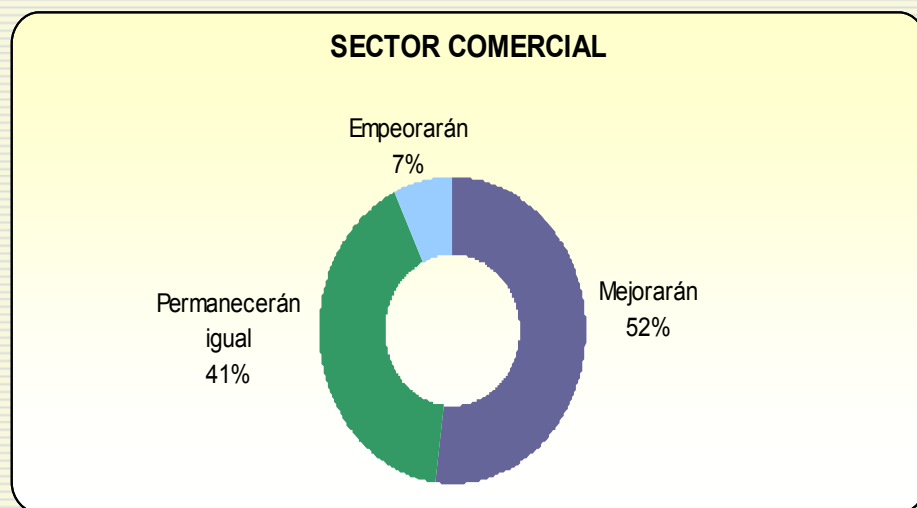
- Existe un ambiente positivo debido a la proximidad de la época navideña. El 78% confía en que sus ingresos mejorarán para dicha fecha.

Considera que el TLC con Estados Unidos en su sector es:



- Dividida se encuentra la opinión sobre el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos.
- El 51% de los encuestados manifiesta que será una oportunidad, el 23% lo califica como una amenaza y 26% no conoce las implicaciones que el tratado puede generar para la región.

¿Qué expectativas tiene frente a las relaciones comerciales con Venezuela?



- Como consecuencia de nuestro mercado fronterizo, el 52% de encuestados piensa de manera positiva frente a las relaciones entre los dos países.
- El 41% se mantiene en una posición neutra y sólo un 7% dice que dichas relaciones empeorarán.

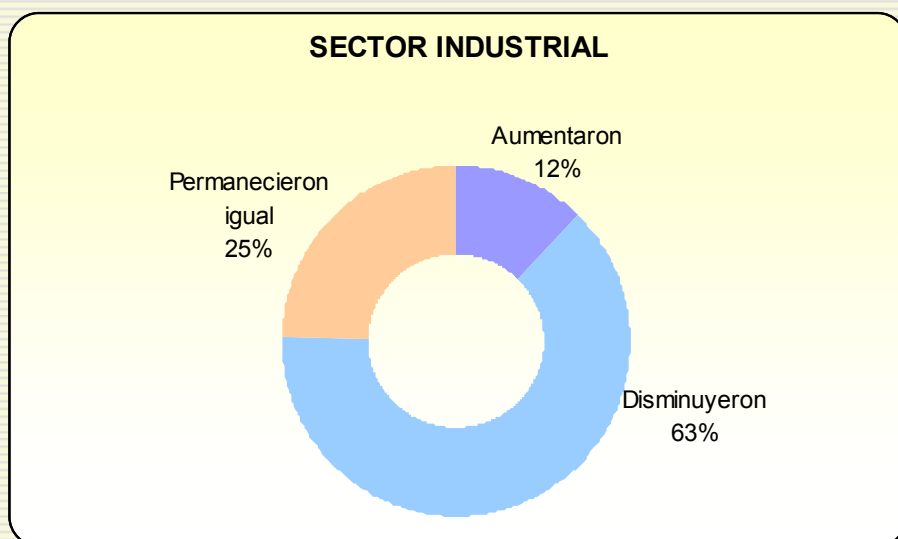
SECTOR INDUSTRIAL



SECTOR INDUSTRIAL

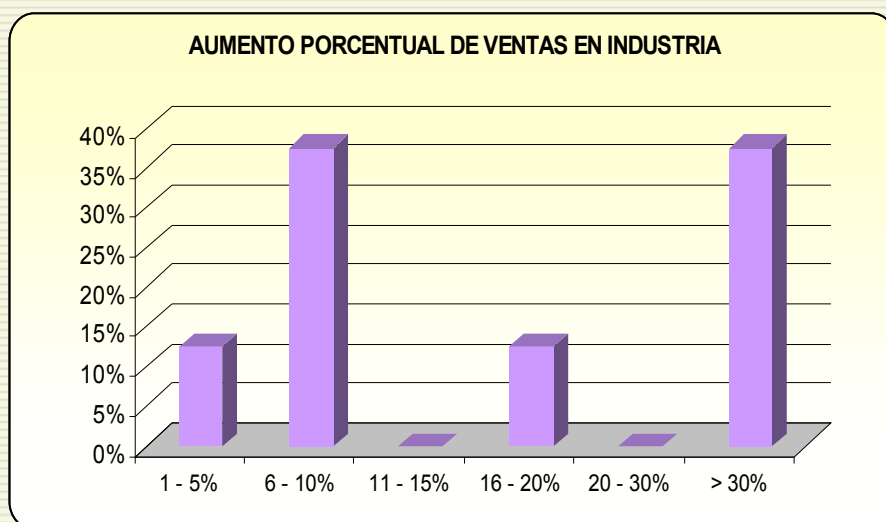
Encuestas realizadas	
Fábrica de calzado	20
Confecciones	20
Cerámicas	10
Muebles	9
Industria de alimentos	6
Total de encuestas	65

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



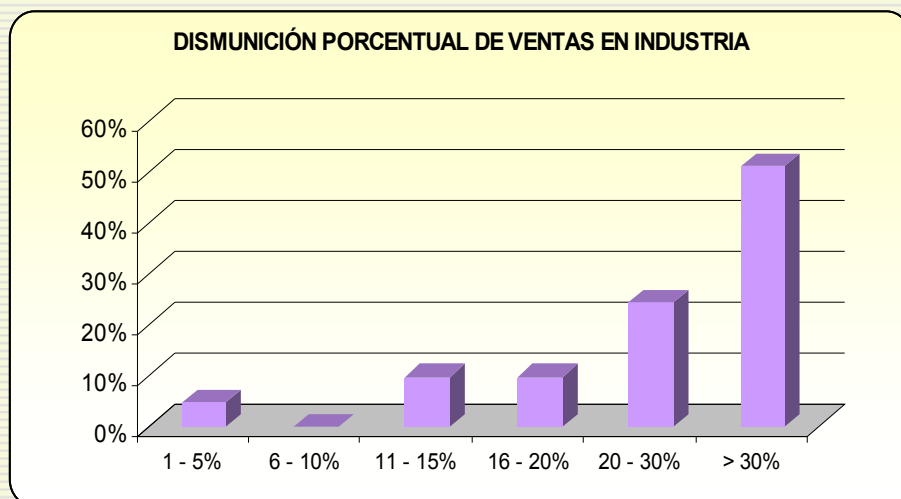
- Como análisis general, el 63% de encuestados manifestaron que las ventas disminuyeron, para el 25% estas permanecieron igual y sólo para el 12% las ventas aumentaron.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



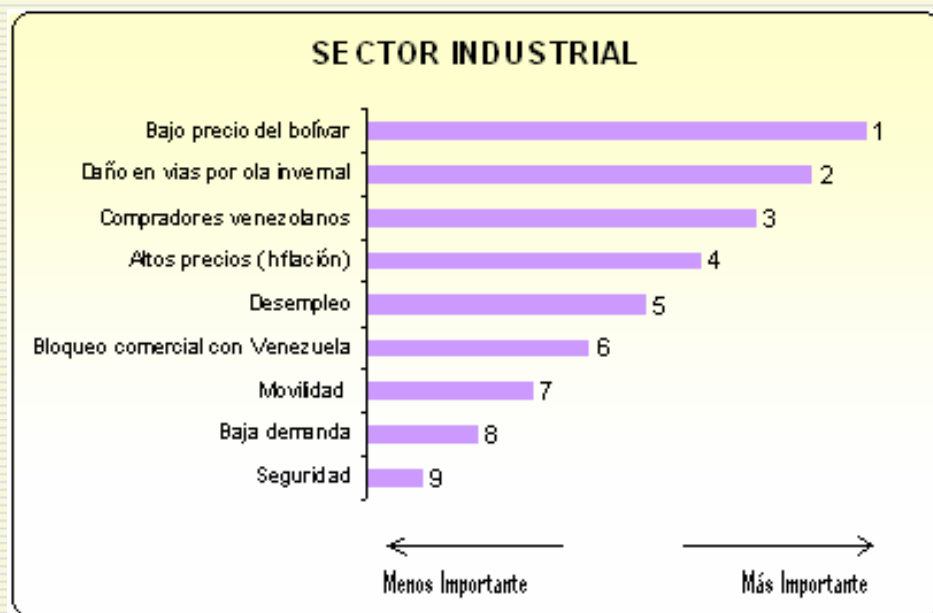
- Del 12% que manifestaron aumento de las ventas estas se reflejan en subsectores como el calzado y alimentos.
- Los rangos de crecimiento en ventas estuvieron marcados entre el 6 y 10%, y unos pocos marcan aumento del 30%.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



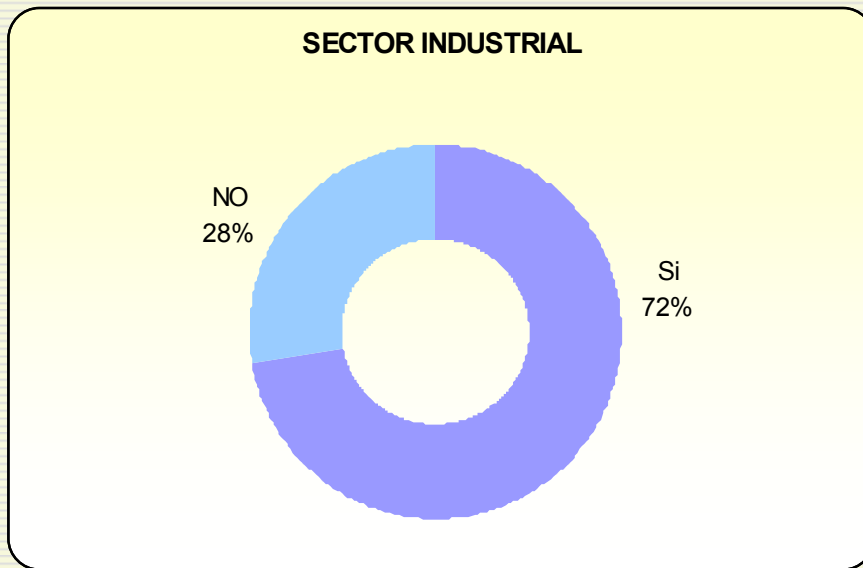
- Del total de empresas en las cuales las ventas disminuyeron, el 50% redujo su proporción en más del 30%, el restante de encuestados el dinamismo osciló entre el 11 y 30%.

¿Cuáles de las siguientes variables inciden en su empresa? Califique de 1 a 9, donde 1 es más importante y 9 menos importante.



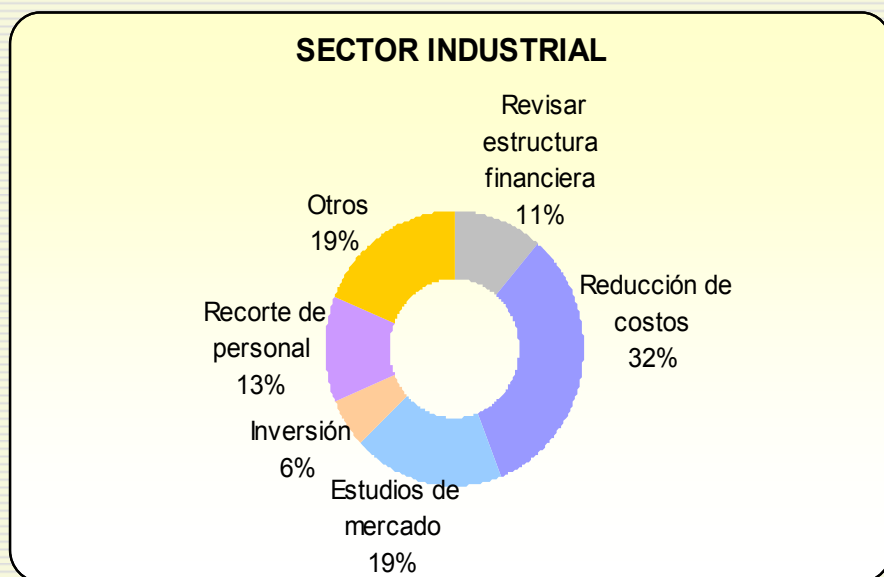
- El sector industrial percibe el bolívar como la variable de mayor impacto.
- El segundo factor con gran importancia es el daño en las vías por la ola invernal, este factor ha influido notoriamente en el alza de precios de las mercancías.
- Como tercer elemento figura la disminución de compradores de Venezuela, los industriales consideran que esta baja demanda influye de manera determinante en el desarrollo del sector.

¿La crisis actual fronteriza ha afectado su empresa?



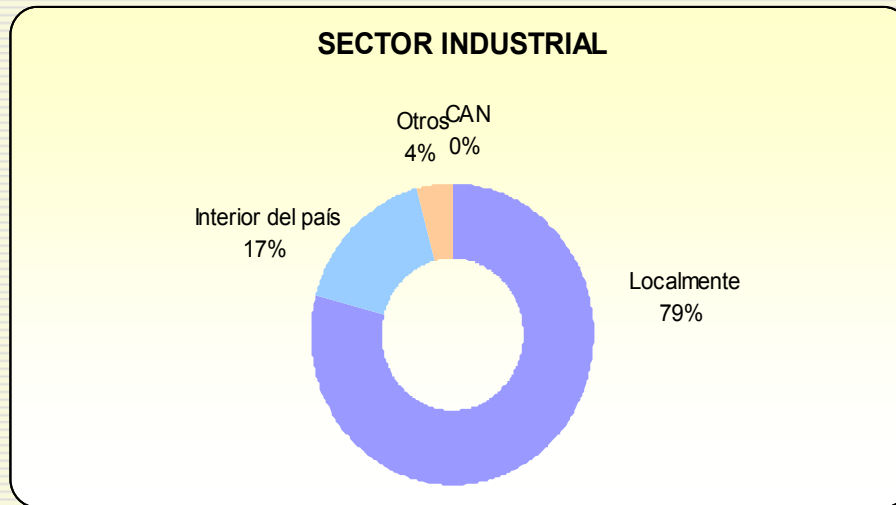
- Según las encuestas el 72% dice que la incertidumbre fronteriza ha repercutido en la producción y ventas del sector.
- Sólo el 28% considera que la actual crisis fronteriza no incide de alguna manera sobre el sector.

¿Qué tipo de estrategias ha establecido o diseñado en su empresa para la actual situación económica?



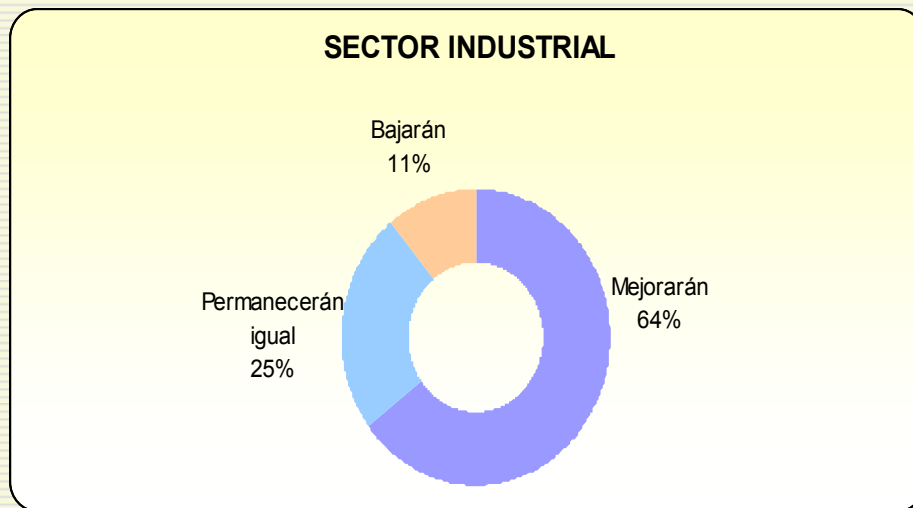
- En sus estrategias internas, para enfrentar sus barreras, la reducción de costos fue la variable que más se manejó. En segunda instancia aparecen los estudios de mercado.
- En materia de inversión sólo un 6% le apostó a la inyección de capital e innovación tecnológica.

Los productos que comercializa son elaborados:



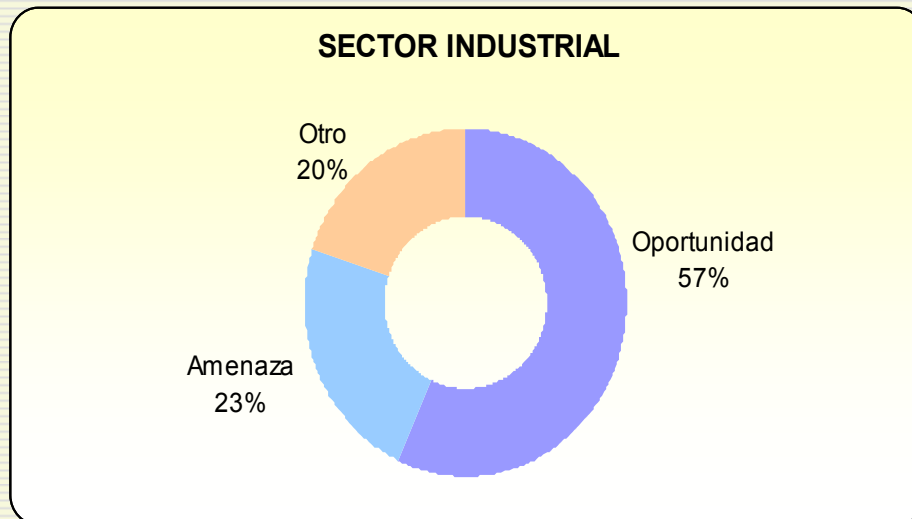
- El mercado local se abastece de ciudades del interior del país como: Bogotá, Bucaramanga y Bogotá; y de mercados externos como: China, Brasil y España.

¿Qué expectativas tiene con respecto a sus ventas en los próximos meses?



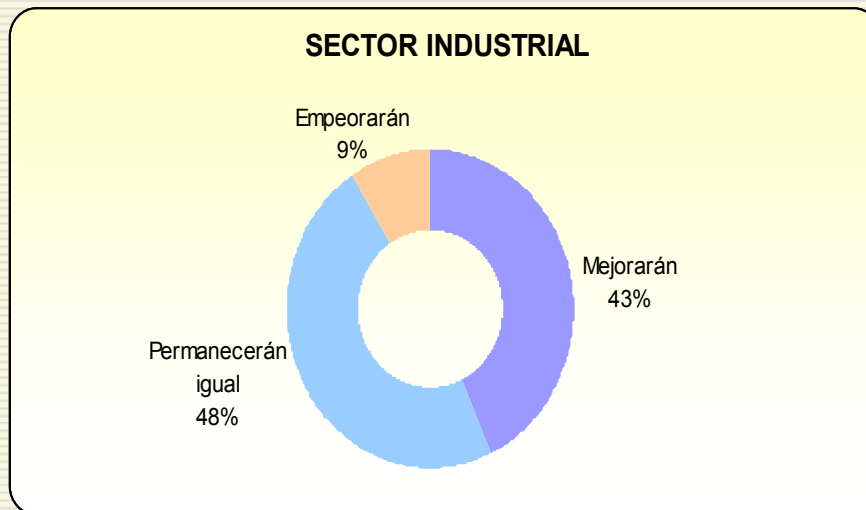
- El 64% de los encuestados revelan un optimismo que en los próximos meses las ventas van a mejorar. Un 25% muestra que habrá un movimiento estable con respecto a las ventas de los próximos meses.

Considera que el TLC con Estados Unidos en su sector es:



- El 57% de los encuestados en el sector industrial considera el TLC como una importante oportunidad. Analizan que los bajos costos en materias primas serán una ventaja para la producción interna y el consumo local.
- El 23% lo mira como una amenaza, pensando que habrá una gran oferta que afectará la capacidad de nuestras unidades productivas

¿Qué expectativas tiene frente a las relaciones comerciales con Venezuela?



- Las relaciones con Venezuela pasan por un buen momento en materia política pero no en materia comercial. El 48% de los encuestados considera que permaneció igual, un 43% manifiestan que estas mejorarán y sólo el 9% describe un pesimismo en la frontera

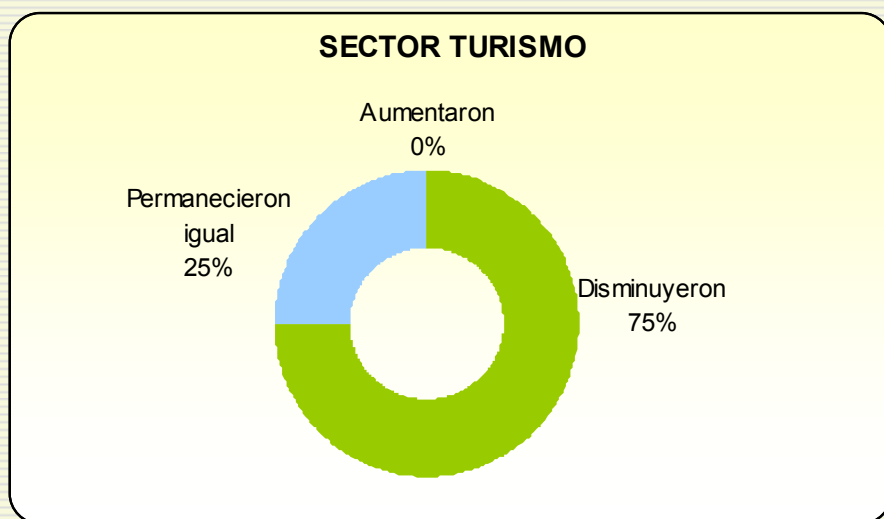
SECTOR TURISMO



SECTOR TURISMO

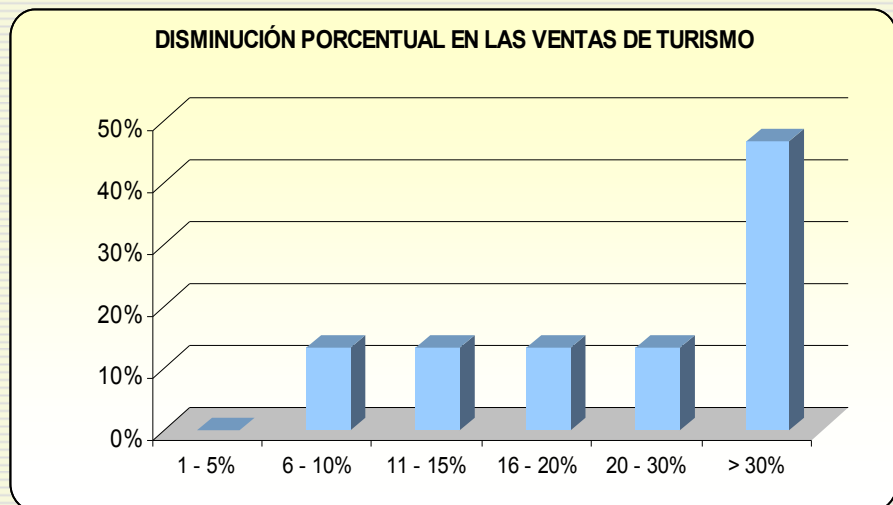
Encuestas realizadas	
Hoteles	10
Agencias de viajes	10
Total de encuestas	20

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



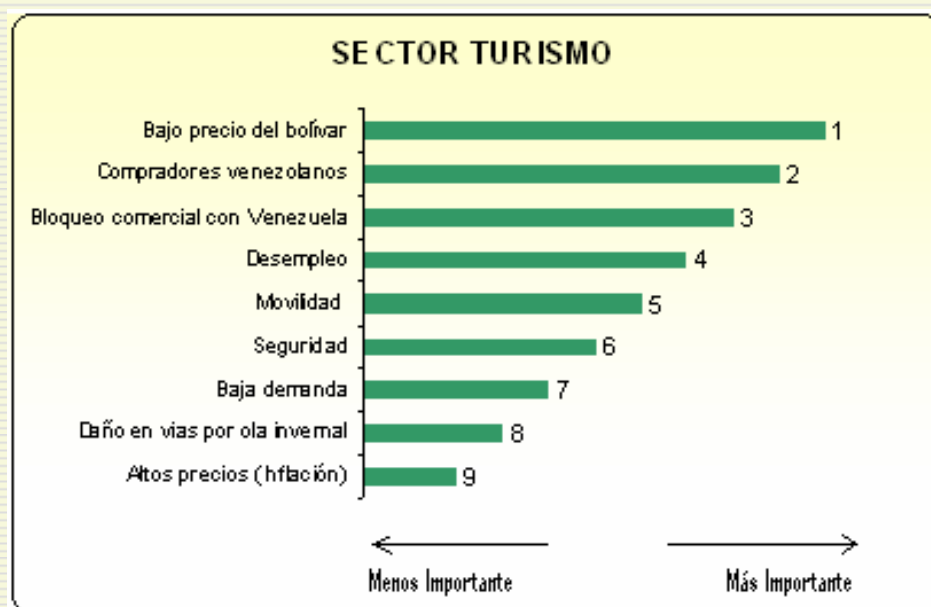
- El 75% de los encuestados dicen que las ventas disminuyeron. El 25% de los encuestados afirman que las ventas permanecieron iguales. .

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



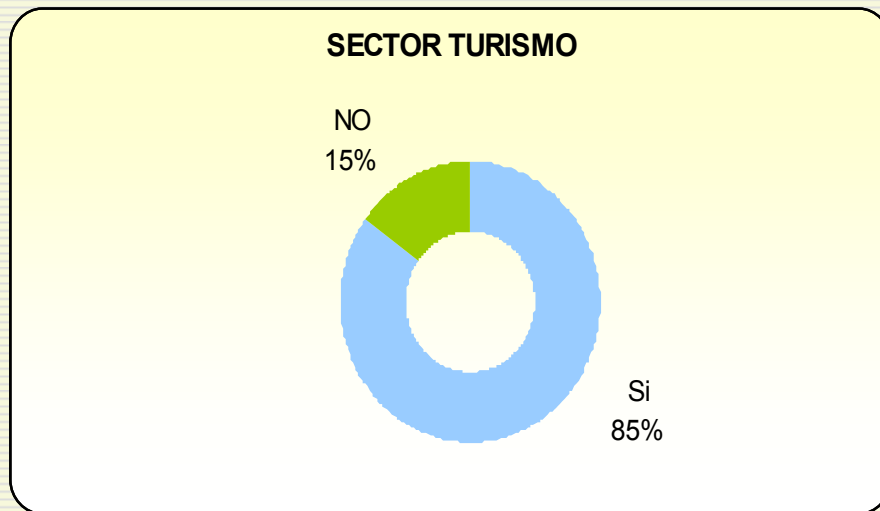
- En relación a la disminución en ventas el 42% presentó bajas en más de 30%, este mal pronóstico tuvo su mayor incidencia en la poca presencia de compradores venezolanos y en la poca capacidad de gasto en actividades turísticas.
- En términos generales, el 48% restante dice que sus ventas se vieron afectadas entre un 6 y 30% de reducción.

¿Cuáles de las siguientes variables inciden en su empresa? Califique de 1 a 9, donde 1 es más importante y 9 menos importante.



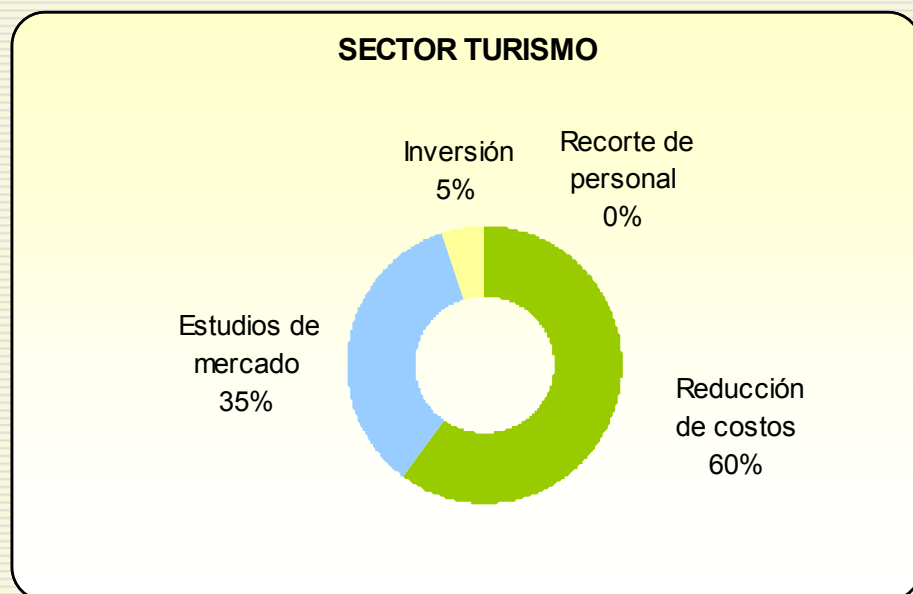
- Predominan las variables de bajo precio del bolívar y poca presencia de venezolanos las cuales inciden notoriamente en el ambiente turístico.
- La seguridad se muestra como un factor que debe ser tenido en cuenta creando así un alto grado de confianza en todos aquellos que visiten la ciudad.

¿La crisis actual fronteriza ha afectado su empresa?



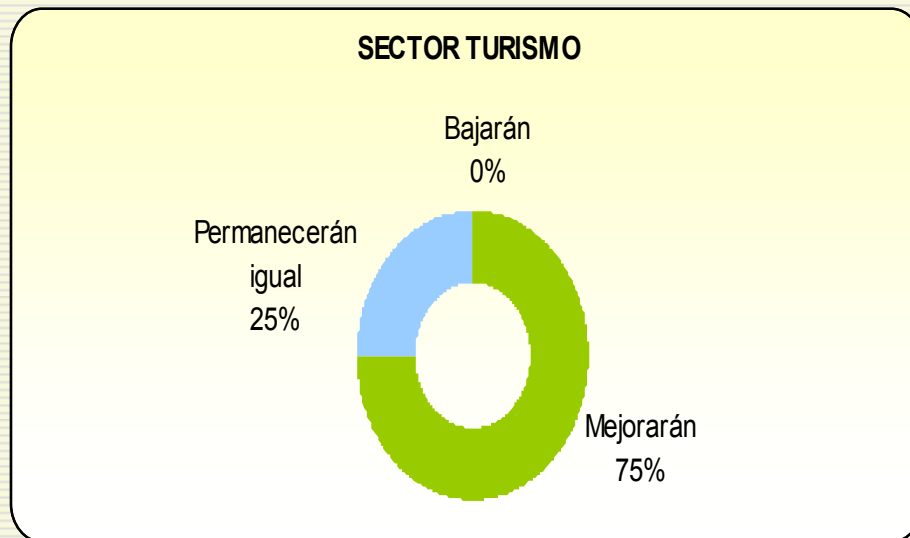
- La coyuntura actual fronteriza es considerada como un factor muy sensible para el sector.
- Durante el año la visita del consumidor venezolano no ha sido la esperada por el sector.

¿Qué tipo de estrategias ha establecido o diseñado en su empresa para la actual situación económica?



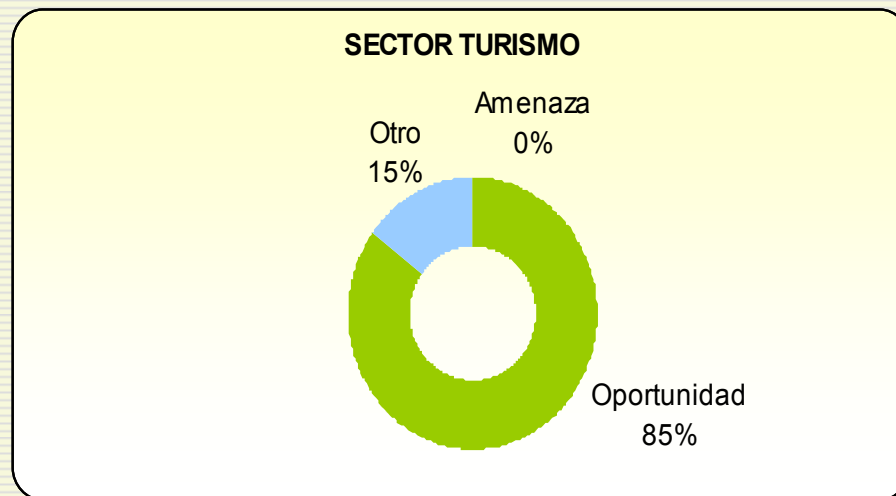
- El sector turismo establece como principal estrategia de choque la reducción de costos y los estudios de mercado.

¿Qué expectativas tiene con respecto a sus ventas en los próximos meses?



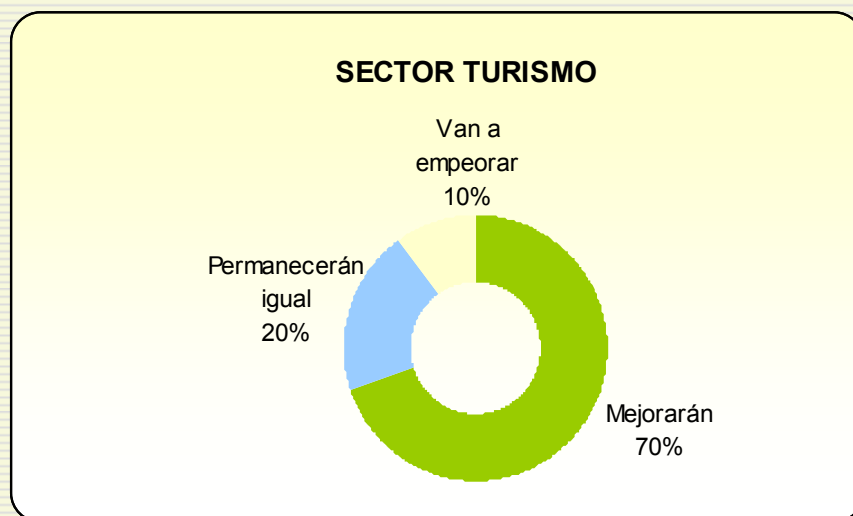
- El sector considera que la temporada en los próximos meses va a tener un mayor dinamismo. Siempre en los ciclos finales de año este sector tiende a presentar mejoría en sus indicadores como ventas y consumo.

Considera que el TLC con Estados Unidos en su sector es:



- El 85% de los encuestados dice que el TLC es bueno para la ciudad, se abre un gran espacio para que los turistas visiten la región, a su vez consideran que los hoteles no van a tener mayor efecto sobre este tratado

¿Qué expectativas tiene frente a las relaciones comerciales con Venezuela?



- Gran porcentaje de los encuestados ven con optimismo el comercio con Venezuela ya que el 70% dice que mejorarán las relaciones con el vecino país.
- La frontera siempre permanecerá a la expectativa de las buenas relaciones políticas, sociales y económicas a nivel de estado.

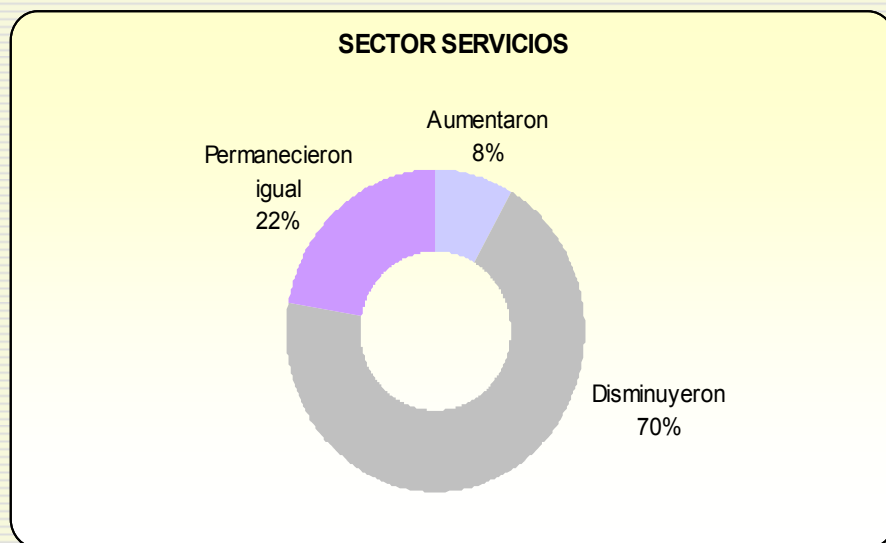
SECTOR SERVICIOS



SECTOR SERVICIOS

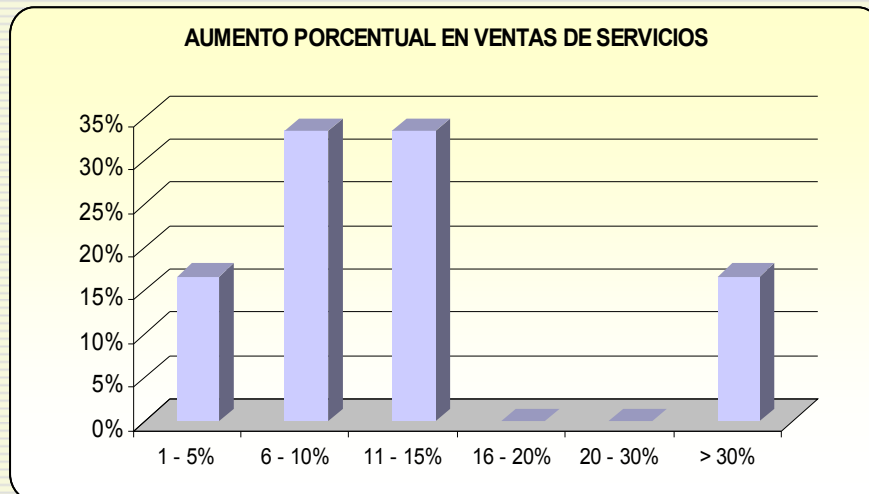
Encuestas realizadas	
Restaurantes	26
Droguerías	10
Lavanderías	5
Peluquerías	5
SIAS	8
Veterinarias	8
Spa	5
Total de encuestas	65

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



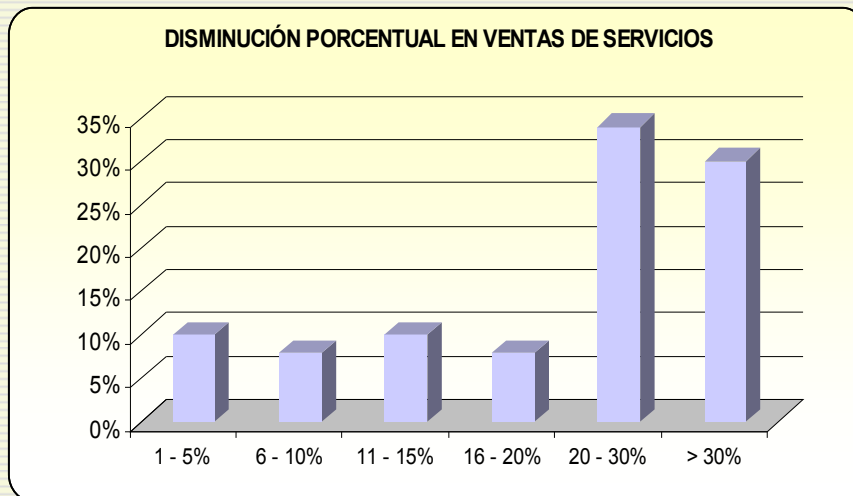
- Las encuestas revelan que en el sector servicios las ventas disminuyeron. El 70% de las empresas señalan esta constante.
- En cuanto al aumento porcentual en ventas, el 22% muestra comportamiento estable y el 8% manifestó aumento.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



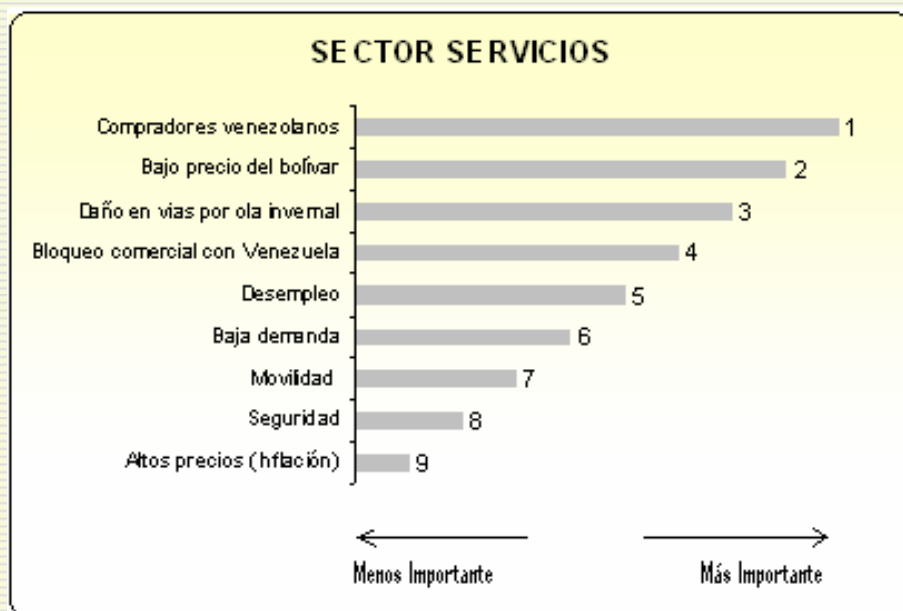
- El 8% que refleja aumento en ventas estas se encuentran entre el 6 y 15%.
- Subsectores como autopartes, veterinarias y ferreterías mostraron comportamientos de mercado favorable.

¿Cómo fue el comportamiento de las ventas en el periodo Enero-Junio / 2011 con respecto al mismo periodo del 2010?



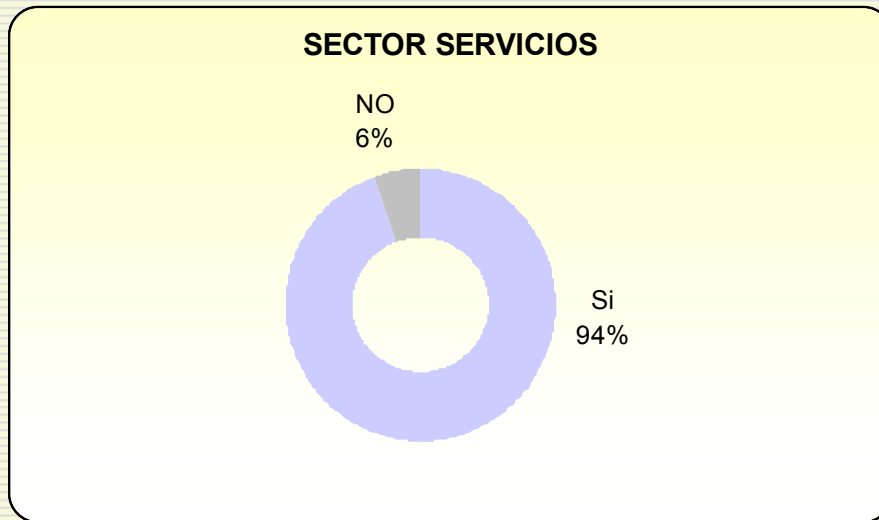
- Las disminuciones en ventas oscilaron entre un 20 y 30% para la mayoría de los encuestados. Porcentaje significativo que demostró que la economía fronteriza vivió un semestre bastante lento.
- Los subsectores sensibles al comportamiento del mercado fueron spa, restaurantes, peluquerías y lavanderías.

¿Cuáles de las siguientes variables inciden en su empresa? Califique de 1 a 9, donde 1 es más importante y 9 menos importante.



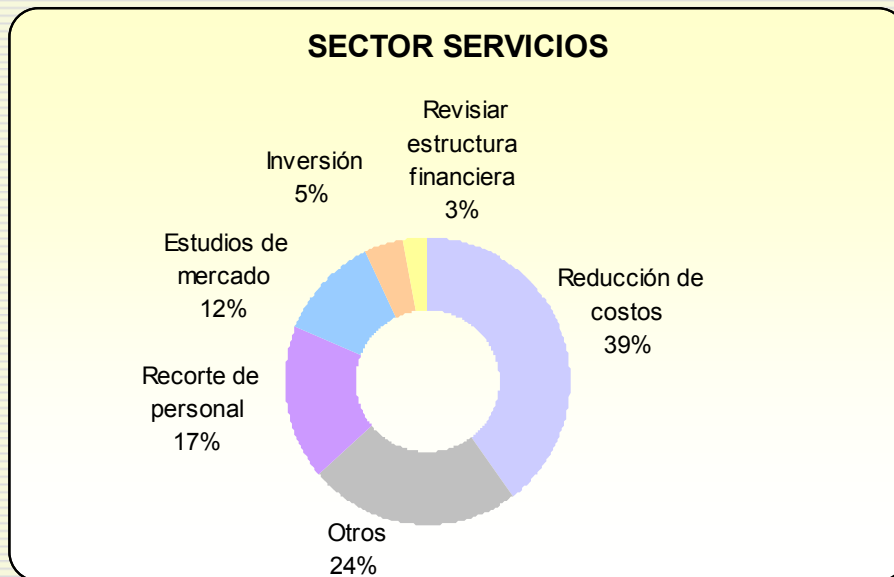
- La demanda venezolana junto a la capacidad de compra son los factores que más inciden según las empresas encuestadas.
- Otro grupo importante hace referencia al problema en las vías y el bloqueo comercial con Venezuela.
- Finalmente, variables como seguridad, movilidad y precios no tienen mayor incidencia en el funcionamiento del sector.

¿La crisis actual fronteriza ha afectado su empresa?



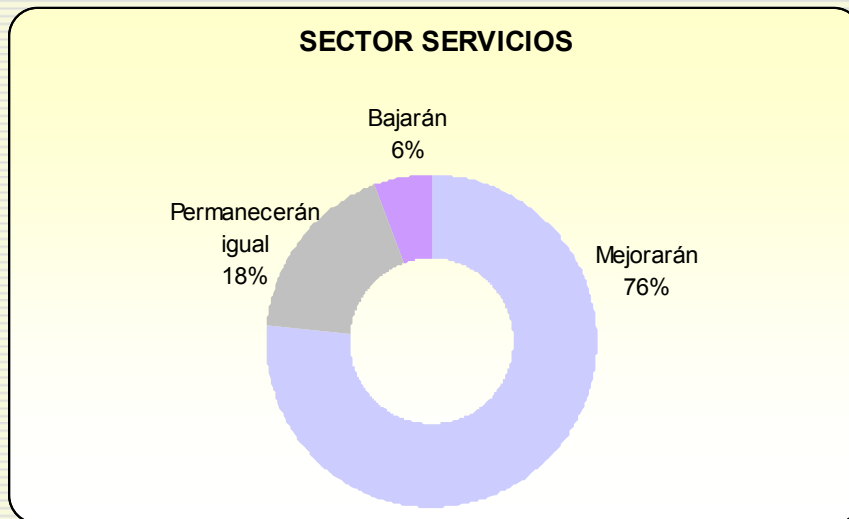
- Este es un sector bastante influenciado por la situación fronteriza a pesar de los ingentes esfuerzos que ha realizado la nación en cuanto a la estabilidad de las relaciones comerciales con el vecino país.

¿Qué tipo de estrategias ha establecido o diseñado en su empresa para la actual situación económica?



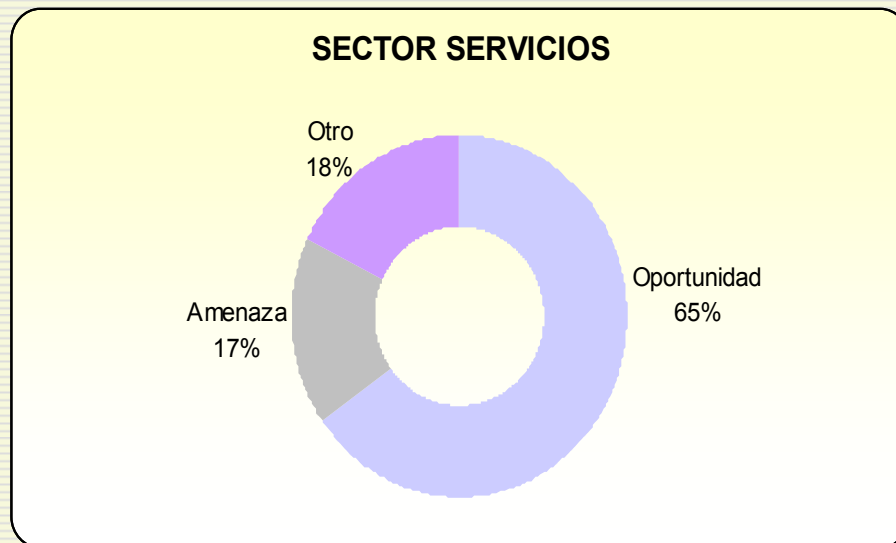
- Las estrategias que más aplican las empresas en esta sección son la reducción de costos, recorte de personal y otros tales como campañas publicitarias, promoción de precios y descuentos.

¿Qué expectativas tiene con respecto a sus ventas en los próximos meses?



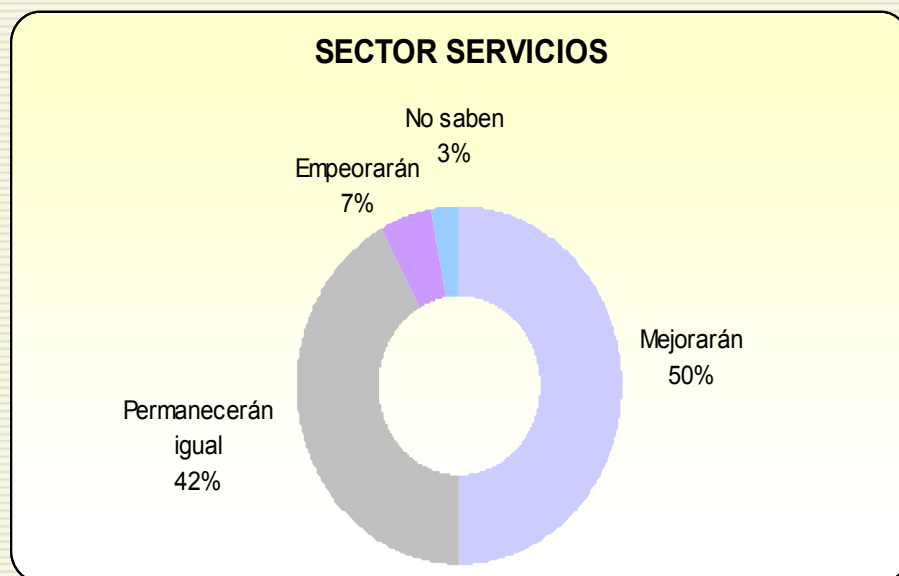
- Los empresarios consultados ven un panorama bastante positivo, el 76% manifiesta una mejora.
- Solo el 6% tiene una expectativa pesimista y dicen que las ventas tendrán una tendencia a la baja.
- El 18% indica que la situación permanecerá constante.

Considera que el TLC con Estados Unidos en su sector es:



- Gran porcentaje de los encuestados miran el TLC como una oportunidad que lo sustentan con la presencia de turistas. El 65% indica que este tratado será favorable para la región.

¿Qué expectativas tiene frente a las relaciones comerciales con Venezuela?



- El 50% de encuestados en el sector dicen que esta relación mejorará debido a los permanentes contactos que han realizado ambos gobiernos.
- Simultáneamente, el 42% considera que el entorno fronterizo no va a lograr ningún cambio y se mantendrá igual,

Opiniones generales de los encuestados

- Sigue siendo el comercio un sector muy vulnerable y dependiente de nuestro dinamismo comercial fronterizo.
- Como un factor de dinamismo a las ventas, los encuestados manifiestan que se vuelva a aplicar el beneficio del IVA, como se aplicó en el año 2010.
- Los encuestados manifiestan poca capacidad de compra del consumidor regional y poca presencia de compradores venezolanos. Simultáneamente el desempleo se convierte en un factor que incide en el sector.
- Variables como la seguridad y movilidad tienen un menor impacto.
- Los TLC generarán una mayor oferta de productos para el consumo del mercado interno.
- Se marca una alta interdependencia entre los dos mercados fronterizos, esta sensibilidad comercial genera una gran incertidumbre entre los actores del mercado.

Opiniones generales de los encuestados

- La industria se vio bastante afectada por la ola invernal debido a los tiempos de llegada y salida de productos en la región.
- Bajo poder adquisitivo y una demanda cerrada por parte del mercado venezolano fueron barreras comerciales que afectaron el desarrollo de la industria.
- Problemas estructurales como: infraestructura y conectividad deberán avanzar con severidad para contrarrestar las amenazas que se presenten con la suscripción de los tratados de libre comercio especialmente con Canadá y Estados Unidos.

Ficha Técnica

Tamaño de la muestra	: 500 encuestas.
Tipo de la muestra	: Aleatoria simple (Sectorial)
Población objetivo	: Micro pequeñas y medianas empresas.
Sectores	: Comercio, Industria, Turismo y Servicios.

Sector Comercial:	Sector Servicios:
Centros comerciales	Restaurantes
Cenabastos	Droguerías
La Merced	Lavanderías
Establecimientos de Los Patios	SIAS (Sociedades de Intermediación Aduanera)
Establecimientos de Villa del Rosario	Peluquerías
Ferreterías	Spa
Electrodomésticos	Veterinarias
Sector Industrial:	Sector Turismo:
Fábrica de calzado	Hoteles
Confecciones	Agencias de viajes
Cerámicas	
Muebles	
Industria de alimentos	