

Coyuntura

Pyme I · 2008

Año 2008

COYUNTURA PYME es una publicación
de la Asociación Nacional
de Instituciones Financieras - Anif

ISSN 1794-2381

DIRECTOR · Sergio Clavijo

SUBDIRECTOR · Carlos Ignacio Rojas

INVESTIGADORES · Katherine Cartagena,
Carolina Gil y Camila Torrente

PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA · Sandra Venegas
y Luz Stella Sánchez

EDITORIA · Ximena Fidalgo

DISEÑO CARÁTULA · Zona Ltda.

IMPRESIÓN · Punto & Línea Impresores

DIRECTORA COMERCIAL Y DE MERCADEO
María Inés Vanegas / Publimarch Ltda.
Teléfonos: 310 1500 - 310 1860 - 310 2041
Línea gratuita: 01 800 0119907
Fax: 217 0760 - 312 4550 · Calle 70A No.7-86

CORREO ELECTRÓNICO · anif@anif.com.co

PÁGINA WEB · www.anif.org

ESTE DOCUMENTO SE FINALIZÓ
EL 8 DE ABRIL DE 2008

Tiene carácter confidencial y exclusivo.
Puede ser utilizado sin restricciones por
los abonados a los estudios de Mercados Pyme.
Se prohíbe su reproducción
con fines de publicación o divulgación a terceros.

Consideraciones alrededor del financiamiento de las Pymes

5

Fuentes de financiamiento

Dimensiones del acceso al crédito

Conclusiones

Tasa de usura: ¿limitante del crédito a los microempresarios?

15

La “comisión Mipyme” y la estructura de las tasas de usura

Evolución del microcrédito y la tasa de usura

Conclusiones

La estrategia de Colombia en los tratados de libre comercio y la internacionalización de las Pymes

21

Apertura en América Latina y acuerdos comerciales vigentes

Las Pymes y la apertura comercial externa

Barreras a la internacionalización de las Pymes

Conclusiones

Caracterización de las Pymes colombianas y sus gestores a la luz de los resultados de la Gran Encuesta Pyme

29

Antigüedad de las Pymes

Perfil del empresario Pyme

Características empresariales y decisiones de financiamiento

Conclusiones

Presentación

Durante el año 2007, Anif publicó tres ediciones de *Coyuntura Pyme*, en las cuales se cubrieron diversos temas de interés para el sector. Para este año 2008, nuestro compromiso es entregarles cuatro ediciones con un contenido analítico de relevancia y oportunidad. En esta primera edición de 2008, presentamos a ustedes artículos que cubren temas de acceso al crédito y nuevos mercados. Además, usando información de la Gran Encuesta Pyme, se hace una caracterización del empresariado Pyme, que esperamos sirva para entender mejor el sector.

El primer artículo analiza la problemática del acceso al crédito y a los demás servicios financieros por parte de las Pymes, utilizando los resultados de la Gran Encuesta Pyme realizada por Anif en el segundo semestre de 2007. Se encuentra que el acceso a recursos de largo plazo continúa siendo una limitante para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas; y se plantean algunos requisitos para lograr un mejor acceso al crédito por parte de éstas.

El segundo artículo muestra la exitosa expansión del crédito hacia Mipymes, pero también pone en evidencia el estrechamiento del margen entre la tasa de interés máxima permitida y la cobrada a microempresarios, lo cual podría estar reduciendo el espacio de acción del sector financiero para avanzar en la provisión de recursos a las unidades empresariales de menor tamaño.

El siguiente artículo analiza la importancia que tiene para los empresarios Pyme la expansión de la agenda comercial de Colombia hacia nuevos mercados que permitan compensar las posibles complicaciones que se podrían dar con algunos de sus principales compradores, como son Venezuela y Ecuador.

Finalmente, usando los resultados de la Gran Encuesta Pyme, se hace una caracterización del empresariado Pyme colombiano con respecto a la antigüedad de la empresa, su estructura de propiedad, así como el tipo de educación recibida, la edad y el género de su administrador como factores determinantes del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

Esperamos que estos temas contribuyan a impulsar el conocimiento y fortalecimiento de este segmento empresarial, dada su gran importancia para el desarrollo del país.

Cordialmente,

Sergio Clavijo
Presidente de Anif

Consideraciones alrededor del financiamiento de las Pymes

Carolina Gil*

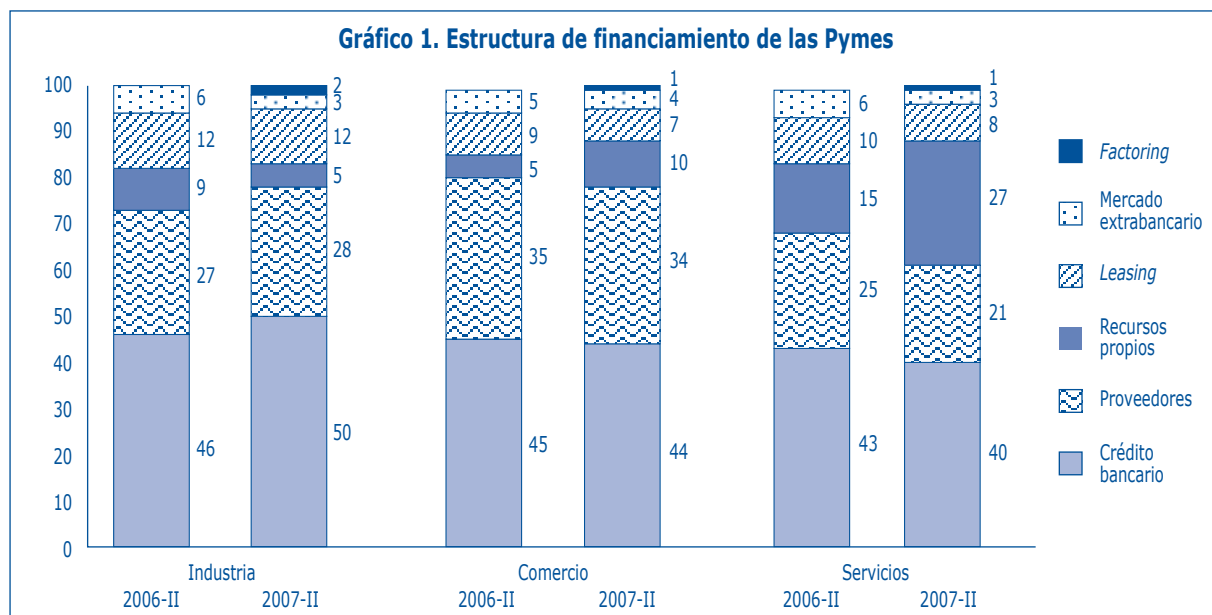
Fuentes de financiamiento

Desde 2006, Colombia cuenta con una nueva fuente de información sobre el financiamiento al segmento Pyme: la Gran Encuesta Pyme. Este esfuerzo, liderado por Anif, con el respaldo de Bancoldex, la CAF y el Banco de la República, hace un sondeo semestral entre más de 1.500 empresarios Pyme sobre diversos temas, incluido el de financiamiento.

Los resultados de la encuesta evidencian cómo la estructura de financiamiento de las Pymes en Colombia no ha presentado mayores variaciones en el último año (gráfico 1). Desde el punto de vista de financiación y endeudamiento de las Pymes, el crédito bancario constituyó la principal fuente de recursos señalada por

los empresarios entrevistados tanto en la medición del segundo semestre de 2006 como en la del segundo semestre de 2007 (alrededor del 40%-50% de la financiación total, de acuerdo con el sector económico). El peso relativo de la deuda bancaria, la financiación con proveedores, el *leasing*, el mercado extrabancario y el *factoring* dentro de la estructura de financiamiento de las Pymes en Colombia no muestran mayores cambios de un año a otro. En contraste, el fondeo a través de recursos propios sí parece haber experimentado un aumento significativo, particularmente en el caso de las Pymes del sector servicios (su participación pasó de 15% a finales de 2006 a 27% a finales de 2007).

*Investigadora de Anif.



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

Estos resultados de la Gran Encuesta Pyme son consistentes con numerosos estudios a nivel latinoamericano, los cuales han demostrado que las principales fuentes de financiamiento de las Pymes son los créditos bancarios de corto plazo, los recursos propios, los créditos directos con proveedores y en menor medida el *leasing*. Esta estructura financiera propia de las Pymes es desventajosa si se compara con la utilizada por las empresas grandes que acceden a fuentes de financiamiento, nacional o extranjero, más favorables en términos de plazos, tasas, amortización, etc. (créditos bancarios de largo plazo, bonos corporativos, emisiones en el mercado de valores, entre otras).

Debilidades inherentes a las Pymes, entre las cuales cabe mencionar las deficiencias en la información contable (no es-

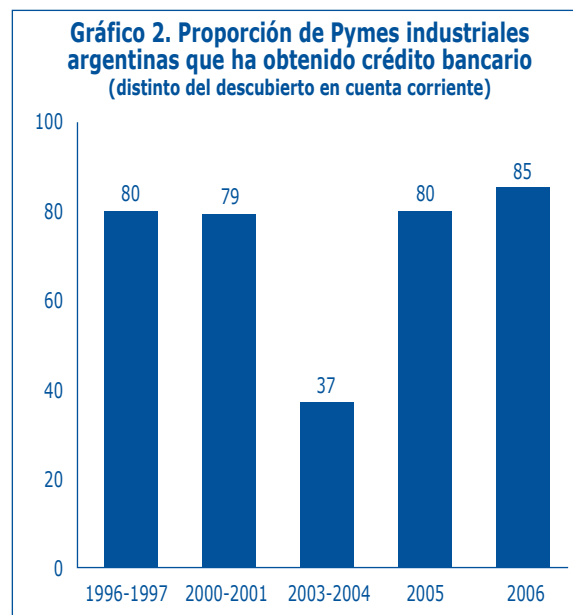
tandarizada ni auditada); la insuficiencia de garantías; la ausencia de un historial crediticio (o los reportes negativos de sus propietarios en las centrales de información); su estructura de propiedad básicamente familiar (70%-80% según la Gran Encuesta Pyme 2006-II); y su elevada concentración tanto en clientes como en proveedores, constituyen graves limitantes para lograr un mayor acceso de las pequeñas y medianas empresas a fuentes más adecuadas de financiación.

El financiamiento de las Pymes por medio de obligaciones bancarias y proveedores se concentra principalmente en el corto plazo, lo cual incrementa el riesgo de iliquidez de estas empresas en el momento en que se presente una situación de contracción generalizada del crédito en el mercado

o de fuertes y/o abruptos incrementos en las tasas de interés.

Como es sabido, la estructura financiera de las empresas está estrictamente relacionada con la productividad de las mismas. Ello se evidencia en que aquellas empresas (especialmente las Pymes) que tienen problemas en las estructuras financieras, descalce de plazos y sobrecostos en sus fuentes de financiamiento, generalmente de corto plazo, presentan tasas de inversión muy bajas. Las alternativas de financiamiento utilizadas permanentemente por las Pymes resultan ser las más costosas, inestables para el flujo de fondos y riesgosas para sostener inversiones.

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Estructural a Pymes Industriales realizada en Argentina (Informe 2006/2007)¹, cerca del 50% de las empresas consultadas desarrolló proyectos de inversión durante 2006 y casi una de cada tres que no invirtió señaló que esto se debió a la falta de fondos (de mediano y largo plazo) para financiar estas inversiones. Cabe aclarar que si bien los resultados de esta encuesta revelan una creciente participación del crédito bancario de corto plazo dentro de la estructura de endeudamiento de las Pymes industriales argentinas en los últimos años al mismo tiempo que una reducción en la utilización de recursos propios, la financiación a largo plazo continúa siendo un problema sin resolver. Además, en este sondeo queda claro que por el lado de la oferta (bancos) también hay limitaciones para atender satisfactoria-



Fuente: Encuesta Estructural a Pymes Industriales. Fundación Observatorio Pyme de Argentina.

mente las necesidades de recursos de mayor plazo de las Pymes, dentro de las cuales la más importante parece estar asociada con los altos costos de operación (gráfico 2).

En esta misma línea, un estudio realizado por el Banco Mundial acerca del financiamiento de las Pymes en Chile², un caso interesante por tratarse de uno de los mercados financieros más desarrollados de América Latina, concluye que las Pymes continúan señalando la falta de acceso a

¹ Esta Encuesta Estructural a Pymes Industriales es realizada anualmente por la Fundación Observatorio Pyme de Argentina. Los resultados utilizados como referencia en este artículo corresponden al Informe 2006/2007. Se estima que el próximo Informe de Resultados (2007/2008) será publicado en abril de 2008.

² Sirtaine, S., "Access to Finance by Chilean Corporations", World Bank, 2006.

fuentes adecuadas de financiación como uno de sus principales obstáculos para crecer, a pesar de los grandes avances logrados en los últimos años durante los cuales el acceso a los servicios financieros ha sido un tema prioritario de política social y económica en ese país.

Los resultados de dicho estudio revelan que, en general, las empresas chilenas (tanto grandes como pequeñas) son conservadoras en cuanto al uso de créditos bancarios. Los niveles de endeudamiento son bajos en una alta proporción de firmas chilenas de todos los tamaños, al mismo tiempo que la cobertura de intereses es alta. Al comparar estos indicadores de endeudamiento y algunos de rentabilidad del promedio empresarial chileno con los calculados para una muestra de empresas en Estados Unidos, es evidente que estas últimas hacen mayor uso de instrumentos de deuda y simultáneamente reportan mayores rentabilidades. Adicionalmente, en este estudio se muestra cómo en ese momento las firmas colombianas tenían razones de endeudamiento superiores a las de sus pares chilenas e incluso norteamericanas; sin embargo, no hay referencia a los niveles de rentabilidad de las empresas colombianas que permita conocer la situación relativa del país en este tema.

Lo anterior sugiere que el supraendeudamiento de las empresas puede no ser la mejor estrategia financiera y por el contrario estar indicando la existencia de

limitaciones para conseguir la cantidad de deuda apropiada para el desarrollo y expansión de las firmas. Por supuesto, las unidades empresariales de menor escala (micro, pequeñas y medianas empresas) son las que mayores dificultades enfrentan al momento de satisfacer sus necesidades de recursos. Según el estudio citado, dentro de la estructura de financiamiento de las Pymes chilenas, los recursos propios participan con cerca del 50%, en tanto que el crédito bancario representa menos del 20%. Otras alternativas de fondeo tales como la emisión de bonos están dirigidas exclusivamente a empresas grandes; más aun, el 93% de las emisiones de bonos corresponde a firmas catalogadas (según diferentes criterios) como “megagrandes”, mientras que el 7% restante corresponde a firmas clasificadas como grandes.

Igualmente, en Colombia el financiamiento a través de bonos y de papeles comerciales está concentrado en pocas empresas privadas, generalmente muy grandes o pertenecientes a conglomerados. Pese a la creciente demanda de títulos por inversionistas, principalmente fondos de pensiones y fiduciarios, que podría llevar a una mayor utilización del mercado público de valores por parte de las empresas en Colombia, todavía falta mucho para que las Pymes logren acceder a él (los altos costos de emisión versus el bajo valor de la misma, así como la dificultad para realizar emisiones mancomunadas son algunas de las principales limitantes).

Dimensiones del acceso al crédito

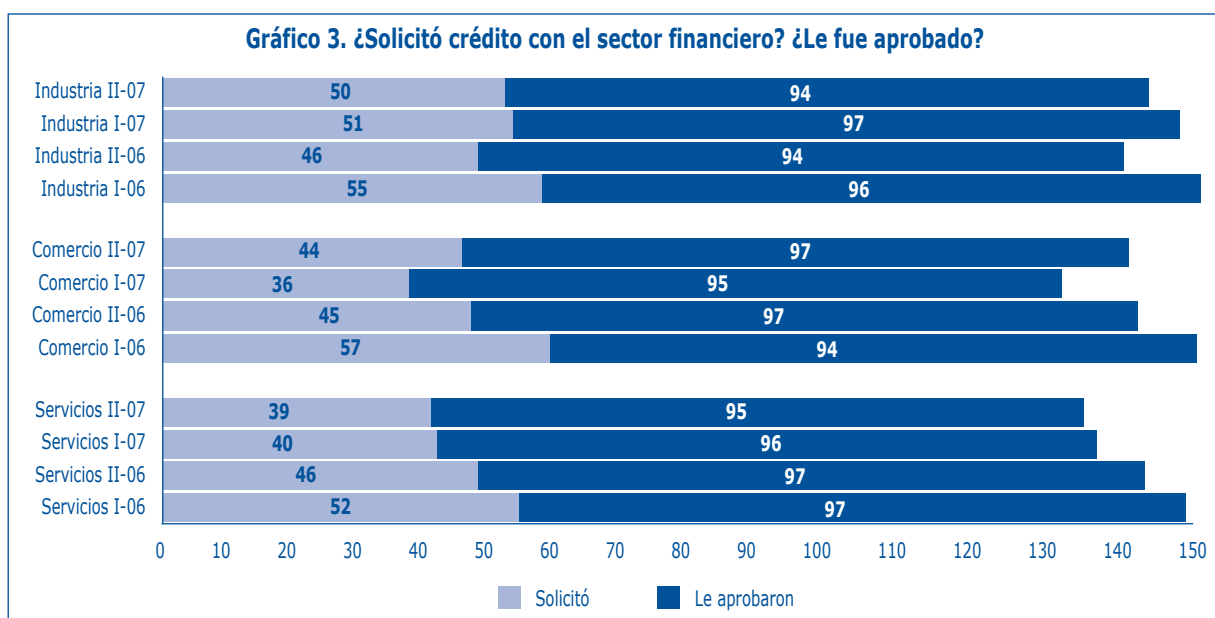
En la literatura se reconoce que el acceso al crédito tiene múltiples dimensiones, siendo la disponibilidad, el costo y el rango las más importantes. A continuación se presentan consideraciones relacionadas con cada una de estas dimensiones, con base en la información capturada a través de la Gran Encuesta Pyme (Colombia) y hallazgos de ejercicios similares realizados en otros países de América Latina.

Acceso: solicitud y aprobación de créditos

Anteriormente mencionamos que, según el estudio del Banco Mundial para el caso

chileno, las empresas colombianas registraban mayores niveles de endeudamiento frente a sus pares chilenas e incluso norteamericanas, lo cual de alguna manera parece validarse a la luz de los hallazgos de la Gran Encuesta Pyme en materia de porcentajes de solicitud y aprobación de créditos. Estas tasas, que según el gráfico 3 han fluctuado entre 2006 y 2007 en el rango 36%-50% en el caso de las solicitudes, y de 94% a 97% en el de las aprobaciones, son más altas que las observadas en Argentina y Chile durante la misma época.

En Colombia, alrededor del 94% de las Pymes del sector industrial que solicitó crédito bancario efectivamente lo obtuvo, en tanto que en Argentina (según el Informe 2006/2007 del Observatorio Pyme citado anteriormente) este porcentaje fue de 85% para el caso de créditos en general y de



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

91% específicamente para el de descubiertos en cuenta corriente. Es interesante ver cómo a lo largo del período 1996-2006, tiempo durante el cual se ha realizado esta encuesta en Argentina, la proporción de Pymes que efectivamente obtiene crédito bancario ha aumentado, pasando de 80% en 1996 a 85% en 2006. Naturalmente, durante los años de la crisis económica y financiera en ese país las tasas de aprobación de créditos a Pymes, y a todos los segmentos, registraron una contracción (en 2003-2004 rondaron el 30%).

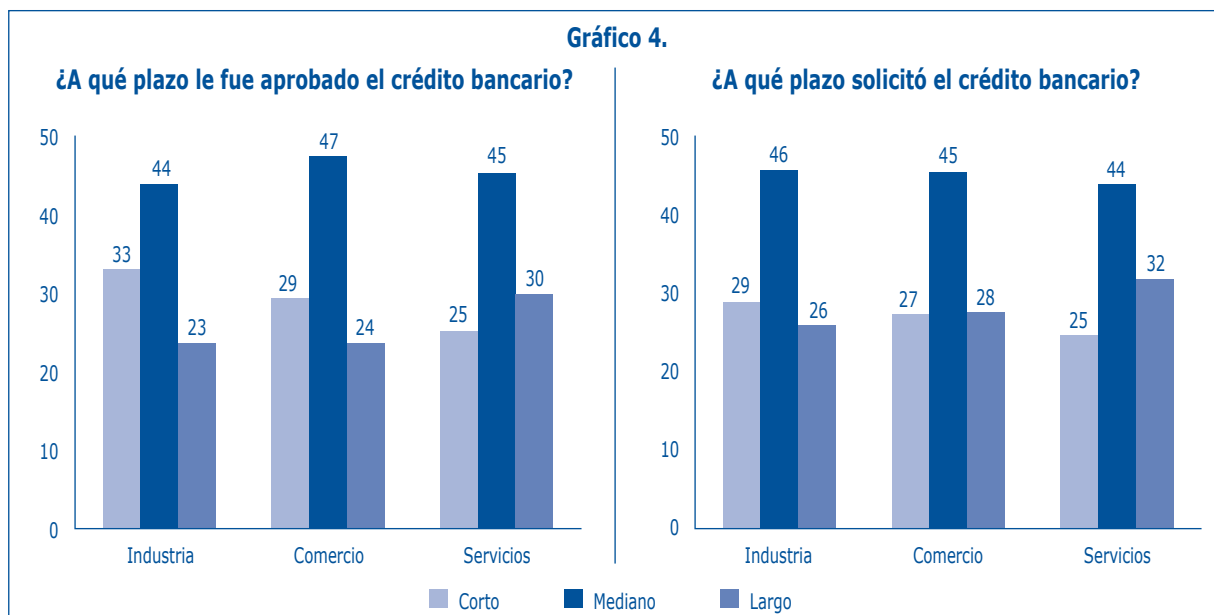
Es sabido que el mercado financiero colombiano está menos desarrollado que el chileno, que el interés de los intermediarios financieros en las Pymes es relativamente nuevo y que sólo en la última década se ha observado un punto de quiebre en el acceso de las Pymes al crédito bancario, de ahí que las tasas de solicitud de préstamos sean relativamente más altas en Colombia que en Chile y que ese creciente apalancamiento financiero se refleje en mayores niveles de endeudamiento. Al analizar la evolución de los saldos de créditos (ordinario y microcrédito) de los bancos a Pymes en Colombia durante el período 2002-2008, se observa cómo durante los primeros años el ritmo de crecimiento de estos créditos era muy elevado (llegando a 70% anual a mediados de 2005), lo cual es de esperarse pues se partía de una base muy baja. Así, es claro que durante los últimos siete años las Pymes colombianas han logrado acceder al crédito formal más fácilmente que en el pasado y por esto el peso relativo de la

deuda bancaria en su estructura de financiamiento es superior al encontrado en Pymes de países que han recorrido un camino más largo en este frente.

Costo y rango del acceso

Si bien en materia de disponibilidad del acceso al crédito por parte de las Pymes (y en menor medida de las microempresas) se observa una mejoría, importantes dificultades asociadas al costo, plazo y destino de los recursos aún persisten. Y no solamente en el caso de Colombia, sino también en Argentina y Chile, en donde las líneas de negocios de los bancos para Pymes están más desarrolladas y, en número, la clientela bancaria está dominada por pequeñas y medianas empresas.

En términos de plazo, la evidencia reciente en Colombia, y en general en América Latina, muestra que aunque ha habido una evolución favorable de los plazos de los créditos a Pymes en los últimos años (según cálculos de Asobancaria, el corto plazo pasó de representar el 71% de la deuda total en 2002 a representar el 61% en 2007), es la financiación de corto plazo la que continúa primando. En el gráfico 4 se presenta la distribución de los créditos bancarios solicitados y obtenidos por las Pymes consultadas en la Gran Encuesta Pyme. El corto y el mediano plazo concentran alrededor del 70% de las obligaciones, en tanto que el largo plazo es el menos solicitado y aprobado (salvo por algunas Pymes de servicios).

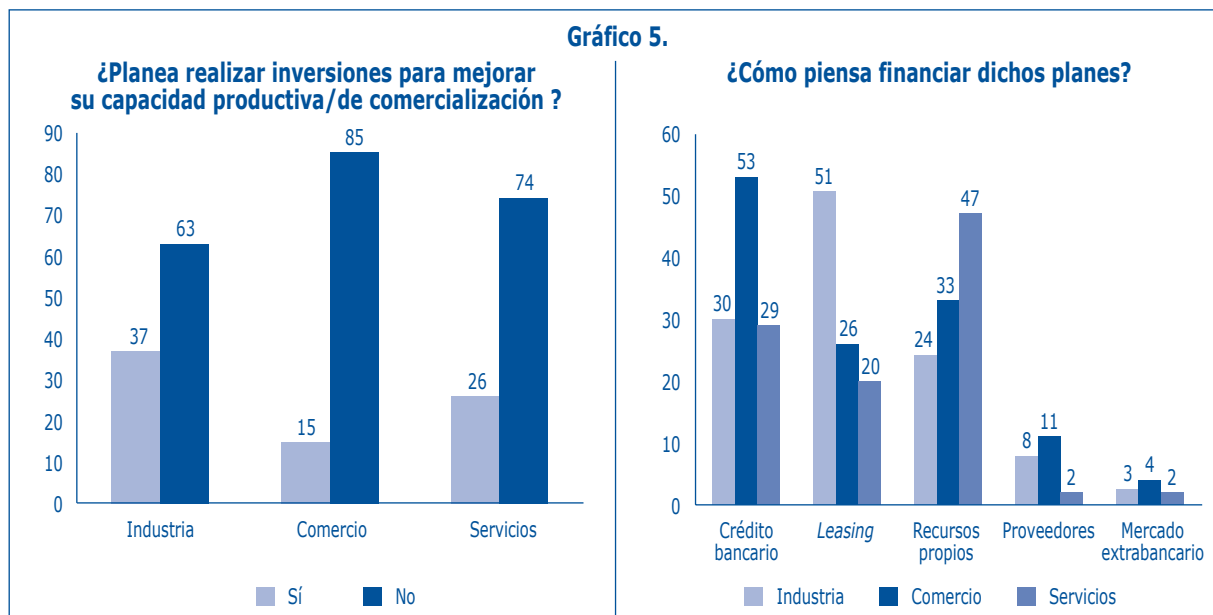


Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

Barreras existentes, tanto por el lado de la oferta, como por el de la demanda, obstaculizan la irrigación de recursos de largo plazo a las pequeñas y medianas empresas. No se trata únicamente de la dificultad de los intermediarios financieros para conseguir fondos de largo plazo para prestar (atenuada por las líneas de redescuento), ni de las limitaciones en materia de información contable y comercial de las Pymes que impiden hacer mejores análisis crediticios; en este tema el papel de los mismos empresarios tiene una especial importancia. La estructura financiera de las Pymes debe estar alineada con las decisiones estratégicas de las mismas. Una alta proporción de empresarios no sabe con certeza qué cantidad de dinero necesitan sus firmas para desarrollar planes de inversión, ni ha determinado el plazo y la forma de pago más adecuados. La función financiera en las Pymes se ha

concentrado en la búsqueda de recursos para atender necesidades básicamente de capital de trabajo. Al respecto, además de la escasa formación financiera de los empresarios, factores de carácter subjetivo, como la desconfianza a endeudarse a un término mayor a uno o dos años, constituyen frenos a la demanda por recursos de largo plazo.

En Colombia, según la información capturada a través de la Gran Encuesta Pyme, entre el 15% y el 36% de las Pymes (dependiendo del sector económico) afirmó tener planes para realizar inversiones que permitan mejorar su capacidad de producción/comercialización. A la pregunta de ¿cómo planea financiar estas inversiones?, el 24% de las Pymes industriales, el 33% de las comerciales y el 47% de las de servicios respondieron que con recursos propios.



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

Sorprende el alto porcentaje de Pymes de comercio (53%) que planea financiar sus inversiones con crédito bancario (gráfico 5).

En el caso de Chile, con base en el estudio del Banco Mundial citado anteriormente, entre el 70%-80% de las Pymes atiende sus necesidades de financiación de largo plazo, destinada a mejoramiento productivo, con base en sus recursos propios, en tanto que sólo el 10%-15% lo hace mediante crédito bancario.

Por otro lado, con relación al costo de los recursos, en general se asume que las fuentes de financiamiento de las Pymes son más escasas y costosas que las de las empresas grandes. En Chile, por ejemplo, un cálculo del costo promedio de la financiación externa de las firmas, según su tamaño, muestra que mientras para las me-

gagrandes y grandes empresas éste fluctúa entre 11% y 13%, para las pequeñas y medianas empresas éste llega a 23% y 16%, respectivamente. Naturalmente, el costo de la deuda para las microempresas es aún mayor (39%).

Aunque en Colombia lo anterior no parece ser muy diferente (las tasas de los créditos ordinarios y microcréditos son sustancialmente más altas que las de los créditos preferenciales, en su mayoría otorgados a grandes empresas), los resultados de la Gran Encuesta Pyme son sorprendentes en la medida en que reportan una relativa satisfacción de los empresarios con las tasas de interés de sus créditos bancarios (el 65% de las Pymes industriales, el 76% de las comerciales y el 81% de las de servicios consideraron que la tasa que recibieron fue adecuada). No obstante, en

este punto cabe recordar el histórico y aún vigente debate alrededor de las mayores tasas de interés cobradas a las empresas de menor escala, dada su mayor flexibilidad, capacidad de adaptación y rotación del capital, en comparación con las empresas de gran tamaño.

De otra parte, en relación con las fuentes de financiación alternativas utilizadas por las Pymes, como los proveedores, que en el caso de Colombia ocupan el segundo lugar más importante en la estructura de financiamiento, cálculos de Asobancaria han demostrado que en el país esta alternativa resulta más costosa que los créditos con la banca comercial (mientras que a mediados de 2007 las tasas de interés del crédito ordinario rondaban el 15%-20%, el costo de financiarse con proveedores llegaba a ser, en promedio, del orden del 40% anual).

El *leasing*, por su parte, constituye una buena alternativa en términos de la relación costo-beneficio para el financiamiento de la inversión de las Pymes. Pese a su impulso de los últimos años, éste aún cuenta con un inmenso potencial, no sólo en Colombia, donde los resultados de la Gran Encuesta Pyme indican que cerca del 15% de las Pymes utiliza este mecanismo, sino también en Argentina donde un porcentaje similar (16%) de las Pymes industriales consultadas en 2006 afirmó haber solicitado operaciones de *leasing* con una respuesta muy positiva por parte de los intermediarios financieros.

Por último, el crédito extrabancario, de lejos la fuente más costosa de financiación de las Pymes, es sólo tangencialmente mencionado en los estudios sobre financiamiento de Pymes argentinas y chilenas citados a lo largo de este artículo. Al parecer, en la actualidad esta alternativa no es popular entre Pymes (formales), como sí lo es entre las microempresas (en su gran mayoría informales) para las cuales se han logrado menores avances en materia de acceso al crédito formal. En Colombia, las cifras de la Gran Encuesta Pyme demuestran la baja utilización de este tipo de créditos entre las Pymes, pues de una muestra de más de 1.500 empresas, tan sólo el 3% recurre al mercado extrabancario para financiarse.

Conclusiones

A pesar de los procesos de reforma de los sistemas financieros en Colombia y países de América Latina como Argentina y Chile, es claro que el acceso a recursos de largo plazo continúa siendo una limitante para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, lo cual, en parte, obedece a las dificultades que han enfrentado los intermediarios financieros privados para conseguir fondos prestables de largo plazo. Así mismo, particularmente en el caso colombiano, queda mucho por avanzar en el desarrollo de metodologías de análisis de riesgo y gestión de cartera especializadas en Pymes. Lograr una mayor profundización del mercado de

capitales será determinante para desarrollar los fondos de capital privado/de riesgo, que en el país aún se encuentran en una fase incipiente y que constituyen el medio de más fácil acceso al mercado de capitales para las Pymes.

En definitiva, la problemática del acceso al crédito (en todas sus dimensiones: disponibilidad, costo y rango) y a los demás servicios financieros por parte de las Pymes es estructural y su solución requiere

de la articulación de múltiples estrategias público-privadas, tanto del lado de la oferta como del lado de la demanda. Es un hecho que un sector financiero desarrollado, un sistema legal eficiente, una fuerte protección a los derechos de propiedad y bajas restricciones regulatorias necesariamente se traducen en un mejor acceso al crédito y por ende en mayores oportunidades de crecimiento del aparato productivo, conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas.

Tasa de usura: ¿limitante del crédito a los microempresarios?

Katherine Cartagena*

La expansión del crédito hacia las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) ha sido muy exitosa en los últimos años, como resultado de múltiples condiciones que se han desarrollado simultáneamente. El Gobierno, por una parte, ha volcado sus esfuerzos sobre la profundización financiera hacia este segmento, mientras que el sector financiero formal ha encontrado nuevos incentivos para incursionar en el mercado de crédito Mipyme y ha incorporado tecnologías microcrediticias, personal especializado y nuevas formas de llegar a los clientes con el objetivo de ofrecer servicios financieros integrales a hogares con bajos ingresos y pocos o nulos activos.

Este esquema ya se conoce a nivel mundial como la posibilidad de “atender la base de la pirámide” a través de esquemas autosos-

tenibles, rentables y que ayudan a reducir la pobreza mediante múltiples canales e interacción de las Mipymes. Los recursos provinieron inicialmente de organizaciones no gubernamentales (ONG); posteriormente de empresas microfinancieras y, más recientemente, de bancos comerciales que han optado por masificar sus servicios. También fueron pioneras algunas cajas financieras pequeñas, pero durante la última década se han vinculado a esta tarea bancos de gran tamaño y alcance geográfico.

En agosto de 2006, se suscribió un acuerdo entre el gobierno y los diferentes agentes que intervienen en este mercado: banqueros, cooperativas, ONG, para realizar 2 millones de operaciones con empresas

*Investigadora de Anif.

que requieran microcrédito durante el cuatrienio 2006-2010. La idea es generar para entonces un total de 5 millones de operaciones distribuidas así: el sector bancario con 2 millones; el cooperativo con 250.000 y el remanente a cargo de las ONG.

Por parte del gobierno, el programa de impulso al microcrédito cuenta con todo el apoyo de la Banca de las Oportunidades (BdO), creada a través del Decreto 3078 de 2006. Ese programa, administrado por Bancoldex con lineamientos del Ministerio de Hacienda, tuvo un capital inicial de \$120.000 millones. El objetivo fundamental de la BdO es facilitar el acceso de la población más pobre a servicios financieros integrales (incluyendo transferencias y pagos, ahorro e inversión, seguros, pensiones y remesas, entre otros).

La paradoja histórica es que mientras los bancos sofisticados tuvieron que recurrir a “descremar” el mercado a través de políticas “hechas a la medida” de los usuarios más sofisticados, ahora la penetración de la “base de la pirámide” también está requiriendo políticas comerciales sofisticadas, pero esta vez “hechas a la medida de los más pobres”.

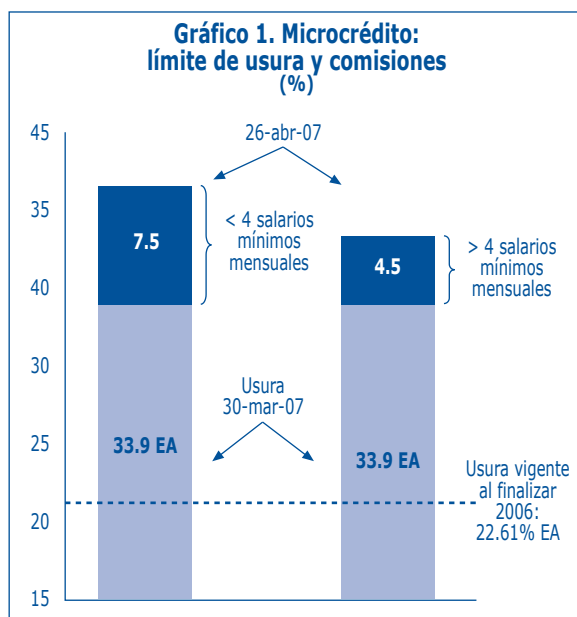
Sin embargo, el gran reto de la industria de las microfinanzas continúa siendo demostrar que el microcrédito es un producto rentable y sostenible, en el que se debe reconocer explícitamente que responde a un proceso microeconómico particular que genera una estructura de costos diferente a la de cualquier otro tipo de crédito.

La “comisión Mipyme” y la estructura de las tasas de usura

En línea con el reconocimiento de las diferentes estructuras de costos y con el objetivo de impulsar la masificación del crédito para pequeños y medianos empresarios, el 26 de abril de 2007 el Consejo Superior de la Microempresa decidió ajustar las tarifas fijadas en la Resolución 01 de 2001 por concepto de los honorarios y comisiones que pueden cobrar los intermediarios financieros y las organizaciones especializadas en créditos microempresariales a los beneficiarios de sus créditos.

La Resolución 1 de 2007 determinó que se podría cobrar una comisión: i) hasta de 7.5% para microcréditos inferiores a 4 SMLV (\$1.846.000); y ii) hasta de 4.5% para préstamos iguales o superiores a dicho monto (y hasta 25 SMLV o \$11.537.500), según la definición legal del microcrédito en Colombia.

La llamada “comisión Mipyme”, creada con la Ley 590 de 2000, venía siendo objeto de controversia desde finales de 2006, por considerarse que dichas comisiones encarecían el crédito a los micro, pequeños y medianos empresarios y que desmontarlas era la mejor manera de compensar el incremento en los límites de la tasa de interés máxima (ver gráfico 1). Este argumento, sin embargo, desconoce la necesidad de generar los incentivos correctos al sector fi-



Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera.

nanciero para que realice las significativas inversiones que requiere atender créditos más riesgosos, hasta la fecha atendidos por el mundo informal de los agiotistas a tasas de interés astronómicas. Más aun, la amenaza de abolición de la “comisión Mipyme” perjudicaba especialmente las operaciones de las ONG.

Por fortuna, esta Resolución ha asegurado la permanencia de la “comisión Mipyme”, al mismo tiempo que obliga a las entidades a certificar mensualmente las tarifas cobradas por concepto de honorarios y comisiones, taxativamente allí señalados. Gran parte de las certificaciones recibidas por la Secretaría Técnica del Consejo Superior de la Microempresa pertenece a las ONG que aplican las tarifas máximas vigentes consecuentemente con sus estructuras de costos (tecnologías mi-

crocrediticias especializadas y procesos de acompañamiento y asesoría a los microempresarios).

Lo más interesante de todo este proceso es que, a pesar de estos recargos, el costo efectivo del financiamiento de los microempresarios a través del sector formal continúa siendo inferior al del mundo informal de los agiotistas. En el mercado formal de las Mipymes las tasas resultan más moderadas (31% E.A.) frente al 240% E.A., sin olvidar que las alternativas de plazos y modalidades les permiten a los empresarios acomodarse de mejor forma a las particularidades de su negocio.

Ahora bien, en el caso de las tasas de usura también hay quienes consideran que tasas de interés más bajas para los microempresarios facilitarían su acceso al crédito; sin embargo, al definir los límites de tasa máxima de interés sin considerar los diferenciales de costos en las operaciones crediticias, la tasa de usura podría ubicarse por debajo de la tasa de interés a la que llegaría el mercado en competencia perfecta y haría que los intermediarios financieros restringieran sus servicios en segmentos como el Mipyme por sus mayores costos y riesgos, haciendo que los consumidores y empresarios de menores ingresos terminaran buscando financiación en los agiotistas.

Poco a poco, aun los gobiernos más intervencionistas se han percatado de que la eliminación de los límites a las tasas de interés es una forma efectiva de “arrancarle” las Mipymes a los agiotistas. Países

como Estados Unidos o Inglaterra muestran elevados progresos en materia de profundización financiera, en parte como resultado de la liberalización de tasas de interés que implementaron en los años setenta.

Los procesos de inclusión financiera de los “más necesitados” requieren de tecnologías microcrediticias de alta especialización, lo cual se traduce en elevados costos operativos y administrativos. En Colombia, las entidades financieras especializadas en microcréditos enfrentan gastos administrativos más altos que los que tienen aquellas especializadas en atender créditos comerciales (ver gráfico 2). Esto justifica, en parte, tasas de interés más altas para créditos dirigidos al segmento Mipyme.

En el caso de Colombia, la Ley 31 de 1992 estableció que la Junta Directiva del Banco de la República señalaría las tasas

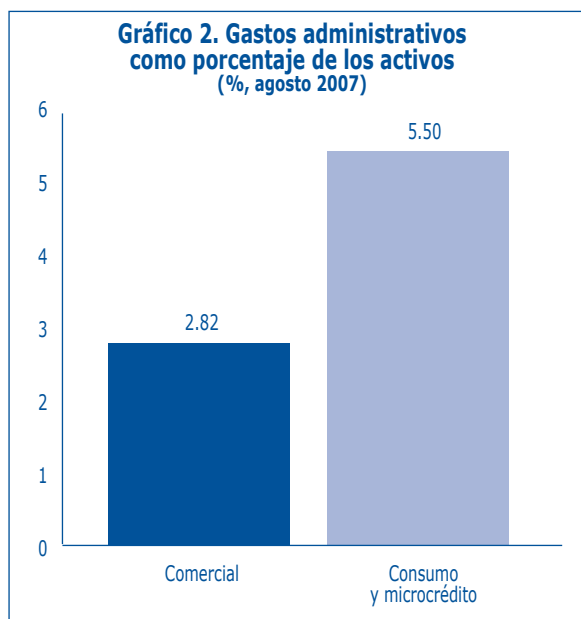
de usura que como máximo pueden cobrar los intermediarios financieros. A su vez, el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero en su Artículo 48 faculta al gobierno para definir las diferentes modalidades de crédito, cuyas tasas serían certificadas por la Superintendencia Bancaria.

Por medio del Decreto 4090 de noviembre de 2006 se estableció que la Superintendencia Financiera certificará el interés bancario corriente (IBC) para tres modalidades de crédito: comercial, consumo y microcrédito. Con la Resolución 2441 del 29 de diciembre de 2006 las tasas de interés máximas fueron de 16.61% E.A. para crédito comercial, de 31.02% E.A. para crédito de consumo y de 32.09% E.A. para microcrédito.

Sin embargo, tan sólo unos días después la Superintendencia modificó su decisión, y por medio del Decreto 018 del 4 de enero de 2007 certificó sólo dos tasas, haciendo que los nuevos límites de usura fueran de 32.09% E.A. para microcrédito y de 20.75% E.A. tanto para crédito comercial como para crédito de consumo.

Esto significó, en términos nominales, una disminución de la tasa de usura para la categoría de consumo y comercial de 187 puntos básicos, si se compara con la tasa de usura vigente para el trimestre octubre-diciembre de 2006. Estas amplias diferencias en los niveles certificados no tuvieron una justificación en la dinámica del mercado financiero del momento.

En el caso concreto del microcrédito se esperaba que la certificación de su tasa de



Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera.

interés tuviese un efecto directo sobre las operaciones activas de los intermediarios financieros y estimulara la incursión en nuevos nichos del mercado.

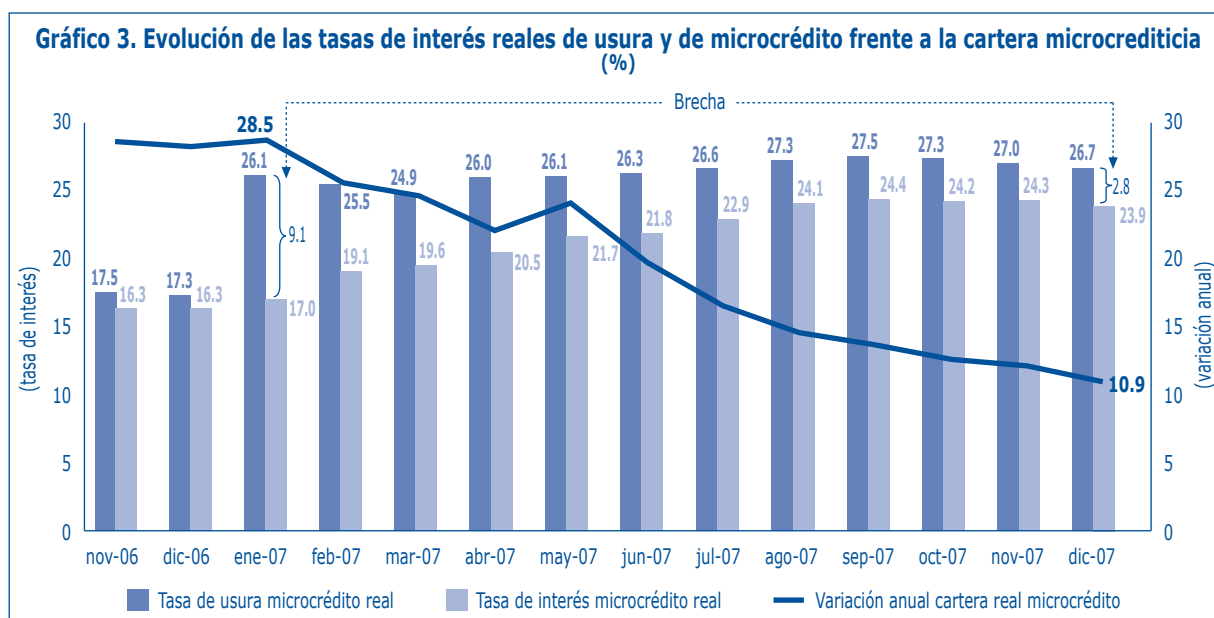
Evolución del microcrédito y la tasa de usura

Después de más de un año de haber entrado en vigencia la sectorización de las tasas de usura para las categorías de microcrédito y crédito comercial-consumo, y en medio de las políticas de enfriamiento crediticio aplicadas por el Banco de la República, resulta interesante contrastar (en términos reales) el estrechamiento del margen entre la tasa de interés máxima permitida y la tasa de interés que cobra el

mercado a quienes acceden a microcréditos, con la pérdida de dinamismo de la cartera para microcrédito de los últimos meses.

Nótese en el gráfico 3 cómo este diferencial pasó de 1.0% efectivo anual en diciembre de 2006 a 9.0% en enero de 2007, coincidiendo este último mes con un crecimiento de la cartera para microcrédito de 28.5% frente a enero del año anterior; sin embargo, a medida que el estrechamiento del margen se ha profundizado, el crédito para microempresarios se ha desacelerado alcanzado un crecimiento en diciembre de 10.9% frente a una brecha de tan sólo 2.8%.

El estrechamiento del margen real entre la tasa activa y el límite de usura para microcrédito podría estarse convirtiendo en una seria amenaza para todo el proceso



Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera.

de formalización crediticia para microempresarios y pequeña y mediana empresa que vienen impulsando conjuntamente el gobierno, con su programa de Banca de las Oportunidades, y el sector privado.

Es útil tomar en consideración que el límite de usura para el microcrédito fue fijado por un período anual y sólo hasta abril de 2008 se estaría revisando. Luego es importante que la estructura de usura (incluyendo la necesidad de cobrar la “comisión Mipyme” en algunos casos) no se siga convirtiendo en una limitante para atender este dinámico mercado de los microempresarios.

La continuidad en el estrechamiento de dicho margen podría frenar el ingreso al mercado de financiación formal del gran número de microempresarios que aún está en manos de agiotistas. Evitar esto depende fundamentalmente de la flexibilización de las tasas de usura o de la implementación de criterios técnicos que en su determinación reconozcan los mayores costos implícitos de financiar a la Mipyme.

Conclusiones

La expansión del crédito hacia Mipymes ha sido exitosa y ha favorecido el acceso al crédito formal de muchos empresarios

que lograron liberarse de las manos de los agiotistas. Este proceso ha sido resultado de nuevos incentivos de mercado.

El reconocimiento explícito de los mayores costos implícitos en el proceso de ofrecer crédito a los microempresarios, por medio del establecimiento de la “comisión Mipyme”, ha favorecido la profundización financiera y la atención de pequeños y medianos empresarios.

La certificación de la tasa de interés bancario corriente para definir una sola tasa máxima de interés como la que existió en Colombia hasta fines de 2006 frena la bancarización, la inclusión de los empresarios de menores ingresos dentro del mercado crediticio formal e impide conocer con transparencia el precio de los créditos otorgados. No obstante, la certificación de tasas de interés por modalidad de crédito (comercial-consumo y microcrédito) ha favorecido a los microempresarios al estimular a los intermediarios financieros para invertir en la atención del segmento Mipyme.

Sin embargo, el estrechamiento del margen entre la tasa de interés máxima y la cobrada a microempresarios podría estar disminuyendo el espacio de acción del sector financiero para avanzar en la provisión de recursos a pequeños y medianos empresarios.

La estrategia de Colombia en los tratados de libre comercio y la internacionalización de las Pymes

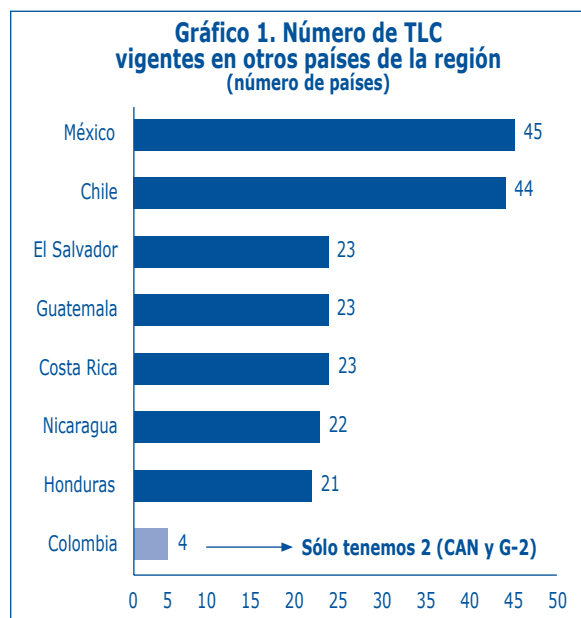
Camila Torrente*

Ante la imposibilidad de ratificar el Tratado de Libre Comercio (TLC) ante el Congreso norteamericano, por lo menos en el primer semestre de 2008, cabe preguntarse cómo debe Colombia y su sector Pyme alterar su estrategia negociadora a nivel internacional para intentar resarcir tan significativa pérdida. Uno de los elementos más promisorios tiene que ver con la negociación del TLC con la Unión Europea (UE) y Canadá. Sin embargo, la estrategia que se ha planteado hasta la fecha, intentar primero consolidar el bloque de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), no parece la más indicada, aunque es bien sabido que la UE venía mencionando que sólo negociaría en bloque.

Inicialmente se había pensado que Colombia y Perú podrían consolidar un subbloque ante la UE, pero recientemente Bolivia y Ecuador manifestaron su intención de unirse para negociar con ella. Sin lugar a dudas esto planteará dificultades adicionales para Colombia-Perú. La experiencia con Estados Unidos demostró que los países “tocados” por la retórica “bolivariana” siempre andarán en el plano obstructivo y lento, sujetos a la oratoria de “no atentar contra las metas sociales”.

*Investigadora de Anif.

El caso de Colombia es dramático, pues Perú ya tiene ratificado su TLC con Estados Unidos, mientras que nuestro país tan sólo cuenta con la CAN y el G2 (con México). Otros países de la región han logrado establecer una política comercial más agresiva con importantes resultados en el caso del desarrollo empresarial y de la internacionalización de las Pymes. Por ejemplo, Chile, que se ha convertido en el ejemplo suramericano de una economía dirigida hacia el mercado externo, tiene 44 TLC vigentes. México, pese a su cercanía con el que probablemente es el mercado más grande a escala mundial, prefirió asegurar su crecimiento y a 2007 contaba con 45 TLC. Los países del Triángulo Norte tampoco se quedaron atrás, Costa Rica y Guatemala cuentan con 23 TLC y Nicaragua con 22 (ver gráfico 1).



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Así las cosas, la agenda comercial que adopte Colombia en los próximos años determinará la magnitud de la brecha entre los ya mencionados países y el nuestro. Por ejemplo, en el caso del TLC con la UE, las exportaciones colombianas podrían por esta vía superar la constante revisión a que está sujeto el Sistema General de Preferencias (SGP-Plus). Entre tanto, las exportaciones de Colombia hacia Estados Unidos continuarán dependiendo de la extensión del ATPDEA que en la última semana de febrero de 2008 fue prorrogada por diez meses más, a la espera de que en este período la situación del TLC se aclare.

En este artículo se analizarán los riesgos que representa para Colombia insistir en la consolidación de la CAN, a medida que intentamos avanzar en las negociaciones de un TLC con la UE “bloque a bloque”. En algún momento se debe ventilar abiertamente la opción de avanzar simplemente con los países que verdaderamente quieren tener pronto un TLC con la UE, donde suponemos que Colombia y Perú estarán a la vanguardia.

Apertura en América Latina y acuerdos comerciales vigentes

Terminado el siglo XX las exportaciones de América Latina al mundo representaron aproximadamente el 11% del total mundial. Lo contrario ocurrió en los países

asiáticos en donde las exportaciones representan aproximadamente el 45% del PIB, y donde la actividad económica ha venido registrando un alto dinamismo. De hecho, ni siquiera la severa crisis asiática de 1997 logró desacelerar el dinamismo de esta región.

El excesivo espíritu nacionalista en América Latina durante el siglo XX no permitió que las economías se abrieran adecuadamente al mercado internacional, por el contrario, las empresas nacionales que lograron desarrollarse lo hicieron apoyándose en el reducido mercado doméstico.

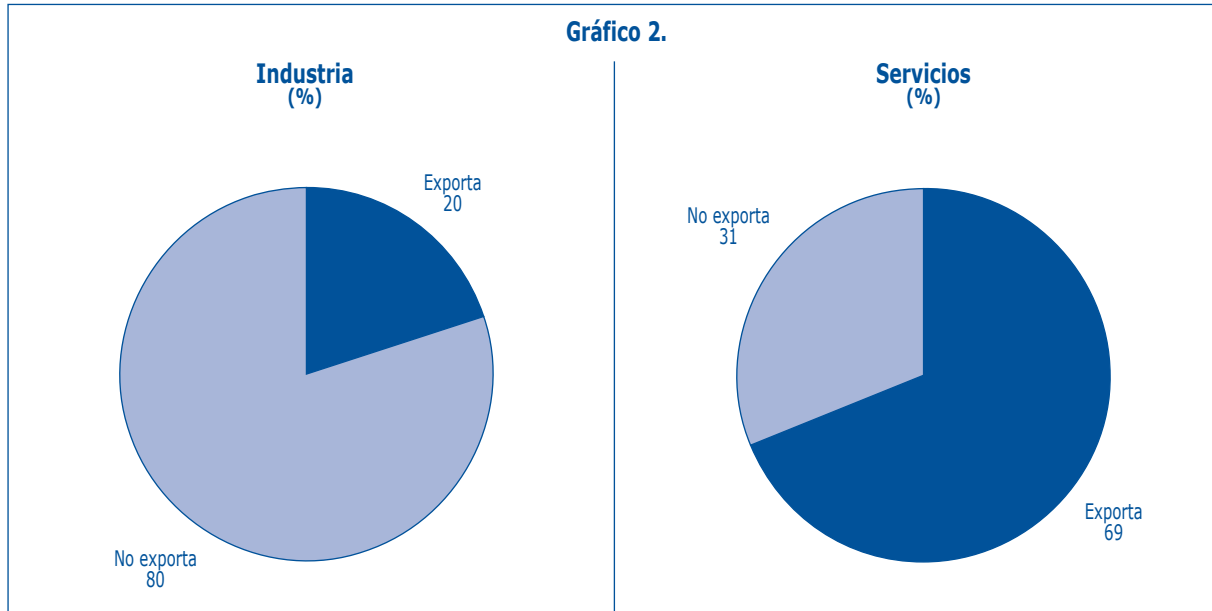
En el caso específico de la CAN, los indicadores de apertura se encuentran muy por debajo de lo registrado por Singapur, Irlanda, Malasia y Corea, en donde la relación exportaciones/PIB se encuentra en el rango 50%-200% y las exportaciones por habitante alcanzan entre los US\$10.000 a US\$50.000. Por ejemplo, en el caso de Ecuador la relación exportaciones/PIB está alrededor del 30%, en Perú alcanza el 21% y en Bolivia el 29%. Sorprendentemente la relación exportaciones/PIB en Colombia es la más baja entre los países andinos, mientras que la de Venezuela es la más alta (18% vs. 38%). Si bien el gobierno de Chávez ha adoptado una política de nacionalización de empresas y se ha concentrado en el desarrollo del mercado doméstico, la alta dependencia de este país en la industria petrolera hará que éste continúe registrando altos índices de apertura, pese a su ideologización.

Por otro lado, uno de los principales problemas que ha enfrentado la CAN desde su creación es la falta de crecimiento sostenido de la región y las altas presiones sectoriales que han prevalecido en la construcción de la política comercial. Las fragilidades comerciales son evidentes tanto en la baja diversificación, como en la productividad.

Curiosamente la mayor fragilidad en términos macroeconómicos la muestran los amigos de la revolución “bolivariana”. Por ejemplo, Ecuador ha descuidado sus inversiones en la industria petrolera, al igual que Venezuela. A pesar de los elevados precios del crudo, estas economías dan muestras de desaceleración económica en los últimos meses. Por otro lado, Bolivia y Venezuela enfrentan serias amenazas inflacionarias, el primero a niveles cercanos a 9% y el segundo a niveles de 20% anual.

Las Pymes y la apertura comercial externa

En Colombia sólo el 20% de las Pymes en el sector industrial tiene ventas externas, mientras que en el sector de servicios cerca del 31% exporta (Gran Encuesta Pyme, 2007-II, ver gráfico 2). Entre las Pymes del sector industrial que exportan sobresalen las de los subsectores de prendas de vestir (el 46% de las Pymes de este subsector exporta); muebles (45%); productos tex-



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

tiles (44%); cuero, calzado y marroquinería (43%), y minerales metálicos (39%), entre otros. Por otro lado, las Pymes de los subsectores de asesoramiento empresarial

(28%), actividades de arquitectura e ingeniería (20%) y hoteles y restaurantes (16%) sobresalen como Pymes exportadoras del sector de servicios (ver gráficos 3 y 4).



Fuente: Gran Encuesta Pyme, 2007-II.



Fuente: Gran Encuesta Pyme, 2007-II.

Dada esta caracterización, vale la pena analizar hacia dónde se dirigen dichos flujos comerciales de las Pymes y en qué mercados se encuentran concentrados sus principales compradores, para así determinar los posibles beneficios que podrían traer los nuevos acuerdos comerciales que se espera se concreten durante 2008.

En el caso del TLC con Estados Unidos, los principales beneficios generales para las empresas colombianas son: 1) reducción en el costo de materias primas, maquinaria y equipo; 2) mejoras en competitividad y modernización tecnológica; 3) ganancia en el mercado norteamericano frente a otros países competidores sin acceso preferencial a este mercado; 4) eliminación de la incertidumbre frente a la constante prórroga de las preferencias arancelarias ATPDEA y extensión a nuevas líneas de producción (como confecciones para el hogar, calzado de insumos sintéticos, entre otros); y 5) mejoras en los procesos de revisión sanitaria y fitosanitaria.

En el caso específico de las Pymes, los beneficios de la firma del TLC con Estados Unidos estarían relacionados con el acceso al mercado de compras públicas tanto a nivel federal como subfederal; una reserva asimétrica a favor de Colombia en contratos hasta por US\$125.000; revisión de los impactos del tratado; menores costos y tiempo en trámites de exportación; y desgravación inmediata para el 90% de las materias primas e insumos utilizados por las Pymes en los sectores de

metalmecánica, confección, artes gráficas y panadería.

Así las cosas, las Pymes colombianas han comenzado un proceso de creación de estrategias para enfrentar los retos; de hecho, aproximadamente el 60% de las Pymes y el 65% de las empresas grandes ya cuentan con una estrategia para contrarrestar los efectos negativos del TLC, como podrían ser los costos asociados a la reconversión de ciertos sectores.

En el caso del comercio entre Colombia y Venezuela, que en los últimos meses ha sido víctima de los ataques políticos del vecino país y cuyo futuro aún es incierto tras la salida de este país de la CAN, el riesgo que enfrentan las Pymes continúa creciendo. Entre enero y noviembre de 2007, Estados Unidos fue el líder de las ventas externas colombianas, de hecho el 34.8% de las exportaciones colombianas de este período se destinó hacia este mercado, seguidas de las de Venezuela (17%), Ecuador (4.3%) y China (2.8%). Sin embargo, un alto porcentaje de las exportaciones a Estados Unidos está concentrado en los combustibles (63.4%) y café, té y especies (6.0%), en donde las Pymes no juegan un papel central. Sin embargo, en las ventas externas colombianas hacia Venezuela, el sector Pyme tiene un importante peso. De este mercado, el 19.2% corresponde a exportaciones de vehículos, confecciones (14.8%), productos químicos (7.8%), alimentos y bebidas (6.3%) y papel y sus manufacturas (5.2%). Éstos concuer-

dan con los subsectores de mayor grado de apertura en el sector de la industria, antes mencionados.

En el caso del comercio exterior con Ecuador se observa un escenario similar. El 20% de las exportaciones colombianas hacia este país se genera en el subsector de los productos químicos, vehículos (12%), materias plásticas (11%), papel y sus manufacturas (10%), y alimentos y bebidas (9%). De esta forma, el escenario de las Pymes en el comercio exterior luce un poco vulnerable ante la ideologización “bolivariana” que ha “tocado” a los países vecinos. Frente a esta coyuntura deben tomarse dos acciones, una a escala institucional y otra empresarial. En el caso institucional hay que buscar formas para agilizar la agenda comercial de los tratados con la Unión Europea, Canadá, EFTA, Chile, Mercosur, Triángulo Norte, entre otros. En este sentido, ya se conoce que el Ministerio de Industria y Comercio está adelantando una estrategia comercial más agresiva con el fin de conquistar nuevos mercados.

En el ámbito empresarial, deben buscarse más canales públicos-privados que logren concretar una estrategia para enfrentar una eventual salida de Ecuador de la CAN y un acuerdo comercial que permita continuar accediendo el mercado venezolano una vez terminen los cinco años de transición de la salida de éste de la CAN. Para este propósito es importante construir puentes de información entre el sector público y privado, en donde Proexport viene haciendo una tarea importante, para así dar a conocer los

posibles nichos de mercado a los cuales las Pymes deben redirigir sus ventas externas. En este sentido se ha adelantado un proceso importante; aun así, según los empresarios, la falta de información continúa siendo una barrera para la inserción en los mercados internacionales.

Barreras a la internacionalización de las Pymes

Como se mencionó antes, la principal barrera de información consiste en la falta de conocimiento sobre los beneficios y posibilidades de exportar que traen los acuerdos comerciales. Si bien los sectores público y privado están adelantando importantes tareas de investigación, los resultados de ésta se maximizarían si se consolidara un canal de información público-privado que les permitiera avanzar a las Pymes de forma conjunta, en una especie de *cluster* que ofrece una serie de bienes y servicios, contrario al actual individualismo.

Relacionado con el tema de la información está la falta de conocimiento de *marketing* que enfrentan las Pymes. En general hay un vacío en el ámbito de las Pymes respecto a las estrategias de mercadeo con que se pueden enfrentar los nuevos mercados. Poco se conoce sobre los potenciales consumidores, como por ejemplo sus tendencias y preferencias de consumo, o su disponibilidad de gasto en ciertos productos.

En algunos casos es importante entender la cultura y necesidades del mercado con el fin de lograr una exitosa inserción. En este sentido, deben buscarse asesorías que les permitan a las Pymes conocer a fondo las tendencias y cultura del nuevo mercado al que se están enfrentando.

Es importante señalar que las Pymes deben pasar de ser simples proveedores de los exportadores a ser los mismos exportadores de sus productos. En este caso las ferias y exposiciones que se crean con el fin de internacionalizar las Pymes deben concentrarse en que los empresarios Pyme logren ser los principales exportadores de sus productos y servicios. Para esto hay que tener en cuenta también una agenda que flexibilice los procesos de exportación, los cuales han sido considerados como una de las principales barreras de exportación por parte de las Pymes.

Respecto a la flexibilidad y eficiencia de los procesos de exportación, el último reporte del Banco Mundial, “Doing Business in Colombia 2008”, concluyó que en general en Colombia un proceso de exportación requiere de 6 documentos, 24 días hábiles y tiene un costo promedio de US\$1.067. En China el costo promedio es de US\$309, aproximadamente una tercera parte del costo total en Colombia. Los resultados de este estudio demuestran que las ciudades en donde el proceso de exportación es más corto son Santa Marta, Barranquilla y Cartagena. Obtener la carta de crédito es el paso que requiere mayor tiempo, de hecho suma la tercera parte

del tiempo del proceso de exportación. Mientras que el transporte por tierra entre el punto de venta y el puerto es la principal causa de la variación en el total del costo de exportación entre ciudades.

Por último, el uso de tecnologías de información y comunicación también ha sido considerado una fuerte barrera de internacionalización y mejora en la competitividad de las Pymes. En este sentido, la capacitación de las Pymes en el uso de tecnología y la correcta asesoría podrían tener efectos positivos. Aun así, para algunas Pymes resulta demasiado costoso contratar un asesor y en algunos casos los vendedores de productos no son objetivos con las necesidades de los empresarios. De esta forma, se podrían buscar vías para que empresarios que hayan llevado a cabo un proceso tecnológico en sus empresas capaciten e instruyan a las nuevas Pymes.

Conclusiones

Pese a las diferencias existentes entre los miembros de la CAN, durante los años 1969-2002 se habían logrado avances importantes. Por ejemplo, se alcanzó a establecer un arancel único en 1993 y los sectores no tradicionales, con alta concentración de Pymes, lograron un importante posicionamiento en los mercados de Ecuador y Venezuela. Sin embargo, la politización de la discusión económica al interior de la CAN en el período 2003-2007 ha estancado dichos progresos eco-

nómicos. Los vaivenes de pertenencia de Venezuela poco han ayudado a consolidar la CAN como bloque, precisamente cuando más se necesitaba para establecer un TLC con la UE.

Entre tanto, Colombia debe expandir su agenda comercial hacia nuevos mercados que permitan a los empresarios Pyme compensar las posibles complicaciones que se podrían dar con algunos de sus principales compradores, como son Venezuela y Ecuador. Se conoce que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo viene adelantando una agenda comercial más agresiva con el fin de penetrar nuevos mercados.

Sin embargo, es de gran importancia construir un puente público-privado de in-

formación que le brinde a las Pymes un alto conocimiento de las posibles fuentes de negocio así como de los beneficios que traen estos acuerdos. Es importante que las Pymes reciban asesoría en el sector de *marketing* y tecnologías de información y comunicación con el fin de lograr una inserción exitosa en los nuevos mercados.

Por último, si bien el comercio bilateral entre Colombia y Venezuela ha sido víctima de constantes ataques políticos, es importante recordar que las preferencias de la CAN durarán unos cuatro años más, lo cual permitirá establecer un nuevo acuerdo comercial que permita continuar accediendo a este mercado. En otras palabras, las exportaciones colombianas hacia Venezuela continúan estando protegidas bajo la ley internacional.

Caracterización de las Pymes colombianas y sus gestores a la luz de los resultados de la Gran Encuesta Pyme

Carolina Gil*

Los aspectos vinculados a los marcos macro y microeconómico en los que estas firmas se insertan han ocupado tradicionalmente un lugar central en el debate acerca de los factores que inciden en el inicio, desarrollo, éxito o fracaso de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). No obstante, diversas escuelas de pensamiento le han otorgado igual importancia al papel del empresario y a las características de su gestión, las cuales, en buena medida, se encuentran determinadas por rasgos sociodemográficos.

En las firmas de menor tamaño los empresarios tienen una relación más directa

con las decisiones de producción, la incorporación de tecnología, la estructura de financiamiento, etc., que en las firmas grandes donde tales decisiones dependen de una estructura directiva. De ahí, la importancia particular de analizar las características personales de los integrantes del empresariado Pyme, aspectos sobre los cuales han existido serias deficiencias de información.

Los resultados de un módulo especial incluido en la cuarta medición de la Gran

*Investigadora de Anif.

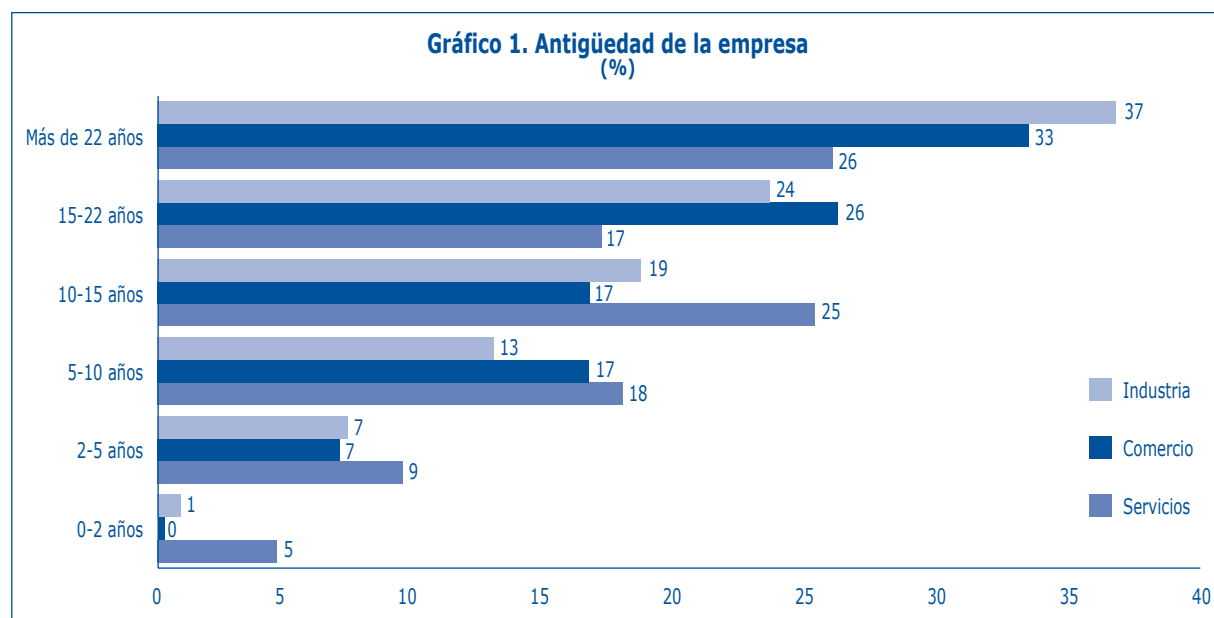
Encuesta Pyme (segundo semestre de 2007) liderada por Anif con el apoyo de la CAF, Bancoldex y el Banco de la República, que se presentarán en este artículo, permiten tener una aproximación confiable a las principales características tanto de las pequeñas y medianas empresas del país, como de quienes las administran.

Antigüedad de las Pymes

La antigüedad es una de las variables más importantes de caracterización empresarial. Según los resultados de un estudio realizado por Fundes en 2003 (sondeo entre 687 Pymes en las cinco principales ciudades de Colombia), cerca del 30% de las empresas fue catalogado como “tradicional” (con más de 22 años

de antigüedad) y el 22% como “maduro” (entre 15 y 22 años de antigüedad). Estos resultados indican que en 2003 más de la mitad de las Pymes del país estaba constituida por empresas consolidadas y con más de 15 años de experiencia en el negocio, lo cual puede llegar a ser contraintuitivo pues normalmente las Pymes se asocian a empresas jóvenes, sin mayor experiencia y en proceso de desarrollo. En dicho estudio, como empresas “jóvenes” (con menos de 6 años de antigüedad) se clasificó únicamente al 11% de las Pymes, mientras que “en proceso de consolidación” (entre 6 y 15 años de antigüedad) se ubicó el 36%.

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme realizada en septiembre de 2007, con una muestra de 1.559 Pymes de todo el país, muestran una total coincidencia



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

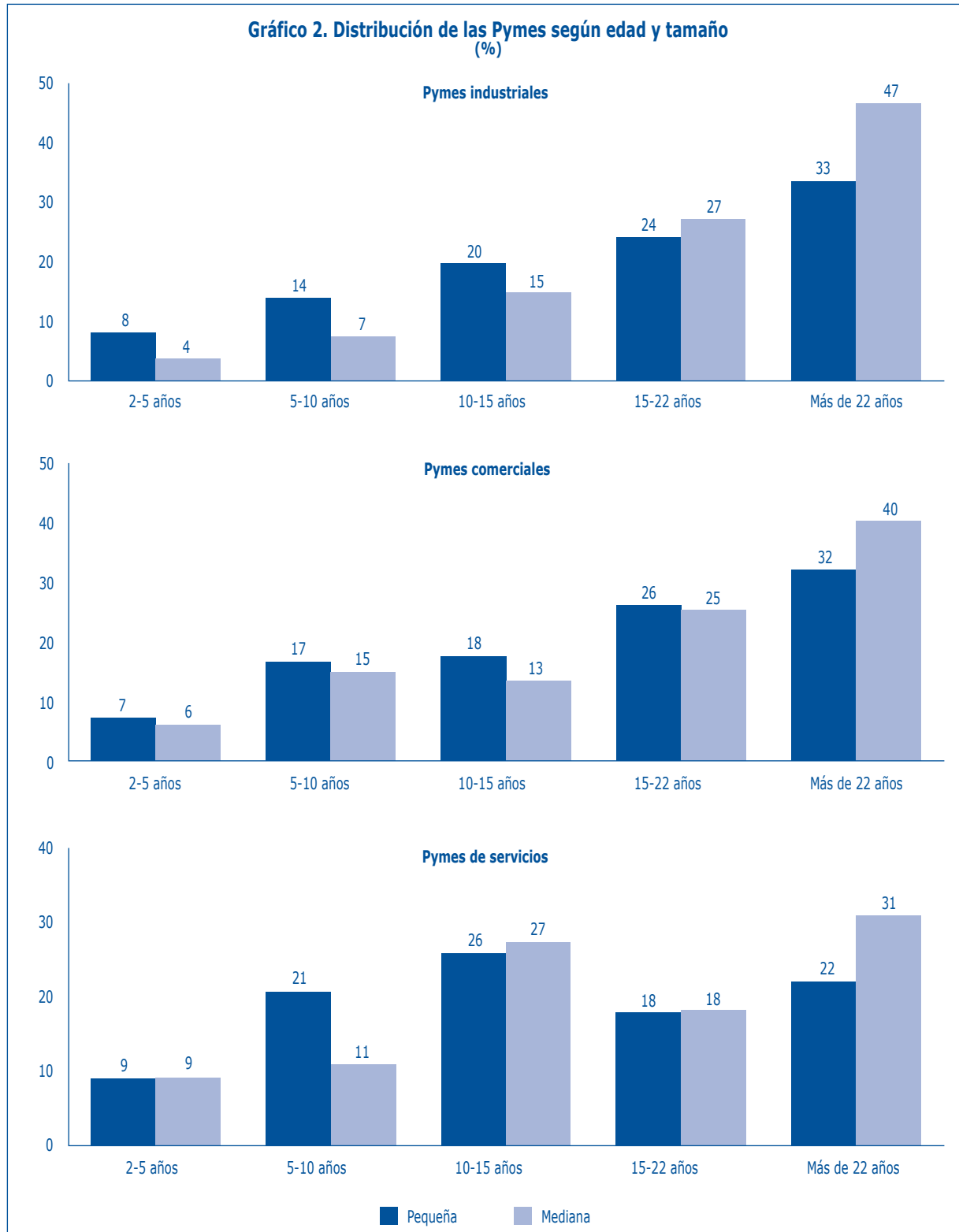
con los hallazgos de Fundes. La inclusión de Pymes de los sectores de industria, comercio y servicios en la Gran Encuesta Pyme permite hacer una caracterización más detallada. El 37% de las Pymes industriales, el 33% de las comerciales y el 26% de las de servicios tienen más de 22 años, es decir, son empresas “tradicionales”, siguiendo la clasificación propuesta por Fundes. Además, el 24%, el 26% y el 17% de las Pymes industriales, comerciales y de servicios, respectivamente, se clasifican como “maduras”, con lo cual se confirma que en Colombia una muy alta proporción (entre 43% y 61%, dependiendo del sector económico) de las pequeñas y medianas empresas corresponde a firmas consolidadas y con amplia experiencia en el negocio.

Resulta interesante el caso del sector servicios, en el cual las Pymes parecen ser más jóvenes que en los otros dos sectores (ver gráfico 1), pues mientras que el 43% de éstas tiene entre 5 y 15 años, en comercio este porcentaje se reduce a 34% y en industria llega a 32%. Así mismo, la proporción de Pymes de servicios en los rangos de antigüedad inferiores (de 0 a 5 años) supera la de los otros sectores. Al desagregar este resultado por subsectores, se encuentra que las Pymes dedicadas al asesoramiento empresarial y a la informática son las empresas más jóvenes dentro de la agrupación de servicios. Por otro lado, dentro de las Pymes industriales, que parecen ser las más consolidadas, sobresalen las dedicadas a la producción de maquinaria y equipo, pues cerca del 90% de ellas

tiene más de 15 años de antigüedad. En el sector comercio, se destacan las Pymes de la rama de artículos de uso doméstico como las más antiguas, mientras que las dedicadas a la venta de prendas de vestir son las más jóvenes.

La madurez de las Pymes colombianas revelada por la Gran Encuesta Pyme se encuentra en línea con el argumento de que una vez las firmas logran superar su primera etapa de desarrollo (entre los 2 y 5 primeros años), existe una alta probabilidad de que puedan mantenerse por muchos años en el mercado, aunque cabe mencionar que la gran mayoría de las empresas desaparece en los primeros años. En efecto, las estadísticas en un gran número de países sugieren una elevada mortalidad de las empresas de nueva creación (generalmente microempresas); por ejemplo, en España más del 70% de los negocios no llega al cuarto año de vida, en México el 75% de las nuevas empresas cierra sus operaciones después de dos años en el mercado, en Argentina menos del 10% llega al quinto año, e incluso en Estados Unidos más de un 30% no llega al tercer año. Según la Cepal, en los países en desarrollo entre un 50% y un 75% de las nuevas empresas deja de existir durante los primeros tres años.

Aunque no se dispone de información confiable acerca de las microempresas, en general se asocian a empresas jóvenes. Normalmente se cree que entre la antigüedad y el tamaño de las firmas existe una relación positiva, sin embargo, a la luz de los resultados de la Gran Encuesta Pyme



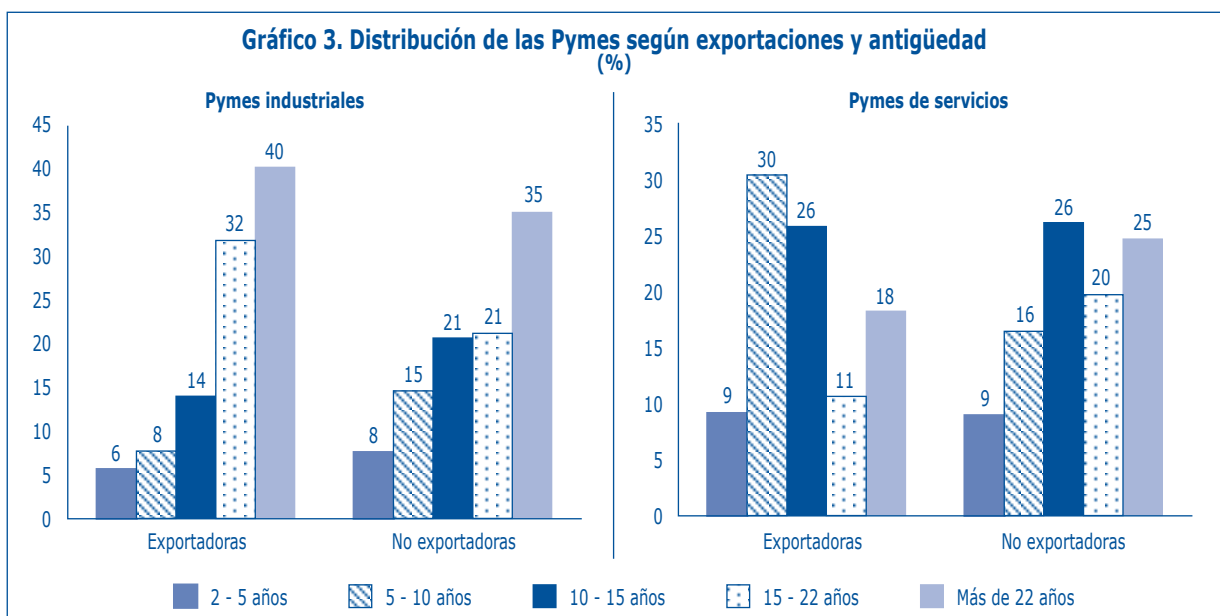
Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

desagregados entre pequeñas y medianas empresas, dicha relación no es muy clara (ver gráfico 2), con excepción del sector industrial en donde efectivamente las medianas empresas se concentran en los rangos de mayor antigüedad.

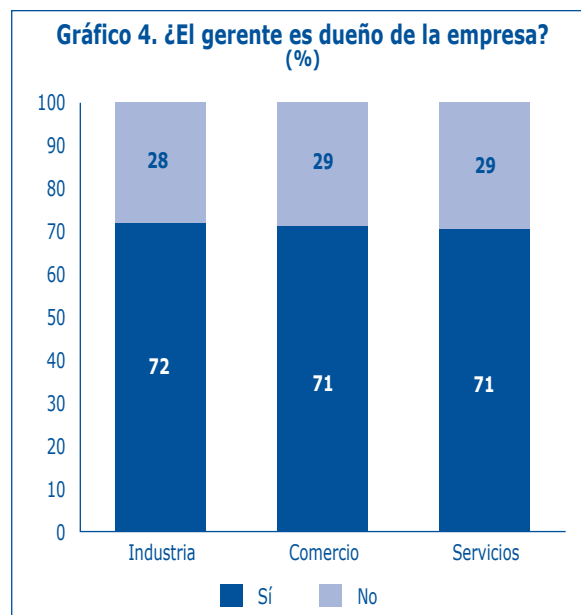
De otro lado, generalmente se presume que la antigüedad de las empresas determina sus posibilidades de lanzarse a los mercados internacionales, es decir que son las empresas más antiguas las que realizan exportaciones de sus productos o servicios. Sin embargo, los resultados de la Gran Encuesta Pyme no respaldan del todo dicha afirmación, puesto que si bien dentro de las Pymes exportadoras de industria el 40% corresponde a empresas “tradicionales”, en el sector servicios el porcentaje más alto según los rangos de antigüedad se refiere a empresas entre 5 y 10 años de actividad (ver gráfico 3).

Perfil del empresario Pyme

Hambrick y Manson (1984) establecieron que las características demográficas de los directivos orientaban su forma de razonar y la manera de interpretar la realidad que rodea la empresa. Según este enfoque, conocido como *Upper Echelons*, la estrategia empresarial se encuentra condicionada por las características demográficas de los gestores de las firmas. Si bien los empresarios son individuos racionales que persiguen fines comunes como el éxito de la empresa o la maximización de sus ganancias, sus comportamientos están influenciados no sólo por el marco macroeconómico en el que inscriben su gestión o por el contexto sociopolítico, sino también por las características personales directamente vinculadas a su capacidad para asumir riesgos y formular estrategias.



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

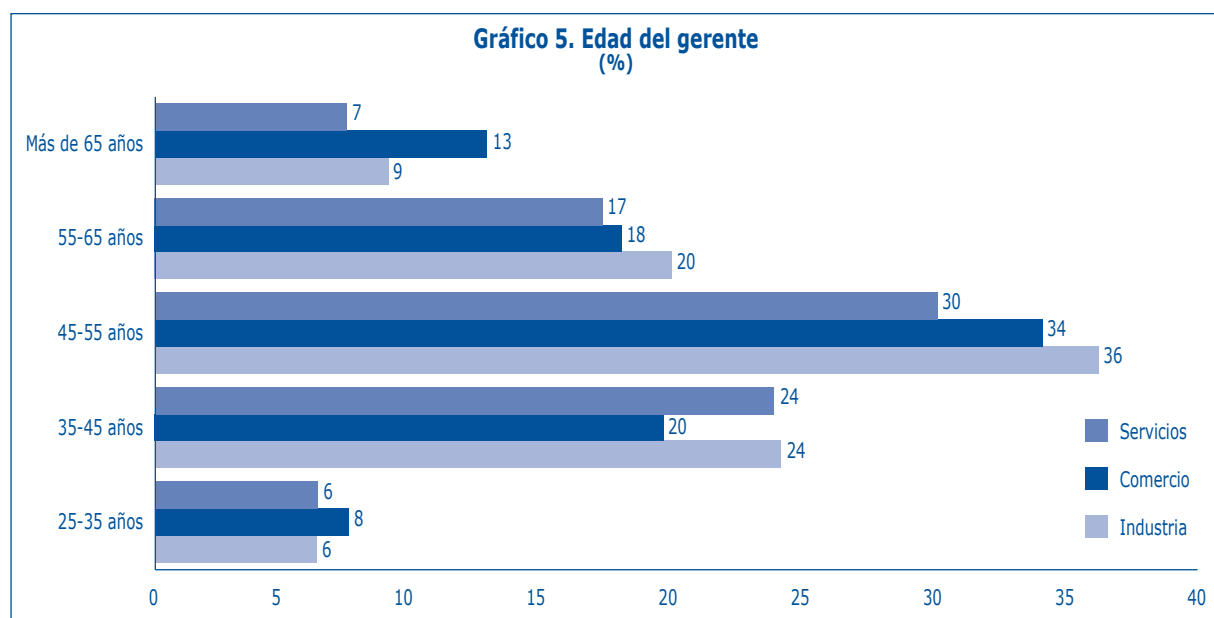


Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

En la Gran Encuesta Pyme se indagó por algunas de las más importantes características personales de los empresarios Pyme: edad, género y nivel educativo. Así mismo, los resultados de esta encuesta permiten es-

tablecer con mayor certeza la relación entre propiedad y administración al interior de las Pymes, que normalmente se considera muy estrecha. En el gráfico 4 se muestra que, efectivamente, en el 70% de las Pymes (de todos los sectores económicos) los propietarios de las empresas son quienes se ocupan de dirigir las, lo cual podría estar relacionado con el carácter familiar de muchas de ellas. Cabe recordar que en una medición anterior de la Gran Encuesta Pyme (segundo semestre de 2006) los resultados mostraron que el 67% de las Pymes de servicios, el 80% de las industriales y el 81% de las comerciales son empresas familiares.

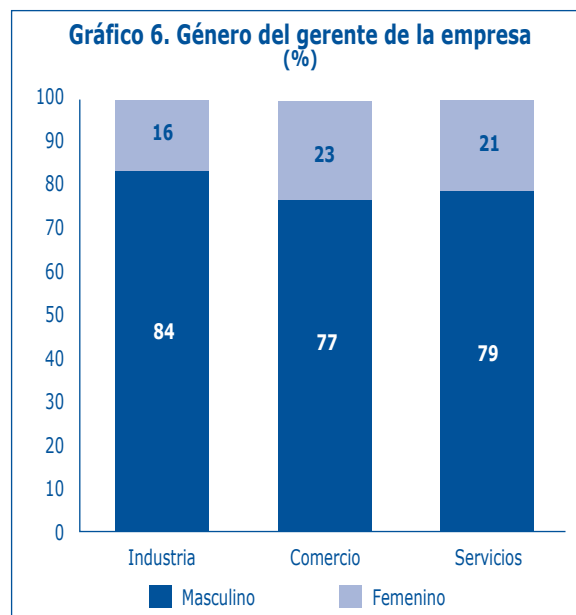
Algunos analistas afirman que en las empresas manejadas por sus dueños (como ocurre en la mayoría de las Pymes) la dinámica de crecimiento está determinada en menor medida por los factores externos que por los factores internos (actitudes y capacitación de los empresarios).



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

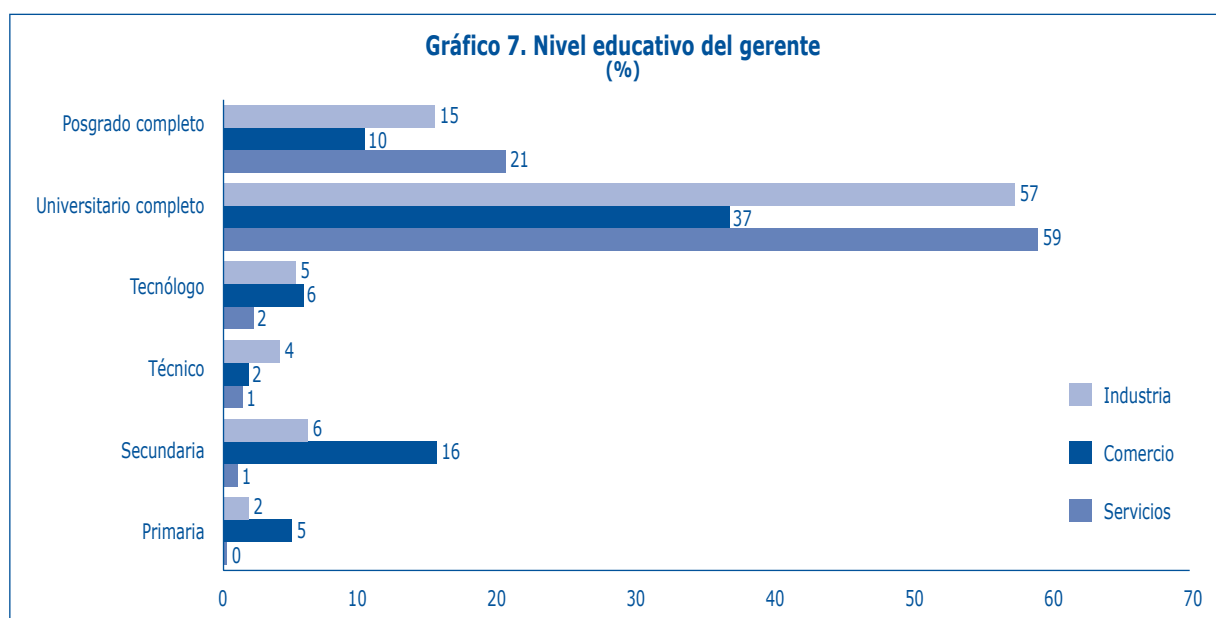
Con respecto a la edad de los gerentes de las empresas entrevistadas, los resultados muestran que alrededor del 30% de ellos tiene entre 45 y 55 años (ver gráfico 5). Así mismo, una proporción importante de los gerentes de estas Pymes (entre el 20% y el 30%, dependiendo del sector) se ubicó en los rangos de edad superiores, es decir de 55 años en adelante. Si bien a primera vista lo anterior genera alguna sorpresa pues comúnmente se asocia a los empresarios con emprendedores jóvenes, queda claro que a diferencia de las microempresas, en el caso de las pequeñas y medianas firmas sus gestores son mayoritariamente personas maduras, cuya edad guarda correspondencia con la antigüedad de la empresa.

De otro lado, en cuanto al género de los gerentes, el gráfico 6 muestra cómo en su gran mayoría (entre el 77% y el 84%, dependiendo del sector) las Pymes son dirigidas por hombres. La participación de



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

las mujeres es baja y en el caso del sector industrial llega a ser incluso inferior a 20%. Lo anterior no sólo está en línea con algunos estudios internacionales según los cuales la probabilidad de que las mujeres



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

se involucren en autoempleos y actividades de emprendimiento es menor que la de los hombres, sino que también es un reflejo de las características del mercado laboral colombiano.

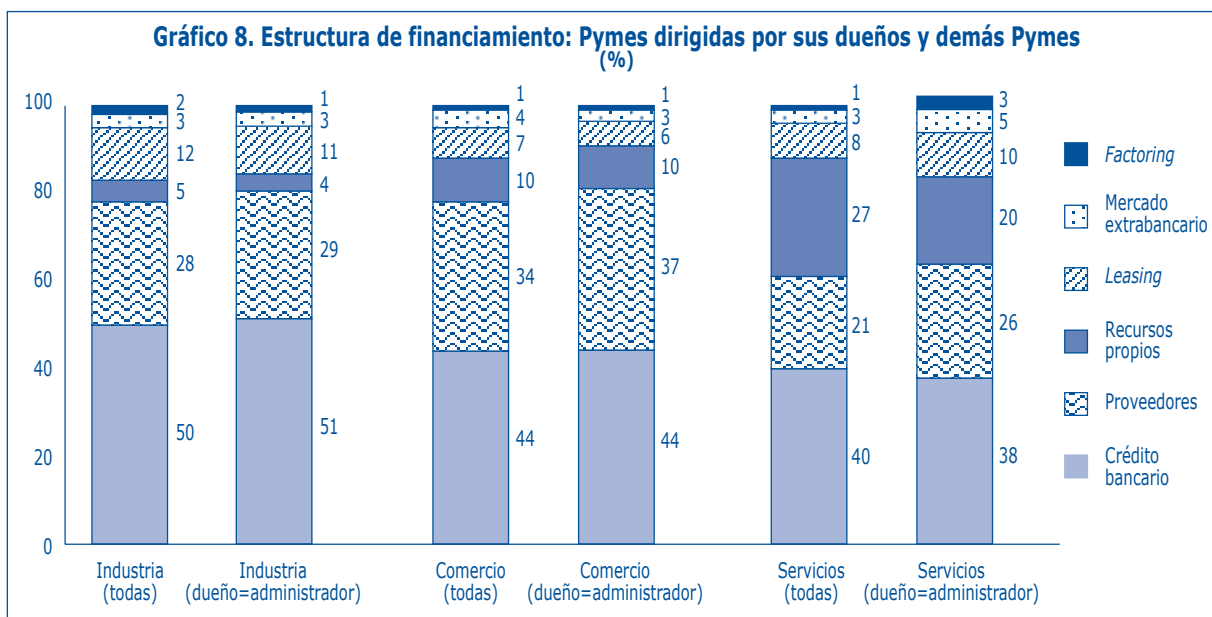
Con respecto al nivel educativo, los resultados de la Gran Encuesta Pyme desvirtúan la creencia popular de que la administración de los empresarios Pyme (que como se mencionó son en su gran mayoría dueños y gerentes) es empírica, pues éstos carecen de formación académica a nivel universitario y de posgrado. Como se observa en el gráfico 7, el 57% de los gerentes de Pymes industriales y el 59% de Pymes de servicios tienen educación universitaria completa. En el caso del comercio, el 37% de los empresarios completó sus estudios universitarios, lo cual podría estar de alguna manera relacionado con la naturaleza de esta actividad que para algunos implica menor agregación de valor. Más interesante aún es encontrar que el 21% de los empresarios Pyme del sector servicios y el 15% del sector industrial han completado posgrados.

La capacidad y los conocimientos de los empresarios son determinantes en el desarrollo de la empresa. Tradicionalmente se ha asociado al empresario con una persona sin una amplia formación académica pero sí dotado de una importante experiencia que suple esa carencia; sin embargo, según los resultados de la Encuesta, en Colombia el empresariado Pyme está conformado en buena medida por profesionales, que además tienen amplia experiencia.

Características empresariales y decisiones de financiamiento

Algunos autores han resaltado la importancia de los factores gerenciales en las decisiones de financiamiento de las empresas, especialmente en las Pymes y las empresas familiares en general. En estos casos, donde el propietario es generalmente el administrador, la actitud de éste frente al control del negocio determina en alguna medida las fuentes de financiación a las que recurren. Aquellos empresarios con preferencia por la independencia probablemente utilizarán con mayor énfasis las utilidades retenidas y los aportes de socios, tendencia que al parecer se acentúa con la edad del administrador. Se ha formulado la hipótesis de que los dueños-administradores de empresas familiares tienen mayor aversión al riesgo de perder el control de las mismas, debido a que toda (o una parte muy importante) su riqueza y capital humano se encuentran allí invertidos y sus posibilidades de diversificar son limitadas. Bajo este planteamiento, se esperaría entonces que los dueños-administradores de Pymes tengan menor propensión a utilizar instrumentos de financiación externos como préstamos bancarios, emisión de papeles o involucrarse con fondos de capital de riesgo.

Sin embargo, al hacer este análisis con los resultados obtenidos de la Gran Encuesta Pyme, se encuentra que no existen diferencias significativas entre la estructura de financia-



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2007-II.

miento de las Pymes en las cuales el gerente es propietario y las demás empresas. El gráfico 8 muestra cómo en cada uno de los tres macrosectores incluidos en la encuesta el crédito bancario es la principal fuente de recursos, sin importar la diferenciación que exista entre propiedad y gestión al interior de las Pymes; así mismo, parece que la decisión de utilizar financiación interna (recursos propios: reinversión de utilidades y aportes de socios) no se ve afectada en gran medida por la estructura de propiedad-dirección de la empresa.

De otro lado, en algunos estudios internacionales se ha asociado el grado de profesionalización del administrador de la empresa con la diversificación en las fuentes de financiamiento; sin embargo, al igual que en el caso anterior, los resultados de la Gran Encuesta Pyme no parecen respaldar esta hipótesis pues al comparar las fuentes de financiamiento utilizadas por las Pymes cuyos

gerentes tienen educación superior (universitaria y posgrado) contra las de aquellas Pymes cuyos gerentes llegaron máximo a la secundaria completa, no se evidencian diferencias importantes.

Por último, en algunos estudios se ha intentado relacionar la edad del administrador con la utilización de crédito bancario. No obstante, alrededor de este tema no hay consenso en la literatura pues mientras que en unos ejercicios se ha encontrado una relación positiva entre estas dos variables, en otros o no se encuentra ninguna relación o ésta ha llegado a ser negativa. Dado que al segmentar los resultados de la Gran Encuesta Pyme por rangos de edad se pierde confiabilidad estadística, se consideró conveniente no hacer inferencia a este nivel de detalle y simplemente mencionar las divergencias en los resultados hallados en otras investigaciones.

Conclusiones

La caracterización del empresariado Pyme es un tema de profunda relevancia tanto analítica como práctica; sin embargo, las deficiencias de información completa y confiable han dificultado su profundización. La antigüedad y estructura de propiedad de la empresa, así como el tipo de educación recibida, la edad y el género de su administrador son factores de alta incidencia en el desarrollo de las pequeñas y medianas firmas. Los resultados de la Gran Encuesta

Pyme (segundo semestre de 2007) constituyen una primera aproximación a este tema en Colombia. En cuanto al tema de la escasa diferenciación entre la propiedad y la gestión en las Pymes, los resultados de este ejercicio confirman que en aproximadamente el 70% de las empresas el administrador es también propietario. Con respecto al perfil de los empresarios, el aporte de la encuesta es valioso, pues en contravía de algunos de los paradigmas más comunes, encuentra que los empresarios Pyme son personas de edad adulta (no jóvenes emprendedores) y con una buena formación académica (no empíricos).