

INFORME SEMANAL



ISSN 1794-2616

No. 1532 | Agosto 13 de 2021

ANIF

Calle 70A No. 7-86
PBX: 744 67 00
Bogotá D.C.

Mauricio Santa María S.
Presidente de ANIF

Carlos Felipe Prada L.
Vicepresidente de ANIF

Anwar Rodríguez C.
Investigador Jefe de ANIF

Investigadores

Juan Sebastián Burgos V.
Camila Ciurlo A.
Daniela Escobar L.
Daniel Escobar A.
José Antonio Hernández R.
Laura Llano C.
Norberto Rojas D.
Erika Schutt P.
Camilo Solano C.

Investigador Asociado
Mauricio Pinzón L.

www.anif.com.co

E-mail: anif@anif.com.co



@ANIFCO



AnifOficial



ANIF

COMERCIO EXTERIOR: UNA NECESIDAD PARA LAS EMPRESAS

Las micro, pequeñas y medianas empresas son el principal motor de crecimiento económico, de transformación del aparato productivo y de generación de empleo e ingresos para buena parte de los colombianos. Hoy, las Mipymes representan alrededor del 99.6% de las empresas del país, generan cerca del 79.1% del empleo y se estima que el 40% del PIB.

En ANIF siempre hemos reconocido la importancia que tiene el segmento Mipyme en el desarrollo económico del país. Por eso, hemos acompañado desde hace varios años, a través de las Encuestas Empresariales, el crecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios de los sectores de industria, comercio y servicios. La Gran Encuesta Pyme (GEP), que tiene representatividad nacional y en algunas ocasiones representatividad regional, se ha consolidado como una de las fuentes principales de información sobre el desempeño de ese segmento empresarial. Sumado a eso, en ANIF iniciamos un proceso de estructuración de una única encuesta que recoja tanto a las micro como a las pequeñas y medianas empresas, la Gran Encuesta Mipyme (GEMP). A partir del rediseño metodológico de la encuesta, que incluye cambios en el cuestionario, en la muestra y mejoras en la representatividad nacional, vamos a cumplir con los requisitos para que los resultados sean una estadística oficial.

Agosto 13 de 2021

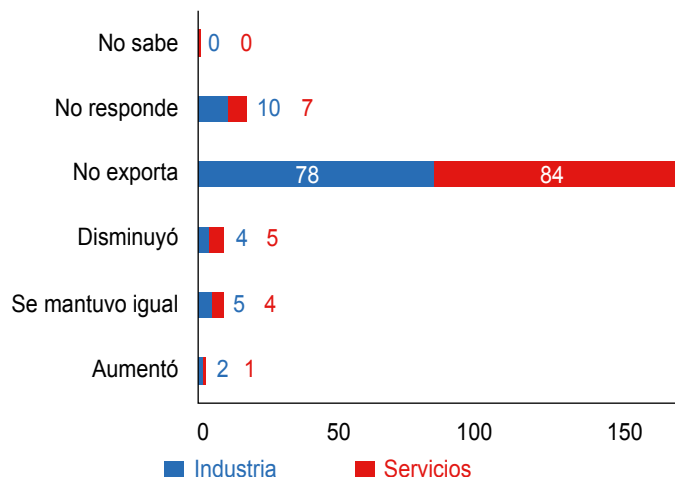
Ahora, en la última medición de la GEP, periodo 2020-II, quisimos dedicar dos módulos especiales a temas que consideramos vitales para el crecimiento y desarrollo del segmento Pyme, el comercio exterior y la inversión en innovación y TICs al interior de las empresas. En este Informe Semanal nos enfocaremos en el primer aspecto, a partir de una serie de ejercicios ahondaremos en los factores, internos y externos a las firmas, que inciden en mayor o menor medida en la incursión en el comercio global.

Avanzar hacia mercados internacionales

Cómo ya se mencionó, para ANIF es de suma importancia conocer el grado de internalización con el que cuentan el segmento Pyme en el país. Llegar a mercados internacionales es una clara señal de crecimiento para las empresas, pues está relacionado con mayores niveles de productividad y competitividad. Un mayor impulso en este frente es una deuda con las que cargan las Pymes en Latinoamérica y el Caribe y, sin duda, es un factor que ha impedido que las empresas logren el potencial que tienen como generadoras de empleo y de desarrollo económico.

De hecho, los resultados de la lectura de la GEP 2020-II son muy similares al comportamiento que presenta la región en cuanto a comercio exterior. Se estima que tan solo el 10% de las Pymes de la región se encuentran en actividades exportadoras, porcentaje que no es muy lejano a la situación que reportan las empresas encuestadas en la GEP (Garone, L, 2020 & Cardoza G, et. al, 2015). El Gráfico 1 muestra cómo al preguntar sobre el volumen de exportaciones con respecto al semestre anterior, buena parte de la muestra, tanto del sector indus-

Gráfico 1. Volumen exportado respecto al semestre anterior (% de respuestas, 2020-II)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

tria como servicios, manifestó no exportar (78% industria y 84% servicios).

Ahora bien, existe evidencia que demuestra que las empresas se enfrentan a una serie de barreras que les dificulta la llegada a mercados internacionales. Entre los factores se encuentran el acceso a financiamiento, la capacidad de innovar e integrar tecnología en los procesos, las habilidades del capital humano y la estructura de la organización. Al igual que los factores asociados a los entornos de negocios y a las condiciones económicas de las economías emergentes que, se sabe, enfrentan varios problemas y carencias.

Por esa razón, quisimos, a partir de la información recolectada en la GEP, indagar sobre los factores que pueden incidir, en mayor o menor grado, en la incursión de las empresas en el comercio global. Para eso realizamos ejercicios econométricos sencillos, en los que se utilizó un modelo Logit para conocer las características que tienen alguna influen-

Agosto 13 de 2021

cia sobre la probabilidad de que las Pymes tengan o busquen tener actividades de exportación. En el modelo se utilizó como variable dependiente si la firma exporta o no. Para las variables explicativas se incluyeron algunas características de las empresas y los dueños/tomadores de decisiones que pueden ser relevantes para involucrarse en el comercio exterior, como lo son el tamaño de la firma, la actividad económica que desempeñan, los años con los que cuenta la empresa desde el inicio de su operación, el sexo, el nivel educativo y el rango de edad en el que se encuentra el dueño/tomador de decisiones.

Por otra parte, también incluimos variables relacionadas con factores externos a las empresas pero que su interacción puede resultar en el desarrollo de la actividad exportadora. Para eso, usamos como variables explicativas tanto la principal fuente de financiamiento con la que se puso en marcha la empresa, como las alianzas o afiliaciones que mantienen las Pymes con entidades relevantes para el sector en el que se desempeñan. La elección de estas dos variables no es casual. La literatura ha encontrado relación entre la participación del gobierno dentro de los procesos de decisión de las empresas, bien sea a través de programas o ayudas, y los entornos poco propicios para el desarrollo de habilidades para acceder a mercados internacionales. De igual forma, existe evidencia de que la participación de fuentes privadas de financiamiento tiene un vínculo con la transferencia de conocimiento y las habilidades necesarias para el comercio exterior (Cardozo G, et. al, 2015). Cabe aclarar que estos ejercicios sencillos no buscan establecer relaciones causales entre las variables explicativas y la dependiente. Se trata, fundamentalmente, de utilizar herramientas más rigurosas para

encontrar correlaciones, controlando por varias características al tiempo.

Partiendo de lo anterior, presentamos los resultados de los ejercicios econométricos realizados para el total de firmas, así como para los macro sectores (industria y servicios) de forma individual. Para el análisis presentamos los gráficos de los resultados con los efectos marginales sobre la probabilidad de responder de forma afirmativa a la pregunta de la variable dependiente. Con la variación en la intensidad de los colores señalaremos aquellos efectos que resultan ser estadísticamente significativos. En este caso, la intensidad alta hace referencia a que la variable tiene un efecto significativo sobre la probabilidad de exportar. Es necesario insistir, una vez más, que en ningún caso estos resultados pueden ser tomados como efectos causales, puesto que los ejercicios no están diseñados para ese fin. Teniendo claro la estructura de los modelos y la presentación de los resultados procedemos al análisis.

Resultados generales

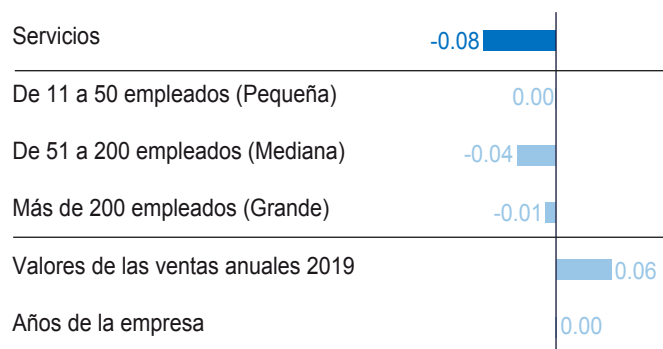
En el Gráfico 2 se encuentran los efectos marginales de las características de la empresa sobre la probabilidad de exportar para la muestra de los sectores de industria y servicios. Aquí se observa que las Pymes del sector servicios tienen una menor probabilidad, en 8%, de exportar que aquellas que desarrollan actividades del sector industrial. Respecto al tamaño de la firma, representado por el número de empleados y el valor de las ventas en 2019, se observa que las empresas de servicios no cuentan con una probabilidad estadísticamente diferente a las industriales a la hora de exportar. Este mismo resultado se encuentra al revisar los años que lleva la empresa desde que inició sus operaciones.

¹ De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

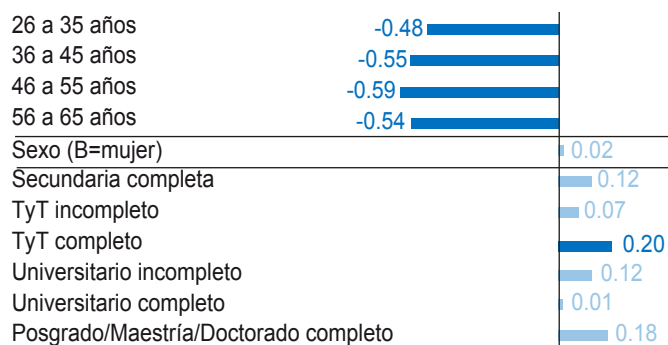
Agosto 13 de 2021

**Gráfico 2. Exportación
(Características de la firma y el dueño¹)**

**a. ¿Su empresa exporta?
Características de la firma**



**b. ¿Su empresa exporta?
Características del dueño o encargado de las decisiones**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Respecto a las características del dueño o el encargado de la toma de decisiones (Gráfico 2) en las empresas se encontró que el rango de edad en el que está el individuo tiene un efecto significativo. Respecto al grupo base de 18 a 25 años, todos los rangos disminuyen la probabilidad de acceder a los mercados internacionales (- 48% en el rango de 26 a 35 años, -55% de 36 a 45 años, -59% de 46 a 55 años y -54% de 56 a 65 años). Un resultado contraintuitivo resulta ser el del rango de los 56 a 65 años frente a los resultados de los rangos de 36 a 55 años. En tanto se esperaría que cuanto mayor sea el responsable de las decisiones la probabilidad debería ser menor.

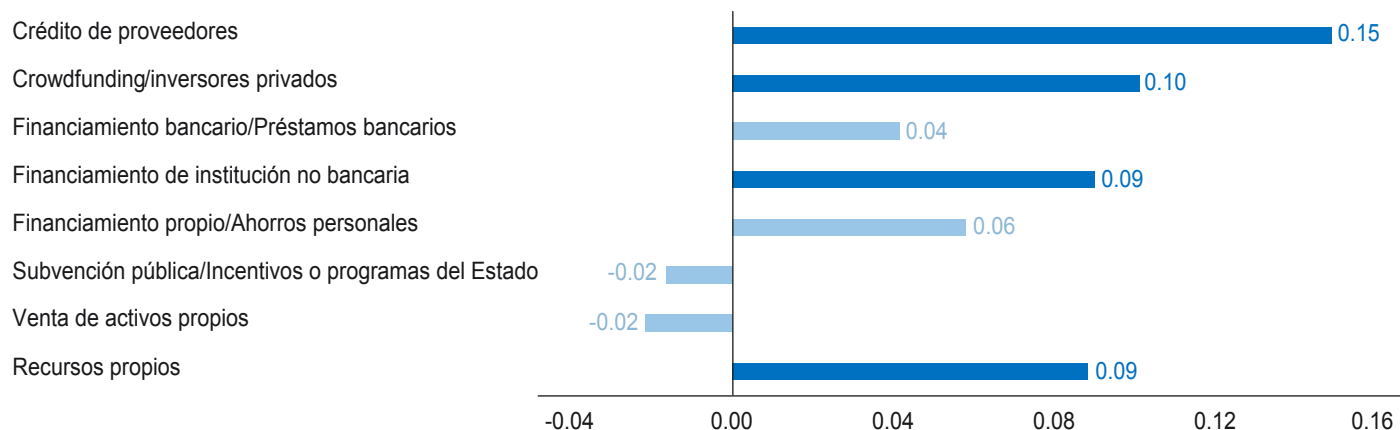
Ahora, al revisar los resultados de educación se observa que el único nivel que resulta tener un impacto sobre la decisión es el de técnica profesional y tecnológica completa, el cual contribuye en un 20% a aumentar la probabilidad de acceder a actividades exportadoras. Lo anterior resulta un poco sorprendente ya que se esperaría que mayores niveles de educación tuvieran un mayor efecto sobre la decisión de exportar.

Lo anterior indica que contar con un título o estudios en universidades (pregrado o post grado) no parece aportar una probabilidad mayor que la que aporta el técnico y tecnológico completo.

En cuanto a la principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa, que presentamos en el Gráfico 3, se encontró que las fuentes que no están relacionadas con el sector financiero y/o las entidades gubernamentales tienen un efecto positivo en exportar frente al grupo base “ayuda de amigos o familiares” (15% créditos de proveedores, 10% *crowdfunding*, 9% financiamiento instituciones no bancarias, 9% recursos propios). Lo anterior implica resultados dispares respecto a la literatura. Como mencionamos, la participación de entidades del gobierno puede tener un efecto negativo en la incursión en el comercio exterior, como se puede observar en el signo que presenta este tipo de financiamiento. Sin embargo, se esperaría que la financiación privada de bancos o entidades financieras tuviera un efecto significativo sobre la probabilidad de exportar.

Agosto 13 de 2021

**Gráfico 3. ¿Su empresa exporta?
(Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)**

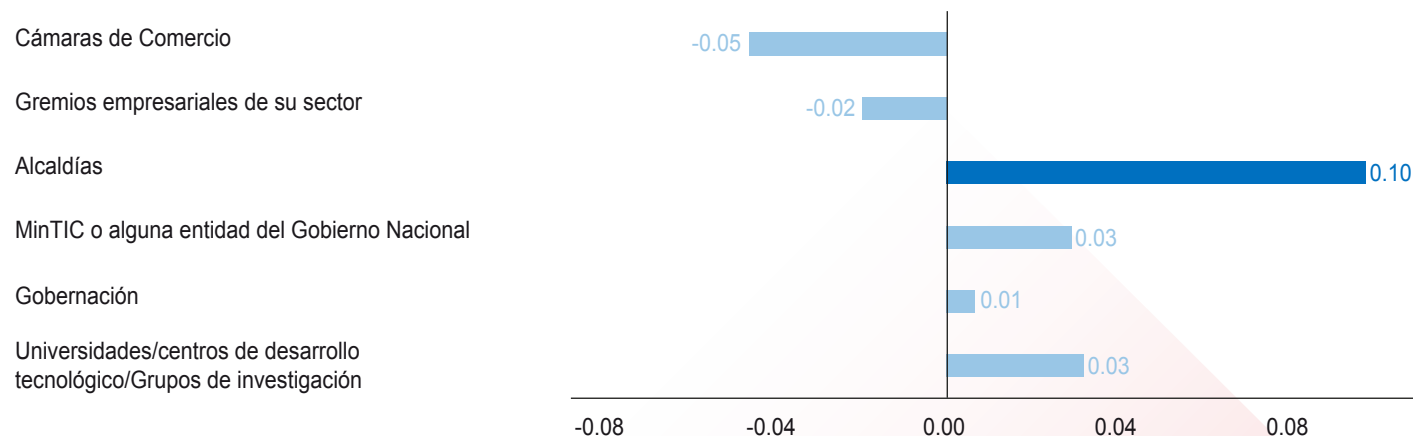


Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Similar a los resultados del gráfico anterior, en el Gráfico 4 se observa que las alianzas con las alcaldías resultan tener un efecto positivo para aumentar la probabilidad de exportar (10%). A su vez, aunque las demás entidades no se tiene un efecto significativo, sí se ve que el signo de las instituciones gubernamentales terminaría por afectar de forma positiva la decisión. Esos resultados que aparente-

mente van en contravía de la evidencia presentada en los estudios de Cardozo G, et al. podrían estar relacionados con el sesgo formal que presenta la muestra, así como con el tamaño y la representatividad de esta. Por lo tanto, con los ajustes que se le están haciendo a la encuesta esperamos que para la siguiente lectura se puedan corregir algunos de estos resultados contraintuitivos.

**Gráfico 4. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Agosto 13 de 2021

Resultados diferenciados por sectores

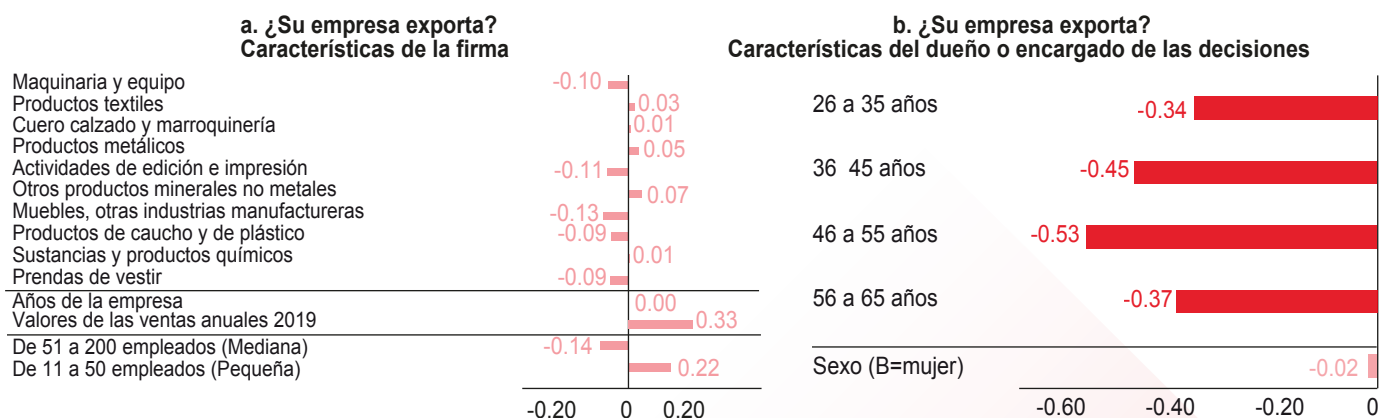
Al realizar el ejercicio sobre las Pymes industriales exclusivamente, se observa que respecto a las características de la empresa no existe efecto significativo que aumente o disminuya la probabilidad de que comercien en el exterior, bien sea por el tipo de actividad económica que realizan, el tamaño de la empresa o los años que lleva en operación, ver Gráfico 5. Este resultado no tiene mayor sustento en la literatura y es en todo caso contraintuitivo, ya que existen actividades industriales que sí cuentan con mayores “ventajas” para incursionar en los mercados internacionales. De forma similar, el tamaño de la empresa sí podría, en caso dado, influir en la capacidad de las Pymes para sumarse a este tipo de comercio.

Ahora, en cuanto a las características del tomador de decisiones, es posible identificar un patrón si-

milar, en términos de la edad, al que se encontró en el ejercicio realizado para los dos tipos de empresas. Aquí los grupos de edad de 26 a 35 años, 36 a 45, 46 a 55 y 56 a 65 le terminan restando a la probabilidad de exportar 34%, 45%, 53% y 37%, respectivamente, frente al grupo base de 18 a 25 años.

Revisando los efectos de las fuentes de financiamiento (Gráfico 6) se encuentran resultados esperados. En este caso, frente al grupo base, todos menos la financiación con fuentes de Subvención pública/Incentivos o programas del Estado aumentan la probabilidad de exportar (crédito de proveedores 28%, *crowdfunding* 9%, financiamiento bancario 10%, financiamiento de instituciones no bancarias 19%, ahorros personales 14% y recursos propios 13%). Frente a las alianzas o afiliaciones con las que cuentan los industriales, los gremios empresariales resultan tener un efecto negativo sobre la probabilidad de exportar, que la disminuye en 14%, ver Gráfico 7. En cambio, las alianzas con

**Gráfico 5. Exportación
(Características de la firma y el dueño²)**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

² De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

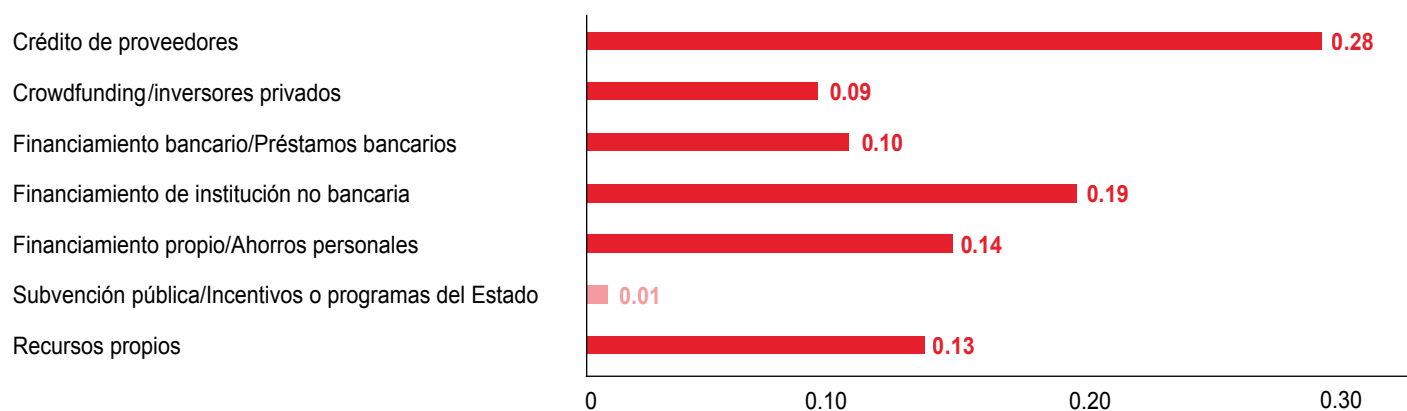
Agosto 13 de 2021

las alcaldías y el MinTIC o alguna entidad del gobierno terminan por incrementar la probabilidad de incursionar en mercados internacionales (15% y 15%, respectivamente). Lo anterior, puede encontrar explicación en entidades como INNpula y los Centros de Transformación Digital que buscan

brindar información y herramientas que le permitan a las Pymes ser más productivas y entrar en los mercados internacionales.

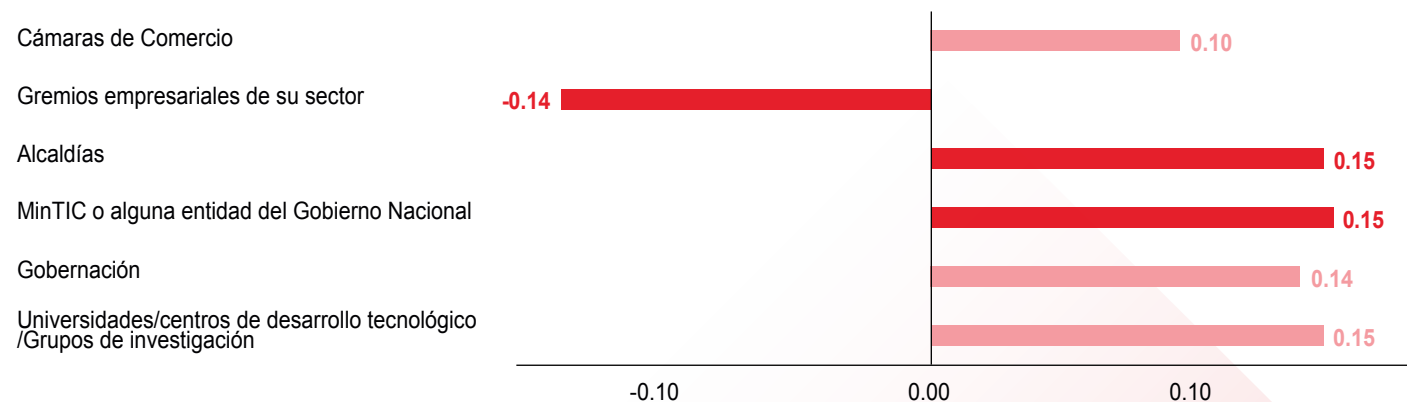
Al igual que en el caso de las empresas del sector industria, las Pymes de servicios no cuentan con

**Gráfico 6. ¿Su empresa exporta?
(Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

**Gráfico 7. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Agosto 13 de 2021

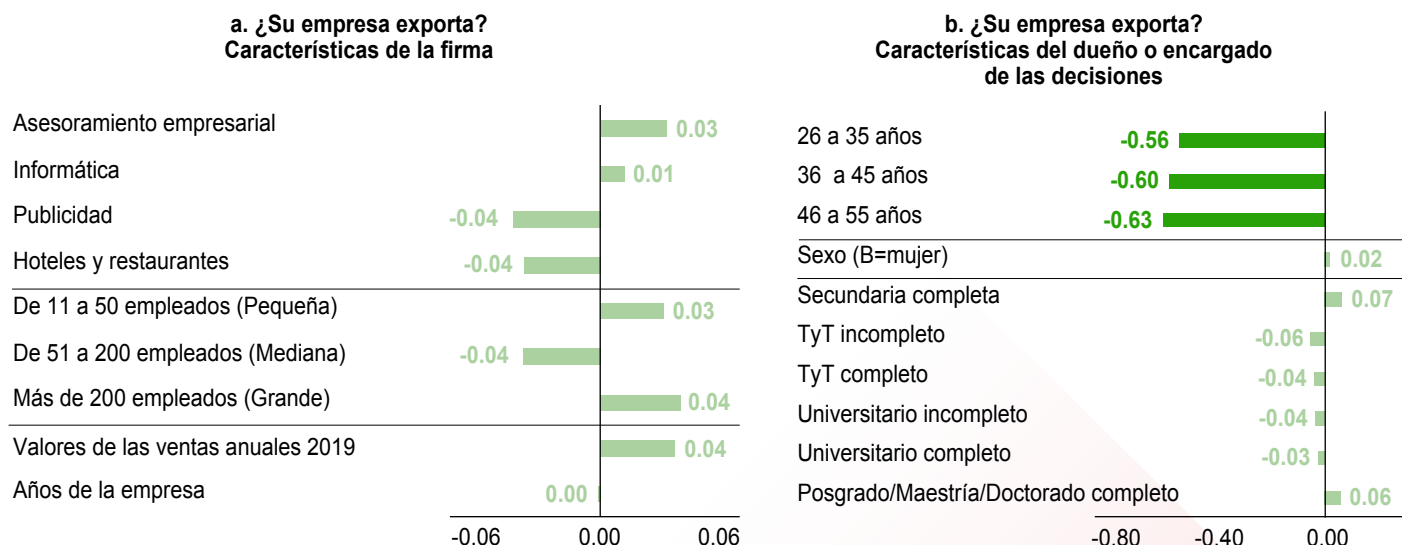
efectos significativos cuando se revisa las características de las empresas. Es decir, el tipo de actividad, el tamaño o los años que lleva operando resultan ser relevantes para aumentar o disminuir la probabilidad de exportar, ver Gráfico 8.

Ahora, respecto a las características del encargado de las decisiones en las firmas se observa que nuevamente la edad es un factor que entre mayor es, más resta a la probabilidad de entrar en los mercados internacionales (-56% de 26 a 35 años, -60% de 36 a 45 y -63% de 46 a 55 años). En cuanto al nivel educativo, contrario a lo que se espera, ningún nivel presenta un efecto significativo en la decisión. No obstante, sorprende el efecto que, sin ser significativo, generan los niveles de técnico y tecnológico incompleto y completo y universitario incompleto o completo. En

tanto, el signo señala que el efecto de alcanzar estos niveles educativos afecta negativamente la probabilidad de exportar.

Respecto a las fuentes de financiamiento que impulsaron la operación de las empresas de servicios nuevamente se tienen resultados sin significancia (ver Gráfico 9). Aun así, vale la pena resaltar el signo negativo que presentan Financiamiento bancario/Préstamos bancarios, Subvención pública/Incentivos o programas del Estado y Venta de activos propios, resultado que se asemeja a lo que se obtuvo en el análisis global y el de industria. En cuanto a las alianzas/afiliaciones presentadas en el Gráfico 10 la única que tiene un efecto significativo son las alianzas/afiliaciones a las Cámaras de Comercio que terminan por disminuir la probabilidad en 19% respecto al grupo base.

**Gráfico 8. Exportación
(Características de la firma y el dueño)**

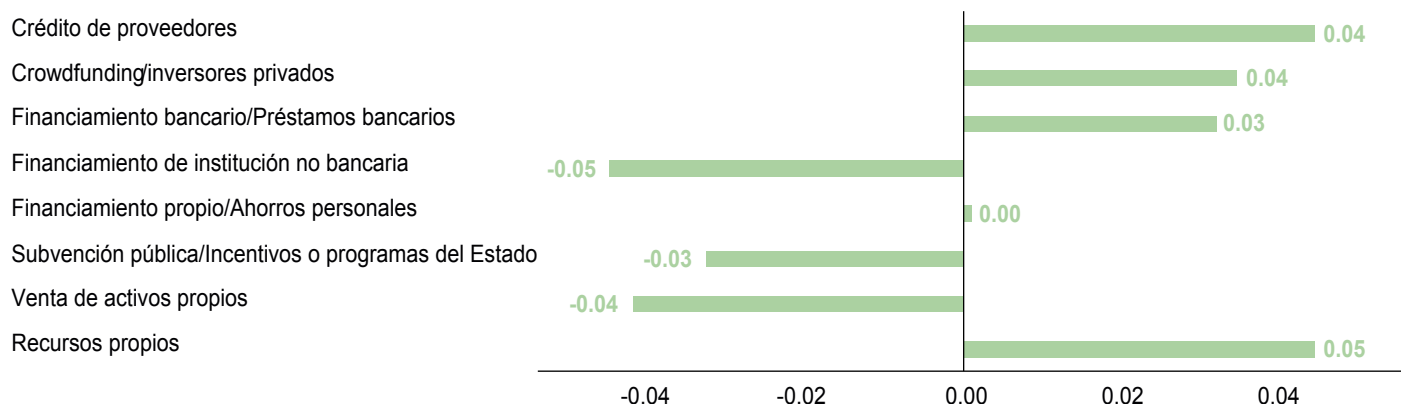


Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

³ De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

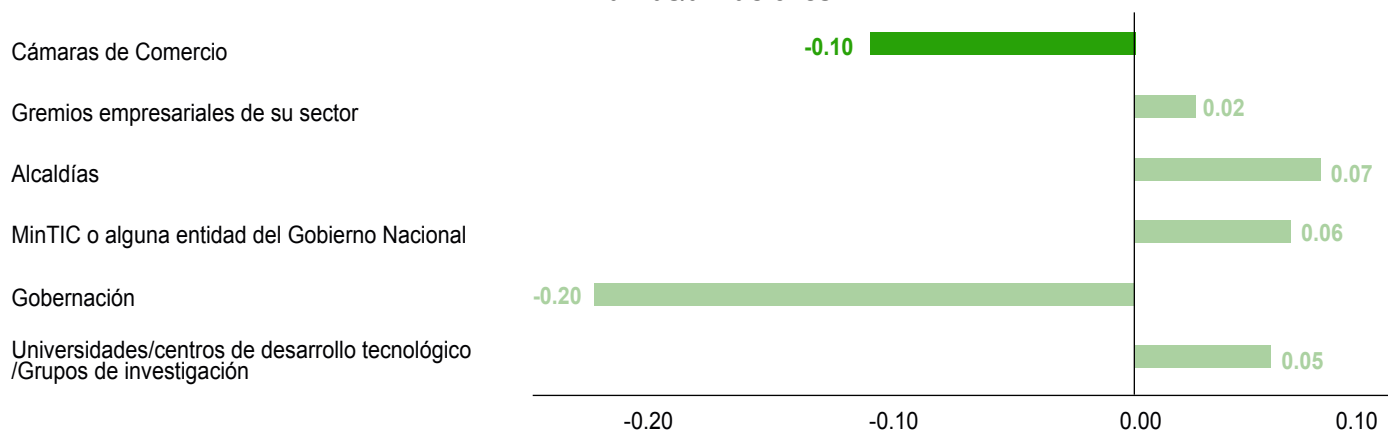
Agosto 13 de 2021

**Gráfico 9. ¿Su empresa exporta?
(Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

**Gráfico 10. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones**



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Síntesis de las estimaciones y conclusiones

Para ANIF es de suma importancia generar insumos que puedan contribuir al crecimiento del segmento Mipyme. Por eso, no sobra insistir, que los ejercicios que llevamos a cabo aquí en ninguna medida buscan explicar las causas de la baja

vocación exportadora que muestran las empresas colombianas, simplemente intentan entender qué factores, internos y externos, podrían incidir en mayor o menor grado en el desarrollo de la actividad exportadora. Como lo dijimos en el apartado anterior, algunos de los resultados que parecen contraintuitivos podrían deberse al sesgo formal que presenta la muestra, así como a su tamaño

Agosto 13 de 2021

y representatividad. Ahora, como anunciamos en secciones anteriores, la nueva encuesta (la GEMP) tendrá cambios metodológicos y muestrales con los que pretendemos, entre otras cosas, realizar 5.400 encuestas, tener resultados representativos para micro, pequeña y mediana empresa por industria, comercio y servicios, así como para el sector formal e informal. Con eso, podremos desarrollar nuevos ejercicios y profundizar en algunos de los resultados que se mostraron contrarios a lo que dicta la literatura en relación con el comercio exterior.

Dicho eso, recapitulemos los hallazgos más relevantes. Por un lado, se encontró que las características que seleccionamos de las empresas no tienen un efecto significativo en la decisión de incursionar en mercados internacionales. Contrario a eso, las características del dueño o el encargado de las decisiones, como la edad o contar con un título técnico y tecnológico, presentan un efecto significativo. Por un lado, la edad afecta negativamente la probabilidad de exportar y en la medida

en que se avanza en edad este efecto tiende incrementar. Por el otro, contar con un título de Técnico profesional y tecnólogo completo incrementa la probabilidad de exportar.

Frente a las fuentes de financiamiento que permitieron poner en marcha la operación de la empresa observamos un resultado cercano a lo que evidencia la literatura sobre el tema. En el ejercicio es posible identificar que las fuentes de financiamiento privado aportan a la probabilidad de exportar, mientras que las asociadas al gobierno le restan a la probabilidad. Finalmente, los resultados de las alianzas/afiliaciones muestran un comportamiento particular y en oposición a la evidencia que existe sobre el tema. En el caso del ejercicio, los resultados indican que las alianzas con alcaldías, MinTIC y/o otras entidades del Gobierno Nacional puede aumentar la probabilidad de comerciar en el exterior. Lo anterior puede estar relacionado con la creación de instituciones dedicadas específicamente a brindar información y herramientas para que las empresas puedan exportar.

Agosto 13 de 2021

INDICADORES ECONÓMICOS

\$MM(1) CAMBIO PORCENTUAL ANUAL

	30 julio 2021	A la última fecha	Un mes atrás	Tres meses atrás	Un año atrás
1. Medios de pago (M1)	167.549	17,7	17,0	13,8	27,0
2. Base monetaria (B)	128.655	14,8	13,0	7,2	19,7
3. Efectivo	96.460	16,5	12,4	20,7	30,7
4. Cuentas corrientes	71.089	19,3	23,3	5,7	22,2
5. Cuasidineros	424.628	1,7	-1,0	1,5	15,4
6. Total ahorro bancos comerciales	269.780	13,8	9,0	11,9	26,7
7. CDTs	154.848	-14,3	-14,0	-12,1	3,4
8. Bonos	34.343	9,1	7,6	5,5	3,3
9. M3	642.263	6,2	4,6	4,7	16,9
10. Cartera total	491.139	2,6	1,0	-1,1	8,1
11. Cartera moneda legal	472.058	3,0	1,8	0,3	8,1
12. Cartera moneda extranjera	19.081	-7,6	-17,1	-29,0	7,4
13. Total bancos comerciales	475.832	2,0	0,9	-1,2	8,3
14. CFC	10.060	3,6	0,4	0,1	1,3
15. TES ⁽²⁾	377.366	14,4	12,7	10,8	3,0
16. I.P.C. Jul		3,97	3,64	1,95	1,97
17. IPC sin alimentos Jul		2,86	2,71	1,56	1,42
18. IPC de alimentos Jul		9,81	8,52	3,97	5,00
19. TRM (\$/US\$) Ago13	3.887,07	3,50	5,76	-3,77	9,29

VALORES ABSOLUTOS

20. Reservas internacionales ⁽³⁾		58.846	58.917	59.085	56.972
21. Saldo de TES (\$MM)		377.366	371.592	361.332	329.820
22. Unidad de Valor Real (UVR) Ago13		284,57	284,52	280,14	274,66
23. DTF efectiva anual Ago9-Ago15		1,86	1,89	1,79	3,00
24. Tasa interbancaria efectiva Ago5-Ago11		1,75	1,78	1,75	2,23

FECHAS CLAVE

Agosto 16 al 20 de 2021

LUNES 16

COL: festivo.

MARTES 17

COL: Indicador de seguimiento a la economía, junio.
 COL: Producto Interno Bruto, segundo trimestre.
 COL: comercio exterior y movimiento de zonas francas, junio.
 EE.UU: producción industrial, julio.
 EE.UU: ventas al por menor, julio.
 EE.UU: índice del mercado de vivienda-NAHB, agosto.
 U.E: Producto Interno Bruto, segundo trimestre.
 Reino Unido: tasa de desempleo de la OIT, junio.
 Japón: balanza comercial, julio.

MIÉRCOLES 18

COL: financiación de vivienda, segundo trimestre de 2021.
 COL: Índice de costos de la construcción de vivienda, julio.
 COL: informe de operaciones de derivados, julio.
 EE.UU: minutas de la última reunión del Comité de Mercado Abierto del Fed.
 U.E: Índice de Precios al Consumidor, julio.
 Reino Unido: Índice de Precios al Consumidor, julio.

JUEVES 19

COL: muestra trimestral de comercio exterior de servicios, segundo trimestre.
 COL: estadísticas de concreto premezclado, junio.
 U.E: cuenta corriente, junio.
 Japón: Índice de Precios al Consumidor, julio.

VIERNES 20

COL: Índice de costos de transporte de carga por carretera, julio.
 China: decisión de la tasa de interés del PBoC, 2021.

(1) Miles de millones de pesos. (2) Saldo TES del sector público. (3) Millones de dólares.
 Fuente: cálculos ANIF con base en el Banco de la República.