

REVISTA

Bogotá. D.C. Colombia, enero 2015 • Edición 48

COYUNTURA

Pyme



Centro de
Estudios
Económicos

Col. \$12.000

ISSN No. 2011-9755



7 709990 642735

REVISTA COYUNTURA *Pyme* EDICIÓN 48 • ENERO DE 2015



Comercio exterior

Oportunidades de negocio para las Pymes

www.anif.co

ISSN No. 2011-9755

Coyuntura Pyme
es una publicación de la
Asociación Nacional
de Instituciones Financieras



Calle 70 A No.7-86
Teléfonos: 543 3055-310 2041
310 2752-310 3868
Línea gratuita: 01 800 0119907
Fax: 235 5947-312 4550-755 0076
Correo electrónico: anif@anif.org
www.anif.co

Director · Sergio Clavijo
Subdirector · Alejandro Vera
Secretaria General · Helena Hidalgo
Investigador Jefe · David Malagón
Investigadores · Álvaro Parga
y Daniela Maldonado
Asistentes de investigación ·
Andrea Ríos y Camila Ortiz

Diseño y diagramación · Tatiana Herrera
Editores · Ximena Fidalgo
Impresión · Prensa Moderna

**Departamento Comercial
y de Mercadeo
Publimarch**
María Inés Vanegas
Gerente Comercial y de Mercadeo
E-mail: mivanegas@anif.com.co
comercial@anif.com.co
Celular: 310 561 71 97
Teléfonos: (051) 312 45 03
(051) 310 15 00 ext. 122-113

Tiene carácter confidencial y exclusivo.
Puede ser utilizada sin restricciones
por los abonados a los estudios de
Mercados Pyme.

Se prohíbe su reproducción con fines de
publicación o divulgación a terceros.

Secciones

Editorial

3 | Dinámica de los plazos de financiación
en el segmento Pyme: 2006-2013

Actualidad Pyme

- 6 | Comercio exterior al interior del segmento Pyme:
Diagnóstico, perspectivas y oportunidades
Daniela Maldonado
- 14 | La Política Comercial también juega un papel crucial en
la competitividad del país
Marco A. Llinás Vargas y Clara P. Martín Castro
- 24 | La participación en cadenas de producción global:
Una oportunidad para las Pymes del sector servicios
en Colombia
Carmen Astrid Romero Baquero
- 33 | El ingreso de Colombia a la OCDE
¿Para dónde vamos? ¿En qué vamos?
Nicolás Palau
- 40 | Proclividad del empleo en el segmento Pyme 2006-2014
Álvaro Parga

Coyuntura Sectorial

- 49 | Sector industrial: Dinámica reciente y situación externa
- 52 | Desempeño reciente y perspectivas del comercio
al por menor
- 54 | El PIB-real de los servicios financieros y empresariales:
Resultados enero-septiembre de 2014
- 56 | Evolución reciente de la cadena de la moda
- 58 | Resultados del *Doing Business* en Colombia

Notas Prácticas

- 60 | Bancóldex ofrece créditos por \$4.000
millones para las Mipymes de Caquetá
- 61 | Gobierno lanza Política Industrial
para el Desarrollo Productivo 2014-2018

Separata Especial EAN

La aplicación del Modelo de Modernización para la Gestión
de Organizaciones en una pequeña empresa

La Gerencia de Proyectos en Pymes que funcionan por
proyectos. Análisis de contexto en la ciudad de Bogotá

Emprendimiento Pyme

- 62 | Concurso Ventures 2014 premia a sus ganadores
- 63 | Cierra INNpulsas MassChallenge 2014 e
inician preparaciones para el año 2015

Entrevista Pyme

- 64 | María Claudia Lacouture
Presidenta de Procolombia

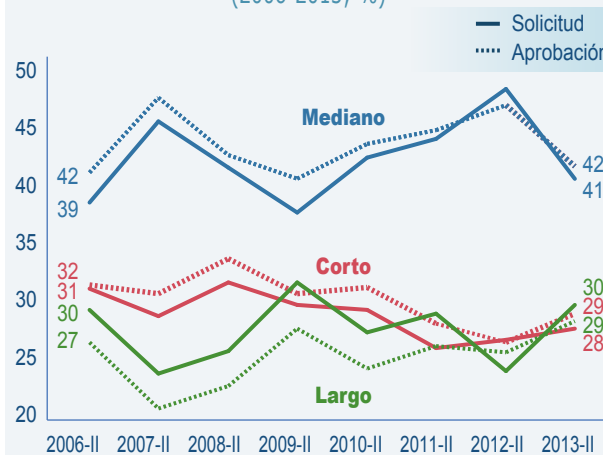
Dinámica de los plazos de financiación en el segmento Pyme: 2006-2013

Según la Gran Encuesta Pyme (GEP) Anif, menos de un 50% de las Pymes colombianas accedió al crédito bancario a lo largo del período 2006-2013, dando indicios de restricción crediticia en este segmento empresarial (ver *Comentario Económico del Día* 10 de febrero de 2014). A pesar del bajo acceso, los niveles de aprobación de los créditos solicitados por este tipo de empresas han alcanzado registros superiores al 90% en dicho lapso, sugiriendo que la gran mayoría de empresas que se acerca al sector financiero cuenta con condiciones adecuadas para obtener financiación formal.

Teniendo en cuenta lo anterior, vale la pena analizar cuáles son las características de estos créditos otorgados por el sector financiero. Para ello, en esta ocasión nos centraremos en evaluar a qué plazo han sido solicitados y otorgados los créditos, estableciendo comparaciones entre los resultados de cada uno de los tres macrosectores incluidos en la medición de la GEP.

En el caso de las Pymes manufactureras, un 39% de los plazos solicitados en los créditos era a mediano plazo, un 31% pidió a corto plazo y un 30% a largo plazo en 2006-II. Dicha tendencia no pareció evidenciar modificaciones significativas a lo largo de 2006-2013, pues dichas cifras ascendieron al 41%, el 28% y el 30%, respectivamente, al corte de 2013-II, mostrando variaciones inferiores a 3 puntos porcentuales (pp), ver gráfico 1.

Gráfico 1. Plazos de solicitud y aprobación de los créditos bancarios en las Pymes industriales (2006-2013; %)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2007-I – 2014-I.

En lo referente a la aprobación de los créditos, se dio una dinámica muy similar en el sector industrial. En efecto, un 42% de las solicitudes fue aprobado a mediano plazo, un 32% a corto plazo y un 27% a largo plazo en 2006-II. Por su parte, este registro fue igual para el mediano plazo y alcanzó el 29% para el corto y el largo plazo en 2013-II. Así, se puede concluir

que las Pymes industriales buscaron acceder en su gran mayoría a préstamos de mediana extensión. Asimismo, las necesidades en el plazo del financiamiento de las firmas coincidieron casi de manera perfecta con las preferencias del sector financiero al momento de otorgarlos, lo que refleja una sincronización entre el sector real y el financiero.

En el caso de las Pymes comerciales se encontró una condición bastante similar a la observada en el sector manufacturero, pues un 48% de los créditos solicitados fue de mediano plazo en 2006-II, dato cercano al 44% de 2013-II. Donde sí se dieron cambios en las preferencias de los empresarios fue en las solicitudes de corto plazo, las cuales saltaron del 22% en el segundo semestre de 2006 al 35% en

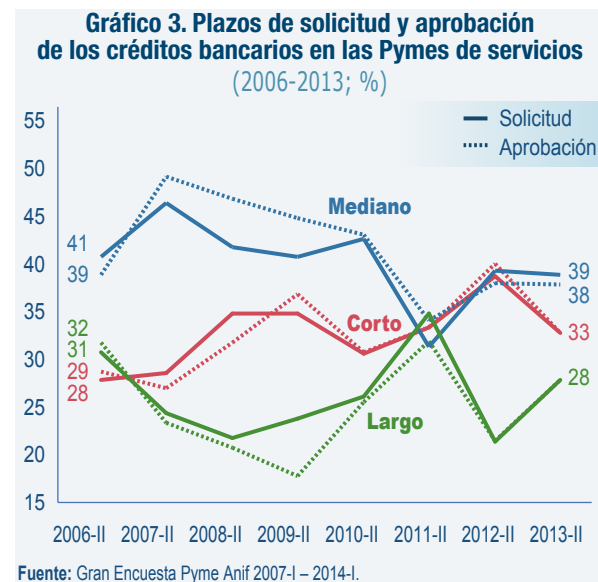
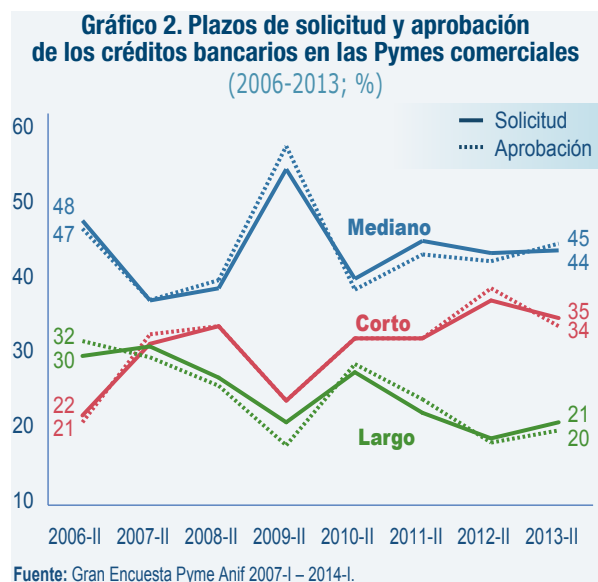
“ Las necesidades en el plazo del financiamiento de las firmas coincidieron casi de manera perfecta con las preferencias del sector financiero al momento de otorgarlos, lo que refleja una sincronización entre el sector real y el financiero. ”

el mismo período de 2013, lo que representa un aumento de 13pp. Ello se generó a costa de una menor solicitud de financiamiento a largo plazo, el cual cayó 9pp durante dicho lapso (ver gráfico 2).

Estas solicitudes contaron con una dinámica similar en materia de aprobación. En efecto, un 47% de los créditos aprobados

para las Pymes comerciales eran de mediano plazo, un 32% de largo plazo y solo un 21% eran de corta duración en 2006-II. Dichos valores fueron del 45%, el 20% y el 34%, cada uno, durante 2013-II, lo que evidencia el crecimiento del corto plazo en detrimento de la financiación a un horizonte más largo. Esto puede ser congruente con el hecho de que las Pymes comerciales manifestaron en la última medición de la GEP que su principal problema era la rotación de cartera (un 33% de los entrevistados), condición que explicaría esta trayectoria creciente de las solicitudes y aprobaciones de créditos cortoplacistas.

Entre tanto, en las Pymes de servicios se encontró una situación muy parecida a la de los otros dos



macrosectores. El crédito de mediano plazo fue el que mantuvo el liderazgo entre las solicitudes (41% en 2006-II vs. 39% en 2013-II); seguido por el crédito de corto plazo (28% en 2006-II vs. 33% en 2013-II) y en último lugar por las solicitudes largoplacistas (31% en 2006-II vs. 28% en 2013-II). Cabe destacar que similar a lo ocurrido en las Pymes comerciales, se observó un repunte, aunque de menor magnitud, en la solicitud de financiación a corto plazo (5pp) durante 2006-2013 (ver gráfico 3).

Finalmente, al evaluar el plazo de las aprobaciones de crédito, los resultados fueron congruentes con lo encontrado para las solicitudes de las firmas de servicios. El crédito a mediano plazo fue el más aprobado y su proporción solo cayó en 1pp entre 2006-II y 2013-II (del 39% al 38%). Por su parte, durante dicho período hubo un ligero repunte en el porcentaje de los créditos aprobados a corto plazo (4pp) y una caída en la misma magnitud de los de larga vida.

En síntesis, las cifras analizadas y derivadas de la GEP muestran que no existen diferencias notorias entre los plazos de financiamiento que obtienen cada uno de los tres macrosectores analizados. De hecho, los empresarios parecen priorizar, independientemente de su sector económico, los créditos a mediano plazo de manera estructural, sin mostrar cambios significativos en estas preferencias a lo largo de 2006-2013. Ahora, las Pymes comerciales también procuraron favorecer la financiación a corto plazo recientemente, particularmente durante 2012-2013, dados los problemas de rotación de cartera que han experimentado en los últimos años, tendencia que se dio a costa de un menor acceso a créditos de larga extensión.

Así, los créditos a largo plazo son los menos solicitados y aprobados para este segmento empresarial y esto se puede explicar por las necesidades de recursos que enfrentan a corto plazo este tipo de empresarios, derivadas de sus restricciones en materia de liquidez. En efecto, históricamente las Pymes han solicitado recursos más para el corto plazo (capital de trabajo en más de un 60% de los casos en los últimos ocho años) y mucho menos para necesidades de largo plazo (remodelaciones, adecuaciones y compra de maquinaria con solo un 10%-15% de las respuestas entre 2006 y 2013). ■

FERIAS DE SERVICIOS EMPRESARIALES

DIRIGIDAS AL SEGMENTO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
■ CALI ■ MEDELLÍN ■ BOGOTÁ ■ PEREIRA ■ BARRANQUILLA

2015

Objetivo: Presentar en un solo espacio las mejores herramientas y servicios disponibles para que las pequeñas y medianas empresas mejoren el desarrollo de su actividad económica.

Consulte patrocinios de Ferias en
www.anif.co

A. ABRIL 8

Barranquilla (Hotel Dann Carlton)

B. ABRIL 21

Medellín (Plaza Mayor)

C. MAYO 6

Cali (Hotel Dann Carlton)

D. AGOSTO 26

Bogotá (El Cubo)

E. SEPTIEMBRE 23

Pereira (Movich Hotel Pereira)

INFORMES

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DE MERCADEO

María Inés Vanegas · Gerente de Comercial y Mercadeo

Correo: mivanegas@anif.com.co

Teléfonos: (051) 307 3295 Celular: 310 561 7197

Bogotá - Colombia



Comercio exterior al interior del segmento Pyme:

Diagnóstico, perspectivas y oportunidades



Por: Daniela Maldonado*

En el marco de la firma de diferentes tratados comerciales y de la entrada de Colombia a la OECD, la pregunta por la competitividad y las oportunidades de comercio exterior de las Pymes resulta cada vez más relevante. En términos de competitividad y facilidad para hacer negocios, el informe *Doing Business* del Banco Mundial ubicó a Colombia en el puesto 34 entre 189 países del ranking mundial (usando cifras a junio de 2014). Esta es una posición satisfactoria para Colombia, pues ocupó el primer lugar en el ranking regional, seguido por Perú (35) y México (39) (ver Anif, 2014a).

La construcción de este índice del Banco Mundial considera diez áreas normativas, entre las cuales se encuentra un área dedicada a la facilidad para comercializar productos y servicios a través de las fronteras del país. Esta área

impulsa la escalada en puestos de Colombia en el ranking, ya que, aunque la mejora es leve (Colombia pasó del puesto 95 en 2014 al puesto 93 en 2015), es una de las cuatro áreas en las que mejora el país (ver Banco Mundial, 2014).

Aunque los resultados que muestra el *Doing Business* 2015 resultan alentadores en materia normativa, los resultados de la última medición de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif muestran que la actividad exportadora de las Pymes no pa-

*Investigadora Anif. E-mail: dmaldonado@anif.com.co



rece responder a estas mejoras normativas. Para el caso de los empresarios de los sectores de industria y servicios, la proporción de empresas exportadoras se redujo en el primer semestre de 2014. El porcentaje de empresarios industriales que reportaron no exportar pasó del 74.6% durante el primer semestre de 2013 al 75% en el primer semestre de 2014.

Por su parte, la proporción de empresarios del sector de servicios que reportaron no exportar pasó del 92.8% en 2013-I al 96.4% en 2014-I.

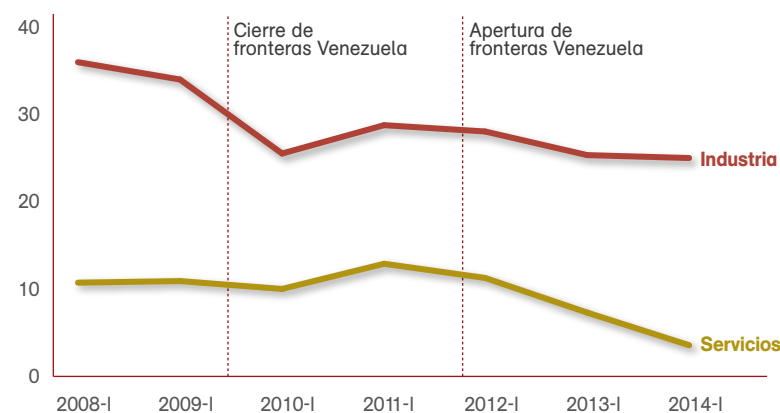
Como veremos, aunque en el país se empiezan a ver mejoras a nivel normativo en mate-

ria de comercio exterior, aún existen obstáculos para que los empresarios del segmento empresarial de las pequeñas y medianas empresas asuman una postura enfocada en aprovechar las ventajas derivadas de los acuerdos comerciales internacionales. A continuación se presenta un análisis de la dinámica exportadora del sector Pyme, las perspectivas asociadas a este y la posición relativa del país en materia de facilidad para practicar comercio transfronterizo. Para esto se toman los últimos resultados de la GEP y del informe *Doing Business* 2015.

Evolución histórica del comportamiento exportador del segmento Pyme

Como lo muestra el gráfico 1, históricamente las Pymes no se han caracterizado por ser un segmento empresarial exportador. Aun así, a nivel sectorial se puede ver que las Pymes del sector industrial han sido más dadas a exportar que las Pymes del sector de servicios. Históricamente, en promedio, desde el primer semestre de 2008, el 29% de las Pymes industriales ha exportado, mientras que este porcentaje solo alcanza el 9.5% en el caso de las Pymes del sector servicios.

Gráfico 1.
Porcentaje de Pymes de los sectores de industria y servicios que exportan (%; 2008-I a 2014-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

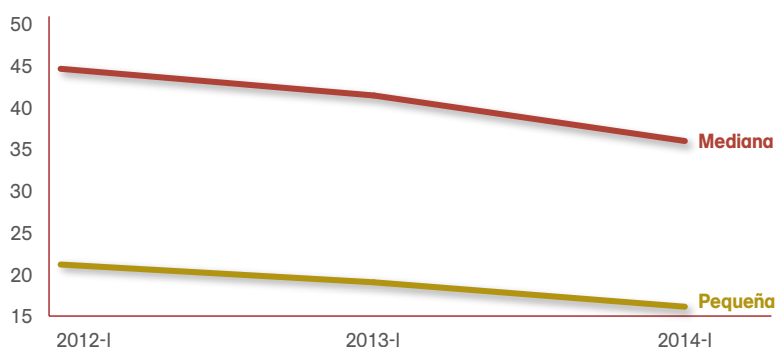
Pymes industriales

El comportamiento de las exportaciones del sector industrial ha mostrado una importante desaceleración entre el primer semestre de 2008 y el mismo semestre del año 2014. Así, en 2008-I la proporción de empresarios industriales del segmento Pyme que reportaron exportar durante ese período alcanzó el 36%, mientras que esta proporción ascendió solo al 25% en 2014-I. Esta desaceleración se debe a: i) la crisis comercial con Venezuela; ii) los sobrecostos de transporte (hasta del 16%) ante la carencia de una infraestructura multimodal eficiente; y iii) los sobrecostos laborales que, aunque se redujeron por mandato de la Ley 1607 de 2012, alcanzan hasta el 46% del salario (ver Anif, 2014b).

El gráfico 2 muestra el comportamiento de las exportaciones por tamaño empresarial para el sector industrial para el período 2012-I a 2014-I. Allí se observa que, en línea con los resultados que muestra el gráfico 1, el porcentaje de firmas exportadoras tanto de pequeñas como de medianas empresas cae. Aquí es interesante ver que el porcentaje de empresas medianas que exportan es más alto que el porcentaje de pequeñas empresas para el período 2012-I a 2014-I. En promedio, el 18.8% de las pequeñas empresas exporta, mientras que esta proporción es del 40.7% para las medianas empresas. Esta diferencia muestra que la mediana empresa ha estado mucho

Gráfico 2.

Pymes industriales que exportan por tamaño empresarial (%; 2012-I a 2014-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

“La mediana empresa ha estado mucho más enfocada hacia la actividad exportadora que la pequeña empresa, lo cual es consistente con las expectativas que tienen estos empresarios sobre el impacto de los acuerdos comerciales sobre su volumen de ventas.”

más enfocada hacia la actividad exportadora que la pequeña empresa, lo cual es consistente con las expectativas que tienen estos empresarios sobre el impacto de los acuerdos comerciales sobre su volumen de ventas. La tabla 1 muestra que, para las medianas empresas, en el 28% de los casos los empresarios esperan impactos favora-

bles de estos acuerdos comerciales, en el 11.6% esperan que los impactos sean desfavorables y en el 22.8% esperan que no haya impacto. Para la pequeña empresa estos porcentajes son del 24.6%, el 16.1% y el 24.8%, mostrando perspectivas más pesimistas respecto de los efectos de los acuerdos comerciales firmados.

Tabla 1.

Impacto esperado de los acuerdos comerciales firmados por parte de las Pymes de industria y servicios (%; 2014-II)

		Favorable	Desfavorable	Incierto	No habrá impacto
Industria	Pequeña	24.6	16.1	34.5	24.8
	Mediana	28.0	11.6	37.6	22.8
Servicios	Pequeña	34.8	4.0	27.9	33.3
	Mediana	23.7	7.9	38.2	30.3

Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

OBSERVATORIO DE LAS EMPRESAS PYME



PUBLICACIONES
COYUNTURA
Pyme
La Gran Encuesta
Pyme
Actualidad
Pyme
PUBLICATIONES



Modulos Regionales:

Cali · Bogotá · Pereira · Medellín · Bucaramanga · Barranquilla

Pymes de servicios

A diferencia del comportamiento de la actividad exportadora de las Pymes industriales entre el primer semestre de 2008 y el mismo período para 2014, el porcentaje de Pymes de servicios que exportan mostró una pronunciada desaceleración que inició en el primer semestre de 2011. Durante dicho período, el porcentaje de Pymes que exportaron pasó de alcanzar el 12.9% a llegar al 7.2% al siguiente año, seguido por una caída hasta el 7.2% en 2013-I y, finalmente, al 3.6% observado en 2014-I. Este suceso puede explicarse principalmente por los problemas de competencia que reporta este sector. Los encuestados han manifestado que su principal problema es el alto nivel de competencia al que se enfrentan desde el primer semestre de 2011 (un 29% de los encuestados en 2011-I, un 31% en 2012-I, un 28% en 2013-I y un 32% en 2014-I).

El gráfico 3 muestra cómo ha variado la actividad exportadora reportada para las pequeñas y medianas empresas del sector servicios. A diferencia del sector industrial, el porcentaje de empresas, tanto pequeñas como medianas, que exportan no muestra grandes diferencias en 2014-I. Sin embargo, el gráfico 3 muestra que el porcentaje de empresas medianas cayó de forma más pronunciada

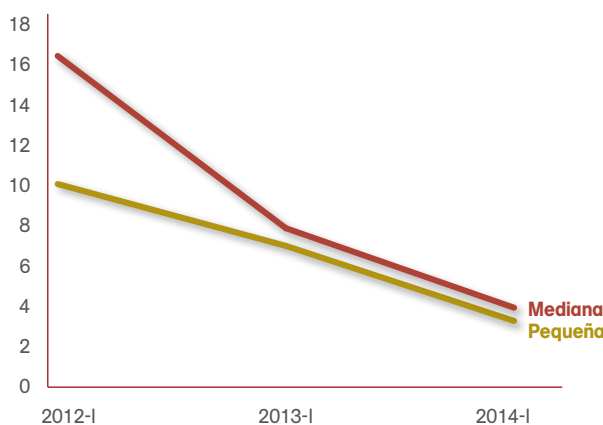
que el porcentaje de empresas pequeñas que exportaron entre 2012-I y 2014-I. Mientras que las empresas pequeñas del sector servicios reportaron exportar en el 10.1% de los casos en 2012-I, este porcentaje se redujo al 7.1% en 2013-I y luego continuó cayendo hasta el 3.3% en 2014-I. Estos valores fueron del 16.5%, el 7.9% y el 3.9% para las empresas medianas.

Esta aceleración en la reducción de la proporción de empresas medianas que exportan puede explicarse por el pesimismo de los empresarios de este tipo de firmas respecto a los efectos de los acuerdos comerciales que ha venido firmando el Gobierno Nacional. Como lo muestra la tabla 1, la proporción de empresarios de medianas empresas que esperan que los efectos de los acuerdos comerciales sean favorables es menor que la proporción de empresarios de peque-

ñas firmas (23.7% vs. 34.8%). Lo anterior también se observa para las expectativas que consideran que no habrá efectos de los acuerdos comerciales (30.3% empresas medianas vs. 33.3% empresas pequeñas) y sobre los efectos inciertos sobre las ventas (38.2% empresas medianas vs. 27.9% empresas pequeñas). En línea con esto, la proporción de empresarios de medianas empresas que tienen expectativas desfavorables respecto a los efectos de los acuerdos comerciales es mayor que la proporción de pequeños empresarios con estas mismas expectativas (7.9% vs. 4%).

Como se muestra en toda la sección, la actividad exportadora del segmento Pyme se ha desacelerado en el período considerado entre 2008-I y 2014-I. Por un lado, los empresarios industriales del segmento se han enfrentado a problemas coyunturales como la crisis comercial con Venezuela, así como a problemas de carácter estructural, como el déficit de infraestructura y los altos costos salariales. A nivel del tamaño empresarial, la actividad exportadora de las pequeñas empresas industriales es menor a la de las empresas medianas del mismo sector para el período entre 2012-I y 2014-I. Esto se debió al optimismo de los empresarios de

Gráfico 3.
Pymes de servicios que exportan por tamaño empresarial
(%, 2012-I a 2014-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

las empresas medianas sobre los efectos de los acuerdos comerciales. Por otro lado, los empresarios Pyme del sector servicios no parecieron verse tan afectados por la crisis venezolana, pero sí por problemas

de competencia. Respecto al tamaño empresarial, la actividad exportadora de las pequeñas y medianas empresas fue muy similar para 2014-I. Sin embargo, se observó una reducción de la actividad exportadora

de las medianas empresas en 2012-I y 2013-I, lo cual se explica por el alto pesimismo de estos empresarios respecto a los efectos de los acuerdos comerciales sobre su desempeño en el área de ventas.

Perspectivas del empresariado Pyme sobre la actividad exportadora para el segundo semestre de 2014

Las perspectivas sobre la actividad exportadora de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios para el segundo semestre de 2014 son bastante favorables. En promedio, el 13.1% de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios espera un incremento en sus exportaciones durante el segundo semestre de 2014. Como lo muestra el gráfico 4, para ambos sectores, las expectativas sobre los

niveles de exportaciones crecieron en el período entre 2013-II y 2014-II.

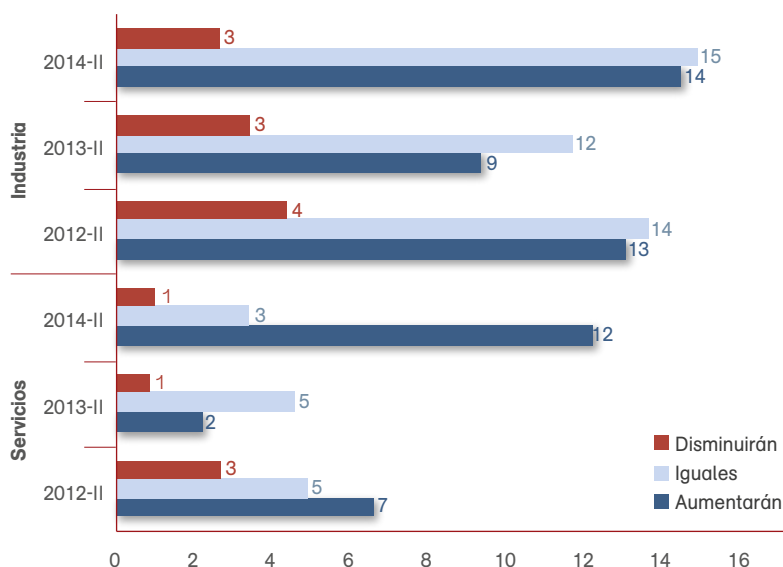
El sector servicios fue el que mostró una mejora más notable en sus expectativas. Esto se debió a que la proporción de empresarios que afirmaron esperar que sus exportaciones aumentarían pasó del 2% en 2013-II al 12% en 2014-II. También fue posible observar una reducción de la proporción de empresarios que esperan una estabilización

de sus volúmenes de exportación (5% para 2013-II vs. 3% para 2014-II) así como una estabilidad en la proporción de empresarios que esperan una reducción de sus volúmenes de exportaciones (1% para 2013-II y para 2014-II).

Por su parte, las expectativas de los empresarios Pyme del sector industrial presentaron un comportamiento favorable, ya que se recuperaron frente a la caída del período entre 2012-II y 2013-II (-4pp). El 14% de los empresarios del sector industrial espera un incremento de sus exportaciones en 2014-II, lo cual implica un aumento en 5pp frente a lo observado un año atrás. Adicional a esto, la proporción de empresarios que esperan que sus niveles de exportación se mantengan iguales presentó un ligero aumento en 3pp (12% en 2013-II al 15% en 2014-II) y la proporción que espera que se reduzcan se mantuvo constante (3% en 2013-II y 2014-II).

La mejora de estas expectativas puede explicarse por dos hechos puntuales: i) el aumento en la tasa de cambio (\$/dólar), y ii) una mejora en el desempeño económico de los sectores de

Gráfico 4.
Perspectivas sobre las exportaciones de los empresarios Pyme de los sectores de industria y servicios (%; 2012-II a 2014-II)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

industria y servicios durante el primer semestre de 2014. La devaluación del peso, que ha llevado a una tasa de cambio cercana a los \$2.300, representa importantes oportunidades de competitividad para los sectores de industria y servicios, debido al abaratamiento de sus productos en términos relativos a nivel internacional. En cuanto al desempeño de los sectores a nivel macroeconómico, la industria logró mostrar un comportamiento favorable al crecer a una tasa del 0.9% en los primeros seis meses de 2014, cifra superior en 2.7pp a lo observado un año atrás. Asimismo, el sector de servicios mostró un comportamiento favorable al crecer en promedio 0.75pp por encima de lo observado un año atrás (4.3% en el primer semestre del año 2013).

Resultados de Colombia en el *Doing Business* 2015: comercio transfronterizo

La importancia de condiciones que faciliten el comercio transfronterizo es alta en la medida en que promueve el crecimiento de las Pymes, las cuales a su vez se consideran la espina dorsal de las economías. La tabla 2 muestra las características desagregadas que permiten determinar el ranking para el área de comercio transfronterizo. Estos resultados se reportan para Panamá, Chile, México, Perú, Colombia, América Latina y El Caribe, y la OECD.

Colombia se ubica en el puesto 93 respecto a los 189 países incluidos en el estudio y en el puesto 20 entre los países de

América Latina y El Caribe, superado por Panamá, Chile, México y Perú. Esto se debe a los diferenciales encontrados en el costo de exportación y en la duración del transporte terrestre.

Al comparar el costo de exportación medido en dólares por contenedor, se puede ver que Colombia es el país con el costo más alto (US\$2.355), cifra que alcanza a ser 3.5 veces el costo en Panamá, 2.6 veces el costo en Chile y Perú, y 1.6 veces el costo en México. Si se compara este costo con lo observado para la región y para la OECD, el costo de exportar alcanza a ser 1.8 veces lo ob-

Tabla 2.
Resultados para el área de comercio transfronterizo del informe *Doing Business* 2015, países seleccionados

Indicador	Panamá	Chile	México	Perú	Colombia	América Latina y el Caribe	OECD
Ranking comercio transfronterizo	9	40	44	55	93		
Ranking comercio transfronterizo (América Latina y El Caribe)	1	3	4	6	20		
Documentos para exportar (número)	3	5	4	5	4	6	4
Tiempo para exportar (días)	10	15	11	12	14	16.8	10.5
Costo de exportar (US\$ por contenedor)	665	910	1.450.0	890	2.355.0	1.299.1	1.080.3
Naturaleza de los procedimientos para exportar	Duración (días)					Costo Total América Latina (US\$)	
Preparación de los documentos	5	7	5	5	5	300	
Inspecciones y aprobaciones de aduanas	1	2	2	2	2	350	
Manejo en puertos y terminales	1	3	2	3	3	170	
Transporte terrestre	3	3	2	2	4	1.535	
Totales	10	15	11	12	14	2.355	

Fuente: elaboración Anif con base en Banco Mundial *Doing Business*, 2015.

servado en la región y 2.2 veces el costo para los países de la OECD.

Ahora, la duración del transporte terrestre en Colombia es de 4 días, mientras que en países como Perú y México el transporte alcanza los 2 días. Respecto a Panamá y Chile, la diferencia es de un día menos. Lo anterior hace evidente el problema en

términos del costo de transporte que enfrentan las Pymes industriales.

En suma, las dificultades en materia de costos de transporte que afrontan las Pymes industriales son evidentes a nivel internacional, lo cual muestra que el costo del rezago en infraestructura se refleja directamente en la competitividad de estas empresas.

Conclusiones

A lo largo de este artículo se muestra que un muy bajo número de Pymes de los sectores de industria y servicios exporta sus productos y servicios. Por un lado, el 25% de las Pymes industriales reportó exportar sus bienes durante el primer semestre de 2014, cifra inferior en 3.1pp al dato observado dos años atrás y 5.7pp por debajo del promedio histórico. Por otro lado, solo el 3.4% de las Pymes del sector servicios reportó exportar en 2014-I, porcentaje inferior en 3.7pp a lo observado un año atrás y 7.8pp por debajo del promedio histórico. Para ambos sectores las proporciones reportadas durante 2014-I fueron las más bajas observadas en la historia de la GEP.

A nivel de tamaño empresarial se observaron diferencias respecto a las expectativas que tienen los empresarios sobre los efectos de los acuerdos comerciales firmados por el Gobierno Nacional. Los empresarios de las firmas industriales medianas se mostraron mucho más optimistas que las pequeñas firmas del mismo sector. En el caso del sector servicios sucedió lo contrario. Los empresarios Pyme de las firmas medianas se mostraron mucho menos optimistas que las pequeñas firmas sobre los efectos de los acuerdos comerciales.

En materia de las expectativas de la actividad exportadora de los sectores para el segun-

do semestre de 2014, estas fueron favorables, en especial las de los empresarios del sector servicios. Para este sector el incremento en el porcentaje de encuestados que esperan que su actividad exportadora mejore fue de 10pp. En el caso de los empresarios del sector industrial, el incremento en la proporción de encuestados que esperan aumentos en su volumen de exportación fue de 5pp. La mejora en las expectativas se atribuye principalmente a: i) el aumento en la tasa de cambio, y ii) el buen comportamiento de los sectores de industria y servicios a nivel macro en el primer semestre de 2014.

Las principales razones a las cuales se les atribuye la baja actividad exportadora en el primer semestre de 2014 tienen que ver especialmente con los problemas de infraestructura y los costos de transporte para el sector industrial, y con la alta competencia que enfrenta el sector servicios. Ambas condiciones limitan el aprovechamiento de las oportunidades que han abierto los diferentes acuerdos comerciales. Dado esto, existe la urgente necesidad de mejorar las condiciones que enfrentan estas empresas, para que no solo se preocupen por sobrevivir en el mercado más competido que abren estos acuerdos comerciales, sino que prosperen en estos. ■

Bibliografía

- Anif (2014a), “Resultados del Doing Business en Colombia”, *Comentario Económico del Día 4 de diciembre de 2014*.
- Anif (2014b), “Reducción de sobrecostos energéticos, de transporte y laborales: ¿Cómo vamos?”, *Comentario Económico del Día 3 de abril de 2014*.
- Banco Mundial (2014), “Doing Business 2015. Más allá de la eficiencia.”.

La política comercial también juega un papel crucial en la competitividad del país

Por: Marco A. Llinás Vargas y
Clara P. Martín Castro *



Hace ocho años el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación se fijó como meta convertir a Colombia en la tercera economía más competitiva de América Latina en el año 2032, con base en unas exportaciones de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación. Sin embargo, hasta el momento el panorama no es el más alentador, en particular con respecto al nivel de las exportaciones y a su grado de diversificación y de sofisticación.

Hay múltiples factores que explican esta situación, tales como la falta de una política de desarrollo productivo (política industrial moderna) que busque generar una oferta exportable diversificada y sofisticada¹; la debilidad de la política de ciencia, tecnología

*Los autores son en su orden: Vicepresidente, Consejo Privado de Competitividad e Investigadora Asociada, Consejo Privado de Competitividad. E-mail: mllinas@compite.com.co

¹Para más detalle sobre este tema, ver propuesta de Política de Desarrollo Productivo para Colombia, Consejo Privado de Competitividad (2014b).

e innovación; los rezagos en materia de infraestructura, transporte y logística; el *boom* minero-energético; la apreciación del peso, entre otros. Sin embargo, más allá de los anteriores factores, la política comercial también ha jugado un papel fundamental.

“A pesar del incremento en el número de Tratados de Libre Comercio (TLCs) y de las consabidas críticas que estos despiertan, la economía colombiana continúa siendo una de las más cerradas frente a los estándares internacionales.”

Nivel de inserción de la economía colombiana en la economía mundial

A pesar del incremento en el número de Tratados de Libre Comercio (TLCs)² y de las consabidas críticas que estos despiertan, la economía colombiana continúa siendo una de las más cerradas frente a los estándares internacionales. Aunque durante los últimos años Colombia ha registrado un incremento en el nivel de exportaciones e importaciones per cápita, este sigue siendo bastante bajo. Por ejemplo, para el período 2005-2013, entre 14 países de América Latina Colombia ocupó el puesto 9 en exportaciones per cápita y el 11 en importaciones per cápita. Lo mismo indica el último Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), el cual ubicó al país en el lugar 139 entre 144 en importaciones como porcentaje del PIB.

Los resultados del indicador de apertura comercial también corroboran esta situación.³ Luego de más de dos décadas de haber iniciado el proceso de inserción internacional, el grado de apertura de la economía colombiana sigue siendo bastante bajo. Mientras que en 1991 estaba alrededor del 29%, en 2013 fue apenas del 32.2%.⁴ En América Latina, después de Brasil, Argentina y Panamá, Colombia registra el menor grado de apertura comercial.

A pesar del proceso acelerado en la negociación y la firma de diferentes TLCs, el acceso a estos mercados no ha sido suficientemente aprovechado debido a una serie de debilidades en la política comercial del país. En primer lugar, ha habido una incapacidad del país para lograr “acceso real” a estos mercados, sorteando restricciones de ca-

rácter no arancelario, como son medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), normas de origen y obstáculos técnicos al comercio (OTC), las cuales se convierten en fallas de coordinación⁵ que restringen la viabilidad y el surgimiento de sectores productivos. Si bien muchas veces se tiende a culpar a los mercados receptores por la existencia de estas trabas, la responsabilidad de acceder a estos mercados depende en gran medida de una agenda de índole nacional. Tal es el caso de muchos productos agropecuarios y agroindustriales, donde siempre se ha dicho que el país tiene ventajas comparativas latentes. Por ejemplo, en el caso de la carne, el mercado de Estados Unidos exige ciertos estándares de sanidad animal, inocuidad y trazabilidad que el país no cumple a cabalidad (ver Recuadro).

²Hoy se encuentran vigentes siete TLCs: México, Chile, Triángulo Norte (Honduras, Guatemala y El Salvador), Canadá, Estados Unidos, Unión Europea y el de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia). Está ratificado Corea del Sur y firmados y pendientes de ratificación Costa Rica, Panamá e Israel. Se encuentran en proceso de negociación Alianza Pacífico y Japón. Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

³El indicador de apertura comercial mide la relación de exportaciones e importaciones como porcentaje del PIB.

⁴Fuente: Dane.

⁵Para un mayor detalle sobre fallas de coordinación ver propuesta de Política de Desarrollo Productivo para Colombia, Consejo Privado de Competitividad (2014b).

Recuadro: AGENDA DE ADMISIBILIDAD DE CARNE BOVINA EN ESTADOS UNIDOS

De cara a los acuerdos comerciales firmados por Colombia, la exportación de carne bovina representa una gran oportunidad para el sector agrícola. Sin embargo, para que este producto pueda acceder a ciertos mercados, es necesario que cumpla con una serie de requerimientos específicos.

Por ejemplo, Estados Unidos exige requisitos en materia de sanidad animal, obligando a liberar de enfermedades –como fiebre aftosa y brucelosis– el hato ganadero de donde proviene la carne.⁶ Igualmente, este país exige requisitos de equivalencia sanitaria, es decir, poder garantizarle a la autoridad americana que el sistema de inocuidad colombiano asegura el mismo nivel de riesgo que el sistema americano.⁷ Cumplir con dichos estándares conlleva la necesidad de establecer una agenda, donde la articulación entre instituciones públicas de ambos países juega un rol fundamental, así como el trabajo conjunto con el sector privado.

Con el fin de iniciar esta agenda, luego de aprobarse el TLC con Estados Unidos se expidió el Decreto 1500 de 2007, cuyo objeto fue establecer un sistema de inspección, vigilancia y control de la carne y sus productos, así como requisitos sanitarios y de inocuidad. No obstante, dicho Decreto ha sufrido una serie de modificaciones y postergaciones en su implementación. En 2012, una vez entró en vigencia el TLC con Estados Unidos, se conformó un grupo de trabajo interinstitucional para definir la estrategia de admisibilidad sanitaria de la carne bovina y sus productos.⁸ Como resultado de esta labor, existe un cronograma de trabajo concertado, el cual estableció como meta empezar a exportar carne a ese país en 2016.⁹ Esta agenda ha implicado el fortalecimiento institucional y presupuestal tanto del Invima como del ICA y la creación de la figura de un agregado comercial en Washington, D.C., el cual ha sido clave en los procesos de coordinación entre las autoridades sanitarias colombianas y sus contrapartes en ese país.

Son muchos los pasos que hacen falta para lograr un acceso real al mercado de este país. En el caso de sanidad animal es fundamental, por ejemplo, que Colombia logre controlar la movilización ilegal de ganado proveniente de las zonas de frontera, en particular de Venezuela. Para esto el ICA debe poner en marcha en el corto plazo el Sistema de Información Ganadera (SIGMA), que implica, entre otros, fortalecer los puntos de control en carretera, para lo cual es clave contar con recursos suficientes que permitan agilizar el trámite del proceso de reestructuración institucional en el que se viene trabajando.

Con respecto al proceso de equivalencia sanitaria, existen tres fases secuenciales para cumplir con los requerimientos exigidos por Estados Unidos: análisis normativo del sistema de inocuidad, auditoría a dicho sistema y proceso regulatorio. Para culminar la fase de análisis normativo del sistema de inocuidad es clave avanzar en el cumplimiento de los estándares previstos en el Decreto 1500 y sus posteriores modificaciones, con el propósito de asegurar que las plantas cumplan con los requerimientos de infraestructura y procesos exigidos para lograr exportar en 2016. Adicionalmente, es fundamental continuar con las fases de auditoría del sistema de inocuidad y el proceso regulatorio.

También es necesario avanzar en materia de trazabilidad del producto, es decir, poder contar con información desde el nacimiento del bovino hasta que el producto llega al consumidor final. Dicho aspecto es clave no solo para acceder al mercado de Estados Unidos, sino también al de la Unión Europea, Corea y Japón. Esto implica un trabajo articulado entre el ICA y el Invima durante todos los eslabones de producción.

El reto que tiene Colombia para lograr exportar carne bovina es enorme y ejemplifica la complejidad que puede haber detrás de la resolución de fallas de coordinación para la oferta exportable del país. Es por ello que se ha insistido en la necesidad de priorizar la agenda de admisibilidad en mercados internacionales en línea con las apuestas del país en el marco de su política de desarrollo productivo.

⁶Las entidades encargadas de esto en Colombia y Estados Unidos son el ICA y el Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), respectivamente.

⁷La entidad a cargo de esto en Estados Unidos es el Food Safety and Inspection Service (FSIS) y en Colombia el Invima.

⁸Dicho grupo está conformado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Salud y Protección Social, el ICA, el Invima y el DNP.

⁹Como referente internacional, Chile duró cuatro años para poder exportar este producto, luego de la entrada en vigencia de su TLC con Estados Unidos.

Frente a esta situación, el país ha establecido una agenda de admisibilidad para el aprovechamiento de los TLCs. Si bien inicialmente esta agenda fue liderada por la Oficina para el Aprovechamiento del TLCs con Estados Unidos, fue ampliada para todos los TLCs y actualmente se encuentra bajo la coordinación del Centro para el Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales. Producto de este trabajo, se ha establecido una serie de agendas sectoriales que identifican acciones a implementar para superar este tipo de barreras.¹⁰ Estas agendas cuentan con un cronograma establecido y entidades responsables, y algunas muestran ya avances.

En segundo lugar, aunque el país ha venido reduciendo gradualmente su tasa arancelaria promedio –mientras que en 1991 era en promedio del 12%, en 2013 era del 6.3%–, aún persisten altos grados de protección para algunos sectores. Durante los últimos años, además de las disminuciones derivadas de los TLCs, se realizó un gran esfuerzo por reducir la tasa arancelaria con la Reforma Estructural Arancelaria (REA) de 2010¹¹ y su modificación a principios de 2011.¹² Otro esfuerzo fue la ampliación por dos años del arancel del 0% para materias primas y

bienes de capital no producidos en el país.¹³ A pesar de estos esfuerzos, de acuerdo con el último reporte del WEF, Colombia ocupó el lugar 119 entre 144 en prevalencia de barreras comerciales y el puesto 82 en materia de tasa promedio arancelaria. Esta situación se debe, en parte, a que en el país aún persisten muchos sectores altamente protegidos. Esta protección se manifiesta en tasas arancelarias bastante altas como, por ejemplo, en el caso del sector lácteo, cuyo arancel nominal para algunos productos es superior al 90%. Una situación parecida sucede para productos como arroz y carne, cuyas tasas nominales son del 80%. Asimismo, el arancel para vehículos importados equivale al 35%.

“De acuerdo con el último reporte del WEF, Colombia ocupó el lugar 119 entre 144 en prevalencia de barreras comerciales y el puesto 82 en materia de tasa promedio arancelaria. Esta situación se debe, en parte, a que en el país aún persisten muchos sectores altamente protegidos.”

Más allá de las protecciones arancelarias, evidencia reciente sugiere que a medida que se ha venido reduciendo el nivel de aranceles en el país, se ha venido incrementando la utilización de medidas no arancelarias –tales como MSF y OTC– como mecanismos subrepticios de protección.¹⁴

Además de los efectos negativos que tiene esta mayor protección sobre la inserción de la economía en el mercado internacional¹⁵ y de la transferencia de renta que esta protección representa de los consumidores colombianos a los productores, se termina afectando la competitividad de los sectores al aislarlos artificialmente de la competencia, al igual que se perjudica la competitividad de los sectores que usan estos productos como insumos. Lo anterior eleva los precios internos de los productos, estimula el contrabando y termina afectando la calidad de los mismos en la medida en que no hay incentivos para innovar.

En tercer lugar, si bien Colombia ha hecho esfuerzos por diversificar los destinos de exportación, la concentración aún es bastante elevada. Esta situación se evidencia al comparar la diversificación de destinos de las exportaciones colombianas frente al contexto internacional. En 2013,

¹⁰Estas agendas se han identificado para los sectores: agropecuario; agroindustrial; textiles y confecciones; cuero, calzado y marroquinería; cosméticos y productos de aseo; electrodomésticos; metalmecánica y maquinaria; vehículos y partes; y minerales no metálicos.

¹¹Mediante los Decretos 4114 y 4115 de 2010 fue reglamentada la REA.

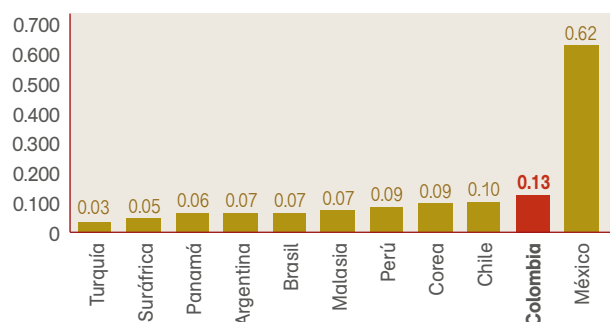
¹²Para mayor detalle, ver Informe Nacional de Competitividad 2012-2013.

¹³Decreto 1755 de 2013.

¹⁴Ver García *et al.* (2014).

¹⁵De acuerdo con el famoso teorema de simetría de Lerner, bajo ciertas circunstancias, un impuesto a las importaciones tiene el mismo efecto que un impuesto a las exportaciones (Lerner, 1936). Por lo tanto, una mayor protección frente a importaciones termina limitando la capacidad de exportar de un país.

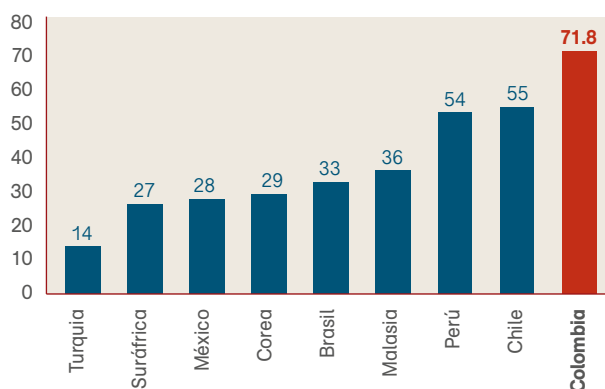
Gráfico 1.
Índice de concentración de los destinos de las exportaciones de los países de referencia, 2013



Nota: para medir el grado de diversificación de los destinos de las exportaciones se utilizó el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) como indicador de concentración. Un menor valor significa una mayor diversificación de los destinos de exportación, mientras que un mayor valor implica lo contrario.

Fuente: cálculos Consejo Privado de Competitividad con base en Banco Mundial.

Gráfico 2.
Participación de los cinco primeros productos de la canasta exportadora de Colombia con respecto a países de referencia, 2013 (%)



Fuente: Comtrade.

Gráfico 3.
Número de subpartidas nuevas exportadas por Colombia, 2000-2013



Fuente: cálculos Consejo Privado de Competitividad con base en Comtrade.

Colombia, después de México, fue el país que registró el mayor grado de concentración con relación a otros países de referencia (gráfico 1).

Nivel de sofisticación y diversificación de las exportaciones

A la poca inserción de la economía colombiana en el contexto internacional se suma —a manera de causa, pero también de resultado— la baja diversificación y sofisticación de la oferta exportable. Contrario a avanzar hacia una mayor diversificación, la oferta exportadora del país está cada vez más concentrada en un grupo limitado de productos. Mientras que en 2001 cinco productos¹⁶ representaban el 47.1% de las exportaciones colombianas, en 2013 estos mismos cinco productos participaron con el 71.8% del total exportado. Esta situación contrasta con el conjunto de países de referencia en donde, inclusive, los países con mayor concentración después de Colombia (Chile y Perú) tienen casi 20 puntos porcentuales menos en este indicador de diversificación (gráfico 2). Peor aún, no solo la canasta exportadora colombiana se ha venido concentrando en un pequeño conjunto de productos, sino que la capacidad del país para “saltar” a producir (o “descubrir”) nuevos bienes y servicios ha venido decayendo. Esto lo evidencia la caída en los últimos diez años en el número de subpartidas nuevas exportadas por año (gráfico 3).

En materia de sofisticación de las exportaciones, el panorama no es más alentador e, incluso, ha venido deteriorándose durante los últimos años. Las exportaciones colombianas en su gran mayoría están concentradas en productos primarios basados en recursos naturales. Mientras que en 2001 estos productos representaron el 61.4% de las exportaciones totales, en 2013 —a raíz del reciente *boom* minero-energético— representaron el 83.3% (gráfico 4). En el contexto internacional, en 2013 Colombia presentó una de las canastas exportables menos sofisticadas

¹⁶Petróleo, carbón, oro, café y flores ornamentales.

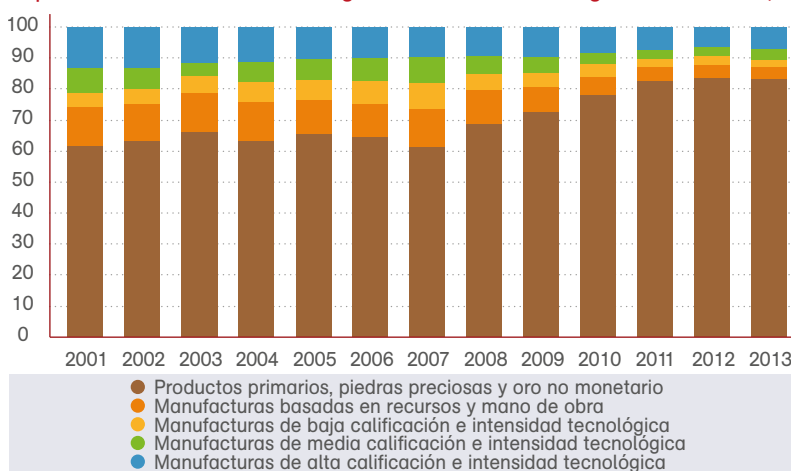
con respecto a países de referencia, solo por encima de Chile y Perú (gráfico 5).

Nuevamente, además de otros factores, la política comercial explica en parte la incapacidad del país de generar un mayor nivel de diversificación y sofisticación de esta oferta. En algunos casos la estructura arancelaria de la economía ha ocasionado distorsiones en los incentivos para la agregación de valor. Muchas materias primas han gozado de elevados aranceles, lo que ha dado origen a protecciones efectivas negativas para algunas ramas (Torres & Romero, 2011).¹⁷

Asimismo, la política comercial no ha estado alineada con los esfuerzos en materia de política de desarrollo productivo que viene haciendo el país. Uno de estos esfuerzos es el Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual se ha fijado como propósito convertir 20 sectores de la economía en sectores de talla mundial. Otro de ellos es el programa Rutas Competitivas de Innpulsa, a través del cual se están desarrollando más de 36 iniciativas *cluster* en más de 18 departamentos del país. Más allá de que el país no ha alineado sus esfuerzos para buscar “acceso real” a estas apuestas productivas, la política comercial no ha sido coherente con los esfuerzos sobre algunos

Gráfico 4.

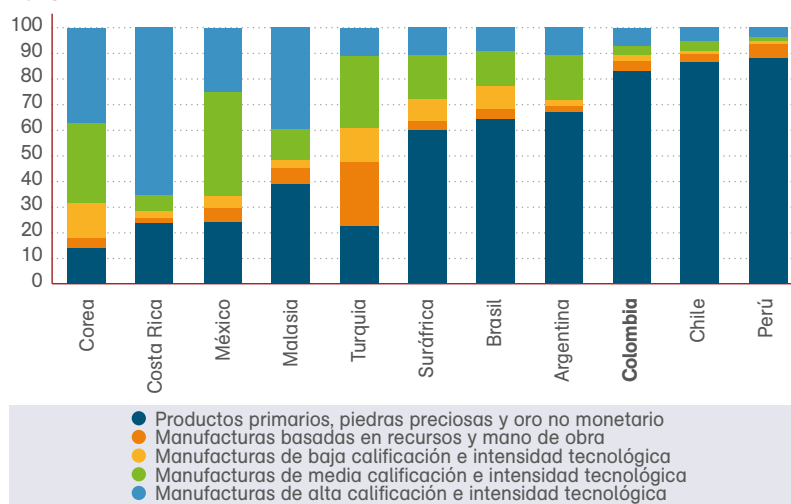
Exportaciones de Colombia según intensidad tecnológica 2001-2013 (%)



Fuente: cálculos Consejo Privado de Competitividad con base en UNCTAD.

Gráfico 5.

Exportaciones según intensidad tecnológica de los países seleccionados, 2013



Fuente: cálculos Consejo Privado de Competitividad con base en UNCTAD.

de estos sectores. Por ejemplo, mientras que se esperaría que estos sectores pudieran adquirir sus insumos y bienes de capital a precios competitivos, algunos sectores deben adquirir insumos que presentan altos

grados de protección. Más aún, varios bienes finales de sectores bajo el PTP presentan protecciones efectivas negativas en la medida en que sus insumos tienen mayores aranceles que los de ellos.¹⁸

¹⁷Una protección efectiva negativa se genera cuando un bien final a lo largo de una cadena productiva tiene un arancel que no compensa los mayores aranceles que puedan tener los insumos requeridos para la producción de dicho bien. Por lo tanto, no solo queda el bien sin protección alguna frente a la competencia internacional, sino que queda con una protección negativa que castiga la agregación de valor en la cadena.

¹⁸Para mayor detalle, ver Informe Nacional de Competitividad 2012-2013.

Algunas recomendaciones

Se propone que el país sea estratégico al momento de definir y trabajar sus agendas de admisibilidad. En este sentido, entidades y actores como el ICA, el Invima, el Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales, el Subsistema Nacional de Calidad, el Instituto Nacional de Metrología, el Icontec, entre otros, deben focalizar sus esfuerzos en materia de agendas de admisibilidad en mercados internacionales sobre las apuestas del país –tanto aquellas del nivel nacional como del nivel local o regional– en el marco de su política de desarrollo productivo. Con esto no se quiere decir que estas entidades no trabajen en sectores o actividades económicas por fuera de este conjunto de apuestas o en su desarrollo institucional y regulatorio de manera general, pero sí que dispongan de recursos adicionales para acelerar la implementación de agendas relacionadas a las apuestas bajo la política de desarrollo productivo del país.

En este mismo sentido, se propone que el país profundice su estrategia de “diplomacia” de admisibilidad (en materia de MSF y OTC) y se definan agendas de trabajo entre las autoridades competentes de Colombia y los mercados receptores, en particular sobre las apuestas del país en el marco de la política de desarrollo productivo. Se recomienda que las oficinas comerciales de Colombia en los países destino muevan los procesos con las autoridades competentes de estos países, tal como se viene haciendo para el caso de Estados Unidos.

Todo lo anterior deberá ir acompañado de un fortalecimiento de las capacidades institucionales y regulatorias de entidades relevantes en estos temas, de manera que se exija y se pueda verificar el cumplimiento de estándares más altos. Solo así se podrá incentivar la inversión por parte del sector privado en la adecuación de plantas y procesos, con el fin de cumplir con normas más exigentes.

En materia de promoción de exportaciones, se proponen dos líneas de acción. En primer lugar, se recomienda diseñar e implementar un instrumento para abordar los problemas de externalidad de información asociados al “autodescubrimiento”. En línea con la propuesta de Stein (2012), este instrumento debería apuntar a compensar por los costos y riesgos que asume el pionero exportador, al tiempo que incentiva la difusión del conocimiento de manera que se incremente el número de seguidores. En este sentido, se propone diseñar un instrumento que compense al pionero exportador de nuevas partidas arancelarias proporcionalmente a las exportaciones de sus seguidores. De acuerdo con el mismo autor, este apoyo no tiene que ser cuantioso y podría ser del orden del 2% de las exportaciones de los seguidores.¹⁹

En segundo lugar, se recomienda que el trabajo de ProColombia en materia de promoción de exportaciones se articule con la política de desarrollo productivo y focalice esfuerzos sobre las apuestas en el marco de esta política.

En cuanto al nivel de los aranceles, si bien el país ha logrado reducir gradualmente la tasa promedio arancelaria, aún persiste un alto grado de dispersión, que en algunos

“ Se recomienda que el trabajo de ProColombia en materia de promoción de exportaciones se articule con la política de desarrollo productivo y focalice esfuerzos sobre las apuestas en el marco de esta política. ”

¹⁹Para mayor detalle ver BID (2014).



casos ha llegado a generar protecciones efectivas negativas para varios sectores. Por lo tanto, se recomienda al DNP, en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estudiar la posibilidad de implementar una estructura arancelaria plana, con el fin de eliminar la sobreprotección que existe para algunos sectores y las protecciones efectivas negativas que se están generando en otros. Un esquema de este tipo podría contribuir a la reducción del sesgo antiexportador, en la medida en que no se restringiría la producción de bienes particulares, permitiendo la especialización de acuerdo con las ventajas comparativas del país y con los esfuerzos en el marco de la política de desarrollo productivo.

Mientras tanto, habría que asegurar que, como mínimo, los sectores a los que el país le está apostando en el marco de la política de desarrollo productivo puedan adquirir a precios competitivos los insumos y bienes de capital necesarios para su producción. En este sentido, se recomienda que estos tengan un arancel igual o cercano a cero de forma permanente y que no se vean afectados por la existencia de mecanismos que perjudiquen la libre competencia.²⁰

Adicionalmente, se requiere coordinar la política comercial con la política de desarrollo productivo para que, por un lado, la oferta exportable que busque generar esta política pueda aprovechar los mercados bajo los acuerdos comerciales que el país ha venido —y deberá continuar— negociando. Por otro lado, para que en las negociaciones comerciales a futuro se tengan

las apuestas del país en el marco de la política de desarrollo productivo al momento de negociar.

Por último, vale la pena anotar aquí que el país no se puede dar por satisfecho con los avances logrados hasta el momento en materia de acuerdos comerciales, por lo que deberá seguir buscando nuevas posibilidades de acuerdos que definan reglas estables para el acceso de la oferta exportable colombiana. En particular, el país debería mirar hacia Asia, buscando profundizar sus relaciones comerciales con países como China e India, y enrolarse en acuerdos actualmente bajo negociación, como el Acuerdo Transpacífico de Asociación Económica (TPP por sus siglas en inglés), además de aprovechar la oportunidad que en este sentido representa la Alianza del Pacífico. ■

Referencias

- *Asobancaria* (20 de junio de 2011), *La apertura veinte años después*, *Semana económica*.
- *BID* (2014), *¿Cómo repensar el desarrollo productivo? Desarrollo en las Américas, políticas e instituciones sólidas para la transformación económica*, editado por Gustavo Crespi, Eduardo Fernández-Arias, Ernesto Stein.
- *Consejo Privado de Competitividad* (2014a), *Informe Nacional de Competitividad 2014-2015*, Bogotá.

²⁰Como, por ejemplo, los Fondos de Estabilización de Precios utilizados en el marco de la política agropecuaria.

- Consejo Privado de Competitividad (2014b), *Política de Desarrollo Productivo para Colombia*, Bogotá.
- Consejo Privado de Competitividad (2013), *Informe Nacional de Competitividad 2013-2014*, Bogotá.
- Consejo Privado de Competitividad (2012), *Informe Nacional de Competitividad 2012-2013*, Bogotá.
- Corden W. (1966), *The Structure of a Tariff System and the Effective Protective Rate*, *The Journal of Political Economy*, XXIV
- DNP (2012), *Evaluación de los resultados de Proexport*, Bogotá: DNP.
- Edwards S. (1993), *Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries*, *Journal of Economic Literature*, XXXI, 1358-1393.
- García J., López D. C., Montes E. & Esguerra P. (2014), *Una visión general de la política comercial colombiana entre 1950 y 2012*, *Borradores de Economía*, Número 817, Banco de la República.
- Hausmann R. et al. (2011), *The Atlas of Economic Complexity*, Puritan Press.
- Hausmann R. & Rodrik D. (2003), *Economic Development as Self-Discovery*, John F. Kennedy School of Government.
- Hausmann R., Rodrik D. & Hwang J. (2006), *What You Export Matters*, John F. Kennedy School of Government.
- Lerner A. P., "The Symmetry Between Import and Export Taxes", *Economica*, New Series, Vol. 3, No. 11 (1936), pp. 306-313.
- Lin J. & Monga C. (2010), *Growth Identification and Facilitation, The Role of the State in the Dynamics of Structural Change*, The World Bank.
- McMillan M. & Rodrik D. (2011), *Globalization, Structural Change, and Productivity Growth*, Harvard University y IFPRI.
- Oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos. (2013). *Informe final a la junta asesora de Proexport sobre la gestión de la oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos*, Bogotá.
- Rodrik D. (2008), *The Real Exchange Rate and Economic Growth*, Harvard University - Cambridge, MA.
- Rodrik D., Grossman G. & Norman V. (1995), "Getting Interventions Right: How South Korea and Taiwan Grew Rich", *Economic Policy*, 10(20).
- Stein E. (2012), *¿Cómo estimular nuevos exportadores? Una propuesta de política*. Sin publicar.
- TLC, O. p. (2012), *Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos: análisis transversal y sectorial*, Bogotá.
- Torres J., Fairlie A. & Cuadra G. (2003), *Apertura comercial y protecciones efectivas*.
- Torres M. & Romero G. (2011), "Efectos de la reforma estructural arancelaria en la protección efectiva arancelaria de la economía", *Archivos de Economía*.
- Villarreal N. (2009), *Estructura plana de aranceles: implicaciones en la economía colombiana*, Tesis para optar al título de Magister en Economía, Universidad de los Andes, Bogotá.

La participación en cadenas de producción global:

Una oportunidad para las Pymes del sector servicios en Colombia

Por: Carmen Astrid Romero Baquero *

1. El nuevo modelo de los negocios internacionales

Las exportaciones mundiales de mercancías crecieron un 2.1% en 2013, mientras que las exportaciones de servicios comerciales lo hicieron al 5.5% en ese mismo periodo (Naciones Unidas, 2014). Es decir, las ventas de servicios han perdido menos dinámica frente a las ventas de bienes en la difícil coyuntura del comercio mundial de los últimos años. A esto se suma la mayor participación de los servicios al interior del PIB mundial. Por ejemplo, el sector servicios representó cerca del 45% del PIB en América Latina para el año 2012 (Cepal, 2013).

En consecuencia, el sector servicios es el más emprendedor del comercio mundial hoy, menos vulnerable a los vaivenes de la coyuntura, intensivo en mano de obra y conocimiento, y participa activamente en los flujos de la Inversión Extranjera Directa mediante la deslocalización de procesos de las Empresas Multinacionales (en adelante EMN). Los flujos de Inversión Ex-



*Docente-Investigadora Prime Business School- Escuela Internacional de Administración y Marketing de la Universidad Sergio Arboleda.
E-mail: carmen.romero@usa.edu.co

tranjera Directa -en términos de entradas- aumentaron en un 9% hasta alcanzar US\$1.45 billones en 2013 y se prevé que estos podrían llegar a 1.6 billones en 2014. Los flujos hacia las economías en desarrollo alcanzaron el 54% de los flujos mundiales en 2013 (UNTAC, 2014). Al recuperarse la entrada de capital a nuestras economías, se benefician los servicios, ya que estos representan cerca del 50% de la producción regional.

Todos estos argumentos resultan interesantes para América Latina a la hora de buscar ampliar la participación de bienes o servicios en el comercio global. La forma más atractiva para que nuestras Pymes participen en esta oportunidad de negocio sin duda es entrar en cadenas de producción globales. Se entiende como cadena de producción un grupo de unidades económi-

cas que proporcionan una serie de actividades tangibles o intangibles que agregan valor a un proceso productivo y son necesarias para la entrega de un bien o servicio desde su concepción, pasando por las fases de elaboración hasta la entrega final a los consumidores. Esta forma de producción originalmente se daba hacia dentro de una misma empresa.

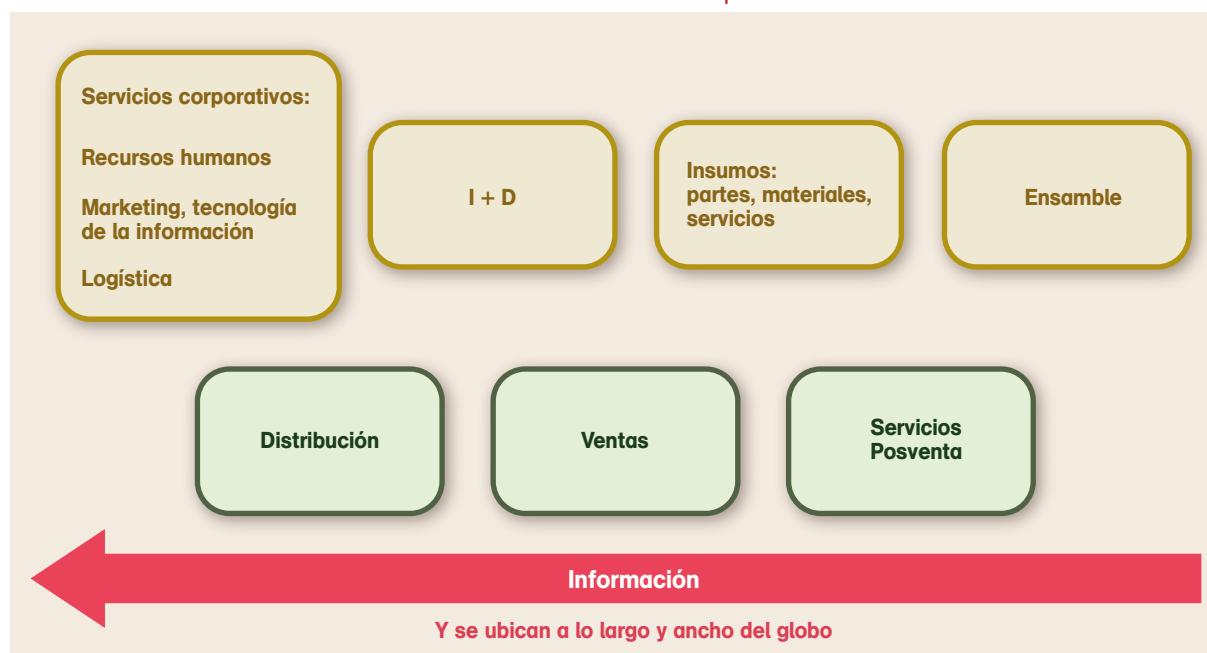
Sin embargo, esto ha cambiado mucho. Cada vez es más frecuente el uso de este modelo de producción, donde las distintas etapas de esta están localizadas en diferentes países. Se trata cada vez más de bienes y servicios hechos “*en el mundo*”. Como se observa en el cuadro 1, hoy en día, por ejemplo, los servicios corporativos se han delegado a terceros.

En el caso específico del comercio mundial de servicios,

este se puede realizar cuando la EMN decide delegar parte de su proceso de producción a una filial en el exterior o mediante el modelo llamado *offshoring* en el que una empresa traslada un proceso y/o función interna hacia el exterior, alimentando las cadenas de producción global. Como se observa en el cuadro 2, los tres principales segmentos dentro de la industria *offshoring* de servicios son la llamada ITO por sus siglas en inglés (*Information Technology Outsourcing*), el BPO (*Business Process Outsourcing*) y el KPO (*Knowledge Process Outsourcing*). En el primer segmento se encuentran todas las actividades relacionadas con tecnologías de la información, como el diseño, adaptación y gestión de software, y su infraestructura, como la gestión de redes. Mientras que en las actividades de BPO se

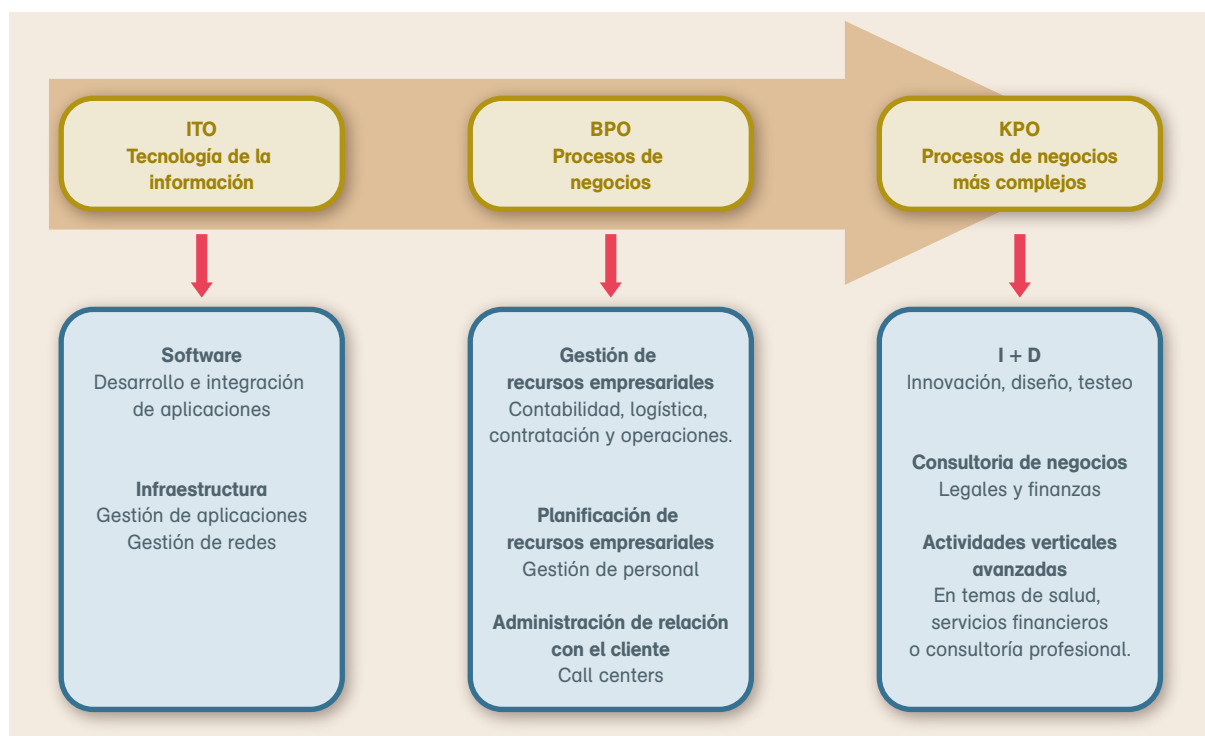
Cuadro 1.

Las funciones individuales de las cadenas de valor se vuelven separables



Fuente: The Canadian Trade Commissioner Services (2010), Linking in to Global Value Chains: A Guide for Small and Medium-Sized Enterprises. Página 4.

Cuadro 2.
Segmentos dentro de la industria *offshoring* de servicios



Fuente: Gereffi G., Fernandez-Stark K., Psilos P., (2011), Skills for Upgrading: Workforce Development Countries, Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness, noviembre.

encuentran la subcontratación de la logística para cumplir con el “*justo a tiempo*” o la gestión de personal para el reclutamiento, entrenamiento o gestión de la nómina de la planta de trabajadores, así como los “*contact center*” y “*call center*”. Finalmente, en el KPO se encuentran las acciones relacionadas con el diseño, innovación, consultoría profesional y otra serie de servicios complejos para la salud, transporte o sector financiero, entre otros.

La forma de implementar las operaciones de *offshoring* va desde la contratación de un proveedor en el extranjero hasta la creación de su propio centro cautivo en el país a donde llega, pasando por los centros dedicados a una tarea específi-

ca y de origen diferente al de la empresa líder externa, el BOT (*Build Operate Transfer*), construido por una empresa líder externa y luego transferido al país local hasta los *joint venture* o emprendimiento conjunto para realizar el *offshore*.

Esta nueva forma de hacer los negocios internacionales tiende a prosperar por varias razones según el tipo de participante en cada etapa del negocio. El profesor Baldwin (2012) describe la relación que existe entre el valor agregado generado en cada eslabón (eje de las y) y los eslabones de la cadena (eje de las x), esta curva queda parecida a una “*sonrisa*”. Las EMN y las grandes empresas de países industrializados tienden a participar en los primeros esla-

bones y en los últimos, es decir, en donde están las actividades de investigación y desarrollo y las de venta, marketing y servicios posventa, actividades todas intensivas en valor agregado. Las empresas grandes y las Pymes de los países en desarrollo tienden a ubicarse en las actividades relacionadas con la producción, la parte más baja de la curva, donde se incorpora menos valor agregado. Siguiendo este análisis, Blyde (2014) encontró que en las cadenas de producción global de servicios, América del Sur tiende a participar en los eslabones más relacionados con la producción, mientras que algunos países como México y los de Centroamérica han logrado participar al final de la cadena y han po-

dido diversificar sus exportaciones y mejorar sus ingresos por exportación de servicios. Sin embargo, el mayor valor agregado se queda en Estados Unidos, la Unión Europea y los países del Sureste Asiático.

Cabe señalar la existencia de incentivos para unos y otros participantes a la hora de entrar en este modelo de negociación internacional. Sin duda, la caída en las barreras arancelarias, el tránsito más fácil para los flujos de Inversión Extranjera Directa y la mejora en la legislación de comercio de servicios han favorecido este proceso. Para las EMN las ventajas que puede traer deslocalizar la producción están relacionadas con reducir costos, liberar recursos, aumentar la eficiencia operativa aprovechando las diferencias en costes laborales, tributarios y tecnológicos entre países. Del otro lado están las empresas grandes y las Pymes de América Latina y El Caribe, las cuales buscan aprender y beneficiarse de la transferencia de tecnología y algunos efectos indirectos de la transferencia de conocimiento, y atraer inversión extranjera. Por ejemplo, si bien las EMN buscan el lugar donde encuen-

tran mano de obra calificada más barata que en su país de origen para transferir actividades de servicios corporativos o contratar servicios de consultoría con profesionales idóneos en nuestros países, las universidades en algunos países de América Central han buscado formar este tipo de profesionales para poder insertarse en las cadenas globales. Una cadena de producción global se vuelve más estable cuando se enfoca en servicios de alto capital humano, puesto que los servicios que utilizan una mano de obra con niveles más bajos de formación se pueden reubicar en cualquier otro país, acudiendo a otros factores de competitividad.

El caso de Costa Rica ha tenido una de las experiencias más interesantes de la región. En este país se ha logrado un aumento de las exportaciones de bienes y servicios de un 9% en volumen para el período 1990-2012. Esto se ha visto acompañado por una verdadera diversificación productiva y más de la mitad de las exportaciones está colgada en cadenas de producción global para 2012. La Cepal (2014) señala que el número de las EMN que actúan en su territorio era de 16

en 1990 y hoy se acerca a 250 y la Inversión Extranjera Directa que se encontraba en los textiles y confecciones en la década del ochenta del siglo pasado se movió hacia al sector eléctrico y electrónico en los noventa, para luego ubicarse en el sector de dispositivos médicos y de servicios empresariales en lo corrido de este nuevo milenio. Sin embargo, una tercera parte del valor de las exportaciones del sector electrónico y de dispositivos médicos corresponde a insumos importados, lo que explica en parte el déficit comercial existente, mientras que las exportaciones de servicios son muy dinámicas y han permitido una balanza de servicios en superávit en los últimos años.

Costa Rica ha logrado un cierto escalonamiento en la cadena de servicios empresariales, prestando servicios de creciente complejidad. Por ejemplo, las tareas simples tipo *call center*, con las cuales se instalaron varias empresas en el país, han sido transferidas a otros países latinoamericanos de menor costo. Estas tareas han sido sustituidas por otras de mayor valor agregado, gracias a las capacidades crecientes y al aprendizaje de los trabajadores locales.

2. Peligros en el negocio internacional con cadenas de producción global

El talón de Aquiles de esta nueva forma de negociar en el mercado internacional está asociado con el bajo nivel de encadenamientos del valor agregado indirecto hacia otros sectores económicos. Blyde (2014) seña-

la, para el caso de América Latina, cómo la capacidad de absorción de la tecnología utilizada en la cadena global no siempre es homogénea y, por ende, el proceso de aprendizaje puede ser limitado. Se gana en el cor-

to plazo, pero se corre el riesgo de no tener el suficiente conocimiento para subsistir cuando se salga de la cadena global, ya que la EMN o líder realiza un monitoreo continuo sobre su estrategia de deslocalización y

cuando esta deje de ser óptima puede repatriar.

En el caso de Costa Rica, las cadenas de valor involucran poco a poco otros sectores de la economía. Para la industria electrónica ha sido difícil generar encadenamientos hacia atrás debido al problema de dotación de factores, de política

de compra de las multinacionales, de la estructura productiva y de competencias técnicas, mientras que los encadenamientos de alimentos, turismo y comercio son superiores a la media del sector servicios.

También existen algunas limitaciones para acceder a los segmentos de la cadena global

con mayor valor agregado, como el contar con flujos estables de financiamiento, obtención de certificaciones internacionales, cumplimiento y monitoreo en las alianzas universidad-empresas, capacidad de innovación, mejoramiento de prácticas y técnicas gerenciales de las empresas que se involucran en la cadena global.

3. El comercio exterior de servicios en el caso colombiano

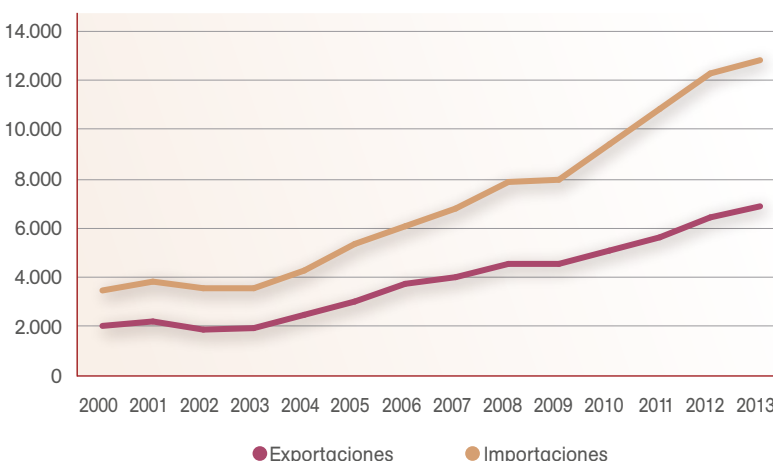
Las estadísticas de servicios en Colombia han mejorado, pero aún es necesario seguir trabajando para incorporar la mayor y mejor información sobre el comercio de estos intangibles, dada su importancia en el comercio internacional. Recordemos que, según el Manual de Estadística del Comercio Internacional de Servicios de Naciones Unidas, el suministro de un servicio se puede hacer de cuatro modos: el *modo uno* o *suministro transfronterizo* ocurre cuando tanto el proveedor como el consumidor permanecen en su territorio, como es el caso del servicio de internet. *El modo dos* o *consumo en el extranjero* requiere el movimiento del consumidor para acceder al servicio, por ejemplo, el turismo internacional. *El modo tres* o *presencia comercial* implica la presencia del proveedor mediante filial o sucursal en el país consumidor. Una muestra de ello es el banco extranjero que opera con sucursales en otro país. Finalmente, en el *modo cuatro* o *presencia de personal físico*, el servicio se presta cuando existe un despla-

zamiento del proveedor al país del consumidor. Por ejemplo, un arquitecto que viaja a supervisar una obra en otro país.

En la actualidad existe un grupo interinstitucional que está trabajando en la mejora de las cifras disponibles sobre el comercio exterior de servicios, en cabeza del Banco de la República y el Dane. Las cifras de balanza de servicios están disponibles desde 2000 y las cifras de la Encuesta Trimestral del

Comercio Exterior de Servicios del Dane están disponibles para seis sectores según los modos de suministro, con excepción del modo tres, por países de destino para exportaciones e importaciones desde 2008. De acuerdo con la información proporcionada por la balanza de servicios colombiana desde 2000, el comercio exterior de servicios es deficitario, aunque con una dinámica importante desde 2003 (ver gráfico 1).

Gráfico 1.
Comercio exterior de servicios en Colombia
(US\$ millones corrientes 2000-2013)



Fuente: Banco de la República. Balanza de Servicios.

Este comportamiento del comercio exterior de servicios no es más que una interesante oportunidad para que las empresas grandes y las Pymes se incorporen dentro de esta nueva forma de hacer los negocios internacionales. Al igual que la dinámica mundial y regional, las actividades asociadas al sector servicios tuvieron un mejor desempeño, incluso frente a la economía en general para 2013. Si el PIB total creció el 4.3% con relación a 2012, las actividades de servicios sociales, comunales y personales crecieron al 5.3% y la actividad financiera y otros servicios a las empresas lo hicieron al 4.6% en el mismo período.

Según la información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) para los sectores que monitorea, los servicios asociados al sector de transporte, los otros servicios empresariales y, en menor medida, los servicios de informática y de información explican en gran parte el comportamiento sectorial desde el año 2008 hasta 2013 (ver gráfico 3). Los principales países receptores de estos servicios son Estados Unidos, Venezuela, España y Panamá. En el

servicio de transporte, Colombia ha tenido una dinámica creciente en el movimiento de pasajeros vía aérea hacia el exterior, gracias a un esfuerzo comercial y de tarifas que vienen realizando las aerolíneas. Las alianzas estratégicas y la entrada de nuevas empresas permiten la renovación de la flota, tecnología y el fortalecimiento y capacitación del recurso humano.

Dentro de los otros servicios empresariales se encuentran los servicios profesionales, como consultorías jurídicas y otros servicios técnicos, los *call center* y *contac center*, y los servicios por arrendamiento de explotaciones mineras. También han mantenido su participación los servicios de publicidad e investigación de mercados. Finalmente, en este grupo de servicios cabe señalar que los servicios de investigación y desarrollo se han mantenido más o menos estables y con un nivel discreto desde 2008 hasta 2013. Las exportaciones de servicios empresariales se prestaron principalmente a Estados Unidos y España, y el modo de suministro más utilizado es el transfronterizo, seguido de presencia de personas físicas.

Los servicios de informática, aunque con una menor participación en el total, son importantes y fueron prestados principalmente a Estados Unidos. La provisión se hizo principalmente a través del modo de suministro transfronterizo, seguido de la presencia de personas físicas. Cabe resaltar también una mayor volatilidad en los resultados de los servicios de comunicación. Tanto en este sector como en el de otros servicios empresariales, la presencia de Pymes es muy notoria.

En resumen, Colombia ha tenido una alta concentración en servicios BPO (*call centers* y *contac centers*) desde hace unos años y en *clusters* de Pyme en ITO (desarrollo de aplicaciones y gestión de redes). Sin embargo, falta aprender sobre procesos de derechos de propiedad y contar con prácticas empresariales que favorezcan la estabilidad de las pequeñas empresas. Como muestran las cifras, se está dando un movimiento paulatino hacia los nichos de KPO, en especial la consultoría especializada, por ejemplo la venta de los servicios profesionales.

Cuadro 3.

Participación sectorial en el total de las exportaciones de servicios 2008-2013

Sectores	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Servicios de transporte	54.0	54.2	53.4	54.5	53.4	57.7
Otros servicios empresariales	20.1	21.1	21.8	23.5	23.5	22.7
Servicios de comunicaciones	15.0	13.8	12.3	10.1	8.8	6.7
Servicios de informática y de información	4.7	5.2	6.4	6.7	7.4	6.4
Servicios personales, culturales y recreativos	4.2	3.7	3.6	3.4	3.4	3.6
Regalías y derechos de licencia	2.0	2.0	2.5	1.8	3.5	2.8
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Dane.

4. La entrada de las Pymes en este tipo de cadenas

Hasta ahora se presentaron los conceptos de cadenas de producción global y su manifestación a través del *offshoring* en el sector servicios para llegar a la información disponible en el caso colombiano. En esta última parte vamos a presentar algunas reflexiones en torno a la participación de las Pymes en este nuevo modelo de hacer negocios.

Ferrando (2013) señala que hemos pasado de un comercio de bienes a uno de tareas cada vez más fragmentado, lo cual les ha permitido a las Pymes especializadas entrar a realizar algunas de estas tareas. Como hemos visto, Costa Rica es un país que ha logrado colgarse en forma relativamente eficiente a algunas cadenas globales. De esta forma, la participación de las Pymes en las exportaciones totales fue del 13% en 2012, una de las más altas en América Latina. La cadena de servicios empresariales es la que ha crecido más rápido, y este país fue uno de los primeros en entrar a esta industria, lo cual le dio una ventaja estratégica, centros de contacto, centros de servicios compartidos, tecnología digital, ingeniería y diseño, medios y entretenimiento. También tuvo ventajas en ITO con actividades tercerizadas en tecnología de la información, BPO en gestión de recursos empresariales y administración de la relación con el cliente y, en menor medida, los procesos de conocimiento KPO.

Otro país latinoamericano de tamaño similar a Costa Rica y que ha tenido avances en el

mismo sector es Uruguay. Sus exportaciones de servicios globales tipo *offshore* se estimaron en US\$745 millones en 2012 y más de US\$1.000 millones en 2013. Dentro de este grupo, Uruguay se ha especializado en los procesos de conocimiento tercerizado (KPO) (28% del total de las exportaciones de servicios globales en 2012); servicios informáticos (ITO) (26%); servicios vinculados a la centralización de actividades de empresas multinacionales (centros de servicios compartidos) (BPO) (22%); centros de respaldo (*back office*) y centros de contacto (*call-centers*) (18%); producción audiovisual (3%) y coordinación de cadenas logísticas (3%).

Las Pymes colombianas tienen una oportunidad importante para aprovechar esta fragmentación de tareas. La experiencia internacional muestra que las empresas de América Latina se ubican en el eslabón de suministro y hay una oportunidad importante para entrar a segmentos en donde se produzca mayor valor agregado, aunque el reto es grande.

Con relación a esto, el Ministerio de Comercio Exterior de Canadá encuentra tres claves para que las Pymes exportadoras tengan éxito. La primera es tener *claridad* sobre la estrategia del negocio global como oportunidad de internacionalización, para que todos sus esfuerzos empresariales y financieros se sintonicen con este propósito. En segundo lugar ser *competitivo*, esto implica contar con un “*core*” distintivo e

innovador que lo convierta en un socio atractivo para la empresa líder de la cadena. Por último, tener un alto nivel de *compatibilidad*, es decir, una alta capacidad de coordinarse lo más eficientemente posible con los otros nodos de la cadena, para permitir la sincronía y la menor pérdida de tiempos y recursos. La coordinación se facilita cuando se ha elegido cuidadosamente al socio, existe una afinidad cultural y/o comercial, la ubicación espacial facilita el suministro del servicio, y los aspectos institucionales y políticos trabajan para facilitar el comercio internacional.

Para poder aprovechar las tres claves antes expuestas, la literatura existente aconseja a las Pymes exportadoras colombianas realizar una serie de actividades como: visitas a empresas globales; entrenamiento en otros países para recoger experiencias; interacción directiva con exportadores extranjeros exitosos y/o intercambio de directivos; flexibilizar sus programas de capacitación; revisión periódica de metas, estrategias, objetivos y planes de acción. Asimismo, resalta la relevancia de concretar alianzas entre las universidades y las empresas en programas de *finishing schools* (centros de entrenamiento); lograr una mayor difusión del bilingüismo; cumplir con los exigentes requisitos para acceder a certificaciones internacionales indispensables para exportar, así como la necesidad de contar con un fuerte apoyo estatal en materia de promoción e incentivos.

Conclusiones

La atracción de este nuevo modelo de negocios internacionales para las Pymes colombianas se encuentra tanto en la posibilidad de acceder y adaptar tecnología y conocimiento para mejorar la gestión y la competitividad internacional, como en la posibilidad de atraer Inversión Extranjera Directa de las EMN y favorecer las interdependencias entre los países y sectores que conforman la cadena global. En este último aspecto, la oportunidad está en formar cadenas globales regionales con las empresas multinacionales latinoamericanas, las cuales al tener similitudes culturales facilitan la coordinación con las empresas locales.

En Colombia se tienen ciertas ventajas, como puede ser el contar con un nivel de desarrollo empresarial y educativo importante que se puede aprovechar y mejorar con programas de

finishing schools, en donde participen las universidades y las empresas tanto en el diseño como en el enganche del capital humano calificado. Con relación a esto, sería importante conocer y aprender de experiencias como las de la India, Filipinas o Uruguay en esta materia. Una educación de alta calidad facilita el aprendizaje de destrezas blandas que las cadenas están demandando hoy. La alta conectividad geográfica reduce costes y necesitamos aprovechar la letra menuda de los acuerdos comerciales vigentes.

Finalmente, los retos son grandes también, pues existe la necesidad de desarrollar una alta inteligencia de mercado, aumentar el acceso a crédito, lograr certificaciones empresariales y personales, y contar con un respaldo en materia política pública por parte del gobierno. ■

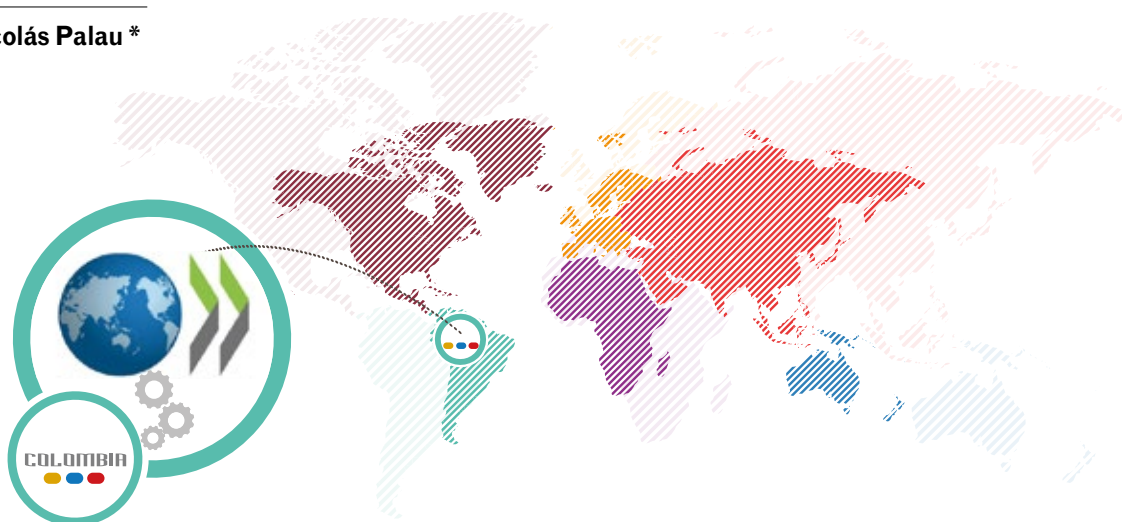
Bibliografía

- Baldwin R. (2012), *Global Supply Chains: Why they Emerged, Why they Matter, and Where they Are Going*, Centre For Trade and Economic Integration, Working Papers, 2012-13.
- Blyde J. (Coordinador, 2014), *Fábricas sincronizadas: América Latina y El Caribe en la era de las cadenas globales de valor*, Informe especial sobre integración y comercio, BID.
- Cepal (2013), *Estudio económico de América Latina y El Caribe*, Santiago de Chile.
- Cepal (2014), *Cadenas globales de valor y diversificación de exportaciones. El caso de Costa Rica*, Santiago de Chile.
- Ferrando A. (2013), *Las cadenas globales de valor, los países en desarrollo y su Pyme*, CERA, Buenos Aires.
- Gereffi G., Fernandez-Stark K., Pislos P. (2011), *Skills for Upgrading: Workforce Development Countries*, Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness, USA.
- Naciones Unidas (2012), *Manual de estadísticas del comercio internacional de servicios*, 2010, Nueva York.
- Naciones Unidas (2014), *Situación y perspectivas de la economía mundial*, Nueva York.
- The Canadian Trade Commissioner Services (2010), *Linking in to Global Value Chains: A Guide for Small and Medium-Sized Enterprises*, Canada.
- UNTAC (2014), *Informe sobre las inversiones en el mundo*, Ginebra.

El ingreso de Colombia a la OCDE

¿Para dónde vamos? ¿En qué vamos?

Por: Nicolás Palau *



La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico es una asociación de países que comparten dos ideas centrales:

1. La prosperidad económica es esencial para la preservación de las libertades individuales y el mejoramiento del bienestar general.

2. La cooperación entre pares es una herramienta fundamental para alcanzarla.

Ingresa a la OCDE muestra que un país comparte las ideas centrales de la organización, y que es un país con el nivel suficiente de prácticas transparentes y efectivas en todos los campos como para ser considerado un 'par'.

Así es como la llama el presidente Juan Manuel Santos, un "Club de las Buenas Prácticas". En él los gobiernos trabajan conjuntamente para compartir experiencias y buscar soluciones a problemas comunes.

En este artículo abordaremos algunos puntos de interés general sobre el proceso de acceso de Colombia a la OCDE. Primero revisaremos el contexto general en el que se enmarca la Organización; en segundo lugar discutiremos el estado del proceso de adhesión de Colombia; en tercer lugar desarrollaremos algunas implicaciones centrales de ingresar; en cuarto lugar mencionaremos algunas implicaciones específicas para el sector privado; en quinto lugar abordaremos algunas críticas y mitos sobre la entrada de Colombia a la Organización y, por último, ofreceremos algunas conclusiones.

*Enlace con la OCDE Dirección de inversión extranjera y servicios, Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo. E-mail: nicolaspalau@presidencia.gov.co

Contexto general: ¿Qué es la OCDE?

La OCDE, conformada por 34 países, se esfuerza en diseñar los mejores estándares de políticas públicas a nivel internacional en todas las áreas de la administración pública, con excepción de relaciones internacionales y seguridad. Cuenta con múltiples comités temáticos (por ejemplo, Comité de Inversiones, de Trabajo, de Asuntos Fiscales).

Tiene un carácter muy distinto al de otras organizaciones internacionales. En efecto, **su filosofía no es la de la negociación (yo te doy para que tú me des), sino la de la persuasión y la construcción colectiva**. Varios doctrinantes internacionales anotan que es una organización particularmente valiosa, porque los delegados de los países se desprenden de su posición 'negociadora' y se encuentran para 'pensar'.

De ahí que sea una organización que no cuenta con sanciones económicas o de otro tipo. **Sus 'dientes' son la discusión franca y los exámenes entre pares** (llamados 'peer reviews'). En un examen entre pares, los países le preguntan al examinado su posición frente a un tema, le presentan alternativas o recomendaciones y lo presionan a mejorar cuando la argumentación para un arreglo institucional existente es considerada insatisfactoria.

Y a partir de esta discusión constante, la OCDE **identifica y codifica -cristaliza- las mejores prácticas**

y las recomienda a los países que aún no las tienen. Pero la OCDE no sanciona, no admite medidas de retaliación. Es un escenario de un alto nivel de presión intelectual, pero nunca de penalidades de otro tipo.

En suma, es muy precisa la analogía que hace el Presidente al decir que la OCDE es una **universidad**: Colombia va a aprender, a enseñar su parte, a trabajar con colegas, a que la presionen constructivamente. Debe sujetarse a unos códigos mínimos de conducta y aprovechar el conocimiento de los otros países al máximo.

La OCDE, con sede en París, surgió al cabo de la Segunda Guerra Mundial, cuando existía el riesgo de que los países europeos continuaran una guerra económica donde la militar ya había terminado. Se dio entonces gran fuerza a la idea de que **la cooperación económica y el intercambio**

permanente entre pares debían ser las piedras angulares de la reconstrucción de Europa.

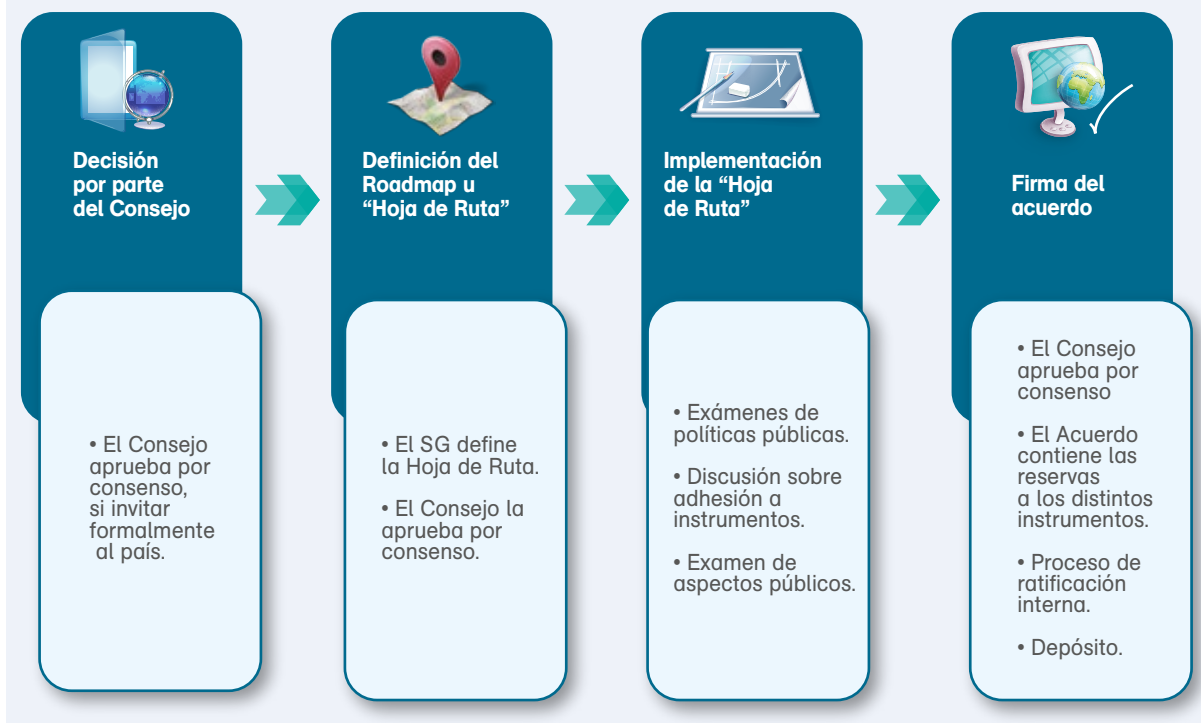
La Organización fue únicamente europea en un primer momento. Luego fue abriendo sus puertas progresivamente a nuevos países: primero a los de América del Norte y Japón. Más adelante a Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda y México y, durante los noventa, a varios de los países ex comunistas. En los últimos años, Israel y Chile entraron a la Organización -a la vez que Estonia y Eslovenia-. En este orden de ideas, **el grupo de países considerado 'serio' (más que rico) se ha venido ampliando.**

Sin embargo, entrar no es nada fácil: Rusia, por ejemplo, está en el mismo proceso formal de adhesión de Colombia desde hace más de siete años y no ha logrado ser admitida definitivamente. Además, usualmente, los países ingresan a una larga lista de espera antes de ser considerados candidatos y comenzar el proceso formal de adhesión a la Organización. Por ejemplo, Letonia expresó su deseo de ingresar desde 1996 y solo fue invitada formalmente a iniciar el proceso en 2014. De ahí que se considere que **la aceptación de la candidatura de Colombia se haya dado en un tiempo record.** En efecto, Colombia presentó su solicitud de ingreso a finales de 2011.

“ Colombia va a aprender, a enseñar su parte, a trabajar con colegas, a que la presionen constructivamente. Debe sujetarse a unos códigos mínimos de conducta y aprovechar el conocimiento de los otros países al máximo. ”

¿Cómo es el proceso de ingreso de Colombia a la OCDE? ¿En qué va?

Cuadro 1.
Proceso para el ingreso a la OCDE



Fuente: elaboración del autor.

Colombia ha concebido el ingreso a la OCDE como uno de los pilares de su estrategia de internacionalización y como parte central en la mejora de su institucionalidad y de los estándares de sus políticas públicas.

Bajo el liderazgo de la Presidencia, el gobierno ha venido adelantando durante los últimos tres años un intenso trabajo a nivel técnico y político de acercamiento a dicha organización con el propósito de convertirse en país miembro.

El cuadro 1 ilustra el procedimiento de ingreso a la

OCDE, que concluirá con la adopción de la Convención de 1961 mediante la cual se creó la OCDE.

Colombia está en la tercera casilla, afrontando la evaluación de sus políticas en 23 temas distintos. En efecto, en el **Roadmap u Hoja de Ruta para el acceso**, la OCDE determinó a cuáles Exámenes de política debe someterse el país y a cuáles de sus Decisiones y Recomendaciones debe adherir. Así, para ingresar, **el país deberá hacer dos cosas principales: hacerse examinar,**

y acomodar sus políticas a las decisiones y recomendaciones (estándares) de la Organización.

¿Qué sigue ahora? El proceso de adhesión puede durar varios años. En el caso de Chile, Eslovenia, Estonia e Israel, el proceso duró cuatro años, desde 2007 cuando fueron aceptados como candidatos, hasta 2010 cuando fueron definitivamente aceptados como miembros. Rusia fue invitada igualmente en 2007, pero al día de hoy su adhesión no ha sido aceptada y se encuentra congelada.

Implicaciones de ingresar:

Convertirse en miembros de la OCDE tiene seis implicaciones mayores, todas positivas:

>> El efecto predictibilidad:

En primer lugar, una serie de instrumentos internacionales vinculantes **obligará internacionalmente a Colombia**, como por ejemplo la Convención contra el Cohecho Internacional y algunas Decisiones de la Organización. Estos instrumentos crean confianza en la institucionalidad del país y permiten que ciudadanos, inversionistas, empresarios, estudiantes, locales y extranjeros, cuenten con reglas de juego transparentes, predecibles y apropiadas para un desarrollo armónico y balanceado.

1.

La OCDE como centro de pensamiento

En segundo lugar, Colombia tendrá **la mejor asesoría posible en materia de políticas públicas**, puesto que la OCDE es un colectivo de aprendizaje conjunto por medio del intercambio permanente de experiencias y evaluaciones. Así, participaremos en los distintos comités y grupos de trabajo, donde se comparten buenas prácticas y se hacen revisiones de política entre pares. Por ejemplo, el Comité de Inversión, el Grupo de Trabajo sobre Pymes, el Grupo de Trabajo sobre Estadísticas Internacionales de Inversión Extranjera, etc. Además, Colombia está siendo objeto de Exámenes de Política Pública (*peer reviews*) en materias que contribuirán con la cualificación y profundización de las acciones de política del país: algunos ejemplos están dados por las revisiones de la política de **Innovación**, de **Comercio**, de **Inversión**, de **Competencia** y de **Mejora Regulatoria**. Estas evaluaciones aportarán elementos y experiencias comparadas que nutrirán el debate en Colombia.

2.

>> El efecto espejo

En tercer lugar, **el proceso de acceso exige una intensa agenda de reformas internas**. Los exámenes son como un *espejo*: animan la autocrítica, cuestionan las motivaciones detrás de cada actividad y culminan con una serie de recomendaciones de política para alcanzar los más altos estándares en la materia. El proceso de acceso a la Organización abre entonces una ventana de oportunidad inmejorable para adelantar cambios internos con el fin de acercarse a dichos estándares.

3.

>> La OCDE como centro estadístico

En cuarto lugar, la OCDE es un **centro de medición privilegiado**. La Organización produce indicadores que son clave para la formulación de políticas públicas, con los que Colombia en este momento no cuenta. La OCDE mide para sus miembros, por ejemplo, los

índices **TIVA** -de valor agregado en el comercio exterior- (esenciales para apalancar la política industrial y comercial del país, al otorgar fundamento estadístico a la necesidad de insertarse adecuadamente en las **Cadenas Globales de Valor**); los índices de acceso a la financiación de las Pymes (indispensables para cerrar efectivamente los cuellos de botella que afectan el crecimiento empresarial); o los Índices *Better Life* (útiles para cualificar el progreso multidimensional asociado al crecimiento económico). **En suma, la OCDE cree firmemente en la necesidad de evaluar, monitorear y comparar las cifras de sus países como mecanismo indispensable para el mejoramiento en la formulación de políticas.** Y Colombia fortalecerá sus políticas a partir de dichas mediciones y comparaciones.

4.

>> Una voz en la agenda mundial

En quinto lugar, Colombia tendrá **voz y voto en las discusiones de un grupo privilegiado de países sobre problemas que afectan a todo el globo**. Así por ejemplo, Colombia participará en debates mundiales actuales que indiscutiblemente afectan a nuestro país, como por ejemplo el de atajar los paraísos fiscales; el de diseñar nuevos abordajes a problemas económicos mundiales que trasciendan casillas ideológicas; el de la importancia de vincular al capital internacional privado en proyectos nacionales de infraestructura; o el de la necesidad de entender, regular y participar adecuadamente en las Cadenas Globales de Valor por parte de nuestras empresas.

5.

>> El sello de calidad

En sexto lugar, **la OCDE es una certificación de que Colombia es un país con el que se puede trabajar**. La OCDE no es, como se suele decir, un club de países ricos: es un club de países que se toman en serio el buen gobierno, la estabilidad y la predictibilidad como herramientas fundamentales para la prosperidad.

6.

¿Cómo afecta todo esto a las Pymes y al sector empresarial en general?

La OCDE es una organización que fundamenta su actuar en **la fortaleza de las instituciones nacionales**: si los procedimientos institucionales son robustos, transparentes, predecibles e informados, las políticas públicas resultantes, al margen de su orientación ideológica, serán las mejores

posibles. Basta recordar libros famosos en la actualidad como el de *¿Por qué fracasan los países?*, de Robinson y Acemoglu, cuya tesis central es la de que las instituciones explican una parte crucial del desarrollo. Someterse a un proceso astringente de depuración y reforzamiento institucional solo

puede redundar en beneficio del sector privado y de la generalidad de los colombianos.

Hay, además, puntos concretos en los que se espera una participación directa del sector privado: en primer lugar, *en la formulación de políticas públicas y regulaciones*: la OCDE exige la existencia de procedimientos

previos a la formulación de cualquier Decreto o política pública de carácter general, uno de estos procedimientos es la consulta amplia con los actores interesados. En segundo lugar, en la OCDE se discuten *líneas sectoriales concretas* que afectan el quehacer diario de las empresas, como la política fiscal, la de comercio y reglamentaciones técnicas, o la de responsabilidad social empresarial. En tercer lugar, las me-

diciones de la OCDE ofrecen la oportunidad a los empresarios para *proponer discusiones*

“La transformación de la naturaleza de la cooperación hacia Colombia es un proceso irreversible y no necesariamente negativo.”

soportadas en números: piénsese por ejemplo en las mediciones comparativas de la OCDE sobre el acceso de las Pymes a la financiación, cuyos primeros resultados están siendo producidos (con la valiosa colaboración, entre otros, de Anif). Por último, las recomendaciones y estándares de la OCDE son una *palanca* al servicio de cualquier interesado en mejorar una política pública considerada errónea o injusta.

Algunas críticas al ingreso de Colombia a la OCDE

Las críticas que se escuchan a nuestra intención de entrar a la Organización están muchas veces desinformadas:

► **La crítica de la cooperación.** Se habla por ejemplo de una **reducción en cooperación internacional** (Asistencia al Desarrollo), pero esta ya se viene dando y es parte de un proceso en el que los países de renta media son considerados socios y no receptores de ayuda (salvo en temas específicos, como la protección de las víctimas del conflicto armado, que seguramente continuará). La transformación de la naturaleza de la cooperación hacia Colombia es un proceso irreversible y no necesariamente negativo. Y es plausible argumentar que la cooperación técnica, entre pares, es cualitativamente más valiosa que la mera ayuda al desarrollo.

► **La crítica de la flexibilidad regulatoria.** Se habla

también de que al firmar las convenciones vinculantes **se perderá flexibilidad regulatoria en varios temas**. Sin embargo, la OCDE es un espacio deliberativo donde se exigen justificaciones transparentes más que obligaciones concretas. Además, las Recomendaciones de la OCDE provienen siempre de una recolección y cristalización de buenas prácticas y obligaciones ya probadas, en las que participan y discuten todos los países miembros. Es pues mejor tener una voz en las discusiones más actuales sobre obligaciones internacionales que no tenerla.

► **La crítica ideológica.** Se afirma que la OCDE es una institución más del llamado Consenso de Washington y del neoliberalismo. Sin desconocer que se trata de una organización liberal en el sentido amplio del término (como se puede apreciar desde su primer postulado, mencionado al comienzo), es importante enfatizar que **la OCDE**

no tiene una orientación ideológica marcada: en ella hay gobiernos de izquierda y de derecha, con las más diversas orientaciones de política. En la OCDE los gobiernos se centran más en el aspecto institucional de producción de las políticas públicas, que en la orientación final de las mismas. Esto es notorio además históricamente; la OCDE ha pasado por varias fases en las que le ha dado un peso distinto a diferentes acercamientos a la política económica: comenzó siendo una organización fuertemente keynesiana y, a la par con cambios globales de pensamiento, en los ochenta y noventa se inclinó más por orientaciones usualmente llamadas ortodoxas; hoy por hoy, de nuevo a la par con cambios globales que la trascienden, busca encontrar los llamados NAEC ‘*New Approaches to Economic Challenges*’, para lo cual busca alejarse deliberadamente de la dicotomía izquierda-derecha. Internamente además, existen

colisiones y discusiones mayores entre sus miembros y sus expertos en la Secretaría General. Y esto es precisamente lo que se busca: discutir abiertamente.

► **La crítica del esnobismo.**

Se critica también que no somos un país desarrollado y que **por firmar un convenio no vamos a serlo**. Al respecto debe aclararse que la OCDE no es, como se suele decir, un club de países ricos. De hecho, en ningún momento la Organización exige metas cuantitativas para el ingreso: es un club de países que se toman en serio el buen gobierno como herramienta fundamental para la prosperidad. A ella pertenecen los países más desarrollados, pero también otros de un desarrollo relativo menor (por ejemplo, Chile y México, Hungría y Turquía. En la lista de espera detrás de Colombia están Costa Rica y Letonia, y Perú ha iniciado sus acercamientos con la Organización).

► **La crítica (más) dolorosa.**

Se afirma por último que en los indicadores de la OCDE vamos a ser generalmente los últimos: **los burros del curso**. Esto es probablemente cierto en un importante número de casos. ¿Es entonces una razón para no participar? El Secretario General de la OCDE, Angel Gurría, usó una metáfora futbolística para referirse a esta duda en su última visita a Colombia: ¿Qué resulta mejor para un jugador de fútbol: foguearse en la Liga A, o ser el goleador del torneo escolar? La respuesta depende exclusivamente del nivel de confianza y ambición de dicho jugador.

Es muy importante anotar además que Colombia no va solo a aprender y a ser evaluado, sino también a aportar, tal como ya se le ha reconocido en varios temas. Especificidades en su experiencia por su estado de desarrollo, institucionalidad y tradición legal, así como por sus características geográficas y económicas, ya han hecho que el país aporte posiciones nove-

dosas en las distintas instancias en las que ya es participante u observador. Posiciones expresadas por funcionarios colombianos en materia macroeconómica, comercial, de biodiversidad, de transparencia ante los retos de seguridad, ya han sido reconocidas como un aprendizaje valioso para los demás países de la Organización. Y estamos solo comenzando.

Conclusión

En suma, los beneficios del proceso de ingreso de Colombia a la OCDE prometen superar con mucho sus costos. Colombia busca:

- ✓ Aprender de las mejores experiencias comparadas.
- ✓ Forzar la revisión de la argumentación existente detrás de cada una de nuestras políticas.
- ✓ Asegurar procedimientos transparentes e informados en la formulación de nuevas políticas (o de ajustes a las existentes).
- ✓ Participar en mediciones estadísticas hoy inexistentes y en comparaciones que nutrirán la formulación de nuestras políticas públicas.
- ✓ Participar en la definición de la agenda mundial y en las discusiones sobre los temas actuales más relevantes.
- ✓ Obtener un sello de calidad como país serio.

Colombia busca entrar a una Organización que fundamenta su actuar en **la fortaleza de las instituciones nacionales**: si los procedimientos institucionales son robustos, transparentes, predecibles, informados, las políticas públicas resultantes serán las mejores posibles. El Buen Gobierno es su columna vertebral. Y esto debe resultar valioso para cualquier gobierno, presente o futuro, que tenga las riendas del país en sus manos. ■



Prociclicidad del empleo en el segmento Pyme 2006-2014

Por: Álvaro Parga *

La tasa de desempleo en Colombia ha mostrado una tendencia decreciente en la última década, pasando de registros del 13.6% promedio anual al cierre del año 2004 a niveles del 7.9% promedio anual en octubre de 2014, lo que representa una reducción de 5.7 puntos porcentuales (pp) en dicho lapso. En ello, sin lugar a dudas, el segmento Mipyme ha jugado un papel bastante representativo, pues se ha calculado que las firmas de este nicho empresarial contribuyen con el 80% de la generación del empleo nacional (porcentaje que asciende al 30.5% en el caso de las Pymes).

Con relación a esto, de acuerdo con la más reciente medición de la Gran Encuesta Pyme (GEP), el empleo en las pequeñas y medianas empresas tuvo un desempeño favorable en el último año. En efecto, el balance de respuestas (diferencia entre respuestas positivas y negativas)

a la pregunta de empleo fue positivo en los tres macrosectores analizados en la Encuesta, con un registro de 9 en las Pymes industriales, 17 en las del sector comercio y 18 en servicios al corte de 2014-I. Con ello se refleja que la proporción de firmas que aumentaron sus niveles de contratación superó el de aquellas

que lo redujeron, destacándose los casos de comercio y servicios.

Estos resultados favorables abren la inquietud sobre cuáles son los factores que condicionan el desempeño de esta variable. Particularmente, en este artículo analizaremos, a lo largo del período 2006-2014, qué tan relacionado se encuentra el desem-

*Investigador Anif. E-mail: aparga@anif.com.co

peño de la contratación en esta clase de firmas con sus reportes sobre el desempeño de sus negocios. Asimismo, evaluaremos la correlación de esta variable con el desempeño del PIB-real de cada uno de los macrosectores que componen la GEP.

Como veremos, las Pymes tuvieron una conexión bastante estrecha entre la evolución de sus negocios y sus niveles de contratación laboral, con un co-

eficiente de correlación que fue mayor al 85% en los tres macrosectores durante 2006-2014. Estos registros superaron los calculados para la economía en general, donde dicho coeficiente únicamente ascendió en valor absoluto al 17.8 % (al contrastar la evolución del PIB-real contra el desempleo global de la economía). Igualmente, se encontró una fuerte relación entre el empleo Pyme y el ciclo económico

de los sectores a nivel agregado, especialmente en lo referente a industria y comercio, donde el coeficiente de correlación estuvo cercano al 80%. Todo lo anterior permite concluir que el empleo en el segmento Pyme es fuertemente procíclico tanto en lo que corresponde al desempeño de los negocios de las empresas, como en lo que respecta al ciclo económico general de la economía.

Evolución reciente del empleo Pyme y conexión con la actividad productiva de las empresas

A lo largo del período 2006-2014 las Pymes del sector servicios son las que han exhibido un mejor desempeño en materia de evolución de su empleo, pues su promedio histórico en el balance de respuestas sobre el nivel de contratación de trabajadores ascendió a 9 durante dicho período, siendo el valor

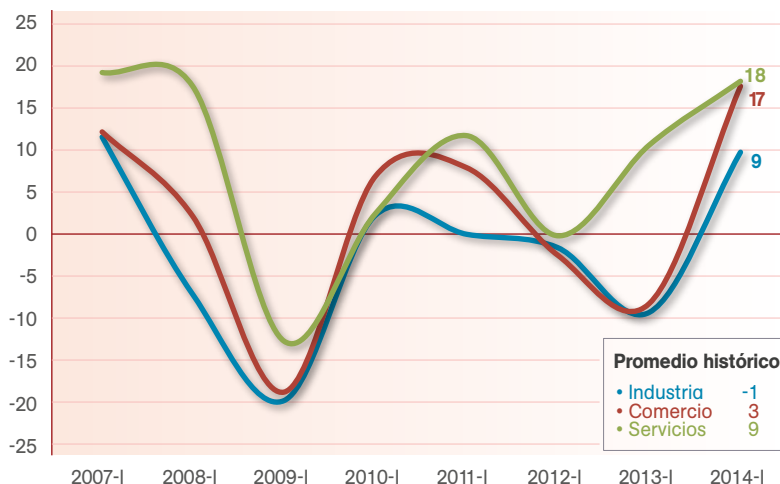
más alto entre los tres macrosectores. El segundo lugar lo obtuvo el sector comercio con un registro de 3 en la media histórica, mientras que las Pymes manufactureras evidenciaron el peor desempeño en el comportamiento de esta variable alcanzando el valor de -1 (ver gráfico 1). Así, las Pymes de servicios se

consolidaron a lo largo de este lapso como las principales generadoras de empleo entre los tres macrosectores.

Sin embargo, cabe destacar que en el último año los tres macrosectores tuvieron un comportamiento positivo en sus niveles de empleo, particularmente en los sectores de industria y comercio, donde los balances de respuestas de dicha variable alcanzaron cifras notoriamente superiores a los promedios históricos (9 y 17, respectivamente). Nuevamente, las Pymes de servicios obtuvieron el mayor balance de respuestas (18), alcanzando un dato mayor en 9 puntos al de la media histórica, evidenciando un buen desempeño bajo la coyuntura actual (ver Anif, 2014a).

Teniendo en cuenta esta evolución del empleo en el segmento Pyme a lo largo de 2006-2014, consideramos que vale la pena indagar cómo se relaciona esta tendencia observada en el segmento Pyme con los reportes

Gráfico 1.
Evolución del empleo Pyme
(2007-2014)



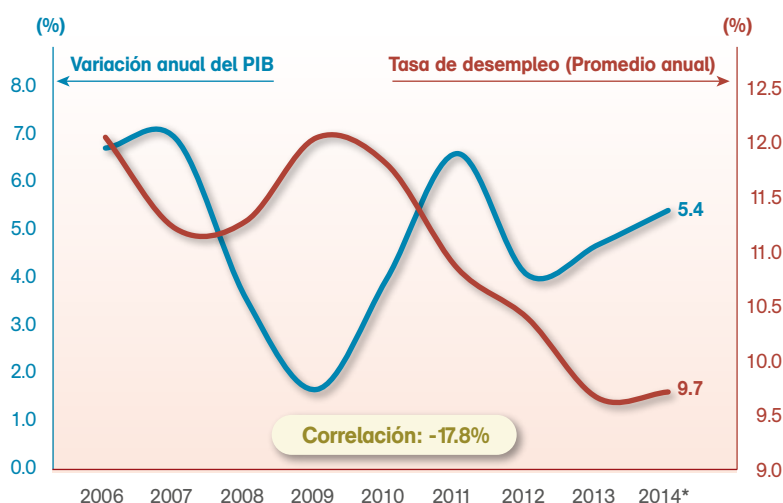
Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-II.

que hacen este tipo de firmas sobre el desempeño de sus negocios. Ello nos permitirá dimensionar el grado de sensibilidad que tiene el empleo a cambios en la actividad productiva de las empresas, y si dicha relación se modifica dependiendo del macrosector analizado.

Al momento de evaluar esta tendencia en el segmento Pyme debemos tener en cuenta lo evidenciado en el panorama macroeconómico. Para ello, calculamos la correlación entre las cifras de desempleo reportadas por el Dane y la variación que ha presentado el PIB-real de Colombia a lo largo de 2006-2014. Como se esperaría intuitivamente, dicho cálculo arrojó un registro del -17.8%, indicando que las épocas de bajo crecimiento han coincidido con altas tasas de desempleo (como es el caso de 2009), mientras que aquellas que presentaron una dinámica económica favorable coincidieron con reducciones en el número de desempleados (ver gráfico 2).

No obstante, un hecho que llama la atención es que el valor absoluto de dicha correlación resulta inferior al 20%, lo que sugeriría que la conexión entre estas dos variables no ha sido tan significativa en los años re-

Gráfico 2.
Empleo vs. crecimiento económico en Colombia (2006-2014)



*Los datos de 2014 corresponden a la información del primer semestre del año.
Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

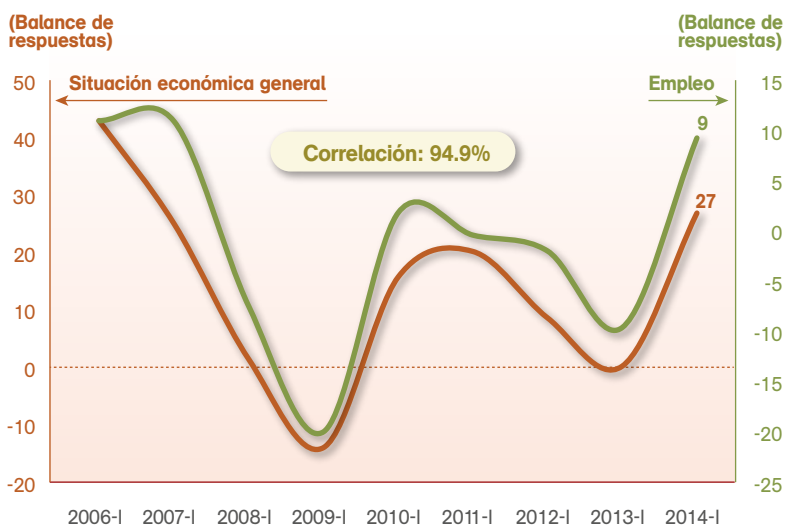
cientes. Una respuesta para ello podría radicar en la tendencia decreciente y prácticamente sostenida que ha evidenciado el desempleo a nivel nacional en la última década, que podría haber llevado a que el empleo no haya mostrado una sensibilidad notoria a las variaciones en el ciclo de la economía. De todas maneras, debe reconocerse que la desaceleración en el crecimiento económico del año 2009 (donde se alcanzó una expansión del PIB-real del 1.7%) coincidió con un incremento en la tasa de desempleo, la cual saltó del 11.3% prome-

dio anual en 2008 al 12% en 2009. En cambio, en el período 2010-2013, que presentó una mayor aceleración económica, con una expansión promedio anual del 4.8% en el PIB-real, se presentó una caída del desempleo del 11.8% al 9.6%, lo que representa una reducción de 2.2pp.

En lo correspondiente al segmento Pyme, los resultados evidenciaron una relación más estrecha entre el ciclo económico y los niveles de contratación de las firmas. Por ejemplo, para el caso de las Pymes manufactureras se encontró una alta relación entre el empleo y la actividad económica. En efecto, se calculó una correlación del 94.9% durante 2006-2014, cifra que es notoriamente superior a la calculada para la actividad económica agregada durante el mismo lapso (ver gráfico 3). Lo anterior se refleja en que en períodos como 2006-I y 2014-I, caracterizados

“En lo correspondiente al segmento Pyme, los resultados evidenciaron una relación más estrecha entre el ciclo económico y los niveles de contratación de las firmas. Por ejemplo, para el caso de las Pymes manufactureras se encontró una alta relación entre el empleo y la actividad económica.”

Gráfico 3.
Pymes industriales: empleo vs. actividad económica



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II.

por presentar los balances de respuestas más altos en las percepciones sobre situación económica general de la empresa (registros de 43 y 27, respectivamente), se encontraron cifras bastante favorables en el balance de respuestas a la pregunta de empleo (11 y 9, cada uno). Entre tanto, en los semestres donde las percepciones sobre la actividad productiva fueron negativas, como 2009-I y 2013-I (con balances de -14 y 0), las empresas de este sector tendieron a reducir su número de empleados (balance de -20 en 2009-I y de -10 en 2013-I).

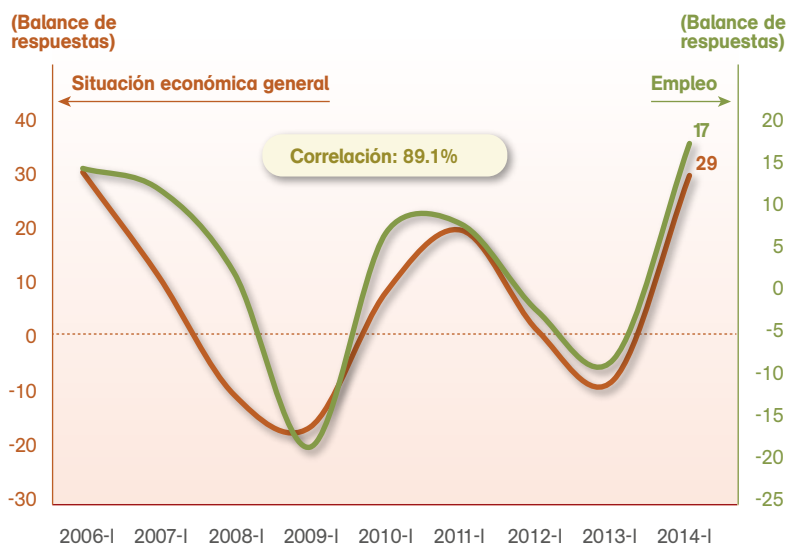
Asimismo, en el sector comercio la correlación entre las series de actividad productiva de las Pymes y sus niveles de empleo fue bastante alta, con una cifra del 89.1% para 2006-2014. Similar a lo encontrado en las Pymes manufactureras, los períodos de auge en la actividad productiva tuvieron picos en los niveles de contra-

tación, mientras que los lapsos de recesión presentaron caídas en el empleo. Una muestra de esto es que la recuperación de la actividad económica de las Pymes comerciales en el último año, reflejada en un salto del balance de respuestas de esta

variable de -8 en 2013-I a +29 en 2014-I, coincidió con un repunte en el nivel de empleo de esta clase de firmas, cuyo balance de respuestas aumentó de -9 a +17 durante el mismo lapso (ver gráfico 4).

Similar a lo encontrado en los otros dos macrosectores, las pequeñas y medianas empresas de servicios mostraron una fuerte conexión entre su situación económica y su demanda por contratar personal, lo cual se reflejó en una correlación entre el comportamiento de ambas variables del 94.4%. Cabe resaltar que los mejores resultados para las firmas del sector, tanto a nivel de situación económica general como de contratación de trabajadores, se encontraron en 2006-I, cuando se obtuvieron cifras en los balances de respuestas de 43 y 21 para cada variable. En cambio, los peores desempeños para am-

Gráfico 4.
Pymes comerciales: empleo vs. actividad económica



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II.

bas variables se hallaron en 2009-I, donde se alcanzaron registros notoriamente negativos (balances de respuestas de -7 en situación económica general y de -13 para el empleo), ver gráfico 5.

Así, pareciera que el empleo en el segmento Pyme es altamente procíclico, pues se ajusta de manera bastante adecuada al desempeño de la actividad económica que presentan las Pymes. Incluso, la correlación estimada fue mucho más alta para los tres macrosectores que componen la GEP que aquella calculada para la economía a nivel agregado.

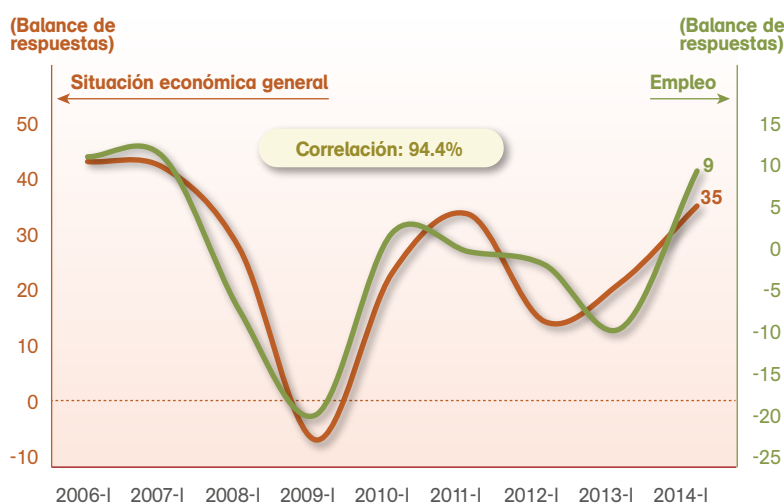
Esta mayor sensibilidad del empleo al ciclo económico en el segmento Pyme puede explicarse por los bajos niveles de acceso al crédito y los problemas de liquidez que enfrenta este segmento empresarial (ver Anif, 2014b). Dichas restricciones llevan a que las Pymes sean altamente dependientes de los ingresos provenientes de sus ventas, por lo que en épocas de baja demanda se ven obligadas a reducir sus costos, incluyendo los gastos en materia laboral. Es decir, las firmas de este

segmento ajustan sus niveles de contratación de manera más significativa a las fluctuaciones que enfrentan en el desempeño de sus negocios, en comparación con empresas de mayor tamaño, las cuales tienen mayor facilidad de cubrir su flujo de caja en estos períodos.

Hasta el momento, gracias a la información suministrada por la GEP, hemos analizado la evolución reciente del empleo en las Pymes de industria, comercio y servicios. Asimismo, evaluamos su relación con

la actividad económica de las empresas de este nicho empresarial, detectando una correlación más fuerte que la observada a nivel macroeconómico. Complementando todo esto, a continuación procederemos a analizar qué tan conectado se encuentra el empleo Pyme con la evolución del ciclo económico general. Ello nos permitirá detectar qué tan conectada está la contratación de trabajadores en este tipo de firmas con el desempeño agregado de la economía.

Gráfico 5.
Pymes de servicios: empleo vs. actividad económica



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II.

Evolución del empleo Pyme y su conexión con el ciclo macroeconómico

El desempeño a nivel agregado de los tres macrosectores que componen la GEP ha sido disímil a lo largo de 2006-2013. Por un lado, el PIB de la industria ha registrado un crecimiento promedio anual del 1.8% real, muy por debajo del pro-

medio alcanzado por toda la economía en ese período (4.8% promedio anual). Particularmente, este sector ha enfrentado una coyuntura difícil en los últimos dos años, lo cual se refleja en las contracciones del -1.1% real en 2012 y del -1%

real en 2013. Dichos resultados pueden atribuirse a dificultades coyunturales que ha enfrentado el sector, como es el caso de la apreciación cambiaria que vivió el país en dicho lapso, la cual se sumó a condiciones más estructurales como las deficien-

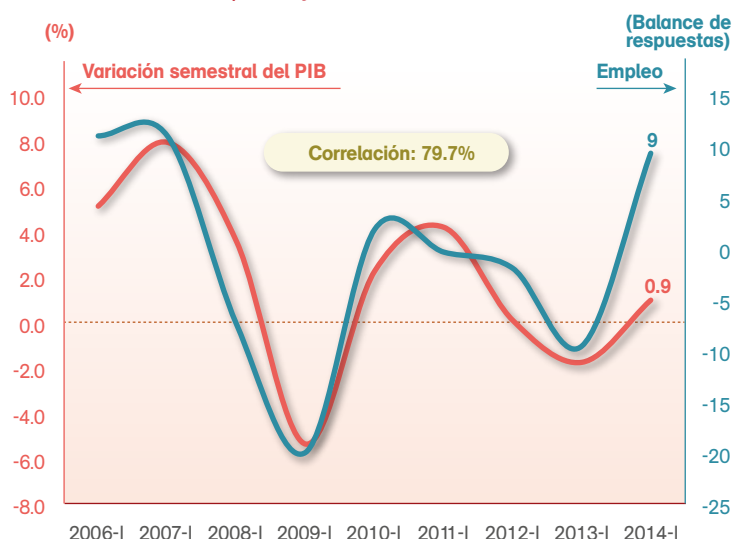
cias en materia de infraestructura y logística, así como los sobrecostos salariales que han caracterizado históricamente al país (ver Anif, 2014c).

Por su parte, el PIB del sector de comercio, reparación, restaurantes y hoteles mostró una tendencia similar al desempeño global de la economía, con un tasa de expansión promedio anual del 4.9% en dicho período. Entre tanto, el sector servicios mostró una tendencia similar en la evolución de su PIB-real, con un crecimiento promedio anual del 5.2% durante 2006-2013 en los establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y del 4.2% en la rama de servicios sociales y personales.

¿Qué tanto se relacionó esta tendencia a nivel macroeconómico con la evolución del empleo en las Pymes a lo largo de 2006-2014? En el caso de las firmas industriales, la contratación por parte de esta clase de firmas tuvo una correlación del 79.7% con el comportamiento del PIB-real manufacturero. Como se observa en el gráfico 6, los períodos de contracción en el PIB-real de este sector, como 2009-I y 2013-I, coincidieron con balances de respuestas con registros negativos. Por el contrario, en 2006-I y 2007-I, cuando se observaron expansiones en el Producto superiores al 5% real, se encontraron los registros más altos en los balances de respuestas sobre el empleo (11 para ambos semestres).

En lo que respecta al sector comercio, el coeficiente de correlación alcanzó la cifra del 78.2%, indicando una consistencia entre la evolución del empleo generado por las Pymes comerciales y el desempeño de la producción agregada del sector. Sin embargo, cabe destacar que la excepción a esta

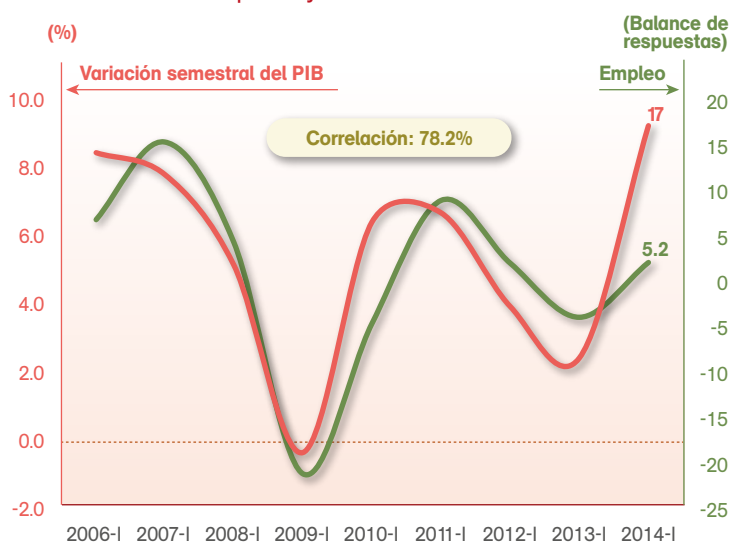
Gráfico 6.
Sector industria: empleo Pyme vs. variación del PIB-real



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II y Dane.

tendencia se presentó en 2008-I, cuando el PIB de comercio, reparación, restaurantes y hoteles alcanzó la cifra del 5.8%, y simultáneamente se presentó un registro en el balance de respuestas de 2, muy por debajo del 12 observado un año atrás (ver gráfico 7). La explicación a este resultado puede argumentarse en el hecho de que, si bien este crecimiento económico fue alto, resultó inferior en 1.7pp a lo observado en 2007-I, por lo que los empresarios podrían estar anticipando

Gráfico 7.
Sector comercio: empleo Pyme vs. variación del PIB-real



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II y Dane.

una desaceleración económica, situación que los llevó a ser más moderados en sus niveles de contratación laboral.

Finalmente, en el sector servicios también se encontró una correlación significativa entre el empleo y la tasa de crecimiento del PIB del sector, aunque de una magnitud notoriamente menor a la observada en los otros macrosectores. En efecto, la correlación entre la contratación de trabajadores de las Pymes de servicios y el PIB-real de los establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas fue del 53.5%, dato que para el caso del PIB-real de servicios sociales y personales ascendió solamente al 25.7%. Esta relación menos significativa entre ambas variables se puede explicar en gran medida por el comportamiento favorable y sostenido que ha evidenciado el PIB-real del sector servicios (particularmente el de establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas), con expansiones superiores al 3% real anual a lo largo de 2006-2014. Dicha condición llevó a que algunas épocas en las que las Pymes efectuaron una reducción de personal no coincidieran con bajas expansiones económicas, ni desaceleraciones en dichos crecimientos (caso 2012-I), ver gráfico 8.

Todo lo anterior lleva a concluir que las variaciones en el empleo en el segmento Pyme han seguido una tendencia similar a la presentada

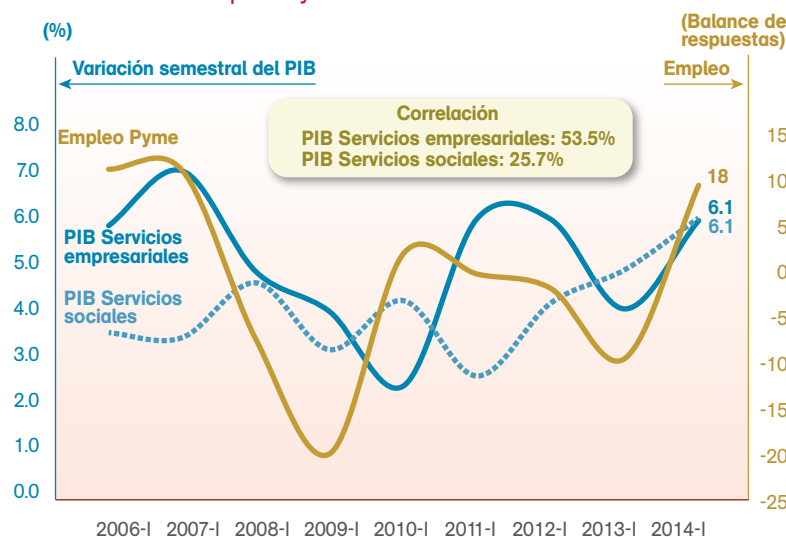
“Las variaciones en el empleo en el segmento Pyme han seguido una tendencia similar a la presentada por el PIB-real de los tres macrosectores, particularmente en lo correspondiente a las firmas de industria y comercio, las cuales registraron coeficientes de correlación superiores al 75%.”

por el PIB-real de los tres macrosectores, particularmente en lo correspondiente a las firmas de industria y comercio, las cuales registraron coeficientes de correlación superiores al 75%. De esta forma, se puede inferir que las Pymes no solo parecen haber ajustado su proceso de contratación de trabajadores al desempeño de sus negocios, sino que evidencian seguir de manera muy adecuada el desempeño global de la economía.

Por otra parte, es interesante resaltar que las correlaciones calculadas en esta sección

resultaron mucho mayores al valor absoluto de la relación entre desempleo agregado y crecimiento del PIB-real total (17.8%). Esta condición parece reforzar la teoría de que los niveles de contratación de esta clase de empresas se caracterizan por presentar una mayor sensibilidad al ciclo económico en comparación con las firmas de mayor tamaño. En ello, como lo mencionamos con anterioridad, puede jugar un papel clave el bajo acceso al crédito y las dificultades de liquidez que caracterizan a este segmento empresarial.

Gráfico 8.
Sector servicios: empleo Pyme vs. variación del PIB-real



Fuente: cálculos Anif con base en Gran Encuesta Pyme Anif 2006-II - 2014-II y Dane.

MERCADOS PYME

El Informe de **Mercados Pyme** presenta un análisis de los principales indicadores, tanto en el ámbito real como en el financiero, orientados a mostrar las características estructurales del segmento Pyme. Esto para los trece principales sectores de la industria colombiana.

Proyecciones de 2015

ADQUIERA LOS ESTUDIOS INDIVIDUALES

Valor Sectores 1 al 5:

\$273.000 c/u

1. Alimentos

- Lácteos
- Productos cárnicos
- Concentrados para animales y panadería

2. Cuero y calzado

- Curtiembre
- Marroquinería
- Calzado

3. Maquinaria eléctrica y no eléctrica

- Construcción de maquinaria y equipo
- Aparatos y suministros eléctricos

4. Productos químicos

- Químicos básicos excepto abono
- Farmacéuticos
- Otros químicos

5. Productos metálicos

- Herramientas y artículos de ferretería

Valor Sectores 6 al 13:

\$110.250 c/u

6. Vehículos y autopartes

7. Muebles

8. Confecciones

9. Tejidos de punto

10. Plásticos

11. Envases, papel y cartón

12. Otros productos minerales no metálicos

13. Imprentas y editoriales

O POR PAQUETE
Paquete 13 sectores
\$2.205.000



INFORMES

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DE MERCADEO

María Inés Vanegas · Gerente de Comercial y Mercadeo
Correo: mivanegas@anif.com.co
Teléfonos: (051) 307 3295 Celular: 310 561 7197
Bogotá-Colombia

Conclusiones

El empleo en el segmento Pyme ha evidenciado un comportamiento notoriamente procíclico a lo largo de 2006-2014. En efecto, al calcular la correlación entre el balance de respuestas de la situación económica y los niveles de contratación de las Pymes se encontraron coeficientes de correlación mayores al 85% para los tres macrosectores que integran la GEP, cifra que fue notoriamente mayor al valor absoluto de la correlación estimada entre la tasa de desempleo de la economía y el crecimiento del PIB-real (17.8%) durante el mismo período.

Asimismo, detectamos que también existe un buen ajuste entre los niveles de contratación laboral en las Pymes y el PIB-real de los tres macrosectores analizados. Particularmente, la correlación entre estas dos variables fue bastante significativa en los sectores de industria y comercio, con registros que rondaron el 80%. Todo lo anterior da indicios de la existencia de una mayor sensibilidad en el empleo Pyme a las variaciones en el ciclo económico en comparación con lo detectado a nivel general en la economía, condición que en gran medida puede atribuirse a las restricciones de liquidez que caracterizan a este segmento empresarial. ■

Bibliografía

- Anif (2014a), "Dinámica reciente del empleo en el segmento Pyme", *Comentario Económico del Día 15 de septiembre de 2014*.
- Anif (2014b), "Evolución reciente del financiamiento Pyme en Colombia", *Comentario Económico del Día 10 de febrero de 2014*.
- Anif (2014c), "Sector industrial: dinámica reciente y situación externa", *Comentario Económico del Día 29 de septiembre de 2014*.



Sector industrial: Dinámica reciente y situación externa

<Corresponde al *Comentario Económico del Día* 29 de septiembre de 2014>

Recientemente, el Dane reportó que, según la Muestra Mensual Manufacturera, la producción industrial creció un +1.3% real en su variación en doce meses a octubre de 2014 (ver gráfico adjunto). Las ventas industriales crecieron un 1.2% en dicho período, registrando el mismo crecimiento del mes de junio. Por su parte, el empleo industrial cayó en un -0.6% en el acumulado en doce meses a octubre; sin embargo, al tener en cuenta solo dicho mes, el personal ocupado creció un +0.2% anual, completando cuatro meses de crecimientos mensuales continuos.

A nivel sectorial, la industria fue jalada principalmente por azúcar (13.1% variación acumulada en doce meses a octubre de 2014), electrodomésticos y productos lácteos (ambos con un 8.3%). Por el contrario, las mayores caídas se presentaron en los sectores de productos de caucho (-20.5%); madera (16.5%); editoriales e impresas (-16.5%), y refinación de petróleo (-10.2%).

De la misma forma, el valor agregado industrial creció solo un 0.9% durante el primer semestre del año. Así, la recuperación de la industria manufacturera ha resultado mucho más débil de lo esperado, con lo que difícilmente alcanzará la expansión estimada en el comienzo del año, que hablaba de un crecimiento del

2.7% real anual en materia de valor agregado y del 3.5% real anual en producción.

Esta decepcionante recuperación industrial no debería sorprendernos del todo si se tiene en cuenta que el sector sigue enfrentando serios problemas estructurales como consecuencia de elevados costos de transporte, laborales y de energía. Anif ha insistido en que se debe trabajar con celeridad en la llamada agenda interna y disminuir así el elevado “Costo Colombia”, buscando con ello que los productores industriales locales puedan competir en igualdad de condiciones con sus pares asiáticos o de América Latina.

Al interior de la industria, Anif también ha propuesto una serie de soluciones para incrementar la productividad multifactorial sectorial que pueden sintetizarse así: i) una migración de recursos al interior de la industria hacia sectores más productivos (con cambio estructural positivo); ii) una organización de cadenas productivas regionales que permitan,

mediante la acción coordinada, generar economías de escala; y iii) una relocalización geográfica de buena parte de la producción manufacturera, saliendo de los “enclaves” del centro del país hacia las costas Pacífica y Atlántica (ver revista *Carta Financiera* No. 163 de septiembre de 2013).

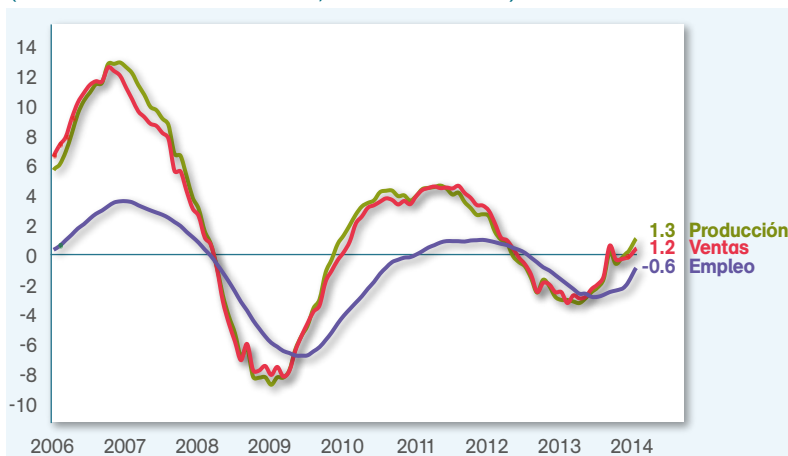
Ahora bien, a nivel coyuntural la industria también se ha visto afectada por el acoplamiento (que implica un cierre parcial) de Reficar y el creciente déficit comercial. En el primer caso, los efectos de dicho cierre le estarían restando cerca de -0.7pp a la variación acumulada en doce meses de la industria, a través del freno de la cadena petroquímica (40% del total de la producción industrial).

En el segundo caso, las cifras más recientes indican que el déficit comercial industrial llegó a -US\$18.477 millones durante el primer semestre de 2014 (-9.7% del PIB del primer semestre de 2014), incrementándose en un 22.6% frente al registro del mismo período de 2013, debido a

que las importaciones industriales llegaron a US\$27.835 millones en enero-junio de 2014, triplicando el valor de las exportaciones del sector (US\$9.358 millones). En este caso, pareciera que las importaciones están llegando a sustituir buena parte de la producción industrial local en vez de apalancar cambios de maquinaria que generen mayor productividad. Esto es evidente en que, según cifras del Banco de la República, la industria nacional solo importó US\$6.000 millones en el primer semestre de 2014 (20% del total importado) en bienes de capital.

En síntesis, la recuperación industrial ha resultado mucho más débil de lo que se esperaba y, por ello, el sector tendría dificultades para alcanzar expansiones del 3% al cierre de 2014. Pese al apoyo gubernamental a través del Plan de Impulso para la Productividad y el Empleo (PIPE), la industria está siendo únicamente soportada por la producción asociada a alimentos. En cambio, sectores conexos a la refinación de petróleo y a los bienes intermedios presentan las mayores contracciones. Aunque a nivel coyuntural, el cierre por acoplamiento de Reficar explica parte de esta débil recuperación, son los problemas estructurales, asociados al elevado “Costo Colombia”, los que le siguen restando competitividad a la industria. Esto se hace evidente en el abultado déficit comercial del sector (-9.7% del PIB del primer semestre de 2014), que estaría sustituyendo producción local en vez de apalancar renovaciones de maquinaria que impulsen la productividad sectorial. ■

Principales variables industriales (Variación % en doce meses; octubre de 2014)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

Desempeño reciente y perspectivas del comercio al por menor

<Corresponde al Comentario Económico del Día 6 de octubre de 2014>

Recientemente, el Dane reveló que el PIB real del sector comercio en Colombia se expandió a una tasa del 4.9% anual al cierre del tercer trimestre de 2014, superior al 4.2% de un año atrás. Así, este sector, que representa el 8.2% del PIB total, contribuyó de manera importante al crecimiento del 4.2% anual de la economía colombiana como un todo.



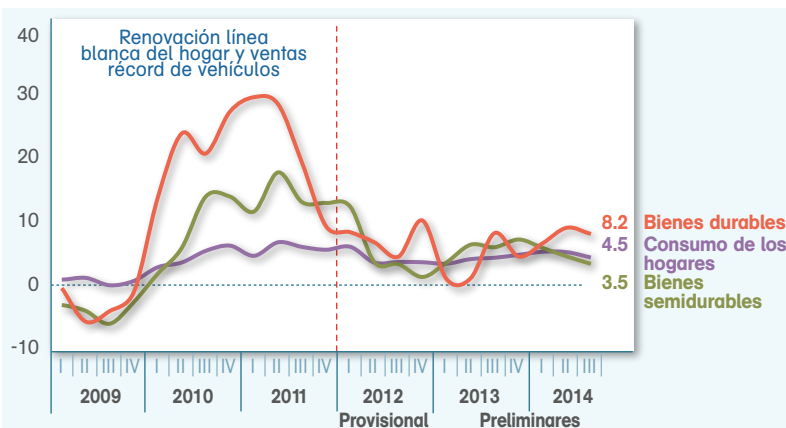
Este comportamiento es coherente tanto con las cifras positivas del comercio al por menor (que revela el Dane mensualmente), como con el buen desempeño de las cifras de consumo (expectativas de los consumidores y consumo privado final). En efecto, según la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos (EMCM), las ventas minoristas registraron un crecimiento del 7.4% en el acumulado en doce meses al corte de octubre de 2014, cifra muy superior al 4.0% de un año atrás. Las líneas de mercancía cuyos crecimientos explican este desempeño son: muebles y equipos para oficina (12.8%); artículos de ferretería (11.5%), y repuestos para vehículos (9.3%). Por su parte, las que presentaron menores crecimientos fueron farmacéuticos (0.4%); bebidas alcohólicas (1.8%), y artículos de uso doméstico (4.3%). Aquí, vale la pena resaltar el reciente cambio metodológico en la EMCM implementado por el Dane a partir de julio del presente año. Este cambio incluyó, por un lado, un incremento en el número de fuentes de información, al pasar de 486 a 1.270 empresas encuestadas y, de otro, la actualización de la nomenclatura de clasificación CIIU y de los ponderadores de la encuesta. Anif aplaude dichos cambios que buscan una mayor calidad estadística de los datos.

De otro lado, al observar el comportamiento de los consumidores, según la Encuesta de Opinión del Consumidor de Fedesarrollo, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) presentó un balance de

respuestas de 24.7 al corte de noviembre de 2014, resultado superior al 23.1 de un año atrás y al 13.4 mínimo de la década, obtenido en agosto de 2013; el cual, vale la pena recordar, estuvo afectado por el Paro Nacional Agrario (ver *Comentario Económico del Día* 26 de agosto de 2013). Al desagregar el comportamiento de este indicador se observa que son las condiciones económicas de los consumidores las que jalonan el buen desempeño del ICC. En efecto, el Índice de Condiciones Económicas (ICE) presenta un balance de 25.4, superior al 25.1 de un año atrás. Por su parte, las expectativas, capturadas por el Índice de Expectativas del Consumidor (IEC), presentan un balance de 24.2, frente al 21.8 del año anterior. Barranquilla y Medellín fueron las ciudades más optimistas, con balances de 32.4 y 30.3 respectivamente; mientras que Bogotá y Cali presentan balances un poco menos alentadores de 19.4 y 28.9.

Asimismo, el consumo final de los hogares, el cual tiene una correlación del 85% con el promedio móvil de tres meses del ICC, exhibió un crecimiento del 4.5% al cierre del tercer trimestre de 2014. En este se destaca el comportamiento del consumo de los bienes durables y semi-durables, los cuales crecieron al 8.2% y el 3.5% anual, respectivamente (ver gráfico adjunto). Este desempeño va en la misma dirección que las ventas del comercio minorista pues, efectivamente, las mercancías cuyas ventas crecen más (muebles, repuestos y artículos de ferretería) son las que hacen parte del grupo de los bienes durables.

Consumo final de bienes por parte de los hogares (Por durabilidad, var. % anual)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

Con estos resultados, Anif espera un crecimiento de las ventas minoristas (incluyendo vehículos) del 7.4% en el acumulado en doce meses al cierre de 2014, el cual se explica principalmente por los buenos desempeños de las ventas de muebles para oficina (13.2%), repuestos de vehículos (11%), y muebles y electrodomésticos (13.7%). Esto iría en línea con una expansión del valor agregado del sector comercio del 5% proyectado para el cierre de 2014.

Por su parte, el consumo de los hogares crecería un 4.9% para 2014, exhibiendo una moderada aceleración frente al crecimiento del 4.3% registrado en 2013. Aquí es importante señalar que el crecimiento dinámico del consumo de los hogares (y, por ende, de las ventas minoristas) está apalancado, en buena medida, en el buen desempeño de las cifras del mercado laboral. En efecto, la tasa de desempleo en Colombia se ubicó en un 7.7% a la altura del mes de noviembre de 2014. Sin embargo, cabe resaltar que el país continúa siendo, dentro de sus pares de

América Latina, el de más alto desempleo y uno de los de mayor informalidad laboral. Por ello, resultará clave para el consumo de los hogares que, en vez de echar reversa (en el frente de horas extra), la Administración Santos-II continúe avanzando en la flexibilización laboral y profundizando la reducción de parafiscales (ver *Comentario Económico del Día* 17 de septiembre de 2014).

En síntesis, el PIB del sector comercio creció a la favorable tasa del 4.9% real en el tercer trimestre de 2014. Esto se puede explicar por la buena dinámica de las líneas de mercancía asociadas a los bienes durables y por el buen comportamiento y expectativas de los consumidores. Con esto a la mano, Anif proyecta que el sector comercio, restaurantes y hoteles se expandiría al 5% en el año 2014 como un todo. Hacia futuro, hay que tener en cuenta que las medidas que se adopten en el frente laboral durante la Administración Santos-II estarán íntimamente ligadas al comportamiento del consumidor y al desempeño del sector comercio. ■



El PIB-real de los servicios financieros y empresariales:

Resultados enero-septiembre de 2014

<Corresponde al *Comentario Económico del Día* 20 de octubre de 2014>

El Dane reveló recientemente que el PIB-real de Colombia se expandió a una tasa del 5% anual durante enero-septiembre de 2014 (vs. el 4.4% de un año atrás). Este crecimiento estuvo liderado por el sector de la construcción (+13.7% anual), ver *Informe Semanal* No. 1251 de enero de 2015. No obstante, los sectores de prestación de servicios también tuvieron un buen comportamiento. Por ejemplo, el PIB-real del sector de establecimientos financieros y servicios empresariales creció al 5.5% anual durante enero-septiembre de 2014 (vs. 4.8% un año atrás). Dicho sector representa el 20% de la ponderación del PIB-real y fue el tercero más dinámico de la economía.

Este sector de establecimientos financieros y servicios empresariales está compuesto por tres ramas de actividad: i) la intermediación financiera; ii) las actividades inmobiliarias y de alquiler de vivienda; y iii) las actividades empresariales propiamente dichas. La intermediación financiera pasó de una expansión del 7.2% anual durante enero-septiembre de 2013 al 8.2% en el mismo período de 2014 (ver gráfico adjunto). Esto se explica por el aumento en el margen de intermediación de los establecimientos de crédito del 7% al 7.2% (niveles promedio). Además,



la cartera crediticia continuó creciendo a tasas del 10%-11% real al corte de noviembre de 2014, aun después de los excesos de 2011-2012 (llegando a picos del 20% real).

Aquí es importante destacar que aunque se dio una reducción de las utilidades del sistema financiero en el último año (-5.2% real anual en los primeros nueve meses de 2014), esto fue más consecuencia de la pérdida de valor de los TES (donde los bancos poseen cerca del 50% del total de TES) durante mayo de 2013-marzo de 2014, que del margen de intermediación. Dichas desvalorizaciones ocurrieron debido a la elevada incertidumbre internacional (que afectó los activos de los países emergentes) y a los choques macrofinancieros provenientes del cambio en el paradigma de la política monetaria del Fed.

Por su parte, la rama de actividades inmobiliarias y de alquiler de vivienda mantuvo una expansión del 3% anual durante enero-septiembre de 2014. Este resultado se puede explicar por el aumento en el área en proceso de construcción de tipo residencial, que pasó de una variación promedio del 8% al 9.6% en el mismo período. Esto fue producto de las políticas gubernamentales para estimular el sector, como el PIPE y las 100.000 viviendas

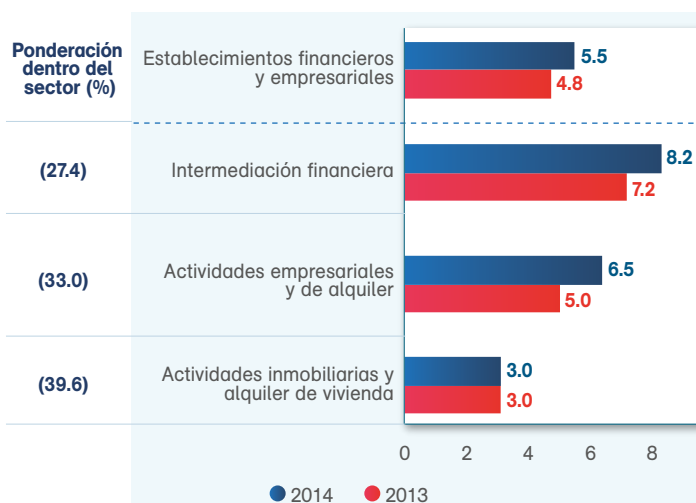
gratuitas (ver *RASEC* No.158 de mayo de 2014). A su vez, según cifras de Galería Inmobiliaria, la variación en el número de viviendas vendidas a nivel nacional se incrementó al 3.5% al corte de septiembre de 2014.

Finalmente, el rubro de actividades empresariales y de alquiler se expandió al 6.5% durante enero-septiembre de 2014, superior al 5% de 2013. Este comportamiento va en línea con el buen desempeño empresarial del país, en donde, por ejemplo, la implementación del TLC con Estados Unidos aumentó la negociación con empresarios extranjeros. De esta manera, el área en proceso de construcción de oficinas mantuvo altos niveles de crecimiento, expandiéndose al 38.8% al corte de septiembre de 2014. Además, diferentes encuestas confirman este buen momento para los empresarios del país. Por ejemplo, según la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, la situación actual de los empresarios mejoró. En promedio, el

balance de respuestas para los comerciantes pasó de 28 durante enero-septiembre de 2013 a 42 en el mismo período de 2014 y el de los industriales pasó de 29 a 41 en igual período. Asimismo, la Gran Encuesta Pyme de Anif muestra que la percepción de los empresarios de este segmento repuntó en materia de situación actual y expectativas para el cierre del año 2014. En efecto, el Indicador Pyme Anif (IPA) pasó de 57 en 2013-I a 71 en 2014-I, manteniendo niveles de buen desempeño (ver *Comentario Económico del Día* 4 de agosto de 2014).

En síntesis, el PIB-real del sector de establecimientos financieros y servicios empresariales se expandió al 5.5% durante enero-septiembre de 2014 (vs. 4.8% de un año atrás). Este comportamiento se explica principalmente por los crecimientos de los rubros de intermediación financiera (8.2% anual) y las actividades empresariales (6.5% anual). Para 2014 (como un todo), las proyecciones de Anif indican que este sector crecería al 5.2% anual, en línea con un crecimiento crediticio a tasas cercanas al 9%-10% real. Por su parte, el crecimiento esperado para el sector de servicios financieros y empresariales llegaría al 4.4% en 2015 (como un todo), superando el 3.8% real esperado para toda la economía. ■

PIB-real del sector de establecimientos financieros y servicios empresariales
(Variación porcentual anual acumulada, enero-septiembre)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

Evolución reciente de la cadena de la moda

<Corresponde al *Comentario Económico del Día* 24 de noviembre de 2014>



El pasado mes de enero, el Gobierno Nacional ratificó, a través del Decreto 456 de 2014, la prórroga del Decreto 074 de 2013, el cual había creado aranceles mixtos adicionales para las importaciones de confecciones y calzado. Estos se componen por un arancel *ad valorem* del 10% más un arancel específico de US\$5 por kilo a la ropa importada. Así, estos aranceles aplican en las transacciones comerciales con países con los cuales Colombia no ha firmado tratados comerciales, particularmente con China.

Aunque esta medida ha sido aplaudida a nivel de la cadena industrial, pues protege sus intereses, también ha recibido críticas desde el punto de vista de los comerciantes. A nivel industrial, esta medida (aparentemente) ha incrementado en un 21% la producción de confecciones, según la Cámara Colombiana de Confección y Afines, pero desde el lado del comercio se dice que ha elevado el contrabando y contraído la demanda formal del sector.

Es por lo anterior que resulta interesante preguntarse por la dinámica reciente de los sectores relacionados con la cadena de la moda. Así, se podría identificar el verdadero efecto de dicho decreto sobre las diferentes partes de la cadena de producción y comercialización de este tipo de productos.

El subsector de hilados presentó incrementos tanto en su producción como en sus ventas industriales al corte de octubre de 2014, según la Muestra Mensual Manufacturera (MMM) del Dane. En

Confecciones: evolución de la producción y ventas industriales (Variación porcentual en doce meses 2011- octubre 2014)

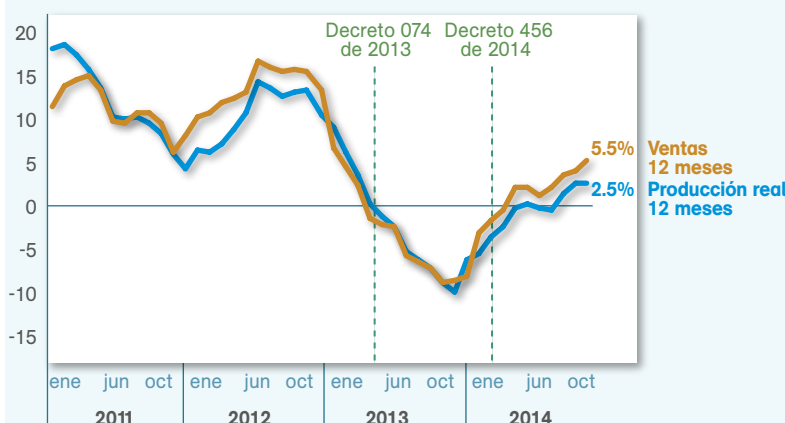


efecto, la producción real de este sector pasó de contraerse al -13.5% en octubre de 2013 a hacerlo solo al -2% en octubre de 2014. Las ventas también mostraron un mejor comportamiento en el último año (-4.5% en octubre de 2014 vs. -9.9% un año atrás). Así, la aceleración de la producción industrial fue más fuerte que la de las ventas en el último año, evidenciándose efectos más favorables sobre la actividad productiva de las medidas arancelarias.

En línea con el comportamiento de los hilados, la producción y las ventas del subsector de tejidos también mostraron comportamientos favorables en el último año. Por un lado, la producción se contrajo menos que lo evidenciado el año anterior (-1.1% en octubre de 2014 vs. -2.2% en octubre de 2013). Pero sobre todo, por el lado de las ventas industriales hay una mejora sustancial al crecer al 3.2% en octubre de 2014 (vs. -3.3% de un año atrás).

El comportamiento de la producción y de las ventas industriales del subsector de textiles también fue favorable para el período entre octubre de 2012 y octubre de 2014. Por un lado, la producción de textiles pasó de contraerse a una tasa del -4.4% anual a octubre de 2012 a crecer a una tasa del 4.9% en el mismo mes de 2014. Asimismo, las ventas crecieron en un 2.4% en octubre de 2014, 2.2 pp por encima de los observado un año atrás y 6.8 pp por encima de lo observado en octubre de 2012.

Ahora, para el subsector de confecciones, la producción real



Fuente: elaboración Anif con base en Dane, Muestra Mensual Manufacturera (2014).

creció al 2.5% en el acumulado en doce meses al corte de octubre de 2014, según la MMM del Dane (ver gráfico adjunto). Este resultado es superior al -9.9% de un año atrás. Por su parte, las ventas industriales crecieron al 5.5%, superior al -8.7% de octubre de 2013. Aquí también se evidencia un repunte importante en el último año que puede provenir de la expedición del decreto de aranceles.

Finalmente, a nivel de comercialización, el sector de confecciones y prendas de vestir ha mostrado un crecimiento de hasta el 6% al corte de octubre de 2014, superior al 2.9% de un año atrás, según la Muestra Mensual de Comercio al por Menor del Dane. En este caso también se ve un repunte, aunque se podría pensar que proviene más del mayor consumo de los hogares que de los aranceles que deberían tener justamente el efecto contrario, por una posible elevación de precios.

En síntesis, las cifras oficiales que revela el Dane enseñan que los decretos que crearon y prorrogaron aranceles mixtos para la entrada de textiles y confecciones sí pueden haber ayudado a impulsar la producción y ven-

tas industriales de todos los sectores de la cadena de la moda. A nivel de comercialización, aunque las cifras muestran un repunte, este debería provenir más del crecimiento en el consumo de los hogares en vestuario (el cual se ubica en \$1.1 billones en octubre de 2014, creciendo un 9.8% frente a lo observado un año atrás, ver Inexmoda y Raddar 2014), ver *Comentario Económico del Día* 9 de diciembre de 2013. Incluso, los aranceles podrían estar reduciendo levemente dicho gasto al elevar los precios de los productos.

Con todo esto, Anif proyecta que los sectores de textiles y confecciones crecerían al 1.5% y al 2.7% anual respectivamente al cierre de 2014, en materia industrial. Por su parte, a nivel de comercialización, las ventas del sector de prendas de vestir llegarían a expansiones del 3.9% al cierre de 2014, levemente por debajo del 5.3% de un año atrás. De todas maneras, debe tenerse en cuenta que aunque los decretos de aranceles tendrían un efecto importante a nivel coyuntural, los elementos estructurales de largo plazo serían los que determinarían el futuro del sector en los próximos años. ■

Resultados del *Doing Business* en Colombia

<Corresponde al *Comentario Económico del Día* 4 de diciembre de 2014>

El informe sobre facilidad para hacer negocios, conocido como *Doing Business*, ubicó a Colombia en el puesto 34 entre 189 países del ranking mundial (usando cifras a junio de 2014). Esta es una distinguida posición para Colombia, pues ocupó el primer lugar en el ranking regional, seguido por Perú (35) y México (39), ver cuadro adjunto.



Doing Business: ranking entre 189 países (2014-2015)

Aspectos regulatorios	Colombia			Perú			México		
	2015	2014	Ascenso (+) Descenso (-)	2015	2014	Ascenso (+) Descenso (-)	2015	2014	Ascenso (+) Descenso (-)
Facilidad para hacer negocios	34	53	19	35	34	-1	39	43	4
Apertura de empresas	84	79	-5	89	84	-5	67	61	-6
Obtención de electricidad	92	88	-4	86	80	-6	116	112	-4
Manejo de permisos de construcción	61	62	1	87	86	-1	108	97	-11
Registro de propiedades	42	54	12	26	26	Igual	110	109	-1
Obtención de crédito	2	55	53	12	10	-2	12	14	2
Protección inversionista	10	9	-1	40	40	Igual	62	61	-1
Pago de impuestos	146	139	-7	57	53	-4	105	102	-3
Comercio transfronterizo	93	95	2	55	55	Igual	44	44	Igual
Cumplimiento de contratos	168	167	-1	100	100	Igual	57	59	2
Resolución de insolvencia	30	29	-1	76	75	-1	27	33	6

Fuente: elaboración Anif con base en Banco Mundial Ranking-Doing Business 2014-2015.

Como es sabido, dicho *ranking* examina las áreas de: i) apertura de empresas; ii) manejo de permisos de construcción; iii) obtención de electricidad; iv) registro de propiedades; v) obtención de crédito; vi) protección al inversionista; vii) pago de impuestos; viii) comercio transfronterizo; ix) cumplimiento de contratos; y x) resolución de insolvencia. Veamos esto con algún detalle.

Colombia ganó 19 puestos en el ranking mundial (escalando del 53 al 34). A pesar de dicho avance general, el país desmejoró en 6 de las 10 áreas regulatorias: apertura de empresas, obtención de electricidad, protección inversionista, pago de impuestos, cumplimiento de contratos y resolución de insolvencia. El área con el mayor descenso fue el pago de impuestos, variable con marcado rezago histórico (ver *Actualidad Pyme* No. 64 de febrero de 2014). En esta ocasión, Colombia perdió 7 puestos, al descender del puesto 139 al 146. En parte ello se explica por la baja presión tributaria del país, llegando apenas al 14.8% del PIB vs. el promedio regional del 17% del PIB.

La segunda caída más pronunciada de Colombia ocurrió en apertura de empresas, bajando del puesto 79 al 84. Ello se explica por mejoras relativas de Europa, Asia Central y África Subsahariana. Por ejemplo, mientras que en Colombia se requieren 8 procedimientos, en África Subsahariana ya son solo necesarios 7.8. La tercera área con deterioro relativo fue en provisión de electricidad,

perdiendo 4 puestos por cuenta de sus elevados costos (todavía 5 veces el valor del PIB per cápita) y la elevada duración de los procedimientos para obtenerla (105 días).

Las áreas con cambios marginales fueron: permisos de construcción (puesto 61); protección inversionista (puesto 9); cumplimiento de contratos (puesto 167, lo cual podría agravarse si se implementa la peligrosa idea de desincentivar los “tribunales de arbitramento”); y resolución de insolvencia (puesto 30). Mientras que en permisos de construcción el cambio marginal fue positivo, para el resto fueron negativos.

Cabe destacar dos progresos significativos por parte de Colombia en dos áreas clave, que en buena medida están detrás del ascenso de nuestro país en el ranking general. El primero se refiere a la mejora en obtención de crédito por cuenta de la entrada en vigencia de la Ley de Garantías Mobiliarias (Decreto Ley 1676 de 2013). Solo en este frente, Colombia escaló 53 puestos. La segunda área

de progreso significativo tuvo que ver con la agilización de registros de propiedades, también relacionada con la Ley de Garantías Mobiliarias. En este frente se escalaron 12 puestos. Allí, Confecámaras jugó el papel central al divulgar el stock de garantías muebles y permitir conocer en “tiempo real” su verdadera disponibilidad como “garantía libre”. De esta manera, la información quedará centralizada en una sola entidad, abriéndole la posibilidad de fácil consulta a través del número de cédula del garante (ver *Comentario Económico del Día* 17 de junio de 2014).

En síntesis, el informe *Doing Business* mostró que el país mejoró su posición en el ranking de facilidad para hacer negocios al escalar del lugar 53 en 2014 al 34 en 2015 (entre 189 países). La evaluación desagregada del último año resultó bastante satisfactoria, aunque se desmejoró en 6 de las 10 áreas regulatorias. Los aspectos negativos todavía se relacionan con el pago de impuestos, la apertura de empresas y la obtención de electricidad. Como lo hemos mencionado en otras ocasiones, esta facilidad institucional y legislativa para hacer negocios en Colombia tan solo representa oportunidades que, como en el caso de los TLCs, todavía están pendientes de concretarse. Para esto último, se requiere un apropiado alineamiento de diversas variables macroeconómicas relacionadas con los costos laborales, la tasa de cambio y/o la disponibilidad de adecuada infraestructura. ■

“La segunda área de progreso significativo tuvo que ver con la agilización de registros de propiedades, también relacionada con la Ley de Garantías Mobiliarias. En este frente se escalaron 12 puestos.”

Bancóldex ofrece créditos por \$4.000 millones para las Mipymes de Caquetá

A partir de junio de 2014, con el fin de continuar el proceso de crecimiento de las Mipymes de Caquetá, el Gobierno otorgó nuevos recursos para financiar sus necesidades de inversión. Para las microempresas, el monto máximo otorgado es de \$50 millones, mientras para las Pymes es de \$150 millones. Los recursos se entregan a un plazo máximo de cinco años e incluyen hasta doce meses de período de gracia a capital.

Los empresarios interesados en solicitar créditos pueden hacerlo con las entidades financieras que tienen cupo en Bancóldex. Si desean recibir mayor información, deben comunicarse directamente con las líneas de atención de Bancóldex.



<http://www.bancoldex.com>

Procolombia crea programa Mipyme Internacional



Recientemente, Procolombia (antiguo Proexport Colombia) creó el programa Mipyme Internacional, con el fin de ayudar a las empresas con potencial exportador a desarrollar sus áreas de comercio exterior. Dichas empresas trabajarán un año con un especialista en el tema, quien les instruirá en los aspectos clave para exportar.

El programa funcionará como un concurso y la convocatoria se abrirá a principios de 2015. Las empresas que quieran vincularse a dicho programa deben asumir ciertos compromisos, como tener un encargado del área de comercio exterior en el año siguiente al programa y un producto potencial que en ese tiempo logren exportar.

<http://www.procolombia.co/>

Gobierno lanza Política Industrial para el Desarrollo Productivo 2014-2018

El pasado 28 de noviembre, durante el Encuentro Nacional de Transformación Productiva en Cartagena, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo presentó la Política Industrial para el Desarrollo Productivo 2014-2018. Con la implementación de dicha política se busca transformar la canasta exportadora de Colombia, que hoy depende en un 70% de los productos del sector minero-energético.

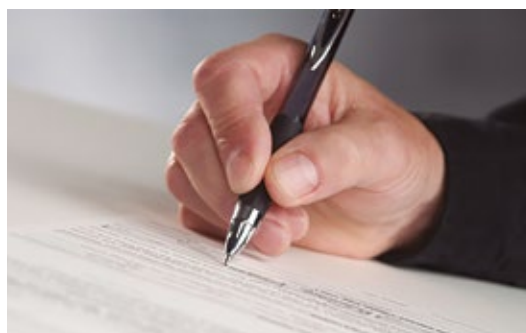
El objetivo es transformar la canasta productiva colombiana y enfocarla en sectores como el agro, la manufactura, el turismo y los servicios. Igualmente, se espera que las exportaciones no minero-energéticas alcancen los US\$30.000 millones y que el turismo aporte ingresos por US\$6.000 millones.



<http://www.mipymes.gov.co/>

Gobierno firma acuerdo con los Países Bajos para apoyar a las Pymes colombianas y holandesas

Durante la pasada visita de la Ministra de Comercio Exterior y Cooperación para el Desarrollo de los Países Bajos se firmaron varios acuerdos de cooperación entre los dos países. Uno de estos acuerdos, firmado con la Corporación Interamericana de Inversiones (miembro del Banco Interamericano de Desarrollo), está enfocado en brindar apoyo a las Pymes colombianas y holandesas. El objetivo de dicho acuerdo es dar asistencia técnica a las Pymes para abrir nuevos mercados y explorar nuevas actividades comerciales.



<http://www.mincit.gov.co/>

Concurso Ventures 2014 premia a sus ganadores

El pasado 12 de noviembre se dieron a conocer los nombres de los 17 emprendimientos ganadores de la decimocuarta edición del concurso Ventures. Los galardonados recibieron premios en efectivo y en especie (asesorías y acceso a nuevos programas, entre otros), por una suma cercana a los \$482 millones.

Los ganadores son los emprendimientos más destacados del programa organizado por la corporación Ventures. Los principales objetivos de dicho programa son la captación, estructuración, desarrollo y transformación de propuestas innovadoras de carácter nacional, regional o internacional en proyectos exitosos. Estos objetivos se alcanzan mediante un proceso de acompañamiento y entrenamiento, que dura aproximadamente ocho meses, a las propuestas que logren entrar al programa.



<http://www.ventures.com.co>

El Fondo Emprender abrió su convocatoria N°42 para la financiación del emprendimiento en Colombia

Con el objetivo de financiar iniciativas empresariales pertenecientes a cualquier sector económico, el Fondo Emprendedor del Sena abrió su convocatoria N°42. Esta convocatoria está dirigida a propuestas desarrolladas por aprendices, practicantes o profesionales recientemente graduados y/o cursando actualmente programas de especialización o maestría.

El Fondo otorgará recursos hasta por el 100% del plan de negocios, que deberán ser utilizados para la financiación de todo aquello relacionado con el objeto de este. La convocatoria tuvo como fecha de apertura el pasado 26 de noviembre y cuenta con fecha definitiva de cierre el 11 de marzo de 2015.



<http://nuevo.fondoemprender.com>

designed by freepik.com

Cierra INNpulsu MassChallenge 2014 e inician preparaciones para el año 2015

MassChallenge es una competencia global de alto prestigio, diseñada para alimentar el desarrollo y éxito de iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento internacional. En Colombia, el concurso se efectúa a través de INNpulsu y su convocatoria “iNNpulsu te entrena para la competencia de emprendimiento MassChallenge”. La convocatoria selecciona y capacita a diez empresas nacionales para que posteriormente asistan a los entrenamientos de MassChallenge en Boston y para que participen en la preselección del concurso.

Para el año 2014 se seleccionaron diez emprendedores y cinco instituciones que asistieron a las capacitaciones realizadas en Boston y participaron en el “pitch” de MassChallenge. Allí se escogieron tres empresas finalistas que harán parte del “Mundial de emprendimiento”, planeado para la segunda mitad de 2015. INNpulsu abrirá nuevamente la convocatoria a inicios del mismo año.


designed by freepik.com

<http://www.innpulsacolombia.com>

Encuentro Born Global en Medellín

El pasado 19 de noviembre se llevó a cabo el encuentro de emprendimiento tecnológico “Born Global” en la ciudad de Medellín, como parte de la semana global de emprendimiento. El objetivo de este foro fue incentivar el desarrollo de una visión global en empresas latinoamericanas de tecnología.

El mensaje principal al que se llegó en el encuentro fue la necesidad de lograr la consolidación empresarial para las compañías de este sector, citando el caso de Silicon Valley, que nació y se estructuró a partir de una única empresa. El evento contó con la participación de varias figuras importantes en el mundo del emprendimiento, como Michael Goodwin, líder de Endeavour, y Erick Stettler, director de Socialatom Ventures, entre otros.


designed by freepik.com

<http://www.pulsosocial.com>



Fotos: Tatiana Herrera - Anif

Maria Claudia Lacouture

Presidenta de Procolombia

Coyuntura Pyme:

Bienvenida a Coyuntura Pyme Dra. Lacouture. Desde su cargo en la Presidencia de Procolombia, ¿cuáles son los beneficios derivados de la existencia de este tipo de entidades para el empresario colombiano?

Maria Claudia Lacouture. Lo primero es que hay que entender que dentro de Procolombia nosotros trabajamos tres ejes de negocio para el desarrollo del país: exportaciones, turismo e inversión, agrupando los sectores de turismo y exportaciones en el área de comercio. Con referencia a esto, debemos destacar el caso del turismo, el cual hoy en día es uno de los principales sectores no minero-

energéticos que está generando ingresos para el país. De hecho, si uno contabiliza un poco cuántas divisas han dejado los turistas, son más de \$3.700 millones. En lo referente a las exportaciones, debemos tener en cuenta que no solamente hablamos de exportaciones manufactureras, sino que nos referimos a la venta de bienes y servicios, por ello nuestra labor consiste en favorecer el proceso de desarrollo económico a través de la exportación y la internacionalización.

¿Qué hace Procolombia? Nosotros ayudamos al empresario desde el punto de vista de detectar la oferta exportable en bienes, servicios y turismo para llevar a los mercados internacionales, enfocando este apoyo en aquellas firmas que se encuentran en capacidad de exportar. Debemos aclarar que en Procolombia no generamos competitividad, ni productividad, pues de estos aspectos están encargadas otras entidades del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este punto es importante esclarecerlo porque en muchas ocasiones el empresario dice que en Procolombia no le estamos ayudando, cuando dichas situaciones responden a restricciones en su competitividad, y estas dificultades no corresponden con nuestra función.

En lo que realmente se enfoca nuestra labor es en el establecimiento de ejes de trabajo que le ayudan a la pequeña y mediana empresa en su proceso exportador. Uno de ellos se refiere al establecimiento de los centros de información y desarrollo es-

tratégico. Estos se encuentran ubicados en 22 departamentos del país y han tenido un crecimiento importante, si tenemos en cuenta que en el año 2010 solamente cubríamos 8 departamentos. Así, reflejamos nuestra intención por aumentar la regionalización para poder llegar al empresariado y darle un servicio más personalizado.

“Nosotros ayudamos al empresario desde el punto de vista de detectar la oferta exportable en bienes, servicios y turismo para llevar a los mercados internacionales, enfocando este apoyo en aquellas firmas que se encuentran en capacidad de exportar.”

En dichos centros lo que buscamos es detectar la oferta exportable que esté lista o que necesite una adaptación para poder llevarla a los mercados internacionales. Actualmente, hemos logrado en Procolombia gestionar un número importante de oportunidades y hoy tenemos más de 2.000 firmas que están en el proceso de adaptación para salir a mercados internacionales donde no se exportaba anteriormente. De esta manera, los centros de información se adaptan al desarrollo estratégico de las firmas y le ayudan al empresario a desarrollar un proceso de análisis de sus costos e ingresos. Esto es muy importante, pues muchas empresas pequeñas y medianas tienen un problema fundamental y es que su nicho de mercado es el nacional y no están preparados para

determinar cuál es el mejor precio para ofertar en el mercado internacional, desconociendo las variables que influyen en dicho precio. En este sentido, nuestra función consiste en apoyarlos en el proceso de identificación y adaptación, así como en el mejoramiento de sus costos. Todo lo que el empresario necesite en mate-

ria de herramientas para llegar a los mercados internacionales nosotros se lo brindamos de forma teórica. Asimismo, hacemos una preparación práctica, pues llevamos a las empresas a misiones internacionales para que ellas puedan validar con futuros compradores que efectivamente su producto tiene un mercado.

Complementando esto, les ayudamos a las firmas a adaptarse a la dinámica del mercado, a seguir creciendo en ese proceso de capacitación para ser empresas exportadoras. Una vez terminen dicho proceso, pasamos a una fase de desarrollo estratégico donde las empresas empiezan a tener un contacto mucho más directo con los compradores, con un enfoque mucho más comercial.

Adicionalmente, en Procolombia hemos establecido un

proyecto muy interesante dirigido hacia la pequeña y mediana empresa que es Mipyme Internacional. Dicho programa se encuentra dirigido al segmento Mipyme, el cual representa actualmente el 96% del empresariado colombiano. Se ha detectado que esta clase de empresas tiene enfocadas sus ventas, casi en un 90%, en el mercado nacional, mostrando una oferta exportadora casi nula. Ello se debe a las limitaciones que presenta la estructura empresarial de esta clase de firmas, tales como que el dueño de la compañía es el mismo gerente de venta, el gerente de producción, el gerente general y el gerente de mercadeo. Dicha condición lleva a que en estas empresas generalmente no se tenga la capacidad de desarrollar un área de comercio exterior. Por ello, lo que estamos haciendo desde Procolombia con la evolución de nuestro nombre es que vamos a crear un programa que se llama Mipyme Internacional, el cual le va a permitir a la empresa postularse para poder tener una persona dentro de su empresa, designada por el Gobierno Nacional a través de Procolombia, que sea la encargada de manejar su área de comercio exterior. Con ello pretendemos incentivar a las empresas a ser exportadoras y a dividir el riesgo entre el mercado nacional y el mercado internacional. Dicha condición aplica para bienes y servicios y también para el turismo.

También creamos otro programa que es el Mentor Exportador,

un trabajo que realizamos con las grandes cadenas y los grandes empresarios, el cual le permite a las empresas que ya son proveedoras de ese canal perfeccionar su proceso, con el fin de convertirlas en exportadoras. Cada vez venimos perfeccionándonos como entidad para lograr que ese esquema de los centros de información con desarrollo estratégico puedan proveerles a la pequeña y mediana empresa las herramientas para poder internacionalizarse.



Coyuntura Pyme: ¿Cuáles son los objetivos de Procolombia a corto plazo?

Maria Claudia Lacouture.

Para el año 2018 tenemos el objetivo, porque es una responsabilidad que nos hemos creado y que el Ministerio nos avaló, de lograr que 1.000 nuevas empresas sean exportadoras constantes. Colombia tiene hoy, de

acuerdo con el RUT de Confecamaras, 1.349.000 empresas. De ellas, el panorama en materia de exportaciones y de internacionalización es bastante grave, ya que si analizamos cuántas han exportado constantemente en los últimos tres años, dicho número asciende a 3.170 empresas, lo cual representa solo el 0.2% del total.

Ello demanda la necesidad de construir el tejido empresarial exportador. Debemos tener en cuenta que Colombia tiene productos que pueden llegar a los mercados internacionales, por lo que queremos, a través de esta iniciativa, lograr que 1.000 nuevas empresas sean exportadoras constantes, que estas tengan una dinámica de crecimiento en el país a través de un riesgo diversificado. No podemos esperar solamente que las empresas colombianas estén dedicadas al mercado nacional, pues el tema de internacionalización está muy relacionado con los procesos de innovación y con un incremento en la productividad.

Cuando uno mira Europa, el número de las Mipymes también tiene una representación del 96% del total del empresariado. La diferencia entre las Mipymes europeas y las Mipymes colombianas es que el 40% de esas Mipymes son exportadoras y tienen internacionalización de sus productos, mientras que nosotros no superamos el 1% cuando lo miramos de manera constante. Incluso, si lo miramos de forma coyuntural, con firmas que exportan ocasionalmente, dicha

cifra solamente llegaría al 3% o al 4%. Esto pone en evidencia la existencia de una necesidad por incrementar nuestra oferta exportadora, y por eso nuestra meta es lograr esa cantidad de empresas con un proceso exportador constante para el año 2018.

Coyuntura Pyme: Re- cientemente la entidad pasó de ser Proexport a Procolombia. ¿Qué factores influyeron en la reformulación de la entidad? ¿Cuál es la finalidad de este cambio?

Maria Claudia Lacouture. Muchos, lo primero es que nuestra entidad tiene la función de promocionar al país, tiene un alcance más grande en su gestión que lo que se reflejaba con el nombre de Proexport, el cual se limitaba a todo lo referente al proceso de exportaciones.

Adicionalmente, siendo la entidad de promoción del país, nosotros no utilizábamos el mayor activo que tiene Colombia en este momento que es su nombre. Hoy somos reconocidos en diferentes aspectos, y la gente está buscando a Colombia para invertir, para llegar como turista y para comprar productos donde esté su nombre. El nombre Proexport como tal no hablaba de una relación con Colombia, ni tampoco que somos la unidad de promoción. Ello nos llevó a reflexionar sobre cómo podíamos capitalizar el nombre del país, que hoy en

día tiene un activo muy importante a nivel internacional.

Sumado a ello, consideramos que el alcance de la entidad se amplía. De acuerdo con las necesidades que tiene el país, esta ha sido una entidad que en todas las presidencias de Proexport en su momento, y ahora Procolombia, fue adecuando sus funciones de acuerdo con las necesidades de los empresarios. En 2004, por ejemplo, Proexport se volvió no solamente una entidad de exportaciones, sino que se volvió de inversión. Luego, en 2005, ya no solamente era inversiones y exportaciones, sino que ampliamos nuestro enfoque al turismo. A pesar de esta mayor incursión en los temas de exportaciones, inversión y turismo, la entidad no había cambiado su nombre en 22 años. Todo ello nos llevó a pensar que Proexport tenía que avanzar y con ello evolucionar a englobar esas necesidades que tenemos al día de hoy, y esta fue otra de las motivaciones que llevaron al cambio de su nombre.

“Hoy somos reconocidos en diferentes aspectos, y la gente está buscando a Colombia para invertir, para llegar como turista y para comprar productos donde esté su nombre. El nombre Proexport como tal no hablaba de una relación con Colombia, ni tampoco que somos la unidad de promoción.”

Coyuntura Pyme: ¿Quiénes son los principales aliados estratégicos nacionales de Procolombia tanto a nivel del sector público como del sector privado?. A nivel internacional, ¿quiénes son estos socios?

Maria Claudia Lacouture.

Pensaría que toda la línea y toda la cadena de desarrollo económico del país es aliado de Procolombia, es decir, las empresas, las asociaciones, los gremios y las autoridades locales. Cuando nosotros hacemos una estrategia de promoción de exportaciones, realizamos un trabajo muy importante al irnos a las regiones, validar sus necesidades y saber cuáles son las apuestas productivas, junto con identificar los productos que ofrecen ventajas comparativas, y determinar las características de dicha oferta para llevarla fuera del país.

La estrategia desde el año 2010 no es una estrategia nacional, sino una regionalizada donde se incluyen las necesidades de las regiones y de sus empresarios, gremios y asociaciones. Procolombia no produce un tornillo ni tiene una empresa que pueda desarrollar un producto. Nosotros buscamos generar innovación en el proceso de venta, pero no hacemos innovación tangible, pues no otorgamos activos físicos. No somos la empresa que desarrolla el producto, por eso siempre decimos, cuando buscamos definir que hace Procolombia, que somos la fuerza de

ventas de las firmas. Para poder ser esa fuerza de ventas es fundamental identificar cuáles son las necesidades de mis clientes, y en este caso mis clientes son los empresarios, son las autoridades locales, son las regiones en sí mismas. Ellos son quienes nos permiten hacer un catálogo de productos para poder salir a armar una oferta exportadora y venderla a nivel internacional.

Es importante mencionar que los actores varían de acuerdo con el eje de trabajo. Por ejemplo, en el área de inversión trabajamos con las agencias de promoción regionales. En el caso de las exportaciones y el turismo, son los gremios y asociaciones, autoridades locales, empresarios y las mismas comunidades. Particularmente, en el tema de turismo existe un proceso de promoción de cultura. En cambio, en materia de inversión lo que vendemos es el lugar para ubicar una empresa multinacional o el proyecto de una empresa o dentro de una región. Este es el caso de Medellín, ciudad que tiene unos *clusters* definidos y donde nuestra función radica en buscar un inversionista que contribuya al desarrollo de los clusters ya existentes. Así, nuestras funciones se hacen en grupo con todos los actores nacionales atendiendo sus necesidades, y de manera que podamos establecer un amplio portafolio de productos para poder venderlo a nivel internacional.

Coyuntura Pyme: En Anif hemos notado el interés del empresariado Pyme por exportar. Lo



Maria Claudia Lacouture, presidenta de Procolombia; Javier Héndez, coordinador de comunicaciones de Procolombia; Daniela Maldonado, investigadora de Anif; Álvaro Parga, investigador de Anif, y Alejandro Vera, vicepresidente de Anif.

hemos notado, en especial, en nuestros eventos empresariales en donde los empresarios Pyme se acercan a nosotros y nos preguntan qué deben hacer para exportar. Desde Procolombia, en la práctica, ¿qué tiene que hacer un empresario que quiera exportar?

Maria Claudia Lacouture.

Lo primero que deben hacer los interesados es acercarse a Procolombia. Para esto no es necesario viajar a Bogotá, ni a las ciudades principales, porque ya tenemos 22 centros de información a nivel nacional. Estamos presentes en 28 de los 32 departamentos del país. Adicional a esto, si la persona no tiene la posibilidad de acercarse a un centro de información, tenemos página web, una línea 1-800 y un chat *online* para que la gente pueda comunicarse con nosotros. Hemos desarrollado todas las herramientas para que el acceso a Procolombia sea fácil.

La idea es que el empresario nos contacte, nos cuente de su producto y muestre interés en exportar. Eso es todo lo que tiene que hacer. Una vez se da este acercamiento, comenzamos un proceso en el que, dependiendo del estado del producto y del conocimiento de la empresa en materia de internacionalización, nosotros le ayudamos en las áreas competentes. Este acompañamiento empieza en el Centro de Información donde se desarrolla toda su Ruta Exportadora. Esta Ruta Exportadora le indica al empresario qué es lo que tiene que hacer, cuáles son los papeles que debe tramitar y a qué entidad debe acercarse (si es un producto agrícola debe ir al ICA o al Invima).

Una vez se define la Ruta Exportadora, se capacita al empresario en lo que es exportar. Esto se hace ya que muchos empresarios creen el mito de que exportar implica muchos costos que no pueden asumir, especialmente los pequeños empresarios. Este y otros mitos no permiten materializar las oportunidades

de internacionalización. La implementación de esto se da mediante sesiones de capacitación y seminarios.

Al finalizar las capacitaciones se pasa a la fase de adecuación del producto. Es allí donde empieza el análisis de costos, el análisis del producto, si hay que hacer mejoras y si el producto tiene que modificarse para ingresar a otros mercados, (por decir algo, para entrar a Estados Unidos necesita cambiar su empaque). Nosotros asesoramos a los empresarios en todo este proceso y lo llevamos poco a poco a que pueda lograr la internacionalización.

Cuando concluye la fase de adecuación del producto, se entra en una fase práctica: las misiones probatorias. En estas misiones, nosotros llevamos a los empresarios y sus productos a los mercados. El objetivo principal de esto es que el empresario se siente con los compradores e identifique si estos están consumiendo este producto de la forma como el empresario lo presenta, que mire la competencia, que vaya a los supermercados, que verifique si es un producto que se está vendiendo en otros países y cuáles son las cualidades, requisitos y precios de este producto en estos otros países. Creemos que la mejor forma de que los empresarios conozcan estos mercados es teniendo contacto con estos y no solo mediante estudios de mercado.

De hecho, nosotros tenemos todo tipo de estudios de mercado a nivel internacional de diferentes tipos de productos, los cuales están todos montados en la página web y son gratis. Sin embargo, lo más importante es que los empresarios se den cuenta de que lo más importante es que ellos sí pueden exportar siempre y cuando se logre cumplir con todos los requerimientos. No podemos salir a exportar con la mitad de los requerimientos, el empresario tiene que cumplir con todos los requerimientos. Por ello dependiendo de la etapa de cumplimiento de estos requerimientos en la que esté el empresario, debe acercarse al Centro de Información, a Desarrollo Estratégico o a la Vicepresidencia de Exportaciones o de Turismo e Inversión.



Coyuntura Pyme: De acuerdo con los resultados de la Gran Encuesta Pyme de Anif, menos del 10% de las Pymes de servicios y alrededor del 30% de las Pymes industriales cuentan con una oferta exportadora. ¿A qué factores atribuye usted esta baja oferta exportadora?

Maria Claudia Lacouture.

El primer factor es que Colombia lleva mucho tiempo trabajando el mercado regional y nacional. Cuando uno mira las empresas, estas venden principalmente a nivel regional o a nivel local. El producto que se ha desarrollado y las acciones que desarrollan, así como el conocimiento del empresario, son locales, regionales o nacionales, no internacionales. Cuando se quiere que el producto salte al mercado internacional, se interpone una gran cantidad de mitos que hay que ir rompiendo en el camino. Los empresarios tienen toda la razón en creer que iniciar el proceso de exportación al interior de las firmas tiene un alto nivel de dificultad. Cuando el empresario es primíparo, el proceso de exportación es un proceso que puede llegar a abrumarlo porque son muchos temas, son muchos procesos, muchas acciones que nunca ha hecho. Pero para eso está Procolombia, para acompañarlo.

Adicional a esto, el mercado nacional ha sido un mercado muy interesante para los productores colombianos. Cuando el productor vende una prenda en Colombia a un precio hipotético de US\$40 y el mercado internacional compra esa misma prenda en US\$20, entonces el productor no va a querer exportar si aquí tengo un mercado que me lo está comprando a US\$40 sin hacer ningún esfuerzo adicional. Es aquí donde viene el tema de crecimiento empresarial. Una empresa a nivel nacional o a nivel mundial tiene que acceder a mercados internacionales para poder crecer. ¿Por qué? Por los ciclos de los mercados in-

ternacionales. Adicionalmente, los mercados nacionales tienen un límite y por eso le decimos a los empresarios que internacionalizarse es crecer, es expandirse, es lograr generar desarrollo que les permita en los siguientes años tener una perspectiva de crecimiento.

El segundo factor que hemos identificado es la cultura que está muy enfocada a la venta nacional, a la venta regional y a la venta local. Como en estos mercados nacionales, regionales y locales tienen buena demanda, muchos empresarios no incurrir en mercados internacionales porque cuentan con una buena cantidad de clientes en estos mercados.

El tercer factor es que el proceso de exportaciones demanda un arduo proceso de promoción de la empresa. Por eso creamos el tema de Mipyme Internacional. Le vamos a poner a las empresas que tengan productos, y que no están exportando, una persona para que les desarrolle el área de comercio exterior. Estas empresas tienen el compromiso de que al cabo de un año ellos tienen que tener una persona que haya hecho el empalme con nosotros para que continúe el proceso. Adicional a esto, tienen que haber generado exportaciones al año y tienen que tener un recurso para la promoción. La razón por la cual deben tener este recurso es porque de nada sirve tener a una persona trabajando en exportaciones sin promocionar el producto o servicio. La promoción permite entonces jalonar ese proceso de exportación.

Coyuntura Pyme: Procolombia ha venido organizando una serie de Macrorruedas de Negocios que abren un espacio para la exposición de los productos y servicios colombianos a mercados internacionales. ¿Qué balance haría usted de estos espacios? ¿Qué tan provechosos han resultado para las Mipymes?

Maria Claudia Lacouture.

La Macrorrueda es una cosa que es fabulosa, tanto que nos han copiado en todos los países a nivel latinoamericano e internacional. Las Macrorruedas se vienen haciendo desde 1997 y ha sido un experimento de verdad increíble por varias razones: la primera es que las empresas no tienen que salir del país para vender. Si una empresa quiere vender su producto en Estados Unidos tiene que tener una agenda diferenciada por ciudades, lo cual puede tomarle al empresario tres semanas para recorrer y si lo ponemos multidesestino, un mes. Mientras tanto, una empresa en Colombia que tiene una Macrorrueda de Negocios puede lograr en un día y medio tener cita con empresarios de Europa, citas con empresarios de Asia, citas con empresarios de Estados Unidos, de Canadá y de las Islas del Caribe. En términos de costo y tiempo, en las Macrorruedas las empresas logran hacer un mundo de citas que no lo lograrían hacer eficientemente viajando.

Adicionalmente, hemos hecho que las Macrorruedas evolucionen. Hoy tenemos Macrorruedas virtuales, por ejemplo, tenemos la telepresencia, donde existe la posibilidad de que los empresarios hagan agendas comerciales desde sus ciudades con una tecnología que nos permite vender el producto y la gente lo pueda ver como si estuviera en el mismo lugar, es decir, en tercera dimensión. Dicha tecnología está disponible en Bogotá, Medellín y Cali. También tenemos el tema de oportunidades en línea: si usted ingresa a la página de Procolombia va a encontrar una franja como la de la Bolsa de Valores, que muestra oportunidades en tiempo real. Allí las empresas pueden dar “clic” y ver las diferentes oportunidades. Por ejemplo, si hay una oportunidad de negocios en Europa de frutas, de uchuvas, de tal fecha a tal fecha porque se bajó la producción en otro sitio, entonces ahí entran a una ventana que muestra cómo vender.

Hay una cantidad de connotaciones que ha ayudado a las Macrorruedas de Negocios a cerrar estas oportunidades. En sí hemos hecho veinte Macrorruedas de Negocios por montos mayores a los US\$1.400 millones en expectativas entre 2010 y 2014. Estas expectativas de negocios se cierran en el 30% de los casos, es impresionante.

Coyuntura Pyme: Dentro del acompañamiento que hace Procolombia a los empresarios, también hay una parte donde se capacita a las empresas para

que exporten. ¿Qué meta persiguen estos programas de capacitación específicamente? ¿Qué se logra exportar efectivamente?

Maria Claudia Lacouture.

El primer objetivo de estos programas es que empecemos a crear cultura dentro del empresario. Que exportar se vuelva una prioridad y que la percepción sobre el proceso de exportaciones sea de viabilidad. Tenemos casos de éxito interesantes, pero hay una posibilidad de mostrar que definitivamente cuando uno hace el proceso bien hecho, exporta y tiene beneficios. El segundo objetivo es que las empresas exporten y que efectivamente se entienda el proceso de las exportaciones.

En cuanto a programas complementarios, tenemos programas sectorizados por productos o sectores, tenemos programas regionalizados, porque no todas las regiones van a producir lo mismo y eso es importante. Procolombia viene desarrollando una compilación del servicio de Procolombia a nivel regional desde 2010. Esta información está disponible para que todo el mundo acceda a ella. Allí se encuentra toda la información por región y departamento, resaltando las oportunidades para que los empresarios puedan aprovechar los Tratados de Libre Comercio, pero también otros mercados. Adicional a esto, hacemos seminarios de oportunidades, de adecuación, de certificaciones, de regulaciones y de destinos.

Coyuntura Pyme: Desde su perspectiva, ¿cuál es el vínculo que existe entre la innovación empresarial y la capacidad exportadora de las firmas? Con base en lo anterior, ¿cómo evalúa la capacidad de innovación al interior de las empresas colombianas en el marco de los TLCs?

Maria Claudia Lacouture.

Creo que van muy relacionadas por varias razones. Una de estas razones es porque la innovación

genera valor agregado para exportación y nuevos mercados.

La segunda razón es que la exportación genera la necesidad de explorar innovación. Una empresa va a generar innovación si encuentra que para poder vender su producto necesita adaptarlo para entrar a nuevos mercados y esto solo lo da el mercado internacional. Si los consumidores internacionales están exigiendo otro tipo de producto que la empresa pueda desarrollar, entonces obliga a dicha empresa a innovar a través de la exportación, por ello creo que van muy de la mano.

A nivel personal

Coyuntura Pyme: En *Coyuntura Pyme* también nos gusta conocer un poco más sobre la vida personal de los principales funcionarios del país, si nos lo permiten. ¿Cuál fue el último libro que leyó? ¿Qué tal le pareció?

Maria Claudia Lacouture. No he tenido tiempo para leer alguna obra literaria, estuve muy sumergida leyendo artículos relacionados con temáticas dirigidas a cómo nosotros podemos impulsar más a la pequeña y mediana empresa para llegar a lograr encadenamientos productivos. He leído mucho sobre los encadenamientos productivos a nivel internacional, qué se necesita para poder crear estos encadenamientos productivos y cómo se desarrollan adecuadamente. He estado metida mucho en el siguiente paso de Procolombia enfocado en cómo fomentar a las pequeñas y medianas empresas para que sean exportadoras, con el fin de que entren a los encadenamientos productivos de la regionalización del comercio. Existe una necesidad inmensa de lograr esto, y es ahí donde he estado muy metida, y por eso no he podido tener el gusto de leer otros libros.

Coyuntura Pyme: Dra. Lacouture, muchas gracias por recibirnos en su oficina. ■