

Sector Servicios Personales

Industrias analizadas:

NAICS: 611-621 922-923- CIU: 7521-7522-7523-7524-7530-8011-8012-8021-8022-8030-8511-
8512-8513-8514-8515-8519-8520

TABLA DE CONTENIDO

- 1. RESUMEN EJECUTIVO**

- 2. INDICADORES FINANCIEROS DEL SECTOR**
 - a. Tendencia del Producto Interno Bruto del Sector**

 - b. Tasa de crecimiento en ventas**

 - c. Rentabilidad**

 - d. Tasa de crecimiento en activos**

 - e. Endeudamiento**

 - f. Eficiencia**

- 3. CADENA PRODUCTIVA**
 - a. Caracterización de la cadena**

- 4. GRADO DE CONCENTRACIÓN DEL SECTOR**

- 5. CALIFICACIÓN DEL SECTOR – CONCLUSIÓN**

ANEXOS

Anexo 1. Evolución histórica de las principales cifras financieras del sector 2006 – 2010

Anexo 2. Resultados de Pareto 2010

1. RESUMEN EJECUTIVO

- Al cierre de 2010 la producción del sector de servicios sociales, comunales y personales representó el 15.3% del PIB nacional y a su vez, su producción registró un crecimiento de 3.8% anual, frente al crecimiento del PIB total que alcanzó 4.3%.
- El subsector de servicios sociales (asistencia social) y de salud tiene una participación dentro del sector de servicios sociales, comunales y personales de 13.8%.
- Las perspectivas durante 2011 son muy positivas, especialmente en lo relacionado con negocios para el sector salud. Se destaca la exportación de servicios médicos, o turismo de salud.
- Las principales ciudades que están buscando exportar servicios médicos son Medellín, Bogotá, Cartagena y Bucaramanga, esta última ciudad se abre paso a pesar de las dificultades de transporte aéreo directo.
- La rentabilidad como proporción de las ventas pasó de 5.4% a 5.6% y la utilidad operativa/ventas aumentó muy levemente de 6.53% a 6.57% entre 2009 y 2010.
- La razón de endeudamiento pasó de 54.4% en 2008 a 42.8% en 2009 y al cierre de 2010 alcanzó 38.1%. Es importante resaltar que lo anterior fue un cambio en la tendencia muy significativo en el período de análisis.
- La composición del PIB sectorial señala que la tendencia del desarrollo sectorial es una participación creciente del sector servicios en la generación del PIB. A su vez, se observa un debilitamiento en la participación del sector primario y manufacturero dentro del producto agregado.
- Existen negociaciones de capítulos de servicios en Tratados de Libre Comercio: 4 en vigor: CAN, México, Chile, Triángulo Norte; 4 negociados y firmados: Estados

Unidos, Canadá, AELC, Unión Europea y 3 en negociación Panamá, Corea del Sur, Mercosur.

- Es indispensable reconocer que el sector de servicios es un creciente motor de empleo y producción. La política comercial y sectorial debe responder a la nueva demanda mundial con una oferta diversificada y de elevada calidad.
- Finalmente, las regiones tienen un importante potencial para en el sector de servicios y en la exportación de los mismos.
- En este sector la muestra de BPR contiene 673 empresas con información de ventas, las 144 primeras equivalen al 21.55% del total de empresas y concentran el 80.04% de las ventas.
- El factor de concentración definido como el promedio del porcentaje acumulado de ventas sobre el porcentaje acumulado de empresas, para este sector es 3.71, que lo ubica en el puesto 51 dentro de los 84 sectores considerados.
- Este sector se calificó dentro del primer cuartil en 2010 y ocupó la posición 26 en el ordenamiento de los 84 sectores. Este sector pertenece al grupo que reúne el primer 25% de los sectores con los resultados más favorables del conjunto.

SECTOR SERVICIOS PERSONALES

2. INDICADORES FINANCIEROS

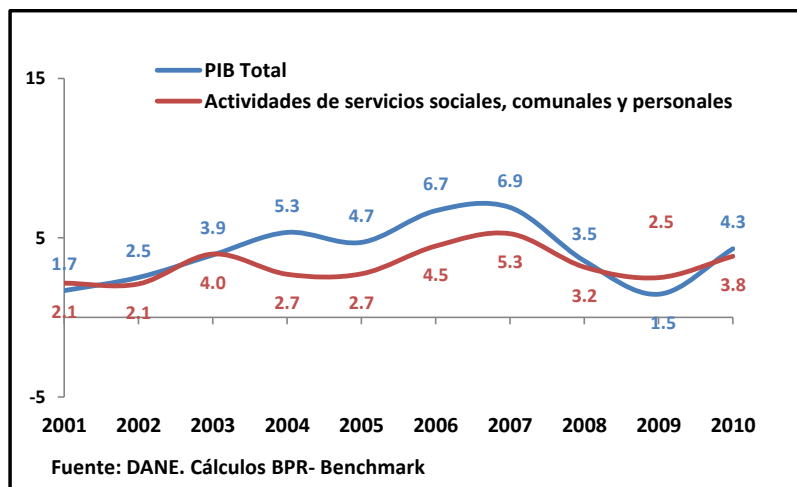
Las variables utilizadas para los indicadores financieros del sector, se obtienen a partir de la agregación de los resultados financieros de las empresas del respectivo sector disponibles en la base de datos de BPR, que si bien contiene un número importante de empresas representativas de cada sector o actividad, no necesariamente reúne el universo de todos los establecimientos dedicados a esta actividad; razón por la cual se pueden encontrar algunas diferencias cuando se consultan para la misma variable otras fuentes de información como el DANE que pueden incluir un mayor número de establecimientos, tanto del sector formal como del informal.

Las tasas de crecimiento de las ventas y de los activos, eventualmente pueden verse afectadas por el mayor o menor número de empresas incluidas en cada año en la base de datos, según la información obtenida de las diferentes fuentes. Se recomienda complementar esta lectura con los documentos que contienen las principales características de las cadenas productivas de los sectores relacionados con servicios empresariales especiales y empresas generales de servicios. Algunos valores de los indicadores financieros de 2010 pueden tener alguna variación con respecto a los indicados en los estudios del año anterior, debido a la reclasificación o inclusión de nuevas empresas.

a. Tendencia del producto interno del sector¹

Al cierre de 2010 la producción del sector de servicios sociales, comunales y personales representó el 15.3% del PIB nacional y a su vez, su producción registró un crecimiento de 3.8% anual, frente al crecimiento del PIB total que alcanzó 4.3%. El desempeño de la producción del sector durante el último año fue ligeramente inferior a la producción agregada del país.

Gráfico 1. Tasa de Crecimiento del PIB Servicios sociales, comunales y personales y el PIB Total.



El subsector de servicios sociales (asistencia social) y de salud tiene una participación dentro del sector de servicios sociales, comunales y personales de 13.8%. Al cierre de

¹ El sector de Servicios Personales forma parte de la Rama: Servicios Sociales, Comunales y personales. De acuerdo a la clasificación CIU Rev.3 incluye algunas de las siguientes divisiones: SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD: 851 Actividades relacionadas con la salud humana, 8511 Actividades de las instituciones prestadoras de servicios de salud, con internación; 8512 Actividades de la práctica médica; 8513 Actividades de la práctica odontológica; 8514 Actividades de apoyo diagnóstico; 8515 Actividades de apoyo terapéutico; 8519 Otras actividades relacionadas con la salud humana; 8520 Actividades veterinarias; 853 Actividades de servicios sociales; 8531 Servicios sociales con alojamiento; 8532 Servicios sociales sin alojamiento.
DIVISIÓN EDUCACIÓN: 801 Educación preescolar y primaria; 8011 Educación preescolar; 8012 Educación básica primaria 802 Educación secundaria; 8021 Educación básica secundaria; 8022 Educación media; 803 8030 Servicio de educación laboral especial; 804 Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación; 8041 Establecimientos que prestan el servicio de educación preescolar y básica primaria; 8042 Establecimientos que prestan el servicio de educación preescolar y básica (básica primaria y básica secundaria); 8043 Establecimientos que prestan el servicio de educación preescolar, básica (básica primaria y básica secundaria) y media; 8044 Establecimientos que prestan el servicio de educación básica (básica primaria y básica secundaria); 8045 Establecimientos que prestan el servicio de educación básica (básica primaria y básica secundaria) y media; 8046 Establecimientos que prestan el servicio de educación básica secundaria y media; 8050 Educación superior; 8060 Educación no formal.
DIVISIÓN OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES: 9000 Eliminación de desperdicios, y aguas residuales, saneamiento y actividades similares.
DIVISIÓN ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES NCP: 911 Actividades de organizaciones empresariales, profesionales y de empleadores; 9120 Actividades de sindicatos.

2010, su expansión fue de 4.4%, superior a la alcanzada por el sector agregado 3.8% y el Pib total 4.3%.

Gráfico 2. Tasa de Crecimiento del PIB de servicios sociales (asistencia social) y de salud y el PIB total.

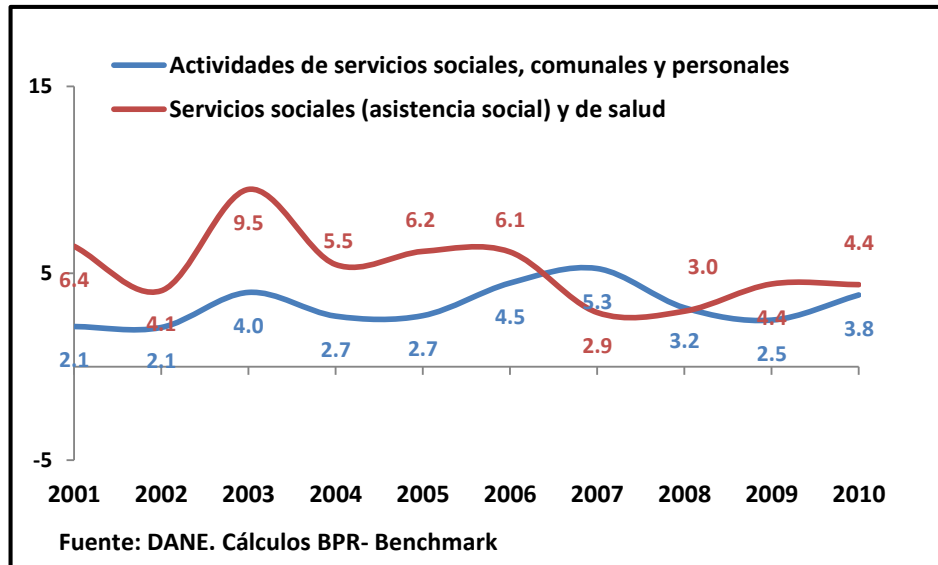


Tabla 1. PIB por rama de actividad

Rama de Actividad	2009					2010				
	I	II	III	IV	ANUAL	I	II	III	IV	ANUAL
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	2.1	2.1	4.0	2.7	2.7	4.5	5.3	3.2	2.5	3.8
Servicios sociales (asistencia social) y de salud	6.6	4.8	7.7	-1.2	4.4	3.7	5.1	4.8	4.1	4.4
Total PIB	1.0	0.8	1.1	3.0	1.5	4.1	4.7	3.6	4.8	4.3

Fuente: Dane. Cálculos BPR-Benchmark

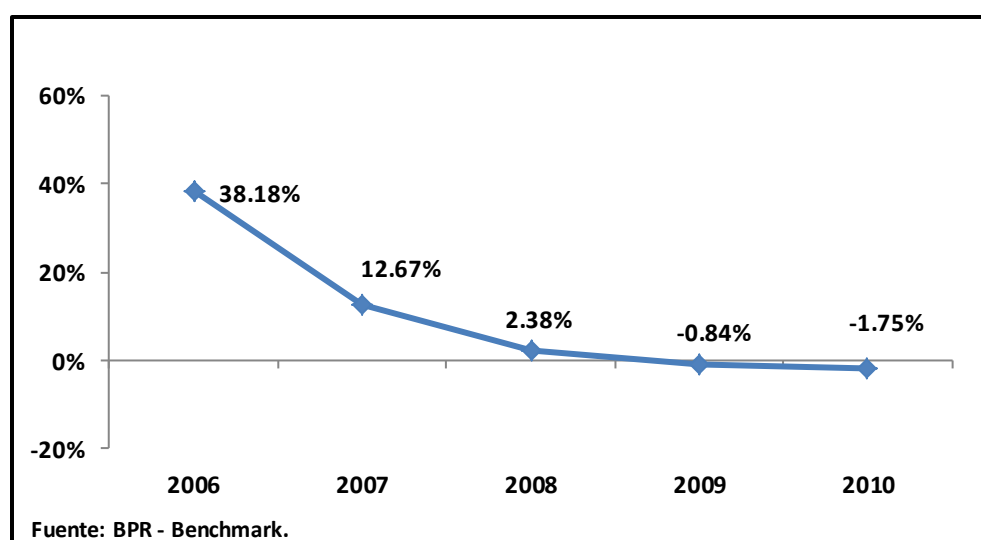
Como puede verse, para el subsector de servicios sociales y de salud todos trimestres de 2010 cerraron con crecimientos positivos. Durante 2009 y 2010 el crecimiento anual del subsector de servicios sociales (asistencia social) y de salud fue de 4.4%.

b. Tasa de crecimiento de ventas

Por el lado de las ventas, las cifras de 2010 son inferiores a las registradas el año anterior. El cierre de 2010 terminó con una contracción de 1.75% anual, después de haber

registrado una contracción menor de 0.86% en 2009. Estos datos muestran que el crecimiento de las ventas de las empresas del sector incluidas en este análisis se ha mantenido en terreno negativo durante los 2 últimos años. No obstante, la recuperación de la economía en 2010 y los signos de vitalidad que muestra el consumo de los hogares (6.3% durante el primer trimestre de 2011), la demanda interna (7.2% durante el primer trimestre de 2011) y los recientes grados de inversión otorgados al país son buenas señales de mejores perspectivas para el sector durante 2011.

Gráfico 3. Tasa de crecimiento de las ventas del sector de Servicios Personales



Las perspectivas durante 2011 son muy positivas, especialmente en lo relacionado con negocios para el sector salud. Se destaca la exportación de servicios médicos, o turismo de salud, por ejemplo, la Fundación Cardiovascular adelanta conversaciones con la aseguradora Texas Benefit y con Global Medical Consortium y Platinum Inc, buscando promover el turismo en salud en el mercado estadounidense. El objetivo de esta negociación es que se logren atender en la institución colombiana 100 pacientes extranjeros al mes.

Por otra parte, se espera que en el primer semestre de 2012 se puedan cerrar negocios con dos clínicas privadas de cirugía plástica en Los Ángeles y San Francisco, con el objetivo de

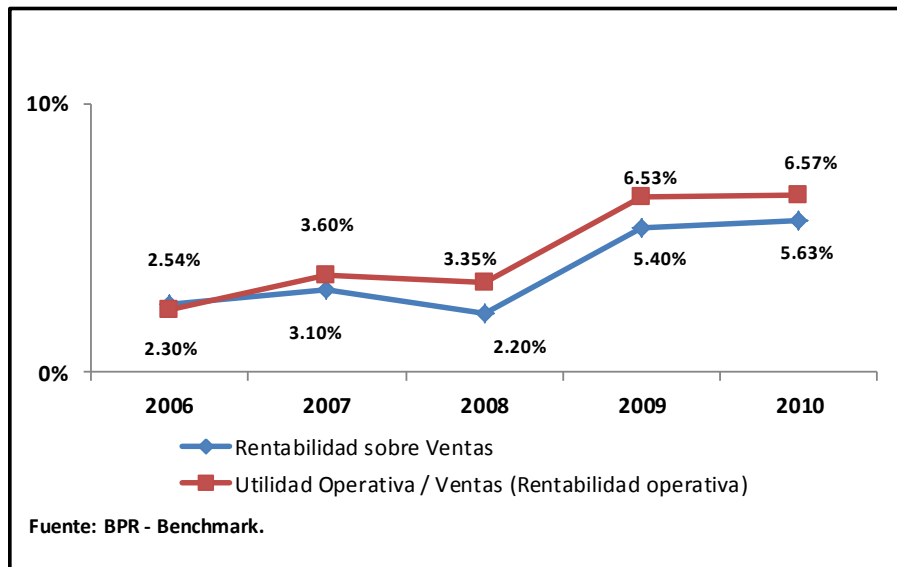
aumentar la oferta de tratamientos odontológicos por medio de la tercerización del servicio en consultorios colombianos.

Las principales ciudades que están buscando exportar servicios médicos son Medellín, Bogotá, Cartagena y Bucaramanga, esta última ciudad se abre paso a pesar de las dificultades de transporte aéreo directo.

c. Rentabilidad

Las razones de rendimiento o de rentabilidad se utilizan para medir la generación de utilidades en la operación de la empresa. Tanto en el caso de la rentabilidad como proporción las ventas y la rentabilidad operativa, el sector registra un comportamiento creciente durante el último año. La situación financiera de las empresas que conforman el sector y que están reunidas en las bases de datos de Benchmark registra una mejoría durante 2010. Así la rentabilidad como proporción de las ventas pasó de 5.4% a 5.6% y la utilidad operativa/ventas aumentó muy levemente de 6.53% a 6.57% entre 2009 y 2010.

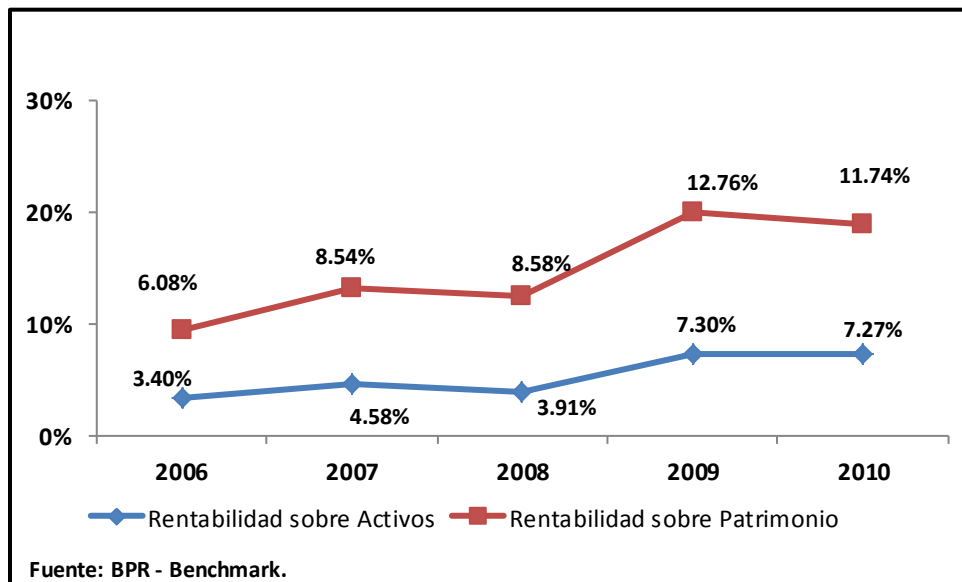
Gráfico 4. Rentabilidad sobre ventas y rentabilidad operativa (utilidad operativa / ventas)



- **Rentabilidad de activos y patrimonio**

También es posible medir de rendimiento o rentabilidad como la capacidad de la empresa para generar utilidades con base en los recursos invertidos, es decir los activos y el patrimonio de las firmas. En este caso la rentabilidad sobre activos se redujo muy levemente al pasar de 7.3% en 2009 a 7.27% al cierre de 2010. A su vez, la rentabilidad sobre patrimonio también se redujo, aunque de forma más significativa, pasando de 12.76% en 2009 a 11.74% en 2010.

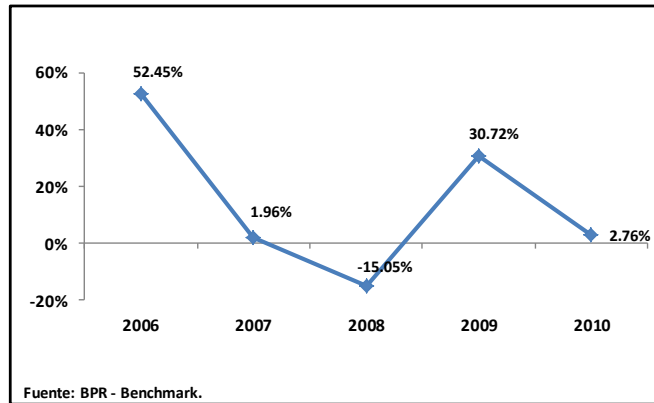
Gráfico 5. Rentabilidad sobre activos y rentabilidad sobre patrimonio



d. Tasa de crecimiento en activos

En el período 2006-2008 la tasa de crecimiento promedio de los activos del sector fue de 13.12%, a pesar de la importante contracción experimentada durante 2008 (-15%). Ahora bien, durante 2009 se registró una fuerte recuperación en el crecimiento de los activos el sector, 30.7%, ubicando el crecimiento de los activos sobre el promedio de los últimos años, sin embargo, al cierre de 2010 nuevamente se desaceleró el crecimiento de los activos y registró apenas 2.76%.

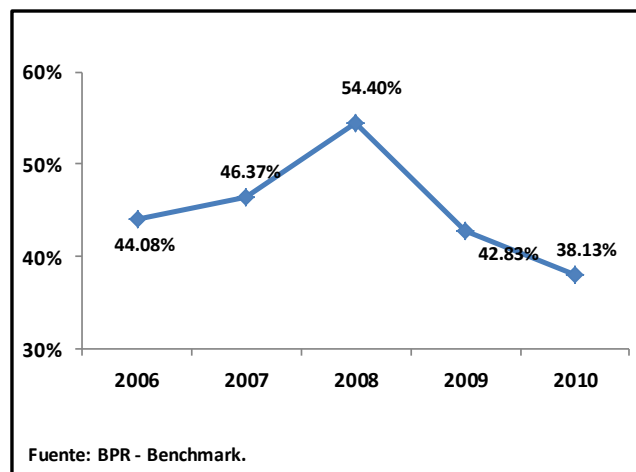
Gráfico 6. Tasa de crecimiento en activos



e. Endeudamiento

Las razones endeudamiento se utilizan para analizar la estructura financiera de la empresa y su capacidad de cumplir con compromisos con terceros. A su vez son útiles para medir la habilidad para cubrir intereses de deuda. El sector registró un significativo crecimiento de sus tasas de endeudamiento entre 2006 y 2008. Sin embargo, disminuyó su tasa de endeudamiento durante los 2 últimos años analizados. Así la razón de endeudamiento pasó de 54.4% en 2008 a 42.8% en 2009 y al cierre de 2010 alcanzó 38.1%. Es importante resaltar que lo anterior fue un cambio en la tendencia muy significativo en el período de análisis.

Gráfico 7. Endeudamiento



f. Eficiencia

La rotación de Cartera pasó de 46 días en 2009 a 47 días en 2010. A su vez, la rotación de Inventarios se mantuvo en 6 días tanto en 2009 como durante 2010.

3. CADENA PRODUCTIVA

a. Caracterización de la cadena²

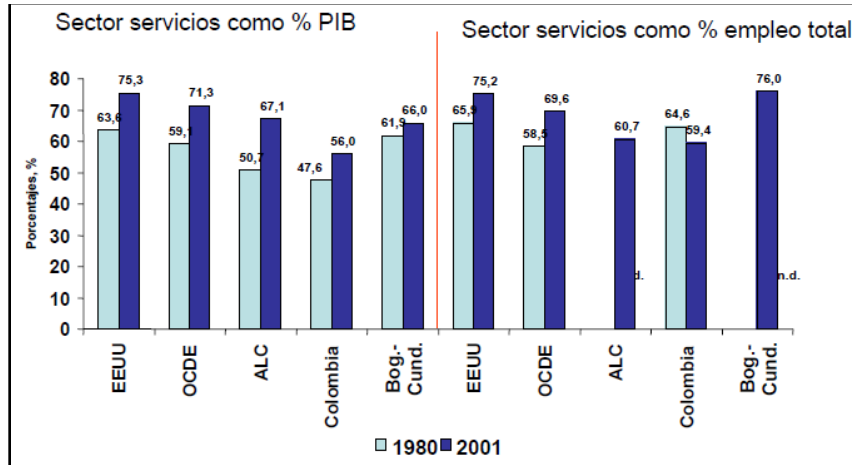
Desde el punto de vista económico por servicios se entiende: toda actividad que satisface necesidades individuales o colectivas diferentes a la transferencia de la propiedad de un bien material.

Algunos hechos internacionales:

- Los servicios participan con el 65% del producto global y del 70% del empleo generado a nivel mundial.
- La mayor parte de la inversión extranjera el 55% se dirige al sector servicios; a los países en desarrollo el 77% que cubre los servicios financieros, empresariales, transporte y telecomunicaciones.
- El 25% de las transacciones mundiales de comercio corresponden a exportaciones de servicios.
- La composición del PIB sectorial señala que la tendencia del desarrollo sectorial es una participación creciente del sector servicios en la generación del PIB. A su vez, se observa un debilitamiento en la participación del sector primario y manufacturero dentro del producto agregado.

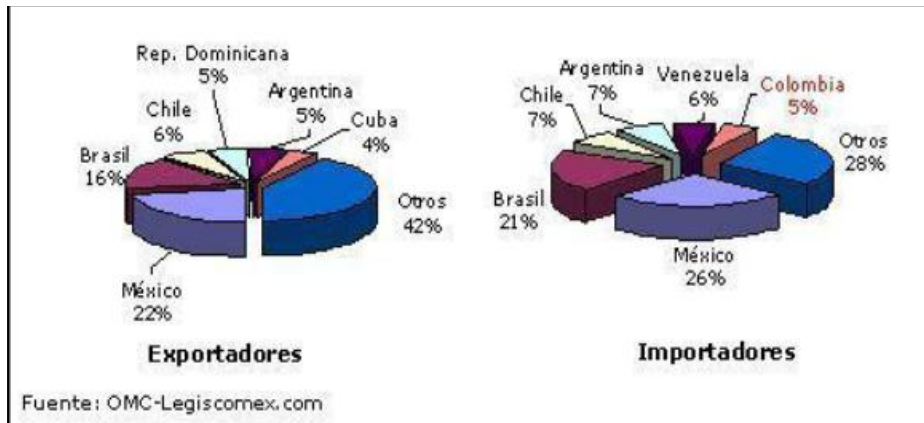
² Esta sección fue tomada en una gran proporción de la presentación de EXPORTACIÓN DE SERVICIOS OTRA FORMA DE DIVERSIFICAR MERCADOS. Gloria Stella Plazas Peralta. Asesora. Centro Internacional de Negocios. Cámara de Comercio de Bogotá.

Gráfico 8. Importancia del sector servicios en el mundo y en la región



Fuente: Dane-Banco mundial

Gráfico 9. Principales exportadores e importadores de servicios en América Latina

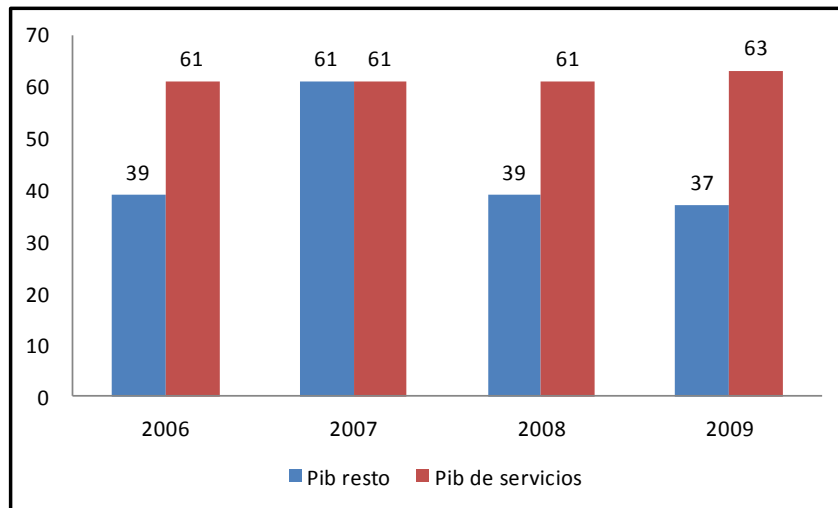


Fuente: OMC-Legiscomex.com

En América Latina, México, Brasil y Chile son los más importantes en ambos rubros. Colombia ocupa el sexto lugar en las importaciones 5%. A nivel mundial los países en los cuales se concentran las exportaciones e importaciones de servicios son: Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Francia y Japón.

En el caso de la producción de servicios en Colombia, su importancia dentro del PIB ha ido aumentando gradualmente.

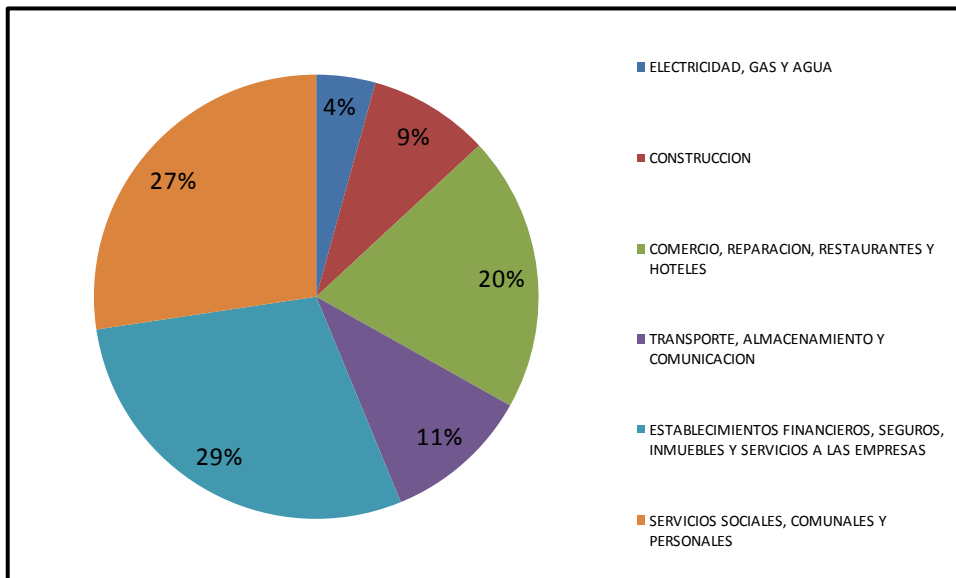
Gráfico 10. Participación del sector servicios dentro del PIB (%)



Fuente: Dane-Cálculos BPR Benchmark

Ahora bien, la composición del sector servicios en Colombia es la siguiente:

Gráfico 11. Producción por ramas de actividad (%) 2010



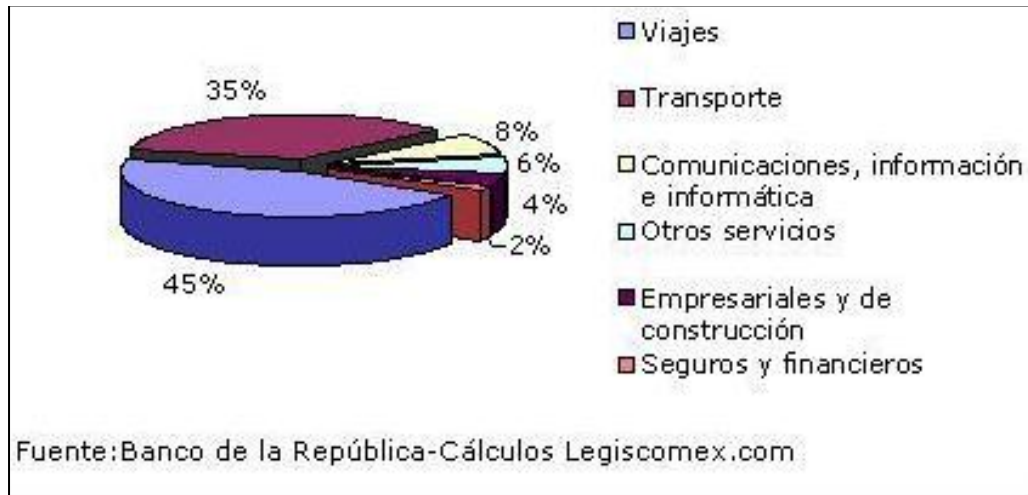
Fuente: Dane-Cálculos BPR Benchmark

Se ha venido presentando un auge creciente de los servicios en desarrollo de la nueva economía, desarrollo de negocios basados en la economía del conocimiento lo cual ha permitido elevar la productividad, la eficiencia y la competitividad en todas las áreas productivas.

Los nuevos servicios de manera directa o indirecta son generadores de valor agregado en la producción de nuevos bienes y servicios en el mundo. Por ejemplo, entre enero y septiembre de 2008 se crearon según la Cámara de Comercio de Bogotá, 41.654 empresas con \$2.1 billones de activos. En este período se constituyeron 14 grandes empresas, 504 pymes y 41.136 microempresas. El punto más llamativo es que cerca del 80% de las nuevas empresas creadas se registró en actividades de servicios, siendo la tercerización el matiz dominante en la producción de la capital del país.

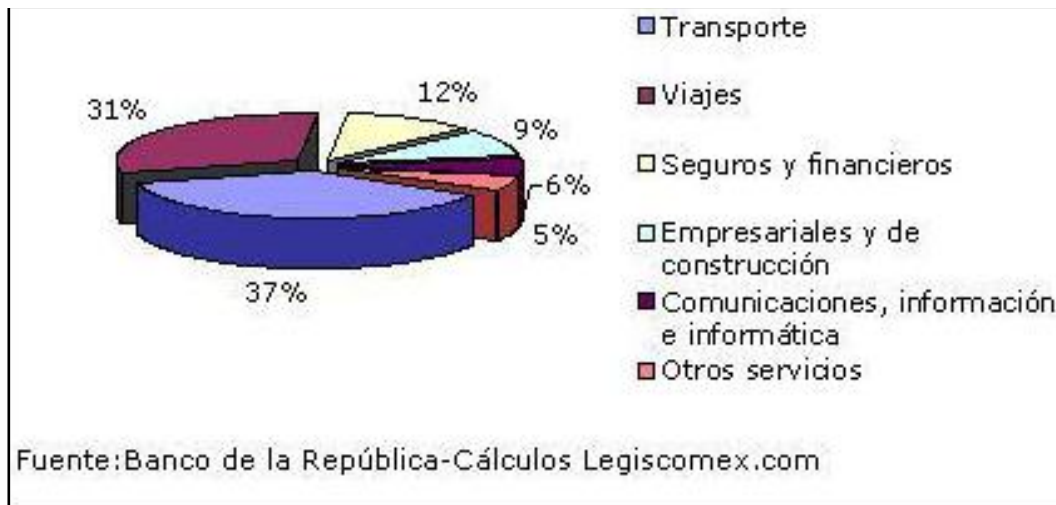
En cuanto al comercio exterior del sector es posible tener una aproximación de las ventas al exterior de algunos de los subsectores productores de servicios:

Gráfico 12. Exportaciones colombianas del sector de servicios



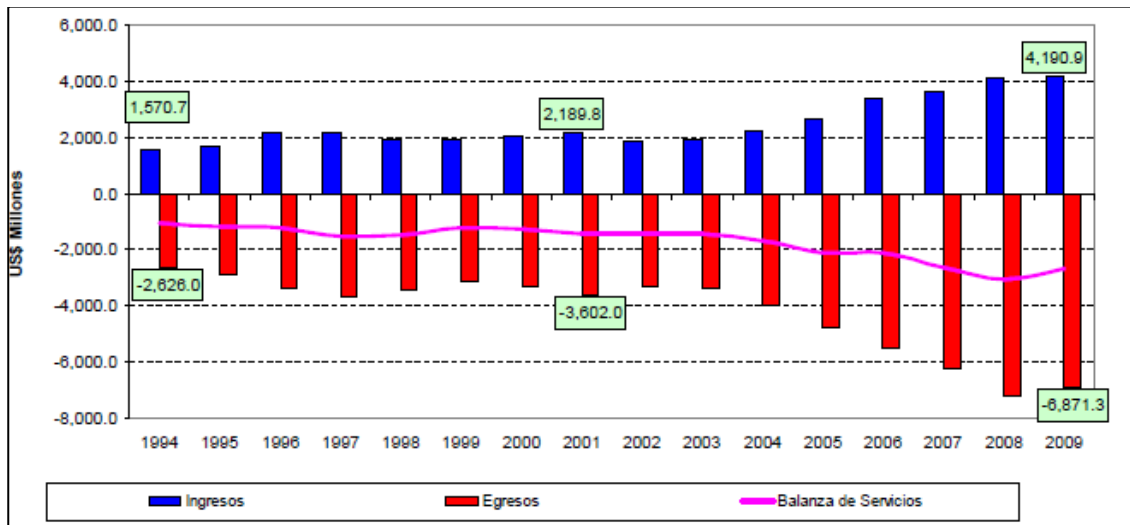
Se destaca el subsector de viajes como el principal exportador (45%), seguido por servicios de transporte (35%) y en tercer lugar se ubica el subsector de comunicaciones, información e informática (8%). En lo relacionado con las importaciones tenemos que el primer lugar lo ocupa el subsector de transporte (37%), seguido del de viajes (31%) y en tercer lugar se ubica seguros y financieros (12%).

Gráfico 13. Importaciones colombianas del sector de servicios



El comportamiento de las exportaciones es positivo. Aunque es necesario identificar los países de destino en exportaciones y origen en importaciones. Además no se cuenta con información sobre los Modos de Suministro.

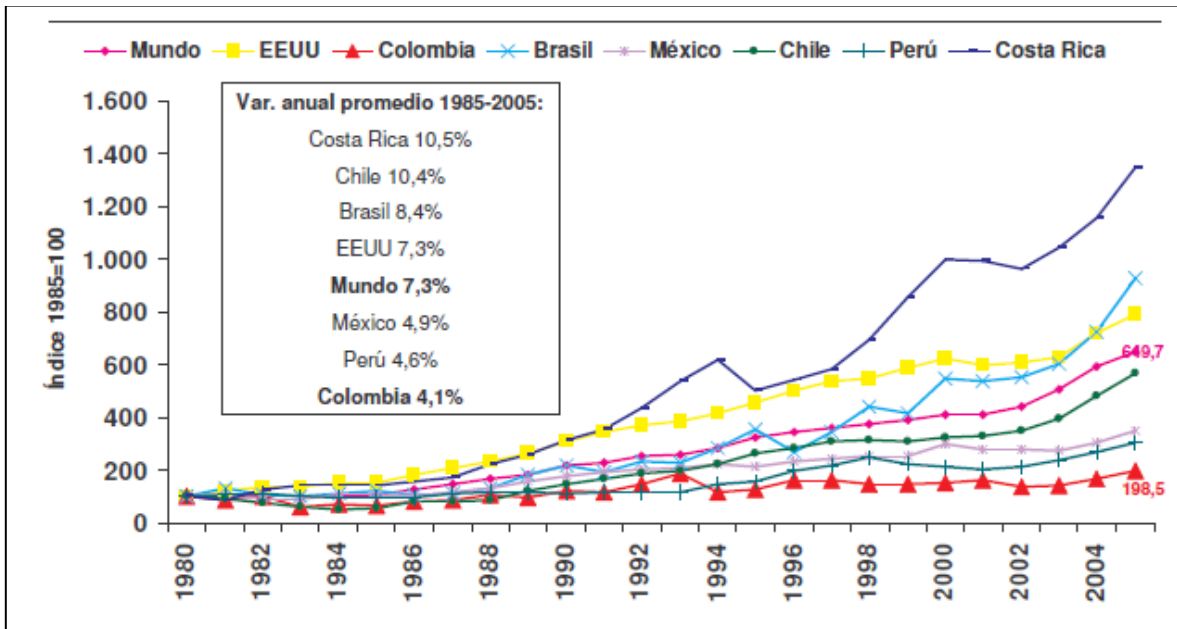
Gráfico 14. Balanza de servicios



Fuente: Banco de la República

En materia de comercio exterior la única fuente oficial es la balanza de servicios, así que a 2009 se muestra que los ingresos por tal concepto fueron de US\$4.109 millones y los egresos de US\$6.871, para obtener un resultado neto de la balanza de servicios de US\$2672.

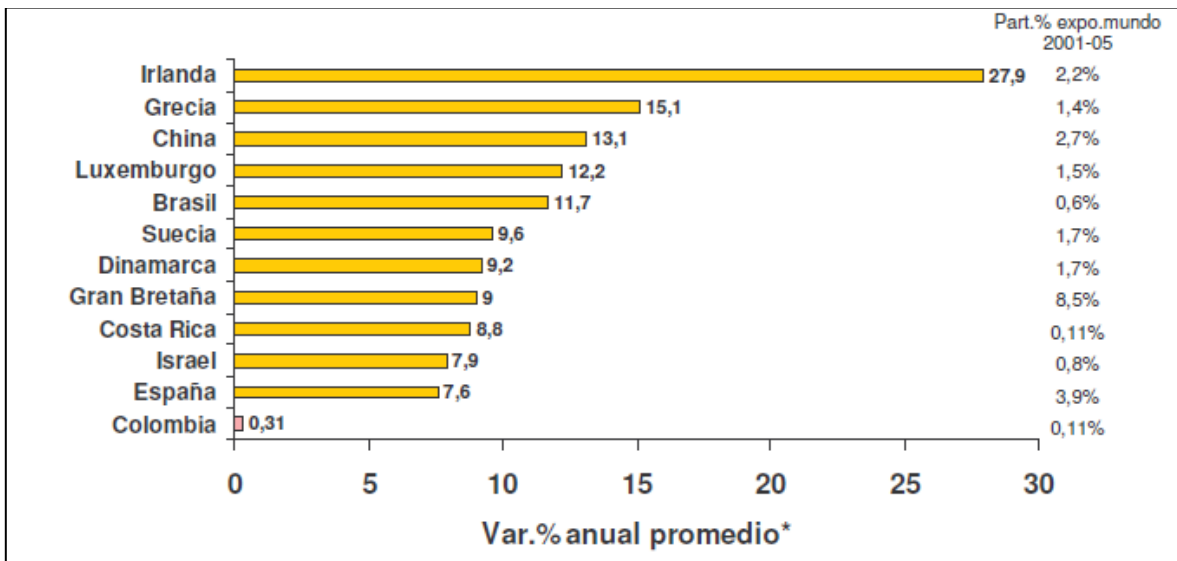
Gráfico 15. Desempeño de Exportaciones de Servicios Transfronterizos.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos FMI-BOPS enero 2007.

Otros países de la región han logrado incrementar sus ventas de servicios, mientras que Colombia presenta un rezago importante.

Gráfico 16. Países con mayor dinamismo exportador de servicios transfronterizos.



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos FMI-BOPS enero 2007.

Es relevante saber que Colombia ha perdido terreno en la prestación de servicios si se compara con algunos países que son importantes en el mundo de prestación de servicios.

Modos de prestación de servicios

Uno de los principales logros de las negociaciones de la Ronda Uruguay en torno al AGCS fue el de armonizar los criterios relativos a las cuatro (4) modalidades de presentación o formas de exportar los servicios:

1. Suministro transfronterizo: Consiste en la prestación de un servicio de un país a otro país, en consecuencia el que viaja es el servicio.
2. Movimiento de consumidores: Un consumidor extranjero hace uso del servicio en otro país.
3. Presencia comercial: Residentes nacionales que para el desarrollo de su actividad establecen presencia comercial en otro país.
4. Movimiento de personas: desplazamiento físico de personas de un país a otro para suministrar el servicio.

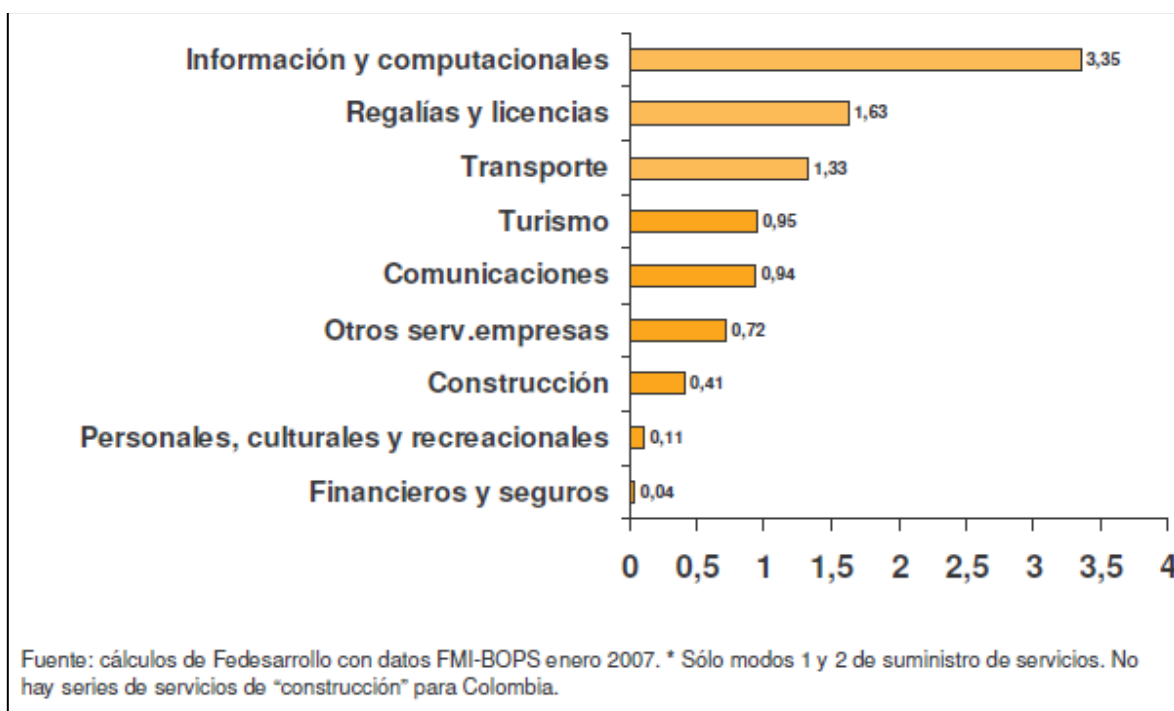
Comercio transfronterizo

- No hay intervención de la Aduana.
- El ingreso por concepto de la venta se genera en divisas.
- No implica el diligenciamiento de un documento de exportación.

- Ejemplos: Desarrollo de TI por correo electrónico, consultoría, larga distancia internacional, call centers, telemercadeo, back office, información periodística.
- Sólo cruza la frontera el servicio propiamente dicho, sin desplazamiento de las personas: La consultoría y el asesoramiento se efectúa por fax o correo electrónico o transporte de carga.
- El proveedor del servicio no establece presencia en el país en el que se consume el servicio.
- Una empresa local prepara un estudio de mercado para un cliente extranjero, que luego es transmitido al cliente por correo electrónico.
- Esta modalidad depende directamente de la existencia de una estructura de telecomunicaciones eficiente.

De acuerdo con Fedesarrollo dentro de la negociación del TLC con Estados Unidos, los 3 primeros sectores del gráfico siguiente encuentran un buen mercado con EE.UU.

Gráfico 17. Sectores de Provisión de servicios Transfronterizos



Movimiento de consumidores o consumo en el exterior

- Un consumidor no residente en el territorio nacional percibe el servicio en Colombia.
- No implica movimiento aduanero.
- El ingreso por concepto de la venta del servicio se percibe normalmente en moneda nacional y en el mercado local.
- Implica cumplimiento de disposiciones de migración sobre ingreso al país. Visas de turismo de tratamiento en salud.
- Ejemplos: servicios médicos, odontológicos, de educación, de información, prestados en Colombia.

- Tiene relación con los servicios consumidos por nacionales o residentes de un país en otro país distinto al que presta el servicio.
- El servicio es suministrado a consumidores que están fuera de su país de residencia.
- Turismo.
- Cuando el consumidor atraviesa la frontera para recibir un servicio en el exterior: los buques que se trasladan a otro país para su reparación.
- Cuando los directivos extranjeros van a un país para asistir a un curso de formación en prácticas de gestión.

Presencia comercial

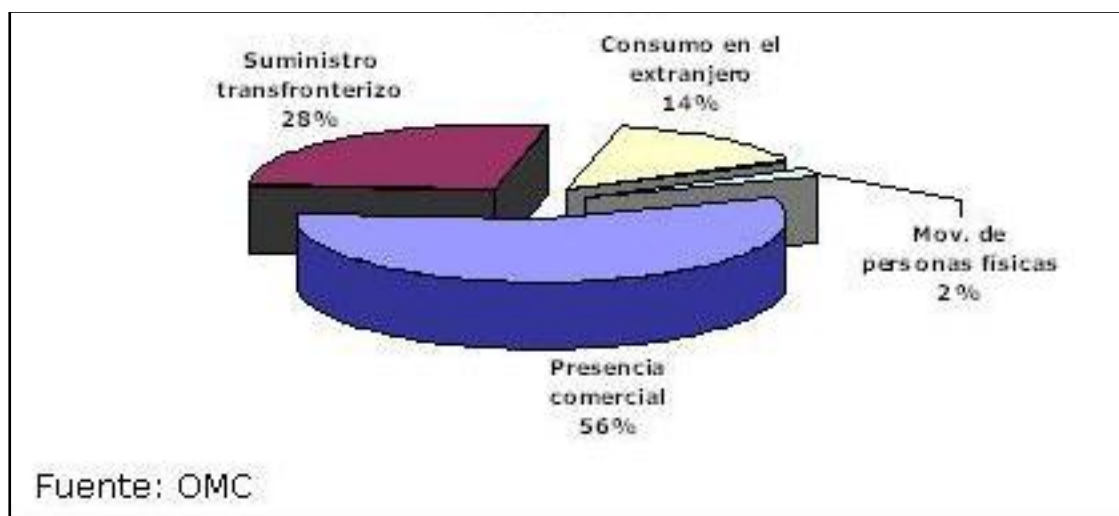
- Aplica tanto para exportaciones de bienes como de servicios.
- Esta modalidad está concebida para la presencia mediante la figura de subsidiarias sucursales.
- Normalmente esta modalidad está tratada como una modalidad de inversión extranjera en el país receptor.
- Esta modalidad es frecuentemente exigida para que se pueda prestar un servicio, como en el caso del sector financiero y de seguros,
- El proveedor del servicio cruza la frontera para establecer presencia comercial en el extranjero, a través de la cual proporciona el servicio.
- Cualquier tipo de empresa incluidas las sociedades mercantiles, sucursales, oficinas de representación, etc.
- Una empresa local de ingeniería abre oficina de proyectos en el extranjero por la duración de un proyecto de construcción.
- Los bancos necesariamente tiene que abrir una sucursal para prestar el servicio.

Movimiento de personas

- Un residente en Colombia se desplaza temporalmente a prestar un servicio en el exterior.
- No implica trámites aduaneros. Pero se debe tener en cuenta los requisitos migratorios. Visas.
- El ingreso por concepto de su servicio se recibe generalmente en divisas.
- Ejemplos: La consultoría, capacitación.
- Esta modalidad se aplica sólo a las personas cuando pasan una temporada en otro país a fin de prestar algún servicio.

- Los empleados de los proveedores de servicios.
- Una empresa local de capacitación envía a un instructor al extranjero para dictar un curso a los directivos.
- Esta modalidad depende directamente de las facilidades para realizar viajes de negocios temporales.

Gráfico 18. Participación de los modos de suministros de servicios



Los servicios prestados bajo la modalidad de presencia comercial son los más importantes 56%, seguidos por el suministro transfronterizo 28%.

Clase de servicios

- Servicios comerciales: profesionales, los relacionados con la tecnología de la información, la investigación y el desarrollo.
- Servicios de comunicación.
- Servicios de construcción y servicios de ingeniería conexos.
- Servicios de distribución.
- Servicios de educación.
- Servicios ambientales.
- Servicios financieros.
- Servicios relacionados con la salud y servicios sociales.
- Servicios relacionados con el turismo y los viajes.

- Servicios recreativos, culturales y deportivos.
- Servicios prestados a las empresas.
- Servicios de transporte que comprende el de personas y mercancías.
- Otros servicios no incluidos en otras categorías: Suministro de gas, energía y agua.

Tercerización de Procesos de Negocios: Oportunidades para las Regiones:

KPO: i) Servicios de ingeniería entre los que se destacan: diseño y análisis de productos; ii) Farmacéutico.

BPO: i) Financiero; ii) Salud; iii) Mercadeo y ventas al detal; iv) educación y entrenamiento.

Posicionamiento de la industria: Servicios en español de bajo costo.

Cadena del Sector Salud³

Con base en el estudio elaborado por la Cámara de Comercio de Bogotá, denominado “Balance Tecnológico Cadena Productiva Salud de Alta Complejidad en Bogotá y Cundinamarca” en el año 2006, la variedad de procedimientos, actividades e intervenciones que cada uno de los servicios de salud implica, hace compleja la definición de una cadena simple que sea aplicable a todos los servicios de salud; por lo tanto, la cadena será definida para un grupo limitado de servicios relacionados entre sí, como los son los servicios dentales y cirugía plástica.

La cadena productiva de los servicios de salud está conformada por tres eslabones, que se refieren a la producción de insumos, prestación de los servicios médicos y comercialización a través de terceros pagaderos. En el primer eslabón se lleva a cabo la producción de medicamentos, material médico-quirúrgico, instrumentos y otros insumos. Dentro de los medicamentos se incluyen los hospitalarios y los administrados en este mismo ámbito, así como los ambulatorios. Otros insumos utilizados en esta cadena son los sueros, con sus respectivos equipos de venoclisis, los reactivos y los químicos para pruebas de laboratorio clínico, las placas radiológicas, líquidos para revelado y material para impresión de imágenes diagnósticas, tejidos humanos (incluyen sangre y derivados), órganos para trasplantes o partes de los órganos. De igual manera, los insumos comprenden los equipos médicos y de laboratorio, los equipos de diagnóstico y de tratamiento, así como de

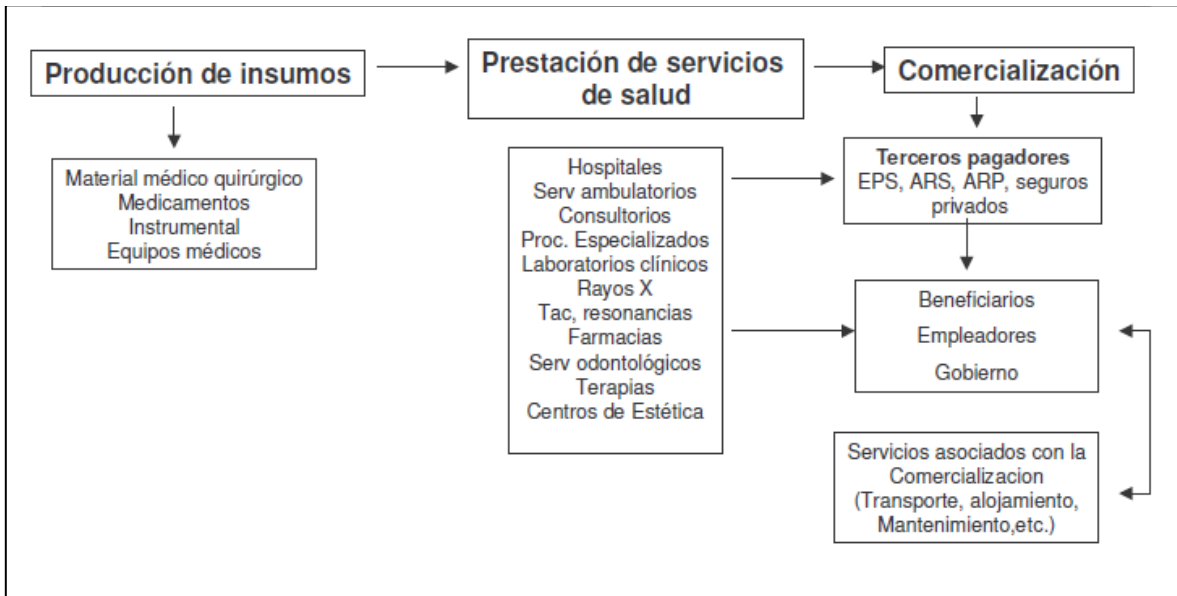
³ Esta sección fue tomada del documento: Balance Tecnológico Cadena Productiva Salud de Alta Complejidad en Bogotá y Cundinamarca”. Cámara de comercio de Bogotá. 2006.

dotación y soporte, y por último, todo material consumible para equipos de oficina y otras áreas de las instituciones prestadoras de servicios de salud.

La comercialización de los insumos es el eslabón intermedio entre la producción de estos y la producción de los servicios de salud; dicho eslabón está conformado por distribuidores mayoristas y detallistas. Sin embargo, en las dos últimas décadas las entidades prestadoras de los servicios de salud se han dedicado a comprar en bloque los insumos, con el fin de generar mejores negociaciones con los proveedores.

La prestación de los servicios de salud propiamente dichos es ofrecida por diversas organizaciones con diferentes grados de interacción e integración; dentro de estas se encuentran los hospitales, quienes prestan los servicios para pacientes con cuadros clínicos agudos y sub-agudos; también comprende las organizaciones de menor tamaño prestadoras principalmente de servicios ambulatorios, consultas, terapias o pruebas diagnósticas e instituciones prestadoras de servicios indirectos, tales como las pruebas de laboratorio que se consideren necesarias.

Gráfico 19. Cadena de Servicios de Salud



Fuente: Fedesarrollo con base en CCB (2006) "Balance Tecnológico Cadena Productiva Salud de Alta Complejidad".

Proporcionar servicios médicos suele ser una tarea relativamente compleja, ya que no presenta una secuencia única en sus procesos; es por esto por lo que las principales dificultades que enfrenta la prestación de los servicios de salud son los flujos no unidireccionales, el rol del médico, los diversos grados de integración entre los componentes del servicio, y la función de prestación del mismo. La primera de estas dificultades se refiere a la carencia de una secuencia ordenada de pasos para aplicar los servicios ante un suceso de enfermedad; es decir, los pacientes pasan por diferentes servicios según las necesidades y tratamiento que se deba seguir. La segunda dificultad tiene relación con el rol del médico, quien es la persona que determina la demanda de los servicios de salud después del primer contacto con el paciente.

Aparte de la integración de los médicos con los hospitales, las instituciones han buscado tener sus propios laboratorios clínicos, servicios de imagenología y otros equipos de diagnóstico, lo que ocurre para evitar el comportamiento oportunista que pueda presentar un proveedor externo ante la urgencia de realizar una prueba de laboratorio o un diagnóstico dado; claro está, que servicios programables como las cirugías suelen usar los servicios contratados a proveedores externos.

En el plano de las dificultades que se vienen abordando, es preciso referir lo pertinente a la función de coordinación de los servicios, para lo cual se toma textualmente lo expresado por la Cámara de Comercio de Bogotá en el documento antes citado, así:

Función de coordinación: Dado que el paciente pasa de un componente a otro de esta parte de la cadena en ambas direcciones y no en forma unidireccional, y puesto que entra en contacto con múltiples escenarios de atención y disciplinas del conocimiento, se hace necesaria una función de coordinación que haga que el producto de todos estos componentes sea más que la suma de ellos. En el modelo tradicional de práctica médica individual, estos componentes están desconectados, lo que genera grandes ineficiencias e incluso mala calidad técnica porque los procesos son tan complejos que las posibilidades de error son muy altas.

El componente de coordinación hace que todos los componentes del eslabón de prestación de servicios de salud se interconecten para mejorar la eficiencia y la calidad. La coordinación no es un eslabón propiamente dicho, pues no está entre otros dos eslabones de la cadena, sino que conecta los componentes del eslabón de la prestación de servicios. Esta coordinación obviamente debe estar en manos del médico, cuando no de un equipo

interdisciplinario, apoyado por un sistema de información que permita mantener un monitoreo permanente de todos los eventos, los médicos, las instituciones y los pacientes, de tal manera que sea posible lograr un resultado mucho mejor que el que se lograría con un sistema descoordinado.

El documento citado establece que los dos principales consumidores de los servicios de salud son los pacientes y los terceros pagaderos; estos últimos son el agente comercializador de los servicios médicos, quien se convierte en prestador de servicios en cuanto tiene a su cargo una población que demanda servicios médicos, por lo cual los terceros pagaderos deben llevar a cabo contratos con las instituciones prestadoras, permitiendo que sus afiliados gocen de los servicios que requieran en materia de salud. Entre los terceros pagaderos no solo se encuentran las empresas de seguros de salud, sino también las entidades de seguridad social, que para el caso de Colombia son las Entidades Promotoras de Salud –EPS- si se habla de régimen contributivo, puesto que para el régimen subsidiado las encargadas son las Administradoras del Régimen subsidiado –ARS-. Otro tipo de terceros pagaderos de la seguridad social son las Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP), las cuales aseguran los siniestros asociados a enfermedades profesionales y accidentes de trabajo.

Los pacientes reciben los servicios de salud a través de terceros pagaderos, ya sea por parte de la seguridad social, seguros privados o pagados por el empleador; sin embargo, en el caso de los pacientes de escasos recursos que no cuentan con cobertura de terceros pagaderos, la salud es pagada por el ente territorial respectivo.

Cada uno de los eslabones de la cadena de salud recibe apoyo de distintos componentes como lo son los sistemas de información, funciones administrativas, apoyo logístico, apoyo técnico, comercialización en el exterior, seguimiento postservicio, centros de desarrollo tecnológico, licenciamiento, acreditación y certificación, los cuales permiten cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos.

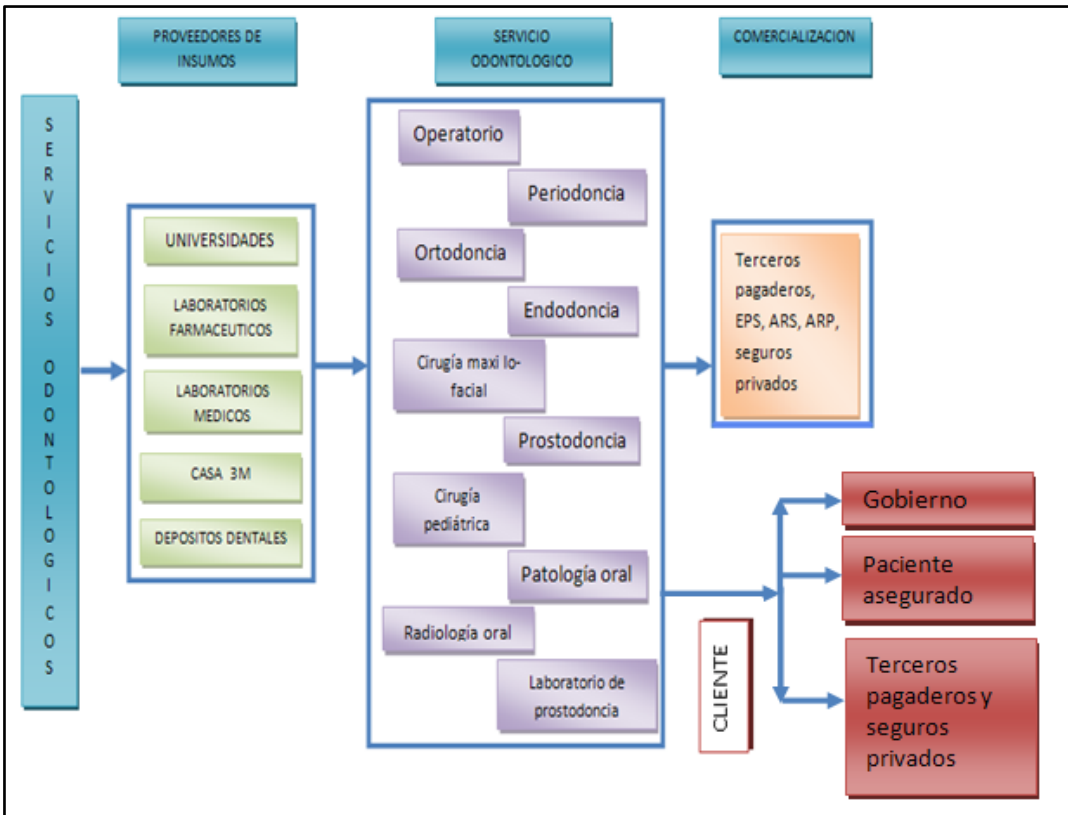
Es importante tener en cuenta que los dos servicios analizados cumplen con los eslabones de la cadena productiva de salud; sin embargo, la prestación del servicio odontológico se hace de manera ambulatoria, mientras que los servicios de cirugía estética sí requieren en muchos casos de la hospitalización.

A partir del análisis elaborado por la Cámara de Comercio de Bogotá, se puede establecer que se dispone de poca o ninguna información actualizada del sector, a causa de la existencia de un número considerable de micro-empresas poco interconectadas, cuyos productos son muy heterogéneos, y no reportan información a ninguna agremiación de manera estandarizada y constante.

Servicios odontológicos

Como ya se dijo, los servicios odontológicos cumplen con los mismos eslabones que conforman la cadena de salud; sin embargo, estos servicios son netamente ambulatorios. En la siguiente figura se muestra la estructura de la cadena, identificando cada uno de los agentes que intervienen en la producción de insumos, la prestación de los servicios y comercialización de los mismos.

Gráfico 20. Estructura de los Servicios Odontológicos



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

Suministro de materias primas e insumos: Existe una gran variedad de proveedores para los servicios odontológicos. Los recursos humanos de alta calidad provienen de las universidades, colegios y fundaciones; dentro de ellos cabe destacar el Colegio Universitario Colombiano, la Universidad del Bosque, La Universidad Nacional de Colombia, La Fundación Universitaria San Martín, La Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Antonio Nariño, entre otros.

Los proveedores de equipos, indumentaria, materias primas e insumos están a cargo de casas importadoras, de depósitos dentales y de empresas del sector; entre ellas se encuentra la casa 3M, y algunas empresas como Impant Innovations. Inc, Implamed, Steri-Oss Implants, Biohorizonts Implants, Nobelbiocare, TSulzercalcitek, Paragon –implan, A-dec, Equipos de Radiología Oralradiology, Instrumental Hulfriedy, Pieza mano Kavo, Bienair, Nskamerica, Equipos odontológicos Stabidentent, las cuales en su mayoría son del exterior.

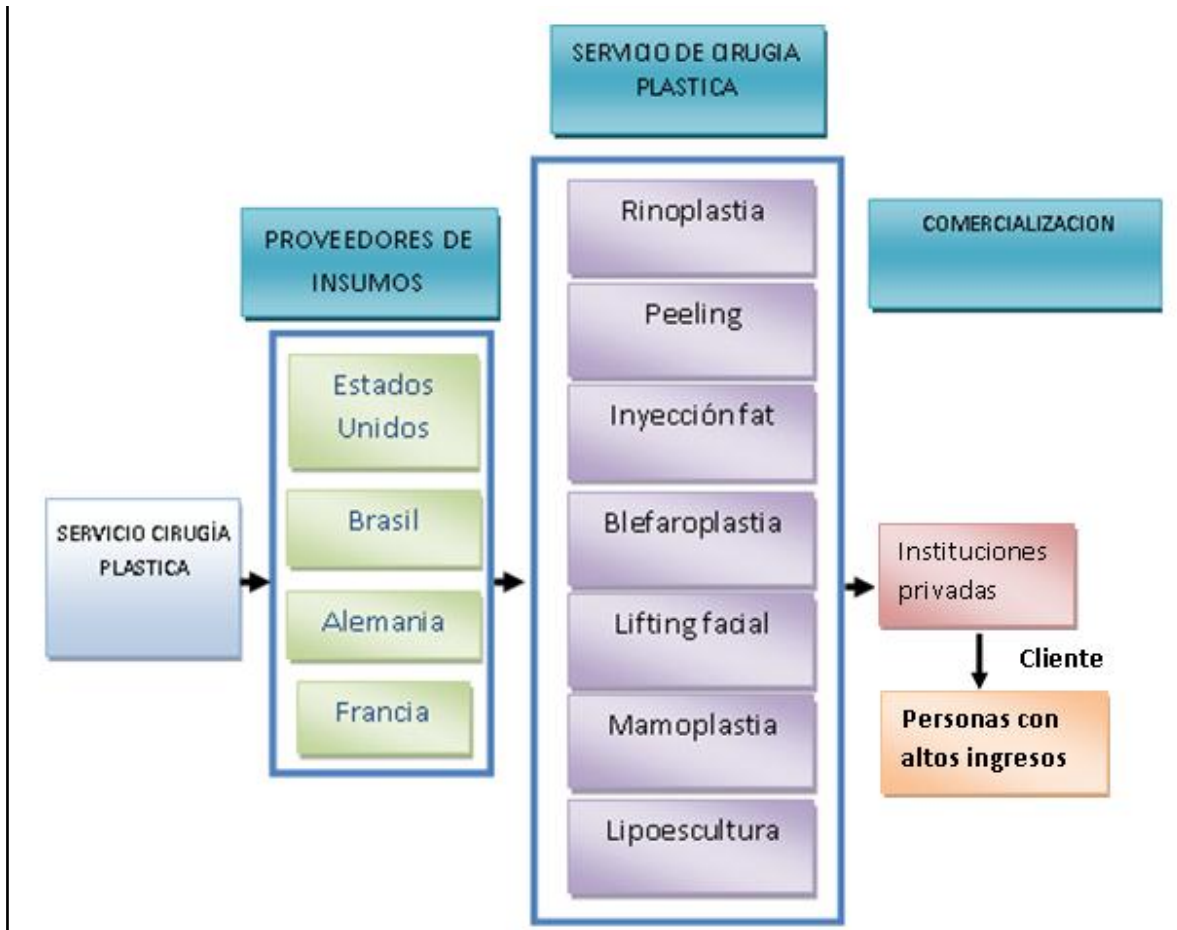
Servicios odontológicos prestados por las instituciones: El desarrollo de la odontología ha llevado a establecer distintos tratamientos que buscan mantener unos dientes sanos; sin embargo, dentro de los servicios odontológicos estudiados en la cadena se analizaron aquellos que requieren mayor especialidad para su ejecución; algunos de ellos son: endodoncia, cirugía maxilo-facial, ortodoncia, prostodoncia, periodoncia, odontopediatría, odontología cosmética, blanqueamiento con sistema láser.

Servicios de cirugía estética

La cirugía plástica practicada en Colombia ha adquirido a nivel mundial un gran reconocimiento; por lo cual, se suele decir que Colombia es un paraíso turístico de la cirugía plástica, especialmente a nivel Bogotá. No obstante, es importante tener en cuenta que aunque la oferta también está en permanente crecimiento, no todos los que prestan estos servicios son verdaderos cirujanos plásticos; por lo que es recomendable que tanto la institución como el médico estén acreditados por la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, quien avala y respalda la idoneidad del cirujano plástico como médico y especialista.

Los servicios de cirugía estética, al igual que los servicios odontológicos comprenden tres eslabones: el primero de ellos corresponde a los proveedores de insumos, el segundo son los servicios de cirugía actualmente aplicados y, finalmente, el tercer eslabón se refiere a la comercialización o la forma en que llegan los servicios a los usuarios.

Gráfico 21. Estructura de los servicios de cirugía estética



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

Suministro de materias primas e insumos: El material médico-quirúrgico, los medicamentos y los instrumentos son suministrados por la industria nacional; no obstante, los implantes, equipos, tecnología, tejidos y demás materiales utilizados en la aplicación de los servicios son proporcionados en su totalidad por empresas del exterior. Por ejemplo, Brasil y Estados Unidos son productores de insumos para implantes mamarias.

Servicios de cirugía estética prestados por las instituciones: Los procedimientos corporales que se llevan a cabo son muy variados. Algunos de ellos son: mamoplastía de aumento,

mamoplastia de reducción, dermolipectomía, lipectomía, cirugía estética facial, liposucción, micro inyección de grasa, aplicación de Botox (procedimiento no quirúrgico), entre otros.

Oportunidades servicios de salud

- Altos niveles de calidad y prestigio
- Bajos costos en términos internacionales
- Empresas con interés exportador
- Según la OMS, Colombia:
 - ✓ No. 1 en América Latina en sistema de salud
 - ✓ No. 22 en el mundo por el notable desarrollo humano y tecnológico de la medicina (entre 191 países)

Desafíos servicios de salud

- Las exportaciones de servicios de salud a EE.UU. tienen potencial limitado
- Amplia cobertura de seguros médicos: el mercado objetivo se circunscribe a enfermedades no cubiertas
- Limitaciones a transferibilidad de los seguros médicos
- Limitaciones en cobertura para la circulación internacional de pacientes
- Colombia tiene competidores importantes en turismo médico en América Latina
- Países como Panamá, Costa Rica y México han implementado estrategias similares

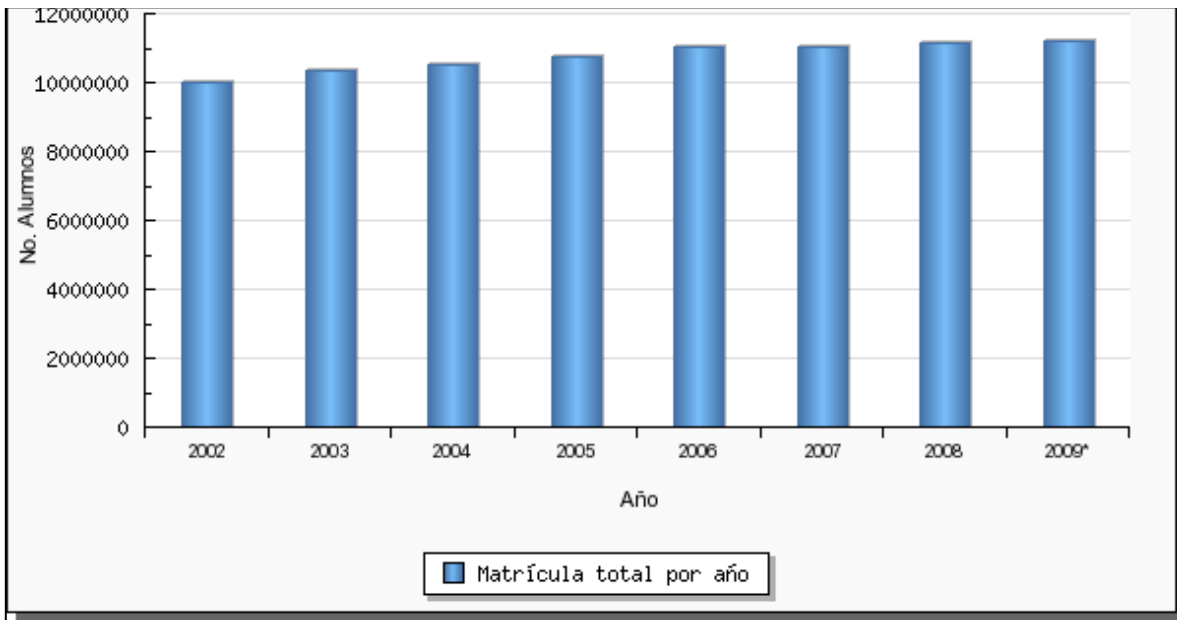
Cadena del sector de Servicios de educación

En servicios educativos, tanto del sector público como del privado, el sector registró el siguiente desempeño en los últimos años, de acuerdo con la última información disponible del Ministerio de Educación:

De acuerdo con la información reportada por las Secretarías de Educación en el año 2009 asistieron a educación básica y media 11.322.620 estudiantes, de los cuales 9.499.403 fueron atendidos por el sector oficial y 1.823.217 por el sector no oficial, alcanzando una tasa de cobertura bruta en educación básica y media de 104.65% y una tasa de cobertura neta del 90.03%.

Del total de estudiantes matriculados 8.570.218 fueron atendidos en establecimientos educativos localizados en la zona urbana y 2.752.402 en establecimientos ubicados en la zona rural. De los 24.480 establecimientos educativos existentes en el país 13.806 son oficiales y 10.674 no oficiales.

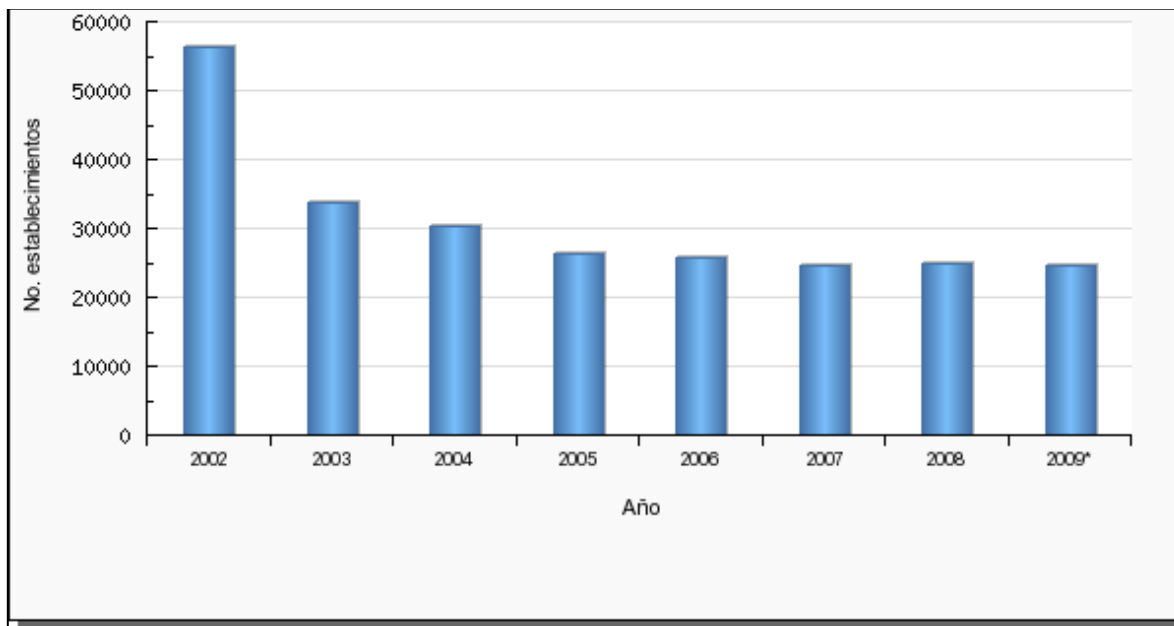
Gráfico 22. Educación Básica y media. Matricula Total



Fuente: Ministerio de educación Nacional

En el año 2003 se da inicio al proceso de fusión de establecimientos educativos en el sector público lo cual permite explicar la disminución en el número de establecimientos educativos desde 2002 hasta 2009.

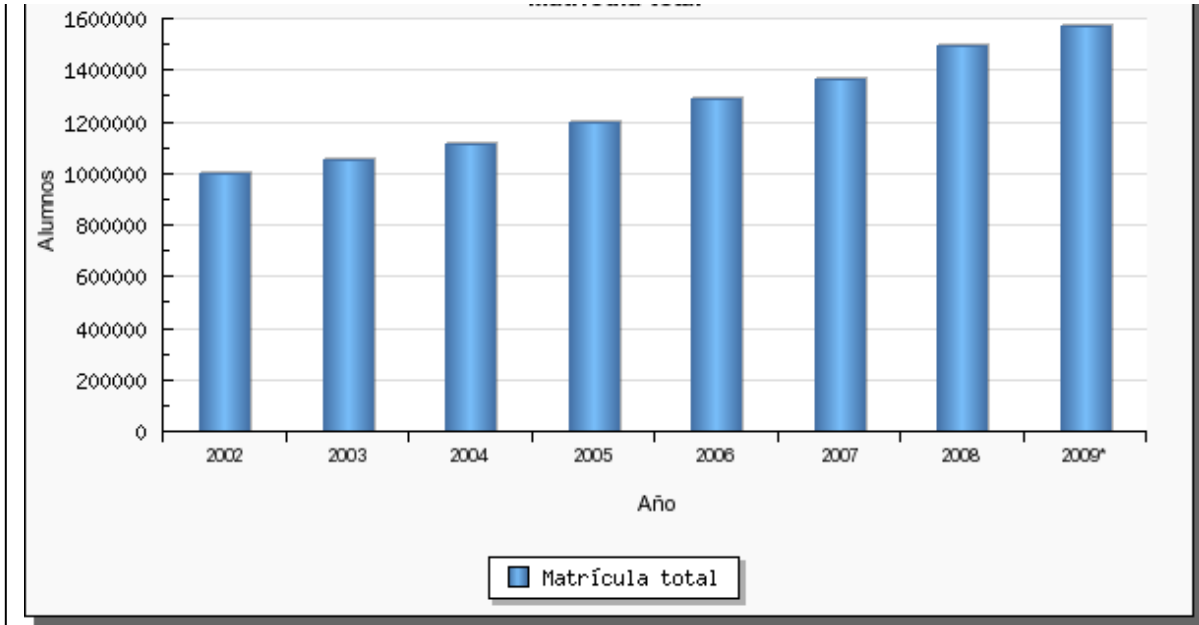
Gráfico 23. Número de establecimientos educativos Básica y Media



Fuente: Ministerio de educación Nacional

Ahora bien, en 2009 asistieron a Educación Superior cerca de 1.5 millones de estudiantes lo que significó un incremento de casi 10 puntos en la tasa de cobertura bruta en los últimos 6 años al pasar de una tasa del 24.4% en 2002 al 34.1% en 2008. En 2008 el 55.4% de la matrícula fue atendida en Instituciones de Educación Superior Públicas y el 44.6% restante en Instituciones privadas. De las 282 Instituciones de Educación Superior existentes en el país 81 son oficiales y 201 privadas. El crecimiento más significativo de matrícula se ha presentado en los niveles de formación técnica y tecnológica que pasaron de representar en 2002 el 18.3% del total de la matrícula en educación superior al 31.1% en 2008.

Gráfico 24. Educación Secundaria. Matricula Total



Fuente: Ministerio de educación Nacional

Propuestas normativas para el tratamiento tributario vinculado a la exportación de servicios

Se busca proponer modificaciones tributarias a la normativa que rige la exportación del sector servicios con el fin de mejorar las condiciones del comercio de servicios.

Se logró la expedición del Decreto 1805 del 24 mayo 2010, el cual fue una propuesta realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá y el Consejo Privado de Competitividad al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mediante el cual se permite la exención del pago del IVA para servicios prestados en el exterior.

Negociaciones de capítulos de servicios en Tratados de Libre Comercio

4 en vigor: CAN, México, Chile, Triángulo Norte

4 negociados y firmados: Estados Unidos, Canadá, AELC, Unión Europea

3 en negociación Panamá, Corea del Sur, Mercosur

Ahora bien, es indispensable reconocer que el sector de servicios es un creciente motor de empleo y producción. La política comercial y sectorial debe responder a la nueva demanda mundial con una oferta diversificada y de elevada calidad.

Finalmente, las regiones tienen un importante potencial para en el sector de servicios y en la exportación de los mismos.

4. GRADO DE CONCENTRACION

Con el propósito de contribuir a la caracterización de los sectores económicos de la economía, en la presente entrega se presenta un informe basado en el principio de Pareto, el cual permite establecer el grado de concentración que existe en los diferentes sectores de acuerdo con el volumen de ventas y el número de empresas que reportan información.

Establecer el grado de concentración de un sector en la economía y particularmente el tipo de mercado predominante, es un proceso más complejo que considerar únicamente el volumen de sus ventas; por cuanto requiere un estudio detallado de su desarrollo tecnológico, el grado de especialización de sus líneas de producción o servicios, el tamaño de los clientes, la estructura de costos, la formación de precios, las economías de escala, el grado de integración, etc. Por tanto lo que se pretende con la aplicación del principio de Pareto es tan sólo disponer de un indicador sencillo y de fácil comprensión, que permita conocer la cuota de mercado que tienen las empresas colombianas en los diferentes sectores y por ende el grado de concentración de las ventas en relación con el número de empresas que las efectúan, dentro de la muestra considerada.

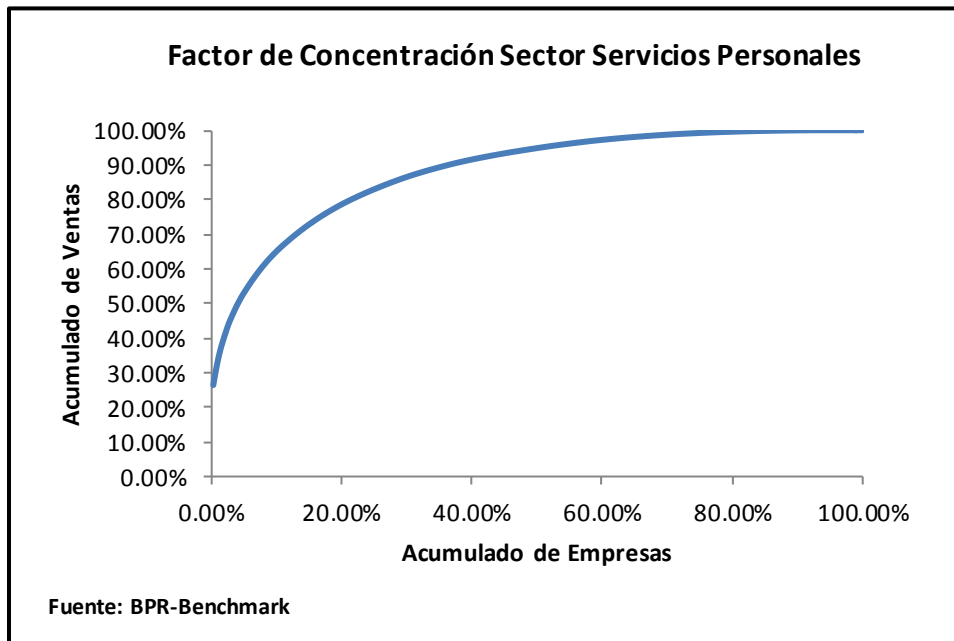
No obstante, la apreciación del mayor o menor liderazgo de las empresas en un mercado particular o sectorial, suministra elementos de juicio valiosos que coadyuvan a entender el grado de competitividad, implicaciones de la aplicación de políticas gubernamentales, estructura de su cadena productiva, comportamiento de los precios, grado de especialización del factor trabajo, barreras de entrada a nuevas empresas, tamaño de sus activos, grado de acceso a las fuentes de financiación, información transmitida al mercado, etc. todo ello orientado a comprender mejor los riesgos y oportunidades que tiene las empresas en términos de su crecimiento, estabilidad, solidez o insolvencia.

El comportamiento y evolución de un sector cuya producción y ventas estén altamente concentradas en un mínimo de empresas, de hecho estará muy correlacionado con el

estudio de lo que le suceda a una o dos empresas en particular, ya que ellas condicionan en la práctica al sector; no así ocurre donde exista un alto grado de competencia, con la presencia de muchas empresas de tamaño similar, donde ninguna es predominante y la suma de ellas determinan el comportamiento sectorial.

Con esta orientación, la siguiente Gráfico muestra en el eje horizontal el porcentaje acumulado de empresas y el eje vertical el porcentaje acumulado de ventas; la línea vertical que corta con la curva, muestra el porcentaje acumulado de empresas para un nivel de ventas del 80% (valor aproximado); de tal forma que entre más cercana este la línea al origen, mayor será el nivel de concentración y viceversa; es decir mientras más se aleja del origen menos será la concentración.

Gráfico 25. Factor de concentración. Servicios personales



En este sector la muestra de BPR contiene 673 empresas con información de ventas, las 144 primeras equivalen al 21.55% del total de empresas y concentran el 80.04% de las ventas.

Las empresas con el mayor volumen de ventas en el año 2010 fueron: **COOMEVA ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD S.A.** con \$1,932,610 millones; en segundo lugar se ubicó **SERVICIOS POSTALES NACIONALES S.A.** con ventas por \$ 159,686 millones y en tercer lugar estuvo **MANPOWER DE COLOMBIA LTDA** con ventas por \$ 118,142 millones.

COOMEVA EPS⁴ inició labores el 01 de agosto de 1995, en un principio sólo para la ciudad de Cali y más adelante al servicio del resto del país. En 1996 el crecimiento de Coomeva EPS se hace notar, superando la cifra propuesta de 156.600 afiliados por 202.272 afiliados en el Régimen Contributivo. En 1997 se comenzaron las primeras aplicaciones de modelos conceptuales y planes institucionales; se atendía una población de 444.535 afiliados presentes en el Atlántico, Santander, Antioquia, Cundinamarca, Bogotá D.C., Risaralda, Quindío, Valle del Cauca, Nariño, Cauca, Caquetá y la Guajira, mediante tres sucursales en las principales ciudades del país: Cali, Medellín y Bogotá.

1998 fue la consolidación de la operación, desarrollando una nueva plataforma informática que respondía al crecimiento poblacional con 671.510 afiliados en el Régimen Contributivo. Se instalaron nuevas unidades de atención tales como Mushaisa en la Guajira; en los Ingenios del Valle del Cauca donde se tenía la mayor población cotizante y en Medellín con la Clínica Sommer, Clínica Las Américas, Clínica El Prado y Clínica Conquistadores.

En 1999 se inicia una nueva etapa con el Software COOEPS Siglo XXI desarrollado por la misma EPS. Éste se convierte en una plataforma de ayuda para la operación de la empresa, que tenía que manejar la información de 841.941 afiliados en el Régimen Contributivo en cuatro Sucursales en las ciudades principales del país (Cali, Medellín, Bogotá y Barranquilla).

En el año 2000 se contaba con una población de 1.294.402 afiliados en el Régimen Contributivo y presencia en más de 650 municipios del país mediante 30 oficinas. En el 2001 Coomeva EPS se consolidó como la segunda EPS privada en el Régimen Contributivo, con una población de 1.335.203 afiliados en 692 municipios del país. Se desarrolló el Software E-Case, ahora Atentos Coomeva, para la recepción de la voz del cliente.

En el 2002 se consolidaron territorialmente dos Zonas, el Eje Cafetero y el Nororiente del país, para atender un total de población de 1.506.048 afiliados en 756 municipios colombianos. En el año 2003 Coomeva EPS continuó consolidándose en el sector de la Seguridad Social en Salud, con una población de 1.789.023 afiliados con una presencia en 882 municipios del país.

⁴ Tomado de la página web de la empresa.

Para el 2006 Coomeva EPS continuaba ofreciendo servicios de salud a sus afiliados realizando más de 6 millones consultas médicas y más de un millón y medio de actividades de prevención odontológica entre otros servicios asistenciales. Siendo la segunda EPS privada más grande, con una población total de 2.612.276 afiliados en 1036 municipios de Colombia.

En el 2007 La EPS fue invitada a la Reunión Nacional de Salud Materna y Perinatal del Ministerio de la Protección Social en noviembre de 2007. Participó con la ponencia “Consolidación de un Sistema de Vigilancia Activa de la Morbimortalidad Materna y Perinatal en Coomeva EPS para el Mejoramiento de la Calidad”. Esta presentación fue ampliamente reconocida por los participantes, entre ellos, la Organización Panamericana de la Salud - OPS; el Fondo de Población de las Naciones Unidas – UNFPA; EPS, ARS y Entes Territoriales, dado que en ella se plasman los logros que en materia de la salud materna y perinatal ha tenido la EPS en el cuatrienio 2004 - 2007.

La Red Postal de Colombia es la marca bajo la cual opera **SERVICIOS POSTALES NACIONALES S.A.**⁵, empresa a la cual le ha sido asignada la responsabilidad de garantizar y permitir a todos los ciudadanos un servicio postal de calidad, competitivo y de alcance universal. Ofrece un amplio portafolio de servicios de correo, especiales de correo y mensajería especializada, mediante la red de mayor cobertura nacional. Colombia tiene presencia activa en la Unión Postal Universal - UPU, organismo especializado del cual hacen parte 191 países que conforman la red postal más amplia y extensa del mundo.

El Gobierno Nacional mediante el Decreto No. 4310 de 2005 autorizó a la Administración Postal Nacional – ADPOSTAL a constituir una sociedad filial, conforme al artículo 49 de la Ley 489 de 1998. En consecuencia, mediante escritura pública No. 2.428 del 25 de noviembre de 2005, otorgada en la Notaría Cincuenta del Círculo de Bogotá, se constituyó una sociedad filial de Empresa Industrial y Comercial del Estado, vinculada al Ministerio de Comunicaciones, bajo la modalidad de sociedad anónima, denominada Servicios Postales Nacionales S.A., sociedad pública con autonomía administrativa, patrimonial y presupuestal que ejerce sus actividades dentro del ámbito del derecho privado, como empresario mercantil. Su funcionamiento, organización y régimen jurídico de los actos, contratos, servidores y relaciones con terceros se sujetarán a las disposiciones estipuladas en el artículo 94 de la Ley 489 de 1998.

La función principal de Servicios Postales Nacionales S.A., es prestar el servicio postal de Mensajería Especializada a nivel Nacional y en conexión con el exterior. Además de ser una sociedad con autonomía administrativa, patrimonial y presupuestal y que ejerce sus actividades dentro del ámbito del derecho privado, como empresario mercantil.

⁵ Ibid

Tabla 2. Empresariales Especiales (\$ millones)

No	RazonSocial	Ventas	Acumulado Ventas	Acumulado Empresas	Rentabilidad sobre Ventas	Rentabilidad sobre Patrimonio	Endeudamiento	Utilidad Neta
1	COOMEVA ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD S.A.	1,932,610	26.38%	0.30%	-0.02%	-0.34%	74.03%	(402)
2	SERVICIOS POSTALES NACIONALES S.A	159,686	27.99%	0.45%	9.60%	10.52%	27.06%	15
3	MANPOWER DE COLOMBIA LTDA	118,142	29.57%	0.59%	1.58%	19.96%	50.72%	1,865
4	MANPOWER PROFESSIONAL LTDA	115,221	31.07%	0.74%	0.46%	7.18%	67.01%	526
5	PROMOTORA MEDICA LAS AMERICAS S.A	110,500	32.51%	0.89%	6.37%	10.46%	52.08%	7,042
6	RIESGOS E INVERSIONES BOLIVAR SA SAS	104,907	33.84%	1.04%	96.82%	12.20%	0.38%	101,570
7	INVERSIONES FINANCIERAS BOLIVAR SAS	98,093	35.06%	1.19%	94.87%	15.36%	5.83%	93,056
8	CLINICA DE MARLY S.A.	89,387	36.20%	1.34%	13.53%	10.84%	13.99%	12,097
9	TIEMPOS S. A.	83,331	37.27%	1.49%	0.37%	11.58%	83.46%	307
10	SOLUCIONES INMEDIATAS S.A.	78,616	38.20%	1.63%	1.24%	65.04%	78.36%	971
11	TALENTUM TEMPORAL LTDA	67,739	39.12%	1.78%	0.68%	25.19%	78.48%	459
12	EMPRESA DE MEDICINA INTEGRAL EMI S.A. SERVICIO DE AMBULANCIA PREPAGADA	67,634	40.04%	1.93%	8.90%	48.49%	79.22%	6,019
13	GENTE ESTRATEGICA S A	67,148	40.91%	2.08%	0.52%	7.40%	84.66%	351
14	TEMPORALES UNO A BOGOTA S.A.	63,769	41.75%	2.23%	0.72%	17.55%	65.68%	460
15	PROSERVIS EMPRESA DE SERVICIOS TEMPORALES PROSERVIS TEMPORALES SA	61,530	42.59%	2.38%	0.31%	11.86%	83.51%	193
16	DAR AYUDA TEMPORAL S.A.	61,302	43.40%	2.53%	0.22%	5.75%	74.44%	136
17	.OCONSTRUCCION Y DESARROLLO BOLIVAR SA SAS	59,863	44.16%	2.67%	99.88%	33.14%	0.04%	59,790
18	MISION EMPRESARIAL S.A. SERVICIOS TEMPORALES	55,253	44.84%	2.82%	0.60%	24.47%	73.58%	332
19	SOCIEDAD N.S.D.R. S.A.	50,305	45.49%	2.97%	10.90%	31.77%	73.28%	5,481
20	DISTRIBUIDORA TROPICAPASTO LTDA	47,588	46.13%	3.12%	1.57%	16.45%	55.30%	749

Fuente: BPR-Benchmark

El factor de concentración definido como el promedio del porcentaje acumulado de ventas sobre el porcentaje acumulado de empresas, para este sector es 3.71, que lo ubica en el puesto 51 dentro de los 84 sectores considerados.

En cumplimiento del principio de Pareto: el 80% de las ventas está concentrado en el 20% de las empresas, por lo tanto el valor del factor es de 4, alrededor de este número hay un número importante de sectores de la muestra considerada (50% de los sectores tienen un factor de concentración entre 3 y 4, y un 20% inferior a 3). Para el conjunto de los 82 sectores; el promedio muestra que el 80.33% de las ventas se concentra en el 19.8% del total de las empresas de la muestra.

En el extremo opuesto donde una sola empresa concentrara el 80% de las ventas el valor de factor depende del número de empresas en el sector. Entre mayor sea el número de empresas del sector y en un número reducida de ellas se concentren las ventas, mayor será el factor y viceversa; es decir, que si las ventas las hacen muchas empresas sin que predomine algunas de ellas, menor será el factor de concentración.

Si bien este factor permite hacer un ordenamiento válido de los sectores por grado de concentración, debe tenerse en cuenta en su interpretación el número de empresas que conforman la muestra en cada sector y que en algunos casos puede ser igual o estar muy próximo a la población total, como sucede en el sector de telefonía celular conformado por solo 4 empresas y donde una de ellas representa el 25% del total de empresas del sector y tiene el 67% de las ventas, con lo que se obtiene un factor de concentración de

1.75, que lo ubica en uno de los sectores “menos concentrados”, válido para la estructura propia del sector, pero menos evidente si se considera los distintos tipo de mercado del conjunto de la economía y donde este sector tiene las características típicas de un oligopolio.

El índice de concentración no pretende establecer el tipo de mercado que predomina en los sectores (monopolio, duopolio, oligopsonio, monopsonio, competencia), tan solo facilita el ordenamiento por el grado de concentración de las ventas, en un número determinado de empresas, teniendo en cuenta el número de ellas que lo conforman.

5. CALIFICACION DEL SECTOR - CONCLUSION

Los 82 sectores para los cuales se dispone de información financiera se han ordenado con base en 6 indicadores considerados como fundamentales en la generación de caja de las empresas: margen operativo, margen neto, endeudamiento, rotación de cartera, rotación de inventarios y crecimiento en ventas.

De acuerdo con el puesto relativo obtenido por el respectivo sector o subsector en cada uno de estos indicadores, se ha establecido un indicador promedio que sirve de base para ordenar los sectores en cuartiles, a los que se les asigna consecutivamente una calificación de forma tal que el primer cuartil (calificación 1) reúne el primer 25% de los sectores con los mejores resultados y el cuarto cuartil (calificación 4) reúne el último 25% de los sectores con los resultados menos favorables del conjunto.

La posición relativa de cada sector en el total indica el comportamiento general del desempeño financiero, de tal forma que la mejor posición es la del sector 1 y la peor la del sector 84.

Esta clasificación efectuada con base en el desempeño financiero de las empresas del sector, permite en forma objetiva clasificar cada uno de los sectores y evaluar de esta forma su evolución en el conjunto de los sectores.

En el ícono de la página WEB de Benchmark <http://www.bprbenchmark.com/> se presenta el RANKING SECTORIAL - CASH DRIVERS para los últimos siete años, donde el usuario puede interactuar en forma dinámica con cada uno de los seis indicadores y conocer la posición relativa de cada uno de los sectores, por indicador y para total de los seis indicadores.

Este sector se calificó dentro del primer cuartil en 2010 y ocupó la posición 26 en el ordenamiento de los 84 sectores. Este sector pertenece al grupo que reúne el primer 25% de los sectores con los resultados más favorables del conjunto. Es más, de acuerdo con su indicador de Rotación de Inventarios es posible ubicar al sector en una posición más alta, en este caso el sector se ubica en el lugar número 19, lo cual es resultado de alcanzar 30 días de rotación de inventarios durante 2010.

Anexo 1 Evolución histórica de la principales cifras financieras del sector 2006 – 2010
 (\$ millones)

Sector Servicios Personales	2006	2007	2008	2009	2010
Tamaño					
Ventas	6,519,000	7,345,202	7,520,299	7,456,802	7,326,110
Activos	4,877,997	4,973,426	4,224,686	5,522,661	5,675,250
Utilidad	165,745	227,838	165,186	402,895	412,397
Patrimonio	2,727,803	2,667,456	1,926,330	3,157,432	3,511,458
Dinamica					
Crecimiento en Ventas	38.18%	12.67%	2.38%	-0.84%	-1.75%
Crecimiento en Activos	52.45%	1.96%	-15.05%	30.72%	2.76%
Crecimiento en Utilidades	0.75%	37.46%	-27.50%	143.90%	2.36%
Crecimiento del Patrimonio	57.53%	-2.21%	-27.78%	63.91%	11.21%
Rentabilidad					
Rentabilidad sobre Ventas	2.54%	3.10%	2.20%	5.40%	5.63%
Rentabilidad sobre Activos	3.40%	4.58%	3.91%	7.30%	7.27%
Rentabilidad sobre Patrimonio	6.08%	8.54%	8.58%	12.76%	11.74%
Utilidad Operativa / Ventas (Rentabilidad operativa)	2.30%	3.60%	3.35%	6.53%	6.57%
Endeudamiento					
Endeudamiento	44.08%	46.37%	54.40%	42.83%	38.13%
Apalancamiento	78.83%	86.45%	119.31%	74.91%	61.62%
Pasivo Total / Ventas	32.98%	31.39%	30.56%	31.72%	29.54%
Eficiencia					
Rotación de Cartera	42	53	41	46	47
Rotación de Inventarios	9	9	6	6	6
Rotación de Proveedores	29	20	15	12	8
Ciclo Operativo	51	62	48	52	53
Liquidez					
Razón Corriente	1.34	1.4	1.33	1.29	1.27
Prueba Acida	1.27	1.32	1.27	1.24	1.22
Capital de Trabajo	520,003	643,016	520,663	478,838	396,923
Fuente: Benchmark					

Anexo 2. Pareto 2010

Pareto Sectores Económicos 2010					
No	Sector	Total Empresas	Acumulado Ventas % (A)	Acumulado Empresas % (B)	Factor A/B
1	Ensamblaje Automotriz - IND.	84	77.0%	2.4%	32.33
2	Exploración y Explotación Petrolera - ENERG.	199	79.1%	2.5%	31.49
3	Almacenes de Cadena - C. MIN.	182	79.6%	2.7%	28.96
4	Radio, Televisión y Cable - COMUN.	169	80.4%	3.6%	22.64
5	Carbón - ENERG.	79	80.0%	3.8%	21.07
6	Inversiones de Capital - INVER.	854	79.9%	4.2%	18.96
7	Aéreo de Carga y Pasajeros - TRANSP.	18	97.7%	5.6%	17.58
8	Azúcar - A.I.	133	79.0%	5.3%	15.01
9	Generación y Distribución de Energía - ENERG.	47	83.8%	6.4%	13.13
10	Minería Básica - ENERG.	160	81.1%	6.3%	12.97
11	Cemento y Concreto - CONST.	75	79.2%	6.7%	11.89
12	Artículos Domésticos por Mayor - C. MAY.	136	81.1%	8.1%	10.02
13	Alimentos Procesados - A.I.	416	80.1%	8.2%	9.80
14	Gaseosas, Cervezas y Bebidas Alcohólicas - IND.	60	81.0%	8.3%	9.72
15	Cauchos y Derivados - IND.	64	79.1%	9.4%	8.44
16	Café - A.I.	51	80.2%	9.8%	8.18
17	Petroquímica - IND.	27	83.5%	11.1%	7.52
18	Lacteos - A.I.	85	79.2%	10.6%	7.48
19	Periódicos y Revistas - IND.	40	81.3%	12.5%	6.50
20	Hierro y Acero - IND.	121	79.5%	13.2%	6.01
21	Productos Línea Hogar y Aseo - IND.	98	79.6%	13.3%	5.99
22	Laboratorios Farmaceuticos - IND.	169	79.8%	14.8%	5.39
23	Empresas Generales de Servicios - SERV.	365	79.8%	15.1%	5.30
24	Ladrillo, Enchapes y Pisos - CONST.	58	78.8%	15.5%	5.08
25	Alimentos Concentrados para Animales - A.I.	50	80.8%	16.0%	5.05
26	Comercio y Exportación de Café - C. MAY.	63	79.5%	15.9%	5.01
27	Banano - A.I.	128	80.0%	16.4%	4.88
28	Redes de Comunicación y Sistemas - C. MAY.	421	79.9%	16.4%	4.88
29	Vidrio - IND.	36	78.9%	16.7%	4.74
30	Cuero, Curtiembre y Marroquinería - IND.	57	80.7%	17.5%	4.60
31	Ingeniería y Obras Civiles - CONST.	1116	80.0%	17.7%	4.51
32	Terrestre de Carga - TRANSP.	135	79.9%	17.8%	4.50
33	Químicos y Derivados - IND.	203	79.8%	18.2%	4.38
34	Pescados y Mariscos - A.I.	37	80.2%	18.9%	4.24
35	Agencias de Viajes - SERV.	100	80.0%	19.0%	4.21
36	Papel, Cartón y Empaques - IND.	79	79.9%	19.0%	4.21
37	Electrodomésticos - IND.	42	80.0%	19.0%	4.20
38	Confecciones - IND.	203	80.0%	19.2%	4.16
39	Construcción y Edificación - CONST.	1255	80.0%	19.3%	4.15
40	Productos Agrícolas y Mineros - C. MAY.	300	79.9%	19.3%	4.13

Fuente: BPR-Benchmark

Pareto Sectores Económicos 2010					
No	Sector	Total Empresas	Acumulado Ventas % (A)	Acumulado Empresas % (B)	Factor A/B
41	Servicios Petroleros - ENERG.	57	79.1%	19.3%	4.10
42	Agropecuario Básico - A.I.	460	80.0%	19.6%	4.09
43	Textil - IND.	408	79.9%	19.6%	4.08
44	Inversiones Finca Raiz - INVER.	1464	80.0%	19.8%	4.04
45	Tinturas y Pinturas - IND.	54	80.5%	20.4%	3.95
46	Telecomunicaciones - COMUN.	246	80.0%	20.3%	3.93
47	Hotelería y Turismo - SERV.	349	80.0%	20.9%	3.82
48	Metalmecánico - IND.	387	80.1%	21.2%	3.78
49	Vehículos - C. MIN.	339	79.9%	21.2%	3.76
50	Mayoristas Generales - C. MAY.	1525	80.0%	21.3%	3.75
51	Servicios Personales - SERV.	673	80.0%	21.5%	3.71
52	Calzado - IND.	69	80.1%	21.7%	3.68
53	Empresariales Especiales - SERV.	1542	80.0%	21.8%	3.68
54	Molinería - A.I.	99	80.2%	22.2%	3.61
55	Asesorías Empresariales - SERV.	154	80.0%	22.7%	3.52
56	Maquinaria y Equipo - IND.	140	80.0%	22.9%	3.50
57	Libros y Publicaciones - IND.	74	79.7%	23.0%	3.47
58	Minoristas Generales - C. MIN.	1215	80.0%	23.1%	3.46
59	Impresión y Artes Gráficas - IND.	277	79.7%	23.2%	3.44
60	Maderas y Muebles - IND.	221	79.9%	23.5%	3.40
61	Manufacturas Especiales - IND.	411	80.0%	23.8%	3.36
62	Materiales y Equipos - C. MAY.	490	80.0%	24.3%	3.29
63	Carrocerías y Autopartes - IND.	74	80.0%	24.3%	3.29
64	Textil, Confección y Calzado - C. MAY.	593	80.0%	24.5%	3.27
65	Ganadero - A.I.	324	79.9%	24.7%	3.24
66	Recreación y Restaurantes - SERV.	205	79.9%	25.0%	3.20
67	Plásticos y Empaques - IND.	383	80.0%	25.6%	3.13
68	Combustibles y Lubricantes - C. MIN.	432	80.1%	26.9%	2.98
69	Artículos Domésticos por Menor - C. MIN.	190	80.0%	26.8%	2.98
70	Droguerías y Cosméticos - C. MAY.	85	80.5%	27.1%	2.97
71	Productos Alimenticios - C. MAY.	132	79.7%	27.3%	2.92
72	Servicios Aduaneros y de Carga - TRANSP.	113	80.0%	27.4%	2.92
73	Autopartes y Repuestos - C. MIN.	586	80.0%	27.5%	2.91
74	Equipos Hidráulicos y Electricos - IND.	80	79.7%	27.5%	2.90
75	Grasas y Aceites - A.I.	47	79.7%	27.7%	2.88
76	Flores - A.I.	346	79.9%	28.0%	2.85
77	Avícola -A.I.	105	80.4%	28.6%	2.81
78	Productos Químicos - C. MAY.	41	80.2%	29.3%	2.74
79	Ferreterías - C. MIN.	758	80.0%	29.7%	2.69
80	Cultivos de Palma - A.I.	34	81.2%	32.4%	2.51
81	Terrestre de Pasajeros - TRANSP.	47	80.6%	34.0%	2.37
82	Carnes - A.I.	24	80.5%	37.5%	2.15
83	Terminales de Transporte - TRANSP.	7	79.7%	57.1%	1.39
84	Telefonía Celular - COMUN.	4	87.5%	75.0%	1.17

Fuente: BPR-Benchmark