

ANÁLISIS DE LA COYUNTURA ECONÓMICA EN LAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE SABANETA - ANTIOQUIA

**ECONOMIC SITUATION ANALYSIS USING SURVEYS OF BUSINESS
OPINION IN THE MUNICIPALITY OF SABANETA – ANTIOQUIA**

**ANÁLISE DA CONJUNTURA ECONÔMICA ATRAVÉS DAS ENQUETES
DE OPINIÃO EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO MUNICÍPIO
DE SABANETA-ANTIOQUIA**

Recibido: 06/05/2013

Aprobado: 06/06/2013

Juan de Dios Uribe Zirene

Magíster en Administración de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín-
Colombia. Decano de la Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales de la
Corporación Universitaria de Sabaneta - Colombia.

Correo electrónico: cienciasempresariales@unisabaneta.edu.co

Alejandro Zapara

Promotor empresarial de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Correo electrónico: aempresarial@ccas.org.co

ANÁLISIS DE LA COYUNTURA ECONÓMICA EN LAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE SABANETA - ANTIOQUIA

Resumen

La coyuntura económica hace referencia al conjunto de elementos económicos que como consecuencia de su dinámica conforman la situación de una región o país. En la actualidad, el principal instrumento para realizar un análisis de coyuntura económica son las encuestas de opinión. Mediante estas, es posible conocer la situación actual de las empresas al igual que las expectativas de los empresarios de diferentes sectores.

En esta investigación se emplearon las encuestas de opinión empresarial y la metodología establecida por la CEPAL para realizar un análisis de coyuntura económica con las empresas de los sectores de construcción, industria, servicios y comercio ubicadas en el municipio de Sabaneta – Antioquia durante el periodo comprendido entre octubre del 2012 a marzo del 2013. De los resultados obtenidos, se evidenció que el sector con mayores expectativas para los próximos seis meses fue el sector de la construcción y el de menor expectativa fue el sector industrial. De igual forma, se obtuvo un indicador de confianza empresarial general de 60,34, lo cual indica, que en general las expectativas de los empresarios de la región son optimistas para los próximos 6 meses.

Palabras clave:

coyuntura económica
encuestas de opinión empresarial
indicadores de confianza empresarial

Clasificación JEL: A12, M21 y R11

ECONOMIC SITUATION ANALYSIS USING SURVEYS OF BUSINESS OPINION IN THE MUNICIPALITY OF SABANETA – ANTIOQUIA

Abstract

The economic situation references the set of economic elements that as a consequence of their dynamic form the situation of a country or region. Currently, the main instrument to analyze the economic situation is the survey of opinion that shows the current situation of companies as well as the expectations of businessmen in different sectors. This research uses surveys of business opinion and the methodology established by CEPAL to analyze the economic situation of businesses in the sectors of construction, industry, services and commerce, located in the municipality of Sabaneta – Antioquia in the period October 2012 – March 2013. The obtained results evidenced that the construction sector is the one with greatest expectations in the next six months, and the one with the least is the industrial sector. Also, a business trust indicator of 60,34 was obtained, which indicates that the general business expectations in the region are optimistic for the next six months.

Keywords:

Economic Situation
Surveys of Business Opinion
Business Trust Indicators

ANÁLISE DA CONJUNTURA ECONÔMICA ATRAVÉS DAS ENQUETES DE OPINIÃO EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO MUNICÍPIO DE SABANETA-ANTIOQUIA.

Palavras importantes:

Conjuntura Econômica
Enquetes de Opinião Empresarial
Indicadores de Confiança Empresarial

Resumo

A conjuntura econômica faz referência ao conjunto de elementos econômicos que como consequência de sua dinâmica conformam a situação de uma região ou país. Na atualidade, o principal instrumento para realizar uma análise de conjuntura econômica são as enquetes de opinião. Mediante elas, é possível conhecer a situação atual das empresas ao igual que as expectativas dos empresários de diferentes setores. Nesta investigação se empregaram as enquetes de opinião empresarial e a metodologia estabelecida pela CEPAL para realizar uma análise de conjuntura econômica com as empresas dos setores de construção, indústria, serviços e comércio localizadas no município de Sabaneta – Antioquia no período compreendido entre outubro do 2012 a março do 2013. Dos resultados obtidos, se evidenciou que o setor com maiores expectativas para os próximos seis meses foi o setor da construção e o de menor expectativa foi o setor industrial. De igual forma, obteve-se um indicador de confiança empresarial geral de 60,34, o qual indica, que em geral as expectativas dos empresários da região são otimistas para os próximos 6 meses.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las expectativas del desarrollo económico de las regiones al igual que las condiciones que aportan para su crecimiento se han convertido en una de las principales preocupaciones de los agentes económicos para poder tomar decisiones e implementar políticas acordes a las necesidades que son evidenciadas (Clavería, O., 2003), sin embargo, en muchas ocasiones aunque esto se ha plasmado como una necesidad, en el mundo empresarial no es sencillo mantener una perspectiva general o global de estos acontecimientos, ya que en la mayoría de las empresas, la persecución de los objetivos estratégicos que son trazados a corto, mediano y largo plazo junto con el cumplimiento de las tareas diarias, absorben en gran medida la mayor parte del tiempo del trabajo de los directivos, imposibilitándolos en muchas ocasiones a la búsqueda y el análisis de información relevante que les permita conocer la dirección y el rumbo actual de la economía.

Es por lo anterior y debido a las coyunturas que se presentan periódicamente en el país, que instituciones como **FEDESARROLLO** han implementado desde el año 1982 las encuestas de opinión empresarial, con las que construye los indicadores de confianza de las empresas ubicadas en sectores como el industrial, construcción, comercio y de servicio, bajo la metodología establecida por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (**CEPAL**), (Gallardo, M. y Pedersen, M., 2007). Dichas encuestas e indicadores, han favorecido que los directivos puedan tener un panorama general de las principales variables que pueden afectar de forma positiva o negativa la actividad de las compañías y de igual forma han facilitado el conocer la confianza y expectativas de los empresarios con relación a sus proyecciones, sin embargo, estos indicadores solo arrojan información general con relación al país y no específica de una región, imposibilitando en ocasiones una correcta toma de decisiones.

Teniendo en cuenta esta problemática, se hizo necesario un estudio más específico sobre la coyuntura que se presenta

en el municipio de Sabaneta, con el fin de determinar el impacto que este ha tenido sobre el desempeño de las empresas durante el segundo periodo del año 2012, al igual que para conocer las principales expectativas de los empresarios con relación a la evolución económica de la región en los próximos meses. Para ello, se empleó la metodología ajustada propuesta por la **CEPAL**, en donde se usaron las encuestas de opinión empresarial como herramienta para la recolección de la información y construcción de los indicadores de confianza.

Esta información le servirá a los empresarios, académicos y analistas, para conocer su actualidad y la tendencia de los sectores económicos que se estudian a nivel regional, de tal manera que se puedan tomar decisiones más acordes a los resultados obtenidos de esta investigación. De igual forma, invita a entidades como la Cámara de Comercio Aburrá Sur a implementar indicadores que periódicamente permitan medir la coyuntura empresarial del municipio y de la región.

2. BASES CONCEPTUALES

2.1 Coyuntura económica

El término "Coyuntura Económica", hace relación al conjunto de elementos económicos que debido a su dinámica, conforman la situación de un país o región. En ella se da una convergencia de los sucesos de percepción por parte de los agentes económicos y las acciones de respuesta durante un periodo y espacio determinado, lo que puede traer consigo la expansión, continuación o estancamiento de una determinada actividad económica. Dependiendo entonces de la ubicación y del lapsus de tiempo los agentes económicos pueden catalogar un acontecimiento de forma positiva o negativa (Soler, Y., 2000).

La coyuntura económica puede estar determinada por el estado y el constante cambio que presentan las variables más importantes en el campo económico tales como la demanda, el tipo de interés, el índice

general de precios, la disponibilidad y el costo de la mano de obra, el déficit presupuestario y el de la balanza de pagos, la accesibilidad a los mercados exteriores, la política nacional e internacional, entre otros. Todos estos factores, generan un entorno donde la actuación empresarial puede crecer o por el contrario presentar una contracción. La coyuntura tiene una característica inalienable a su condición y es que es de fácil mutabilidad y constantemente cambiante (Enciclopedia de Economía, 2012).

2.2 Análisis de coyuntura económica

El análisis de coyuntura económica hace relación al estudio de la evolución reciente de las principales variables económicas que pueden afectar las empresas y el país en general, por tanto, puede ser aplicado tanto a nivel microeconómico como a nivel macroeconómico. Uno de sus objetivos, es darle seguimiento al ciclo de actividad de un sector en particular mediante el análisis de series temporales de carácter económico. En dicho análisis se busca evaluar el comportamiento de variables a corto plazo, lo que cubre a su vez, la evaluación de estas, en etapas como: pasado reciente, presente y futuro inmediato (Cristóbal, A., 1999), lográndose construir entonces, lo que podría suceder en una economía si el rumbo de esta no es el deseado y no se toman las medidas pertinentes como el establecimiento de políticas económicas y estrategias encaminadas a mejorar una situación específica.

Para autores como (Trávez, F., et al., 2007) es importante que en un análisis de coyuntura se incluyan aspectos relacionados con una correcta evaluación y medición de las circunstancias pasadas y presentes que afectan la economía que se estudia, de tal forma que se puedan realizar predicciones de calidad y poder obtener un correcto diagnóstico de la misma. Por otro lado (Espasa, A., 1994), plantea que la importancia de un análisis de coyuntura está dado, debido a que la actividad económica tanto a nivel macro como

micro debe estar atada a un proceso de planificación de tal manera que se puedan corregir defectos del pasado y alcanzar los objetivos propuestos. Dicha planificación está sujeta a la implementación de acciones por parte de los agentes decisores y pueden ser formuladas mediante diferentes tipos de estrategias.

Para realizar un análisis de coyuntura económica objetivo y útil, es importante que los agentes que lo están dirigiendo tengan en cuenta los siguientes factores, ya que estos serán los que determinarán el éxito del mismo: como primera instancia, se debe definir claramente la actividad o sector que se desea estudiar, comenzando por la identificación de las principales variables que conforman su esencia. Seguido de esto, se debe definir cuáles son las expectativas o los objetivos que se esperan lograr a través de dicho análisis y por último se debe definir una frecuencia adecuada de análisis, la cual es recomendable que se encuentre en función del periodo que sea necesario para que las variables que caracterizan la actividad fuente de estudio, puedan tener cambios significativos (Piskulich, R., 1997).

2.3 Tipos y metodologías para realizar un análisis de coyuntura económica

Según (Delgado, A., 1998), pueden establecerse dos tipos de análisis de coyuntura los cuales pueden ser globales o parciales. Para el primer caso el sistema económico es considerado como un todo y está compuesto por las principales variables macroeconómicas, mientras que para el segundo caso, se escogen y estudian variables puntuales, sin embargo, estos resultados parciales generalmente deben ser equilibrados con los que se obtienen en un análisis de coyuntura económico global.

En cuanto a la forma de realizar un análisis de coyuntura se plantean varias metodologías dentro de las cuales se encuentran los métodos estadísticos-econométricos. Dichos métodos, permiten tratar de forma adecuada la información

de la que se dispone y generar una serie de resultados que facilitan realizar la valoración y diagnóstico de las variables que son fuente de estudio (Mordéjar, J., 2007). Este tipo de métodos, constituyen un componente fundamental para elaborar un análisis coyuntural objetivo y riguroso, por tal razón es importante contar con modelos a través de los cuales se puedan proyectar hacia adelante las variables estudiadas al igual que cuál podría ser su evolución (Trívez, F., et al., 2007).

Por otro lado, existen otros métodos para la realización de análisis de coyuntura económica basados en las encuestas de opinión empresarial, las cuales sirven como fuente de apoyo para el seguimiento de las principales variables económicas y para tener un diagnóstico de cómo es su comportamiento y cuál será su tendencia (Misas, M. y Ripoll, M. 1993).

Para (Jareño, J., 2007) las encuestas de opinión empresarial comparado con otros métodos utilizados para el análisis de coyuntura, presentan como ventaja su rápida disponibilidad y su poder informativo. De igual forma su rapidez de difusión representa otra de sus características, ya que el desfase que existe entre la fecha en que son publicados los datos es muy estrecha con relación a la que se refiere la información. Adicionalmente este autor también afirma que "mientras que las variables económicas de tipo cuantitativo reflejan el resultado de la interacción de las decisiones de los distintos agentes económicos, las encuestas de opinión permiten aproximar la percepción subjetiva que tienen estos agentes sobre su situación económica, tanto del pasado más reciente, como del futuro lo, que representa un elemento esencial a la hora de entender dichas decisiones".

Otra de las características de las encuestas de opinión empresarial es su carácter cualitativo, sin embargo, la información que se recolecta a través de ellas sirve de base para la construcción de los indicadores de confianza empresarial que corresponde a una información cuantitativa, mediante la cual los empresarios de un sector determinado pueden

tomar acciones pertinentes de acuerdo con los resultados que sean obtenidos. También es posible, que en ocasiones se encuentren encuestas en donde existe una mezcla entre lo cualitativo y cuantitativo, sin embargo, en estos casos se pierde la naturaleza de sencillez para el encuestado (La Fuente, M., et al., 2002).

Para (Clavería, O., et al., 2003), las encuestas de opinión empresarial son de gran utilidad para el análisis coyuntural, ya que a través de ellas se puede obtener información de alta relevancia para los sectores que son evaluados. Estas se encuentran compuestas por diferentes preguntas que permiten caracterizar la situación actual de las compañías al igual que su evolución esperada en un corto plazo. Pueden cambiar dependiendo del sector en el que se desenvuelva la empresa y en ellas el funcionario que la resuelve generalmente tiene de tres a cinco opciones para escoger, dependiendo de cómo haya sido el desempeño de la variable que se esté evaluando (Estrada, A. y Urtasun, A. 1998). La información que se obtiene a través de estas hace relación a la dirección de cambio de la variable que es fuente de estudio, lo que significa que no se obtienen cifras exactas, favoreciendo que los análisis sean menos propensos a errores de muestreo y medición que los que son obtenidos a través de encuestas basadas en información histórica (Clavería, O. y Pons E., 2003).

Una vez es obtenida la información a través de las encuestas, es posible la implementación del indicador de confianza empresarial, el cual corresponde a un indicador sistémico de difusión que valora las expectativas que tienen los empresarios de sectores como el de la construcción, servicios, industria y comercio, con relación a la evolución de sus negocios. En su construcción, se debe tener en cuenta la suma ponderada de los indicadores correspondientes a cada uno de los sectores anteriormente mencionados, los cuales a su vez son elaborados con base en balances de respuestas positivos, negativos o neutrales que son obtenidos de las personas encuestadas. Estos balances están relacionados con preguntas como variaciones en ventas,

producción, contratación de empleados, nivel de inventarios, precios de los insumos y perspectivas de la situación de negocios actuales y de los próximos meses.

3. METODOLOGÍA

Para la investigación se empleó la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio Aburrá Sur de la cual se obtuvieron 2.576 empresas ubicadas en el municipio de Sabaneta - Antioquia y cuya actividad económica se enmarcó dentro de los sectores: comercio, industria, servicios y construcción.

Cada una de las empresas fue categorizada dependiendo del sector en el cual se ubicaba y su tamaño. La clasificación según el tamaño fue la siguiente: Microempresas (activos hasta 250.000.000), empresas pequeñas (activos entre 250.000.001 hasta 2.040.000.000), empresas medianas (activos entre 2.040.000.001 hasta 12.240.000.000) y empresas grandes (activos desde 12.240.000.001 en adelante).

Una vez realizada la clasificación y con el fin de hacer más representativa la muestra, se realizó una depuración de aquellas empresas cuyos activos fueron menores a \$50.000.000 millones de pesos.

Luego de depuradas las empresas con activos menores a \$ 50.000.000, se procedió a calcular la muestra para aplicar **la encuesta de opinión empresarial**. Para ello se empleó la fórmula de muestreo estratificado, mediante la cual se calculó el número de empresas a las cuales se les realizó la encuesta según su sector y tamaño.

La fórmula empleada fue la siguiente:

$$n = Ni / (1 + \left(\frac{Ni}{N}\right))$$

Dónde:

N Cada uno de los totales de las empresas según su tamaño, **Z** = 1.96 para un grado de confiabilidad del 95%, **p** = probabilidad de éxito 50%, **q** = probabilidad de fracaso 50%, **e** = % de error muestral (5%) (De la Mora, E., 2006).

Tabla 1: Total de encuestas a aplicar por tamaño de la empresa y ubicación sectorial.

SECTOR	E. GRANDE	E. MEDIANA	E. PEQUEÑA	E. MICRO
Comercio	8	23	46	51
Industrial	17	24	40	23
Servicios	4	25	28	29
Construcción	3	5	5	7
Totales	32	77	119	110

Fuente: Elaboración propia con base de datos de Cámara de Comercio.

Una vez definida la muestra de estudio, se procedió al envío de las encuestas, las cuales fueron divididas en tres secciones. La primera sección correspondía a los datos generales de las empresas, la segunda a datos específicos y por último una sección que permitió el análisis del desempeño actual de las empresas y las expectativas de las mismas. El análisis básico para cada uno de los sectores fue realizado en Excel a través de tablas dinámicas.

La construcción de los indicadores de confianza empresarial se realizó con base en la metodología propuesta por la CEPAL (Gallardo, M. y Pederson, M., 2007):

Donde:

ICE: Indicador de confianza empresarial en un tiempo determinado.

ICINDUS: Indicador de confianza empresarial del sector industrial.

ICCONST: Indicador de confianza del sector construcción.

ICCOME: Indicador de confianza del sector comercio.

ICSERV: Indicador de confianza del sector servicio.

wi: Corresponde al ponderador sectorial correspondiente a su participación en la suma agregada de los cuatro sectores.

Tabla 2: Indicadores de confianza empresarial por sectores

SECTOR	FORMULAS	SIGNIFICADO
Sector industrial	$\mathbf{ICINDUST = (PE + DT - IPT)/3}$	<p>PE: Balances de respuestas de producción esperada.</p> <p>DT: Balance de respuestas de demanda total por la producción de la empresa.</p> <p>IPT: Balance de respuesta de los inventarios de producto terminado.</p>
Sector construcción	$\mathbf{ICONST = (DT + E)/2}$	<p>DT: Balance de respuestas de la demanda Total por la producción de la empresa (nivel actual).</p> <p>E: Balance de respuestas de las expectativas de empleo (tendencia futura).</p>
Sector comercio	$\mathbf{ICCOME = (SEA + SEF - IPV)/3}$	<p>SEA: Balance de respuestas de la situación empresarial en la actualidad.</p> <p>SEF: Balance de respuestas de la situación empresarial esperada. (tendencia futura).</p> <p>IPV: Balance de respuestas de los inventarios de productos para la venta (nivel actual).</p>
Sector Servicios	$\mathbf{ICSERV = (SAN + DAN - DEN)/3}$	<p>SAN: Balances de respuestas de situación del negocio.</p> <p>DAN: Balance de respuestas de demanda actual del negocio.</p> <p>DEN: Balance de respuestas de demanda esperada del negocio (demanda futura).</p>

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Gallardo, M. y Pederson, M., 2007.

La construcción de cada uno de los balances de respuestas fue realizada mediante ponderación simple según lo establecido en (Gallardo, M. y Pederson, M., 2007), en donde a cada respuesta que fue suministrada por cada una de las empresas, se le atribuyó un peso dependiendo de la importancia que esta presentó para la muestra y construcción del indicador. La fórmula empleada para ello fue la siguiente:

$$B = \left(\sum_{i=1}^n w_i * x_i \right) * 100$$

Donde **w_i** representó la ponderación otorgada a cada respuesta dependiendo de su importancia (Tamaño de la empresa) y **x_i** fue (1) cuando la respuesta fue optimista, (-1) cuando la respuesta fue negativa y (0) cuando la respuesta fue neutral.

Cada uno de los balances fue presentado en forma de índice de difusión para lo cual se empleó la fórmula siguiente:

$$ID_j = \frac{B_j + 100}{2}$$

Donde **B_j** es el balance correspondiente a cada pregunta en cada sector. Los valores de los índices de difusión están centrados en 50 con un valor máximo de 100 y un valor mínimo de cero. Cuando se obtienen valores superiores a 50, se indica que los empresarios tienen una posición optimista, mientras que valores por debajo de este, indican una posición pesimista (Gallardo, M. y Pederson, M., 2007).

4. RESULTADOS

4.1 Sector construcción

El indicador de confianza empresarial para el sector de la construcción se situó en 53,24. Esto demuestra que la confianza de los empresarios estuvo 3,24 puntos por encima del valor medio, lo que evidencia un nivel leve de optimismo en cuanto a las variables analizadas.

La demanda actual de este sector al igual que la situación general de las empresas se mostraron positivas con un índice de 52 y 53,74 puntos. La evolución del nivel de producción los últimos seis meses, también evidenció un comportamiento positivo con 51,75 puntos.

En términos de expectativas, las más optimistas fueron la evolución de la situación general y financiera de la empresa con un índice de 58,90 y 58,15 respectivamente.

Para el caso del empleo, este se mostró también optimista con 54,48 puntos, al igual que los salarios, precios de venta y precios de los insumos con un índice de 55,98 para el primero y 57,53 para los dos últimos.

En la Tabla 3, se pueden evidenciar cada uno de los balances de respuestas de las variables analizadas en el sector construcción al igual que el porcentaje de respuestas asignadas a cada una de ellas.

Tabla 3: Indicador de difusión sector construcción.

VARIABLE	Buena	Normal	Mala	B. de respuestas
SITUACIÓN ACTUAL				
Situación general empresa	45%	50%	5%	53,74
Órdenes de pedido	85%	10%	5%	52
Evolución nivel de producción	15%	75%	10%	51,75
EXPECTATIVAS				
Situación general empresa	60%	40%	0%	58,9
Empleo	30%	65%	5%	54,48
Precios de venta	15%	80%	5%	57,53
Precio de insumos	30%	70%	0%	57,53
Salarios	30%	70%	0%	55,98
Situación financiera empresa	50%	50%	0%	58,15
Índice de difusión del sector construcción	53,24			

Fuente: Elaboración propia con información de las encuestas de opinión empresarial.

4.2 Sector comercio

El indicador de confianza empresarial para el sector comercio se situó en 63,24 puntos lo que demuestra que las expectativas de los empresarios son optimistas con relación a las variables analizadas.

La situación general de las empresas se mostró positiva con un nivel de optimismo de 77,89 puntos y los inventarios con 52 puntos, ubicándolos en un optimismo leve. Para el caso de la evolución del nivel de ventas en los últimos seis meses, también se evidenció un comportamiento positivo con 70,84 puntos.

En términos de expectativas, las más optimistas fueron la evolución del empleo con un índice de 95,98 y la situación financiera de la empresa con el 83,13 puntos, seguida de la evolución de la situación general de las empresas con 68,52 y el precio de los insumos con 63,84 puntos.

Para el caso del empleo, este se mostró también optimista con 60,34 puntos, al igual que los precios de venta con un índice de 59,28.

En la Tabla 4, se pueden evidenciar cada uno de los balances de respuestas de las variables analizadas en el sector comercio al igual que el porcentaje de respuestas asignadas a cada una de ellas.

Tabla 4: Indicador de difusión sector Comercio.

VARIABLE	Buena	Normal	Mala	B. De respuestas
	SITUACIÓN ACTUAL			
Situación general empresa	59%	38%	3%	77,89
Nivel de inventario	8%	92%	0%	52
Evolución nivel de ventas	41%	40%	19%	70,84
EXPECTATIVAS				
Situación general empresa	59%	33%	8%	68,52
Empleo	31%	63%	6%	60,34
Evolución de las ventas	64%	29%	7%	70,28
Precios de venta	38%	54%	8%	59,28
Precio de insumos	55%	42%	3%	63,84
Salarios	83%	17%	0%	95,98
Situación financiera empresa	65%	32%	3%	83,13
Índice de difusión del sector comercio	63,24			

Fuente: Elaboración propia con información de las encuestas de opinión empresarial.

4.3 Sector industrial

El indicador de confianza empresarial para el sector industrial se situó en 51,72, lo que demuestra un nivel leve de optimismo en cuanto a las variables analizadas.

La demanda actual de este sector se mostró pesimista con un índice de difusión de 33,3 puntos al igual que los niveles de inventario con 47,5 puntos, mientras que la situación general de las empresas se mostro positiva con un balance de respuesta de 54,47.

En términos de expectativas las más optimistas fueron la evolución de los salarios con 91,42 puntos, seguida por la situación financiera y la evolución de la situación general de la empresa con 91,42 y 67,7 puntos respectivamente. Para el caso de las otras variables, también se mostraron optimistas con excepción de la variable empleo que obtuvo un balance de respuesta de 47,5 lo que indica expectativas pesimistas.

En la Tabla 5, se pueden evidenciar cada uno de los balances de respuestas de las variables analizadas en el sector.

Tabla 5: *Indicador de difusión sector Industrial*

VARIABLE	Buena	Normal	Mala	B. De respuestas
SITUACIÓN ACTUAL				
Situación general empresa	36%	52%	12%	54,47
Órdenes de pedido	3%	71%	26%	33,3
Nivel de inventario de producto terminado	8%	89%	3%	47,5
EXPECTATIVAS				
Evolución de la producción	55%	29%	15%	69,36
Situación general empresa	54%	36%	10%	69,7
Precios de venta	50%	47%	3%	55,27
Empleo	27%	61%	12%	42,34
Salarios	78%	21%	1%	91,42
Situación financiera de la empresa	57%	37%	7%	77,21
Índice de difusión del sector industrial	51,72			

Fuente: Elaboración propia con información de las encuestas de opinión empresarial.

4.4 Sector servicios

El indicador de confianza para el sector servicios, se situó en 66,83 mostrando que la confianza de los empresarios estuvo 16,82 puntos por encima del valor medio, lo cual da evidencia que existen expectativas optimistas entre las variables analizadas.

La evolución de la demanda los últimos seis meses, se mostró poco optimista ya que se obtuvo un valor muy cercano al umbral de 50,03 puntos. Para el caso de la situación general de la empresa, las respuestas fueron positivas puesto que se alcanzó un balance de 73,46 puntos. En cuanto a la evolución del negocio los últimos 6 meses, también se obtuvieron respuestas optimistas por parte de los empresarios con un balance 67,81 puntos.

Por otro lado, las expectativas de evolución de los salarios se mostraron muy optimista con un valor de 94,25 puntos, al igual que la evolución de la demanda y la situación financiera de la empresa con unos índices de difusión de 82,64 y 84,31 respectivamente.

Para el caso del empleo, este se mostró también optimista con 75,77 puntos, al igual los precios de ventas y precio de los insumos con 60,55 y 72,73 puntos en cada caso.

En la Tabla 6, se pueden evidenciar cada uno de los balances de respuestas de las variables analizadas en el sector servicios al igual que el porcentaje de respuestas asignadas a cada una de ellas.

Tabla 6: Indicador de difusión sector servicios.

VARIABLE	Buena	Normal	Mala	B. De respuestas
	SITUACIÓN ACTUAL			
Situación general empresa	51%	46%	3%	73,46
Evolución demanda últimos 6 meses	41%	51%	8%	50,03
Evolución situación del negocio los últimos 6 meses	34%	56%	10%	67,81
EXPECTATIVAS				
Situación general empresa	37%	62%	2%	79,84
Evolución demanda próximos 6 meses	64%	26%	10%	82,64
Empleo	39%	61%	0%	75,77
Precios de venta	31%	57%	11%	60,55
Precio de insumos	61%	38%	2%	72,73
Salarios	70%	30%	0%	94,28
Situación financiera empresa	37%	62%	2%	84,31
Índice de difusión del sector servicios	66,83			

Fuente: Elaboración propia con información de las encuestas de opinión empresarial.

4.5 Resultados generales

En el gráfico 1, se pueden observar los indicadores de confianza para los sectores comercio, construcción industria y servicios. Se puede evidenciar que el sector con mejores expectativas es el sector servicios y el de expectativas más bajas es el industrial. De igual forma, se aprecia que el indicador de confianza empresarial para el municipio fue de 60,34 puntos, lo que da muestra de expectativas optimistas a nivel general.

Gráfico 1: Indicador de confianza empresarial por sectores.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas de opinión empresarial.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las empresas ubicadas en el municipio de Sabaneta mostraron expectativas optimistas en cuanto al crecimiento de algunas de las variables más importantes analizadas para el periodo comprendido entre octubre y marzo del año 2013, ya que el indicador de confianza empresarial se ubico en un valor de 60.34

El sector que arrojó mejores expectativas fue el de servicios puesto que obtuvo un índice de difusión de 66,83 puntos, viéndose especialmente beneficiado el valor obtenido, por las expectativas de los empresarios en cuanto a la evolución de la demanda, es decir, los empresarios esperan que las ventas de sus negocios incrementen durante este periodo.

Por otro lado, el sector con menores expectativas fue el industrial lo cual se explica por una baja demanda en sus órdenes de pedido, sin embargo, se encontró que este aún se ubica por encima del umbral, lo que da evidencia que los empresarios tienen expectativas levemente optimistas para los próximos seis meses. Al contrastar la información a nivel país, el Indicador de confianza industrial para el municipio de Sabaneta arrojó 51,72 puntos, mientras que este mismo indicador revelado por FEDESARROLLO para el mismo periodo fue de 48,7 puntos. Estos dos valores exponen una leve superioridad del Indicador de confianza del municipio sobre el nacional, mostrándose que las expectativas para el caso de Sabaneta - Antioquia son levemente optimistas, mientras que a nivel país son pesimistas. Estas diferencias de resultados entre un municipio y el país en general invitan a la implementación de indicadores de confianza empresarial por departamento y regiones, de tal manera que se puedan realizar estudios más detallados que permitan establecer estrategias acordes a las necesidades reales.

En cuanto al sector comercio, se pudo apreciar que las expectativas también son optimistas tanto para la región como

para el país, ya que al contrastar la información obtenida para las empresas del municipio de Sabaneta con los datos proporcionados por FEDESARROLLO, los indicadores se ubicaron en valores similares tales como 63,24 y 61,4 puntos, siendo las expectativas del municipio 1,84 puntos superiores que a nivel país.

A modo de cierre

Detrás de una cifra como lo es el Indicador de confianza empresarial, existe un número de variables que de forma directa e indirecta afectan el resultado del mismo, por lo que es pertinente analizar cada una de ellas de forma detallada y profundizar así en las verdaderas causas de su deterioro o mejoramiento, ya que si se observa solo un resultado, se podría especular cuándo en realidad se deben tener análisis profundos y veraces que permitan la fácil identificación de las causantes.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Clavería, O., et at. (2003). Las encuestas de opinión empresarial como instrumento de control y predicción de los precios industriales. *Cuadernos Aragoneses de Economía*. Vol. 12, Nº 2, 517-530.
- Clavería, O y Pons E. (2003). *Una estimación de las expectativas sobre precios industriales en Cataluña a partir de las encuestas de opinión*. Recuperado de <http://www.alde.es/encuentros/anteriores/iveea/autores/C/91.doc>.
- Cristóbal, A. (1999). Análisis de la coyuntura y contabilidad nacional trimestral. *Boletín trimestral de coyuntura*. Nº 71. España.
- DE LA MORA, M. (2006). *Investigación de mercados*. México: Trillas.
- Delgado, A. (1998). *Metodologías para el análisis de coyuntura de una variable económica: el caso de la inflación en el Ecuador a junio de 1996*. Ecuador: ABYA-YALA.
- Espasa, A. (1994). *Métodos estadísticos-económicos para el análisis de la coyuntura económica*. España: EUSTAT.

- Enciclopedia de Economía (2012). *Coyuntura Económica*. Recuperado de <http://www.economia48.com/spa/d/coyuntura-economica/coyuntura-economica.htm>.
- Estrada, A. y Urtasun, A. (1998). *Cuantificación de expectativas a partir de las encuestas de opinión*. Recuperado de <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadadas/DocumentosTrabajo/98/Fic/dt9803.pdf>
- Gallardo, M. y Pederson, M. (2007). *Indicadores líderes compuestos. Resumen de metodologías de referencia para construir un indicador regional en América Latina*. Chile: CEPAL.
- Jareño, J. (2007). *Las encuestas de opinión en el análisis coyuntural*. Recuperado de <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadadas/DocumentosOcasionales/07/Fic/do0706.pdf>.
- La Fuente, M., et al. (2002). *Las encuestas de opinión empresarial en América Latina*. Recuperado de http://www.eclac.cl/deype/noticias/noticias/4/8874/i_final.pdf.
- Misas, M. y Ripoll, M. (1993). El uso de encuestas de opinión empresarial en la construcción de pronósticos de producción y precios. *Revista ESPE*. N° 5, 123-143.
- Modejár, J. (2007). *Análisis cuantitativo de la Coyuntura Económica. Una aplicación de la representación en espacio de estados de series temporales múltiples*. España: Universidad de Castilla la Mancha.
- Piskulich, R. (1997). *Guía para efectuar un análisis de coyuntura en la actividad agua y riego*. Recuperado de <http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitstream/123456789/7011/1/BVCI0006384.pdf>.
- Soler, Y. (2000). *Ciclos y coyuntura Macroeconómica*. Recuperado de <http://coyunturayciclos.blogspot.com/>.
- Trávez, F., et al. (2007). Análisis coyuntural y prospectivo de la industria maquiladora de exportación mexicana. *Economía mexicana Nueva época*. Vol. XVII. N° 1, 63-99.