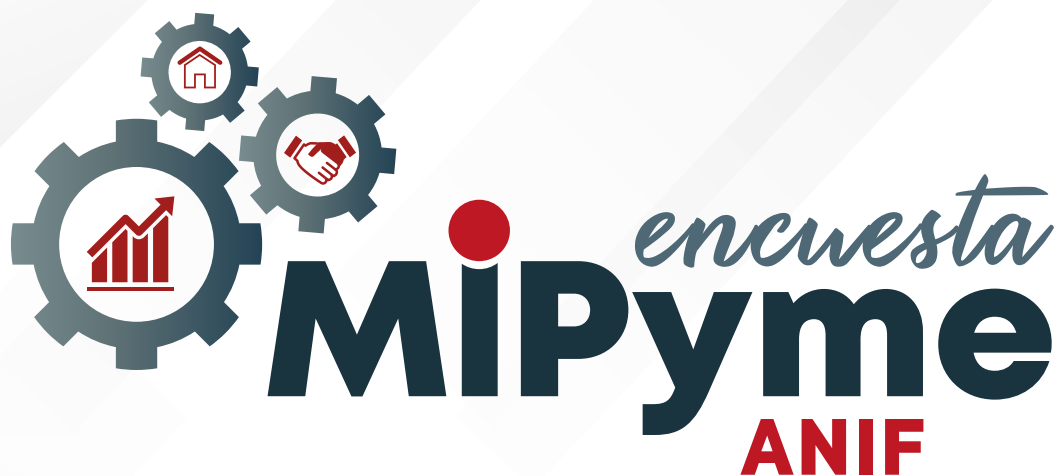
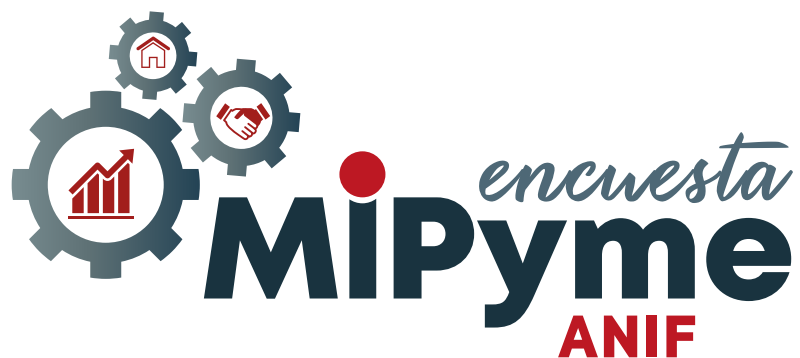




Informe de resultados
Primer Semestre 2021





Primer Semestre 2021



Firma Encuestadora:



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE*

Contenido General

Presentación	4
Capítulo Nacional	6
Profundizaciones	66
• Capítulo Bogotá	67
• Capítulo Aburrá Sur	95
• Capítulo Popayán	121

Presentación

ANIF – Centro de Estudios Económicos, con el apoyo del Banco de la República, Bancóldex, BID - Invest, Bancolombia, Datacrédito-experian, Fondo Nacional de Garantías, Cafam, Afiancol, Cámara de Comercio de Bogotá, Confecámaras, Cámara de Comercio del Cauca y Cámara de Comercio Aburrá tienen el gusto de presentar los resultados de la primera edición de la Encuesta MiPyme ANIF (EMP) a nivel Nacional y regional del primer semestre de 2021.

El compromiso de ANIF con el crecimiento económico del país motivó en 2006 la creación de la Gran Encuesta Pyme (GEP) y en 2018 la de la Gran Encuesta a las Microempresas (GEM). Con el propósito de hacer un seguimiento periódico al estado y crecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios de los sectores de industria, comercio y servicios. Desde entonces la GEP y la GEM se consolidaron como una de las principales fuentes de información estadística, significativa y confiable, sobre el segmento MiPyme. Con más de 30 lecturas semestrales de la GEP y 3 lecturas anuales de la GEM, se tomó la decisión de seguir avanzando en el compromiso de ANIF con el país. Es por eso que, desde 2021, se inició un proceso de reestructuración y renovación de las encuestas que dio paso a una muestra consolidada con los tres tamaños de empresa, la “Encuesta MiPyme ANIF”. La nueva encuesta incorpora la reestructuración del cuestionario, la ampliación de la muestra y mejoras relevantes en la representatividad. Los cambios realizados persiguen el objetivo de establecer la EMP como una estadística oficial de Colombia, de tal forma que el país cuente con una fuente de información oficial sobre el segmento MiPyme.

De modo que, los ajustes realizados al cuestionario dieron paso a la inclusión de nuevos módulos temáticos y al robustecimiento de los ya tradicionales de la GEP y la GEM. La nueva edición presenta capítulos sobre: formalidad e informalidad, características generales y de género, situación actual, financiamiento, comercio exterior, perspectivas, coyuntura de reactivación, servicios Web y capital social. Cabe resaltar que es la primera vez que se incluye un capítulo de formalidad e informalidad, eso con el propósito de disminuir el sesgo formal de los datos presentados en las versiones anteriores. De igual forma, el módulo de coyuntura de reactivación se incluyó en esta primera edición para poder contar con información sobre el proceso y el estado de reactivación de los micro, pequeños y medianos empresarios después del choque que supuso la pandemia.

La encuesta fue realizada entre los meses de septiembre y diciembre de 2021 por Cifras & Conceptos, firma encuestadora encargada del trabajo de campo de la GEP desde el año 2014. En esta última lectura, se entrevistó a 5.961 empresarios de 6 regiones del país adicionales a Bogotá (se excluye Orinoquía-Amazónica), para los sectores de industria, comercio y servicios. Los resultados de la primera lectura del 2021 reflejaron un cambio significativo en la percepción de los empresarios acerca de la evolución de sus negocios y la demanda durante la segunda mitad del 2021, en línea con la recuperación que mostraron los indicadores más importantes de la economía. Sin embargo, no podemos dejar de resaltar que hay que hacer un esfuerzo extra en tres

aspectos fundamentales para la recuperación, generación de empleo y crecimiento por parte de las Mipymes. Lo primero es la facilidad para acceder a crédito y formas de financiamiento. En segundo lugar, la inversión en tecnología y modernización de procesos internos y de contacto con el cliente. Finalmente, el compromiso con planes coherentes de internacionalización que hagan más competitivas a las empresas del país y les permitan llegar a nuevos segmentos de mercado.

ANIF reitera su agradecimiento a los patrocinadores de la Encuesta MiPyme, quienes, a través de su apoyo técnico y económico, contribuyen a la consolidación de la EMP como una de las principales fuentes de información estadísticamente significativa sobre este importante segmento empresarial en Colombia. Continuaremos con nuestro trabajo para que muy pronto la información que producimos con la Encuesta tenga carácter oficial y haga parte del Plan Estadístico Nacional de Colombia.



CAPÍTULO

NACIONAL

Contenido

Distribución de la muestra	8
Formalidad e informalidad	9
Características generales y de género	15
Situación actual	20
Financiamiento	25
Comercio exterior	32
• Ejercicios econométricos	38
Perspectivas	42
Preguntas coyunturales	44
Servicios Web	52
• Ejercicio econométrico	56
Capital social	62

Distribución de la muestra

%

Distribución de la muestra

%

Gráfico 1. Distribución total de la muestra (%)

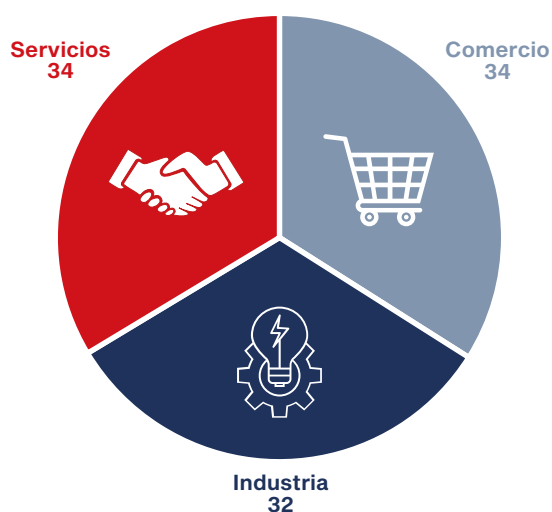
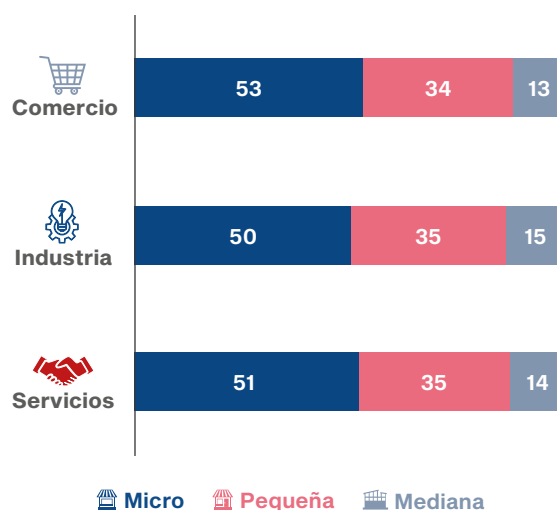


Gráfico 2. Distribución de la muestra por tamaño (%)



Formalidad e informalidad

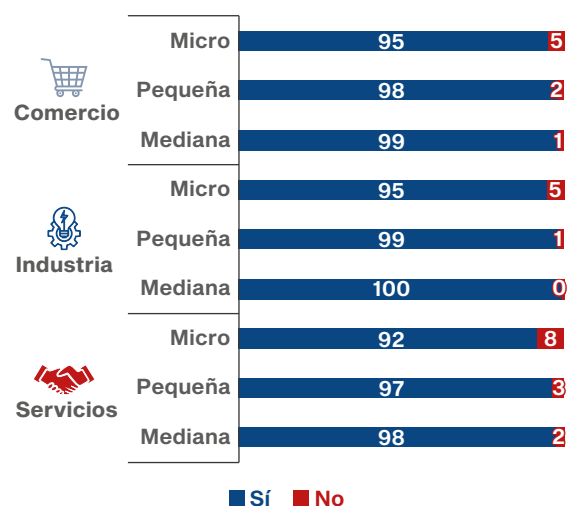
Primer semestre de 2021

Iniciamos nuestro análisis con un módulo que inauguramos en esta primera edición de la encuesta. Se trata de una serie de preguntas relacionadas con el estado de formalidad de las empresas. Adicionalmente, ahondamos en las razones que hay detrás de permanecer en la informalidad.

A la hora de preguntar por el Registro Mercantil la mayoría de las MiPymes reportó estar matriculadas ante las Cámaras de comercio. Por sectores, la industria (en promedio 96%) registró los mejores resultados, seguido del comercio (96%) y los servicios (93%), resultados que se relacionan con el tipo de actividades que se desarrollan al interior de los sectores. Por tamaño de empresa, como es de esperarse, las micro fueron las que registraron un menor porcentaje en la matrícula mercantil (93%), seguidas de las pequeñas (97%) y las medianas (98%). Cabe señalar que para el caso de los servicios el porcentaje de empresas medianas con registro es menor al de las pequeñas, ver Gráfico 3.

Ahora, a la pregunta de si renovaron el Registro Mercantil, el 87.1% de las empresas encuestadas dio una respuesta afirmativa, porcentaje 6.3pp inferior al de las empresas que se matricularon. En este caso, nuevamente las firmas del sector servicios son las que registran el

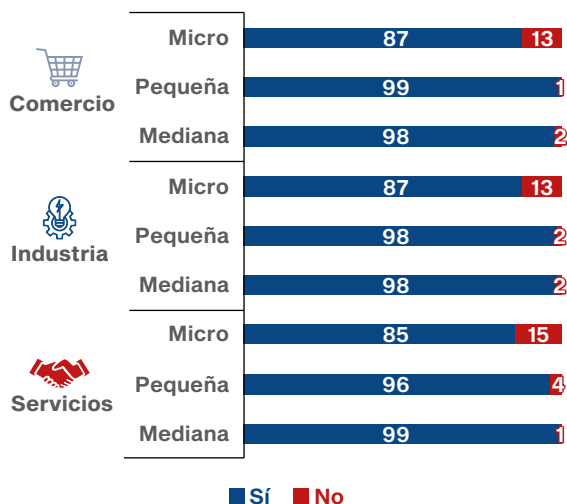
Gráfico 3. ¿Actualmente, su negocio cuenta con inscripción en Cámara de Comercio o Registro Mercantil (RM)?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

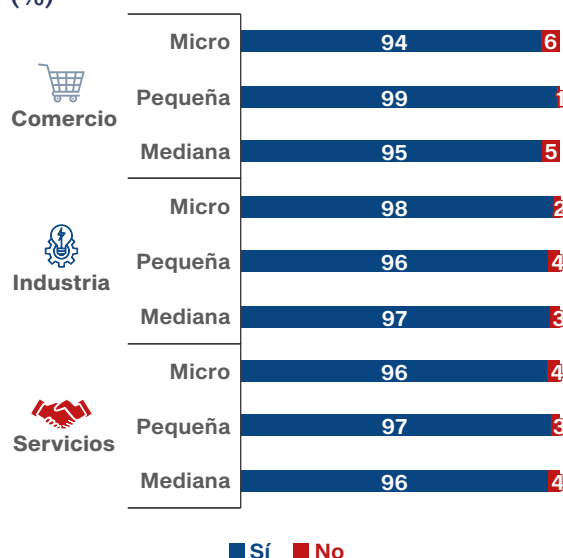
menor resultado (86.3%), seguidas del comercio (88.8%) y de la industria (89.4%). De igual forma, el porcentaje de empresas renovadas es menor para las microempresas (85.8%) que para las pequeñas y medianas (97.4% y 98.8%, respectivamente), ver Gráfico 4.

Gráfico 4. ¿Renovó el Registro Mercantil antes de la fecha límite (31 de marzo 2021)?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 5. ¿Actualmente, su negocio cuenta con Registro Único Tributario?* (%)



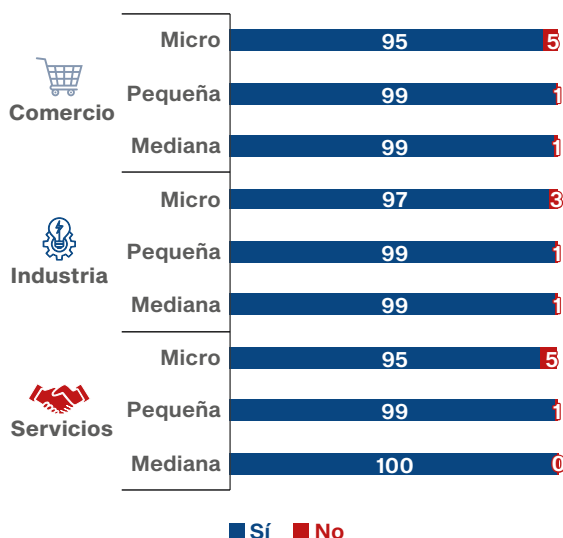
*Respuesta única.

Frente a la pregunta de si el negocio cuenta con RUT, un porcentaje alto de empresas indicaron que sí lo hacen (en promedio el 96%). A nivel sectorial, la industria obtuvo el mejor resultado (97.5%), mientras que las pequeñas empresas (97.7%) fueron las que obtuvieron el porcentaje más alto a nivel del tamaño, ver Gráfico 5.

En cuanto al NIT se observa una dinámica muy similar a la registrada en el Registro Mercantil en términos del tamaño de las empresas. Es decir, las micro reportan el menor porcentaje de respuestas afirmativas (95.1%), mientras que las medianas el mayor (99.6%). En la misma línea, las MiPymes industriales presentan la mejor respuesta con un porcentaje de 97.6%, ver Gráfico 6.

Al indagar por las razones que llevan a que las empresas no cuenten con RUT o NIT, las respuestas más repetidas, en general, fueron que no les encuentran ningún beneficio y/o no quie-

Gráfico 6. ¿Actualmente, su negocio cuenta Número de Identificación Tributaria (NIT)?* (%)



*Respuesta única.

ren. Es decir, no existe una razón estructural que permita identificar los factores que desincentivan la formalización de las empresas. Sin embargo, vale la pena trabajar en la difusión de los beneficios que se derivan de contar con ambos registros, ver Gráfico 7.

Otro aspecto por el que se indagó fue la cotización a salud y/o pensiones, cómo se observa en el Gráfico 8. Frente a esta pregunta, si bien para todos los sectores la respuesta afirmativa supera el 50%, son las micro las que menos cuentan con certificados de los aportes (en pro-

Gráfico 7. ¿Por qué su negocio NO cuenta con Registro Único Tributario (RUT) o Número de Identificación Tributaria (NIT)?* (%)

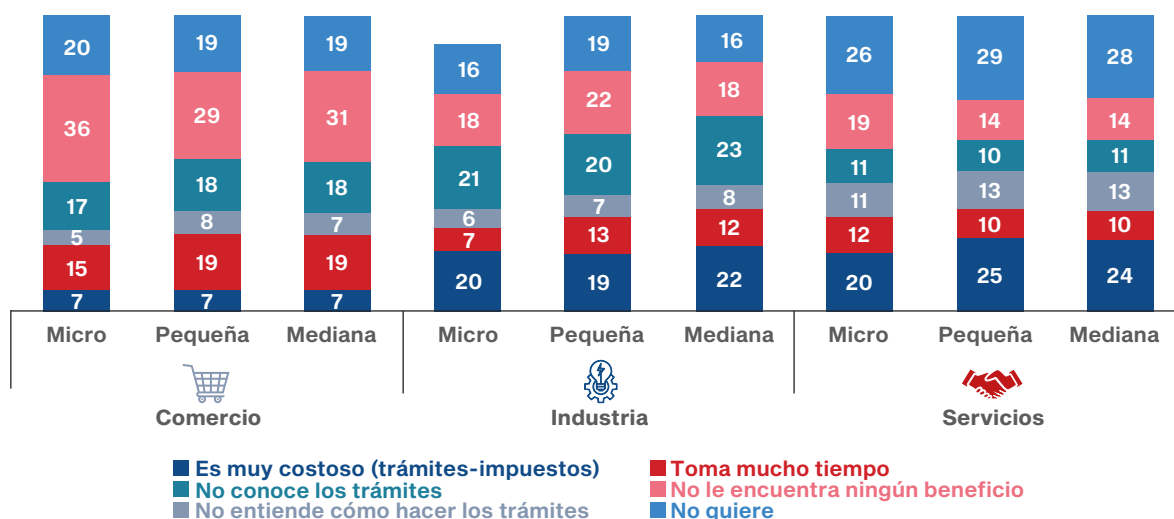
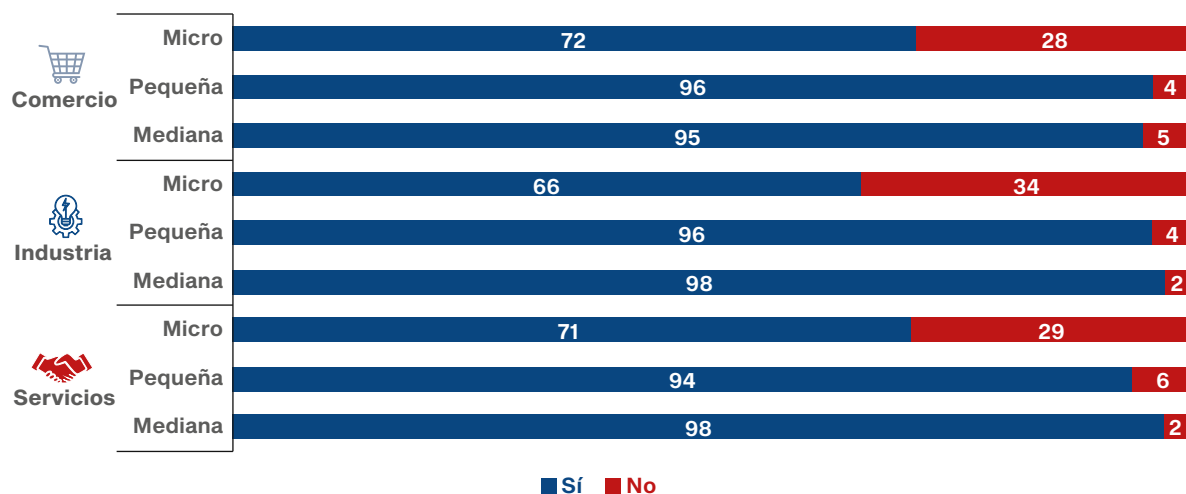


Gráfico 8. ¿Actualmente, su negocio cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?* (%)



Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

medio 70%). Situación que no se aleja del comportamiento esperado, especialmente cuando se observa que una de las principales razones para no cotizar se encuentra asociada a los altos costos de estos procesos, ver Gráfico 9.

En cuanto al pago de impuestos, el que más reportan las MiPymes es el pago del IVA (en promedio 60%), seguido del ICA (47%) y la Renta (46%). De forma positiva se resalta que tan solo el 8% (en promedio) indicó que no paga

Gráfico 9. ¿Por qué su negocio NO cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados? *

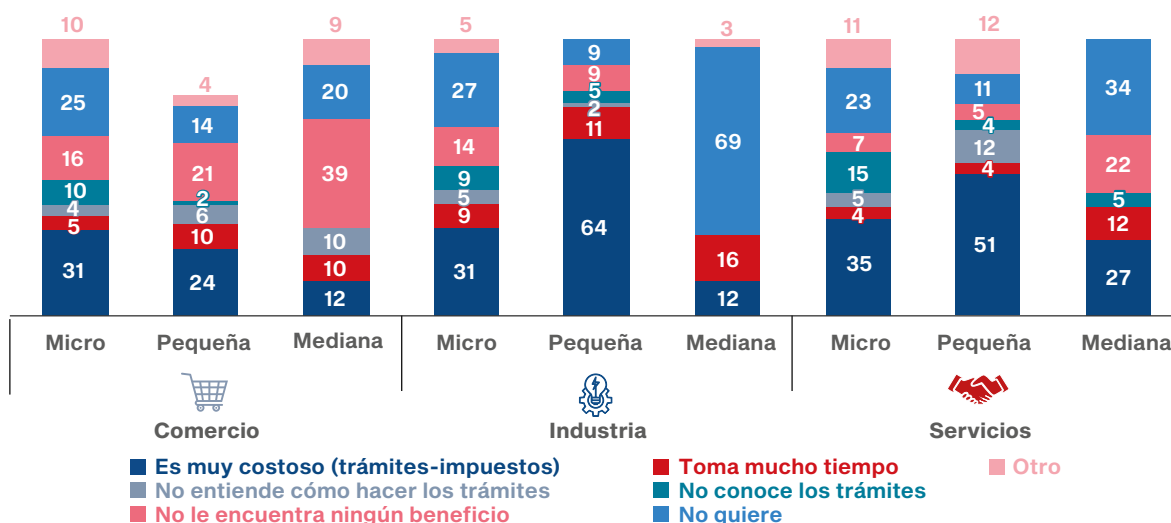
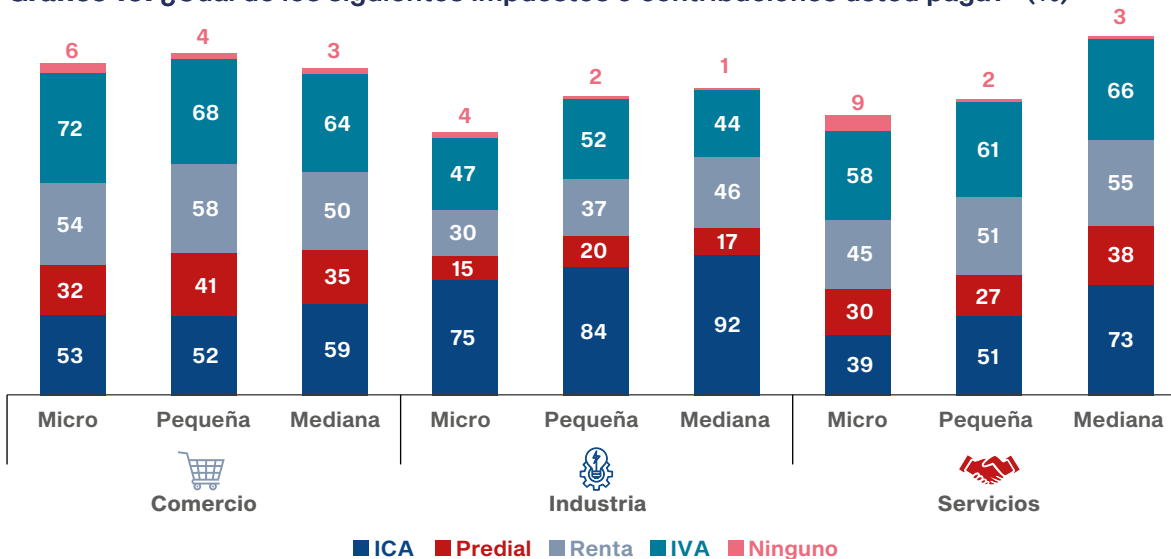


Gráfico 10. ¿Cuál de los siguientes impuestos o contribuciones usted paga? * (%)



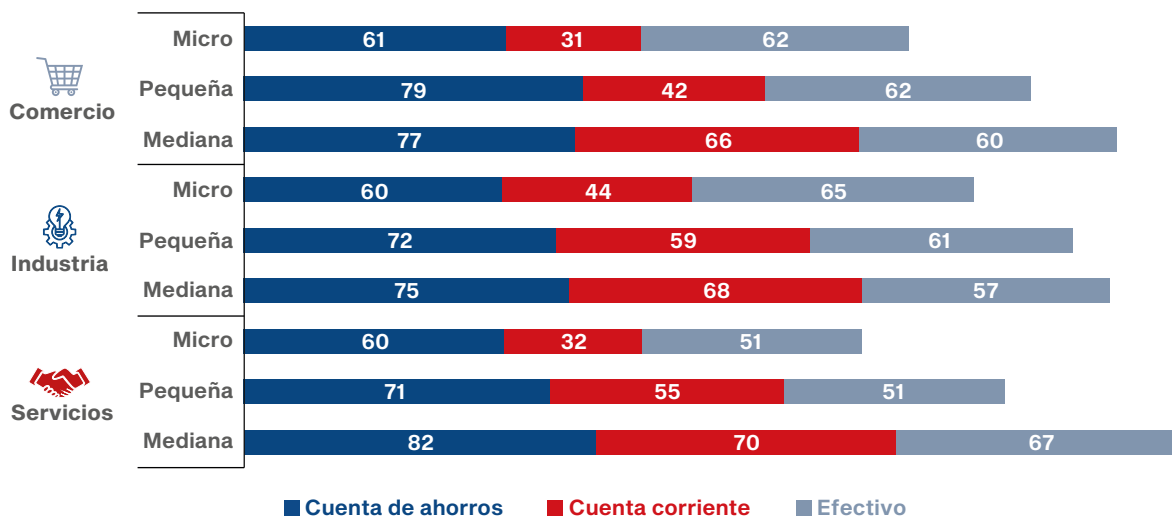
impuesto. Por sector, encontramos que dependiendo de la actividad se da el pago de impuestos. Es decir, para la industria el impuesto más común es el pago del ICA, mientras que para el comercio y los servicios es el pago del IVA. Siendo este último sector el que registra el menor resultado en el pago. Por tamaño, el pago de impuestos incrementa conforme la empresa es más grande, ver Gráfico 10.

Adicionalmente, en la sección se les preguntó a las empresas por los medios que utilizan para el manejo del dinero (cuenta de ahorros, corriente o efectivo). En ese caso, los canales más recurrentes son el uso de cuentas de ahorro y el manejo de efectivo. Los cuales presentan un comportamiento contrario, en la medida que el uso de las cuentas corrientes

se incrementa conforme la empresa es más grande, mientras que el efectivo se reduce, ver Gráfico 11. Ahora, al preguntarle a aquellos que solo manejan efectivo por qué no cuentan con cuentas para el manejo del dinero, la principal explicación es porque prefieren este medio para el manejo del dinero, ver Gráfico 12.

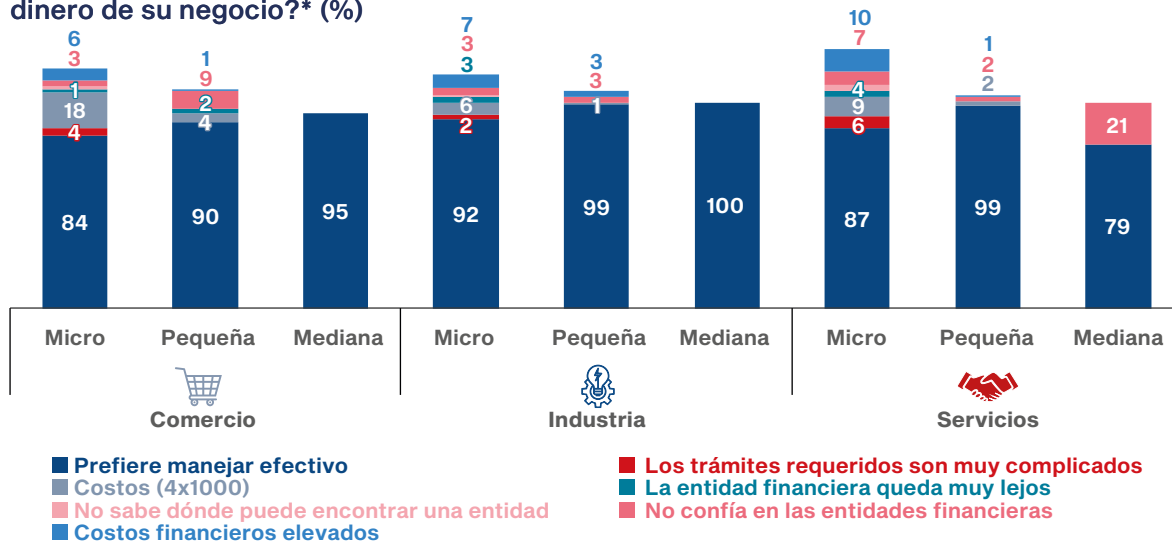
De los resultados obtenidos en la sección es posible identificar que existe un espacio de trabajo para la formalización del segmento, con particular énfasis en las microempresas. Para eso, es clave comunicar y hacer explícitos los beneficios que se desprenden de ser parte del segmento formal. De igual forma, hay que avanzar en la flexibilización de las dinámicas de contratación, para que se pueda generar más empleos formales y de calidad, en particular en las microempresas.

Gráfico 11. Su negocio maneja el dinero mediante*:
(%)



*Respuesta múltiple.

Gráfico 12. ¿Por qué no utiliza cuenta de ahorros o cuenta corriente para manejar el dinero de su negocio?* (%)



*Respuesta múltiple.

Características generales y de género

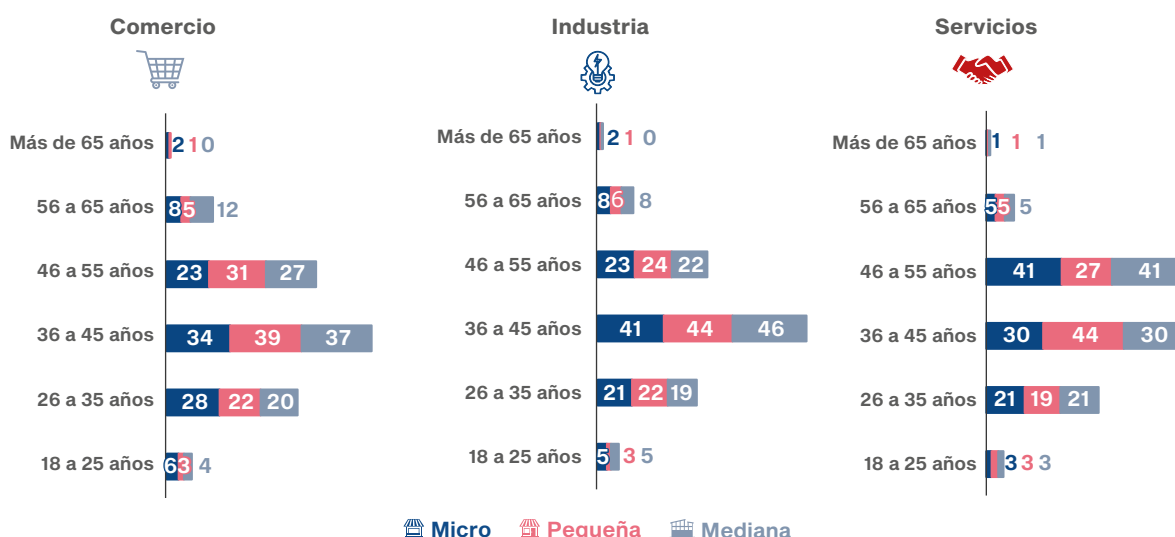
Primer semestre de 2021

Seguimos nuestro análisis con un módulo que ya es característico de nuestras encuestas, se trata de una serie de preguntas relacionadas con el propietario de la empresa. Adicionalmente, ahondamos en aspectos referentes a la participación femenina y las políticas con enfoque de género implementadas por las MiPymes.

En la mayoría de las MiPymes, el propietario (o la persona encargada de tomar las decisio-

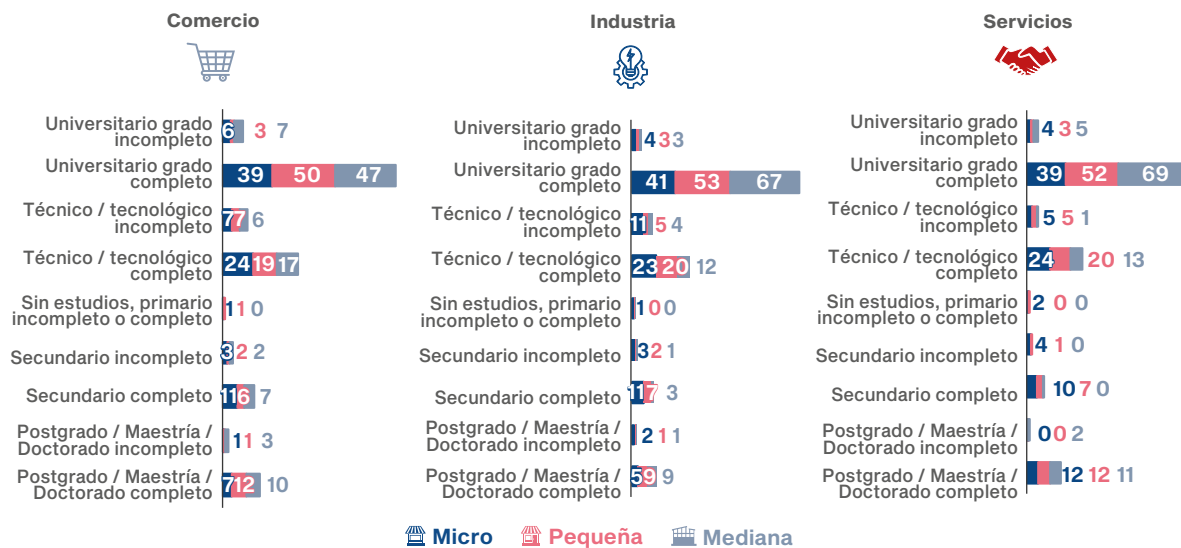
nes más importantes del negocio) se encuentra en el rango de edad entre 36 y 55 años en los tres sectores y tamaños, ver Gráfico 13. Llama la atención que en las empresas de servicios hay una mayor proporción de micro y medianos empresarios que se encuentran en el rango de 46 a los 55 años. En general, como ya se podía ver en la edición del segundo semestre de 2020, hay un cambio generacional que se viene percibiendo hace un tiempo y que influye, como veremos

Gráfico 13. ¿Usted está entre el rango de los?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 14. Mayor nivel educativo alcanzado* (%)



más adelante, en otro tipo de decisiones, como puede ser la adopción de políticas de género, el acceso a servicios digitales y las decisiones de exportación por parte de las MiPymes.

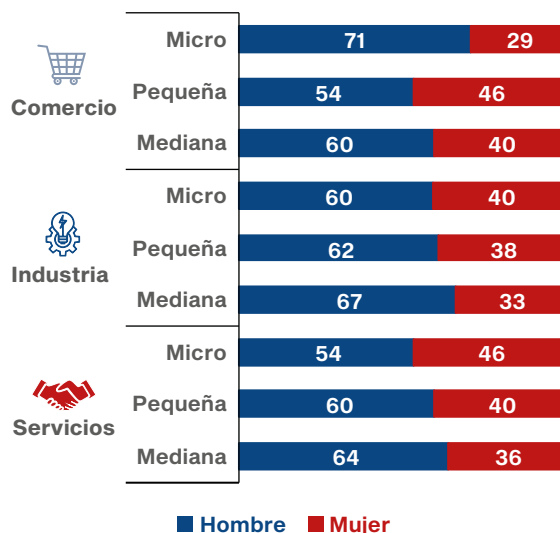
Con relación al nivel educativo, se encontró que la mayoría de los empresarios de industria cuenta con título universitario completo en los tres tamaños (41% micro, 53% pequeña y 67% mediana). Algo similar ocurre para los sectores de comercio (39% micro, 50% pequeña y 47% mediana) y servicios (39% micro, 52% pequeña y 69% mediana). Cabe señalar que le siguen los títulos técnicos o tecnológico. Los resultados muestran que, en general, hay un empresariado que crece en formación educativa (ver Gráfico 14).

Ahora, si analizamos el género del propietario (o la persona encargada de tomar las decisiones más importantes del negocio) la distribución es bastante similar para los tres

sectores. En promedio, en las empresas comerciales hay un 62% de hombres y un 38% de mujeres, en las de industria la distribución muestra un 63% de hombres y un 37% de mujeres y en servicios un 59% de hombres y un 41% de mujeres, ver Gráfico 15. Ahora, algo similar ocurre en el caso del representante legal de la empresa, con mayor participación de los hombres en todos los sectores, sobre todo en industria: comercio (en promedio 65% hombres y 35% mujeres), industria (69% hombres y 31% mujeres) y servicios (65% hombres y 35% mujeres), ver Gráfico 16.

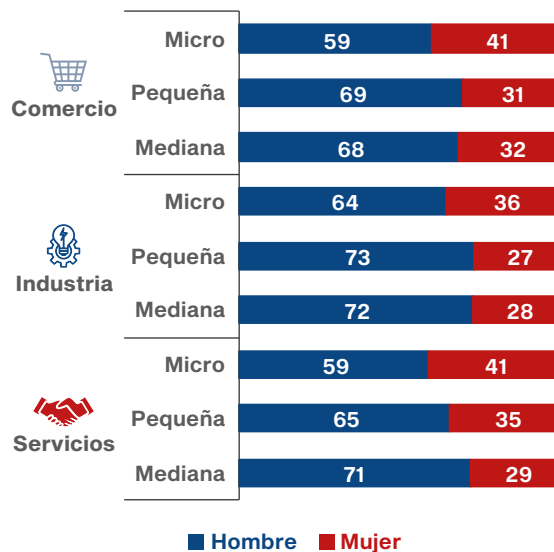
Al preguntar en detalle sobre qué porcentaje de la empresa pertenecía a una o varias mujeres se encontró que todavía hay un gran rezago en este aspecto. Buena parte de las MiPymes de los tres sectores manifestó que ningún porcentaje o menos del 10% pertenece a mujeres, ver Gráfico 17.

Gráfico 15. Género del dueño o la persona encargada de tomar las decisiones más importantes* (%)



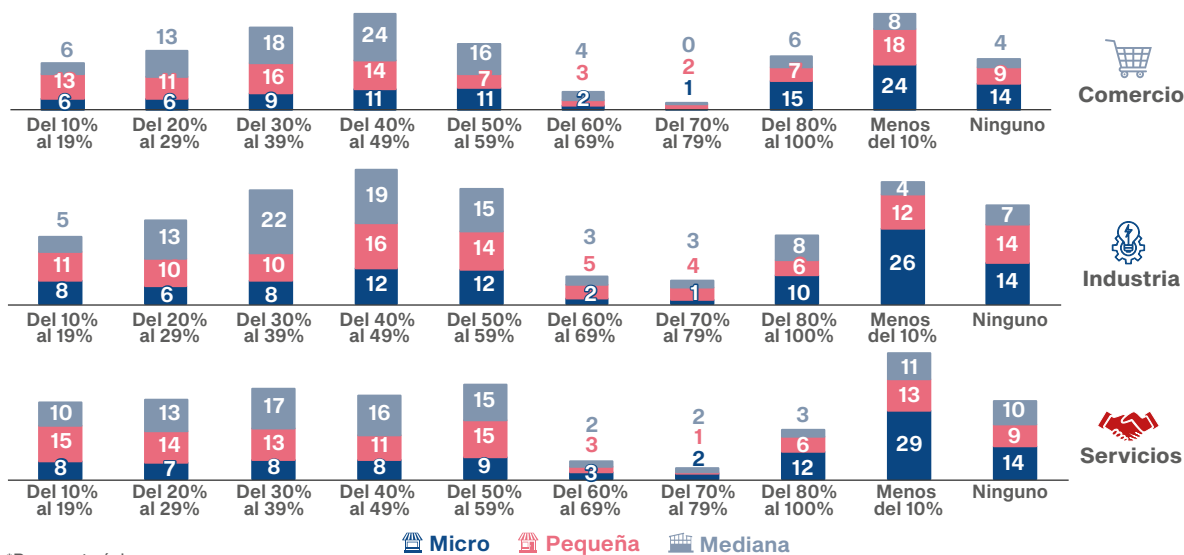
*Respuesta única.

Gráfico 16. Género del representante legal* (%)



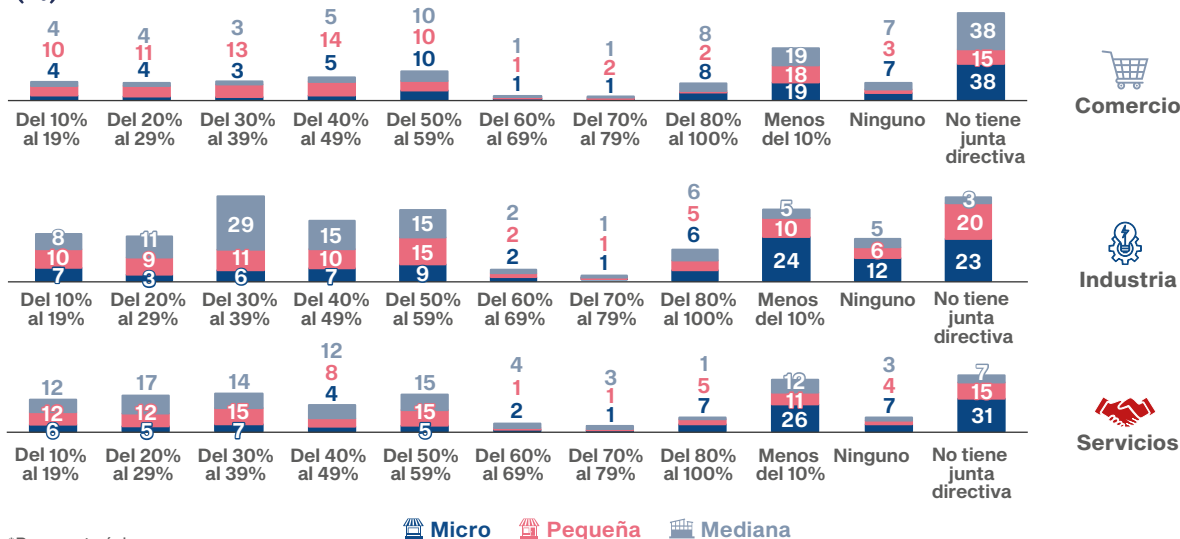
*Respuesta única.

Gráfico 17. ¿Qué porcentaje de la empresa pertenece a una o varias mujeres?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 18. ¿Cuál es la participación de las mujeres en la junta directiva de la empresa?* (%)



Ahora al cuestionar sobre cuál era la participación de las mujeres en la junta directiva de la empresa, las respuestas son más variadas dependiendo del sector, pero dan cuenta de un largo camino que falta por recorrer en este frente, ver Gráfico 18. De las empresas que cuentan con junta directiva, llama la atención que las empresas de industria y servicios manifiestan tener una mayor participación de mujeres.

Ahora, quisimos indagar si las MiPymes cuentan con objetivos o metas relacionadas con equidad de género. En promedio, el sector industrial tiene un porcentaje más alto de empresas que afirman tener metas de equidad (industria 76%, comercio 73% y servicios 71%). En los tres sectores, las microempresas son las que menos han avanzado en este sentido, ver Gráfico 19. Por otra parte, en lo que respecta a la implementación de protocolos para atender casos de acoso sexual, vemos la misma ten-

Gráfico 19. ¿Su empresa cuenta con objetivos o metas respecto a la equidad de género?* (%)

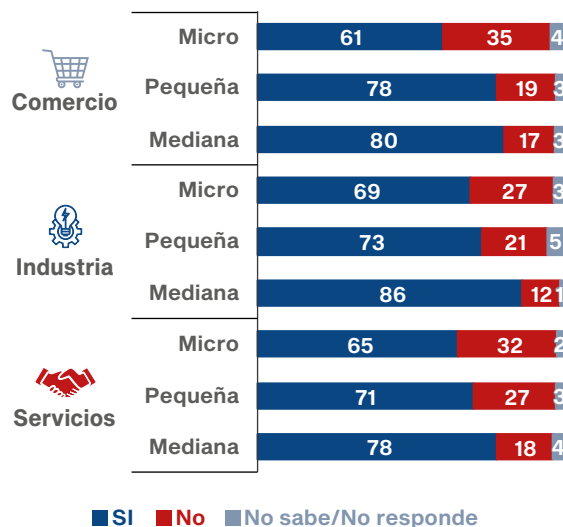
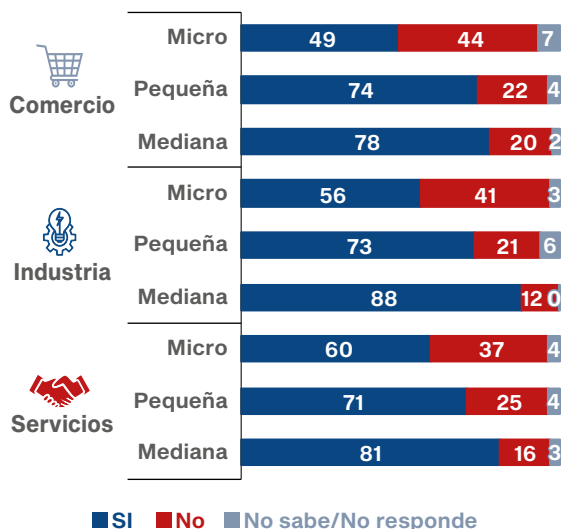


Gráfico 20. ¿Su empresa cuenta con protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual? * (%)



*Respuesta única.

dencia: en promedio, la industria está por encima de los otros dos sectores (72% industria, 67% comercio y 70% servicios). Llama la atención el rezago de las microempresas, sobre todo de las comerciales, ver Gráfico 20.

En líneas generales, si bien ha habido un avance significativo en la inclusión de las mujeres en posiciones de decisión y puestos gerenciales, todavía faltan muchos esfuerzos en este frente. A nivel nacional, persiste un desbalance entre hombre y mujeres en términos de acceso a instancias de decisión, en especial en empresas de menor tamaño. Las microempresas, en mayor medida, se encuentran rezagadas en términos de metas de equidad de género y protocolos para tratar casos de acoso en ambientes laborales.

Situación actual

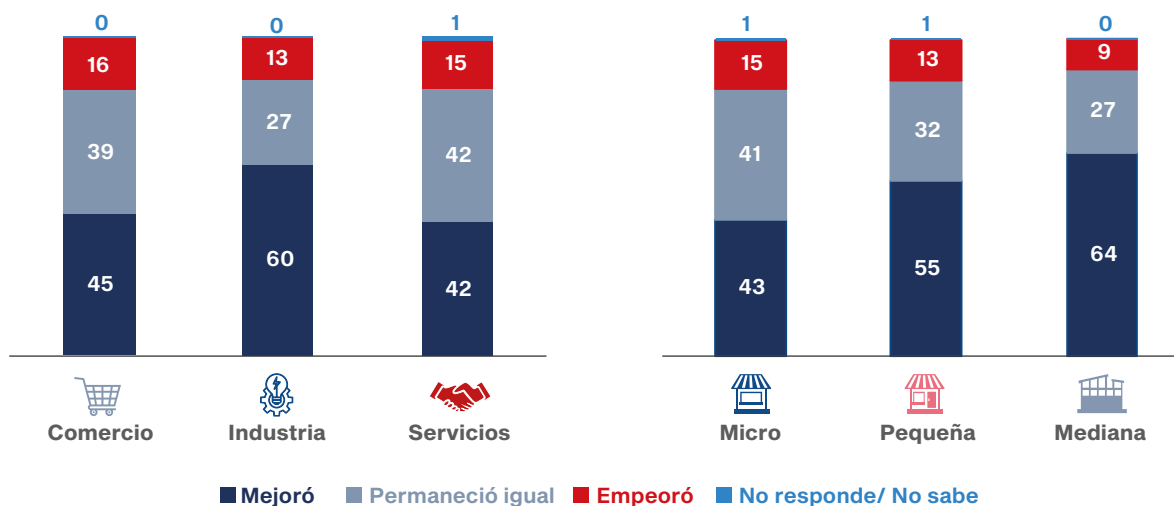
Primer semestre de 2021

A nivel nacional, las MiPymes de los sectores de industria y las empresas medianas reportaron en una mayor proporción una mejoría en su situación actual. Si bien hay optimismo, no podemos dejar de notar el buen porcentaje de MiPymes que manifestó un deterioro en su situación económica actual, tanto por sector como por tamaño: comercio 16%, industria 13%, servicios 15%, micro 15%, pequeña 13% y mediana 9%.

La percepción de los empresarios va en línea con la recuperación económicas que se vio en los indicadores nacionales durante todo el 2021 (ver Gráfico 21).

Ahora, al indagar más en detalle encontramos que, a comparación con el segundo semestre de 2020, el volumen de ventas aumentó de manera considerable para los tres sectores, en

Gráfico 21. En comparación con el segundo semestre de 2020 su situación actual*:
(%)



*Respuesta única.

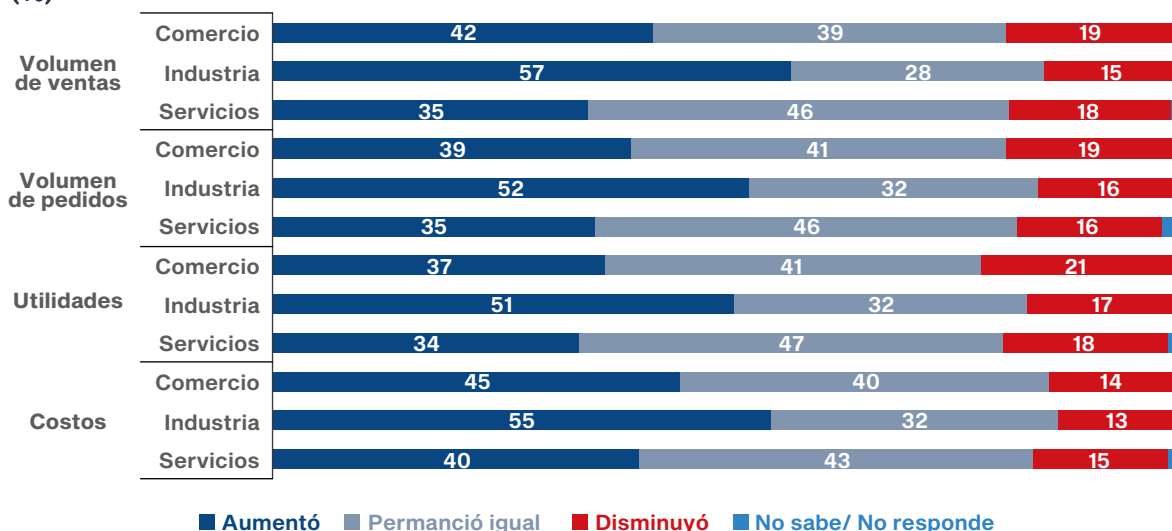
mayor medida el de industria (comercio 42%, industria 57% y servicios 35%). Un panorama similar se observó en términos de volumen de pedidos, aumentó para el 39% de las empresas de comercio, el 52% de las de industria y el 35% de las de servicios. En términos de utilidades, una vez más, el sector industrial se mostró con mejores perspectivas, un 51% de los empresarios manifestó un crecimiento de las utilidades con respecto a la segunda mitad del 2020 (comercio 37% y servicios 34%). Vale la pena resaltar que un 21% de las firmas de comercio reportó un deterioro en este indicador. Finalmente, en cuanto a costos, una porción importante de empresarios de los tres sectores manifestó un aumento en este frente (comercio 45%, industria 55%, servicios 40%) (ver Gráfico 22).

Por otra parte, haciendo el mismo análisis, pero con relación al tamaño de las empresas, vemos

que, en general, las microempresas aún no reportan una recuperación significativa respecto al 2020. Por su parte, las firmas medianas reportan resultados positivos tanto en términos de ventas, volumen de pedidos y utilidades, pero, así mismo, un aumento en sus costos (ver Gráfico 23).

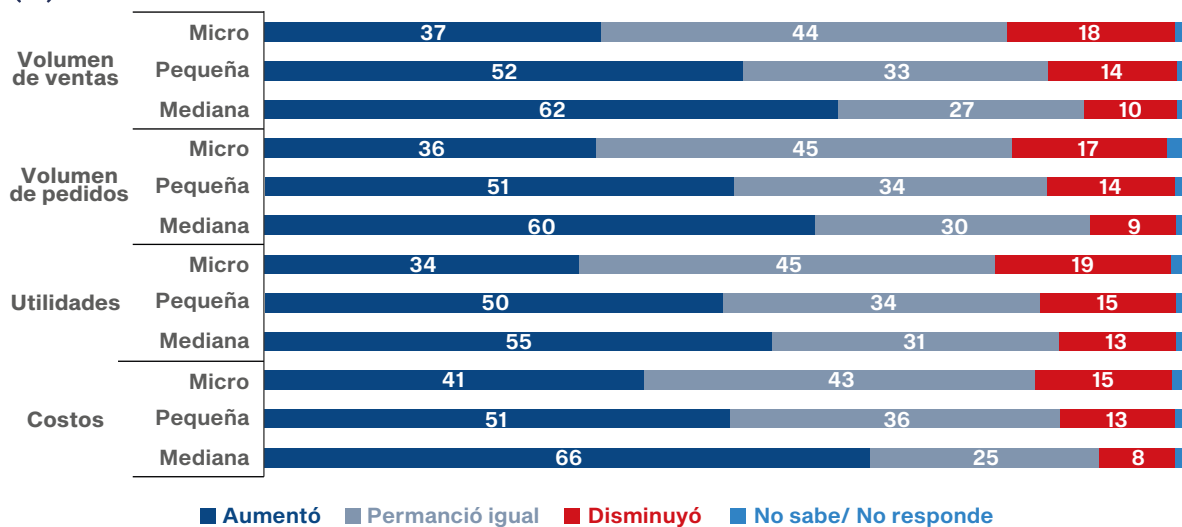
Ahora, si hacemos un acercamiento solo a las utilidades, se podría afirmar que la mayoría de las MiPymes conservaron sus utilidades o incluso mejoraron en la primera parte del 2021. Eso demuestra dos cosas, tanto el impacto positivo de la reactivación, así como lo complejo de la situación en todo el 2020. Vale la pena resaltar un par de resultados. Primero, las microempresas de los sectores de comercio y servicios son las que menos reportan crecimiento en las utilidades, pero las del sector industrial reportaron un aumento en el indicador incluso superior al de las empresas medianas, (ver Gráfico 24).

Gráfico 22. En comparación con el segundo semestre de 2020 su*:
(%)



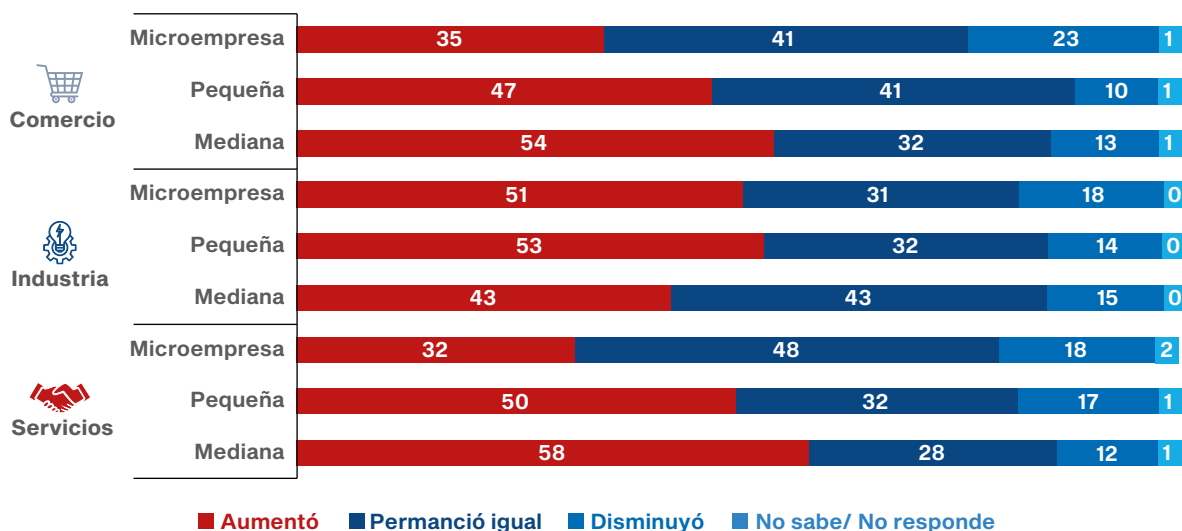
*Respuesta única.

Gráfico 23. En comparación con el segundo semestre de 2020 su*:



*Respuesta única.

Gráfico 24. Las utilidades de su empresa* (%)



*Respuesta única.

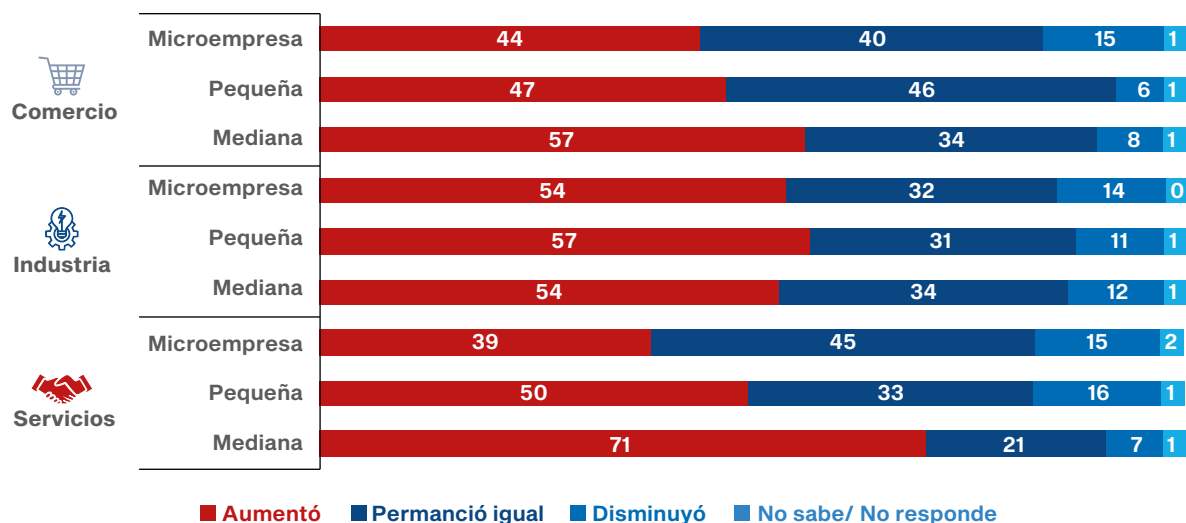
Pese a las cifras positivas en términos de utilidades, hay que decir que los empresarios, sobre todo del segmento de la mediana empresa, también manifestaron un aumento significativo en sus costos de ventas, producción y operación. En promedio el 46% de las microempresas de los tres sectores reportó un aumento en este sentido, el 51% de las pequeñas y el 61% de las medianas. No hay duda de que la escasez relativa por el paro y restricciones de oferta encarecieron los costos de producción (ver Gráfico 25).

Otro de los temas sobre los que indagamos fue la capacidad de generación de empleo de las MiPymes en tiempos de recuperación. Las cifras muestran que, en promedio, en el primer semestre de 2021, con respecto al segundo de 2020, el número de trabajadores permaneció

igual para el 66% de las empresas de los tres sectores y tamaños. Ahora, los datos también muestran que hubo un aumento considerable en el número de trabajadores en las empresas medianas de industria y servicios (ver Gráfico 26).

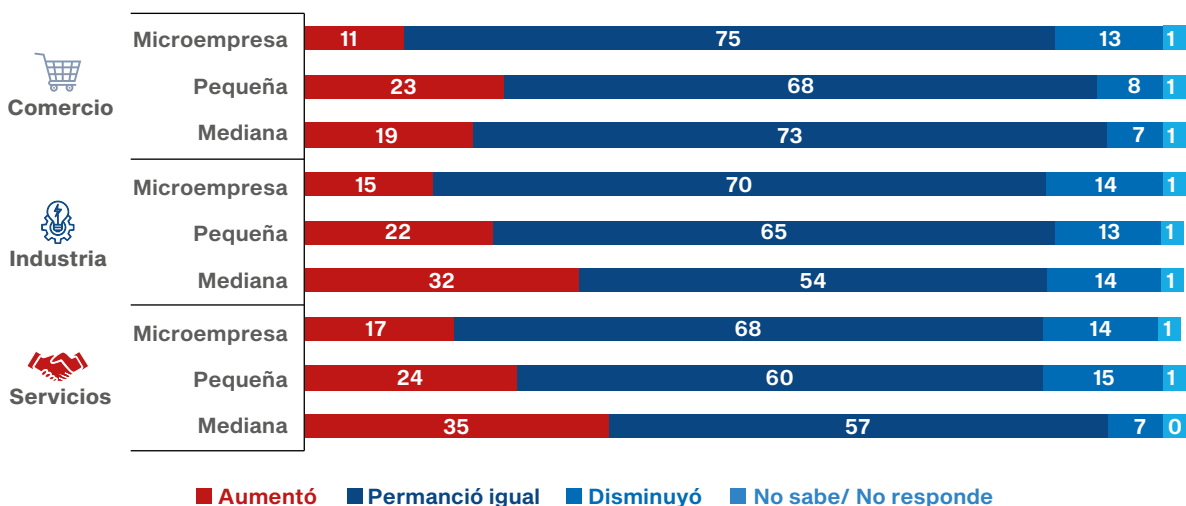
En esta primera edición de la EMP quisimos poner especial atención a temas de formalidad e informalidad. En ese sentido quisimos analizar también si las empresas se encuentran afiliadas a alguna caja de compensación familiar. Tal como lo muestra el Gráfico 27, las microempresas de todos los sectores tienen la menor tasa de afiliación a cajas de compensación. Eso es un indicador del esfuerzo que hay que hacer para que el costo de la contratación formal no impida a las firmas del país generar empleo estable y de calidad para los empleados.

Gráfico 25. Los costos de ventas/producción/operación de su empresa *



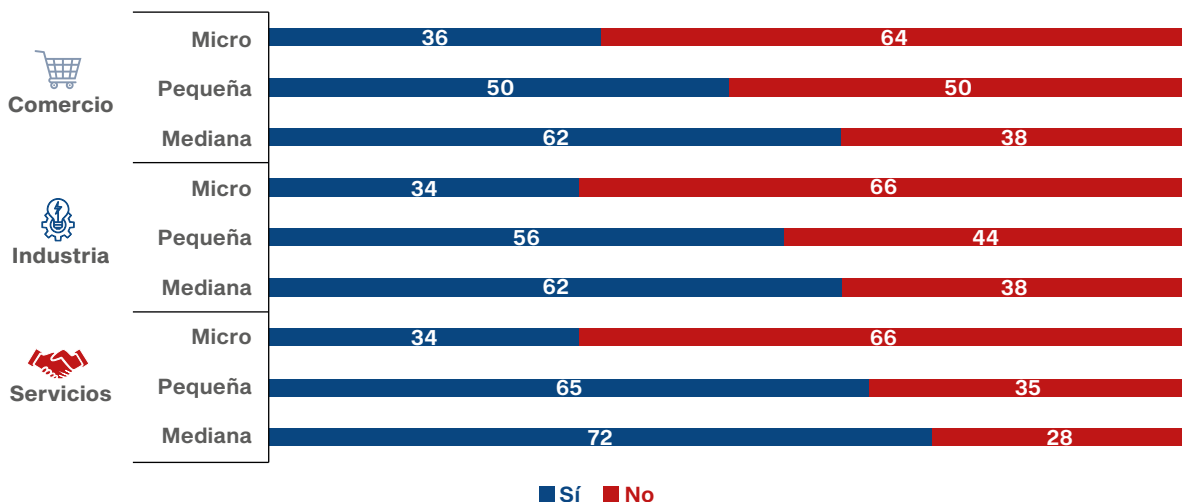
*Respuesta única.

Gráfico 26. En el primer semestre de 2021 comparado con el segundo de 2020, el número de trabajadores de su empresa*



*Respuesta única.

Gráfico 27. ¿Su empresa se encuentra afiliada a alguna caja de compensación?*



*Respuesta única.

Financiamiento

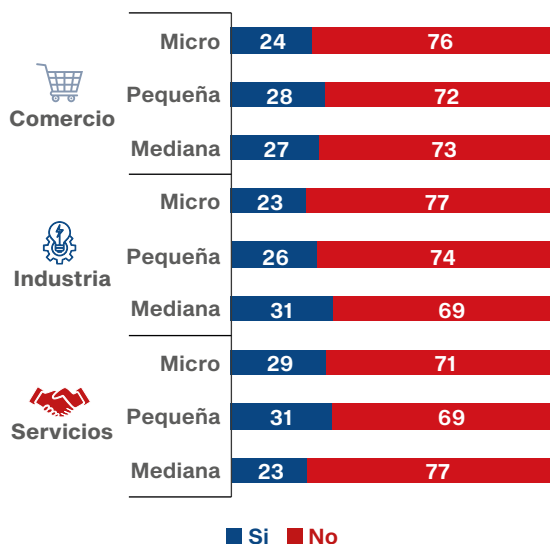
Primer semestre de 2021

El acceso a financiamiento externo posibilita el crecimiento de las empresas, dado que permite realizar inversiones que incrementan la capacidad o productividad de una empresa. Lo anterior motiva el módulo de Financiamiento de nuestra Encuesta, con el cual continuaremos nuestro análisis de los resultados a nivel nacional.

La mayoría de las MiPymes aún tiene una baja integración al sistema financiero. Tan solo 27.3% de las MiPymes colombianas solicitó un crédito con el sistema financiero durante el segundo semestre de 2021. Los resultados son relativamente similares entre sectores y tamaños de empresas, oscilando entre 24% y 31% (ver gráfico 28). Al revisar la tasa de aprobación de los créditos solicitados encontramos diferencias notorias entre sectores. Para las empresas comerciales aproximadamente 1 de cada 2 solicitudes fueron rechazadas, siendo el sector de peores resultados. A las empresas de servicios se les aprobó 62.6% de las solicitudes de crédito; esa cifra asciende a 70.9% para el sector industrial, ver Gráfico 29.

Ahora bien, al analizar los tipos de crédito que fueron otorgados encontramos que el 27.2% fueron de redescuento. Recordemos que esta es una operación de venta a crédito entre dos em-

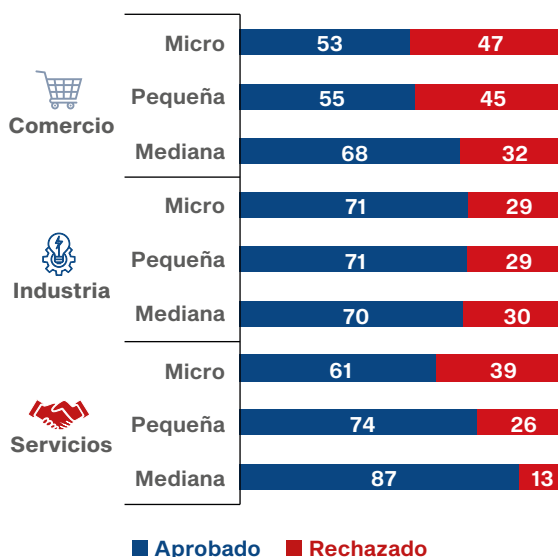
Gráfico 28. Durante el primer semestre de 2021 ¿solicitó crédito con el sector financiero?* (%)



*Respuesta única.

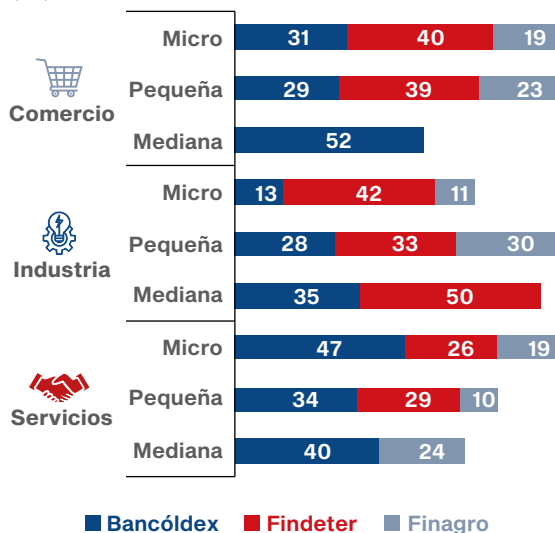
presas que mantienen una relación con una institución bancaria. Las microempresas fueron las que más accedieron a ese tipo de financiamiento (28%). Entre las empresas medianas ese mecanismo fue menos común (14%), ver Gráfica 30.

Gráfico 29. ¿El crédito le fue aprobado o rechazado?* (%)



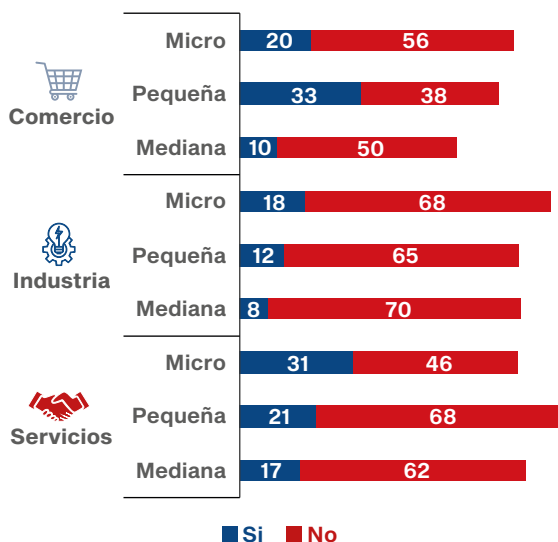
*Respuesta única.

Gráfico 31. ¿El crédito fue ofrecido por?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 30. ¿El crédito fue de redescuento?* (%)

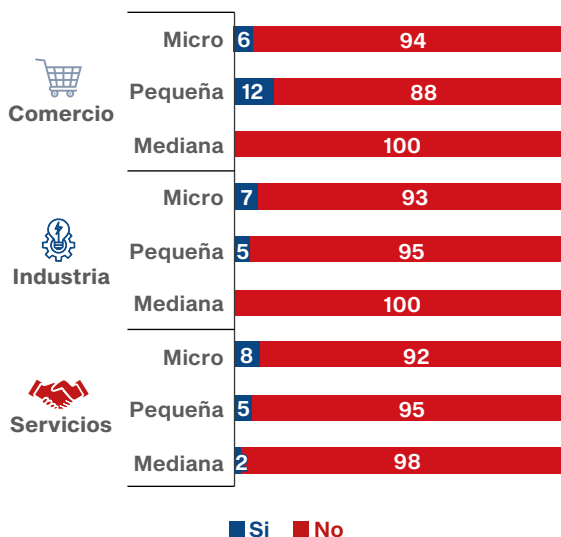


*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Bancóldex, Findeter y Finagro fueron quienes respaldaron los créditos de redescuento. Bancóldex jugó un papel importante en la financiación de las empresas de servicios, ofreciendo 46.4% de los créditos del sector. Findeter hizo lo suyo en las empresas de comercio e industria al ofrecer 39.9% y 41.4% de los créditos respectivamente, ver Gráfico 31.

A las micro y pequeñas empresas se les exigió un colateral o garantía por el crédito más frecuentemente que a las empresas medianas. A las microempresas se le exigió colateral en 7.5% de los casos y garantía en 14.1%, ver Gráficos 32 y 33. En la mayoría de los casos esos respaldos equivalían a entre el 1% y 20% del crédito, pero fue más común que a una microempresa le exigieran un respaldo equivalente a un mayor porcentaje del crédito que a las empresas pequeñas o medianas, ver Gráficos 34 y 35.

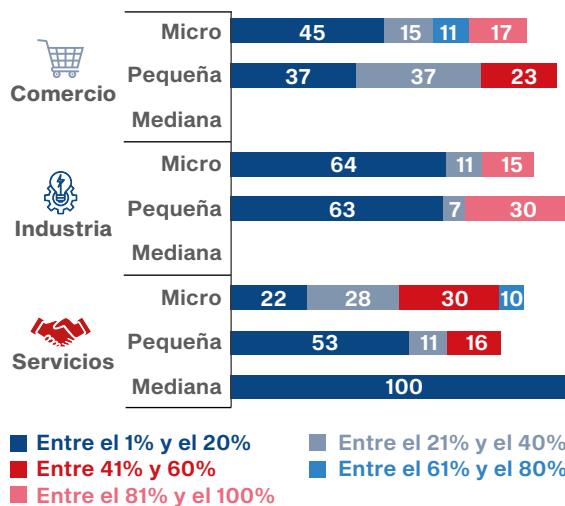
Gráfico 32. ¿Le exigieron colateral por el crédito solicitado?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

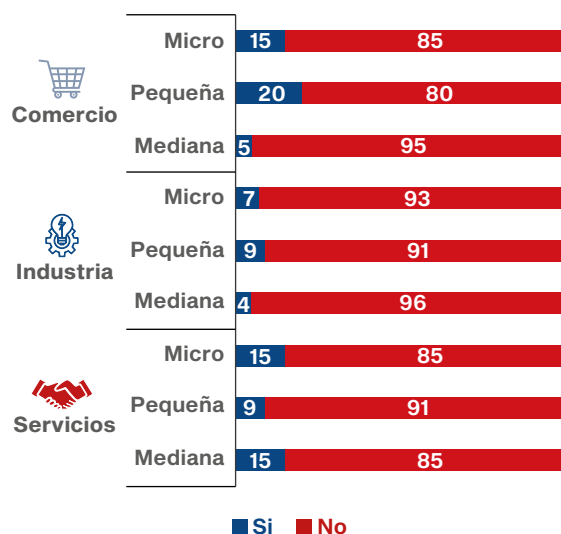
Gráfico 34. ¿Este colateral que le exigieron, a qué porcentaje del crédito solicitado equivalía?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

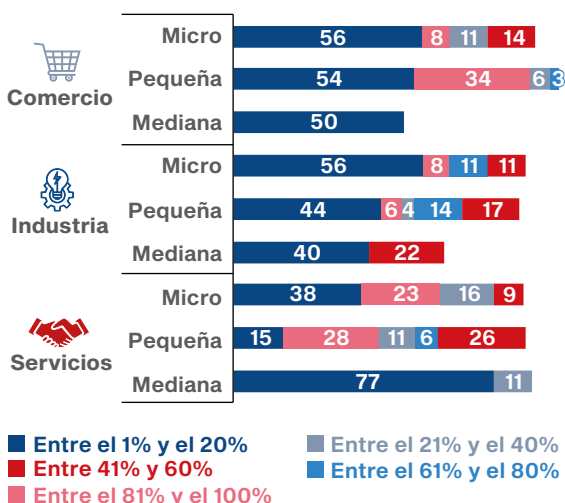
Gráfico 33. ¿Le exigieron garantía por el crédito solicitado?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

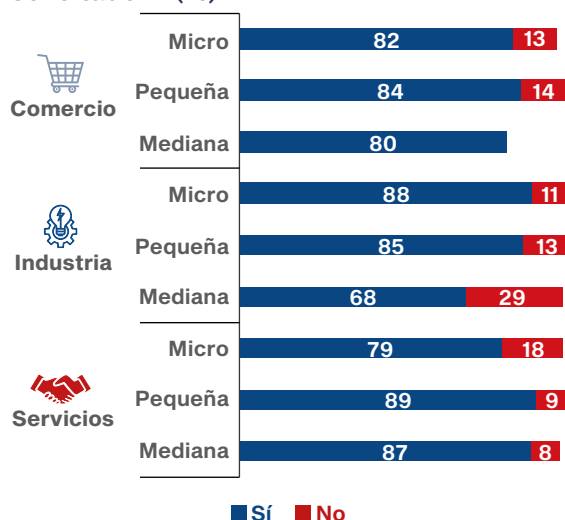
Gráfico 35. ¿Esta garantía que le exigieron, a qué porcentaje del crédito solicitado equivalía?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

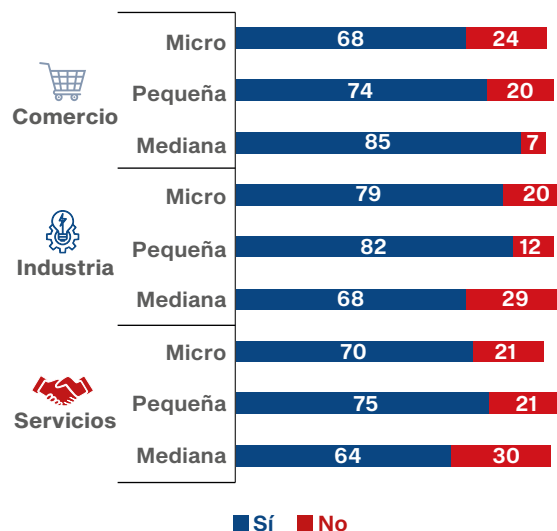
Gráfico 36. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 37. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

La satisfacción de las MiPymes frente a los créditos ofrecidos fue considerablemente alta. Más del 80% de las empresas reportaron que el crédito aprobado tuvo un valor que se ajustó al valor solicitado. La mayor satisfacción frente al monto se encuentra en la industria (86%), seguido del comercio (82%) y por último los servicios (80%), ver Gráfico 36. En cuanto a la tasa de interés ofrecida, más del 70% de las empresas consideran que la tasa de interés sobre el crédito fue apropiada. También es la industria el sector que más satisfacción tiene en ese aspecto (79%), ver Gráfico 37.

Los recursos de los créditos se destinaron en su mayoría a cubrir los costos de los insumos, la mano de obra y otros gastos operativos, ver Gráfico 38. Más de la mitad de las empresas que no solicitaron crédito reportaron no haberlo hecho porque no lo necesitaban. Una fracción importante no lo hizo por lo

que consideran un exceso de trámites (21%), ver Gráfico 39.

Teniendo en cuenta sus necesidades de financiamiento, 66% de las empresas accedieron a otras fuentes de crédito para satisfacer sus requerimientos financieros. 32% de las firmas utilizó recursos propios, mientras que 30% recurrió a proveedores. La reinversión de utilidades también fue un mecanismo importante de financiamiento: 18% de las firmas lo llevaron a cabo, ver Gráfico 40.

Al hablar del financiamiento de las MiPymes también se debe considerar el ahorro, que es una forma de apalancarse frente al riesgo. El ahorro es una práctica frecuente en las MiPymes colombianas, 59% de las firmas manifestó haber ahorrado durante el primer semestre del 2021. Al desagregar las cifras por tamaño se observa que el 58% de las microempresas ahorran, mientras que 67% de las pequeñas y 69% de las medianas lo hacen.

Gráfico 38. Los recursos recibidos se destinaron a*:
(%)

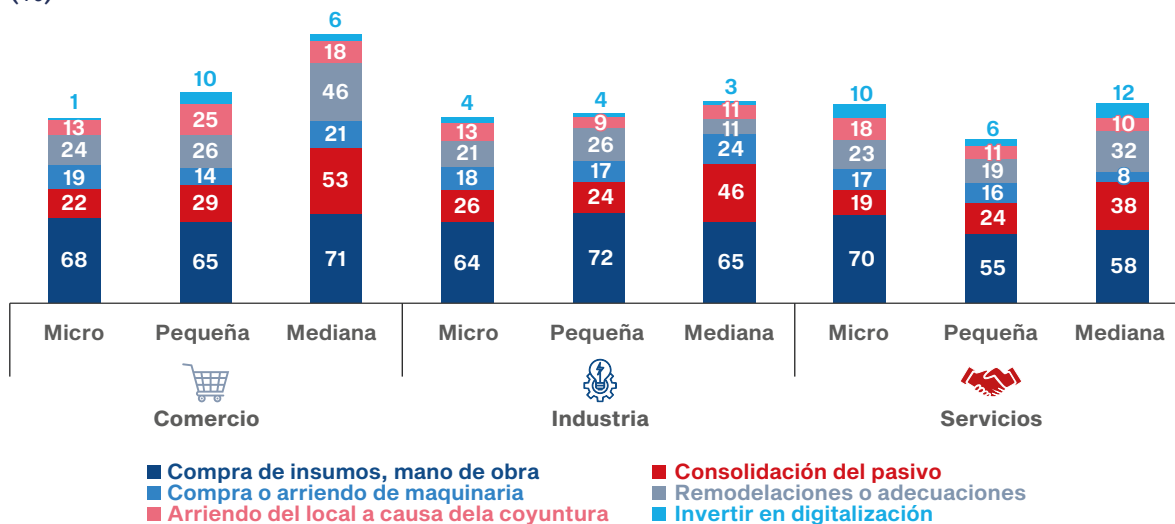


Gráfico 39. No solicitó crédito en el Sistema Financiero porque*:
(%)

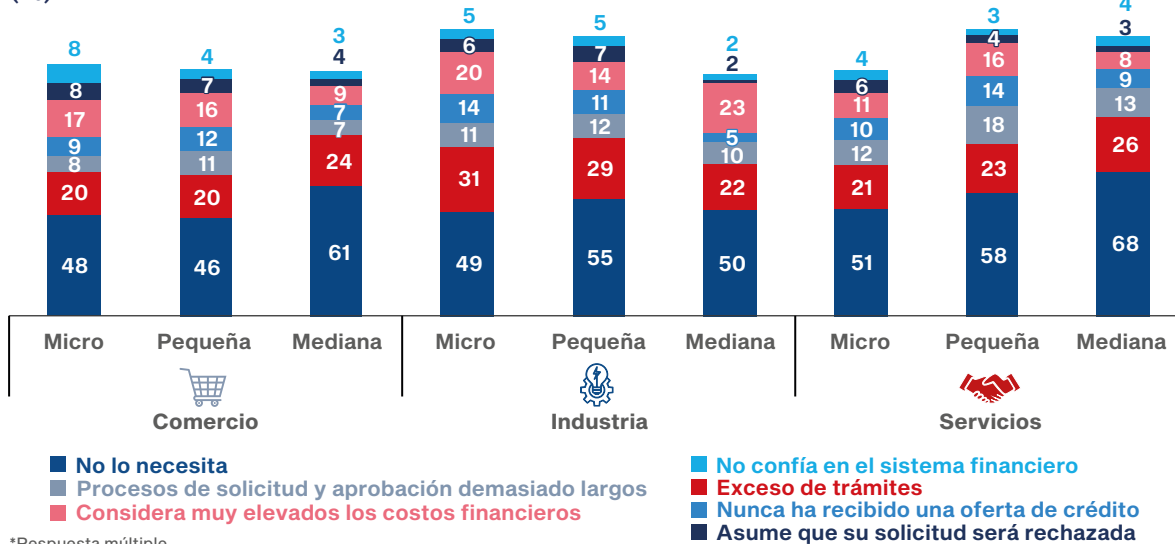
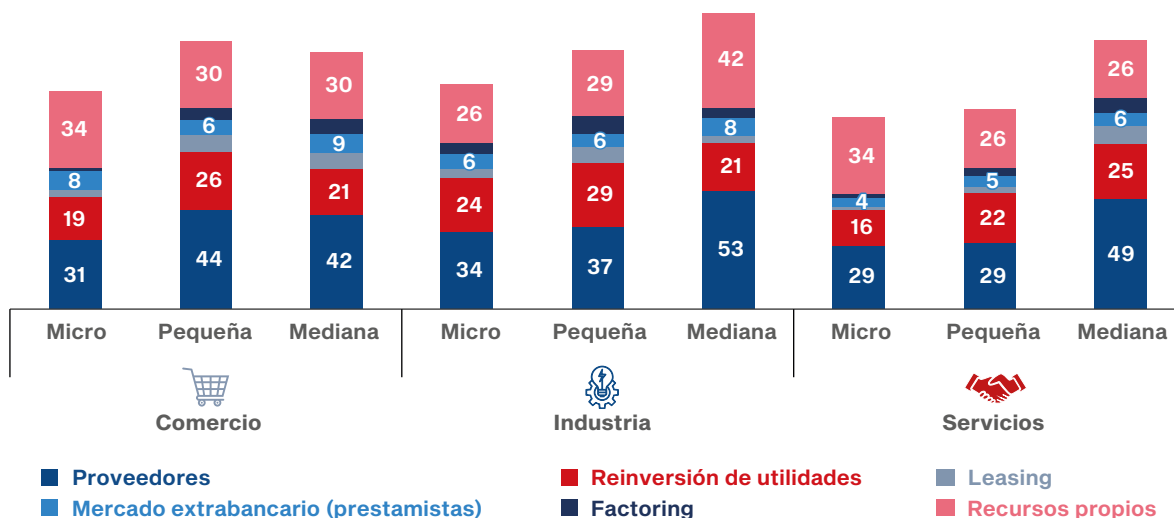


Gráfico 40. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?* (%)

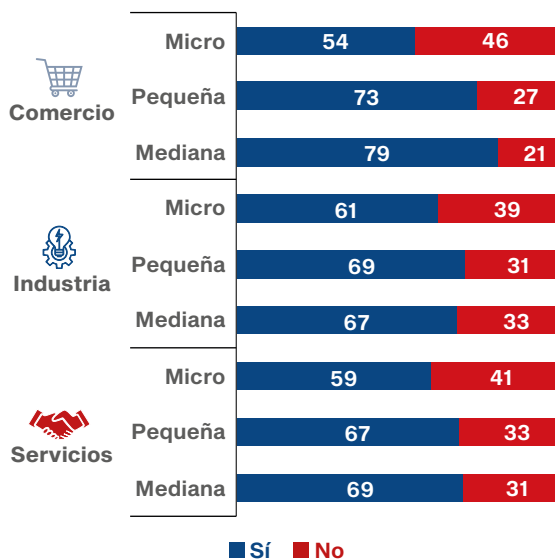


*Respuesta múltiple.

Esos resultados indican que las microempresas cuentan con una menor capacidad de ahorro con respecto a las firmas de mayor tamaño, algo que también encontramos al preguntar ¿Por qué su empresa no ahorra?, ver Gráfico 41. La principal razón de las firmas para no ahorrar fue la falta de recursos para hacerlo. Como era de esperarse, las microempresas manifestaron no tener el dinero para ahorrar con mayor frecuencia que las firmas de mayor tamaño (2pp más que las pequeñas y 8pp más que las medianas). Otras dos razones importantes para no ahorrar fueron la falta de ofertas de productos para ahorrar (10%) y la falta de necesidad o interés (7%), ver Gráfico 42.

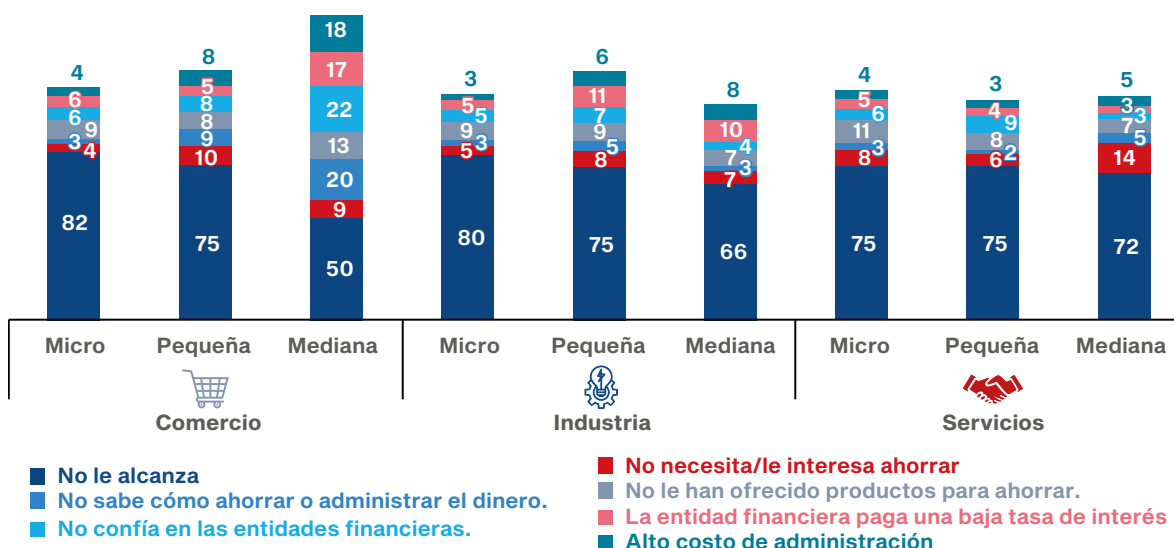
Otro mecanismo de financiamiento sobre el que indaga la encuesta son las fianzas. Al preguntarle a las MiPymes si conocen el mecanismo la mayoría indicó no hacerlo. Por sectores, el 70% de las empresas de los servicios dijo no conocerlo, el 78% en el caso de la industria y

Gráfico 41. ¿Durante el primer semestre del 2021 su negocio ha ahorrado?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 42. ¿Por qué no ahorra?* (%)



el 80% en el comercio, ver Gráfico 43. Ahora, al preguntar si estarían interesados en adquirir fianzas para garantizar el incumplimiento del pago de los créditos, menos del 40% de las empresas a nivel nacional indicó estar interesadas. El mayor interés se dio en los servicios

(38%), seguido del comercio (32%) y la industria (30%), ver Gráfico 44. El bajo porcentaje que se observa puede estar relacionado con el desconocimiento que existe sobre el tema, lo que hace necesario difundir información sobre este tipo de mecanismos.

Gráfico 43. ¿Conoce qué son los mecanismos de las fianzas?* (%)

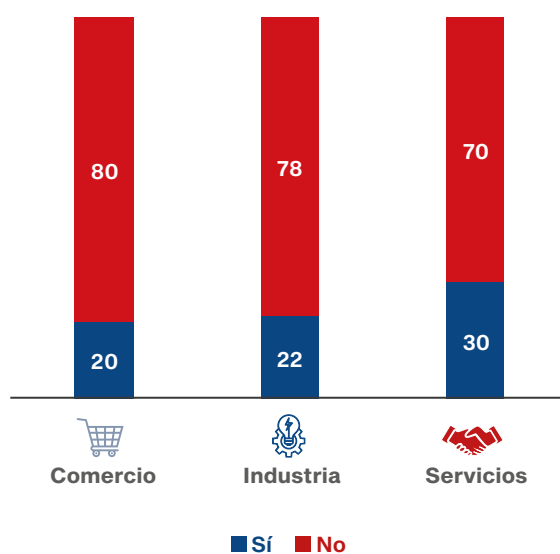
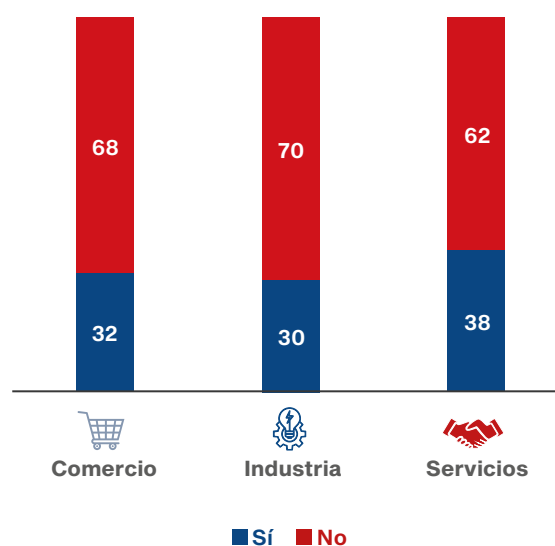


Gráfico 44. ¿Estaría interesado en adquirir fianzas para garantizar el incumplimiento de pago de sus créditos?* (%)



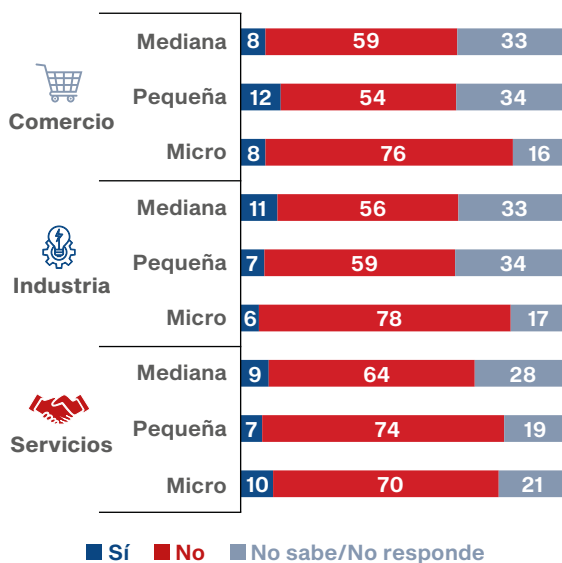
Comercio exterior

Primer semestre de 2021

Otro de los temas sobre los que indaga la EMP es la vocación y capacidad exportadora de las MiPymes. Un tema de particular interés para ANIF y los aliados, que ha tomado relevancia para el país de cara al periodo presidencial 2022-2026. En ese sentido, al preguntar si las empresas del segmento exportan, tan solo en promedio el 8.9% indicaron que lo hacían, ver Gráfico 45. Frente a esa dinámica el único sector que presenta mejores resultados que el promedio es el de servicios. Comportamiento que concuerda con el crecimiento que presentó el comercio exterior de este tipo de actividades durante la pandemia, sin que esto signifique que cuente con una alta inmersión en los mercados internacionales. Por tamaño los resultados son muy parejos respecto al promedio.

Ahora, las empresas que si exportan indicaron, en su mayoría, que el volumen exportado permaneció igual. Aunque vale la pena señalar que una proporción relevante de MiPymes en el

Gráfico 45. En el primer semestre de 2021 ustedes exportaron* (%)

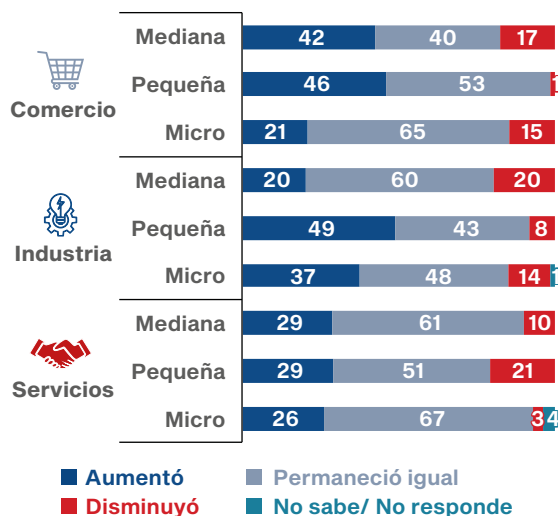


* Respuesta única.

comercio y la industria reportaron un aumento en sus volúmenes exportados, ver Gráfico 46. Lo que puede estar relacionado con los buenos resultados que estos dos sectores experimentaron en 2021 en su proceso de recuperación.

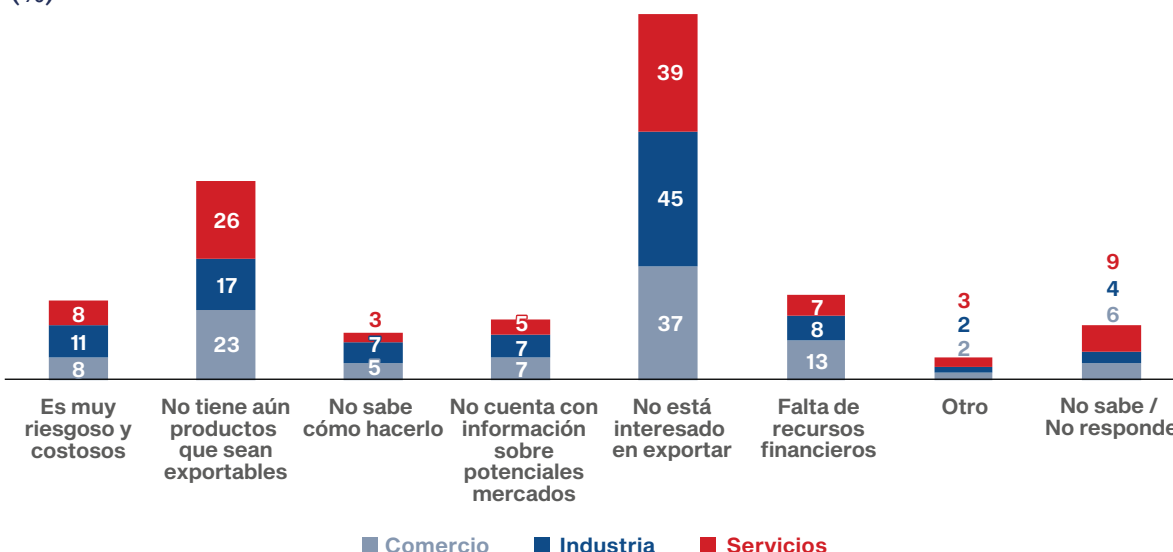
Por su parte, al preguntarle a los empresarios que no exportan las razones para no hacerlo sobresale el poco interés que estos muestran frente al tema, sin importar el sector. Lo anterior preocupa en tanto permite ver que más allá de las barreras que puedan existir en el acceso a nuevos mercados, es en principio la falta de vocación la que frena la entrada de productos colombianos en el mercado internacional. Otra razón es que las empresas indican que no tienen un producto exportable, ver Gráfico 47. Estas dos respuestas demuestran la necesidad que existe en el país por dar a conocer las ventajas de comerciar con el exterior, así como de crear espacios para el fortalecimiento de los produc-

Gráfico 46. En el primer semestre de 2021 comparado con el segundo semestre de 2020 el volumen exportado por su empresa*: (%)



* Respuesta única.

Gráfico 47. ¿Cuáles son las razones por las que su negocio no exporta?*

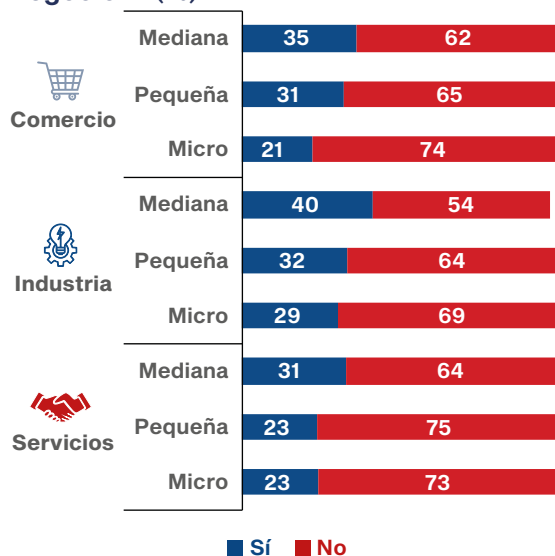


* Respuesta múltiple.

tos nacionales, de tal forma que estos puedan ser competitivos a nivel internacional.

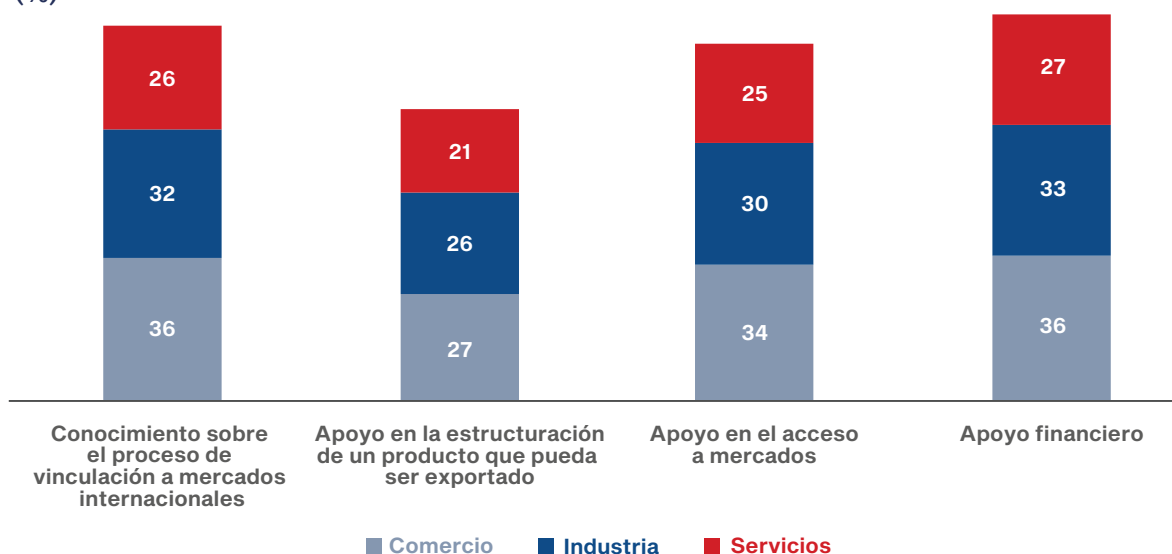
Para completar el perfil de la vocación exportadora de las empresas, se les preguntó a aquellas que no exportan si cuentan con un plan de internacionalización. Aunque los resultados, en promedio (23.8%), revelan un mejor panorama exportador, sigue siendo muy bajo el porcentaje de empresas que están encaminadas a expandir sus socios comerciales por fuera del mercado nacional, ver Gráfico 48. Lo anterior revela poca vocación exportadora de las empresas en Colombia, situación que no es ajena a los resultados que las exportaciones registran en los últimos años. Pese a lo anterior, es de rescatar que el tamaño de la empresa parece tener relación con tener un plan de internacionalización, lo que revela que la capacidad productiva de las firmas juega un papel clave en la internacionalización (micro 23.3%, pequeña 25.8% y mediana 33.1%).

Gráfico 48. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 49. ¿Qué cree usted que necesita para exportar?* (%)

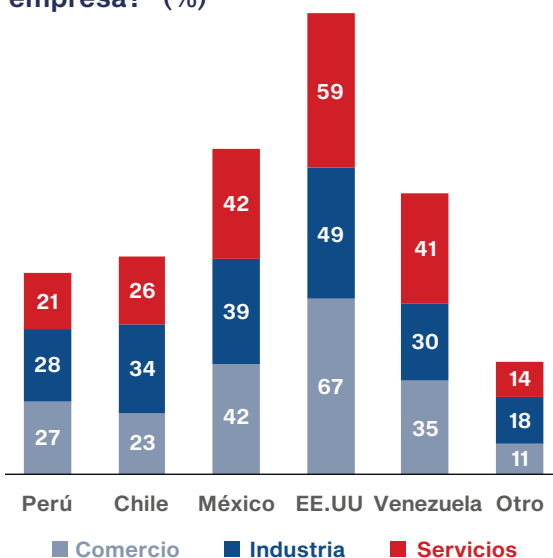


* Respuesta múltiple.

A la hora de preguntarles qué necesitan para exportar, las MiPymes de los tres sectores indicaron que es importante contar con apoyo financiero (comercio 35.8%, industria 32.1% y servicios 26.0%) y con conocimiento sobre la vinculación a nuevos mercados (comercio 36.0%, industria 33.0% y servicios 27.5%), ver Gráfico 49.

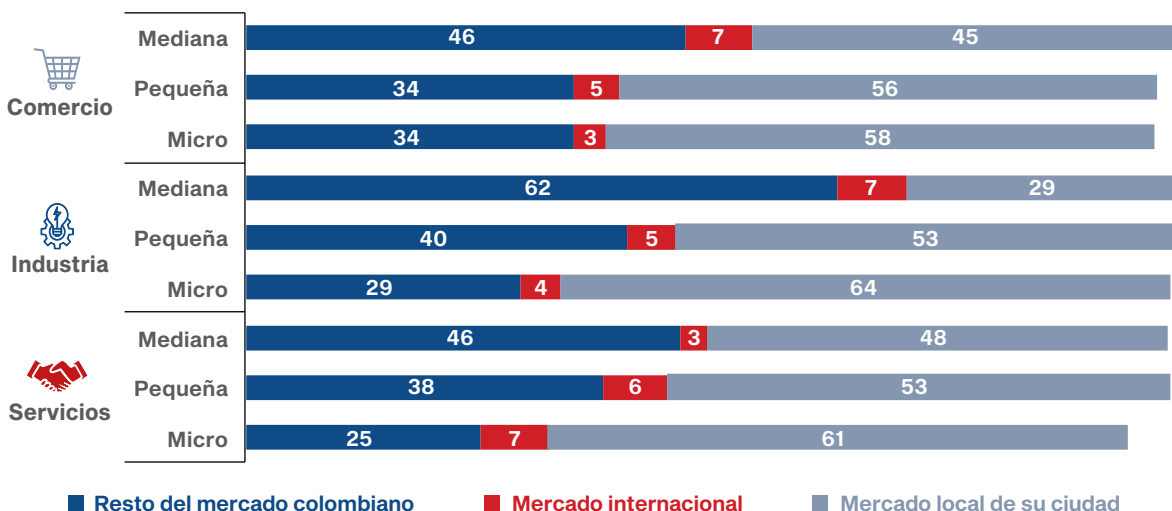
Por el lado de las empresas que si exportan Estados Unidos es el principal destino de exportación (comercio 66.6%, industria 49.4% y servicios 58.7%), seguido de México y Venezuela, ver Gráfico 50. No obstante, al indagar por la participación de los distintos mercados dentro de las ventas de las MiPymes, se encuentra que el mercado local de la ciudad es el que domina. Las firmas ni siquiera llegan a tener participación a nivel nacional, solo las medianas empresas se acercan a una participación igual o mayor al 50% del mercado nacional en las ventas ver Gráfico 51.

Gráfico 50. ¿A cuáles de los siguientes países exporta actualmente su empresa?* (%)



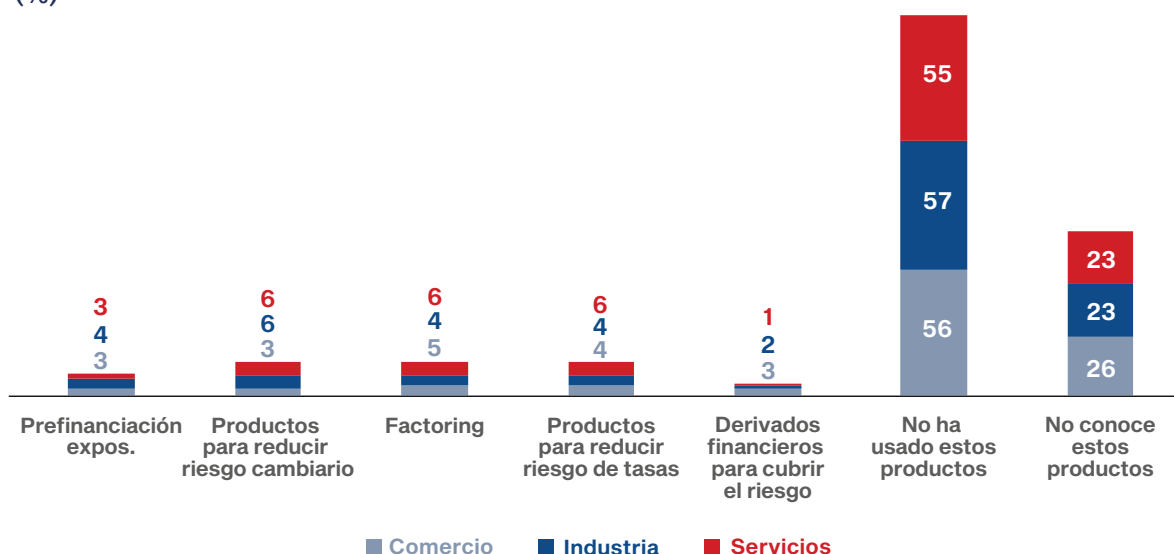
* Respuesta múltiple.

Gráfico 51. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el primer semestre de 2021?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 52. ¿Si exporta, ha usado alguno de estos productos financieros?* (%)

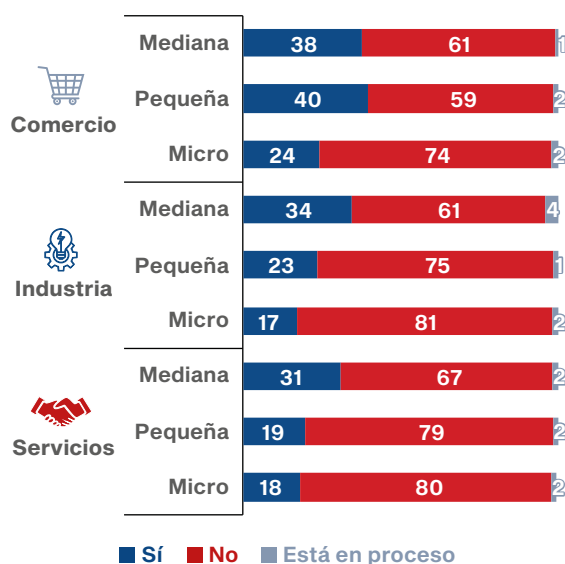


* Respuesta múltiple.

Centrándose de nuevo en las MiPymes que si exportan, se indagó sobre el uso de productos financieros para exportadores. Los resultados demuestran que son muy pocas las empresas que los han usado (comercio 55.6%, industria 57.1%, servicios 55.0%) y/o que los conocen (comercio 26.2%, industria 23.2% y servicios 23.3%). Lo que deja un espacio amplio para difundir información sobre los productos y los beneficios que presentan, ver Gráfico 52.

En el marco del comercio exterior, se incluyó por primera vez preguntas sobre el proceso de importación. En ese sentido, al indagar si las empresas importan o no, se encontró que frente a las que exportan son más las que importan (comercio 25.4%, industria 18.4% y servicios 18.5%), ver Gráfico 53. No obstante, el porcentaje de las que lo hace continúa siendo bajo. Ahora, al preguntarle a las empresas que importan si venden o utilizan los productos importados es posible

Gráfico 53. ¿Su negocio importó en el primer semestre de 2021?* (%)



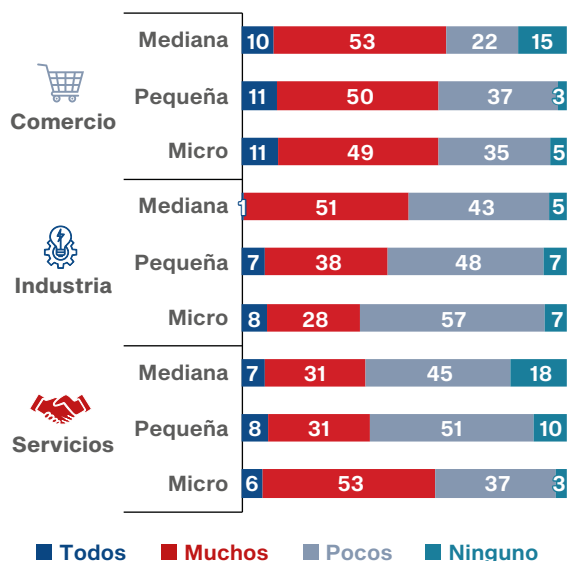
* Respuesta única.

observar que los resultados se relacionan con el tipo de actividad que se desarrolla al interior de los sectores. En ese sentido, los comerciales son los que reportan un mayor uso o venta de los productos (60.5% de las empresas indican que venden o utilizan todos o muchos productos exportados). A estos le siguen los empresarios del sector servicios que indican que el 57.3% venden/utilizan todos o muchos productos. Lo que lleva a que los industriales sean los que menos vende/utilizan productos importados (38.6%, todos o muchos), ver Gráfico 54.

De los resultados encontrados en el módulo se puede afirmar que son muy pocas las MiPymes que exportan y se encuentran interesadas en hacerlo en Colombia. Además, las que no lo hacen indican que no cuentan con un producto de exportación que les permita competir en los mercados internacionales o el nacional. Lo anterior se ve reflejado en la participación que el mercado local de la ciudad tiene en las ventas, mientras que el nacional y el internacional cuentan con una participación muy baja. Por el lado de las importaciones, aunque cada vez son más las Mipymes que indican hacerlo, el porcentaje sigue siendo bajo.

La participación de las empresas en el comercio exterior es fundamental para que aumente su productividad y competitividad. Por tal razón,

Gráfico 54. ¿Su negocio vende o utiliza productos importados?* (%)



* Respuesta única.

hemos decidido hacer un ejercicio econométrico que permita identificar los factores que contribuyen a que las empresas participen en el comercio exterior y aquellos que reducen la probabilidad de que lo hagan. Los resultados de ejercicio se presentan en la siguiente sección.

Ejercicios econométricos

Comercio exterior

Es vital conocer el nivel de internalización de las MiPymes. Como ya se mencionó en la sección anterior, las empresas en Colombia, y aún más las de menor tamaño, tienen una baja vocación exportadora. Los resultados de nuestra Encuesta demuestran que una muy baja proporción de las firmas exporta. Exportar es una oportunidad de crecimiento importante, pues permite a las firmas explotar nuevos mercados. Sin embargo, el proceso está lleno de barreras como lo son el financiamiento, la intensidad de la innovación, las habilidades del capital humano y la estructura de la organización. Sumado a eso, las MiPymes se enfrentan a regulaciones comerciales cambiantes y a competencia externa que, para las economías emergentes, suele ser más productiva. Por esas razones, llegar a mercados internacionales es una muestra de crecimiento, efectividad en los procesos internos y competitividad.

Con el fin de indagar cuáles son esos factores que hacen posible que una empresa exporte realizamos algunos ejercicios econométricos, los cuales expondremos en esta sección. A partir de la pregunta “¿Exportaron durante el

primer semestre de 2021?” se construyó una variable dicótoma que toma el valor de 1 si la empresa exporta y 0 de lo contrario, la cual se utilizó como variable dependiente. Para la estimación de los modelos se implementó la especificación Logit, que asegura que las probabilidades estén acotadas entre 0 y 1 y reconoce efectos marginales heterogéneos.

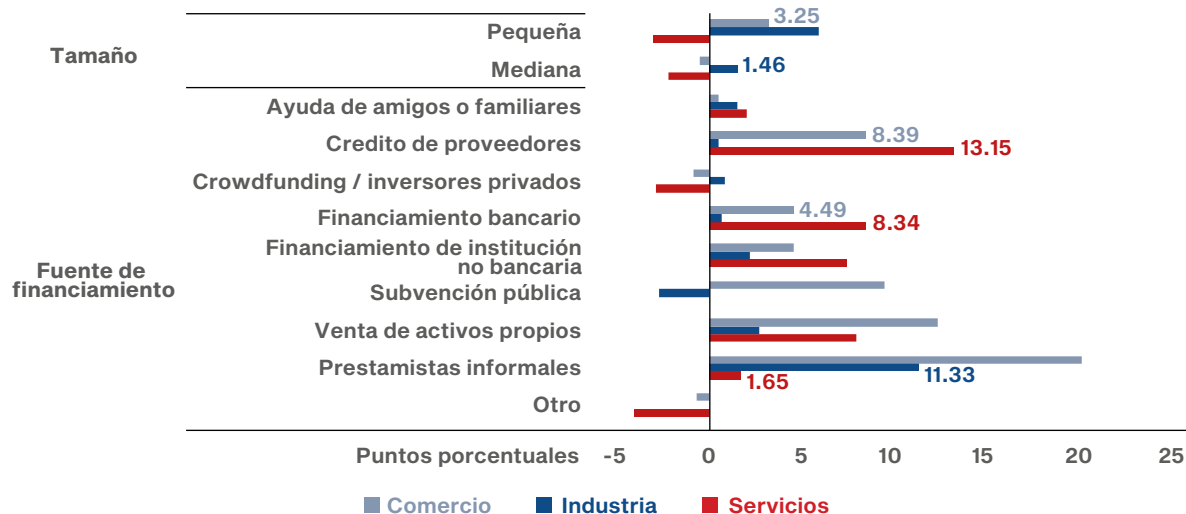
Las variables explicativas que se consideraron fueron algunas características de las empresas y los dueños o tomadores de decisiones que resultan ser relevantes para involucrarse en el comercio exterior, tales como el tamaño de la firma, el nivel educativo del dueño, su sexo y el rango de edad. También se tuvo en consideración la principal fuente de financiamiento con la que se puso en marcha la empresa. Esa última variable se encuentra relacionada con el efecto que la literatura ha encontrado 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 y el acceso a información que les permita a las MiPymes acceder a los mercados internacionales. De igual forma, existe evi-

dencia de que la participación de fuentes de financiamiento privado está vinculada con la transferencia de conocimiento y habilidades necesarias para el comercio exterior (Cardozo G, et. al, 2015). Además, incluimos variables de formalidad e informalidad y el uso de productos financieros. Se debe tener en cuenta que los ejercicios desarrollados no intentan encontrar relaciones causales, sino establecer correlaciones rigurosas entre variables de interés y de control.

El primer ejercicio desarrollado indaga sobre la relación entre algunas de las características de la firma y la probabilidad de exportar. Para este primer ejercicio se consideró el tamaño de la firma y la principal fuente de financiamiento como variables explicativas. Los resultados se ven a continuación.

Antes de interpretar los resultados es importante aclarar que el ejercicio se realizó usando como base una empresa micro cuya principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa fueron los recursos propios o ahorros del dueño. La estimación se hizo para cada uno de los sectores. Como se ve en el Gráfico 55, algunos de los efectos encontrados son significativamente distintos de cero. La probabilidad de exportar de una empresa pequeña del sector comercial es 3.25pp más alta que la de una micro del mismo sector. La probabilidad de exportar de una empresa mediana del sector industrial es 1.44pp más alta que la de una micro del mismo sector. Obtener financiación a través de créditos de proveedores, financiamiento bancario o prestamistas informales incrementa la probabilidad de exportar.

Gráfico 55. ¿Su empresa exporta?
Características de la firma



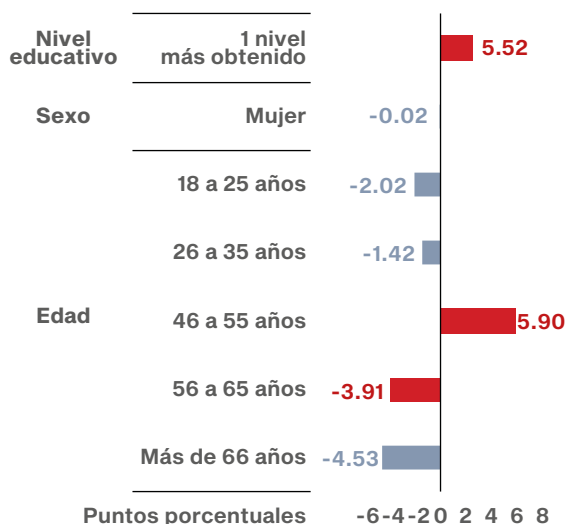
Nota: el ejercicio se realizó usando como base una empresa micro cuya principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa fueron los recursos propios o ahorros del dueño. Las barras con etiqueta son significativamente distintas de 0.

El segundo ejercicio considera las características del dueño, específicamente su nivel educativo, sexo y rango etario. Se tomó como base una empresa cuyo dueño es un hombre entre los 36 y los 45 años. A partir de la estimación encontramos que el sexo del dueño no influye en la probabilidad de exportar de una empresa. Por otro lado, la probabilidad de exportar incrementa en 2.52pp por cada nivel educativo adicional alcanzado. En comparación con una empresa con un dueño entre los 36 y 45 años encontramos que, por un lado, la probabilidad de exportar de una empresa aumenta en 5.90 pp si su dueño tiene entre 46 y 55 años y, por el otro, disminuye en 3.91 pp si su dueño tiene entre 56 y 65 años (Gráfico 56).

Un tercer ejercicio que realizamos fue estimar la probabilidad de exportar con base a la situación de formalidad de una empresa. Para eso se utilizó como variables explicativas si la empresa tiene Registro Mercantil, RUT, NIT o si cotiza aportes a salud y/o pensión. Se tomaron esas variables explicativas como distintos niveles de formalidad, usando como base una empresa totalmente informal. En este caso encontramos que tener Registro Mercantil y RUT incrementan la probabilidad de que una empresa exporte en 9.71pp y 24.86pp, respectivamente, (Gráfico 57).

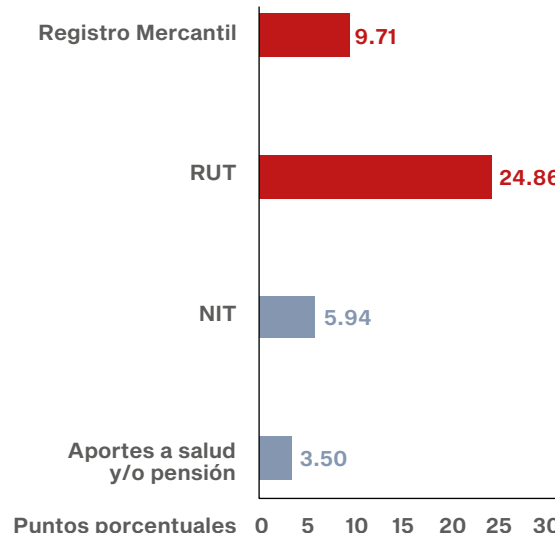
Por último, comparamos la probabilidad de exportar de una empresa dependiendo si usa

Gráfico 56. ¿Su empresa exporta?
Características de la firma



Nota: el ejercicio se realizó usando como base una empresa cuyo dueño es un hombre con 36 a 45 años. Las barras oscuras indican una significancia al 5%.

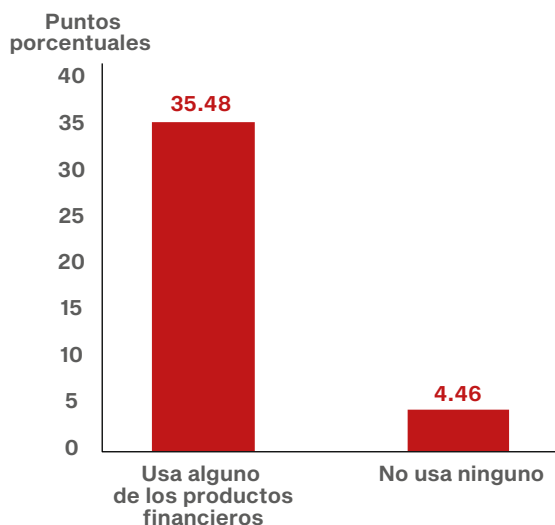
Gráfico 57. ¿Su empresa exporta?
Formalidad e informalidad



Nota: el ejercicio se realizó usando como base una empresa informal. Las barras oscuras indican una significancia al 5%.

o no alguno de los siguientes productos financieros: prefinanciación expos, productos para reducir riesgo cambiario, factoring, productos para reducir riesgo de tasas y derivados financieros para cubrir el riesgo. A partir de la estimación del modelo concluimos que la probabilidad de exportar de una empresa incrementa en 31.02pp si utiliza algún producto financiero (Gráfico 58).

**Gráfico 58. ¿Su empresa exporta?
Productos financieros**



Nota: los productos financieros en consideración fueron: prefinanciación expos, productos para reducir riesgo cambiario, factoring, productos para reducir riesgo de tasas y derivados financieros para cubrir el riesgo.

Perspectivas

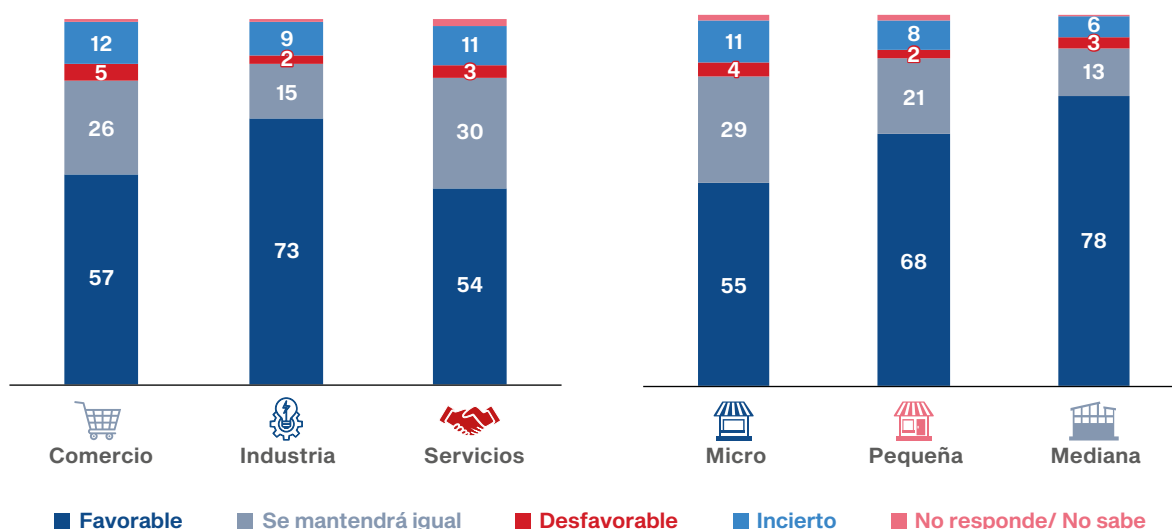
Primer semestre de 2021

La EMP también le pregunta a las firmas sobre sus perspectivas frente al siguiente semestre de actividades. Se observa en los resultados de la Encuesta un optimismo generalizado, que varía dependiendo del sector y el tamaño de la firma. Las empresas medianas son las más optimista, 78% cree que su desempeño en el segundo semestre de 2021 será favorable. Las empresas pequeñas también un nivel elevado de optimismo (68%). No se puede decir lo mismo de las microempresas: un poco más de 1 de cada 2 considera que su

desempeño será favorable, muy inferior a los resultados de las pequeñas y medianas. Las perspectivas también difieren por sector, siendo la industria el sector más optimista, ver Gráfico 59.

Al desagregar esas cifras por rubros encontramos que la mayoría de MiPymes cree que su volumen de ventas (54.6%) y su volumen de pedidos (52.6%) aumentará. Una fracción ligeramente inferior a la mitad considera que su volumen de producción (49.3%) y la inversión de

Gráfico 59. Sobre el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2021 usted considera que será*: (%)

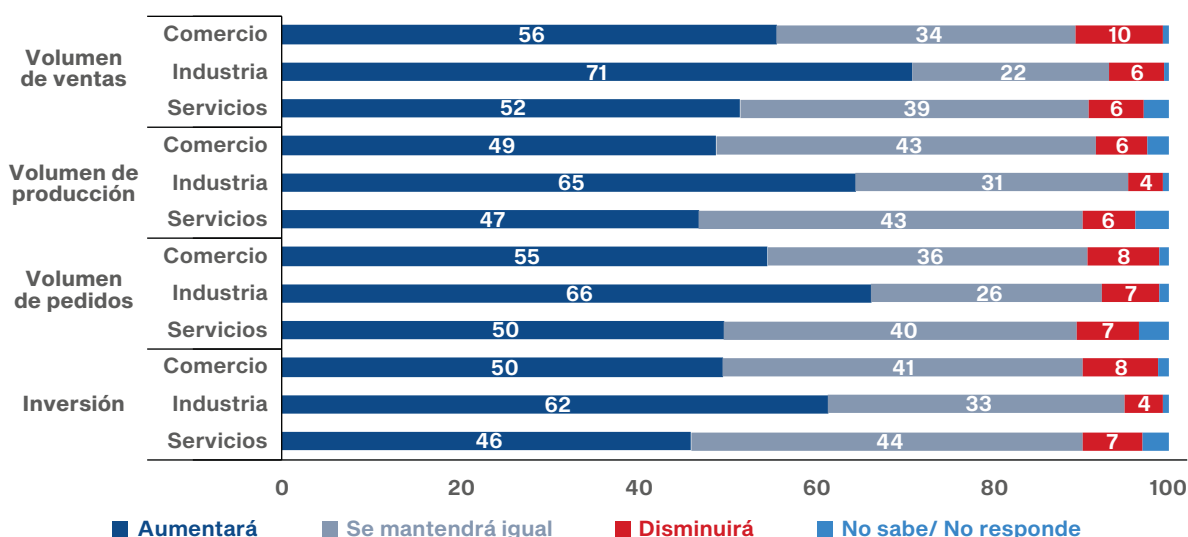


* Respuesta única.

su empresa (48.5%) incrementará. El optimismo de la industria es notoriamente superior al de los otros dos sectores, ya que en los cuatro rubros las firmas de ese sector consideran en una mayor proporción que tendrán un resultado más favorable, ver Gráfico 60.

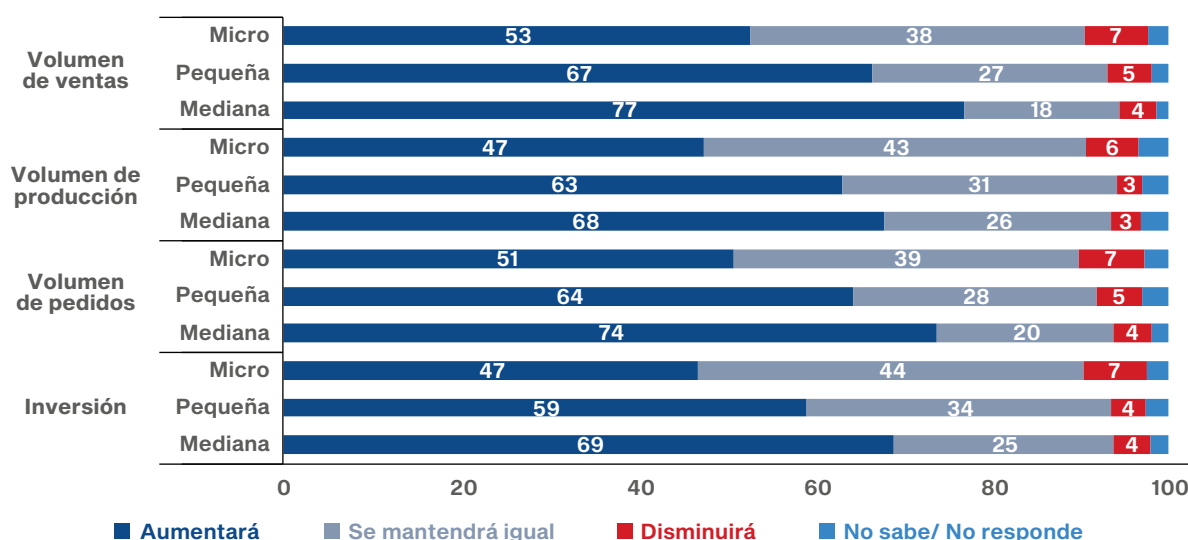
Por otro lado, observamos que hay una importante relación entre el tamaño de las empresas y sus perspectivas. Mientras que las microempresas son escépticas en cuanto a sus resultados, las empresas medianas son las más optimistas, ver Gráfico 61.

Gráfico 60. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

Gráfico 61. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

Preguntas coyunturales

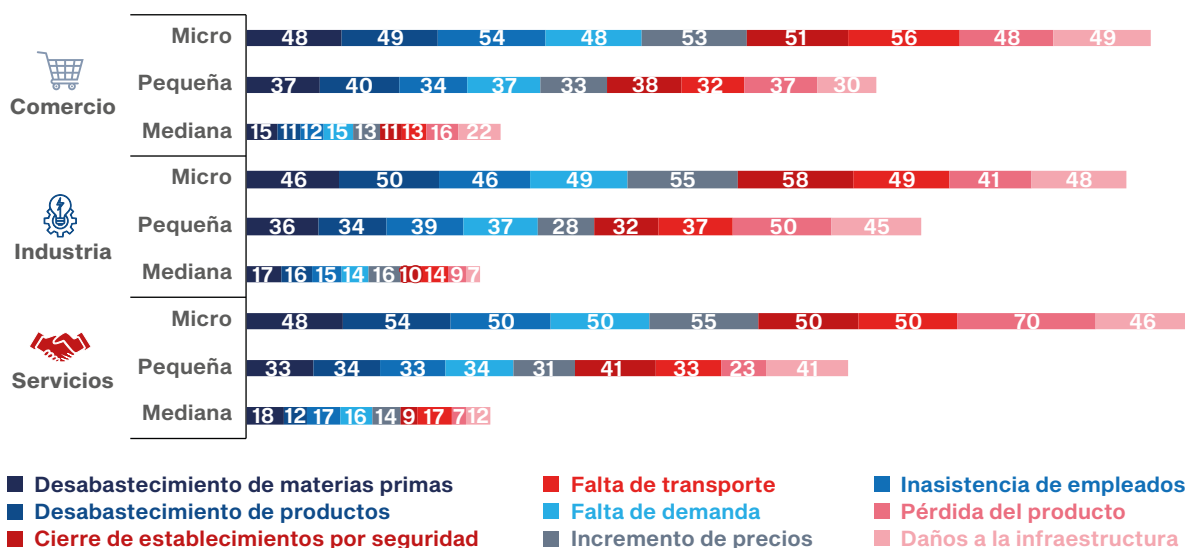
Primer semestre de 2021

En esta edición de la encuesta, se incluye un módulo de preguntas de coyuntura relacionadas sobre todo con los retos afrontados por las MiPymes en el marco de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19. Además, se incluye una pregunta sobre las afectaciones que tuvieron en sus operaciones a causa del paro nacional del primer semestre del 2021.

Con relación a este último, las MiPymes manifestaron haberse visto afectadas principal-

mente por el desabastecimiento de materias primas, inasistencia de empleados y desabastecimiento de productos. En ese sentido, las más afectadas por el desabastecimiento fueron las microempresas, con un promedio de 48% de empresas que contestaron este ítem, seguido de las pequeñas empresas, donde la razones que más las perjudicaron fueron el desabastecimiento de productos e inasistencia de empleados, con un promedio de 34% en cada uno de ellos, ver Gráfico 62.

Gráfico 62. ¿Su empresa cómo se vio afectada por el Paro Nacional?*
(%)



* Respuesta múltiple.

En lo que concierne a las afectaciones por COVID-19, en el módulo se pregunta por las principales acciones tomadas para enfrentar la coyuntura económica: allí se destaca la importancia del uso de efectivo y renegociación de deudas en todos los sectores económicos. Particularmente, las microempresas destacan por su mayor participación en estas respuestas, independientemente de su sector (en promedio la tasa de respuesta fue de 51% y 47% respectivamente), ver Gráfico 63.

Así mismo, se pregunta por el tipo de crédito que sirvió para dar flujo financiero a las empresas. En promedio, 55% de las microempresas buscaron acceder a créditos con entidades de gobierno. Para el caso de las pequeñas empresas, el porcentaje fue de 22% y en las medianas de 23%. De igual forma, los créditos con respaldo del gobierno se dieron principalmente en las microempresas, aunque

destaca la pequeña empresa en el comercio con un 60% de las respuestas en esta pregunta, ver Gráfico 64.

En cuanto a las medidas que más fueron empleadas para la reactivación de operaciones, se destacan el aumento en periodos de gracia y plazos de pago. En cuanto al subsidio a la nómina, las micro y pequeñas empresas fueron las más beneficiadas, con un promedio de 44.5% y 40% respectivamente, ver Gráfico 65.

El papel que desempeña el Fondo Nacional de Garantías (FNG) fue crucial para la reactivación económica. En ese sentido, se preguntó a las MiPymes si conocían las acciones del FNG. En promedio un 75% manifestaron conocerlas. El sector de más alta tasa es el industrial, con un 78%. Por tamaño, las medianas empresas son las que mejor conocimiento tienen sobre el Fondo, con un 83%, ver Gráfica 66.

Gráfico 63. ¿En los últimos seis meses, ¿cuáles han sido las acciones que tomó para enfrentar la coyuntura económica causada por el Covid-19 para cumplir con la operación y obligaciones de su empresa?* (%)

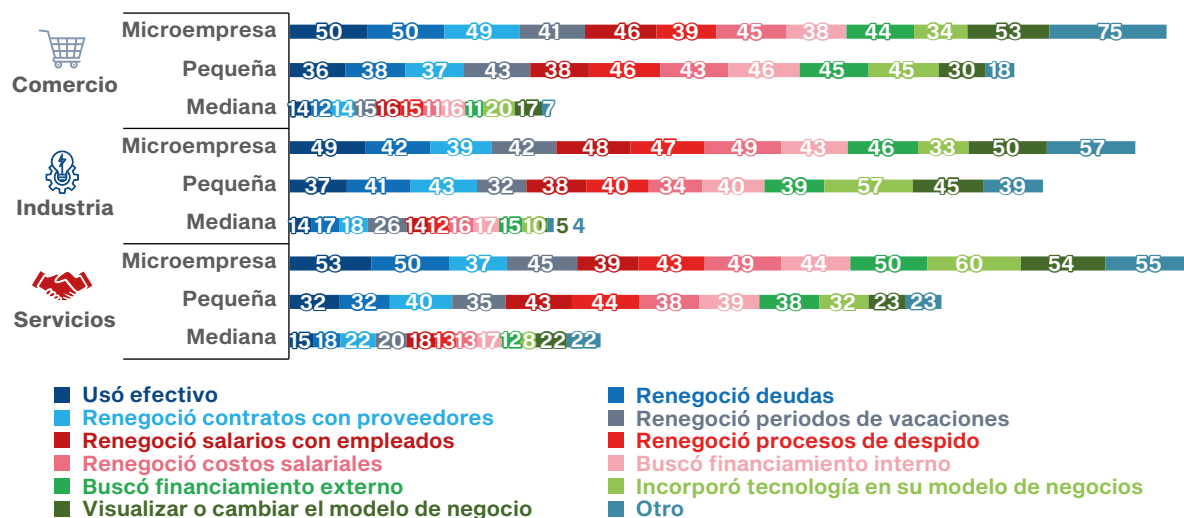
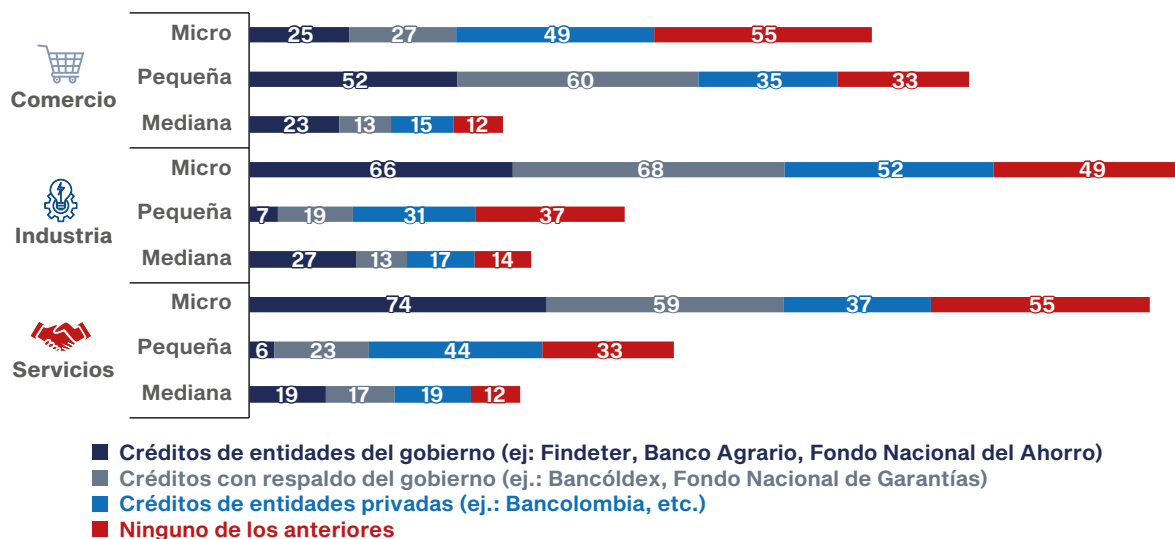
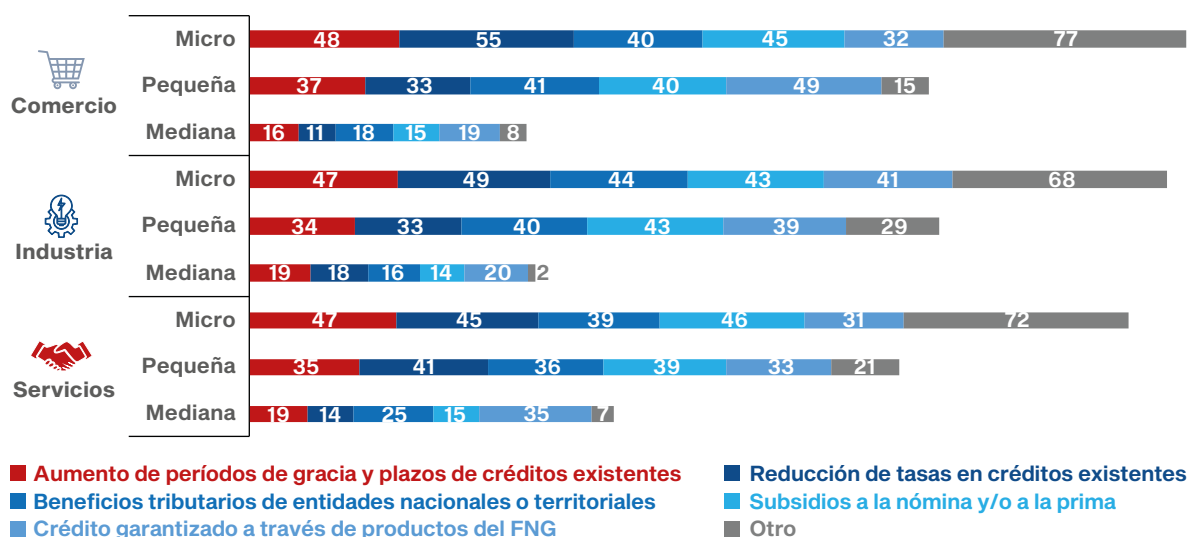


Gráfico 64. ¿A cuáles de los siguientes tipos de créditos ha accedido en los últimos seis meses?* (%)



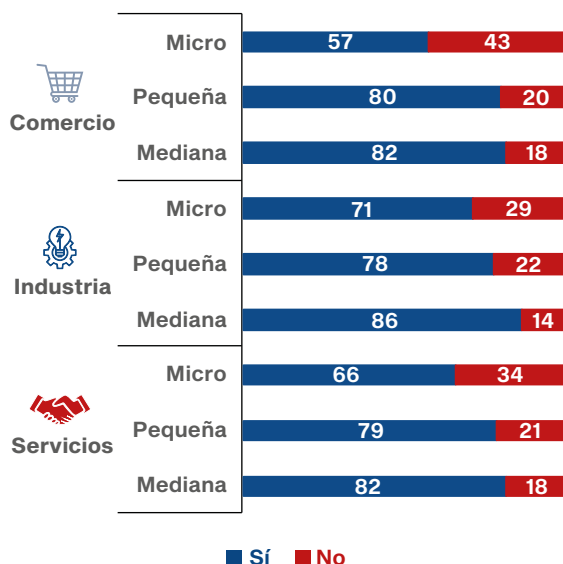
* Respuesta múltiple.

Gráfico 65. ¿A cuáles de las siguientes medidas ha accedido para reactivar sus operaciones?* (%)



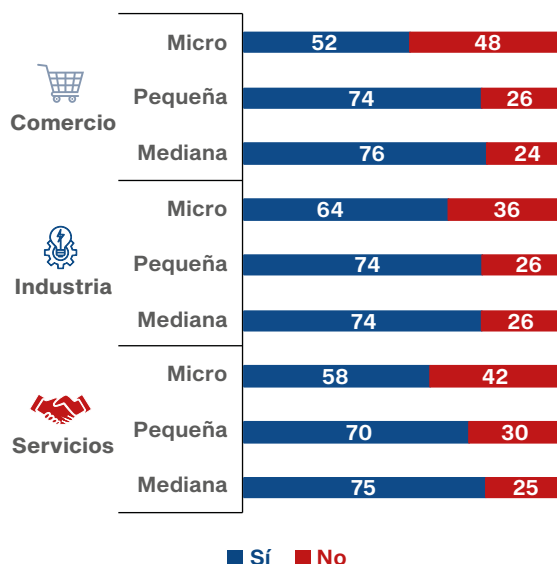
* Respuesta múltiple.

Gráfico 66. ¿Conoce usted qué es el Fondo Nacional de Garantías?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 67. ¿Sabe cuál es la función del Fondo Nacional de Garantías?* (%)



* Respuesta única.

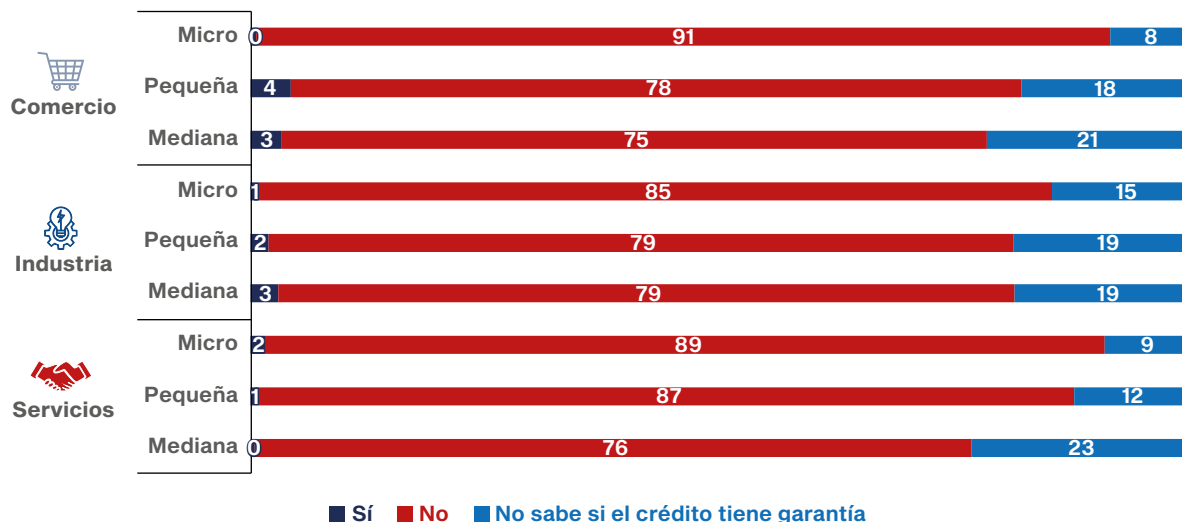
En cuanto al objeto misional del FNG, contrasta un menor conocimiento de este; en promedio, 69% de las MiPymes dice saberlo. Por sector, la industria sigue teniendo la tasa más alta con un 71%, seguido del comercio con un 67%. Por tamaño, las medianas empresas tienen el porcentaje más alto, con un 75%, ver Gráfico 67.

Sin embargo, cuando se les preguntó a las empresas si habían accedido a una garantía promovida por esta entidad, la gran mayoría respondió que no (82%). Por sector, las empresas que menos accedieron fueron las empresas del sector servicios (84%). Por tamaño, las microempresas fueron las de menor acceso con un 88%, ver Gráfico 68.

En línea con la reapertura de sectores para la reactivación económica, a las MiPymes se les preguntó sobre los principales retos y medidas tomadas para lograr recuperar el dinamismo productivo con el que se contaba previo a la emergencia sanitaria. En cuanto a las principales dificultades destacan la falta de financiamiento, escasez de materia prima, especulación de precios y falta de demanda. Las microempresas fueron las principales afectadas con un promedio del 50% de las respuestas afirmativas a estas preguntas, ver Gráfico 69.

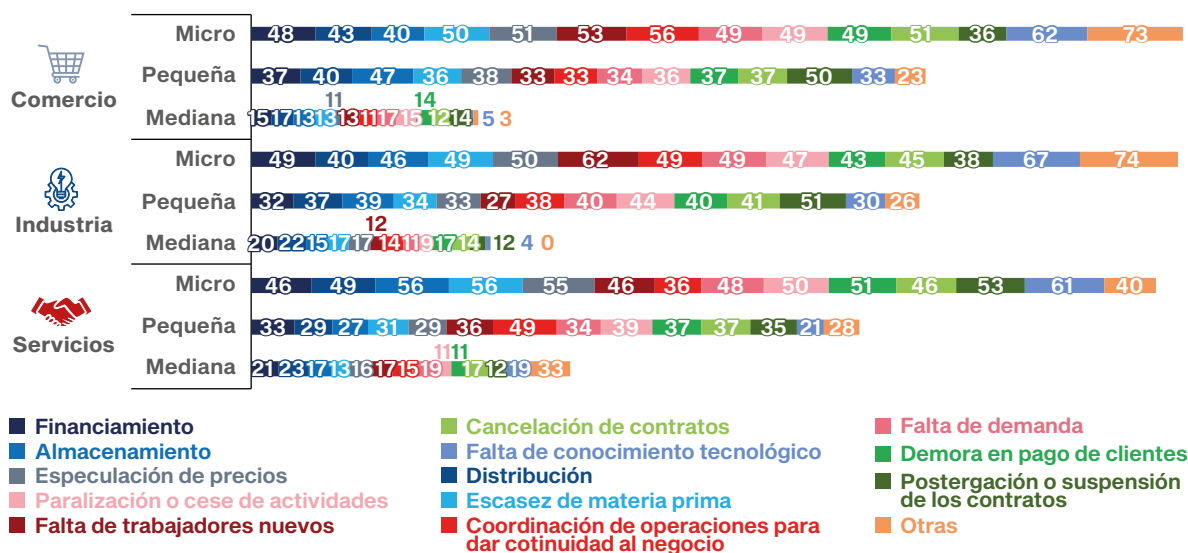
En lo referente a la modalidad de trabajo, aun el 25% de las empresas continúa con teletrabajo de tiempo completo. Así mismo, en promedio un 41% de empresas maneja un es-

Gráfico 68. ¿En los últimos 6 meses accedió usted a un crédito garantizado por el programa Unidos por Colombia del FNG?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 69. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades experimentadas por su empresa en medio de la reactivación económica post-COVID 19?* (%)

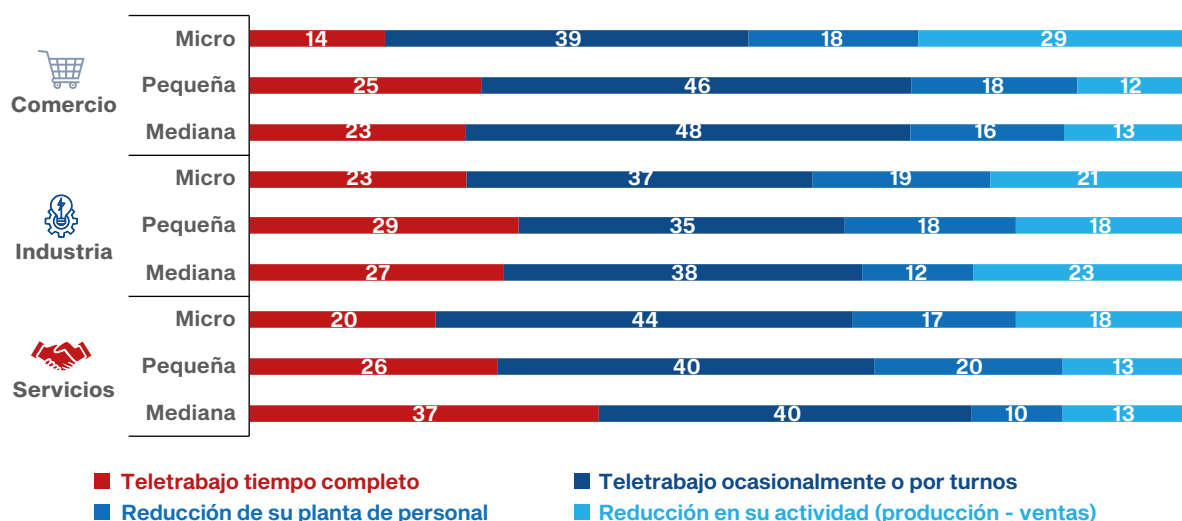


* Respuesta múltiple.

quema mixto (teletrabajo y turnos) en todos los sectores. Producto de la pandemia, también se ha visto reducida la actividad productiva, por lo que la disminución de planta de personal afecta a las empresas en un prome-

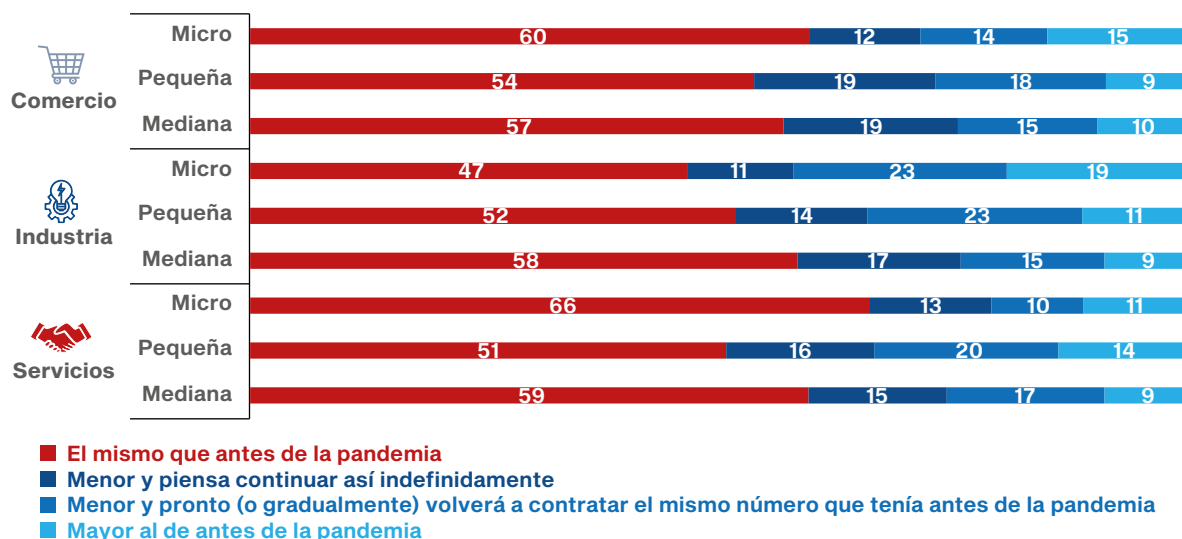
dio de 16%. Por sector, las más afectadas en este ámbito son las de comercio, con un 17%, de las cuales las más afectadas son las micro y pequeñas empresas, con un 18%, ver Gráfico 70 y 71.

Gráfico 70. Como consecuencia de la pandemia ¿cuáles de las siguientes medidas adoptó su empresa y continúa realizando?* (%)



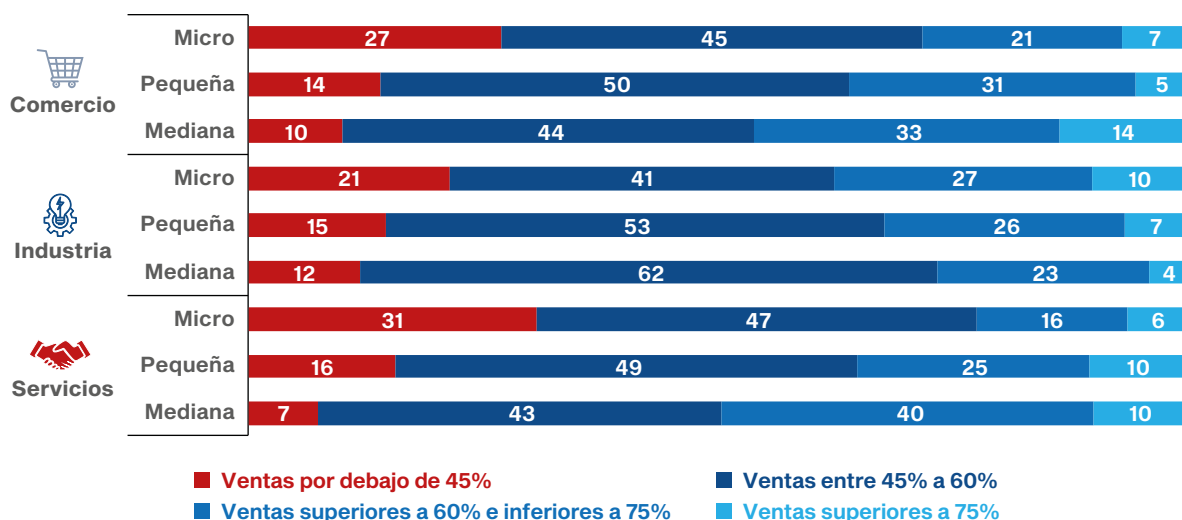
* Respuesta única.

Gráfico 71. Respecto a su planta de personal ¿actualmente el número de empleados es?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 72. En materia de facturación en la “nueva normalidad”, la empresa ha alcanzado*: (%)

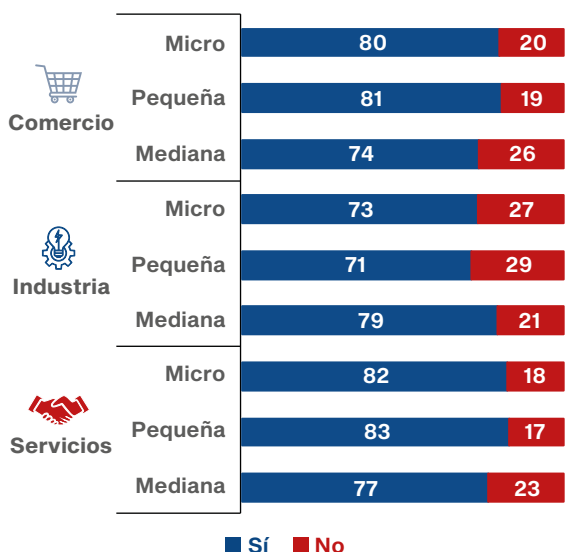


* Respuesta única.

En cuanto a la facturación, el 17% de las MiPymes dice tener ventas superiores al 45%. Las más afectadas por tipo de empresa son las micro, con un promedio de 26%. Por sector, el más afectado es el de servicios, con un promedio del 18%. En contraste, las de mejor desempeño (que presentan ventas superiores al 75%, son las medianas empresas con un 9% y por sector el de comercio con un promedio de 8.5%, ver Gráfico 72.

El retorno seguro a los lugares de trabajo depende en gran medida del proceso de vacunación de la fuerza laboral. En ese sentido, la gran mayoría (78%) de las MiPymes dice conocer o hacer seguimiento al proceso de inmunización de sus empleados. Los sectores de mayor porcentaje promedio son el de servicios y comercio (81% y 78%, respectivamente). Por tamaño, las micro y medianas empresas tienen un 78% de conocimiento o seguimiento del proceso, ver Gráfico 73.

Gráfico 73. ¿Tiene ustedes conocimiento o hacen seguimiento al proceso de vacunación de sus empleados?* (%)

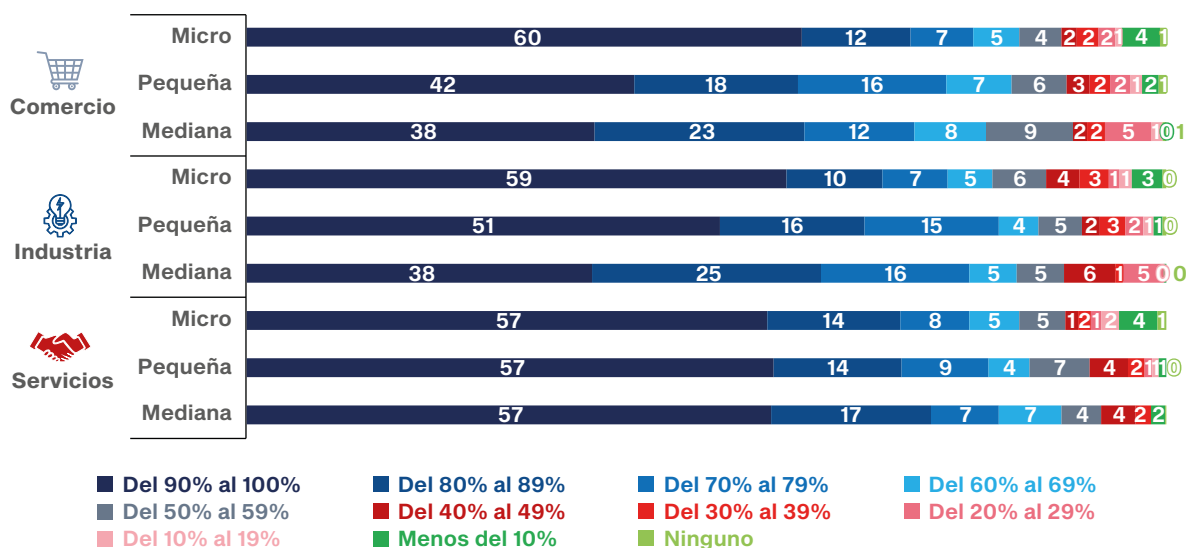


* Respuesta única.

Finalmente, el grado de inmunización total de la planta de empleados también se incluyó en el módulo. En ese sentido, en promedio, el 51% de las empresas dicen que del 90% al 100% de sus empleados está completamente vacunado. Las microem-

presas muestran la tasa más alta, con un promedio de 58%, seguidas de las pequeñas con un 50%. Por sector, los servicios muestran una tasa más alta de esquemas completos para el total de sus empleados, con un 57% en promedio, ver Gráfico 74.

Gráfico 74. ¿Qué porcentaje de empleados tiene completo el esquema de vacunación?*
(%)



* Respuesta única.

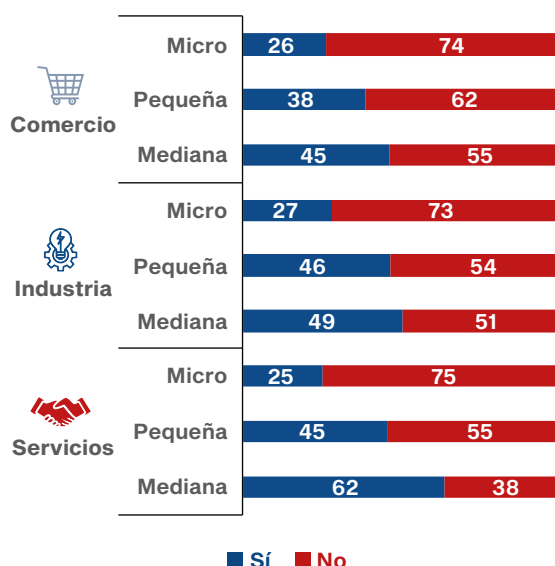
Servicios Web

Primer semestre de 2021

Uno de los temas de particular interés para ANIF es el acceso por parte de las Mipymes a servicios digitales y procesos de modernización interna. En ese sentido, partimos por analizar el uso de página web por parte de las empresas. Los resultados demuestran que el uso de este servicio incrementa conforme las empresas son más grandes. Aun así, no es despreciables que, en promedio, un 26% de las microempresas cuenten con página. Esa media incrementa a 43% en el caso de las pequeñas y a 52% en el caso de las medianas empresas. Por sector, los servicios son los que cuentan con un mayor porcentaje de empresas con página (en promedio 44%), seguido de la industria (41%) y comercio (36%), ver Gráfico 75.

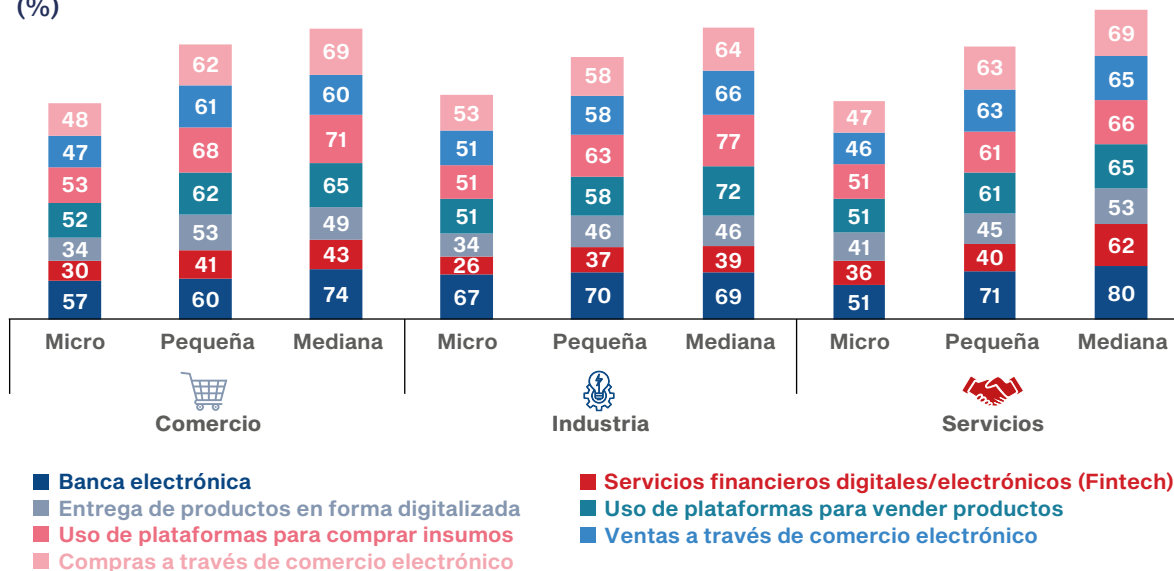
Por otra parte, se encontró que un buen número de establecimientos ha utilizado en el pasado algún tipo de servicio digital, ver Gráfico 76. Para las empresas de los tres tamaños y sectores los servicios más frecuentes son la banca elec-

Gráfico 75. ¿La empresa cuenta con una página web?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 76. ¿Alguna vez utilizó alguno de estos servicios?*
(%)

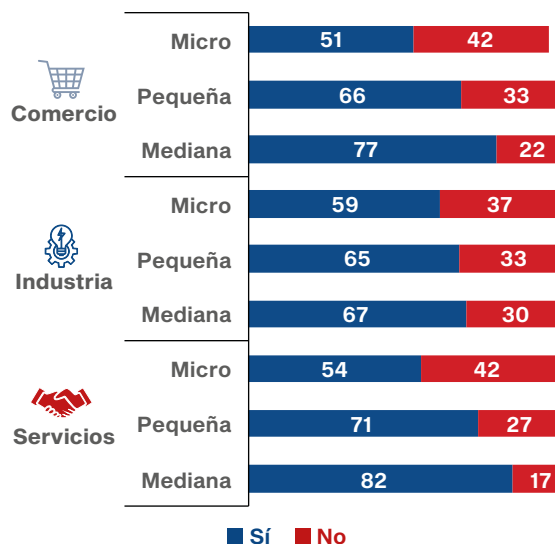


* Respuesta múltiple.

trónica (en promedio, comercio 65%, industria 69%, servicios 67%), así como la compra y venta de productos por medio de plataformas. Por tamaño de empresa, como es de esperarse, el mayor uso de servicios se da en las medianas empresas, en las que el uso de la banca electrónica y la compra y venta de productos a través de plataformas ascienden a, en promedio entre los tres sectores, 74%, 71% y 64%, respectivamente.

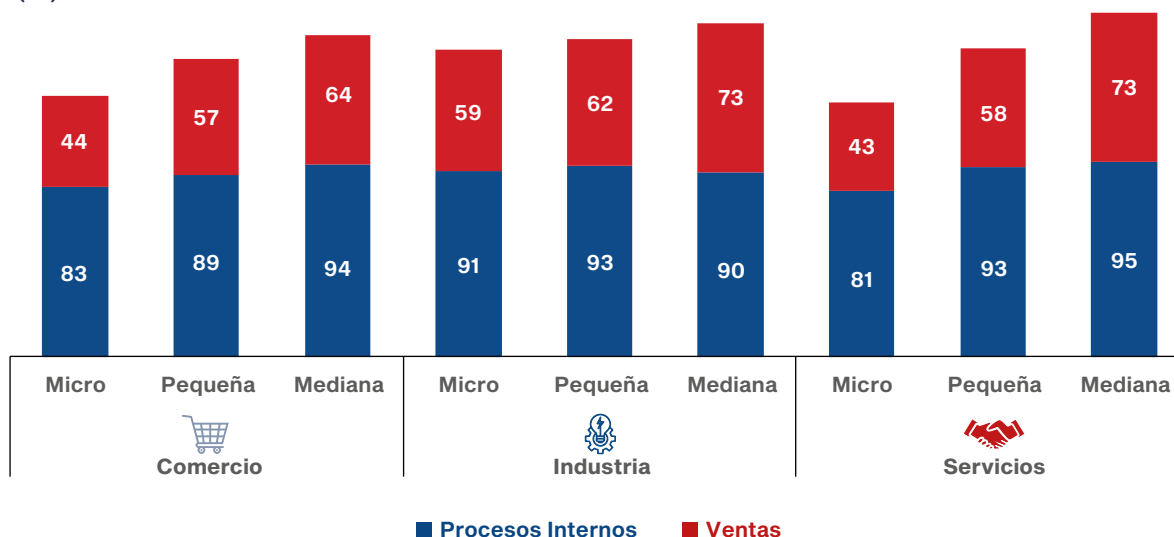
Ahora, a partir de aquí, la EMP nos permite profundizar en el uso de un tipo de servicios digitales, los servicios en la nube. Estos se definen como servicios de almacenamiento de datos, procesador de textos, cómputo e inteligencia artificial (todo online). Siendo así, se les preguntó a las Mipymes si tienen acceso a servicios de computación en la Nube. Las respuestas muestran un nivel medio de adopción de los servicios; las medianas muestran en uso más extendido uso (75%) y las de servicios (69%), ver Gráfico 77.

Gráfico 77. ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - computación en la Nube?* (%)



* Respuesta única.
Nota: Los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 78. ¿Utiliza estos servicios para?*
(%)



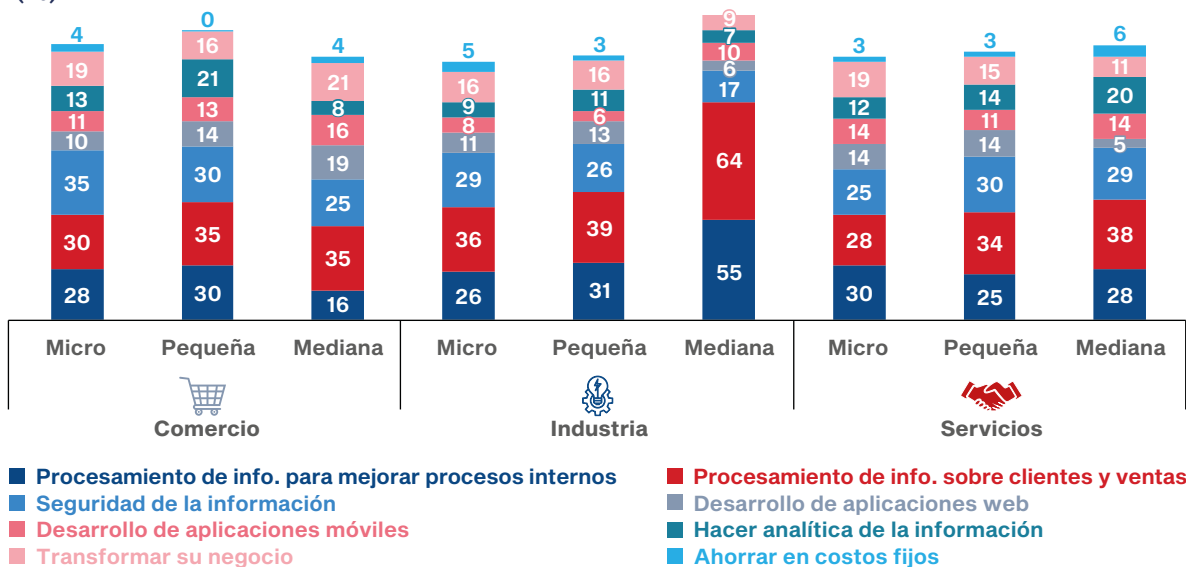
* Respuesta múltiple.

Sobre el tipo de uso que les dan a los servicios digitales, las Mipymes suelen hacerlo con mayor participación en procesos internos, aunque también son usados para ventas. Por sectores, el 91% de las empresas de la industria indican usarlos para procesos internos, mientras que un 65% lo hace para ventas. Esa misma dinámica se observa en el comercio y los servicios, en los que el 89% y el 90%, respectivamente, lo hacen para proceso internos y el 55% y el 45%, respectivamente, para ventas. Por tamaño de empresa se observa que entre más grande sea la empresa existe un mayor uso de ambos procesos, pero se reduce la diferen-

cia entre los procesos internos y las ventas, ver Gráfico 78.

Finalmente, al preguntarle a las Mipymes que no cuentan con acceso a los servicios en la Nube para qué los usarían en caso de tenerlos, se encontró que los usos que más les darían serían para el procesamiento de información sobre clientes y ventas y para mejoras en procesos internos, así como en temas de seguridad de la información. Por sectores los porcentajes en los que le darían uso serían respectivamente: comercio 24%, 25% y 30%; industria 56%, 37% y 24%; y servicios 33%, 28% y 28%, ver Gráfico 79.

Gráfico 79. ¿Si contara con servicios web/servicios en la nube, para qué los usaría?*
(%)



* Respuesta múltiple.

Ejercicio econométrico

Servicios Web

Para dar a conocer la profundidad de los factores que inciden en el acceso de las firmas a servicios digitales, realizamos análisis econométricos que buscan identificar las características, tanto de las firmas como de los dueños de las empresas, que tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de tener servicios digitales en la Nube. Específicamente, corrimos modelos Logit, empleando como variable dependiente si la firma cuenta o no con servicios digitales. En cuanto a las variables explicativas, incluimos características que pueden ser relevantes, como el tamaño de la firma (medida a través del número de empleados y el nivel de ventas en 2019) y la actividad económica. Así mismo, incluimos variables relacionadas con el dueño de la empresa, tales como el nivel de educación, el sexo y el rango de edad en el que se encuentra. Finalmente, algunas variables que emulan la formalidad de la empresa, como el hecho de contar con NIT o tener certificaciones de aportes a salud y pensión.

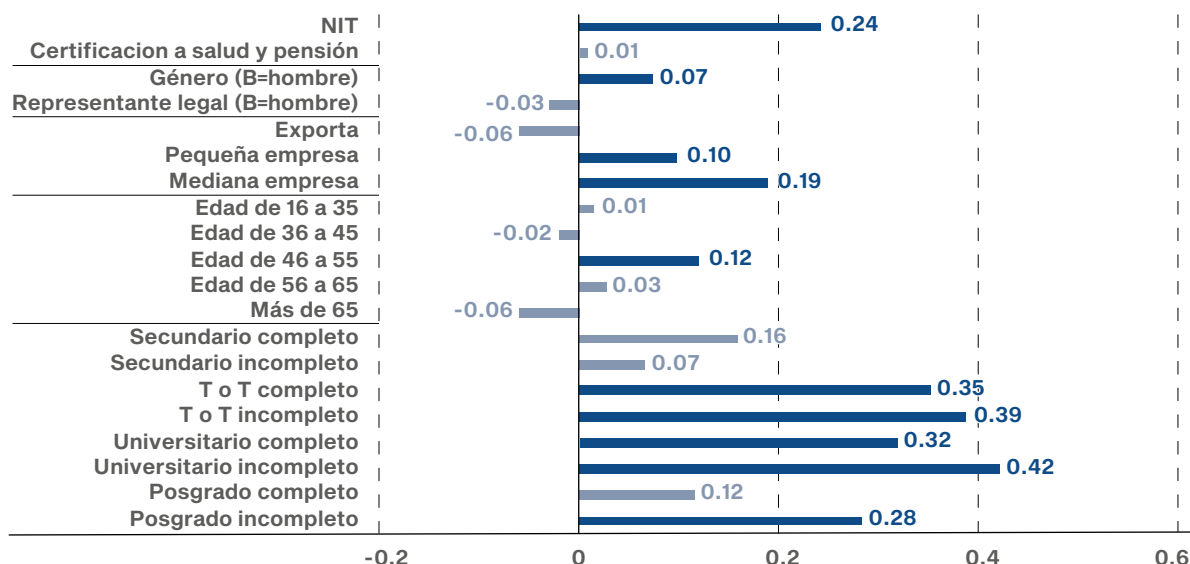
Con todo lo anterior, presentamos en esta sección los resultados de los ejercicios econométricos para el total de las firmas, así como

separando por grandes sectores: industria, comercio y servicios. Los gráficos que presentamos a continuación contienen los efectos marginales sobre la probabilidad de responder afirmativamente la pregunta de la variable dependiente. Además, la intensidad del color de cada barra indica si el efecto hallado es estadísticamente significativo. Finalmente, no sobra decir que en ningún caso estos resultados pueden ser tomados como efectos causales, puesto que los ejercicios no están diseñados para ese fin.

De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, sin estudios, primario incompleto o completo

En la gráfica 80 se observa la estimación para el total nacional con las características de la firma y del dueño. Aquí destaca que tener NIT aumenta la probabilidad de contar con servicios web en 24p.p. No así contar con certificación de cotización a salud y pensión y si la empresa exporta, en la cual existe una relación negativa con los servicios de computación en la nube, aunque su significancia estadística es nula.

Gráfico 80. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma
Total nacional ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



En cuanto a los tamaños de la empresa, se evidencia una relación positiva; es decir, entre más grande la empresa, mayor es su probabilidad de contar con servicios web. Puntualmente, si la empresa es pequeña, la probabilidad asciende en 19 p.p. y si es mediana, la probabilidad haciende a un 19p.p.

Por otro lado, en cuanto a las características del dueño, se observa que, si es hombre, aumenta la probabilidad de contar con estos servicios en 7p.p. Caso contrario cuando su representante legal es hombre, lo cual reduce la probabilidad, aunque no es relevante en términos estadísticos. Así mismo, el nivel educativo del dueño de la empresa o encargado de la toma de decisiones tiene efectos positivos: puede identificarse que contar con algunos niveles educativos (como un técnico o tecnólogo, universitario, completo e incompleto, así como un posgrado) la probabilidad de contar con estos servicios incrementa considerablemente. Para el caso de

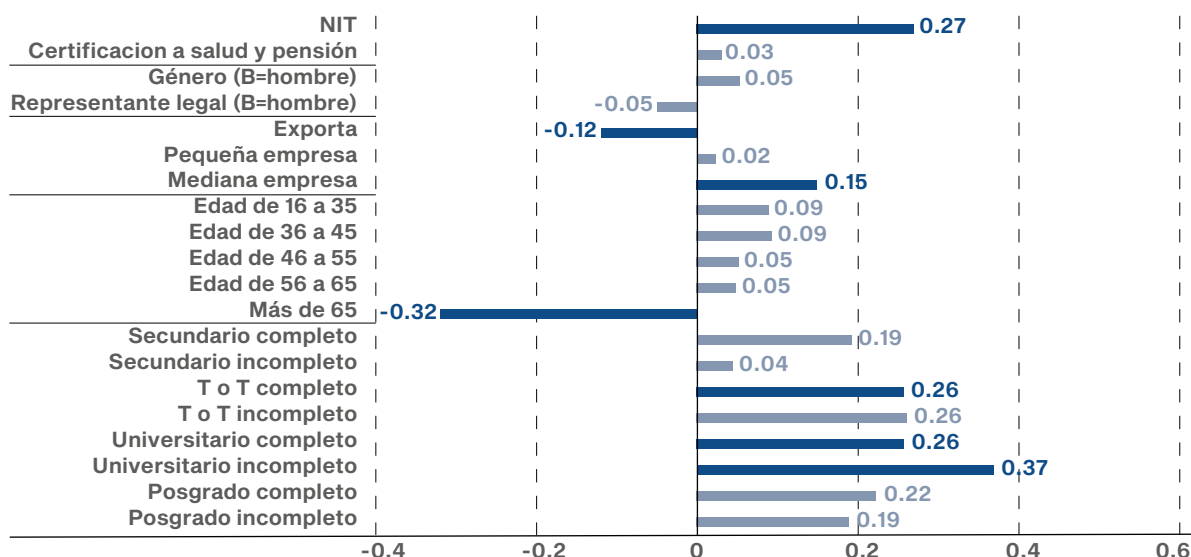
técnico o tecnólogo completo, la probabilidad aumenta en 35p.p. Para universitario, el incremento es de 32.p.p. Finalmente, en el caso de posgrado, la probabilidad incrementa en 28p.p.

Resultados diferenciados por sector económico

Una vez presentadas las regresiones de todas las firmas de la encuesta, continúa la presentación de los resultados que arrojan esas mismas regresiones, pero diferenciadas por sector económico. Para el caso del comercio, el Gráfico 81 muestra cómo las características de la firma y su dueño inciden en el uso de tecnologías digitales.

Se encontró que, cuando la empresa cuenta con NIT, su probabilidad de usar estos ser-

Gráfico 81. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma
Sector comercio ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



vicios incrementa en 27p.p. También hay una relación positiva con el hecho de tener certificaciones de salud y pensión, aunque sin relevancia estadística.

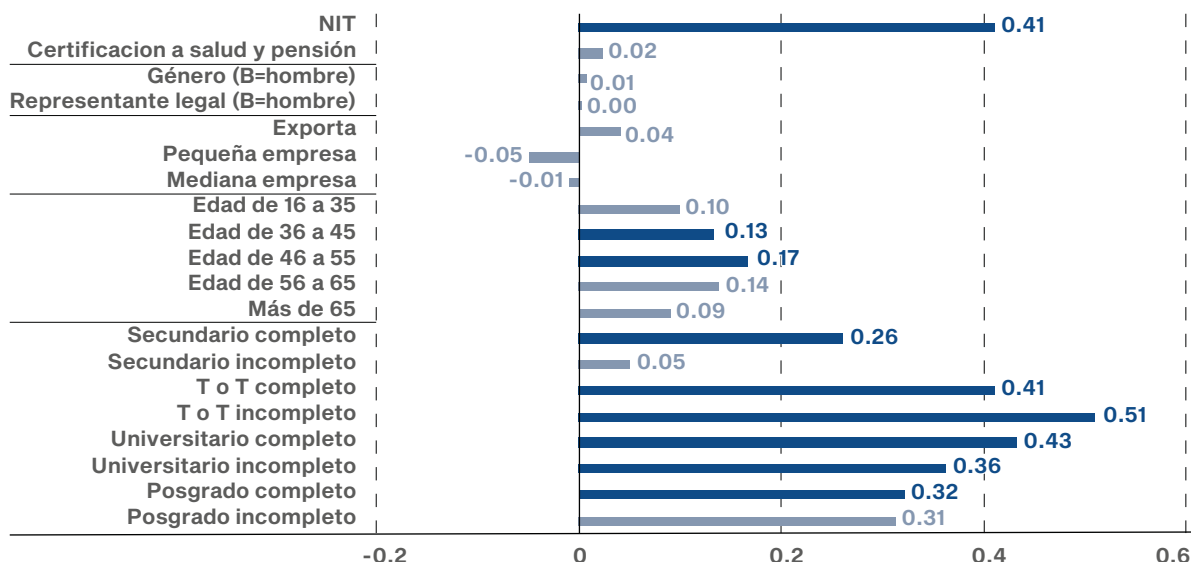
Por tamaño de empresa, al igual que la estimación para el total nacional, hay una relación positiva. Las medianas empresas aumentan la probabilidad en 15p.p. Respecto a las pequeñas empresas, si bien se evidencia una relación positiva, su efecto es estadísticamente nulo. Exportar en este caso tiene una relación negativa; es decir, si la empresa exporta, esto reduce la probabilidad de contar con servicios en la nube en 12p.p.

En cuanto a características del dueño, en términos de género destaca que ninguna de las variables (tanto si el dueño de la empresa o el representante son hombres), tienen significancia estadística, por lo que no es posible atribuirle un efecto sobre los servicios web.

Por rangos de edad, se destaca el efecto negativo que tienen los rangos de edad más altos sobre el uso de estas herramientas; ser mayor de 65 años reduce la probabilidad en 32p.p. Efecto contrario se encuentra con el nivel educativo. Se encuentra una relación positiva y estadísticamente significativa cuando se cuenta con técnico o tecnólogo completo (26p.p), así como universitario completo (26p.p) e incompleto (26p.p).

Siguiendo la presentación por sector económico, en la industria también se puede evidenciar un efecto positivo de tener NIT sobre la probabilidad de usar servicios web, ver Gráfico 82. En lo que respecta al tamaño, se evidencia un efecto contrario al observado en el nacional y el sector comercio; parece haber una relación negativa entre el tamaño y la probabilidad de contar con computación en la nube, aunque con relevancia nula estadísticamente, por lo que no puede concluirse sobre su efecto.

Gráfico 82. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma
Sector industria ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



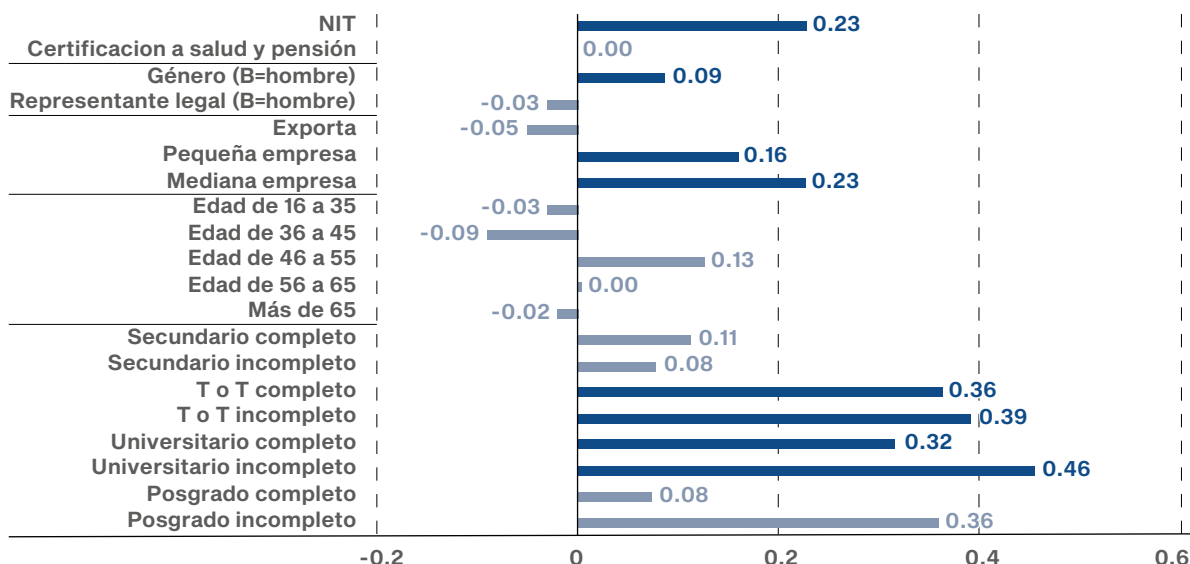
En las características del dueño, el género tiene una relación positiva, pero sin efecto estadísticamente significativo. Caso similar sucede con el representante legal, variable sobre la que no es posible concluir efecto alguno.

Por edad, se encuentra que, si los dueños están en los rangos de 36 y 45 años, así como los de 46 a 55 años, la probabilidad aumenta en 13p.p y 17p.p, respectivamente. Finalmente, la educación tiene una relación positiva con los servicios web; las categorías que son estadísticamente significativas son secundario completo, técnico o tecnólogo, universitario, tanto completos como incompletos, así como posgrado completo. El de mayor incidencia es el técnico o tecnólogo incompleto, aumentando la probabilidad en 51p.p y la de menor es el posgrado completo, con un aumento de 32p.p.

Finalmente, para el sector de servicios, se encuentra una relación positiva entre tener NIT y el aumento en probabilidad de contar con servicios web, con 23p.p. En cuanto al tamaño, al igual que a nivel nacional, existe un efecto positivo y creciente. Las pequeñas empresas presentan un aumento de probabilidad en 16p.p y las medianas en 23p.p, ver Gráfico 83.

En lo referente a las características del dueño, el género tiene un impacto positivo; si el propietario es hombre, la probabilidad de acceder a servicios web aumenta en 9p.p. Por rango de edad, en este sector no existe alguno que permita inferir un efecto estadístico. Por otro lado, los niveles educativos presentan una relación positiva con los servicios web; tener técnico o tecnólogo, así como universitario completo e incompleto, aumentan la probabilidad de que la

Gráfico 83. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma
Sector servicios ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



empresa tengas servicios informáticos de computación en la nube.

Síntesis de las estimaciones

Luego de realizar las estimaciones, con la intención de entender cómo diferentes características inciden en el acceso a estas tecnologías, encontramos algunas relaciones generales y particulares por sector económico que vale la pena destacar. En primer lugar, la variable proxy que usamos para identificar la formalidad (NIT) arrojó que, en todos los casos, tiene una relación positiva sobre la probabilidad de contar con

servicios web. Dentro de los ejercicios estimados en esta sección, probamos incluyendo las variables de "RUT" y "Cámara de comercio o registro mercantil", pero optamos por dejar únicamente NIT por la alta correlación existente entre estas variables.

Así mismo, el tamaño de la empresa presenta una relación positiva y creciente; es decir, que entre más grande es la empresa, mayor es su probabilidad de usar servicios web. Esto parece indicar que, cuando sus cadenas logísticas y operativas crecen conforme aumenta el tamaño de sus operaciones, requieren del apoyo en estas herramientas para facilitar los procesos internos.

Por otra parte, en las características del propietario, encontramos una relación inversa entre

la probabilidad de contar con los servicios informáticos y la edad del dueño. Si bien no fue significativa en todos los casos, para el sector de comercio resultó impactar de forma negativa que el dueño tuviera más de 65 años. Esto apunta a que muchas veces la modernización tecnológica de las empresas depende del conocimiento de las herramientas a disposición, lo cual depende del grado de familiaridad que se tenga con ellas. En muchas ocasiones las personas de mayor edad tienen una menor cercanía con el uso de este tipo de tecnologías.

En cuanto al nivel educativo, se evidencian resultados mixtos; en algunos casos algunas

categorías de educación incompleta tienen una mayor incidencia en la probabilidad. Finalmente, el género del dueño resultó ser estadísticamente significativo en 2 de las 4 estimaciones.

En conjunto, nuestros resultados refuerzan lo mencionado en la última edición; la mayor parte de las empresas adoptó nuevas tecnologías para facilitar operaciones en medio de la emergencia sanitaria. Si bien fueron muchos los que se sumaron a estas iniciativas, en general, las personas más jóvenes, con mayor nivel educativo y de mayor tamaño de empresas, fueron quienes encontraron mayor éxito en la apropiación de estos servicios.

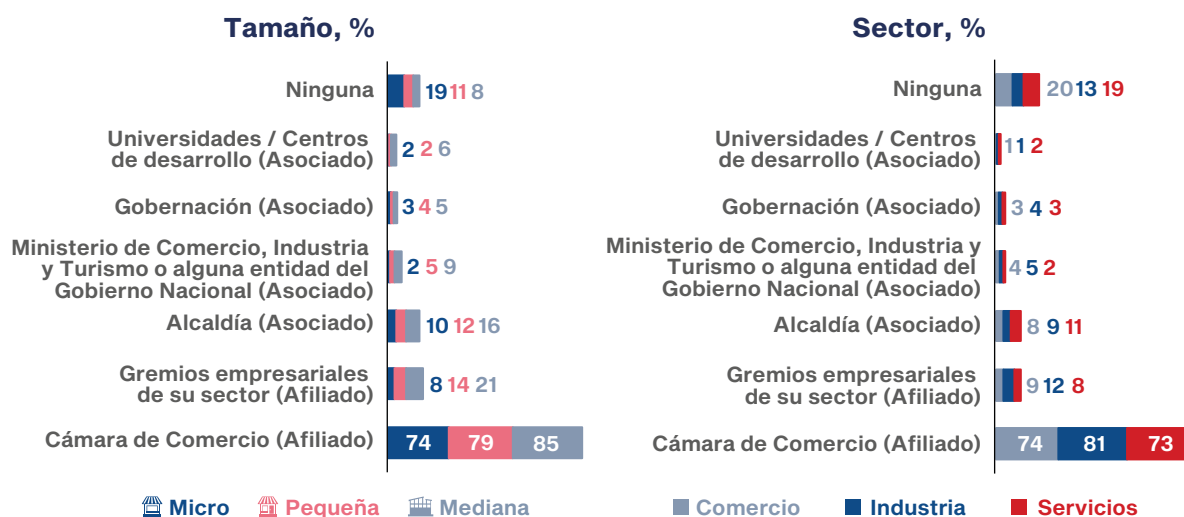
Capital social

Primer semestre de 2021

Al indagar sobre el capital social que han adquirido las empresas, encontramos que la mayoría están afiliadas a alguna Cámara de Comercio, tanto por tamaño como por sector.

Las firmas medianas (85%) y las del sector de industria (81%) son las que manifestaron en mayor proporción este tipo de afiliación (ver Gráfico 84).

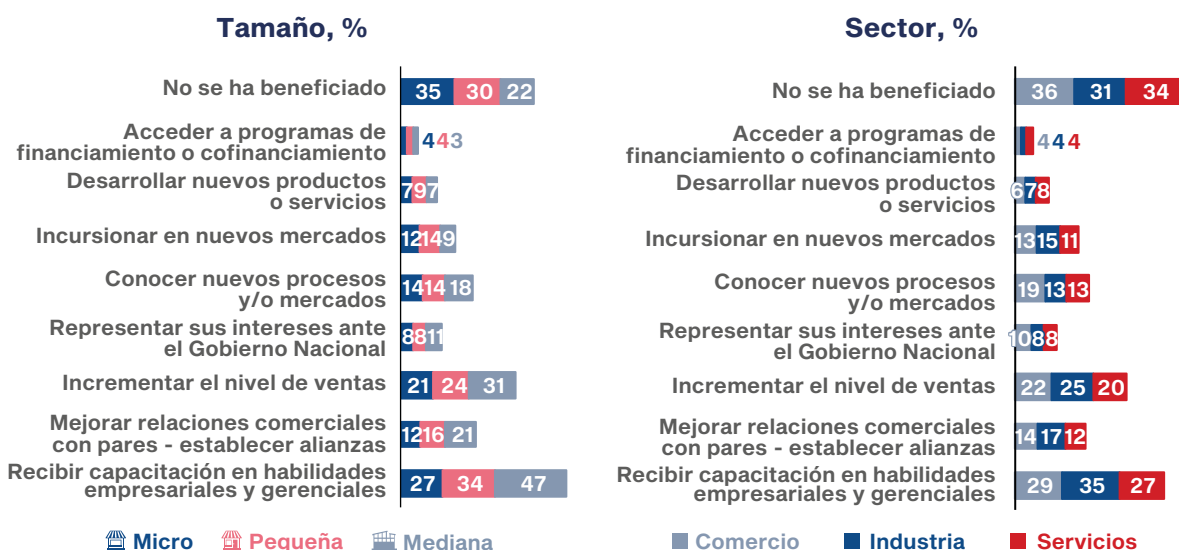
Gráfico 84. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



* Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 85. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



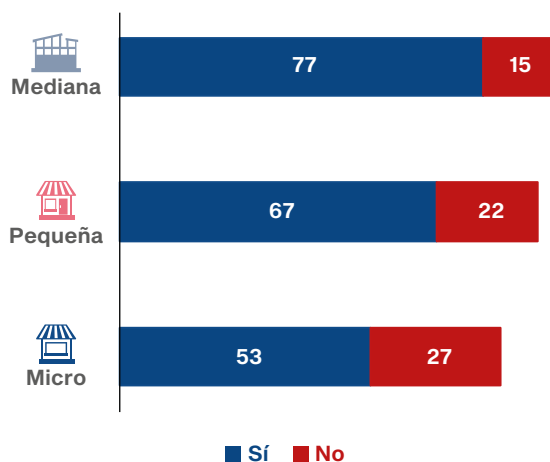
Fuente: cálculos ANIF-Econcept con base en información la Encuesta MiPyme ANIF (EMP).

Al preguntar a los empresarios sobre los beneficios percibidos de esa afiliación, encontramos que buena parte de las empresas de los tres sectores y tamaños manifestaron recibir capacitaciones en habilidades empresariales y gerenciales. Cabe anotar que un buen porcentaje de las firmas no perciben beneficio ninguno (Micro 35%, pequeñas 30%, medianas 22%, comercio 36%, industria 31%, servicios 34%) (ver Gráfico 85).

De modo que al preguntar directamente si los empresarios tenían conocimiento de los beneficios asociados a la renovación del Registro Mercantil y si se sentían conformes con los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio a la

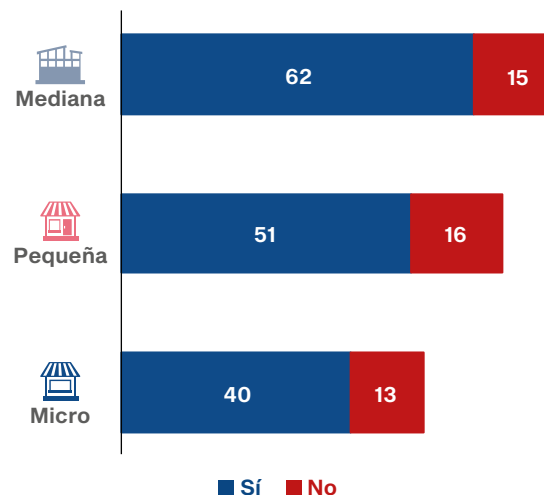
que están afiliados, las respuestas reflejaron la importancia de hacer explícitos y comunicar los beneficios asociados a la renovación, así como el apoyo que brindan las Cámaras a los empresarios. En general, las empresas medianas tienen más conocimiento de los beneficios de renovar el registro mercantil, ver Gráfico 86. Las microempresas son las que más manifiestan no conocer los beneficios asociados a la renovación. Las micro y pequeñas empresas son las que menos conformes se sienten con los beneficios de asociación con Cámaras de Comercio, ver Gráfico 87. Es importante hacer un esfuerzo adicional para que las empresas de menor tamaño conozcan los enormes beneficios de la renovación y la formalización.

Gráfico 86. ¿Conoce usted los beneficios asociados a la renovación del Registro Mercantil que ofrecen las Cámaras de Comercio?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 87. ¿Se siente conforme con los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio a la que está afiliado(a)?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Ficha técnica

Técnica

Entrevista telefónica o presencial al propietario-representante legal (o a quien este delegue) de la unidad empresarial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

Grupo objetivo

Unidades empresariales con Ventas anuales (o Ingresos por Actividades Ordinarias) en 2020 dentro de los siguientes rangos (\$ millones):

Industria		Comercio		Servicios	
<	≤	<	≤	<	≤
839	61.834	1.594	79.936	1.175	17.199

Cubrimiento

6 regiones + Bogotá (se excluye Orinoquía-Amazónica).

Tipo de muestreo

Estratificado por sector y tamaño de empresa, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

Tamaño de la muestra

5.691 empresas encuestadas.

Tamaño	Comercio	Industria	Servicios	Muestra total
 Micro	1.017	917	984	2.918
 Pequeña	662	652	664	1.978
 Mediana	255	274	266	795
Total	1.934	1.843	1.914	5.691

Margen de error

Menor al 5% a nivel de los macrosectores.

Frecuencia

Semestral.

Medición

Agosto - Diciembre de 2021.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

PROFUNDIZACIONES



CAPÍTULO

BOGOTÁ

Contenido

Distribución de la muestra	69
Formalidad e informalidad	70
Características generales y de género	73
Situación actual	76
Financiamiento	80
Comercio exterior	83
Perspectivas	85
Preguntas coyunturales	87
Servicios Web	91
Capital social	93

Distribución de la muestra

%

Distribución de la muestra

%

Gráfico 1. Distribución total de la muestra (%)

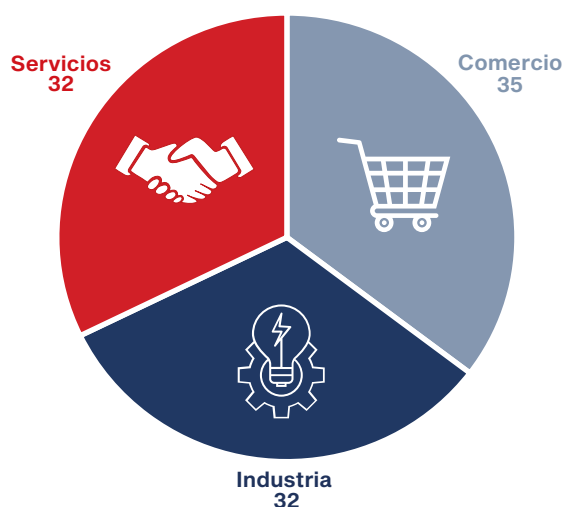
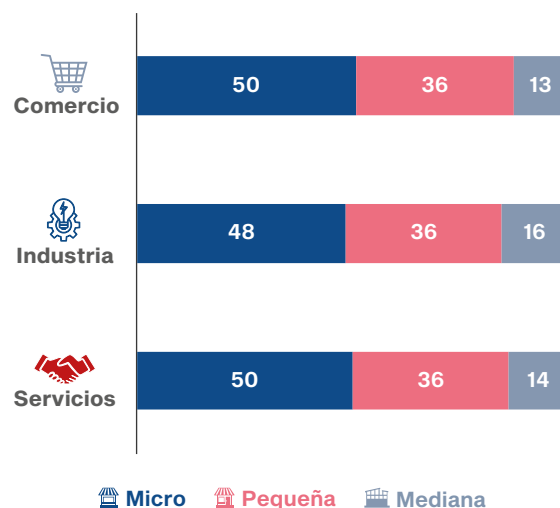


Gráfico 2. Distribución de la muestra por tamaño (%)



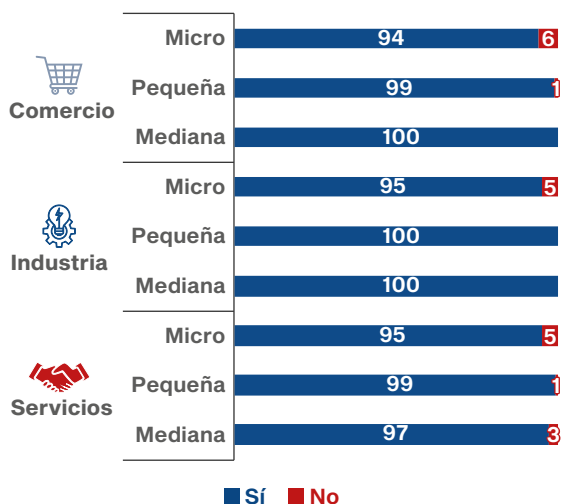
Formalidad e informalidad

Primer semestre de 2021

En línea con los resultados nacionales, al preguntarle a los empresarios de las MiPymes si cuentan con Registro Mercantil la mayoría indicó que lo hacen (comercio 94.5%, industria 96.0% y servicios 95.4%). Como es de esperarse, por tamaño las microempresas registran el menor porcentaje (94.9%), sin embargo, resalta el hecho de que las medianas registran un menor porcentaje (97.9%) que las pequeñas (99.4%), ver Gráfico 3. En cuanto a la renovación, la industria registró el mejor porcentaje de renovación (84.4%), seguido del comercio (84.1%) y los servicios (77.9%). Por tamaño, el comportamiento de las MiPymes es el esperado. Las que reportan el mayor porcentaje de renovación son las medianas (99.1%), le siguen las pequeñas (96.6%) y las micro (77.9%), ver Gráfico 4.

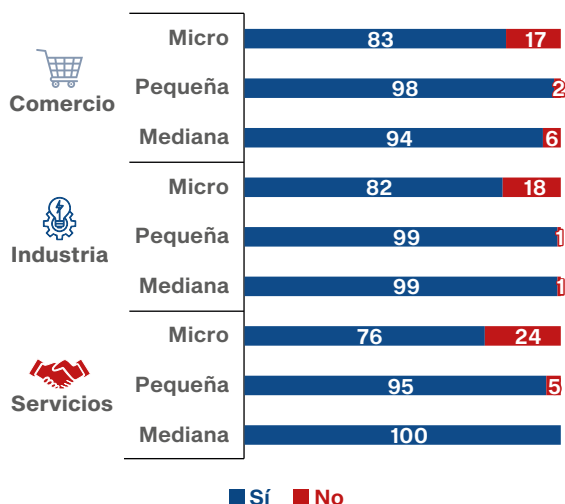
Otra forma que se aplicó para medir la formalidad en las MiPymes fue mediante el RUT y

Gráfico 3. ¿Actualmente, su negocio cuenta con inscripción en Cámara de Comercio o Registro Mercantil (RM)?* (%)



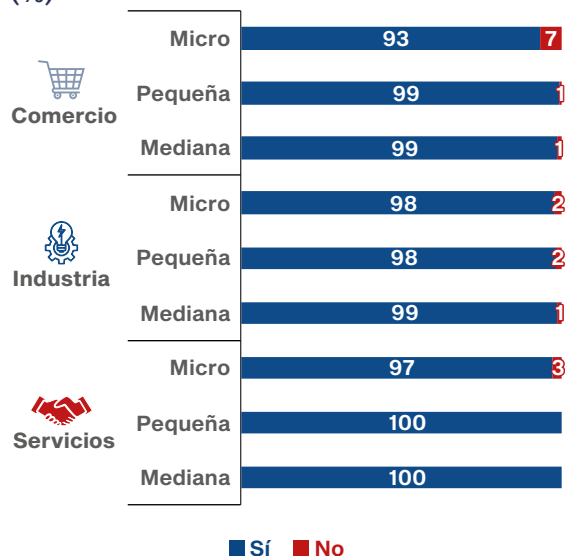
*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 4. ¿Renovó el Registro Mercantil antes de la fecha límite (31 de marzo 2021)?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

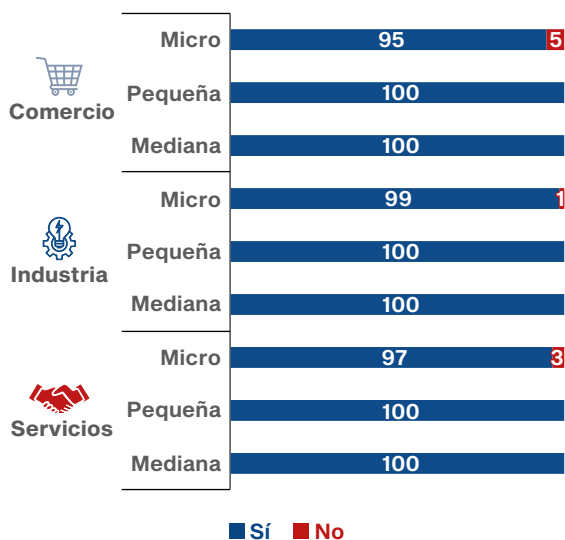
Gráfico 5. ¿Actualmente, su negocio cuenta con Registro Único Tributario?* (%)



*Respuesta única.

el NIT. Para eso, se les preguntó a los empresarios si cuentan o no con estos distintivos. En cuanto al RUT, las microempresas son las que más registran "no" por respuesta, sin embargo, el porcentaje de empresas que sí cuentan con este registro es bastante alto para todos los tamaños (micro 93.4%, pequeña y mediana 99.6%). Por su parte, las empresas de servicios en Bogotá son las que más cuentan con RUT (99.0%), aunque las de industria (98.3%) y comercio (97.0%) no se quedan atrás, ver Gráfico 5. Por el lado del NIT la respuesta afirmativa de las empresas es mayor a la observada en el RUT. Para el comercio el porcentaje de MiPymes que cuentan con registro asciende al 95.3%, en los servicios al 97.0% y en la industria al 98.9%. Por tamaño de empresas, el 96.5% de las micro indicó contar con NIT, siendo estas las de menor porcentaje dado que las pequeñas y medianas registraron un 100%, ver Gráfico 6.

Gráfico 6. ¿Actualmente, su negocio cuenta Número de Identificación Tributaria (NIT)?* (%)

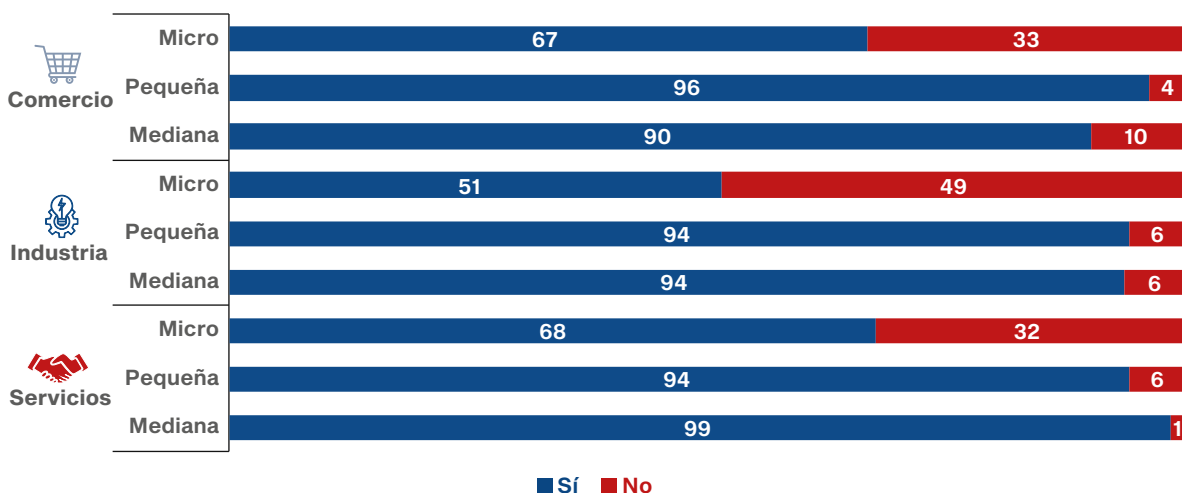


*Respuesta única.

Ahora, al indagar por los aportes a salud/pensión, los resultados muestran una dinámica similar a la nacional, aunque más negativa. En el caso de las microempresas, en promedio el 34.2% indicó que no cuenta con certificados del pago de los aportes. Comportamiento que se corrige de cierta forma en las pequeñas y me-

diana empresas (5.3% y 3.2%, respectivamente). En términos de los sectores, la industria es el que registra el panorama más desalentador, pues reporta, en promedio, que un 20.3% de las empresas no cuentan con los aportes. A este le sigue comercio con 15.7% y los servicios con 13%, ver Gráfico 7.

Gráfico 7. ¿Actualmente, su negocio cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

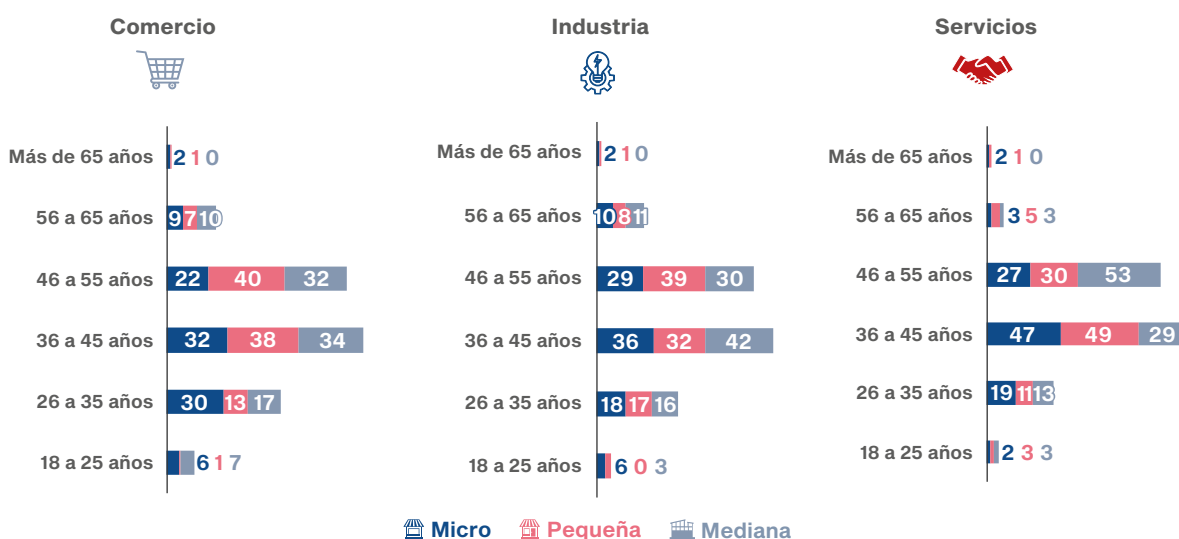
Características generales y de género

Primer semestre de 2021

Al igual que en el nivel Nacional, en la mayoría de las Mipymes de la capital, el propietario (o la persona encargada de tomar las decisiones más importantes del negocio) se encuentra en el ran-

go de edad entre 36 y 55 años en los tres sectores y tamaños, ver Gráfico 8. Llama la atención que una buena proporción de microempresarios del sector comercio se encuentren entre los 26 a

Gráfico 8. ¿Usted está entre el rango de los?* (%)



*Respuesta única.

los 35 años (30%). En general, como ya se mencionó con los resultados nacionales, hay un cambio generacional que se viene percibiendo hace un tiempo y que influye en otro tipo de decisiones al interior de las empresas, como puede ser la adopción de políticas de género y la inversión en innovación tanto para mejorar procesos internos, así como para el relacionamiento con los clientes.

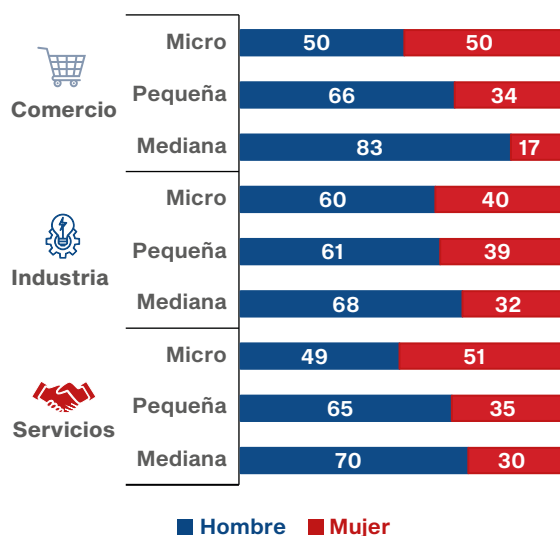
Ahora, si analizamos el género del propietario (o la persona encargada de tomar las decisiones más importantes del negocio) la distribución muestra que, en promedio, hay una mayor proporción de hombres para los tres sectores: comercio (66% hombres y 34% mujeres) industria (63% hombre y 37% mujeres) y servicios (61% hombres y 39% mujeres). Vale la pena anotar que la distribución es completamente igual en las microempresas de comercio y en las de servicios hay una ligera mayor proporción de mujeres (ver Gráfico 9). Ahora, en el caso del representante legal de la empresa hay una ma-

yor participación de los hombres en todos los sectores, sobre todo en la pequeñas y medianas empresas: comercio (en promedio 60% hombres y 40% mujeres), industria (69% hombres y 31% mujeres) y servicios (67% hombres y 33% mujeres), ver Gráfico 10.

Ahora bien, al indagar por el porcentaje de las empresas que pertenece a una o varias mujeres, la mayoría de las firmas de los tres sectores manifestó que menos del 10% pertenece a una mujer. Vale la pena marcar que, contrario a la muestra Nacional, en la capital hay una proporción significativa de empresas que reportó que las mujeres tienen algún porcentaje entre el 20 y el 100% (ver Gráfico 11).

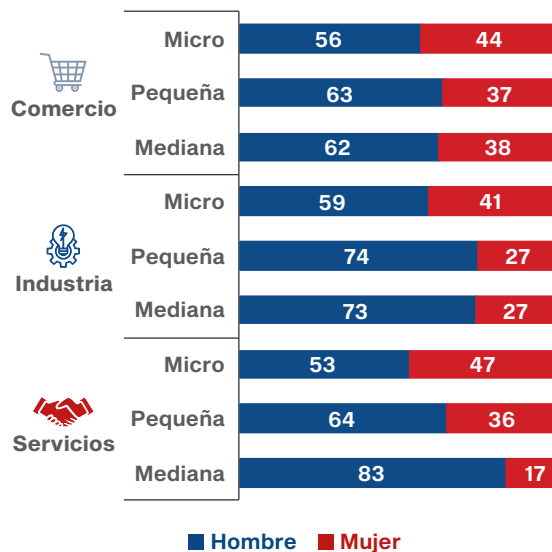
Ahora, indagamos si las Mipymes cuentan con objetivos o metas relacionadas con equidad de género. En promedio, los tres sectores tienen, en comparación a la media nacional, un porcentaje más alto de empresas que afirman tener me-

Gráfico 9. Género del dueño o la persona encargada de tomar las decisiones más importantes* (%)



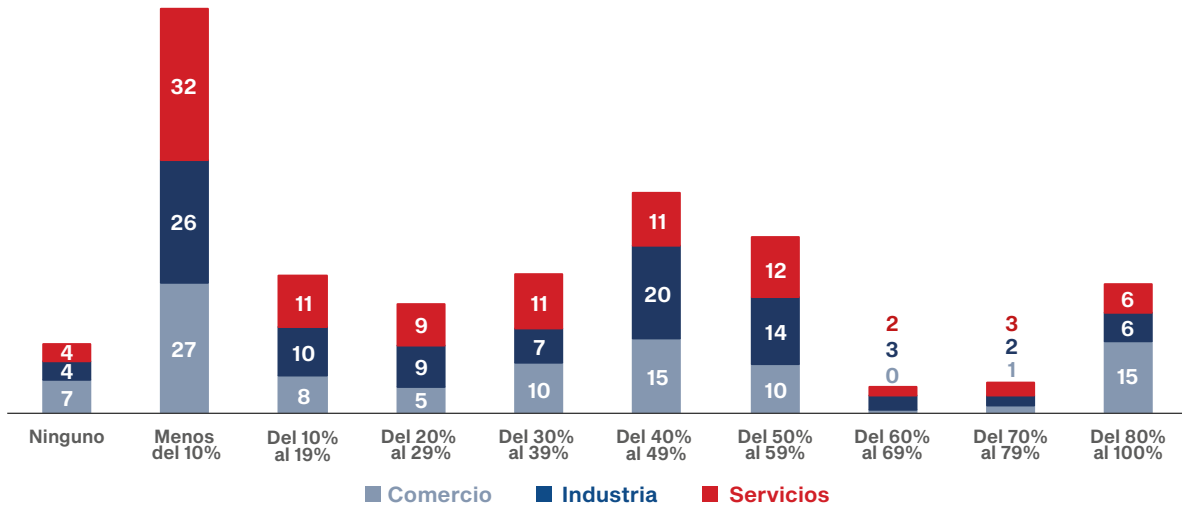
*Respuesta única.

Gráfico 10. Género del representante legal* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 11. ¿Qué porcentaje de la empresa pertenece a una o varias mujeres?*
(%)

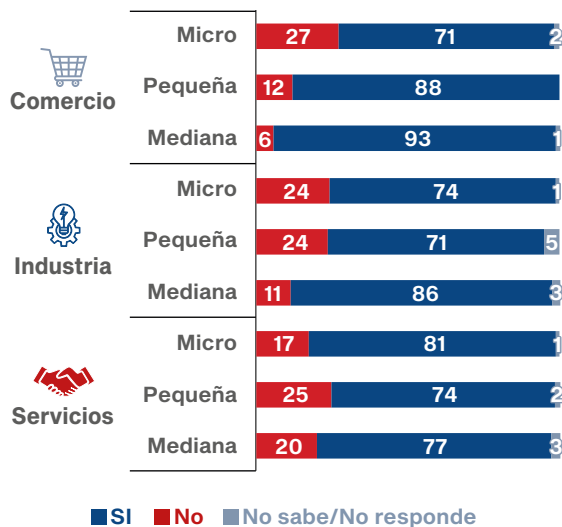


*Respuesta única.

tas de equidad (industria 77% vs 76% nacional, comercio 84% vs. 73% y servicios 77% vs. 71%). En los tres sectores, las microempresas son las que menos han avanzado en este sentido, ver Gráfico 12. Por otra parte, en lo que respecta a la implementación de protocolos para atender ca-

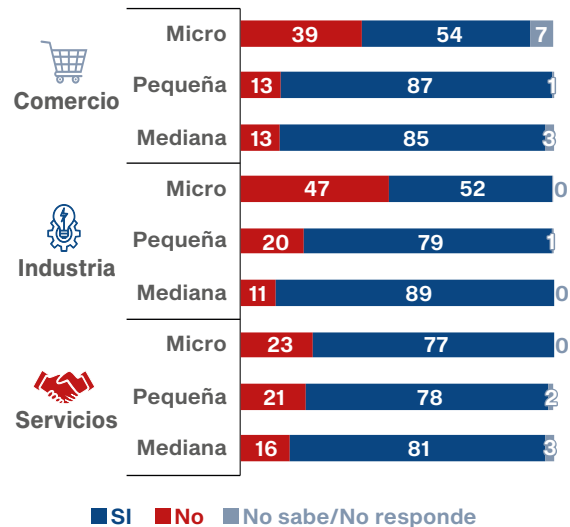
sos de acoso sexual, vemos la misma tendencia, el promedio está por encima de la media nacional: industria (73% vs. 72% nacional), comercio (75% vs. 67%) y servicios (79% vs. 70%). Llama la atención el rezago de las microempresas comerciales e industriales, ver Gráfico 13.

Gráfico 12. ¿Su empresa cuenta con objetivos o metas respecto a la equidad de género?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 13. ¿Su empresa cuenta con protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual? * (%)



*Respuesta única.

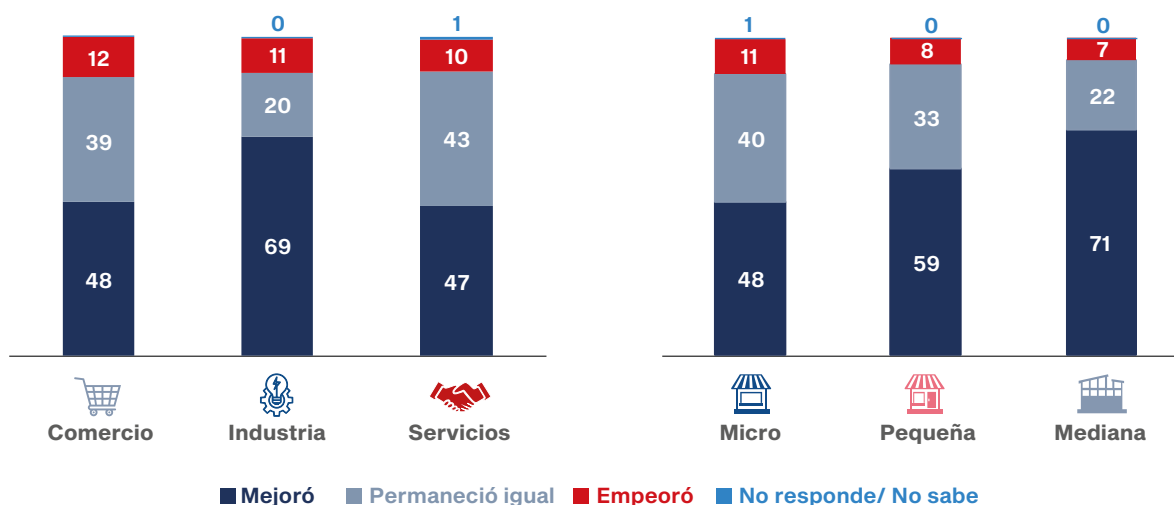
Situación actual

Primer semestre de 2021

A nivel nacional, las MiPymes medianas y las del sector industrial, reportaron en una mayor proporción una mejoría en su situación actual. El siguiente sector en reportar una mejor situación fue el de comercio y finalmente el de servicios. Los porcentajes para cada uno de ellos fueron: industria 69%, comercio 48% y servicios 47%.

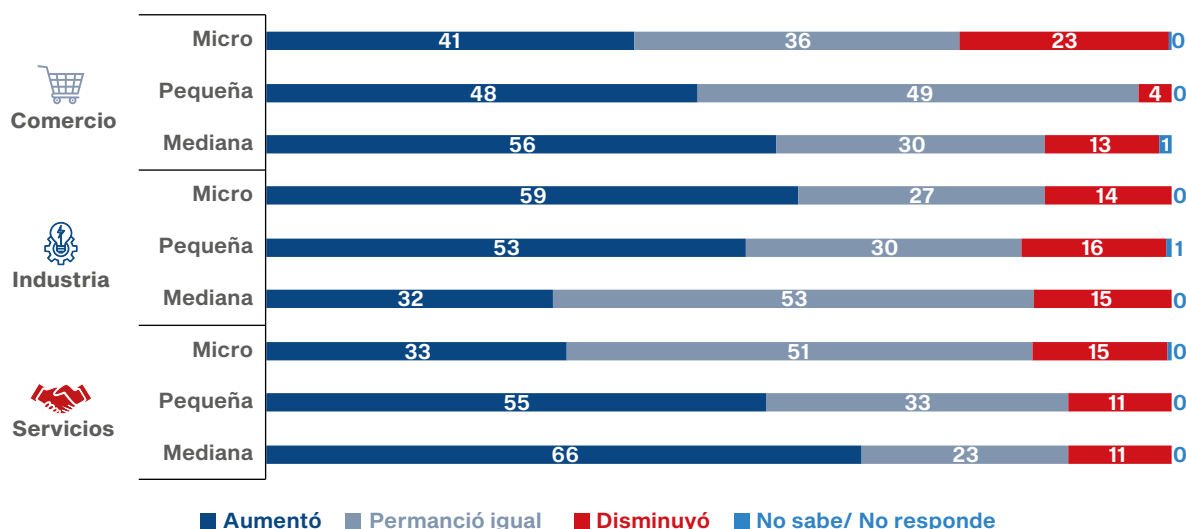
Por tamaño, 71% de las medianas empresas reportaron mejoría, seguido de las medianas pequeñas con un 59% y las micro con un 48%. La percepción de los empresarios va en línea con la recuperación económica reflejada por los indicadores nacionales durante todo el 2021. (ver Gráfico 14).

Gráfico 14. En comparación con el segundo semestre de 2020 su situación actual*:
(%)



*Respuesta única.

Gráfico 15. Las utilidades de su empresa* (%)



*Respuesta única.

Así mismo, por tamaño de empresa, las medianas empresas del sector comercio y servicio fueron las que respondieron en mayor proporción que sus utilidades habían aumentado. En el caso de la industria, las medianas empresas fueron las de menor tasa de respuesta en comparación con su sector. Por sector económico, el promedio de respuesta de aumento en las utilidades fue: comercio (48%), industria (48%) y servicios (51%). En contraste, las microempresas de comercio y servicios fueron los de más alta tasa de respuesta en cuanto a la disminución de sus utilidades, con un 23% y 15% respectivamente, ver Gráfico 15.

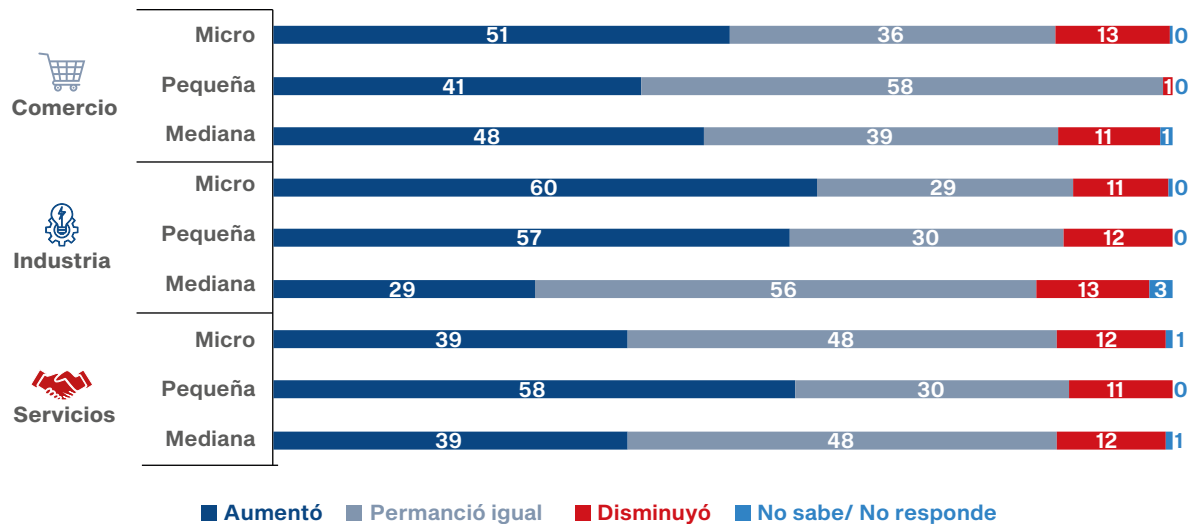
Ahora bien, en cuanto a la dinámica en los costos de los procesos productivos, en promedio el 50% de las microempresas han reportado que aumentó en el primer semestre del año. Para el caso de las pequeñas empresas, la tasa de respuesta es de 52% y para las

medianas de 39%. De forma opuesta, las empresas que en promedio dijeron tener una menor dinámica en los costos, fueron las micro y medianas empresas, con una tasa promedio de 12%, ver Gráfico 16.

Por otro lado, la dinámica en las utilidades y procesos productivos parece no reflejarse en el número de trabajadores. En promedio, el número de trabajadores aumentó para un 22% de las medianas empresas y un 23% en las pequeñas. En esta línea, la mayor parte de las MiPymes reportaron que su planta de personal permaneció igual, ver Gráfico 17.

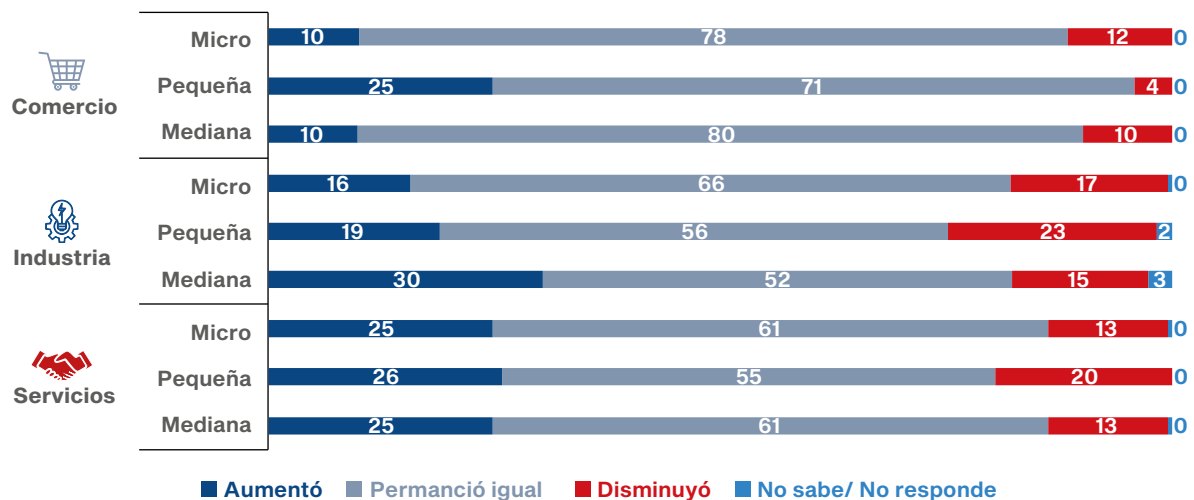
Por otra parte, se observa que las micro son las empresas con menor tasa de afiliación a las cajas de compensación; en el comercio, su tasa es del 52%, en la industria del 51% y en los servicios del 46%. Las medianas empresas, por su parte, son las de mayor tasa de afiliación; para el

Gráfico 16. Los costos de ventas/producción/operación de su empresa *



*Respuesta única.

Gráfico 17. En el primer semestre de 2021 comparado con el segundo de 2020, el número de trabajadores de su empresa*



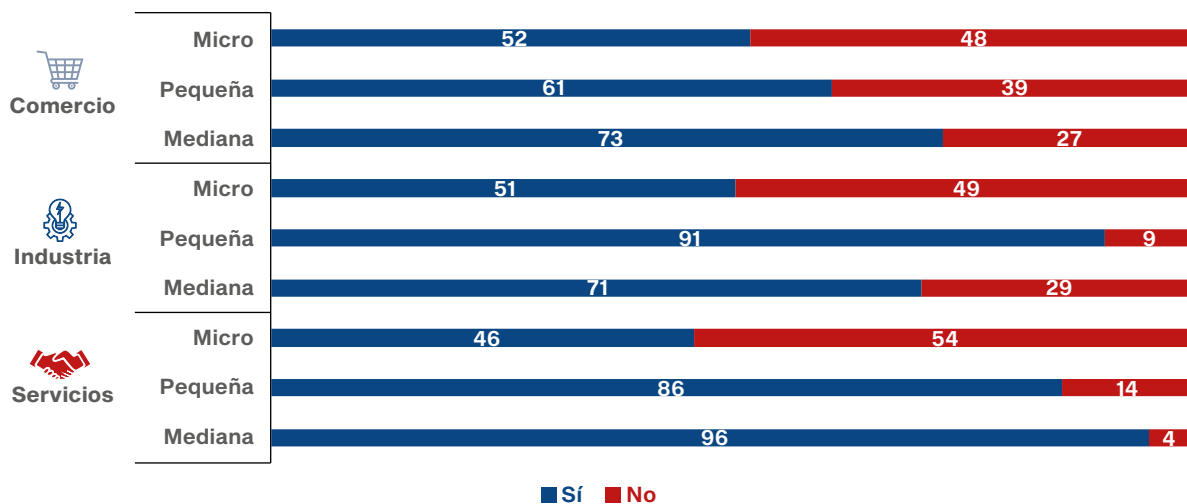
*Respuesta única.

comercio se ubican en 73%, en la industria es de 71% y en los servicios asciende hasta un 96%, ver Gráfico 18.

Por sector, el comercio tiene en promedio una mayor tasa de afiliación a Compensar

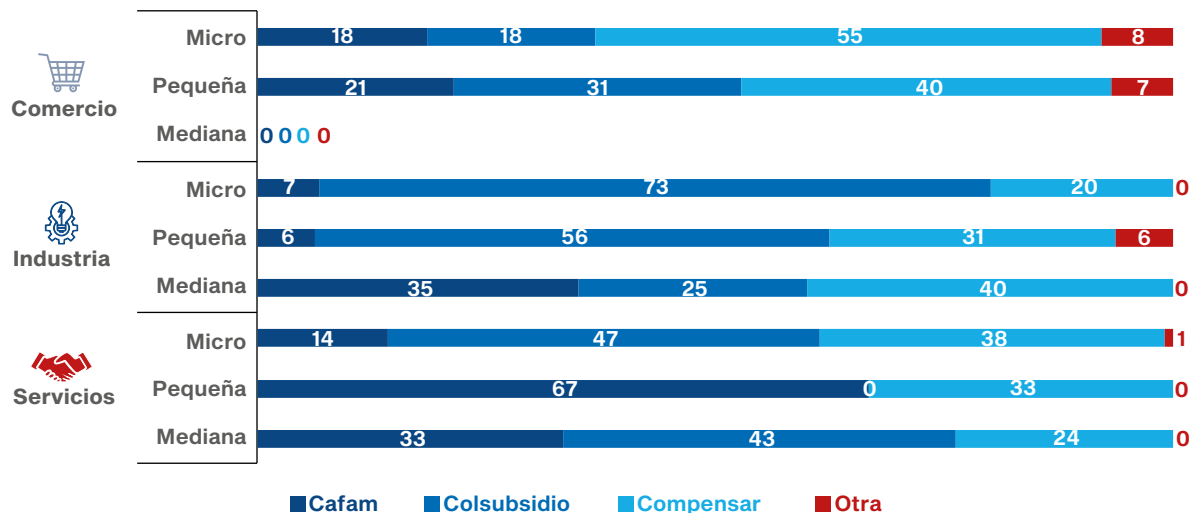
(47.5%), seguida de Colsubsidio (19.5%). En el caso de la industria, es Colsubsidio, con un promedio de 51%, seguido de Compensar con un 30%. Finalmente, en los servicios prima Cafam, con un promedio de 38%, seguido de Compensar con un 31%, ver Gráfico 19.

Gráfico 18. ¿Su empresa se encuentra afiliada a alguna caja de compensación?*
(%)



*Respuesta única.

Gráfico 19. ¿Si la empresa está ubicada en Bogotá, a qué caja de compensación se encuentra afiliada?* (%)



*Respuesta única.

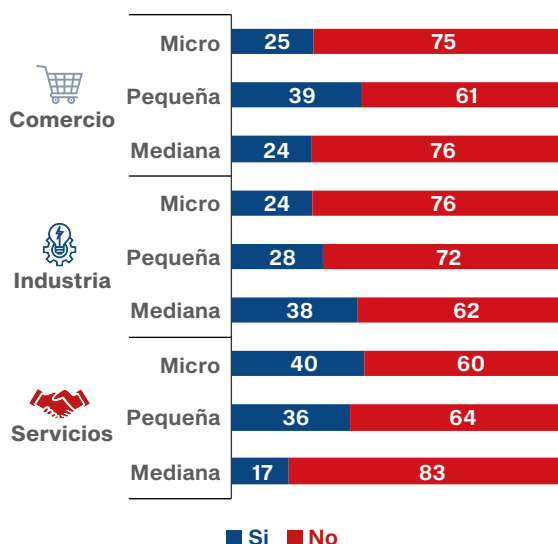
Financiamiento

Primer semestre de 2021

Para las empresas de la capital el acceso al crédito fue levemente superior al nacional. Las economías de la aglomeración permitieron al 30% de las MiPymes de Bogotá solicitar crédito con el sistema financiero, ver Gráfico 20. Las tasas de aprobación oscilan entre 40% y 92%, dependiendo del sector y el tamaño de la em-

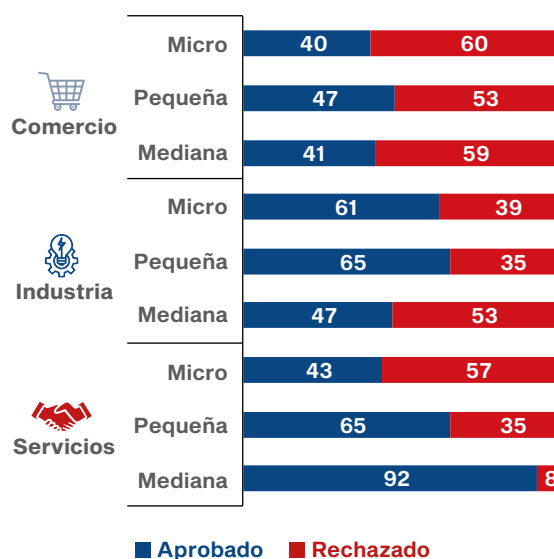
presa. Las microempresas comerciales fueron las que más frecuentemente se toparon con una respuesta negativa del sistema financiero (60%), mientras que las empresas medianas del sector servicios fueron las que vieron un mayor porcentaje de sus créditos solicitados aprobados (92%), ver Gráfico 21.

Gráfico 20. Durante el primer semestre de 2021 ¿solicitó crédito con el sector financiero?* (%)



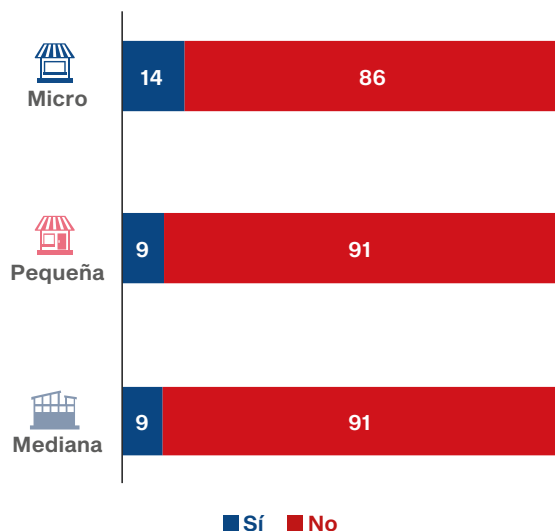
*Respuesta única.

Gráfico 21. ¿El crédito le fue aprobado o rechazado?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 22. ¿Le exigieron garantía por el crédito solicitado?* (%)



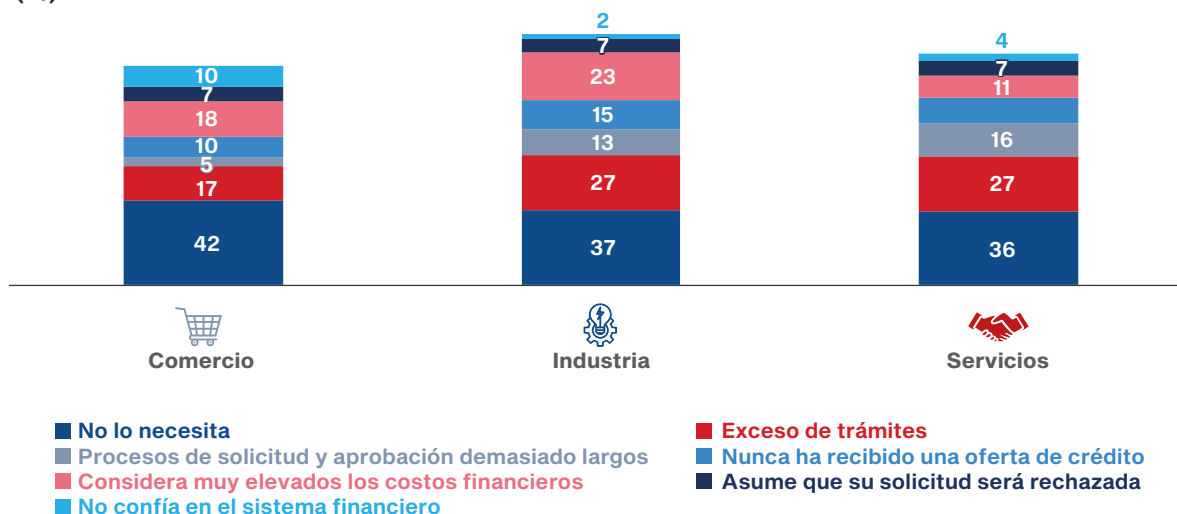
*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

A la gran mayoría de empresas que solicitaron crédito en el sistema financiero no se les exigió una garantía. A las microempresas se les exigió garantías en 55% más de los casos que a las pequeñas y medianas empresas, ver Gráfico 22.

En promedio, más de la mitad de las empresas que no solicitaron crédito reportaron no haberlo hecho porque no lo necesitaban. Por otro lado, las empresas de industria y servicios reportan en una mayor proporción que no solicitaron crédito debido al exceso de trámites. También hay una fracción importante de las empresas para las cuales los costos financieros fueron un desincentivo a la hora de solicitar crédito, ya que los consideran muy elevados, ver Gráfico 23.

En respuesta al exceso de trámites y los elevados costos financieros, algunas empresas

Gráfico 23. No solicitó crédito en el Sistema Financiero porque* (%)

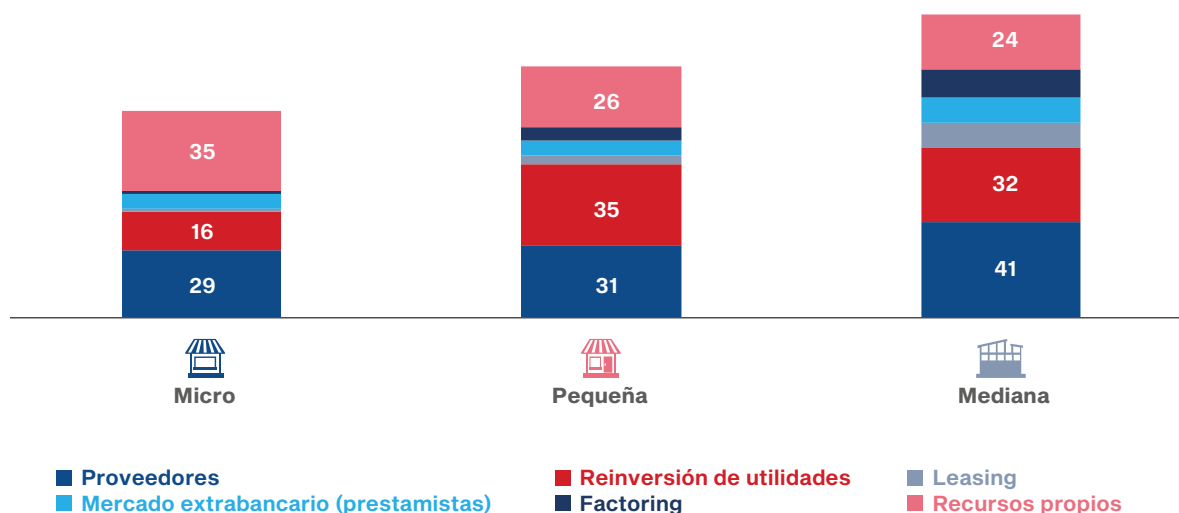


*Respuesta múltiple.

accedieron a fuentes alternativas de recursos para satisfacer sus requerimientos de financiación. El fenómeno es más común entre las empresas medianas. Entre las empresas medianas que accedieron a otras fuentes de financiación, 41% recurrió a proveedores, 32% a la reinversión de utilidades y 24% utilizó re-

ursos propios. Las empresas micro reportan un mayor uso de recursos propios (35%), posiblemente debido a la falta de acceso a otras fuentes de financiamiento. Por último, el recurso de crédito alternativo que más utilizaron las empresas pequeñas fue el de reinversión de utilidades (35%), ver Gráfica 24.

Gráfico 24. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?* (%)



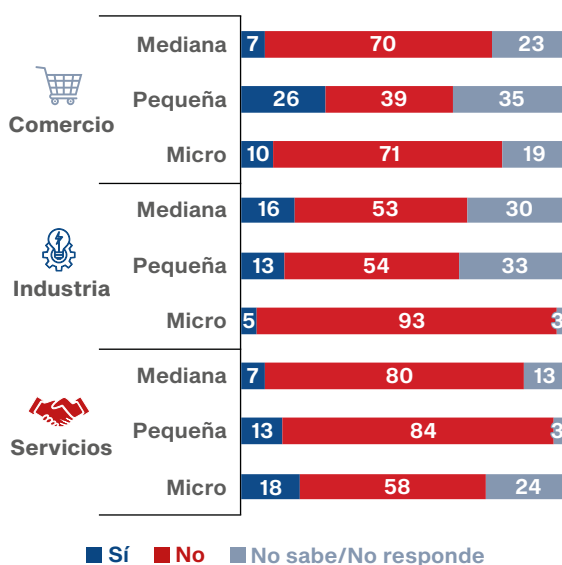
Comercio exterior

Primer semestre de 2021

Por el lado del comercio exterior, los resultados para Bogotá resultan ser un poco más positivos en términos de exportaciones si se compara con los resultados nacionales, sin que esto signifique que sean buenos. Las MiPymes del sector servicios reportan el mejor resultado de la muestra con un total de 17.2% de empre-

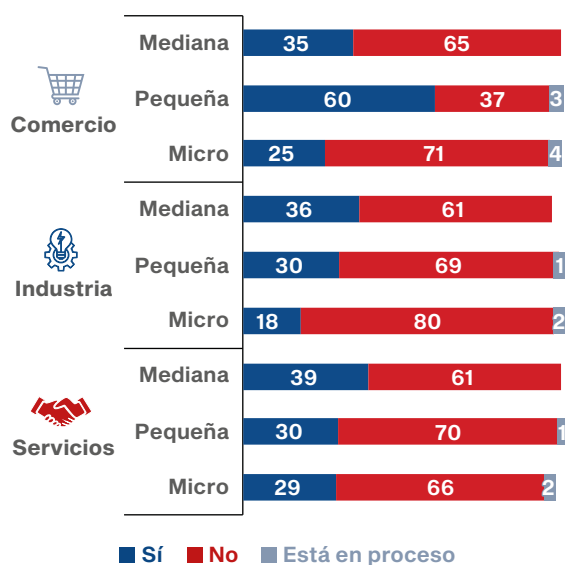
sas que indican que exportan. Le sigue el comercio con un 11.0% y la industria con un 6.1%. Llama la atención que, por tamaño de empresa, las pequeñas y microempresas son las que más exportan (15.8% y 14.8%, respectivamente), mientras que las medianas son las que menos lo hacen (8.4%), ver Gráfico 25. Por el lado de las

Gráfico 25. En el primer semestre de 2021 ustedes exportaron* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 26. ¿Su negocio importó en el primer semestre de 2021?* (%)



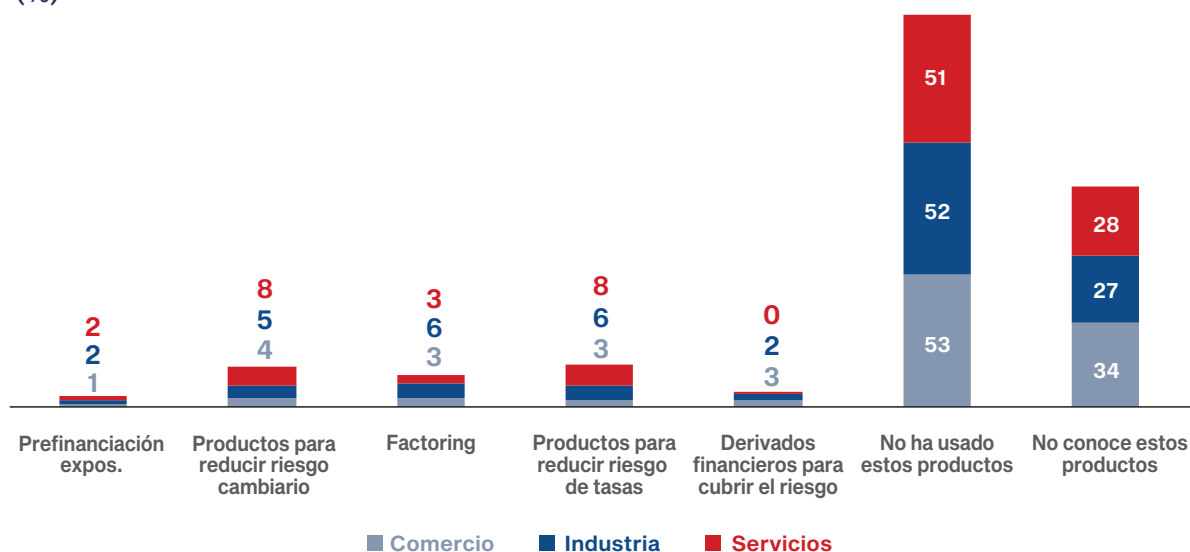
* Respuesta única.

importaciones, se observa un comportamiento muy similar entre las MiPymes de industria y servicios (19.4% y 29.8%), en tanto aumentan las empresas que importan conforme lo hace el tamaño de las mismas. En cambio, en el comercio (28.0%) las que registran un mayor porcentaje son las pequeñas, ver Gráfico 26.

A la hora de preguntarle a los empresarios si han utilizado algún producto financiero para exportadores, la mayoría indica que no los usan

o no los conocen, sin importar el sector al que pertenecen, ver Gráfico 27. Como se evidenció en el capítulo del ejercicio econométrico del sector externo, el uso de estos productos tiene un efecto positivo en aumentar la probabilidad de que las empresas exporten. Siendo así, y a partir de los resultados presentados para Bogotá, hay espacio para la socialización de los productos financieros que existen para impulsar las exportaciones y los beneficios que estos tienen para las empresas.

Gráfico 27. ¿Si exporta, ha usado alguno de estos productos financieros?*
(%)



* Respuesta múltiple.

Perspectivas

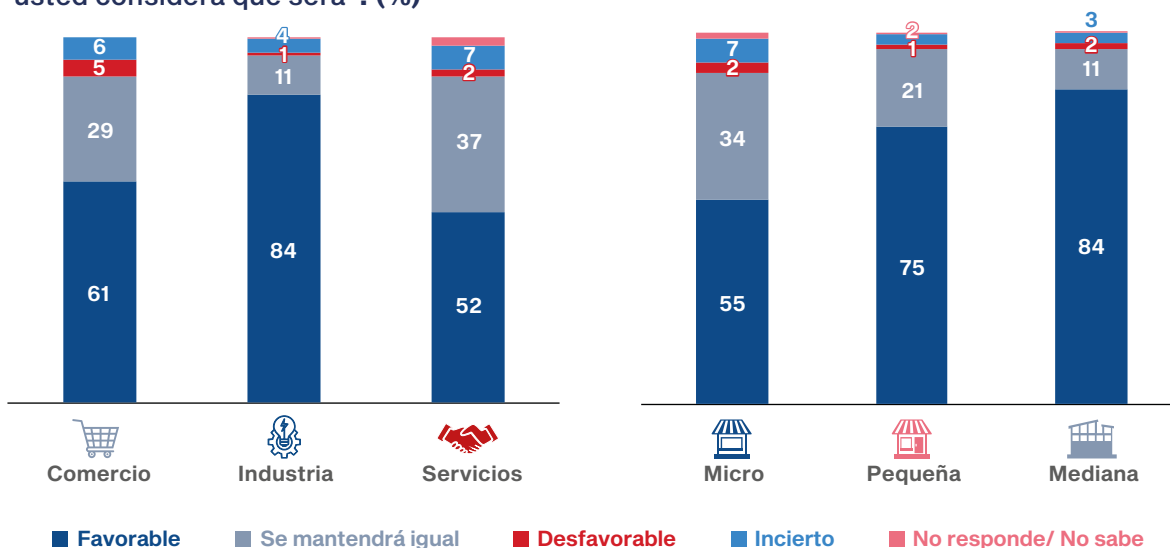
Primer semestre de 2021

Las empresas de Bogotá son en su mayoría positivas frente a su desempeño en el segundo semestre de 2021. Las empresas del sector industrial son las más optimistas, ya que 84% considera que su desempeño será favorable. El sector de servicios es el menos optimista, solo 52% de los encuestados cree que su desempeño en ese mismo periodo será favorable. También se encuentran diferencias importantes en la percepción del futuro desempeño de las empresas según el tamaño,

a pesar de que en todos los tipos de empresa predomine el optimismo. Para las microempresas, el 52% de los encuestados declaró una percepción favorable sobre su desempeño. Esa cifra asciende al 75% y 84% para las pequeñas y medianas empresas, respectivamente, ver Gráfico 28.

Al revisar las perspectivas desagregadas por rubros encontramos diferencias significativas. Las empresas son más optimistas frente al

Gráfico 28. Sobre el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2021 usted considera que será*: (%)

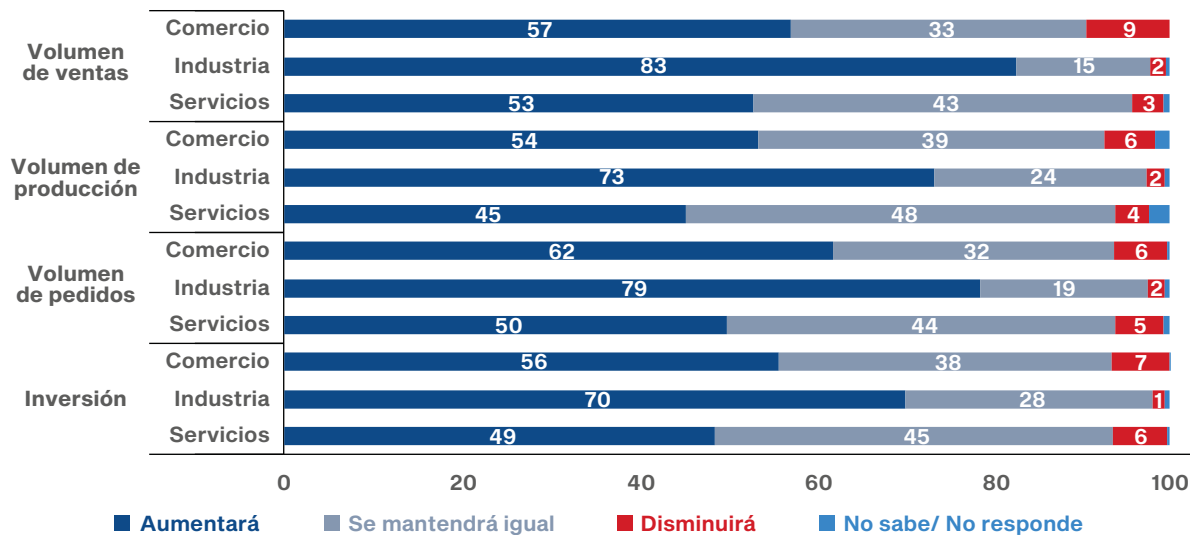


* Respuesta única.

volumen de ventas, pues 64% de las encuestadas considera que incrementará en el segundo semestre de 2021. Por otro lado, las firmas son

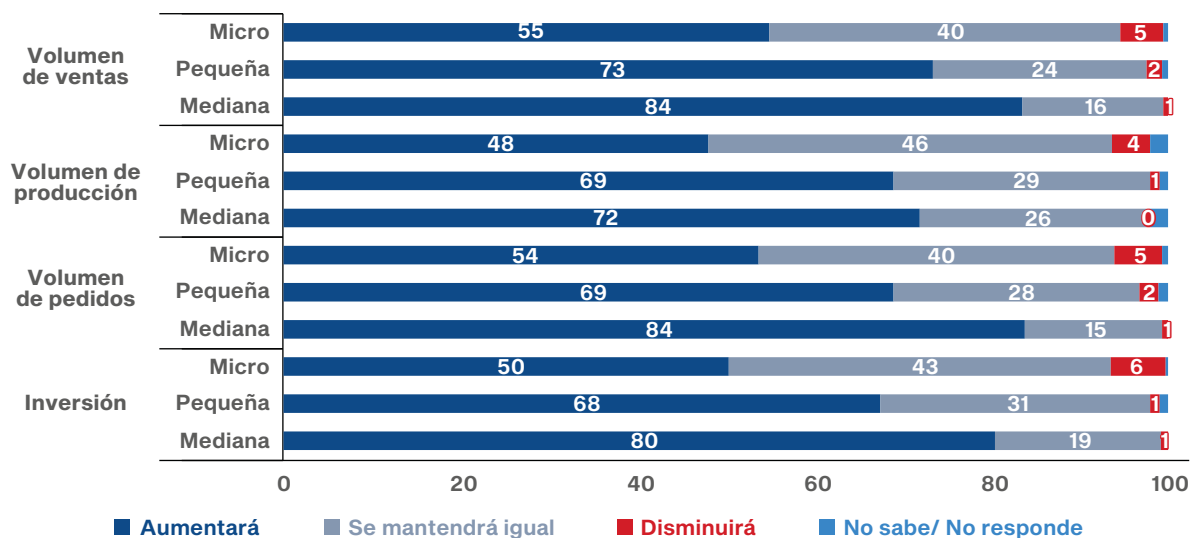
menos optimistas frente a su inversión en el segundo semestre de 2021: solo 57% cree que incrementará, ver Gráficos 29 y 30.

Gráfico 29. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

Gráfico 30. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

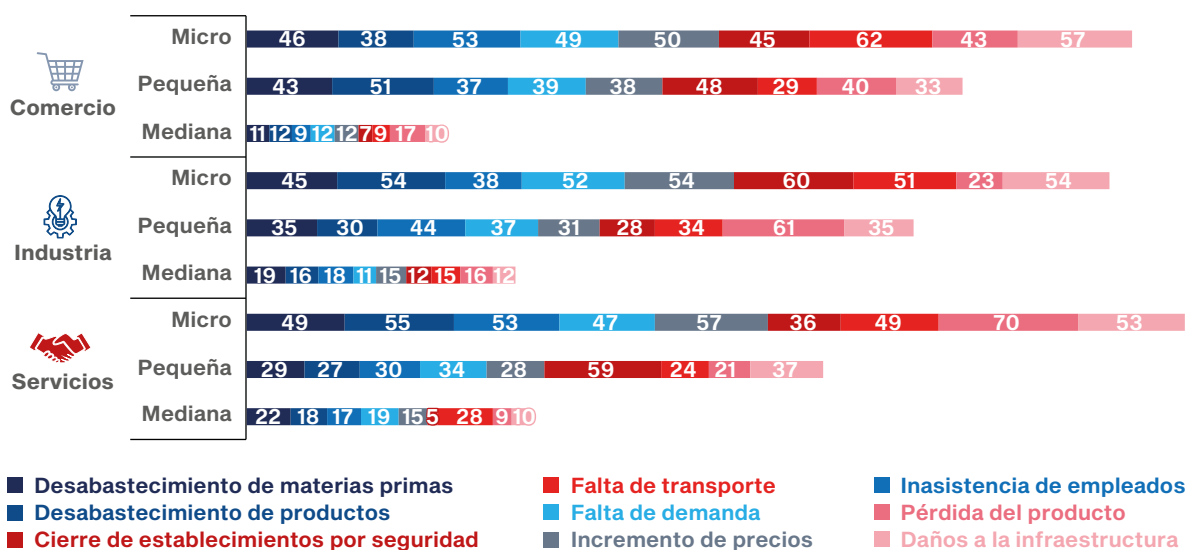
Preguntas coyunturales

Primer semestre de 2021

En el caso de Bogotá, al igual que en el resto del país, las principales afectaciones del paro nacional se presentaron en el desabastecimiento de materias primas y productos. Así

mismo, los daños a la infraestructura afectaron principalmente a las microempresas (57% en comercio, 54% en industria y 53% en servicios), ver Gráfico 31.

Gráfico 31. ¿Su empresa cómo se vio afectada por el Paro Nacional?*
(%)



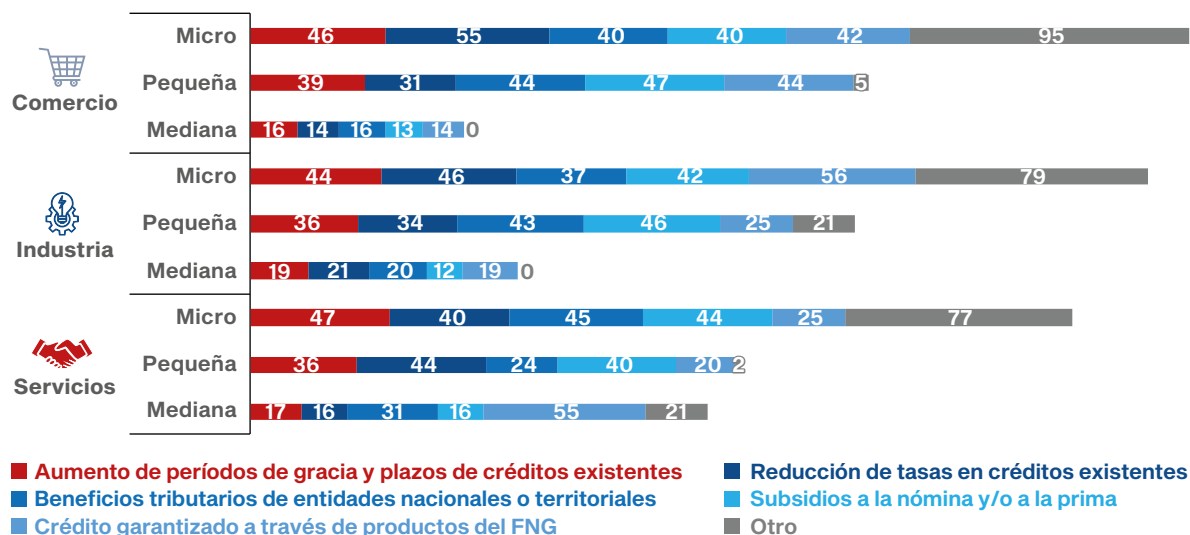
Por otra parte, las empresas de todos los tamaños y sectores se valieron del aumento de periodos de gracias, así como la mejora en las condiciones crediticias existentes para apalancar la reactivación de sus operaciones (aumento en periodos de gracia, en promedio 46% de todos los sectores de las microempresas lo hicieron, seguido de un 37% en el caso de las pequeñas empresas y un 17% de las medianas), ver Gráfico 32.

Cuando se les preguntó acerca de las mayores dificultades experimentadas en la reactivación económica, se destacó la falta de financiamiento por parte de las microempresas en todos los sectores (54% para el comercio,

50% para la industria y 48% para los servicios), seguido de las dificultades para la distribución, particularmente en las pequeñas empresas (58% en el caso del comercio, 40% en la industria y 19% en los servicios), ver Gráfico 33.

Finalmente, cuando se les preguntó a las empresas sobre su nivel de facturación en el marco de la reactivación económica, la mayor proporción de las MiPymes reporta tener ventas superiores a 45% e inferiores a 60%. Sin embargo, el segmento de las microempresas de comercio y servicios presentan las tasas más altas de ventas inferiores a 45% (25% y 27% respectivamente), ver Gráfico 34.

Gráfico 32. ¿A cuáles de las siguientes medidas ha accedido para reactivar sus operaciones?* (%)

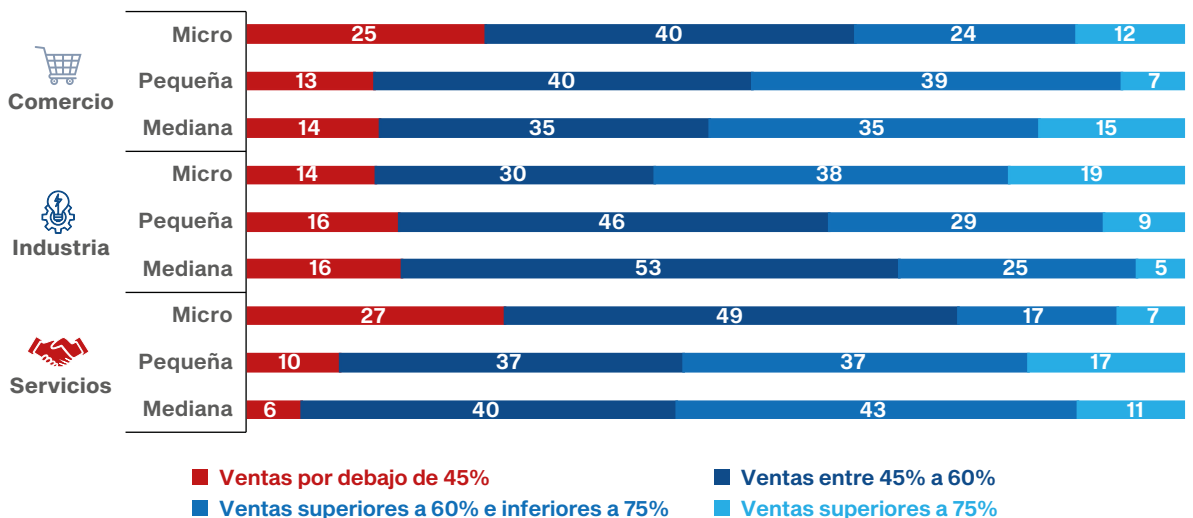


* Respuesta múltiple.

Gráfico 33. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades experimentadas por su empresa en medio de la reactivación económica post-COVID 19?* (%)



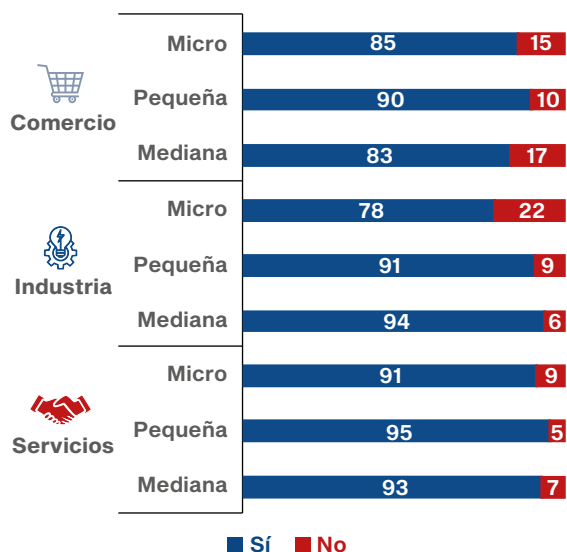
Gráfico 34. En materia de facturación en la “nueva normalidad”, la empresa ha alcanzado*: (%)



En el marco de la reactivación, los esquemas de vacunación juegan un papel fundamental para el retorno seguro e interrumpido a los lugares de trabajo. En ese sentido, el promedio de empresas que hacen seguimiento al proceso de vacunación de sus empleados asciende al 89%, donde la mayor tasa de seguimiento la tienen las medianas empresas con un 90% de promedio en todos los sectores ver Gráfico 35.

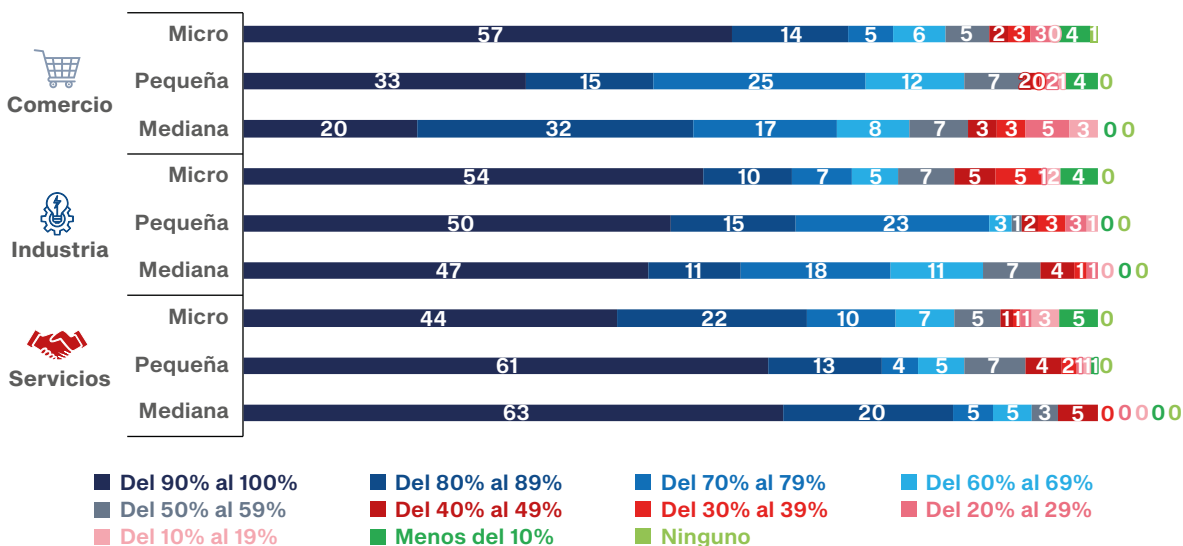
En línea con esos resultados, el 48% de las Mipymes reportan que entre el 90% y 100% de sus empleados tienen el esquema de vacunación completo. En contraste, menos del 3% de las empresas de todos los sectores reportan que menos del 10% de sus empleados cuentan con el esquema completo. Eso da cuenta del importante avance en inmunización de la fuerza laboral en las empresas colombianas, ver Gráfico 36.

Gráfico 35. ¿Tiene ustedes conocimiento o hacen seguimiento al proceso de vacunación de sus empleados?* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 36. ¿Qué porcentaje de empleados tiene completo el esquema de vacunación?* (%)



* Respuesta única.

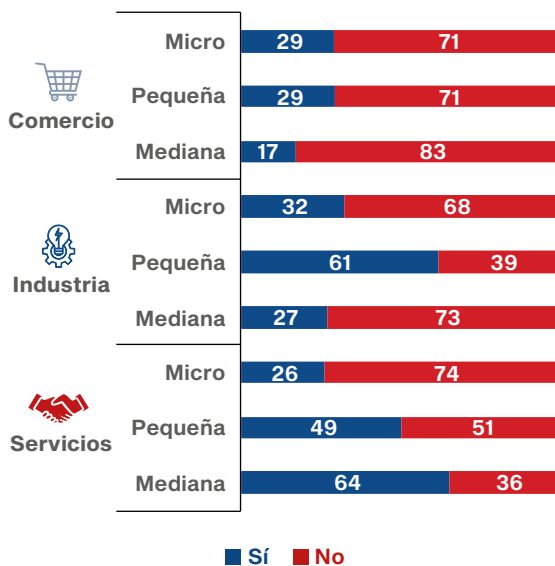
Servicios Web

Primer semestre de 2021

Partimos por analizar el uso de página web por parte de las empresas. Los resultados son diferentes a los de la muestra nacional. En este caso, podríamos decir que, en promedio, las empresas pequeñas son las que más cuentan con página web (medianas 36%, pequeña 47%, micro 29%). Por sector, las empresas de servicios son las que cuentan con un mayor porcentaje de firmas con página (en promedio 46%), seguido de la industria (40%) y comercio (25%). Llama la atención el bajo porcentaje de empresas de comercio que cuentan con este servicio, ver Gráfico 37.

Ahora, la EMP nos permite profundizar en el uso de un tipo de servicios digitales, los servicios en la nube: almacenamiento de datos, procesador de textos, cómputo e inteligencia artificial (todo online). Se les preguntó a las Mipymes si tienen acceso a servicios de

Gráfico 37. ¿La empresa cuenta con una página web?* (%)

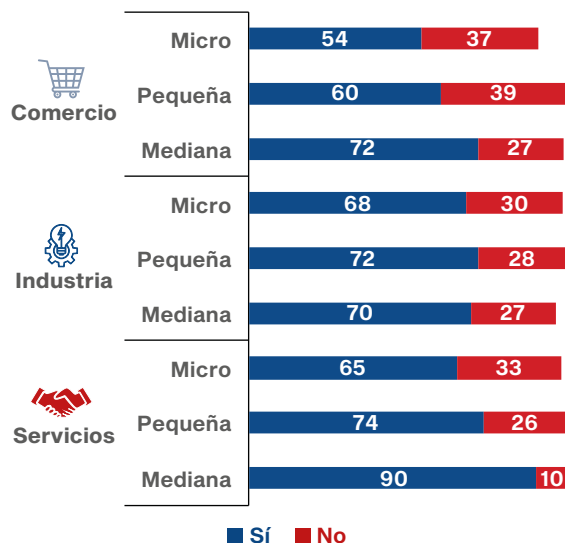


* Respuesta única.

computación en la Nube. En este caso, los resultados muestran un uso bastante extendido, en mayor medida en las empresas medianas, incluso por encima de la media nacional (77% vs. 75% nacional) y las de servicios (76% vs. 69% nacional), ver Gráfico 38.

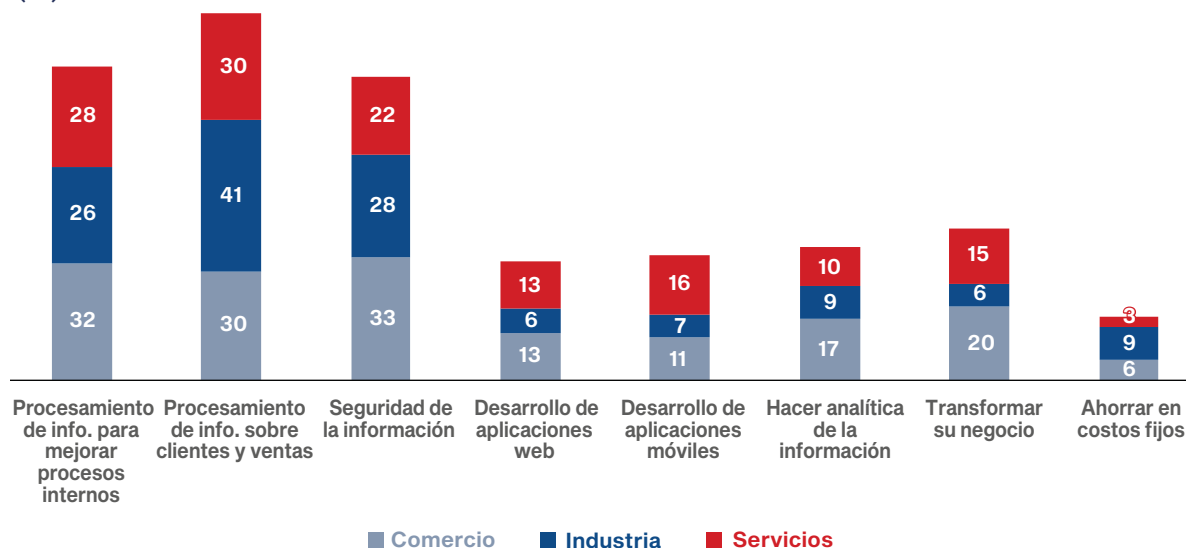
Finalmente, al preguntarle a las Mipymes que no cuentan con acceso a los servicios en la Nube para qué los usarían en caso de tenerlos, se encontró que, al igual que en la muestra nacional, los usos que más les darían serían para el procesamiento de información para clientes y ventas y para mejoras en procesos internos, así como en temas de seguridad de la información. Por sectores los porcentajes en los que le darían uso serían respectivamente: comercio 30%, 32% y 33%; industria 41%, 26% y 28%; y servicios 30%, 28% y 22%, ver Gráfico 39.

Gráfico 38. ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - computación en la Nube?* (%)



* Respuesta única.
Nota: Los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 39. ¿Si contara con servicios web/servicios en la nube, para qué los usaría?* (%)



* Respuesta múltiple.

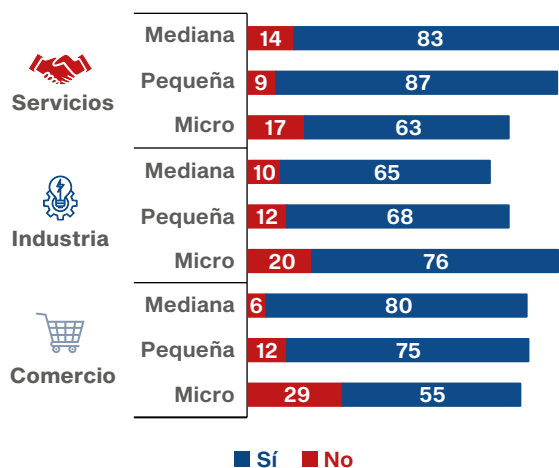
Capital social

Primer semestre de 2021

En términos de capital social de las empresas, quisimos analizar, en línea con nuestra intención de indagar sobre las condiciones de formalidad e informalidad de la red empresarial del país, sobre la percepción de los empresarios con respecto a la renovación del registro mercantil y los servicios prestados por la Cámara de Comercio a la que se encuentran afiliados. Tal como lo muestran los gráficos 40 y 41, las empresas de mayor tamaño, medianas y pequeñas reconocen más

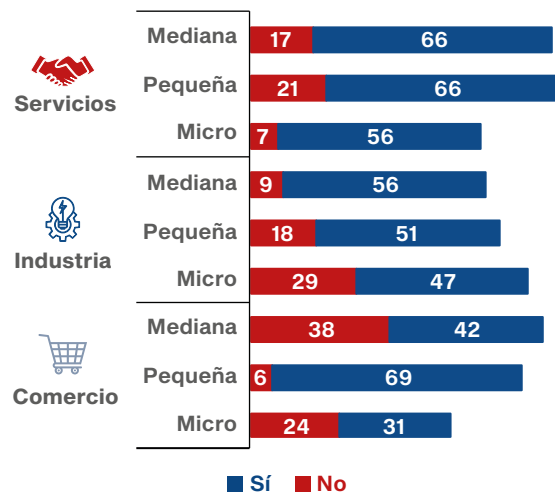
los beneficios de la renovación, eso en términos de la seguridad jurídica, formalidad y el acceso a mercados que brinda. En promedio, las microempresas de los tres sectores son las que menos perciben las bondades de la renovación: el 76% de las empresas medianas si ven los beneficios, el 77% de las pequeñas y el 65% de las micro. Lo mismo ocurre en cuanto a la conformidad con los servicios que presta la Cámara (medianas 55%, pequeñas 62%, micro 45%).

Gráfico 40. ¿Conoce usted los beneficios asociados a la renovación del Registro Mercantil que ofrecen las Cámaras de Comercio?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 41. ¿Se siente conforme con los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio a la que está afiliado(a)?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Ficha técnica

Técnica

Entrevista telefónica o presencial al propietario-representante legal (o a quien este delegue) de la unidad empresarial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

Grupo objetivo

Unidades empresariales con Ventas anuales (o Ingresos por Actividades Ordinarias) en 2020 dentro de los siguientes rangos (\$ millones):

Industria		Comercio		Servicios	
<	≤	<	≤	<	≤
839	61.834	1.594	79.936	1.175	17.199

Cubrimiento

Bogotá.

Tipo de muestreo

Estratificado por sector y tamaño de empresa, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

Tamaño de la muestra

1.505 empresas encuestadas.

Tamaño	Comercio	Industria	Servicios	Muestra total
 Micro	268	235	241	744
 Pequeña	193	174	174	541
 Mediana	71	79	70	220
Total	532	488	485	1.505

Margen de error

Menor al 5% a nivel de los macrosectores.

Frecuencia

Semestral.

Medición

Agosto - Diciembre de 2021.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.



CAPÍTULO

ABURRÁ SUR

Contenido

Distribución de la muestra	97
Formalidad e informalidad	98
Características generales y de género	101
Situación actual	103
Financiamiento	107
Comercio exterior	110
Perspectivas	112
Preguntas coyunturales	114
Servicios Web	117
Capital social	119

Distribución de la muestra

%

Distribución de la muestra

%

Gráfico 1. Distribución total de la muestra (%)

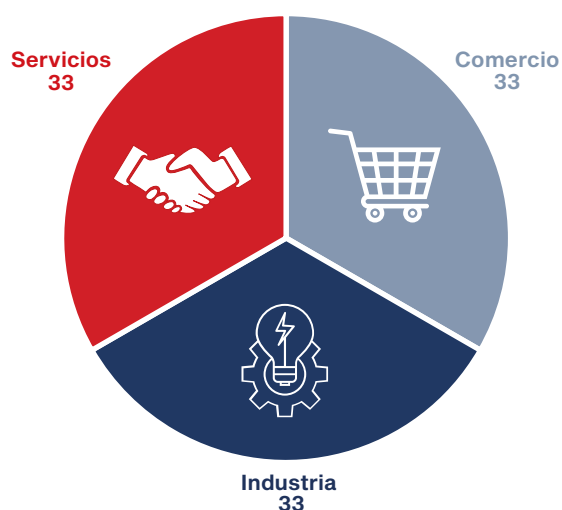
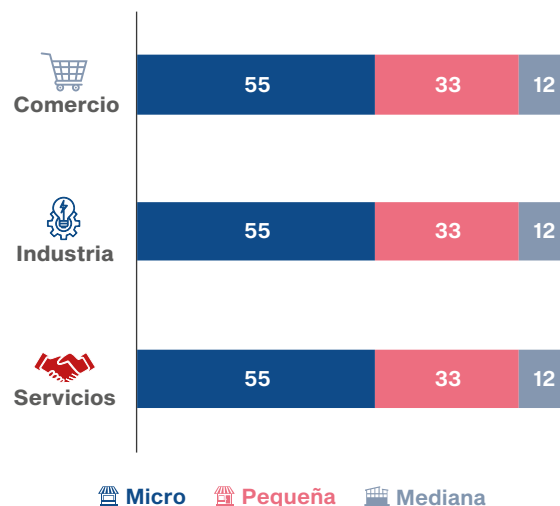


Gráfico 2. Distribución de la muestra por tamaño (%)



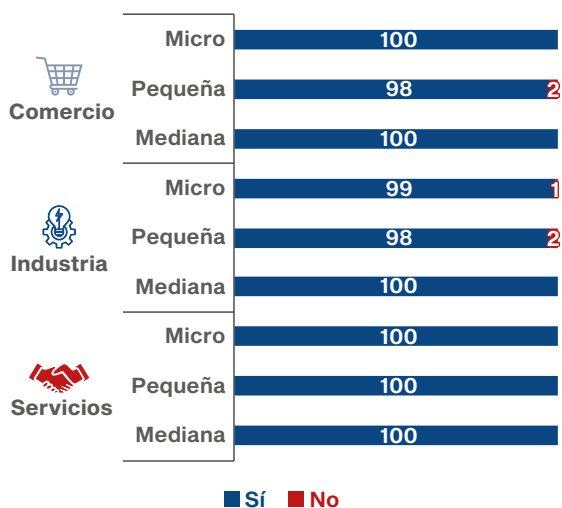
Formalidad e informalidad

Primer semestre de 2021

En términos de formalidad Aburrá Sur presenta unos buenos resultados en materia de Registro Mercantil (RM). Ante la pregunta de si las empresas cuentan o no con RM la mayoría de las MiPymes contestan de forma afirmativa. Las que presentan un menor porcentaje de registros son las pequeñas empresas (98.5% en promedio). Entre tanto, las micro y medianas cuentan casi en su totalidad con RM (99.9% y 100%, respectivamente). Por sector lideran las MiPymes de servicios con un 100% de empresas con registro, seguidas de las de comercio (99.7%) e industria (99.0%) ver Gráfico 3.

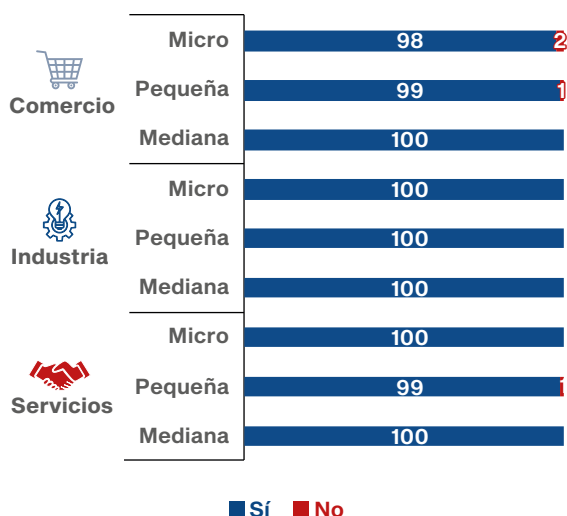
Ahora al preguntarles si renovaron o no, las respuestas continúan reflejando muy buenos resultados, mejores que el nacional. La industria lidera los sectores con un 100% de respuestas afirmativas, continúan lo servicios con un 99.9% y el comercio con un 98.0%. En cuanto a los resultados por tamaño de empresas, las

Gráfico 3. ¿Actualmente, su negocio cuenta con inscripción en Cámara de Comercio o Registro Mercantil (RM) - Aburrá Sur?* (%)



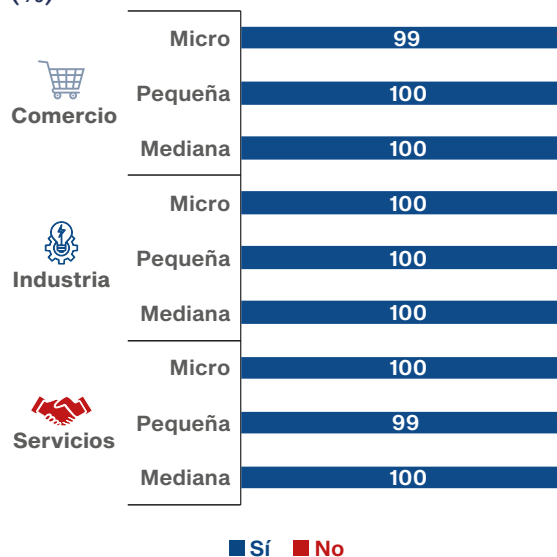
*Respuesta única.

Gráfico 4. ¿Renovó el Registro Mercantil antes de la fecha límite (31 de marzo 2021) - Aburrá Sur?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 5. ¿Actualmente, su negocio cuenta con Registro Único Tributario?* (%)



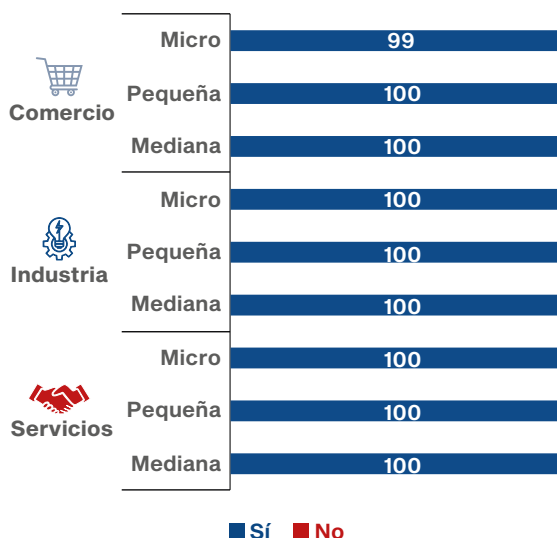
*Respuesta única.

medianas, como es de esperarse, son las que presentan el mayor porcentaje (100% en promedio), seguidas de las micro (99.4%) y las pequeñas (99.3%), ver Gráfico 4.

En línea con los resultados observados en las preguntas del Registro Mercantil, al indagar si las empresas cuentan con RUT se registran porcentajes muy favorables. En la mayoría de los casos, excepto en las micro de comercio y las pequeñas empresas de servicios (99.0% para ambos casos), las MiPyme indicaron contar con RUT. Una situación que se traslada al preguntar por el NIT, en donde casi el 100% de las empresas de todos los sectores indicaron hacerlo, ver Gráficos 5 y 6.

Mostrando una dinámica distinta a la registrada en los gráficos anteriores, al preguntar por los aportes a salud y pensiones las mi-

Gráfico 6. ¿Actualmente, su negocio cuenta Número de Identificación Tributaria (NIT)?* (%)

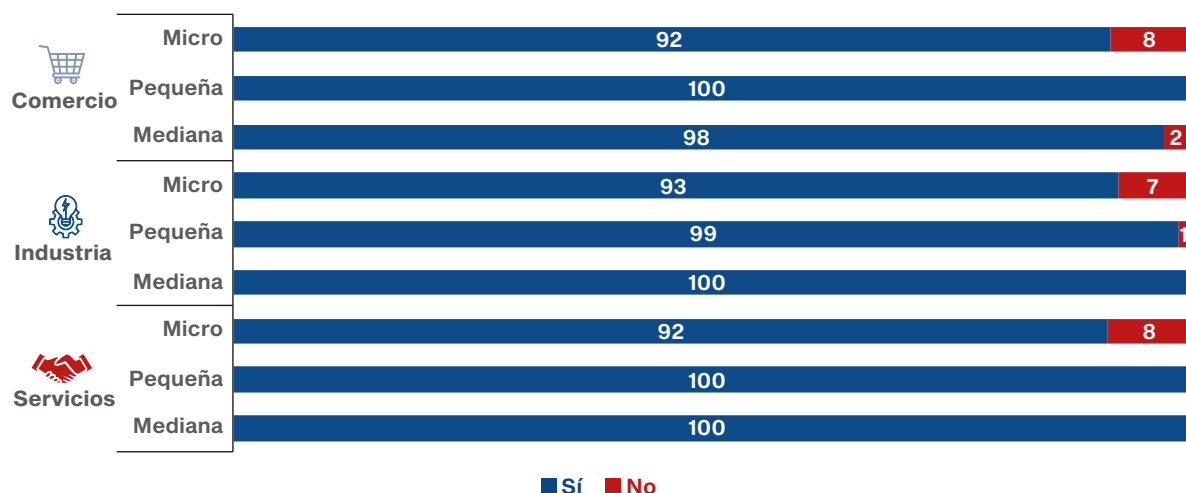


*Respuesta única.

croempresas presentaron el menor porcentaje en términos de certificados (en promedio 91.9%), mientras que para las pequeñas y medianas empresas el porcentaje ascienden a casi

el 100%. Por tipo de sector, la industria lidera los aportes a salud/pensiones (95.1% en promedio) seguida de las de comercio (93.2%) y servicios (92.6%), ver Gráfico 7.

Gráfico 7. ¿Actualmente, su negocio cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Características generales y de género

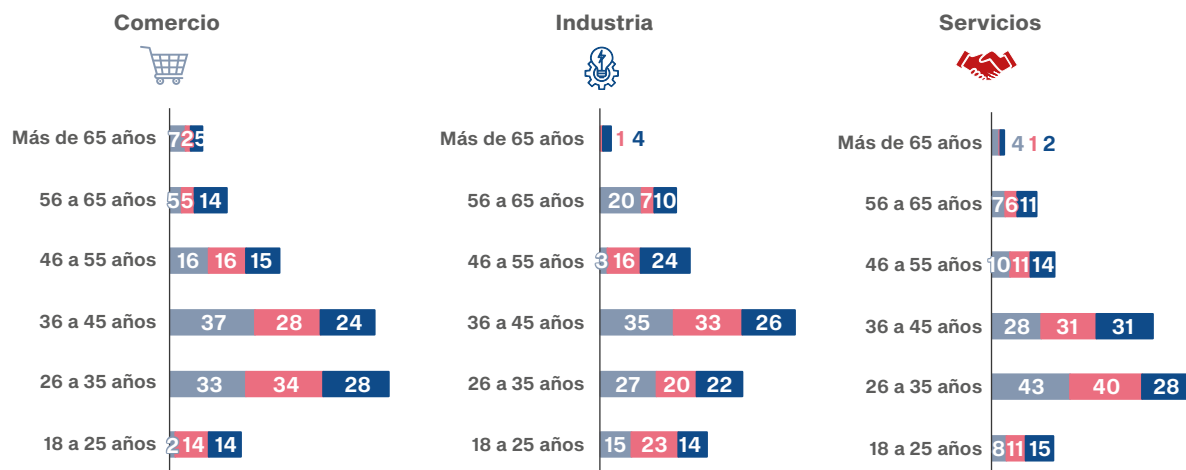
Primer semestre de 2021

Diferente a la muestra nacional y a la de la capital, la mayor parte de los empresarios del Valle de Aburrá se encuentran en el rango de edad entre los 26 y los 45 años. Las empresas de servicios de los tres tamaños, en mayor medida, tienen una buena porción de personas muy jóvenes liderando, entre los 26 y 35 años (medianas 43%, pequeñas 40%, micro 28%). Vale la pena resaltar también la buena proporción de empresarios de industria que manifestaron encontrarse entre los 18 y los 25 años (mediana 15%, pequeña 23%, mi-

cro 14%). Las cifras muestran que Aburrá es una región que crece en tejido empresarial (Gráfico 8).

Ahora, si analizamos el género del representante legal de la empresa, la muestra da cuenta de que, en promedio, hay una mayor proporción de hombres para los tres sectores, sobre todo en las empresas de industria: comercio (60% hombres y 40% mujeres) industria (75% hombre y 25% mujeres) y servicios (64% hombres y 36% mujeres), ver Gráfico 9.

Gráfico 8. ¿Usted está entre el rango de los?* (%)

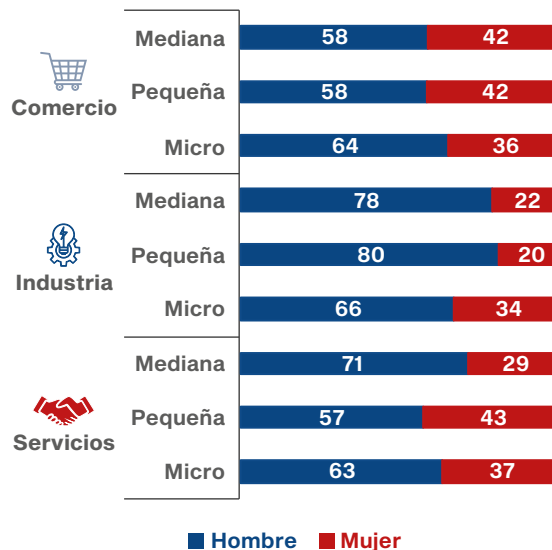


Micro Pequeña Mediana

*Respuesta única.

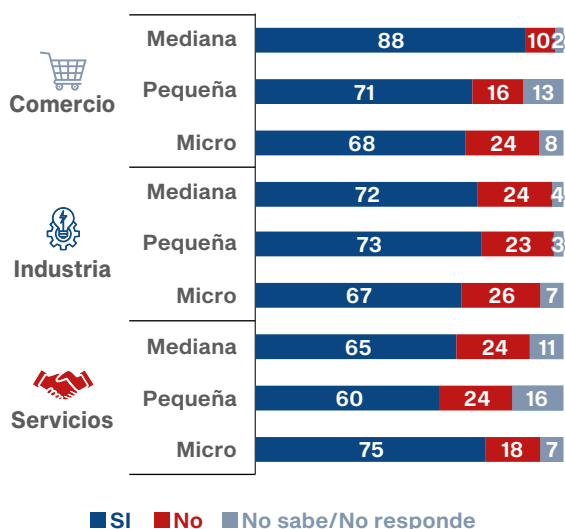
Ahora, indagamos si las Mipymes cuentan con objetivos o metas relacionadas con equidad de género. En promedio, en comparación a la media nacional, las empresas de industria y servicios tienen un porcentaje más bajo de empresas que afirman tener metas de equidad (industria 71% vs 76% nacional, servicios 67% vs. 71%), pero un porcentaje más alto para el caso de las comerciales (76% vs. 71% nacional). En sectores de industria y comercio, las microempresas son las que menos han avanzado en este sentido, en servicios son las pequeñas, ver Gráfico 10. Por otra parte, en lo que respecta a la implementación de protocolos para atender casos de acoso sexual, el rezago con respecto a la media nacional es significativo: industria (47% vs. 72% nacional), comercio (52% vs. 67%) y servicios (49% vs. 70%). Es muy importante que las empresas hagan un esfuerzo por avanzar en este frente, ver Gráfico 11.

Gráfico 9. Género del representante legal* (%)



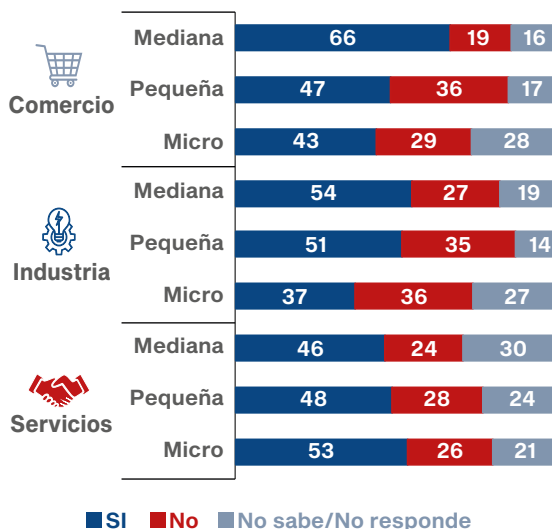
*Respuesta única.

Gráfico 10. ¿Su empresa cuenta con objetivos o metas respecto a la equidad de género?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 11. ¿Su empresa cuenta con protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual?* (%)



*Respuesta única.

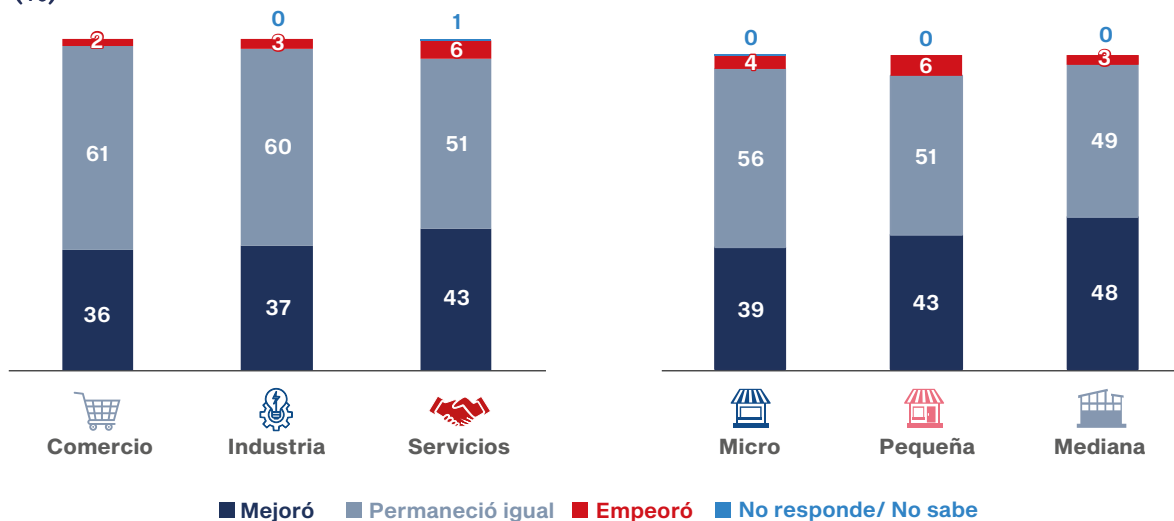
Situación actual

Primer semestre de 2021

Las empresas de Aburra Sur reportan una peor situación que las empresas agregadas a nivel nacional. Como se ve en el Gráfico 12, 40% de las firmas considera que su situación mejoró en comparación con el segundo semestre de 2020. La mayoría de las firmas, correspondiente

al 55.3%, considera que su situación permaneció igual. En el sector de servicios un porcentaje levemente superior de las firmas contestó que su situación había mejorado (43%). Por otro lado, a medida que incrementa el tamaño de la empresa hubo más respuestas positivas, ver Gráfico 12.

Gráfico 12. En comparación con el segundo semestre de 2020 su situación actual*: (%)

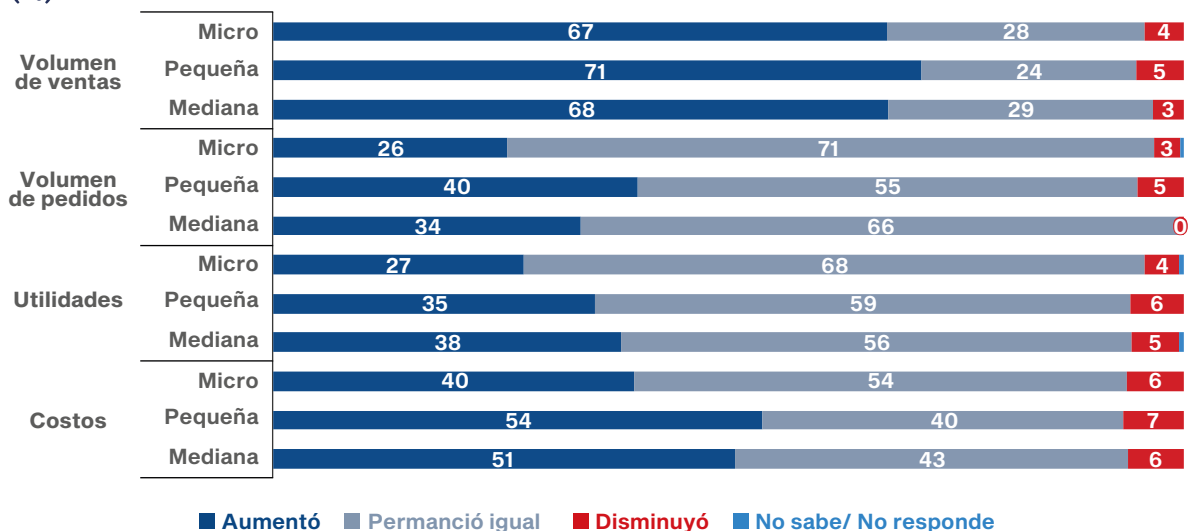


*Respuesta única.

Al analizar la situación actual por rubro encontramos que el volumen de ventas fue la categoría que vio un mayor incremento. En los costos también se ve un aumento importante, ya que 42% de las firmas considera que fueron mayores. Los

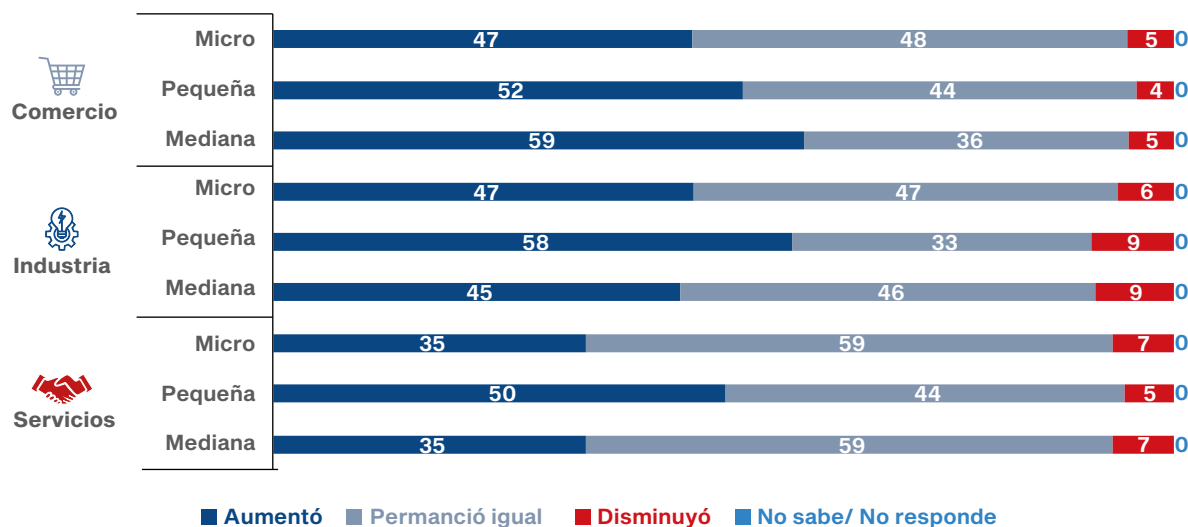
costos incrementaron más para las pequeñas empresas que para el resto de los tamaños. Al analizar los datos por sectores vemos que el comercio y la industria vieron su operación afectada por el incremento en costos, ver Gráfico 13 y 14.

Gráfico 13. En comparación con el segundo semestre de 2020 su*:



*Respuesta única.

Gráfico 14. Los costos de ventas/producción/operación de su empresa *

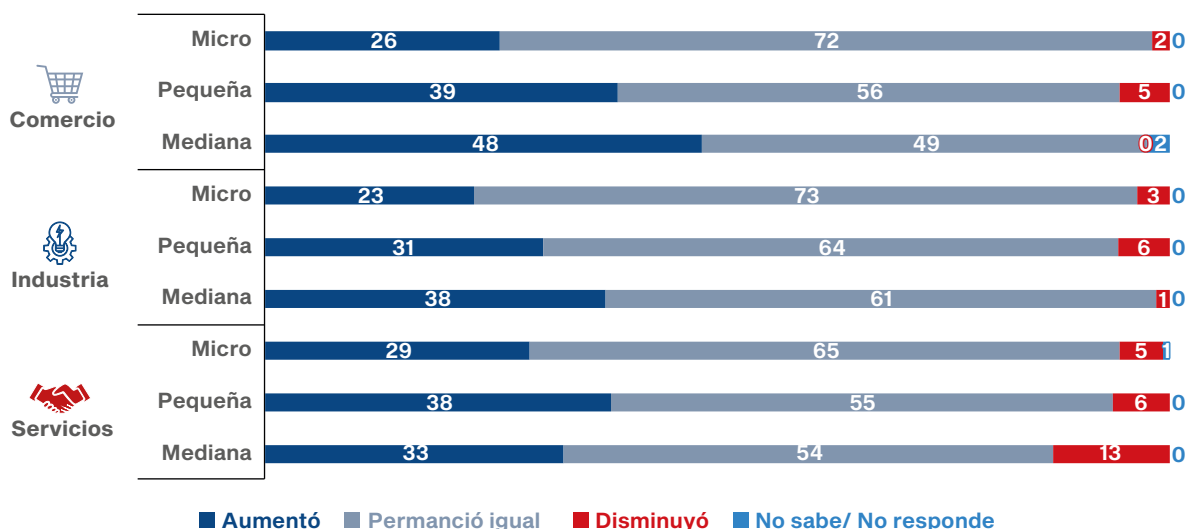


*Respuesta única.

A pesar de que las MiPymes evidenciaron un incremento en sus costos, las utilidades no se vieron afectadas frente a las del semestre anterior. Incluso, las empresas medianas de los sectores de comercio e industria reportaron una subida en sus utilidades, ver Gráfico 15.

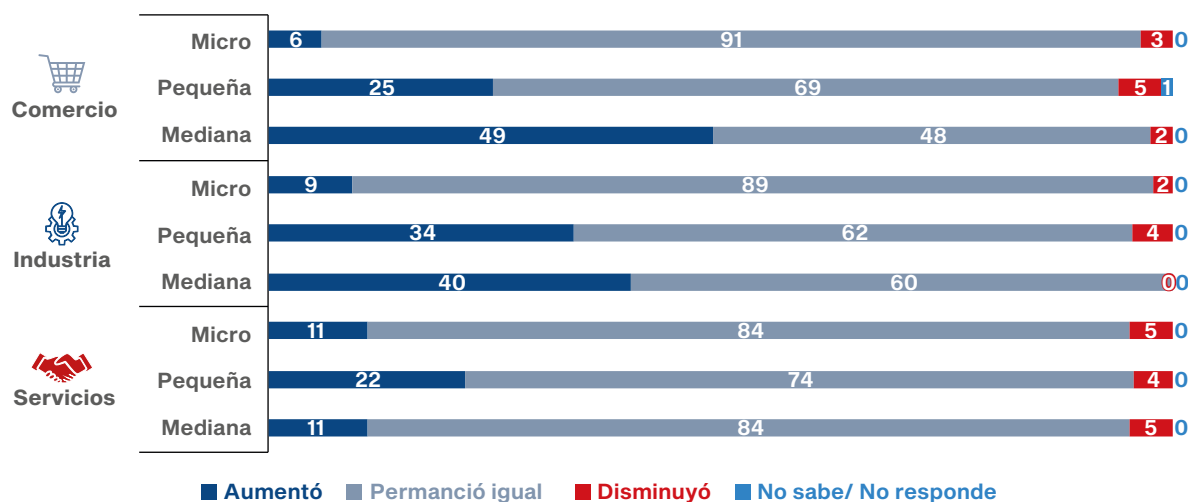
En cuanto a empleo, las MiPymes reportan que se mantuvo relativamente estable. En el 63.5% de las empresas el número de trabajadores permaneció igual. En las microempresas fue donde se registró un menor cambio, mientras que las empresas medianas reportaron en una

Gráfico 15. Las utilidades de su empresa* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 16. En el primer semestre de 2021 comparado con el segundo de 2020, el número de trabajadores de su empresa*



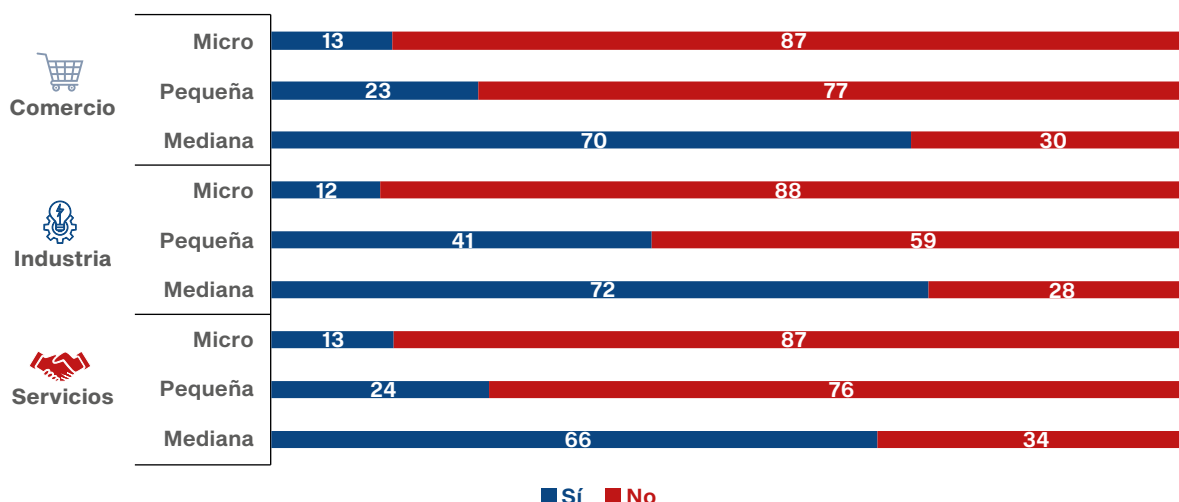
*Respuesta única.

mayor proporción un incremento de los trabajadores contratados, ver Gráfico 16.

Por último, observamos que las empresas medianas lideran la afiliación a cajas de compensación. Si se observa la totalidad de las fir-

mas solo 18% se encuentra afiliada a alguna caja de compensación, pero si se reduce la cifra a empresas medianas 69.3% cuentan con afiliación a una. Las microempresas, con una tasa de afiliación de 13%, son las responsables del bajo nivel de afiliación agregado, ver Gráfico 17.

Gráfico 17. ¿Su empresa se encuentra afiliada a alguna caja de compensación?*
(%)



*Respuesta única.

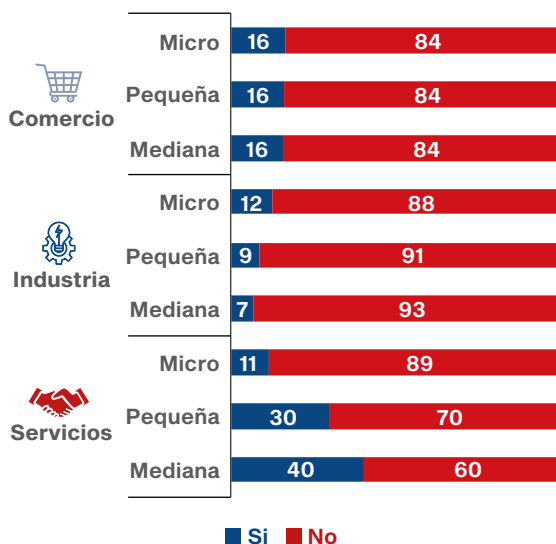
Financiamiento

Primer semestre de 2021

Las empresas del Valle de Aburrá solicitaron créditos con el sector financiero en una menor proporción que las empresas del resto del país. Tan solo el 13.8% de las firmas reportaron haber solicitado un crédito, que es menos de la mi-

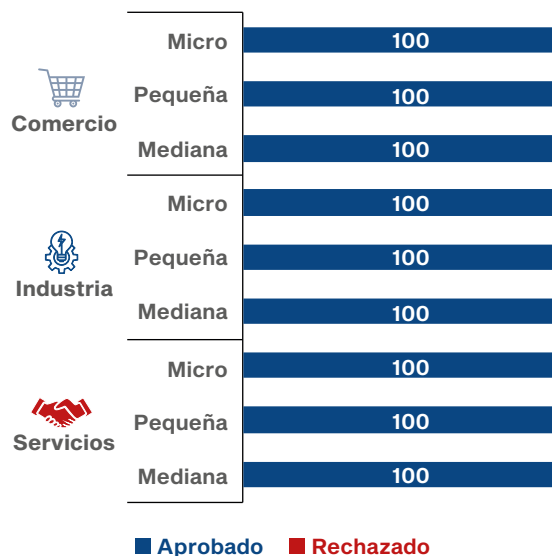
tad del total nacional (27.3%), ver Gráfico 18. Se debe resaltar que el 100% de los créditos que fueron solicitados por las empresas del Valle de Aburrá fueron aprobados, lo que no ocurre en ninguna otra región, ver Gráfico 19.

Gráfico 18. Durante el primer semestre de 2021 ¿solicitó crédito con el sector financiero?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 19. ¿El crédito le fue aprobado o rechazado?* (%)

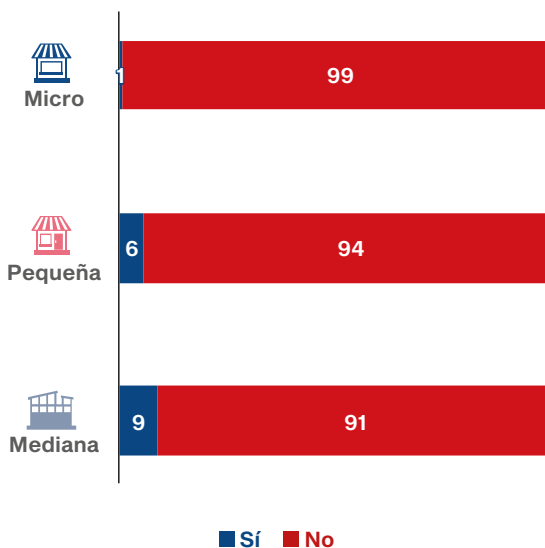


*Respuesta única.

De las empresas que solicitaron crédito, una muy baja proporción reportó que se le exigió garantía por el crédito. A diferencia de lo que ocurre a nivel nacional, en Aburrá Sur encontramos que es más probable que se le exija una garantía a una empresa mediana que micro. Solo en el 1% de los casos se le exigió una garantía a una microempresa, mientras que esa cifra asciende al 9% para las empresas medianas. Usualmente, la garantía equivale a un valor que corresponde entre el 1% y el 20% del crédito, ver Gráfico 20.

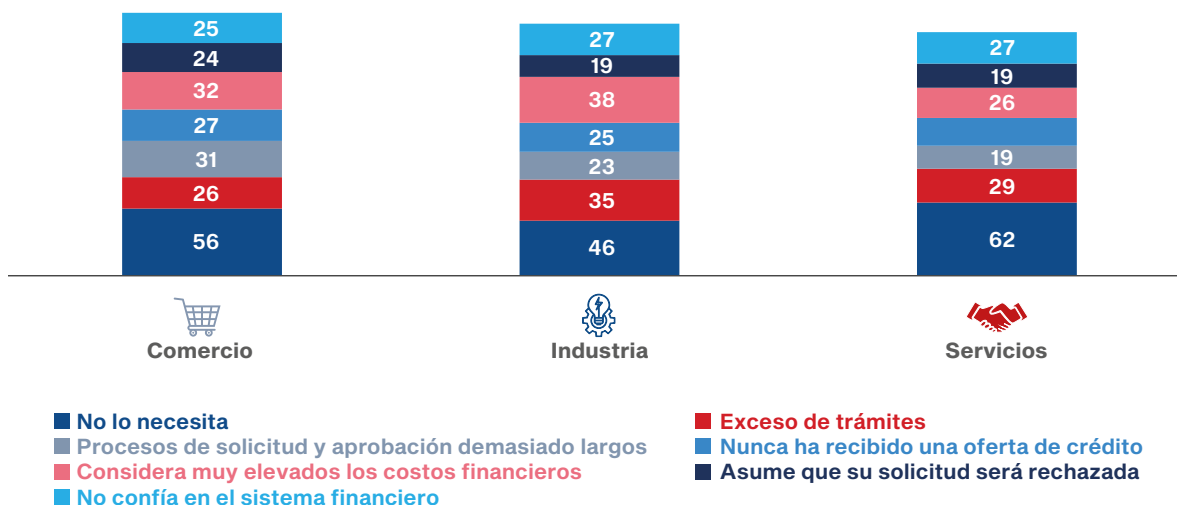
Para las firmas que no solicitaron crédito encontramos que hay distintas razones por su decisión, todas reportadas en una frecuencia similar. Para los tres sectores la principal razón por la que no solicitaron crédito fue porque no lo necesitaban. Los elevados costos financieros, el exceso de trámites y la longitud de los procesos de solicitud y aprobación fueron otras razones importantes para que las empresas no solicitaran crédito en el sistema financiero, ver Gráfico 21.

Gráfico 20. ¿Le exigieron garantía por el crédito solicitado?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 21. No solicitó crédito en el Sistema Financiero porque* (%)

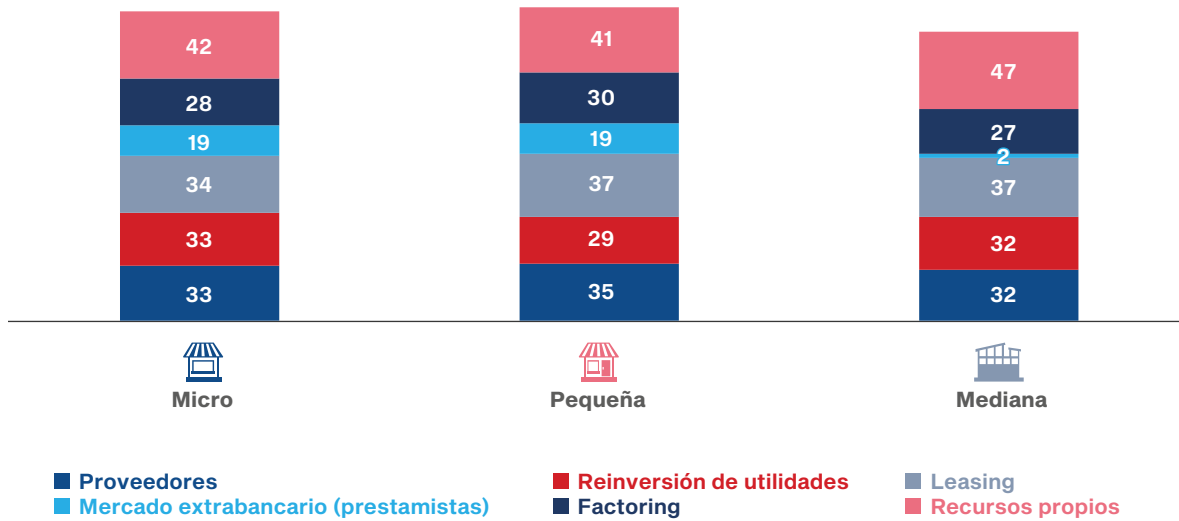


*Respuesta múltiple.

El 43% de las MiPymes utilizó recursos propios como una fuente alternativa de financiamiento. En Aburrá Sur la figura del leasing y los

proveedores también fueron vitales para satisfacer los requerimientos de recursos de las empresas, ver Gráfico 22.

Gráfico 22. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?*
(%)



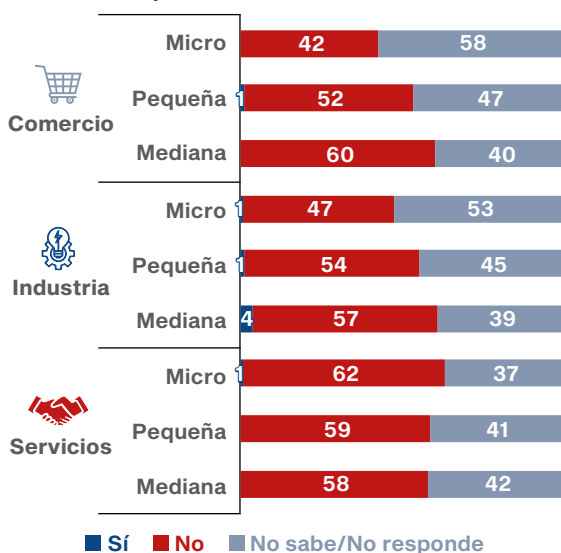
Comercio exterior

Primer semestre de 2021

En el frente del comercio exterior las MiPymes de Aburrá Sur presentan un porcentaje muy bajo, casi nulo, en materia de exportaciones. Tan solo las empresas medianas de la industria presentan un porcentaje de 4%. Si bien, no es una dinámica distinta a la observada a nivel nacional, preocupa el bajo nivel de res-

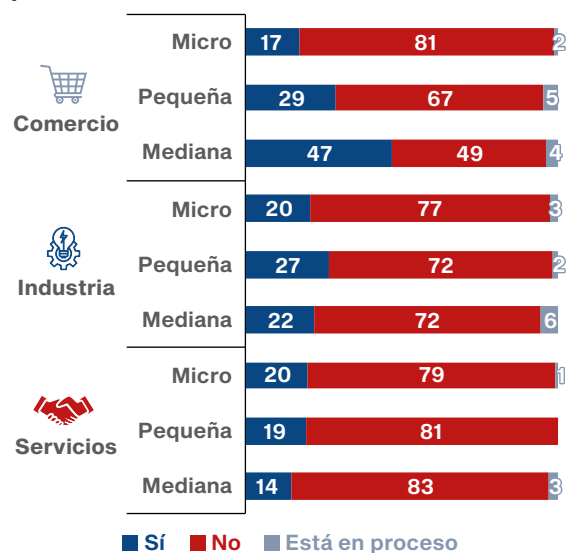
puestas por parte de los encuestados. En tanto revela el poco conocimiento que existe sobre el tema al interior de las firmas, ver Gráfico 23. En cuanto a las importaciones, los resultados reflejan que si bien el porcentaje de MiPymes que importa no es muy alto (en promedio 20.2%), este es superior al que se registra por el lado

Gráfico 23. En el primer semestre de 2021 ustedes exportaron* Aburrá Sur (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 24. ¿Su negocio importó en el primer semestre de 2021?* Aburrá Sur (%)



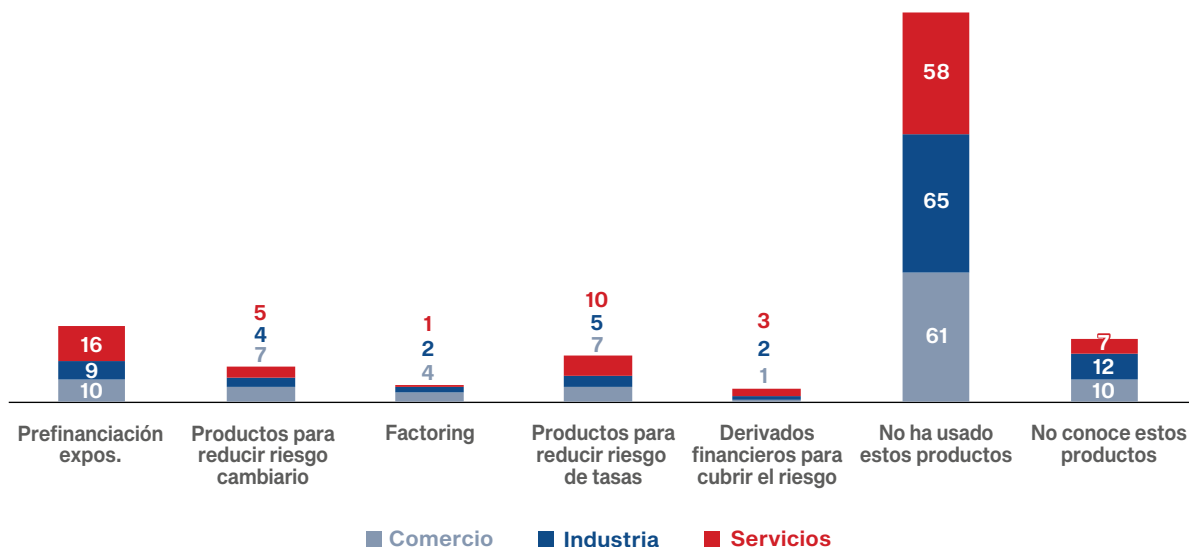
* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

de las exportaciones. Por tipos, la industria presenta el porcentaje más alto (22.3%) de los sectores y las pequeñas empresas (24.4%) el de la clasificación por tamaños, ver Gráfico 24.

Del ejercicio realizado en el capítulo nacional, se puede concluir que el uso de productos financieros para la exportación tiene un efecto positivo sobre la posibilidad de exportar. Lo anterior es un llamado a impulsar a las MiPymes de Aburrá

Sur a que hagan uso de este tipo de productos. Cómo se evidencia en el Gráfico 25, son muy pocas las empresas que los han usado y de las que lo hacen el producto que más se usa es la prefinanciación expos. Este bajo porcentaje en el uso crea la oportunidad para que se haga una socialización con los distintos empresarios, de tal forma que encuentren y a provechen las distintas oportunidades que este tipo de productos les pueden brindar en materia de comercio exterior.

Gráfico 25. ¿Si exporta, ha usado alguno de estos productos financieros?*
(%)



* Respuesta múltiple.

Perspectivas

Primer semestre de 2021

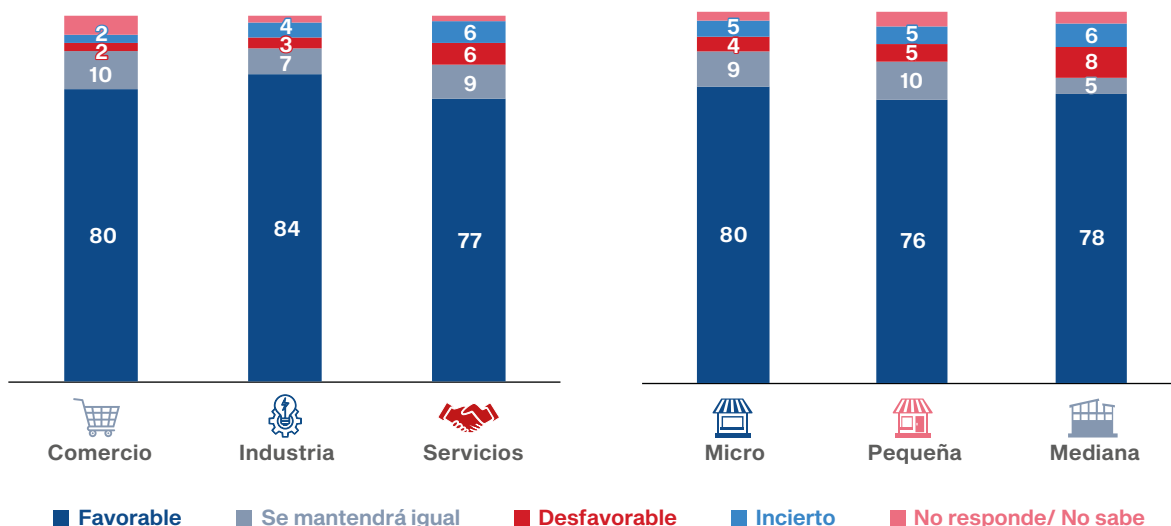
Las empresas de Aburrá Sur son notoriamente optimistas frente a su desempeño general en el segundo semestre de 2021. 79.5% de las MiPymes de la región consideraban que su desempeño iba a ser favorable. Esa cifra es 23pb inferior para el total nacional (56.5%). Por otro lado, la fracción de las firmas que consideraba que su desempeño sería desfavorable es apenas el 3.6%, ver Gráfico 26.

Al desagregar las perspectivas por rubros observamos que las empresas son más optimistas frente a su volumen de ventas (82% cree que

aumentará), seguido del volumen de pedidos (67%). Nuevamente la inversión es el rubro de menos optimismo para las empresas de todos los sectores, solo 38.4% considera que incrementará, ver Gráfico 27

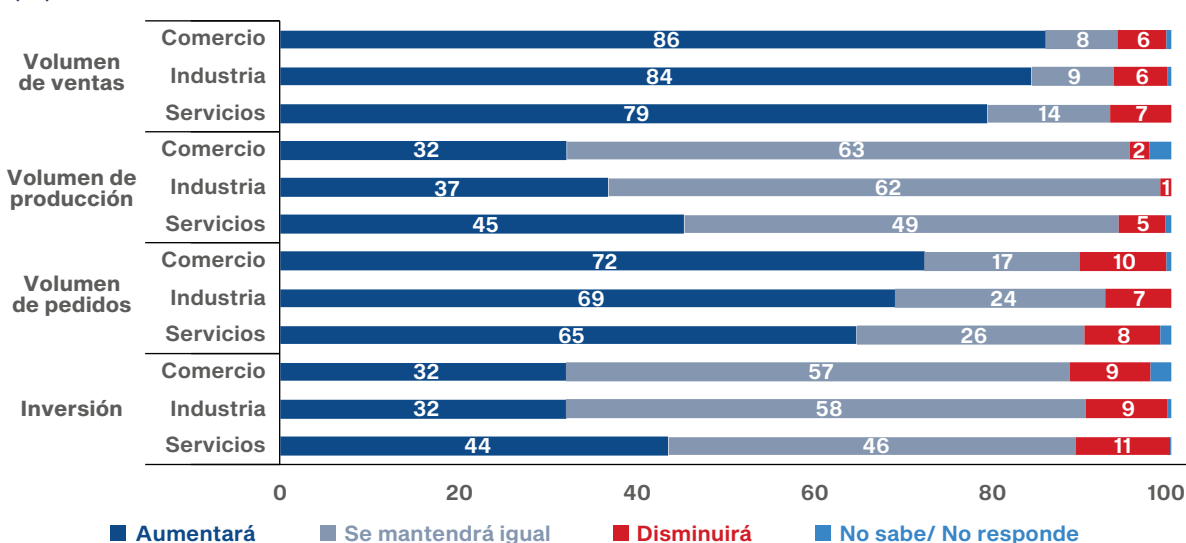
Ahora bien, si consideramos las respuestas desagregadas por tamaño encontramos que las microempresas son significativamente más optimistas en sus perspectivas. En Aburrá Sur a medida que incrementa el tamaño de la empresa disminuye su optimismo, algo que no ocurre a nivel nacional, ver Gráfico 28.

Gráfico 26. Sobre el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2021 usted considera que será*: (%)



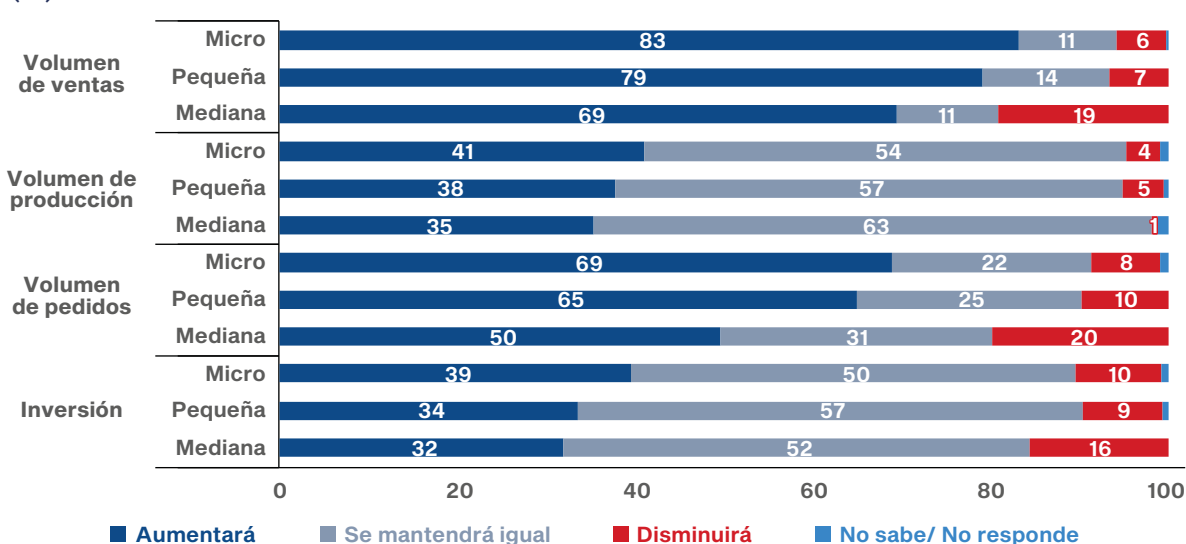
* Respuesta única.

Gráfico 27. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

Gráfico 28. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



* Respuesta única.

Preguntas coyunturales

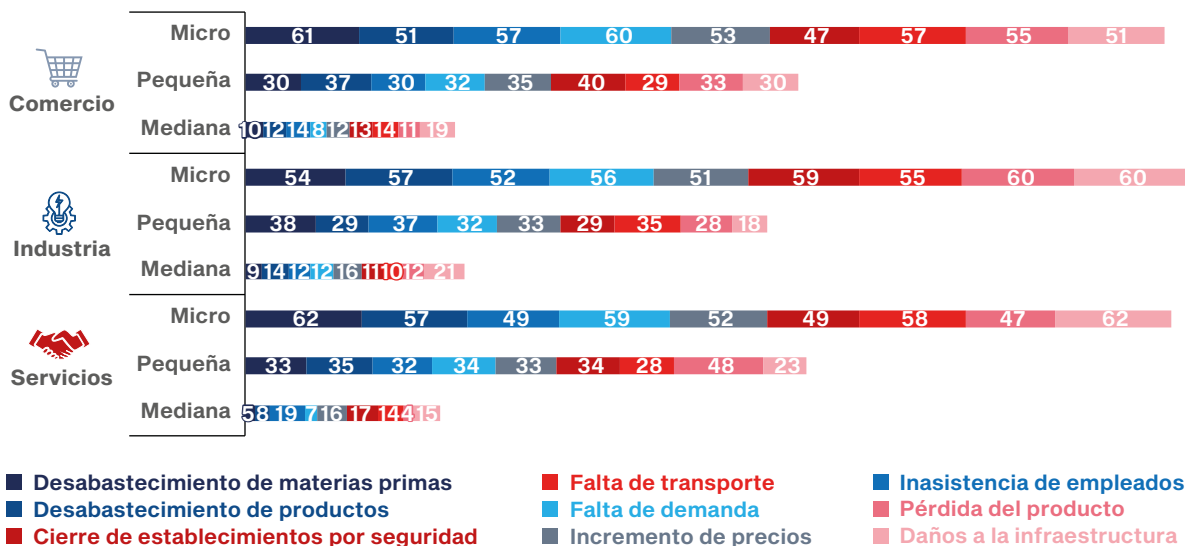
Primer semestre de 2021

Para Aburrá Sur, las principales afectaciones del paro nacional se presentaron en el desabastecimiento de materias primas y productos. Así mismo, los daños a la infraestructura impactaron principalmente a las microempresas, que fueron las que en mayor proporción reportaron

esta afectación (51% en comercio, 60% en industria y 62% en servicios), ver Gráfico 29.

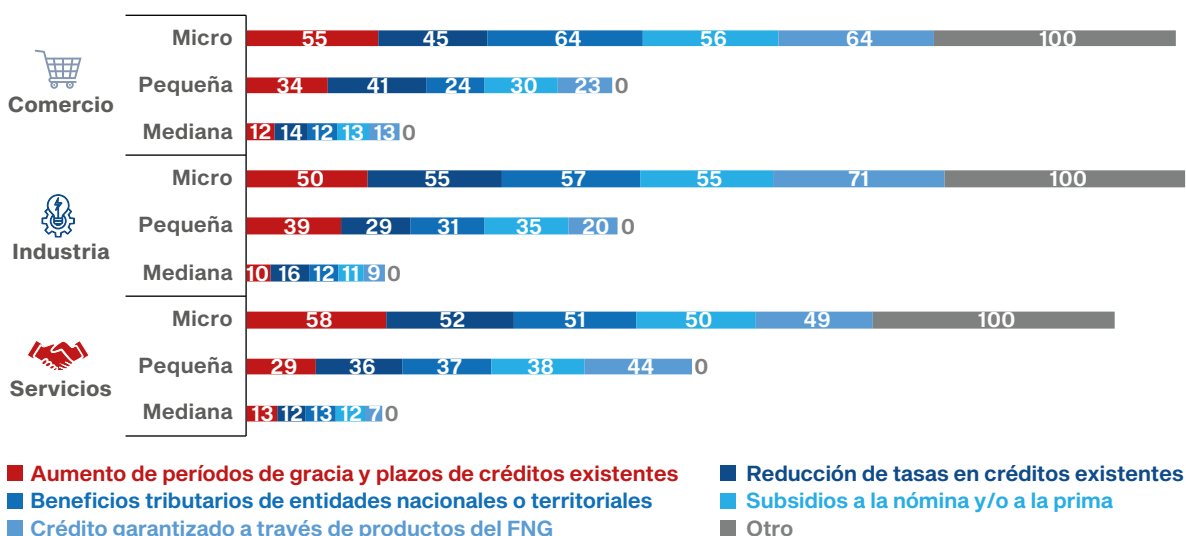
Por otra parte, las microempresas fueron las principales beneficiadas de la ampliación de plazos o periodos de gracia otorgados a sus créditos

Gráfico 29. ¿Su empresa cómo se vio afectada por el Paro Nacional?*
(%)



* Respuesta múltiple.

Gráfico 30. ¿A cuáles de las siguientes medidas ha accedido para reactivar sus operaciones?* Aburrá Sur (%)



tos (en promedio, 54% de las respuestas sobre este beneficio lo respondieron estas empresas). Así mismo, la reducción de tasas de interés y beneficios tributarios beneficiaron transversalmente a todos los sectores, ver Gráfico 30.

En cuanto a las dificultades de reactivación, el financiamiento fue la principal limitante; la

distribución en las respuestas por tamaño fue: 65% de microempresas, 27% de las pequeñas y 4% de las medianas, ver Gráfico 31.

Así mismo, cuando se les preguntó por la facturación posterior a la llegada del COVID-19, la industria muestra el rezago más grande, con un promedio de 16% de las empresas con ven-

Gráfico 31. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades experimentadas por su empresa en medio de la reactivación económica post-COVID 19?* (%)

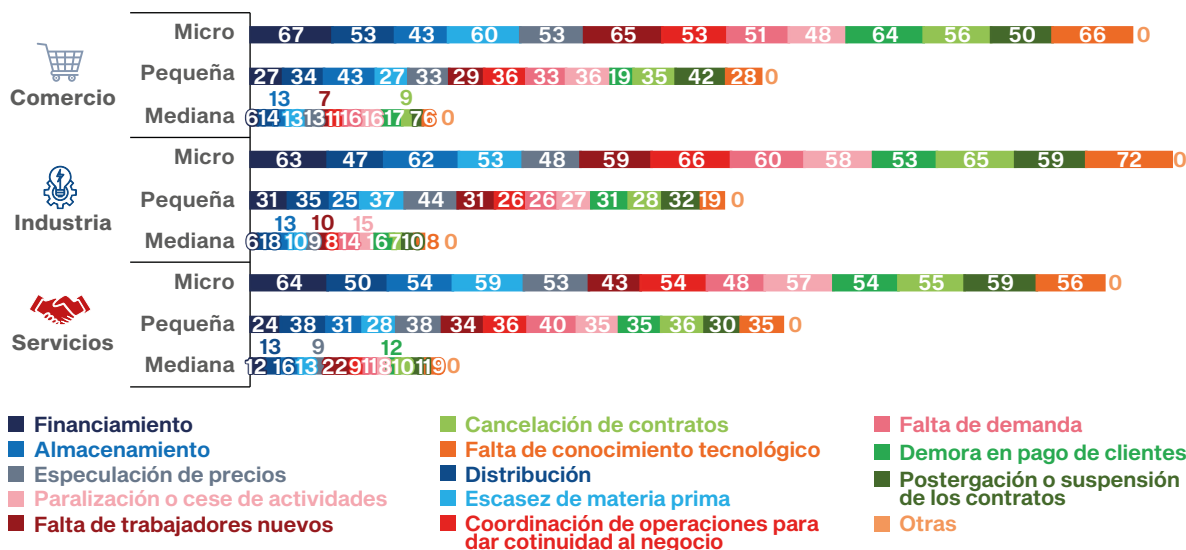
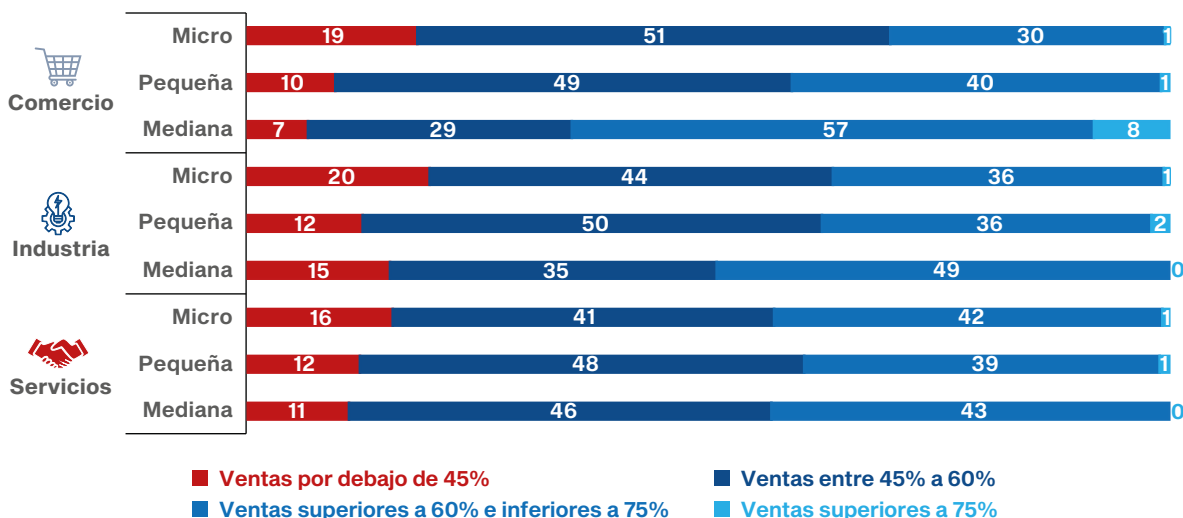


Gráfico 32. En materia de facturación en la “nueva normalidad”, la empresa ha alcanzado*: (%)



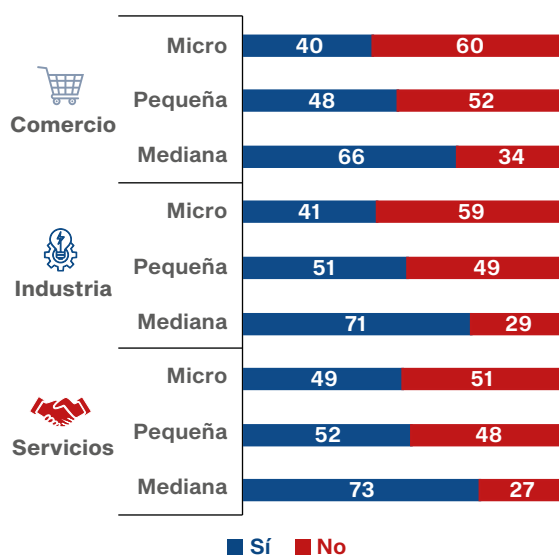
* Respuesta única.

tas por debajo del 40%. Por su parte, el comercio lidera la senda de recuperación, con un promedio del 42% de las empresas en las que sus ventas se encuentran entre el 60% y el 75%, ver Gráfico 32.

Cuando las Mipyme fueron preguntadas por el plan de vacunación de sus empleados, en promedio un 54.5% hacen seguimiento a este plan. En contraste, las microempresas son las que menor tasa de conocimiento tienen sobre la inmunización de su planta de empleados (43%), ver Gráfico 33.

En cuanto al esquema de vacunación completo, poco más de la mitad de las Mipyme (50.6%) cuenta con entre el 90% y 100% de sus empleados totalmente vacunados. En contraste, las medianas empresas son las que menor tasa de inmunización total tiene sobre su fuerza laboral, con un 36%, ver Gráfico 34.

Gráfico 33. ¿Tiene ustedes conocimiento o hacen seguimiento al proceso de vacunación de sus empleados?* (%)



* Respuesta única.

Servicios Web

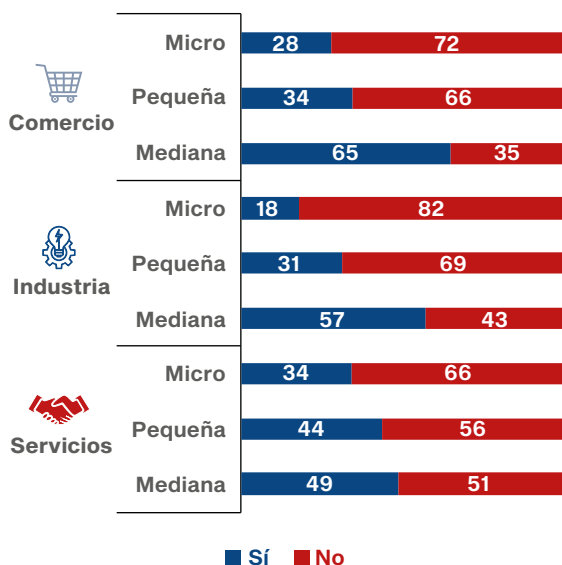
Primer semestre de 2021

Partimos por analizar el uso de página web por parte de las empresas. Los resultados para Aburrá Sur son similares a los de la muestra nacional. En promedio, entre más grande es la empresa es más probable que cuente con una página web (medianas 57%, pequeña 36%, micro 27%). Por sector, las empresas de servicios y las comerciales son las que cuentan con un mayor porcentaje de firmas con página (en promedio el

42% para ambos sectores), seguido de la industria (35%), Gráfico 35.

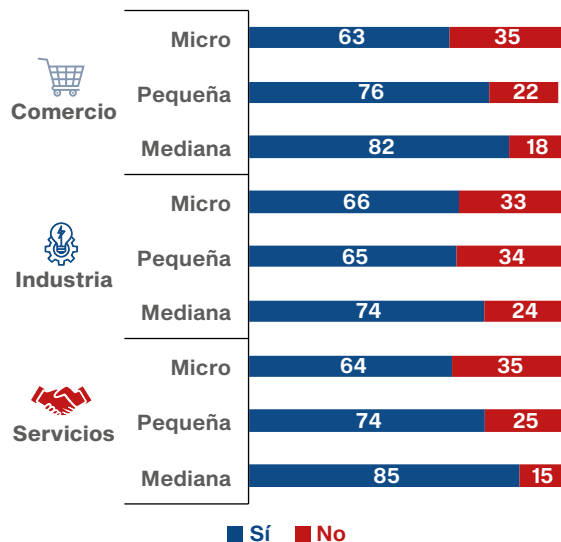
Ahora, la EMP nos permite profundizar en el uso de un tipo de servicios digitales, los servicios en la nube: almacenamiento de datos, procesador de textos, cómputo e inteligencia artificial (todo online). Se les preguntó a las Mipymes si tienen acceso a servicios de computación en

Gráfico 35. ¿La empresa cuenta con una página web?* Aburrá Sur (%)



* Respuesta única.

Gráfico 36. ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - computación en la Nube?* (%)



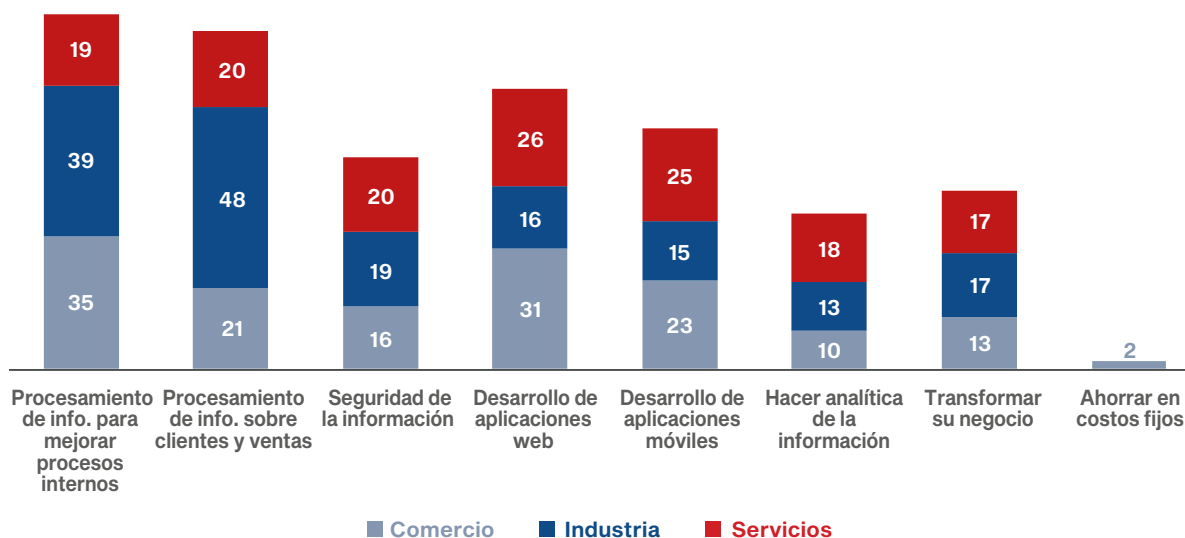
* Respuesta única.
Nota: Los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

la Nube. En este caso, al igual que para la muestra nacional y la de la capital, los resultados muestran un uso más extendido en las empresas medianas, incluso por encima de la media nacional (80% vs. 75% nacional), y en las de servicios (74% vs. 69% nacional), ver Gráfico 36.

Por último, al preguntarle a las Mipymes que no cuentan con acceso a los servicios en la Nube

para qué los usarían en caso de tenerlos, se encontró que, diferente a la muestra nacional, los usos que más les darían serían para el procesamiento de información para mejoras en procesos internos, para clientes y ventas y desarrollo de aplicaciones web. Por sectores los porcentajes en los que le darían uso serían respectivamente: comercio 35%, 21% y 31%; industria 39%, 48% y 16%; y servicios 19%, 20% y 26%, ver Gráfico 37.

Gráfico 37. ¿Si contara con servicios web/servicios en la nube, para qué los usaría?*
(%)



* Respuesta múltiple.

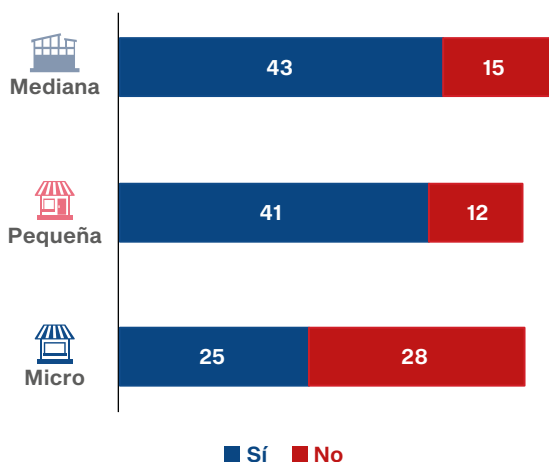
Capital social

Primer semestre de 2021

En términos de capital social de las empresas quisimos analizar dos cosas en particular. Por un lado, la percepción de los empresarios con respecto a la renovación del registro mercantil y, por el otro, con los servicios prestados por la Cámara de Comercio. Tal como lo muestra los gráficos 38 y 39, hubo una buena porción de empresarios que no dieron respuesta a estos cuestionamientos. En líneas generales, se podría decir que las empresas de mayor tamaño, medianas en particular, recono-

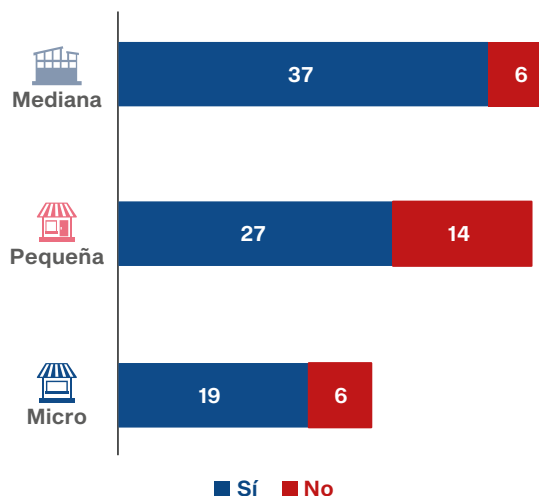
cen más los beneficios de la renovación y se sienten más conformes con los servicios que presta la Cámara de Comercio a la que están afiliados. Lo que las cifras muestran, es que es muy importante hacer explícito y comunicar tanto beneficios de la renovación (formalización), así como los numerosos e importantes servicios de acompañamiento que brindan las cámaras a los empresarios del país, sobre todo en una región de tanto crecimiento económico y buenas perspectivas.

Gráfico 38. ¿Conoce usted los beneficios asociados a la renovación del Registro Mercantil que ofrecen las Cámaras de Comercio?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta los campos sin responder.

Gráfico 39. ¿Se siente conforme con los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio a la que está afiliado(a)?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta los campos sin responder.

Ficha técnica

Técnica

Entrevista telefónica o presencial al propietario-representante legal (o a quien este delegue) de la unidad empresarial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

Grupo objetivo

Unidades empresariales con Ventas anuales (o Ingresos por Actividades Ordinarias) en 2020 dentro de los siguientes rangos (\$ millones):

Industria		Comercio		Servicios	
<	≤	<	≤	<	≤
839	61.834	1.594	79.936	1.175	17.199

Cubrimiento

Aburrá Sur.

Tipo de muestreo

Estratificado por sector y tamaño de empresa, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

Tamaño de la muestra

825 empresas encuestadas.

Tamaño	Comercio	Industria	Servicios	Muestra total
 Micro	150	150	150	450
 Pequeña	91	91	91	273
 Mediana	34	34	34	102
Total	275	275	275	825

Margen de error

Menor al 5% a nivel de los macrosectores.

Frecuencia

Semestral.

Medición

Agosto - Diciembre de 2021.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.



CAPÍTULO

POPAYÁN

Contenido

Distribución de la muestra	123
Formalidad e informalidad	124
Características generales y de género	127
Situación actual	129
Financiamiento	132
Comercio exterior	135
Perspectivas	137
Preguntas coyunturales	139
Servicios Web	143
Capital social	145

Distribución de la muestra

%

Distribución de la muestra

%

Gráfico 1. Distribución total de la muestra (%)

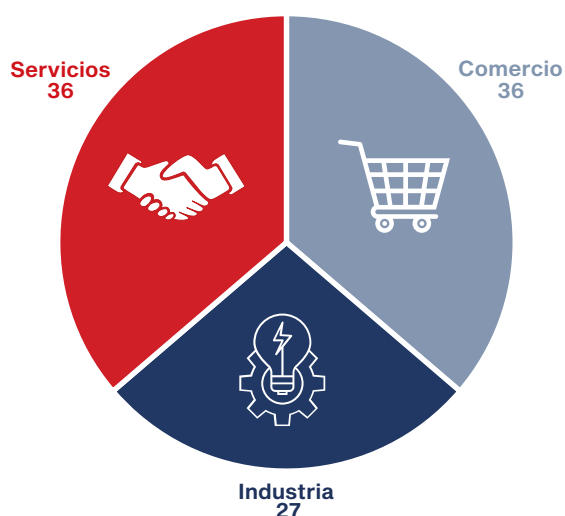
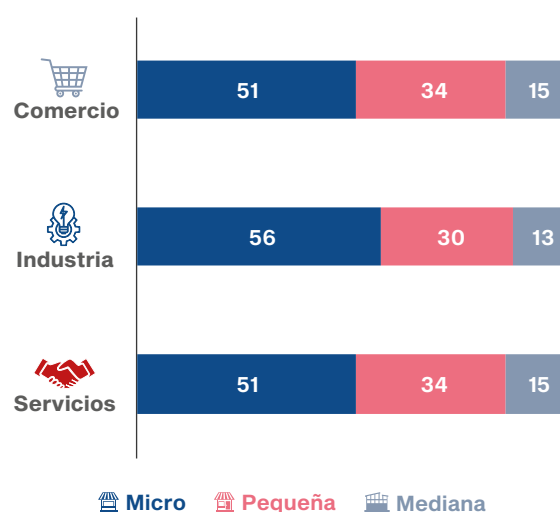


Gráfico 2. Distribución de la muestra por tamaño (%)

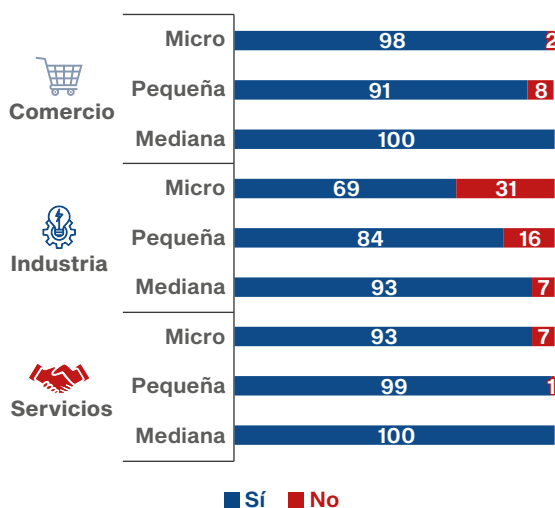


Formalidad e informalidad

Primer semestre de 2021

Para abordar el tema de formalidad en Popayán se realizaron una serie de preguntas que permitieran dar un contexto amplio sobre el estado de las empresas. Parte de los temas sobre los que se indagó fue sobre el Registro Mercantil (RM). Frente a la pregunta de si las MiPymes cuentan o no con RM se observan dinámicas distintas entre sectores. En los servicios (93.4%) y la industria (76.3%) el porcentaje de empresas que cuentan con RM incrementa en relación al tamaño, mientras que en el comercio (97.0%) la pequeña empresa es la que registra el menor porcentaje, sin ser bajo. Pese a la dinámica descrita, preocupa el bajo porcentaje que se observa en la industria, especialmente en la micro y pequeña empresa. Dado que resulta ser un comportamiento atípico si se compara con el nacional, ver Gráfico 3. Al preguntar por la renovación los resultados reflejan un comportamiento más positivo. La mayoría de las empresas que cuentan con registro lo renovaron antes de la fecha límite en Popayán

Gráfico 3. ¿Actualmente, su negocio cuenta con inscripción en Cámara de Comercio o Registro Mercantil (RM)?* (%)



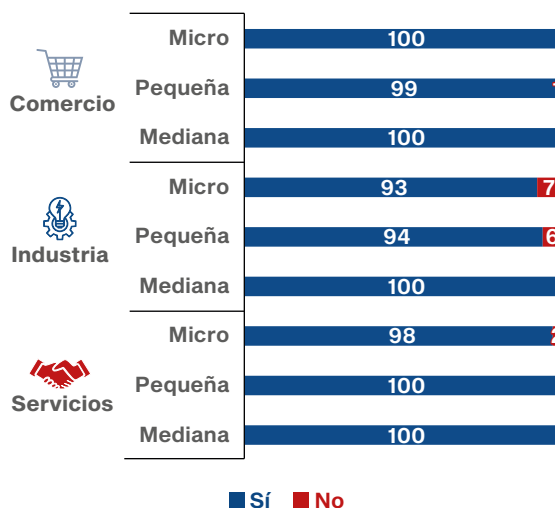
*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

(98.0%). Los únicos datos que se encuentran por debajo del 98% son los de las micro y pequeñas empresas de la industria, dinámica que se relaciona con el comportamiento observado en el gráfico anterior, ver Gráfico 4.

Similar a lo observado por el lado del RM, al indagar por el RUT y el NIT se observan resultados positivos para la muestra. Sin embargo, la industria vuelve a presentar un comportamiento menos favorable al registrado en los otros dos sectores. Especialmente por el lado del NIT las micro y pequeñas empresas registran un porcentaje bajo frente a los otros sectores y el total nacional, ver Gráficos 5 y 6.

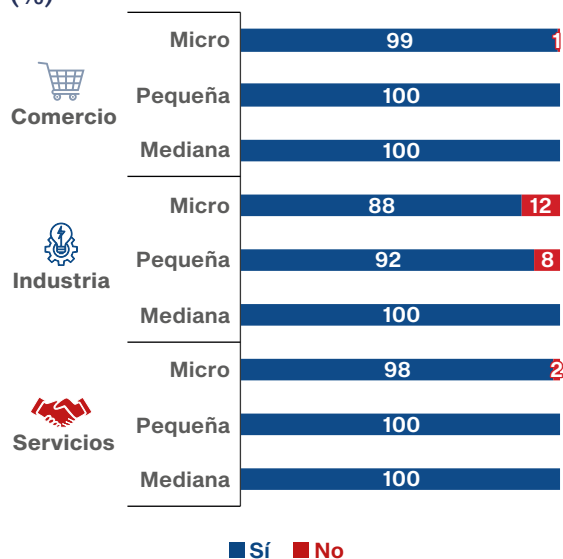
Ahora, al preguntar por los aportes a salud/pensión se observa un porcentaje bajo de empresas que cuentan con los certificados, en especial para las microempresas (54.6%) aunque las en las pequeñas (89.5%) también se observa

Gráfico 4. ¿Renovó el Registro Mercantil antes de la fecha límite (31 de marzo 2021)* (%)



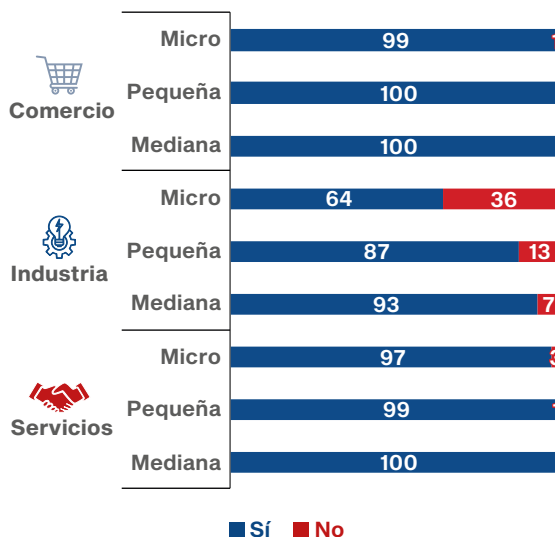
*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 5. ¿Actualmente, su negocio cuenta con Registro Único Tributario?*



*Respuesta única.

Gráfico 6. ¿Actualmente, su negocio cuenta Número de Identificación Tributaria (NIT)?* (%)

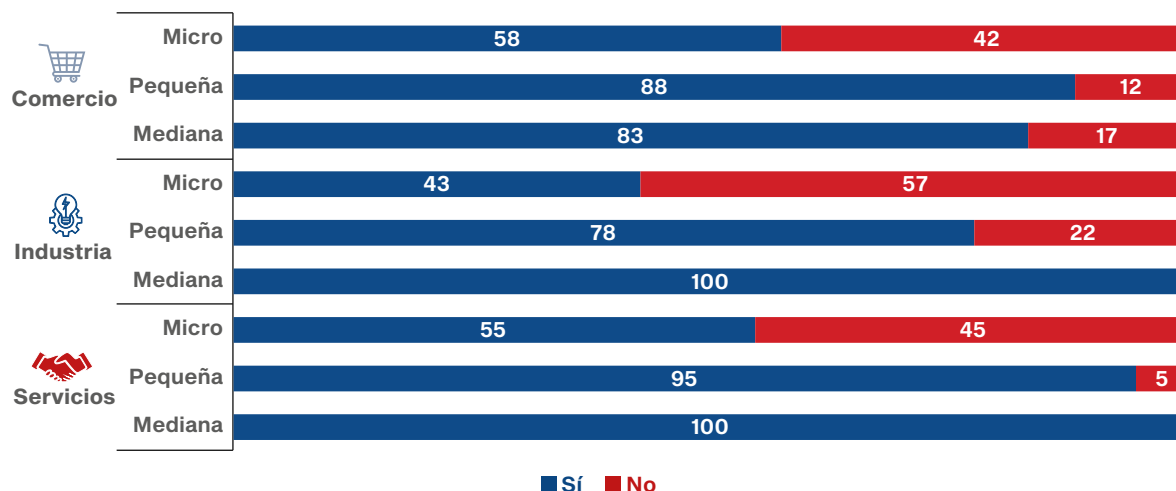


*Respuesta única.

una dinámica menos favorable frente a las preguntas presentadas con anterioridad. Por sectores, los servicios registran los menores por-

centajes sin importar el tamaño (58.5%), le sigue la industria (59.6%) y por el último el comercio (64.1%), ver Gráfico 7.

Gráfico 7. ¿Actualmente, su negocio cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?* (%)



*Respuesta única.

Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Características generales y de género

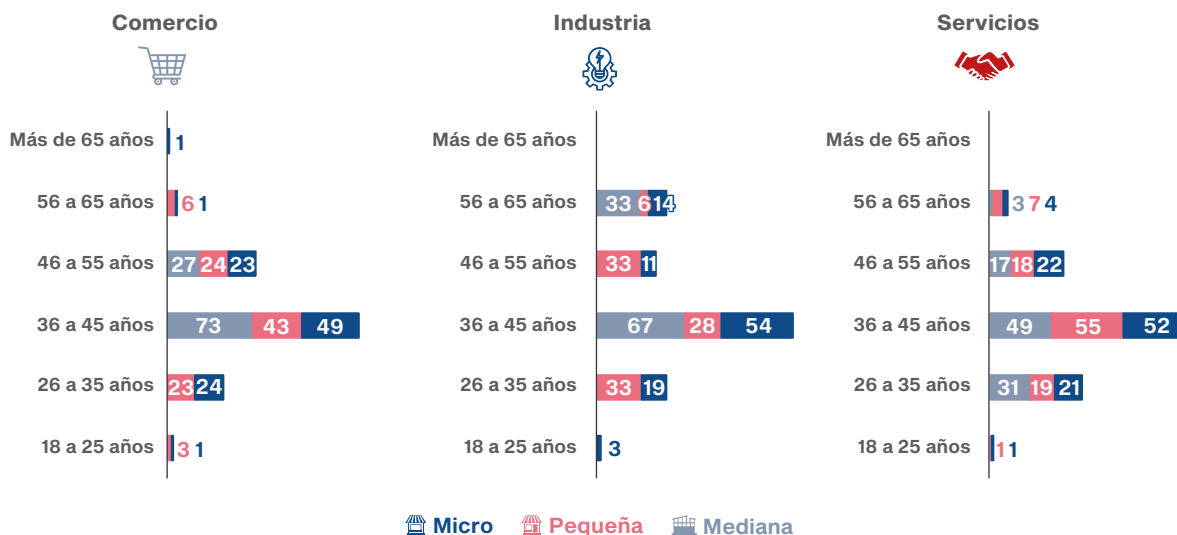
Primer semestre de 2021

Para el caso de Popayán la mayor parte de los empresarios se encuentran en el rango de edad entre los 36 y los 45 años. Al igual que para el caso del Valle de Aburrá, aunque en menor proporción, las empresas de servicios de los tres tamaños tienen una buena porción de personas muy jóvenes liderando, entre los 26 y 35 años (medianas 31%, pequeñas 19%, micro 21%). Vale la pena resaltar también la buena proporción de empresarios de industria que manifestaron en-

contrarse entre 56 y los 65 años (mediana 33%, pequeña 6%, micro 14%) (Gráfico 8).

Ahora bien, en lo que se refiere al género del representante legal de la empresa se puede decir que, en promedio, hay más hombres que mujeres ocupando el cargo: industria (52% hombres y 48% mujeres), comercio (62% hombres y 38% mujeres) y servicios (65% hombres y 35% mujeres). Sin embargo, vale la pena anotar que en las microem-

Gráfico 8. ¿Usted está entre el rango de los?* (%)



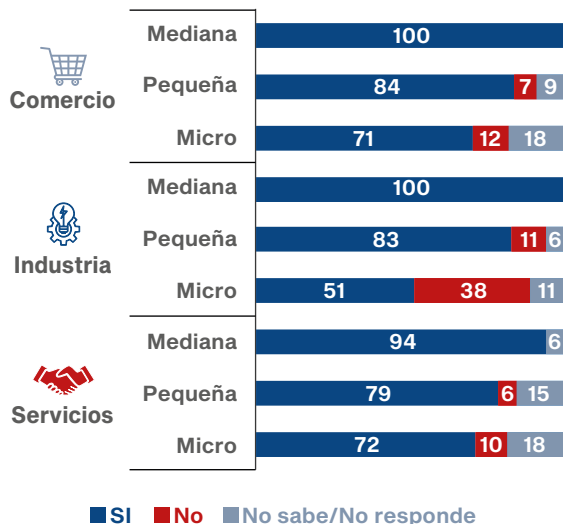
*Respuesta única.

presas de industria hay una mayor proporción de mujeres (44% hombres y 56% mujeres) y que en las pequeñas la distribución es casi igualitaria (51% hombres y 49% mujeres), ver Gráfico 9.

Ahora, al indagar si las Mipymes cuentan con objetivos o metas relacionadas con equidad de género, los resultados muestran un importante avance de las empresas medianas para los tres sectores, en promedio el 98% de los empresarios manifestaron sí tener objetivos en esta vía. Las microempresas son las más rezagadas en este sentido con una media de 65%. En comparación a la media nacional, las empresas de los tres sectores están por encima (industria 78% vs 76% nacional, comercio 85% vs. 71%, servicios 81% vs. 71%), ver Gráfico 10. Por otra parte, en lo que respecta a la implementación de protocolos para atender casos de acoso sexual, una vez más las empresas medianas, sobre todo las de comercio y servicios, tienen una buena proporción de respuestas afirmativas (industria 67%, comercio 91%, servicios 94%). También en esta ocasión el rezago se percibe más en las microempresas, en mayor medida en las de industria, con un promedio de

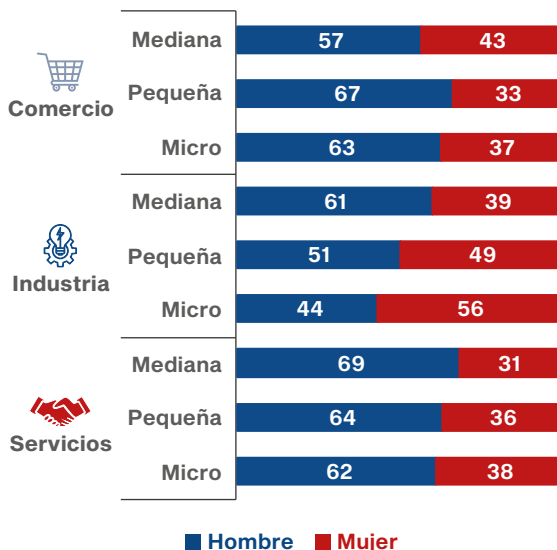
61% de respuestas afirmativas. Es muy importante no dejar de hacer esfuerzos por avanzar en este frente, ver Gráfico 11.

Gráfico 10. ¿Su empresa cuenta con objetivos o metas respecto a la equidad de género?* (%)



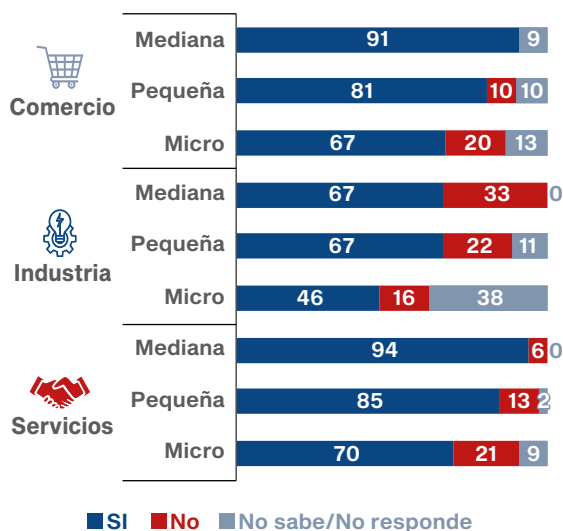
*Respuesta única.

Gráfico 9. Género del representante legal* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 11. ¿Su empresa cuenta con protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual?* (%)



*Respuesta única.

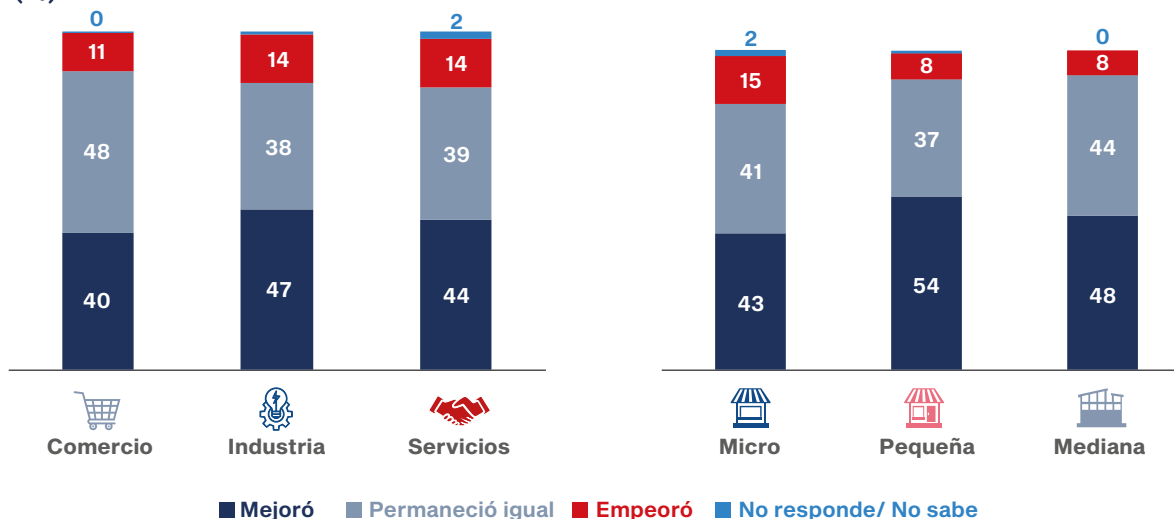
Situación actual

Primer semestre de 2021

En general, gran parte de las MiPymes expresa una mejoría en la situación actual en comparación con el segundo semestre de 2020. Por sector, la industria tiene mejor tasa de respuesta con un 47%, seguido de los servicios con

un 44% y el comercio con un 40%. Por tamaño de empresa, las que en mayor proporción se encuentran en una mejor situación, son las pequeñas con un 54%, seguidas de las medianas con 48% y micro con 43%, ver Gráfico 12.

Gráfico 12. En comparación con el segundo semestre de 2020 su situación actual*:

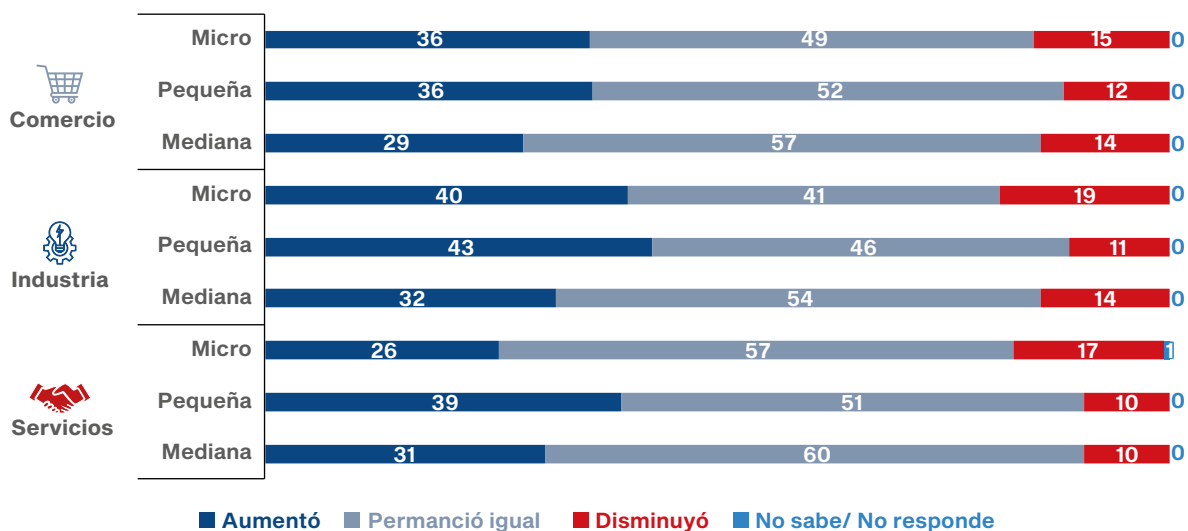


*Respuesta única.

En lo que respecta a las utilidades, la mayor parte de las empresas reporta encontrarse igual que el semestre anterior con un promedio de todos los tamaños y sectores del 52.5%. Por tamaño de empresa, las medianas empresas tienen la tasa más alta, con un promedio de 57% y por sector, los servicios son los que reflejan una mayor tasa con un promedio de 68%, ver Gráfico 13.

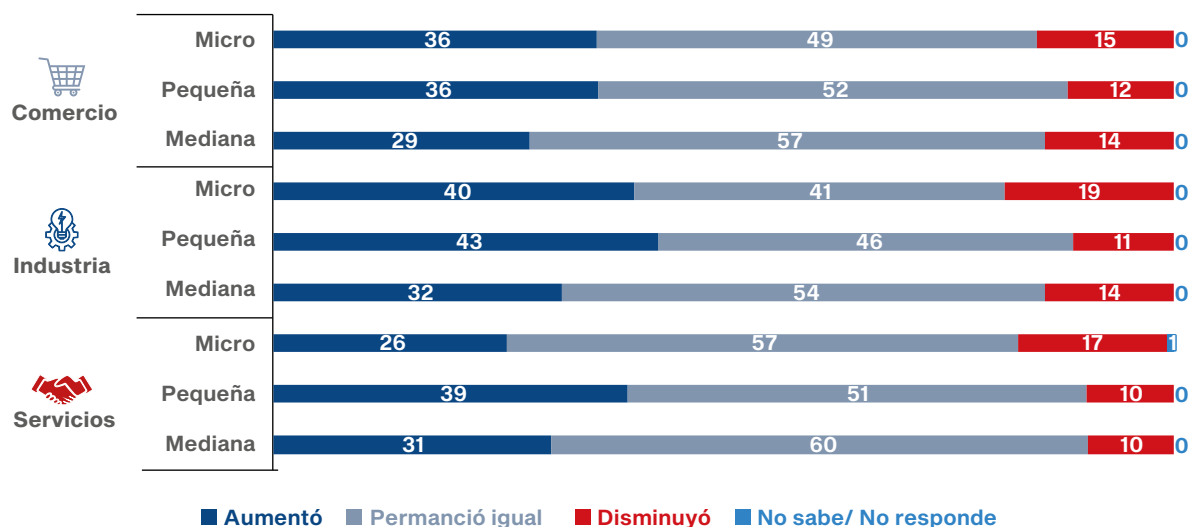
De igual forma, la mayor parte de las MiPymes reportan que los costos de sus operaciones permanecen estables respecto al semestre inmediatamente anterior. El sector que en promedio respondió en mayor medida permanecer igual, fue el de servicios, con un 56%. Por tamaño, las medianas empresas lideraron la tasa de respuestas, con un 57% en promedio, ver Gráfico 14.

Gráfico 13. Las utilidades de su empresa* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 14. Los costos de ventas/producción/operación de su empresa *

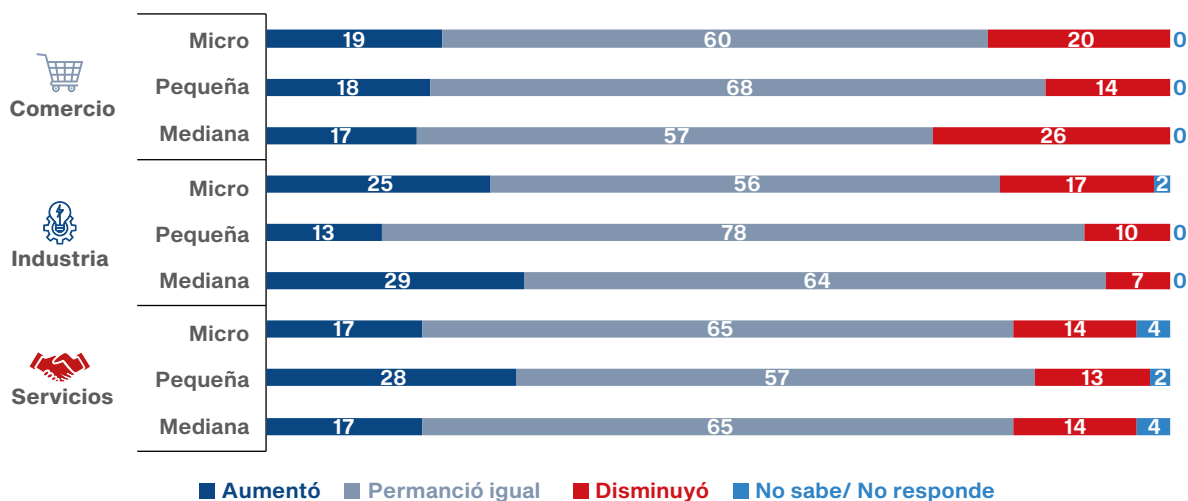


*Respuesta única.

Finalmente, cuando los empresarios fueron preguntados por el número de personal con el que cuenta su empresa, la mayor parte de ellos respondió que su planta de personal se mantiene igual que el semestre anterior (en promedio, el 63% de ellas). Por sector, la industria fue la

de más alta tasa de respuesta, con un 66%. En contraste, el sector del comercio fue el que respondió en mayor medida que su personal había disminuido, con un promedio de 20%. El tamaño que más alta tasa tuvo en este sector, fue la mediana empresa con 26%, ver Gráfico 15.

Gráfico 15. En el primer semestre de 2021 comparado con el segundo de 2020, el número de trabajadores de su empresa*



*Respuesta única.

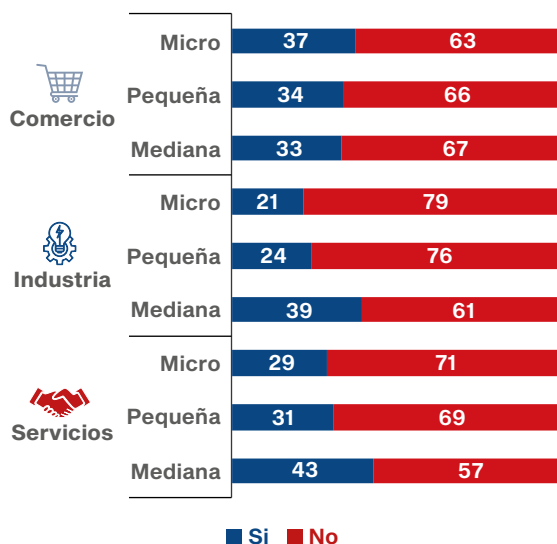
Financiamiento

Primer semestre de 2021

Las empresas de Popayán solicitaron créditos con una mayor frecuencia que el total nacional. Recordemos que a nivel nacional 27.3% de las empresas solicitaron créditos con el sistema financiero. Esa cifra asciende a 30.2% para las empresas de Popayán. Las empresas comerciales lo hicieron con mayor frecuencia que los otros dos sectores, recurriendo al sistema financiero en 36.6% de las ocasiones. La

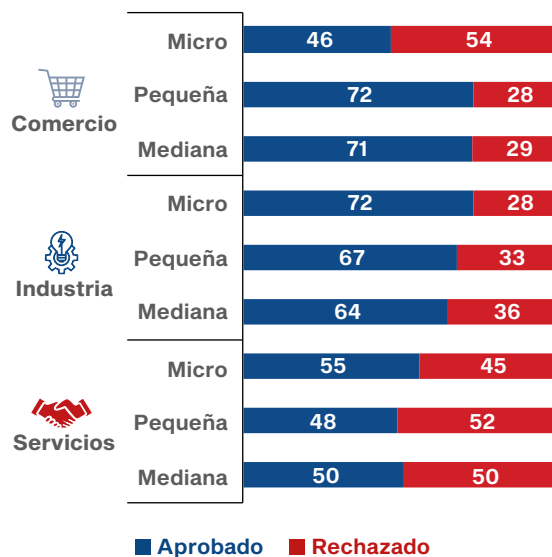
cifra para las empresas medianas también es superior al promedio (39.8%). En el 54.5% de las veces los créditos solicitados fueron aprobados, ver Gráfico 16. La tasa de aprobación es notoriamente mayor para las empresas pertenecientes al sector industria (68.9%). Las empresas pequeñas también exhiben una mayor tasa de aprobación que el resto (58.8%), ver Gráfico 17.

Gráfico 16. Durante el primer semestre de 2021 ¿solicitó crédito con el sector financiero?* (%)



*Respuesta única.

Gráfico 17. ¿El crédito le fue aprobado o rechazado?* (%)



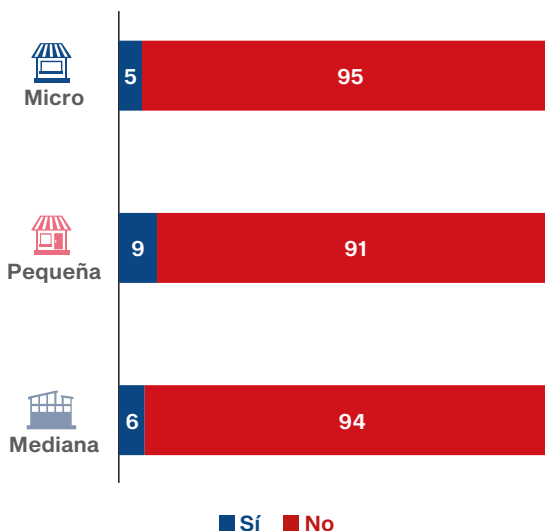
*Respuesta única.

En la gran mayoría de los casos no se exigió garantía por el crédito solicitado. A las pequeñas empresas se les solicitó una garantía con mayor frecuencia que al resto de las firmas. En el 100% de los casos esa garantía equivalía a un valor entre el 1% y 20% del crédito, ver Gráfico 18.

Por otro lado, más de la mitad de las empresas que no solicitaron crédito reportaron no haberlo hecho porque no lo necesitaban (50.4%). Al igual que en las otras profundizaciones, el exceso de trámites (21.7%) y lo que los empresarios consideran altos costos financieros (13.8%) fueron los otros dos desincentivos para quienes buscaban acceder a financiamiento formal, ver Gráfico 19.

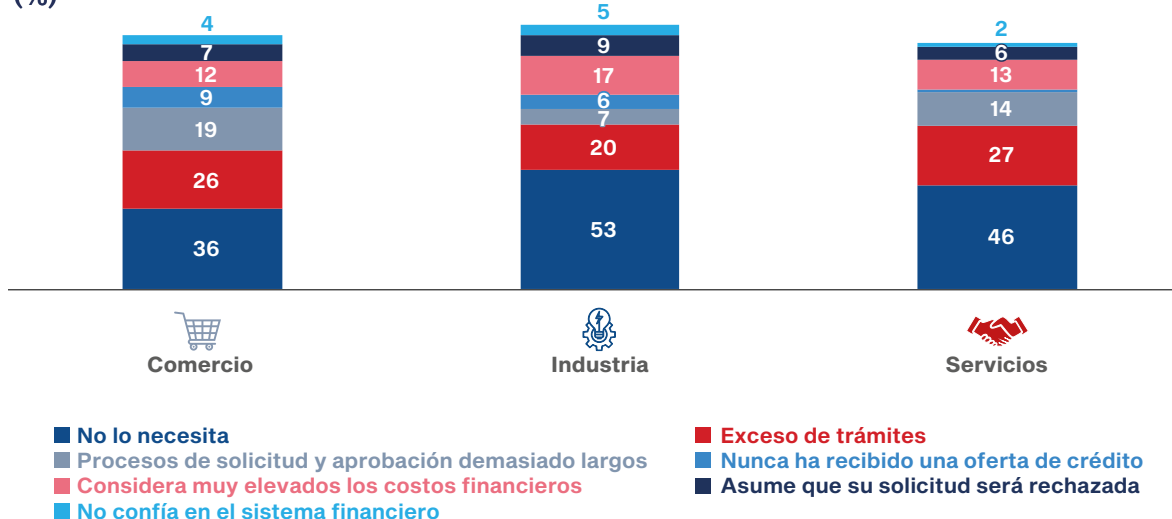
En respuesta a las distintas barreras a los recursos del sistema financiero, quienes buscaban financiamiento adicional recurrieron a distintas fuentes para satisfacer sus requerimientos.

Gráfico 18. ¿Le exigieron garantía por el crédito solicitado?* (%)



*Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 19. No solicitó crédito en el Sistema Financiero porque* (%)

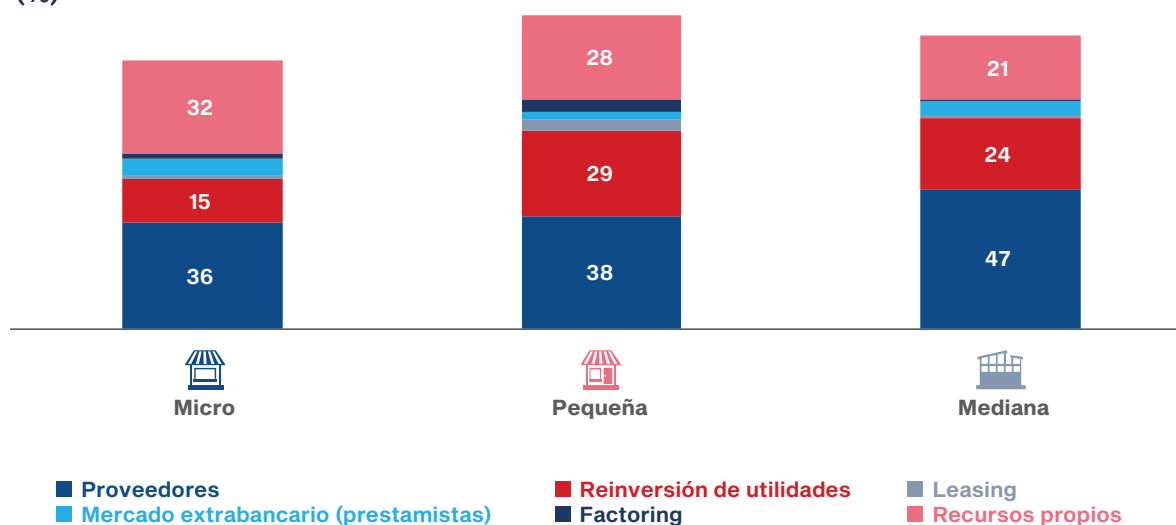


*Respuesta múltiple.

tos. Como se dio a nivel nacional, los resultados muestran que priman los recursos propios (32.3%), los proveedores (30%) y la reinversión de utilidades (18.2%) como fuentes alternativas

de financiamiento. Un tercio de las firmas manifestó no haber accedido a otras fuentes de financiamiento para satisfacer sus requerimientos, ver Gráfico 20.

Gráfico 20. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?*
(%)



*Respuesta múltiple.

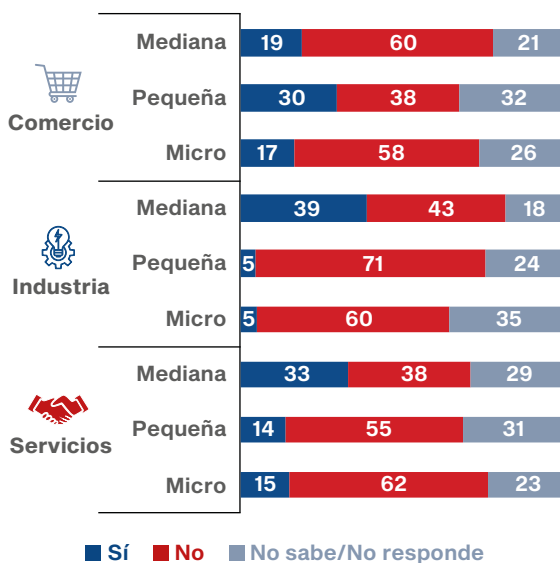
Comercio exterior

Primer semestre de 2021

Por el lado del comercio exterior, al preguntarle a las MiPyme si exportan, un porcentaje superior al nacional indicó hacerlos (15.8%). Por sector, el comercio lidera con un porcentaje de 18.8%, le sigue los servicios (15.6%) y por último la industria (9.3%). Pese a que los resultados son mejores que el nacional, la vocación exportadora que reflejan los datos sigue siendo baja

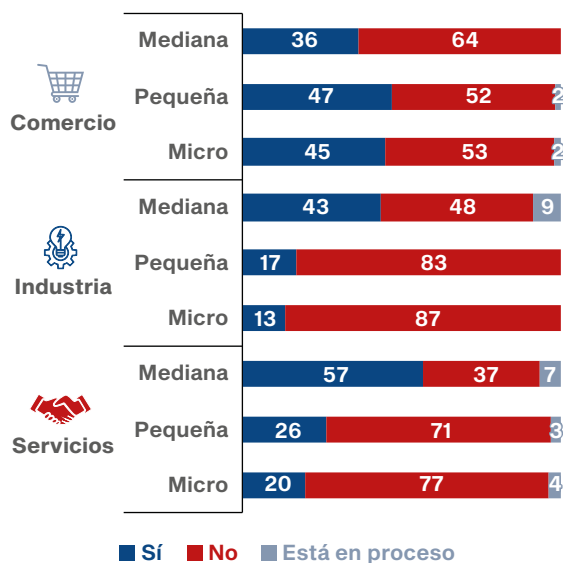
en las MiPymes de Popayán, ver Gráfico 21. Por el lado de las importaciones, las MiPymes que lo hacen en Popayán supera, nuevamente, el porcentaje a nivel nacional (24.7%). Ahí el comercio lleva la delantera con un 44.4% de MiPymes. Por tamaño las medianas registran el mayor porcentaje con un 48.8% de empresas que lo hace, ver Gráfico 22.

Gráfico 21. En el primer semestre de 2021 ustedes exportaron* (%)



* Respuesta única.

Gráfico 22. ¿Su negocio importó en el primer semestre de 2021?* (%)

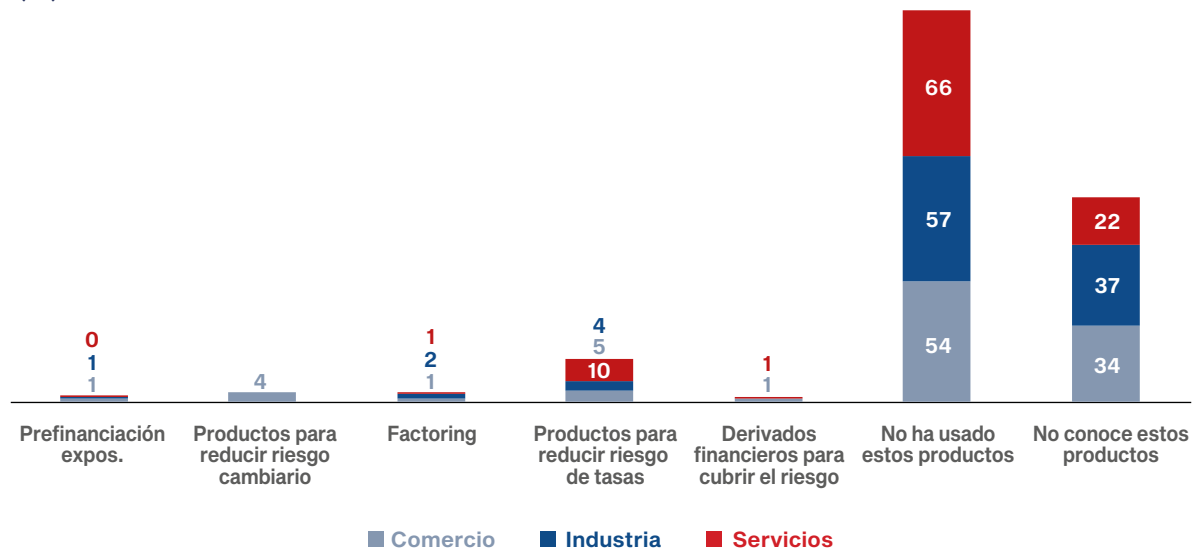


* Respuesta única.

Pese a que el porcentaje de empresas que exporta en Popayán supera los resultados nacionales, así como los de Bogotá y Aburrá Sur, son muy pocas las que usan o conocen los productos financieros destinados a apoyar la actividad exportadora. El producto que más indican usar son los

productos para reducir el riesgo tasas, sin embargo, lo hacen en porcentajes muy pequeñas. Vale la pena socializar los beneficios de estos productos financieros dentro de las MiPymes de tal forma que contribuyan a la inmersión de más empresas en los mercados internacionales, ver Gráfico 23.

Gráfico 23. ¿Si exporta, ha usado alguno de estos productos financieros?*



* Respuesta múltiple.

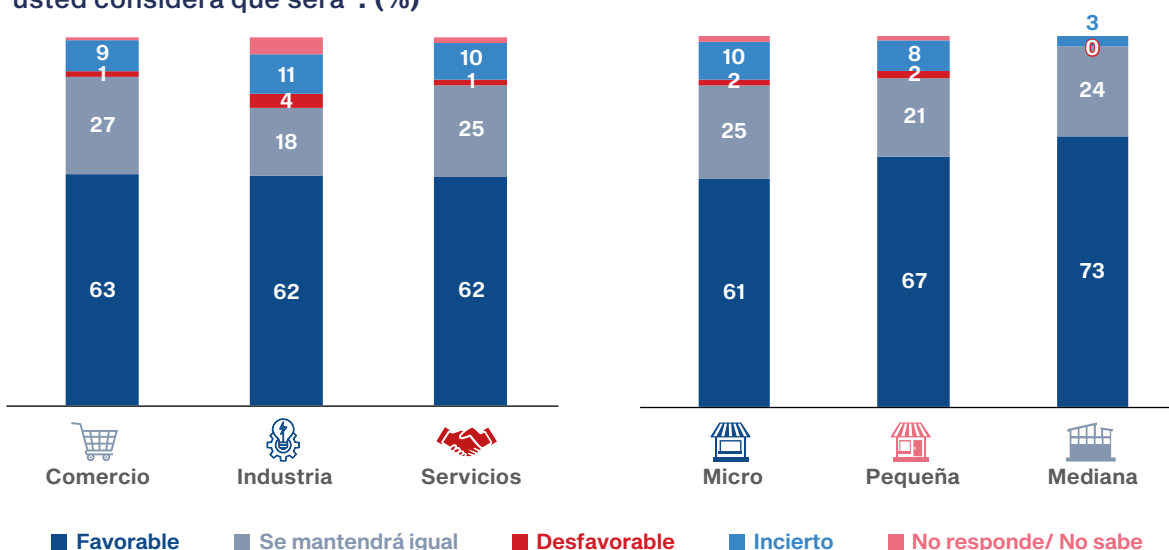
Perspectivas

Primer semestre de 2021

En cuanto a la percepción de las firmas sobre su desempeño encontramos que la mayoría de las MiPymes considera que será favorable durante el segundo semestre de 2021. De hecho, las perspectivas en Popayán son 5.9pp más favorables que las reportadas a nivel nacio-

nal. 62.4% de las firmas considera que su desempeño será favorable y apenas 1.5% cree que será desfavorable. El nivel de optimismo es relativamente homogéneo entre grupos, con la excepción de las empresas medianas (72.9%), ver Gráfico 24.

Gráfico 24. Sobre el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2021 usted considera que será*: (%)



* Respuesta única.

El sector de comercio es el más optimista en Popayán. La percepción frente a los distintos rubros es similar. Ocurre lo mismo que a nivel nacional en cuanto a las perspectivas sobre inversión, siendo el rubro por el cual menos firmas apuestan por un incremento (53.7%). 62.2%

de las firmas cree que el volumen de ventas aumentará. Como ya mencionamos, las empresas medianas son las más optimistas. En todos los rubros se observa una diferencia significativa en su percepción frente a las empresas de menor tamaño, ver Gráfico 25 y 26.

Gráfico 25. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:

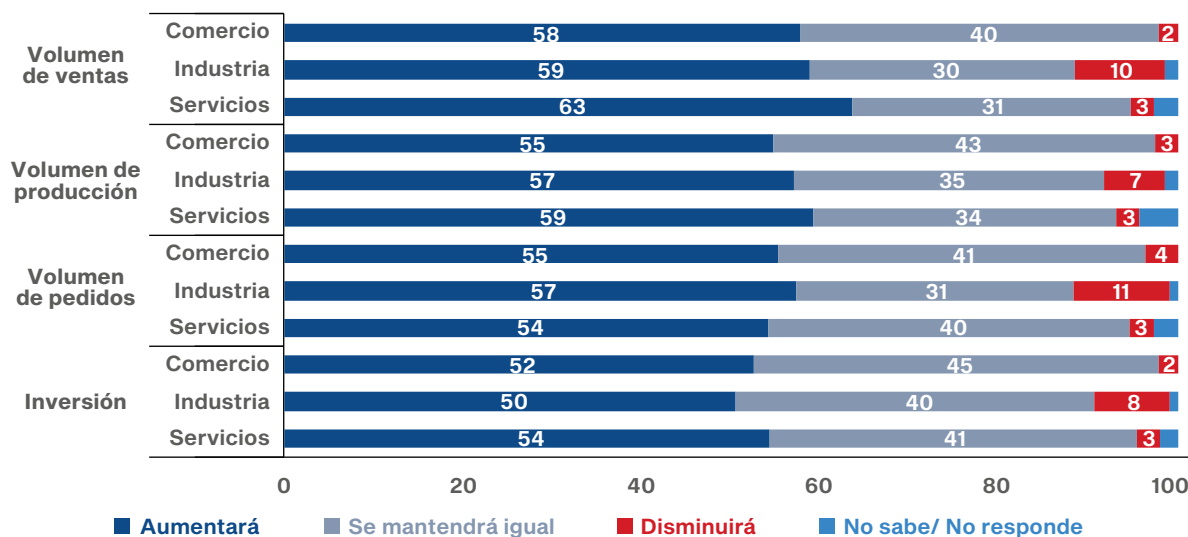
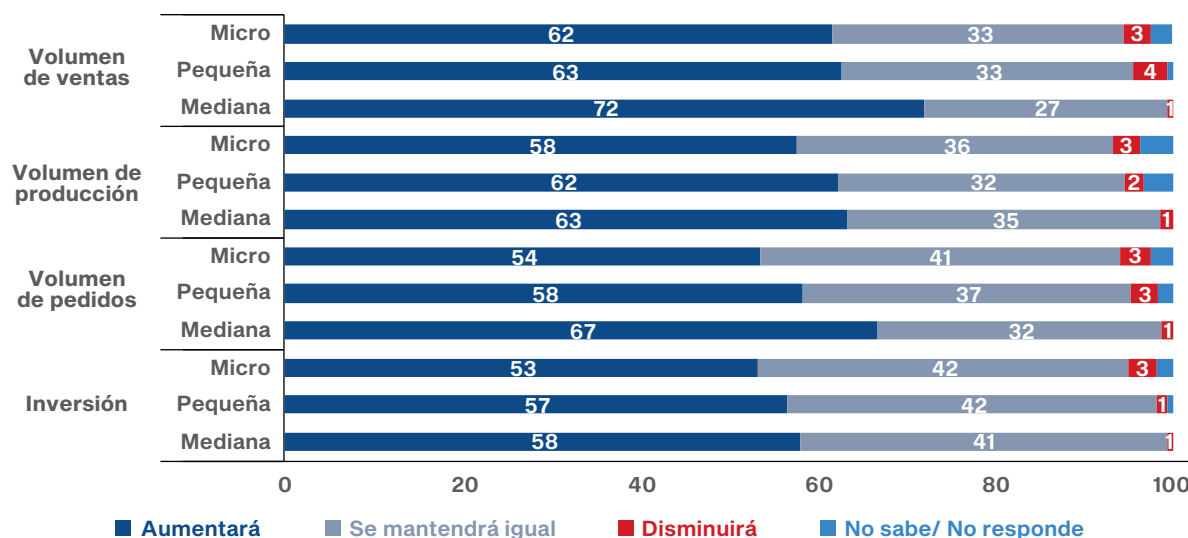


Gráfico 26. Usted estima que en el segundo semestre de 2021 su*:



Preguntas coyunturales

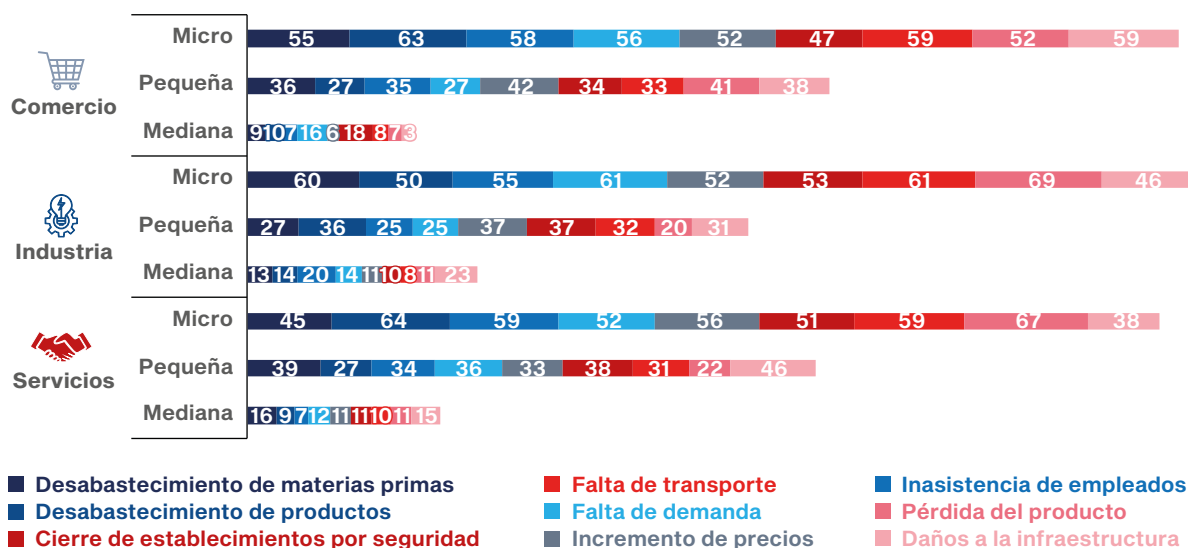
Primer semestre de 2021

En el caso de Popayán, las principales afectaciones del paro nacional se presentaron en el desabastecimiento de materias primas y productos. De igual forma, la falta de transporte y los daños a la infraestructura impactaron principalmente a las microempresas, que fueron las que en mayor proporción

reportaron esta afectación (59% en comercio para ambos casos, 61% y 46% en industria respectivamente y 59% y 38% en servicios), ver Gráfico 27.

Las medidas a las que más acudieron las empresas para reactivar sus operaciones fue-

Gráfico 27. ¿Su empresa cómo se vio afectada por el Paro Nacional?*
(%)



* Respuesta múltiple.

ron el aumento de periodos de gracia y plazos de créditos existentes. Tal como se observó a nivel nacional, las microempresas fueron las principales beneficiadas de estas medidas, con más del 50% de respuestas frente a las pequeñas y medianas, ver Gráfico 28.

Entre las mayores dificultades para las empresas en la reactivación económica, se encuentran el financiamiento, almacenamiento y distribución. Las microempresas fueron las que mayor cantidad de afectaciones reportaron en todos los sectores, particularmente en la industria, ver Gráfico 29.

Gráfico 28. ¿A cuáles de las siguientes medidas ha accedido para reactivar sus operaciones?*

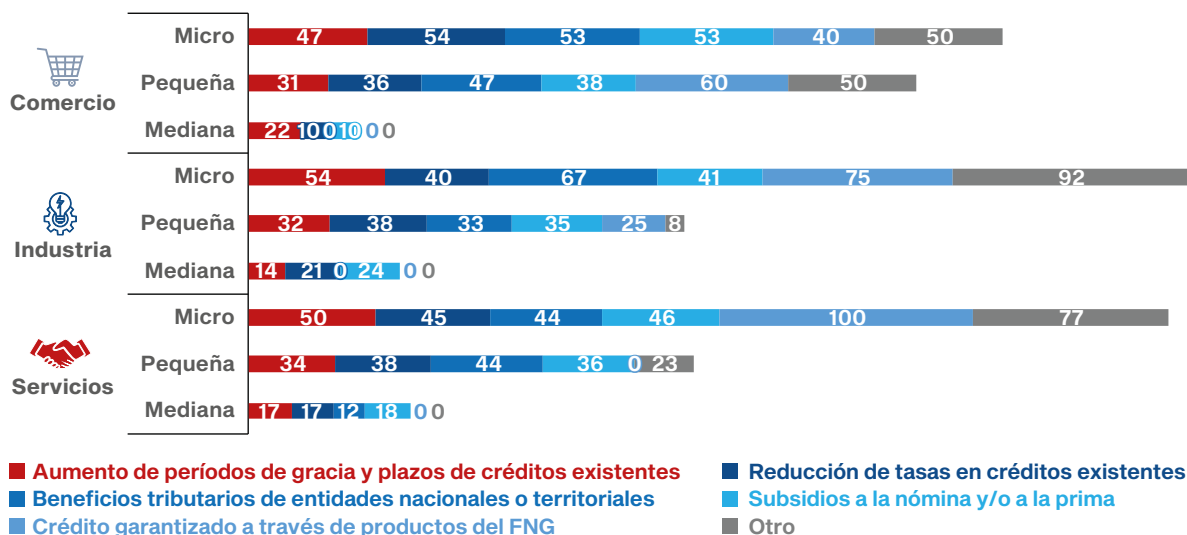


Gráfico 29. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades experimentadas por su empresa en medio de la reactivación económica post-COVID 19?* (%)

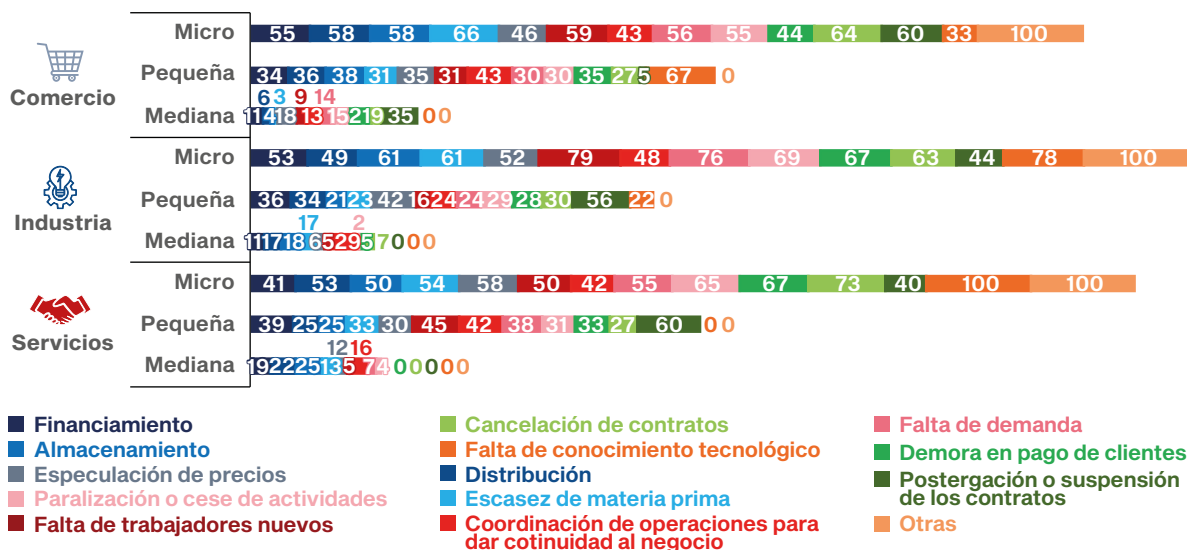
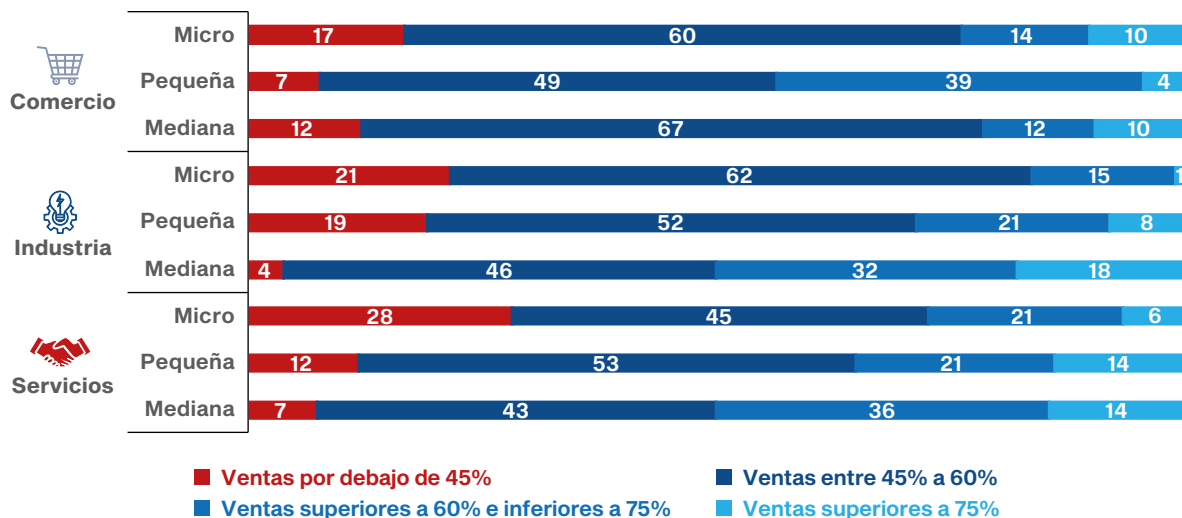


Gráfico 30. En materia de facturación en la “nueva normalidad”, la empresa ha alcanzado*: (%)

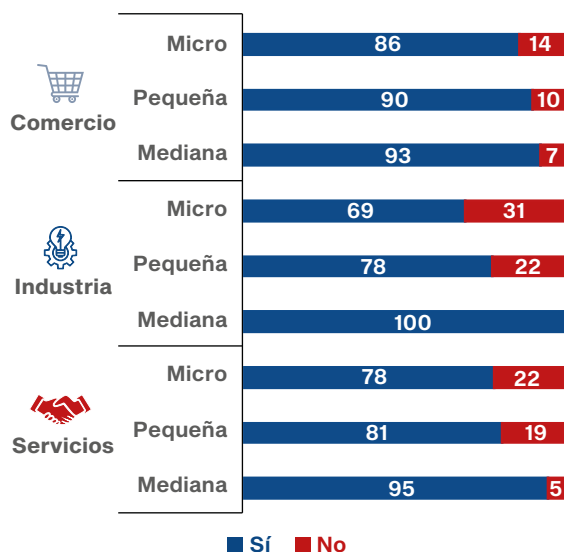


* Respuesta única.

En cuanto a la facturación en el periodo post pandemia, las microempresas muestran en promedio una mayor afectación. En total, aproximadamente el 22% de las microempresas reportan tener ventas por debajo del 45%. En contraste, las de menor afectación en este campo son las medianas empresas, con un promedio de 7.5%. Por otro lado, las empresas de mejor recuperación son las empresas del sector servicios, en donde un promedio del 10% reporta tener ventas superiores al 75%, ver Gráfico 30.

En Popayán, se encuentra la tasa más alta de seguimiento al proceso de vacunación del país. En ese sentido, en promedio el 85% de todas las Mipyme, independientemente del sector, reporta tener conocimiento del proceso de vacunación de su fuerza de trabajo. Las medianas empresas tienen la tasa más alta, alcanzando un 96%, ver Gráfico 31.

Gráfico 31. ¿Tiene ustedes conocimiento o hacen seguimiento al proceso de vacunación de sus empleados?* (%)

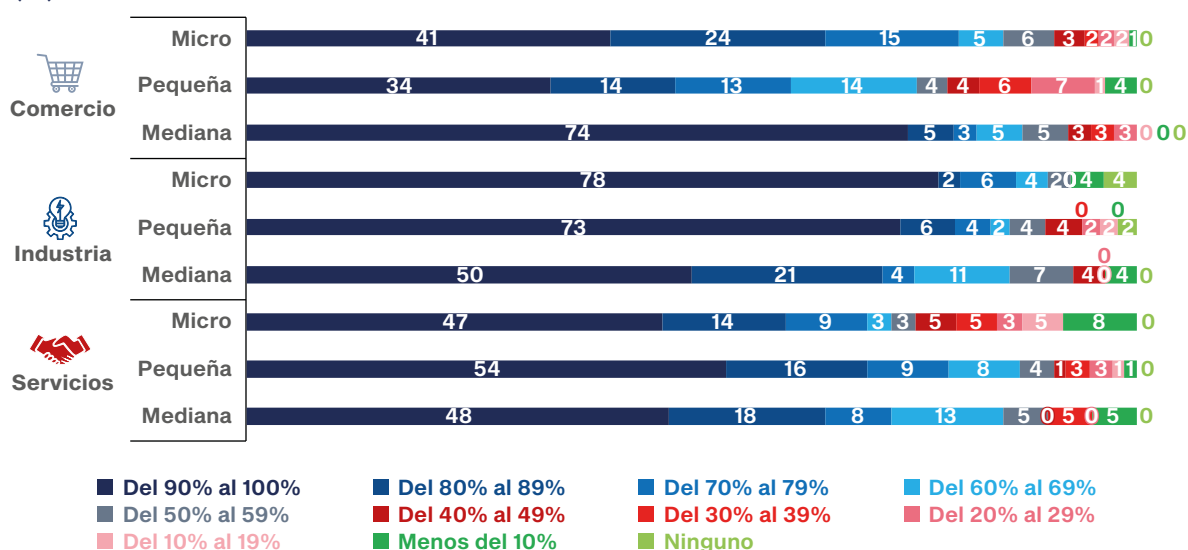


* Respuesta única.

Por porcentaje de vacunación con esquema completo, el sector industrial es que le mejor desempeño presenta, con un 67% de sus empleados completamente inmunizados. En con-

traste, el sector comercio es el de menor cobertura en inmunización completa de sus empleados presenta, con un promedio aproximado de 50%, ver Gráfico 32.

Gráfico 32. ¿Qué porcentaje de empleados tiene completo el esquema de vacunación?*
(%)



* Respuesta única.

Servicios Web

Primer semestre de 2021

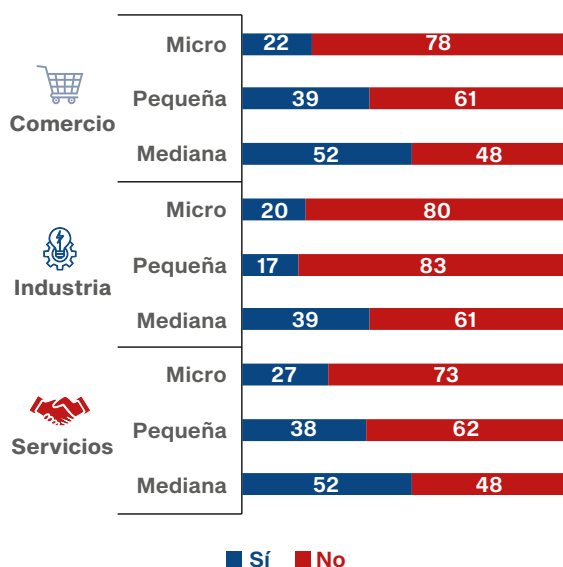
Partimos por analizar si las firmas en Popayán tienen página web. Los resultados son similares a los de la muestra nacional. En promedio, entre más grande es la empresa es más probable que cuente con una página web (medianas 47%, pequeña 39%, micro 23%). Por sector, las empresas de servicios son las que cuentan con un mayor porcentaje de firmas con página (en promedio el 39%), seguido de las de comercio (38%) e industria (25%), ver Gráfico 33.

Ahora, la EMP nos permite profundizar en el uso de un tipo de servicios digitales, los servicios en la nube: almacenamiento de datos, procesador de textos, cómputo e inteligencia artificial (todo online). Se les preguntó a las Mipymes si tienen acceso a servicios de computación en la Nube. En este caso, contrario a la muestra nacional, los resultados exhiben un uso ligeramen-

te más extendido en las empresas pequeñas (en promedio, medianas 61%, pequeñas 62%, micro 51%). Por sector, las empresas de servicio tienen la media más alta (62%) seguidas de las de comercio (59%) e industria (52%), ver Gráfico 34.

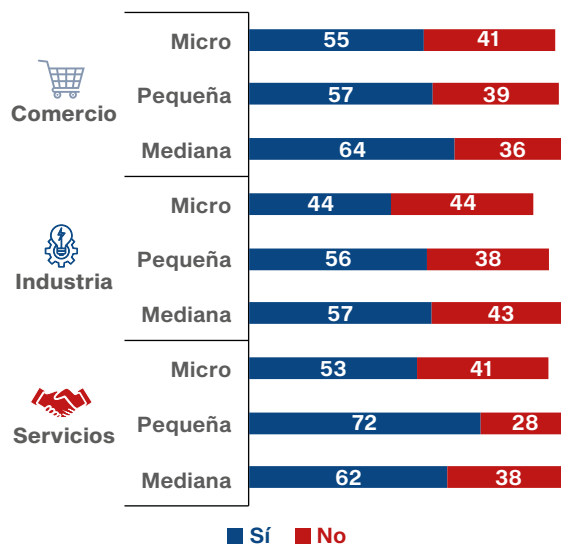
Por último, al preguntarle a las Mipymes que no cuentan con acceso a los servicios en la Nube para qué los usarían en caso de tenerlos, se encontró que, al igual que para la muestra nacional, los usos que más les darían serían para el procesamiento de información sobre clientes y ventas y para mejoras en procesos internos, así como para temas de seguridad de la información. Por sectores los porcentajes en los que le darían uso serían respectivamente: comercio 46%, 30% y 24%; industria 37%, 49% y 9%; y servicios 43%, 29% y 20%, ver Gráfico 35.

Gráfico 33. ¿La empresa cuenta con una página web?* (%)



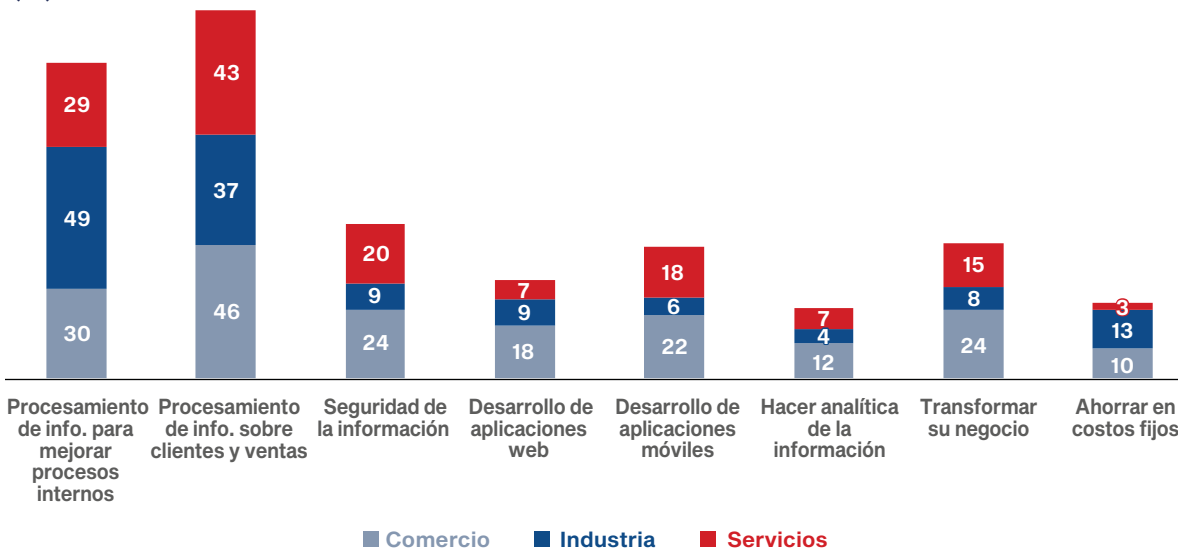
* Respuesta única.

Gráfico 34. ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - computación en la Nube?* (%)



* Respuesta única.
Nota: Los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta las opciones de respuesta "No sabe" o dejó "sin responder".

Gráfico 35. ¿Si contara con servicios web/servicios en la nube, para qué los usaría?* (%)



* Respuesta múltiple.

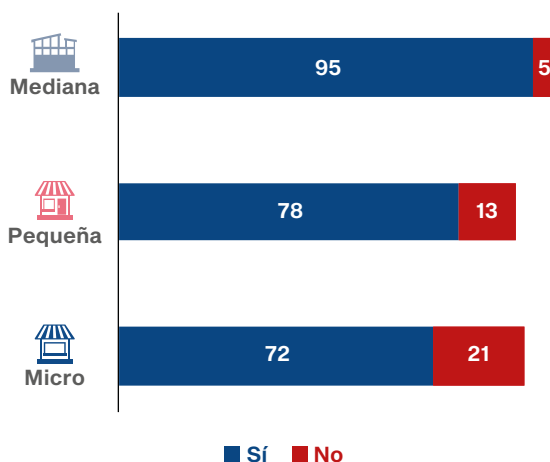
Capital social

Primer semestre de 2021

En términos de capital social, en línea con nuestra intención de identificar vacíos y oportunidades para fomentar la formalización de empresas, quisimos analizar dos cosas en particular. Por un lado, la percepción de los empresarios con respecto a la renovación del registro mercantil y, por el otro, con los servicios prestados por la Cámara de Comercio.

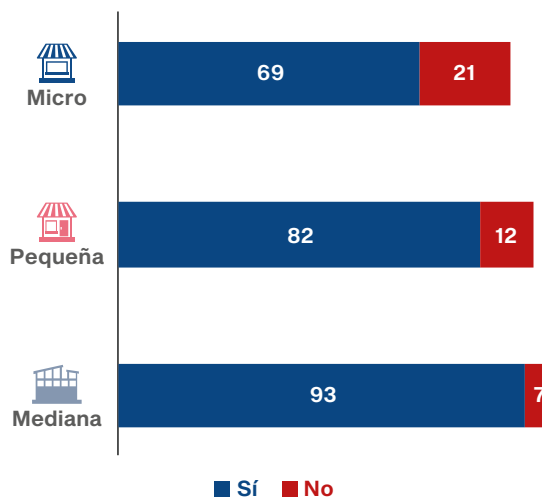
Tal como lo muestran los gráficos 36 y 37, y en línea con los resultados nacionales, los de la capital y el Valle de Aburrá, las empresas de mayor tamaño, medianas en particular, reconocen más los beneficios de la renovación y se sienten más conformes con los servicios que presta la Cámara de Comercio a la que están afiliados. El 95% de las empresas media-

Gráfico 36. ¿Conoce usted los beneficios asociados a la renovación del Registro Mercantil que ofrecen las Cámaras de Comercio?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta los campos sin responder.

Gráfico 37. ¿Se siente conforme con los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio a la que está afiliado(a)?* (%)



* Respuesta única.
Nota: los porcentajes no suman 100 porque no tuvimos en cuenta los campos sin responder.

nas reconoce un beneficio importante en la renovación del Registro Mercantil. Además, un 93% está conforme con que los servicios que le presta la Cámara de Comercio de su ciudad. Lo que las cifras muestran, una vez más, es que hay una tendencia de inconformidad en

el segmento más pequeño de las Mipymes y que, en esa medida, hay que acompañar más a los microempresarios, hacer un esfuerzo adicional para que las empresas de menor tamaño conozcan los enormes beneficios de la renovación y formalización.

Ficha técnica

Técnica

Entrevista telefónica o presencial al propietario-representante legal (o a quien este delegue) de la unidad empresarial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

Grupo objetivo

Unidades empresariales con Ventas anuales (o Ingresos por Actividades Ordinarias) en 2020 dentro de los siguientes rangos (\$ millones):

Industria		Comercio		Servicios	
<	≤	<	≤	<	≤
839	61.834	1.594	79.936	1.175	17.199

Cubrimiento

Popayán.

Tipo de muestreo

Estratificado por sector y tamaño de empresa, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

Tamaño de la muestra

758 empresas encuestadas.

Tamaño	Comercio	Industria	Servicios	Muestra total
 Micro	139	117	139	395
 Pequeña	94	63	94	251
 Mediana	42	28	42	112
Total	275	208	275	758

Margen de error

Menor al 5% a nivel de los macrosectores.

Frecuencia

Semestral.

Medición

Agosto - Diciembre de 2021.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

Comité técnico

Banco de la República	Eliana González María Alejandra Hernández
Bancóldex	María José Naranjo Juan Pablo Silva Cindy Benedetti
BID INVEST	Patricia Yañez Pagans
Bancolombia	Daniela Mejía Ana Cristina Soto Martha Juliana Guzmán Elizabeth Hincapie
Datacrédito	Adriana Henao Tatiana Sanmiguel
FNG	Raúl Buitrago María Alejandra Botiva
Cafam	Luis Alberto Salgar Luis Fernando Bacci Luis Hernán Cardona
Afiancol	Adriana Méndez
Cámara de Comercio de Bogotá – Confecámaras	Ana María Fergusson David Monroy Rodrigo Mejía
Cámara de Comercio del Cauca	Ana Fernanda Muñoz César Augusto Becerra
Cámara de Comercio de Aburrá Sur	Jorge Enrique Coronel
ANIF	Mauricio Santa María Anwar Rodríguez Camila Ciurlo Daniela Escobar Laura Llano Samuel Malkún Fabián Suárez
Cifras & Conceptos S.A.	César Caballero Miguel Ángel León Eduardo Freire María Victoria Pineda Carolina Parra Juan Nicolás Rodríguez Soledad Aguilera

Informes: arodriguez@anif.com.co • descobar@anif.com.co • cciurlo@anif.com.co

Diseño de carátula: Andrés Felipe Ramírez
Diseño y producción electrónica: Brigitte Dayana Avellaneda
Bogotá, febrero de 2022 - Encuesta MiPyme ANIF