

REVISTA

Bogotá. D.C. Colombia, diciembre 2015 • Edición 51

COYUNTURA

Pyme



Centro de
Estudios
Económicos

Col. \$12.000

ISSN No. 2011-9755



REVISTA COYUNTURA *Pyme* EDICIÓN 51 • DICIEMBRE DE 2015



**Ecosistemas para
el desarrollo empresarial
de las Pymes**

OBSERVATORIO DE LAS EMPRESAS PYME



PUBLICACIONES

PUBLICACIONES

COYUNTURA
Pyme

La Gran Encuesta
Pyme

Actualidad
Pyme

PUBLICACIONES



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Departamento Federal de Economía,
Formación e Investigación DEFI
Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO



Módulos Regionales:

Bogotá · Cali · Medellín · Pereira · Barranquilla · Bucaramanga · Cundinamarca
Aburrá Sur · Buenaventura · Buga · Cartago · Palmira · Tuluá

ISSN No. 2011-9755

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



Carátula diagramada
con vectores
diseñados por Freepik



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

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

**Departamento Comercial
y de Mercadeo
Publimarch**
Gerente General · María Inés Vanegas
E-mail: mivanegas@anif.com.co
Celular: 310 561 71 97- 321 245 626
Teléfonos: (051) 305 32 95
(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.

Editorial

- 6 | Evolución reciente del segmento Pyme: resultados regionales de la Gran Encuesta Pyme del primer semestre de 2015

Actualidad Pyme

- 9 | Acceso de las Pymes a programas de desarrollo empresarial
Daniela Maldonado
- 16 | Innovación práctica y rápida para todos los *cluster*
Andrés Felipe López Bermúdez
- 22 | Impulso a la Pyme bogotana
Luis Guillermo Plata
- 24 | Dinámica reciente del acceso a financiamiento en el segmento microempresarial
Álvaro Parga
- 33 | El Valle del Cauca: de invitado de piedra al auge minero-energético a dinamizador contracíclico de la economía nacional
Esteban Piedrahita

Coyuntura Sectorial

- 40 | Evolución del Índice de Precios al Productor en 2015
- 43 | Dinámica y perspectivas de la demanda de energía en 2015
- 45 | Desempeño de la confianza del consumidor en 2015
- 47 | Desempeño industrial reciente y perspectivas
- 50 | Comercio al por menor: desempeño reciente y perspectivas

Notas Prácticas

- 52 | MinCit, Minagricultura e ICA establecen convenio para fomentar exportaciones
- 53 | Mintic e iNNpulsa apoyan el desarrollo del comercio electrónico en las Mipymes

Separata Especial EAN

- La calidad de vida laboral en las Pymes
- Aplicación de la gerencia de proyectos en Pymes
Estudio preliminar en el sector hotelero y de construcción – Bogotá

Emprendimiento Pyme

- 54 | Semana global del emprendimiento se celebró en Medellín
- 55 | Mincultura apoya 300 emprendimientos culturales

Entrevista Pyme

- 56 | Rosario Córdoba,
Presidenta del Consejo Privado de Competitividad

Evolución reciente del segmento Pyme: resultados regionales de la Gran Encuesta Pyme del primer semestre de 2015

El pasado 23 de julio se presentaron los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif, tanto a nivel nacional como regional, correspondientes al primer semestre de 2015. En la medición a nivel regional se incluyeron, por quinta vez, los resultados de la profundización en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali; por cuarta vez Pereira, y por segunda vez Barranquilla y Bucaramanga.

Adicionalmente, a nivel regional, se tienen resultados, por primera vez, para el departamento de Cundinamarca, para la región de Aburrá Sur y para las ciudades de Buenaventura, Buga, Cartago, Palmira y Tuluá. La Encuesta fue realizada entre marzo y mayo de 2015, cubriendo la opinión de 2.639 empresarios Pyme, en los sectores de industria, comercio y servicios.

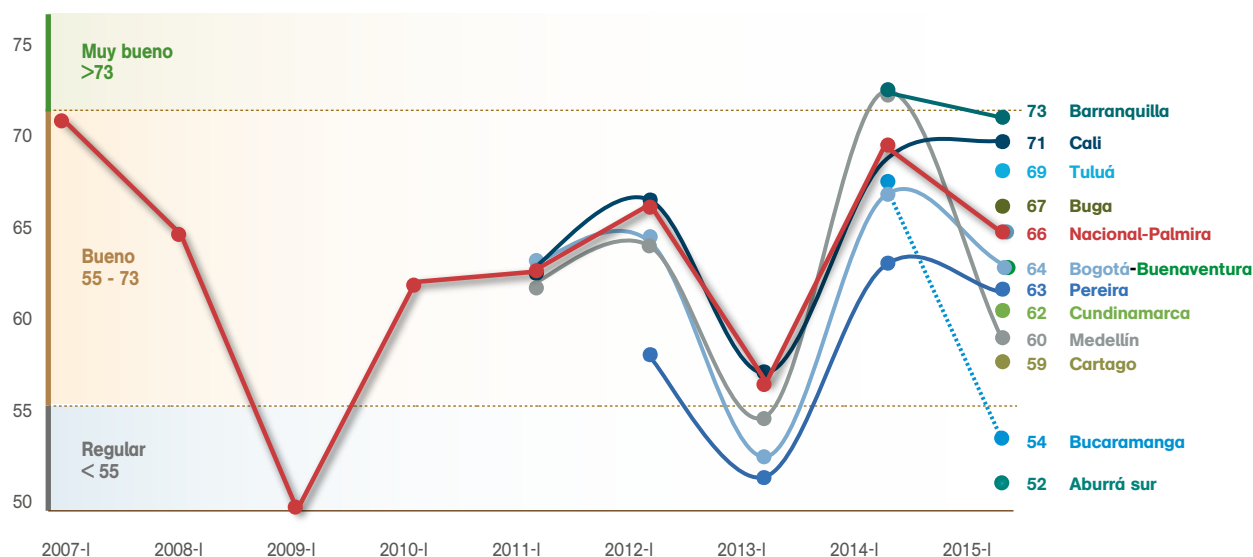
Una forma de sintetizar dichos resultados es a través del Indicador Pyme Anif (IPA). Este resume el clima económico de las Pymes al comparar las varia-

ciones en: i) el índice de situación económica; ii) el volumen de ventas; iii) las expectativas de desempeño; y iv) las expectativas de ventas (ambas para el siguiente semestre). La más reciente lectura de la GEP incluye una medición de este indicador tanto para el nivel nacional como para el regional.

Los resultados nacionales de la GEP del primer semestre de 2015 mostraron una desaceleración del IPA nacional, el cual pasó de 71 durante el primer semestre de 2014 a ubicarse en 66 durante el primer semestre de 2015, lo que permitió caracterizar el ambiente de negocios del segmento como “bueno”. La reducción del IPA en 6 unidades muestra que este indicador retomó una tendencia negativa que no se observaba desde 2013-I como consecuencia de la desaceleración económica que caracterizó el cierre de 2012 y el comienzo de 2013 (ver *Actualidad Pyme* No. 80 de agosto de 2015).

Los resultados regionales son coherentes con lo observado a nivel nacional. En efecto, el IPA para Barranquilla (73), Cali, (71), Tuluá (69), Buga (67), Palmira (66), Bogotá (64), Buenaventura (64), Pereira (63), Cundinamarca (62), Medellín (60) y Cartago (59) se ubicó en el plano de “buen desempeño”

Gráfico 1. Indicador Pyme Anif - IPA Regional
(Muy bueno >73; bueno 55 - 73; regular < 55)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2015-I.

empresarial Pyme (ver gráfico 1). Por su parte, Bucaramanga (54) y Aburrá Sur (52) registraron los valores más bajos de la muestra regional, ubicándose en el plano de “desempeño regular”. Veamos este comportamiento regional con más detalle.

Barranquilla y Cali encabezan el ranking regional del segmento Pyme con un IPA de 73 y 71, respectivamente. A pesar del resultado altamente positivo para la ciudad de Barranquilla, se observó una reducción marginal en el IPA frente a lo observado un año atrás. Esto se debió a dos fuerzas contrapuestas: i) un incremento de 10 puntos porcentuales (pp) en la proporción promedio de empresarios que reportaron mejoría en su situación actual durante el segundo semestre de 2014 (45.3% en 2013-II vs. 55.7% en 2014-II); y ii) un incremento en 4.3pp en la proporción de empresarios que consideraron incierto su desempeño económico para 2015-I (9.3% en 2014-I vs. 13.7% en 2015-I).

Por su parte, el buen ambiente de negocios para los empresarios Pyme caleños se explica principalmente por las percepciones de la situación actual y de ventas del sector servicios, las cuales tuvieron una favorabilidad superior al 50%. Para las demás ciudades de Valle del Cauca se observó un comportamiento similar. Las Pymes de servicios de estas ciudades se caracterizaron por sus percepciones favorables en materia de situación actual y ventas. Sumado a todo esto, debido a que el departamento del Valle del Cauca tiene una baja dependencia frente al sector minero-energético y oportunidades importantes con la entrada en vigencia de los TLCs por su ubicación geográfica, el IPA para las ciudades de Buenaventura, Buga, Cali, Palmira, Tuluá y Cartago se ubicó en el rango de “buen” clima empresarial.

En línea con los resultados nacionales, Bogotá y Cundinamarca registraron valores del IPA de 64 y 63. Para Bogotá, este resultado significó una caída en 4pp frente a lo

registrado un año atrás, resultado desalineado con su posición líder en el ranking de Competitividad Departamental. Las percepciones de los empresarios industriales bogotanos fueron las que más influyeron en la caída del IPA, ya que las expectativas de incertidumbre para 2015-I fueron las más altas entre los encuestados (29% para industria vs. 20% para comercio y 18% para servicios). De forma similar, el empresariado Pyme de los sectores de industria y servicios de Cundinamarca fue el que mayor incidencia tuvo en el resultado del IPA. Estos empresarios tuvieron el mayor nivel de participación en perspectivas desfavorables del desempeño económico (27% industria, 13% comercio y 15% servicios) y de ventas (26% para industria, 22% comercio, y 33% servicios). Lo anterior está relacionado con los altos costos salariales y de transporte que enfrentan estos sectores en el país.

La ciudad de Pereira mostró una reducción marginal en el IPA

**ACTUALICE SUS
DATOS PARA
AGILIZAR EL
TRÁMITE DE SU
PENSIÓN.**

**¡SOLO CON
SU HISTORIA
LABORAL
AL DÍA SE
PODRÁ
PENSIONAR!**

Actualice sus datos de contacto
ingresando a:

www.colpensiones.gov.co,
en nuestra Línea de Atención
Gratuita Nacional: **01 8000 410 909**
o en los Puntos de Atención
Colpensiones PAC a nivel nacional.

Puntos de Contacto:
Bogotá: 489 0909, Medellín: 283 6090
Línea Gratuita Nacional: 01 8000 410 909
www.colpensiones.gov.co

al pasar de 64 en 2014-I a 63 en 2015-I. Esta ligera reducción se atribuye al comportamiento del sector de industria. Para este sector se observaron incrementos en la participación de empresarios con percepciones (+15pp) y expectativas (+9pp) negativas sobre el desempeño económico, así como un importante aumento de las percepciones de incertidumbre (+25pp). Medellín reportó una caída de 14 puntos en este indicador; la mayor caída en el IPA para esta medición. Esto se debió a un incremento en las percepciones pesimistas de los empresarios industriales Pyme de esta ciudad en materia de situación económica general, ventas y expectativas, en línea con la desaceleración de este sector a nivel nacional (tasa de crecimiento del 1.1% para 2013-II vs. -0.6% para 2014-II). Cabe resaltar que en la medición anterior esta ciudad había reportado el segundo IPA más alto de la muestra regional.

Finalmente, Bucaramanga y la región de Aburrá Sur obtuvieron los registros de IPA más bajos entre las ciudades encuestadas. En el caso de Bucaramanga, esto fue consecuencia de una reducción generalizada de los empresarios con perspectivas favorables sobre la situación económica general (-5pp promedio) y las ventas (-3pp promedio), y un incremento en la proporción de empresarios con malas percepciones sobre la situación económica (+6pp promedio) y expectativas negativas sobre el desempeño general (+15pp promedio) para el primer semestre de 2015. Para Aburrá Sur, estos resultados son consistentes con las percepciones del sector comercio. Este sector concentró la mayor proporción de empresarios con percepciones negativas en materia de situación actual y ventas, y perspectivas no favorables sobre el desempeño económico para 2015-I.

En síntesis, el IPA mostró un deterioro en el clima económico de las Pymes a nivel regional en el último año, lo cual coincidió con lo observado a nivel nacional. Aburrá Sur fue la región que registró el IPA más bajo entre las encuestadas (52), mientras que Barranquilla registró el IPA más alto por segundo año consecutivo (73). A excepción de Aburrá Sur y Bucaramanga, el resto de ciudades y regiones encuestadas se ubicó en el plano de “buen” ambiente de negocios. Las ciudades con mediciones previas mostraron una contracción del IPA, salvo Cali que reportó un IPA marginalmente superior para 2015-I frente al observado un año atrás. El deterioro en las percepciones y expectativas del sector industrial en materia de desempeño económico impactó de forma notoria el IPA, lo cual es consistente con la desaceleración de la actividad económica en el segundo semestre de 2014 y con las perspectivas poco optimistas en cuanto a crecimiento de la economía para 2015 (4.6% en 2014 vs. 2.8% estimado por Anif para 2015).■



Acceso de las Pymes a programas de desarrollo empresarial

Por: Daniela Maldonado*

Las Mipymes se han convertido en uno de los principales focos de las políticas de desarrollo en los últimos años. Esto se debe a que constituyen la columna vertebral de la economía del país. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estas empresas generan el 80% del empleo a nivel nacional (las microempresas tienen una incidencia del 50%; las pequeñas empresas, del 17%, y las medianas, del 13%) y, adicionalmente, tienen una participación del 19% en las exportaciones, y un 18% en las importaciones totales del país. Cabe resaltar que este tipo de empresas representa el 99% de los establecimientos de comercio en Colombia (ver Anif, 2014).

*Exinvestigadora Anif. E-mail: dani.maldok@gmail.com

Debido a la alta incidencia que tienen estas empresas en la actividad económica han surgido diferentes programas para el desarrollo empresarial. Esta oferta no solo se concentra en entidades públicas, sino que también se encuentra a nivel privado, gremial, e incluso por parte de la academia. Su principal objetivo es promover el desarrollo empresarial trabajando en tres frentes: i) fortalecer la gestión al interior de las empresas ya constituidas; ii) fomentar el emprendimiento; y iii) proveer apoyo financiero al segmento Mipyme. Estos programas constituyen uno de los principales elementos de los ecosistemas para el desarrollo empresarial.

A continuación presentamos un análisis del acceso de las Pymes colombianas a este tipo de programas. Para ello, consideramos los elementos más sobresalientes de la oferta de programas de desarrollo empresarial así como el acceso de las Pymes a estos programas (con base en los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif).

Como veremos, existe una importante oferta de programas de desarrollo empresarial lideradas por los sectores público, privado y por la academia. Esta oferta se concentra en el desarrollo empresarial tanto a nivel de competencias como de gestión en forma individual para así explotar las fortalezas y hacer frente a los retos propios de cada empresa. En cuanto a la demanda por estos programas, se observa que la proporción de Pymes que han empleado acciones para mejorar su desempeño económico ha venido cayendo desde el primer semestre de 2014 (ver Anif, 2015). Esto es consistente con el bajo acceso que tienen estas fir-

mas a programas de desarrollo empresarial: en promedio, menos del 35% de las Pymes del país participó en estos programas entre el primer semestre de 2012 y el mismo período de 2014. Finalmente, las Pymes reportaron que los principales beneficios percibidos por acceder a estos programas fueron la creación de ventajas competitivas de las empresas, el incremento de las ventas y el aumento de la producción.

Oferta de programas para el desarrollo empresarial

Como ya se mencionó, el universo de programas para el desarrollo empresarial al que tienen acceso las Mipymes no se concentra únicamente en la oferta que provee el sector público. A continuación presentamos algunos ejemplos de casos interesantes que ofrece el sector público, el sector privado y la academia.

• *Iniciativas públicas:* *Ministerio de Comercio,* *Industria y Turismo*

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) ha desarrollado un conjunto de herramientas para el desarrollo empresarial del país en diferentes materias. Esta caja de herramientas está compuesta por: i) Centros de Desarrollo Empresarial (CDEs); ii) acceso de Mipymes a la contratación pública; iii) Emprende Colombia; iv) iNNpulsa Mipyme; v) Colombia se formaliza; vi) Premio Innova; vii) Compre colombiano; viii) Consejos Superiores de Microempresas y Consejos Superiores de Pymes; ix) ExportaFácil; x) Grupo para

la Inclusión Social; xi) Consejos Regionales Mipymes; xii) Sistema Nacional de Apoyo a las Empresas; xiii) Desastres naturales; y xiv) Comisión Profesional Colombiana.

Entre todas las iniciativas enumeradas se destacan los CDEs, que aparecen en 2014. Estos son un instrumento de política industrial que busca desarrollar capacidades al interior de las empresas, ofreciendo asesoría, acompañamiento y capacitación al emprendedor y empresario. Este instrumento promueve el crecimiento empresarial, la innovación, la productividad y la rentabilidad a través de propuestas de mejoras en la administración, la gerencia, la producción, el desarrollo tecnológico, y el acceso a créditos que les permita expandir el negocio a nivel nacional e insertarse en la economía global (ver MinCIT, 2014).

Los principales servicios que prestan los CDEs son la asesoría individual y la capacitación. Por un lado, el primero de estos servicios consiste en ofrecer asesoría y acompañamiento individual reconociendo que cada empresa tiene características únicas y se encuentra en diferentes etapas de desarrollo. Este tipo de acompañamiento lo desarrollarán asesores expertos. Este servicio es confidencial y a largo plazo (mínimo 3 años), ver MinCIT, 2014.

Por su parte, la capacitación encierra las actividades de preparación a los emprendedores/empresarios en temas de gestión empresarial y gerencial. Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar y desarrollar capacidades en las personas que realizan la actividad empresarial, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y

actitudes necesarias para generar un mejor desempeño, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la empresa. La capacitación se desarrollará a través de conferencias, talleres, seminarios sobre temas de interés común, en la que participa un grupo de empresas o emprendedores que pertenecen al Centro. Estas capacitaciones pueden ser impartidas por asesores internos del Centro o por asesores externos contratados para desarrollar una temática específica que esté de acuerdo con las necesidades identificadas (ver MinCIT, 2014).

• *Programas privados: Cámara de Comercio de Bogotá*

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) ofrece asesorías enfocadas a que los empresarios logren que sus empresas crezcan y se consoliden. Dichas asesorías se construyen alrededor de la Ruta de Servicios diseñada a partir de un examen empresarial realizado a cada empresa. La Ruta de Servicios da apoyo en las siguientes líneas de servicios de la CCB: i) competencias empresariales; ii) estrategia y administración; iii) legal y trámites; iv) mercado y ventas; v) producción y calidad; y vi) financiera y financiamiento (ver Cámara de Comercio de Bogotá, 2015). Estos servicios vienen prestándose desde hace más de una década, aunque no bajo la estructura de la Ruta de Servicios desde ese momento.

• *Programas de la academia: Universidad de los Andes*

La Facultad de Administración de la Universidad de los

Andes, dentro de su oferta académica para Pymes, ha construido una iniciativa de Desarrollo Empresarial. Esta iniciativa está diseñada y desarrollada para responder a las necesidades de las empresas colombianas que buscan la implementación de una gestión estratégica que favorezca el fortalecimiento y el crecimiento para mejorar su posición competitiva en el entorno local, regional y global.

El programa de Gestión Estratégica para las Pymes, perteneciente a la iniciativa de Desarrollo Empresarial, se enfoca en la formación aplicada en gestión

la GEP de Anif, bajo los cuales se evalúa la participación de las Pymes en estos programas.

Acceso de las Pymes colombianas a programas de desarrollo empresarial

De acuerdo con los resultados de la última medición de la GEP, en promedio, el 65.8% de las Pymes tomó acciones para

“ La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) ofrece asesorías enfocadas a que los empresarios logren que sus empresas crezcan y se consoliden. Dichas asesorías se construyen alrededor de la Ruta de Servicios diseñada a partir de un examen empresarial realizado a cada empresa. ”

estratégica integral. Para esto desarrolla un proceso articulado de Universidad – Empresa, que entrega como resultado al equipo directivo de la empresa vinculada las bases para el desarrollo de proyectos y el fortalecimiento en las áreas de gestión más relevantes, para su crecimiento y sostenibilidad (ver Facultad de Administración, Universidad de los Andes, 2015).

En síntesis, cada uno de estos programas está pensado particularmente para las Pymes y considera que las asesorías individuales constituyen el centro del trabajo para formular las estrategias de desarrollo empresarial a implementar. A continuación se presentan los resultados de

mejorar su desempeño económico durante el primer semestre de 2015, cifra inferior en 7.6 puntos porcentuales (pp) a la observada un año atrás. Esta tendencia a la baja del porcentaje de Pymes que tomaron acciones para mejorar su desempeño económico viene observándose desde el primer semestre de 2014, con una caída con respecto al año anterior de 0.5pp. Por tamaño empresarial, en promedio, el 73% de las empresas medianas tomó acciones de mejoramiento, mientras que esta proporción fue inferior en 11pp para las empresas pequeñas durante 2015-I. A nivel sectorial, el sector de servicios es el que ha mantenido la proporción de empresarios que toman acciones de

mejoramiento en los niveles más altos, ver gráfico 1.

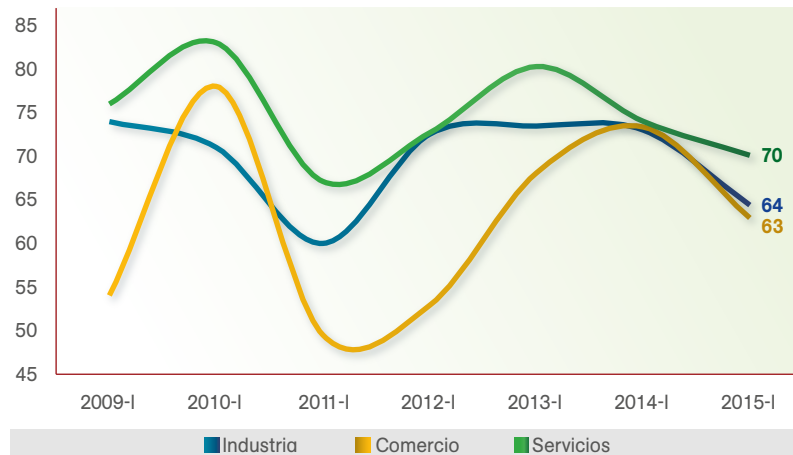
Para el primer semestre de 2014, la GEP preguntó a los empresarios del segmento Pyme si estos habían accedido, durante los dos últimos años, a programas para el desarrollo empresarial y cuáles habían sido los impactos en sus empresas de haber accedido a dichos programas. A lo anterior, el 39.9% de las Pymes respondió haber participado en programas de desarrollo empresarial. Adicionalmente, el 37.7% de las pequeñas y medianas empresas que participaron en estos programas identificó como principal beneficio la creación de ventajas competitivas de las empresas. A continuación se profundiza en los resultados por tamaño empresarial y por sector económico.

• Participación en programas de desarrollo empresarial por tamaño empresarial

La participación de los empresarios Pyme en programas de desarrollo varió al interior del segmento. Así, solo el 32.1% de la pequeñas empresas participó en programas de desarrollo empresarial, mientras que esta cifra alcanzó al 39.7% de los empresarios medianos.

Al preguntar por los beneficios que se derivan de participar en programas de desarrollo empresarial, los pequeños empresarios identificaron como principales beneficios la creación de ventajas competitivas de la empresa (41.4%), el aumento de los indicadores de productividad (37.8%) y el incremento en los niveles de ventas (34.7%), ver gráfico 2. Por su parte, los empresarios de las empresas medianas

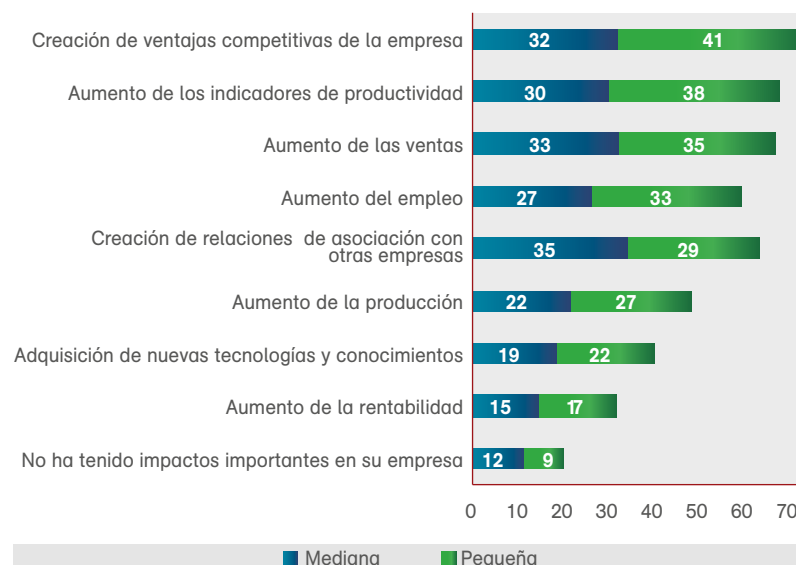
Gráfico 1.
Pymes que han implementado acciones de mejoramiento
(%, 2009-I a 2015-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I – 2015-I.

“ La participación de los empresarios Pyme en programas de desarrollo varió al interior del segmento. Así, solo el 32.1% de la pequeñas empresas participó en programas de desarrollo empresarial, mientras que esta cifra alcanzó al 39.7% de los empresarios medianos. ”

Gráfico 2.
Beneficios de la participación en programas de desarrollo empresarial
por tamaño empresarial (% 2014-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-I.

identificaron como principales beneficios la creación de relaciones de asociación con otras empresas (34.7%), el aumento en las ventas (32.7%), y la creación de ventajas competitivas de la empresa (32.4%). El 12% de las pequeñas empresas no percibió impactos ni beneficios de participar en programas de desarrollo empresarial, cifra que fue del 9% para las empresas medianas.

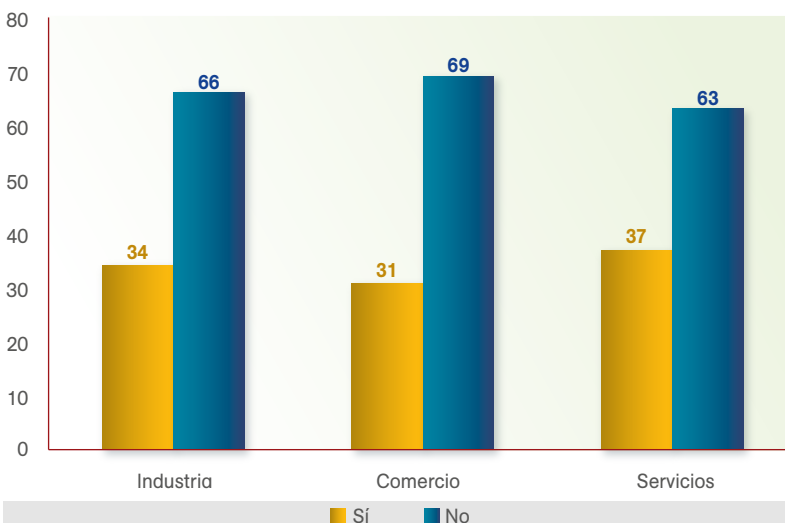
• Participación en programas de desarrollo empresarial por sector

En contraste con lo observado por tamaño empresarial respecto a la participación en programas de desarrollo empresarial, a nivel sectorial las diferencias fueron más sutiles. Como lo muestra el gráfico 3, el 34% de los empresarios Pyme industriales, el 31% de los comerciales y el 37% de los de servicios participaron en estos programas.

En cuanto a los beneficios percibidos por los empresarios Pyme de cada sector, para los sectores

Gráfico 3.

Acceso de Pymes a programas de desarrollo empresarial (% 2014-I)



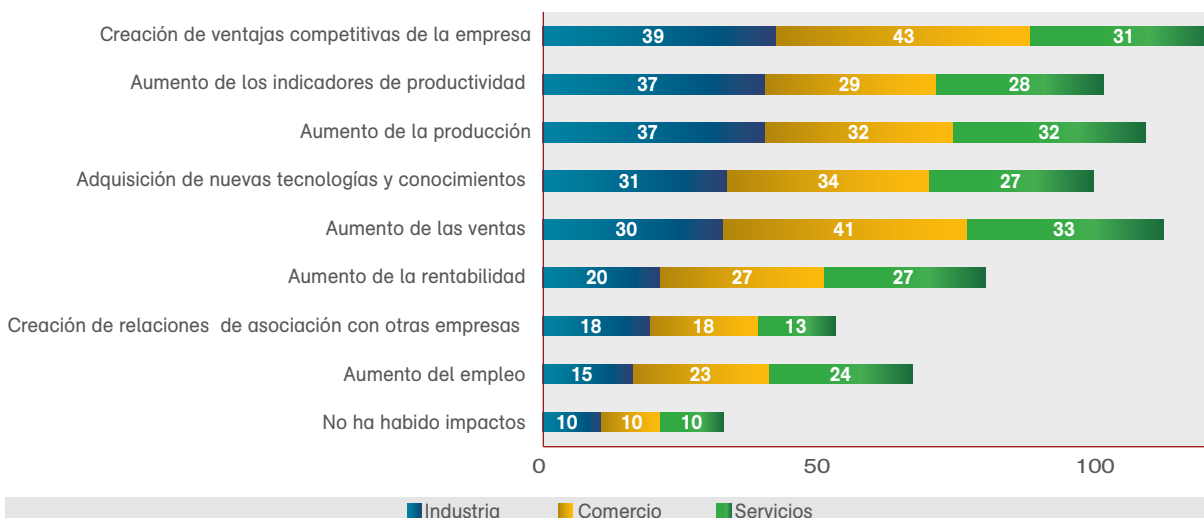
Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-I.

de industria y comercio, el principal beneficio percibido fue la creación de ventajas competitivas de la empresa (39% y 43%, respectivamente). Por su parte, los empresarios Pyme del sector de servicios identificaron como el principal beneficio el aumento en los niveles de las ventas (33%), ver gráfico 4. Otros de los principales

beneficios percibidos por los empresarios fueron: el aumento en la producción (37% industria, 32% comercio y 32% servicios); el aumento en los indicadores de productividad (37% industria, 29% comercio y 28% servicios); y la adquisición de nuevas tecnologías y conocimientos (31% industria, 34% comercio y 27% servicios).

Gráfico 4.

Impacto de la participación en programas de desarrollo empresarial por sector (% 2014-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2014-I.

Conclusiones



“ De acuerdo con los resultados de la GEP de Anif para el primer semestre de 2014, el acceso a programas de desarrollo empresarial es muy bajo: menos del 35% de las Pymes del país reportó participar en este tipo de programas entre el primer semestre de 2012 y el mismo período en 2014.”

De acuerdo con los resultados de la GEP de Anif para el primer semestre de 2014, el acceso a programas de desarrollo empresarial es muy bajo: menos del 35% de las Pymes del país reportó participar en este tipo de programas entre el primer semestre de 2012 y el mismo período en 2014. Esto es consistente con la tendencia a la baja que se ha venido observando en la proporción de Pymes que toman acciones para mejorar el desempeño de sus empresas.

Por tamaño empresarial, existe una mayor participación de las empresas medianas que de las pequeñas en los programas de desarrollo empresarial (32.1% de empresas pequeñas vs. 39.7% de empresas medianas). Para las empresas pequeñas que participaron de estos programas, el principal beneficio percibido fue la creación de ventajas competitivas de la empresa (41.4%), mientras que para las empresas medianas lo fue la creación

de relaciones de asociación con otras empresas (34.7%).

A nivel sectorial no se observaron diferencias significativas en la participación en los programas, pero sí en los beneficios percibidos de dicha participación. Para las Pymes del sector industrial y comercial el principal beneficio percibido fue la creación de ventajas competitivas de la empresa (39% y 43%, respectivamente), mientras que para el sector servicios fue el aumento en las ventas (33%).

La oferta de programas de desarrollo empresarial no se limita a lo ofrecido por el sector público, por el contrario, existen iniciativas como las de la Cámara de Comercio de Bogotá, así como la de la Universidad de los Andes. Como vimos, para todos estos programas es claro que cada empresa es diferente y debe aproximarse de forma individual para así afrontar cuidadosamente sus principales retos y potenciar sus fortalezas. Es necesario que

exista una mayor participación de las Mipymes en estos programas, los cuales les permitirán no solo aumentar su competitividad, mejorar sus niveles de ventas y de producción, sino que les ayudará a sortear los difíciles años que se vienen debido a la desaceleración económica que inició desde finales del año 2014. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Anif (2015), “Acciones de mejoramiento de las Pymes: comportamiento histórico y perspectivas”, *Comentario Económico del Día* 19 de octubre de 2015.
- Anif (2014), “Las Pymes de Ingeniería y su papel en el Sector Transporte”, febrero de 2014.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2015), “Fortaleza su empresa: por necesidad”, disponible en: <http://www.ccb.org.co/Fortaleza-su-empresa/por-necesidad>
- Facultad de Administración, Universidad de los Andes (2015), “Educación ejecutiva: desarrollo empresarial”, disponible en: <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/red-empresarial/ desarrollo-empresarial>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), “Centros de Desarrollo Empresarial: Manual Operativo”, disponible en: http://www.innpulsa.com.co/sites/default/files/anexo_8_manual_operativo_2014.pdf

Designed by freepik.com

El término innovación es usado en casi todos los eventos, conferencias y espacios de debate donde se habla de competitividad. Muchas empresas lo incluyeron en sus planes de trabajo y hasta en su estrategia organizacional, pero aún muy pocas han entendido cómo hacer que la innovación sea parte del ADN de la empresa con resultados concretos y duraderos.

En cada uno de los espacios donde conversamos del tema, lo primero que hacemos cuando mencionan la palabra innovación es preguntar qué significa para quien la dice, qué representa para la empresa, qué entiende por ella; pero no está mal tener definiciones múltiples de innovación, cada compañía debe tener su propia definición, teniendo en cuenta que existen unos elementos macro de innovación que el mundo ya definió.

*Gerente de plataformas de innovación, Corporación Ruta N. E-mail: andres.lopez@rutanmedellin.org. Twitter @aflopez

La palabra innovación según el manual de Oslo está asociada a nuevos y mejores productos, procesos, estrategias de comercialización y cambios estructurales en la organización que detonen un cambio favorable ya sea en ventas, posicionamiento de la compañía, P&G, mejora de procesos y demás opciones. Por otro lado, para hacer de esta definición algo más simple, podría ser relevante usar la siguiente definición **“Hacer algo diferente que crea valor”**; cuando nos referimos al **“hacer”**, estamos hablando de ejecutar, trascender de la creatividad a la ejecución. Muchas empresas se han preocupado por activar grandes espacios de creatividad, que si bien son muy relevantes, si no trascienden hacia la implementación de propuestas concretas se quedan en simples espacios de

ideación. Incluso cuando quienes proponen las ideas ven que no pasa nada con ellas, es muy probable que no sigan aportando ideas para la empresa. Desde la definición de innovación, por **“algo diferente”** entendemos nuevos y mejores productos, nuevas formas de llegar al mercado o nuevos canales, diferentes modelos de precio, nuevas aplicaciones de un producto o tecnología, usar nuevos insumos, nuevas formas de organizar un equipo de trabajo, nuevos mercados o segmentos, nuevas geografías, entre múltiples opciones existentes. La última etapa de la definición que se asocia con **“crear valor”** tiene que ver con el resultado, tiene que ver con hacer algo diferente que incrementa ventas, reduce costos, gastos o, tal vez, mejora eficiencia en procesos, entrega un beneficio social, reduce ries-

gos, incertidumbre, soluciona un problema social, entre otras opciones. Cuando esto pasa, hablamos de innovación, y es allí donde encontramos la razón para que una compañía tenga su definición de innovación. Una empresa no es buena en todo y menos puede innovar en todo.

En Medellín los procesos de innovación son apropiados por un número importante de empresas debido al liderazgo de la Corporación Ruta N, una entidad sin ánimo de lucro constituida por entidades públicas como Empresas Públicas de Medellín, UNE Telecomunicaciones y el Municipio de Medellín. Esta corporación tiene como propósito la consolidación de Medellín como la ciudad más innovadora de América Latina a 2021 y que su economía esté basada en el conocimiento.

Factores de desarrollo de la innovación

Para lograr que la innovación sea parte del ADN de un número importante de organizaciones, entendimos que deben pasar varias cosas:

1

Reconocer la importancia de la innovación: si los directivos de la empresa no creen en la innovación o no le dan la importancia suficiente, es imposible que ocurra. Innovar le permite a las compañías responder a la competencia, a la entrada de nuevos jugadores, se trata de ser proactivo frente a los cambios y tener la capacidad de responder a dichas dinámicas, tiene que ver con conectarse con otras empresas, universidades y sus grupos de investigación, se trata de co-competir (colaborar y competir) con competidores directos. Innovar es una obligación, no una opción.

2

Definir innovación, enmarcarla en un propósito y reconocer un foco: la empresa debe tener clara una definición para sí misma con un propósito y un foco. Por ejemplo, “innovar al servicio de la gente” de EPM; o en Tappsi “innovar es desarrollar nuevas propuestas de valor para los pasajeros, que mejoren la experiencia de las personas que usan taxi en Colombia, Ecuador y Perú”; o en otros casos “innovar es desarrollar productos funcionales con nutrientes de agradable sabor que generan un mejor rendimiento y bienestar en el deportista y personas físicamente activas, para convertirnos en la marca líder en Colombia”. “Innovar es desarrollar nuevos canales y herramientas en la cadena de distribución de las áreas regionales y nacional para la agilidad y respuesta oportuna de la información y el servicio”.

3

Visualizar continuamente oportunidades: las empresas deben monitorear permanentemente el mercado, competidores, tendencias a nivel nacional y mundial, nuevos modelos de negocio que se estén diseñando y nuevas necesidades humanas. El hacerlo frecuentemente activa el portafolio de oportunidades que pueda tener la empresa.

4

Definir un líder de innovación: es necesario que la innovación tenga un líder, promotor y gestor de la misma. Algunas empresas lo llaman Gerente, otras director o coordinador, o simplemente asignan esta función a un cargo ya creado. Estas opciones antes mencionadas funcionan siempre y cuando la persona que lidera tenga el tiempo suficiente para pensar y ejecutar. Además, debe convocar a los equipos de trabajo de diferentes áreas y generar espacios permanentes de debate. Este líder debe ser un relacionista entre las diferentes gerencias o negocios de la empresa, debe ser cercano a los clientes y proveedores, con el objetivo de detectar oportunidades y conectarlas con mucha velocidad.

5

Estructurar un proceso de innovación flexible al interior de la empresa, que le permita a la compañía tener hábitos de generación y captura de ideas, procesamiento de las mismas y puesta en marcha.

6

Gestionar un portafolio de proyectos de innovación de la empresa: lograr consolidar un portafolio de proyectos de innovación para el corto, mediano y largo plazo, ponerlo en marcha y gestionarlo permanentemente es uno de los objetivos fundamentales en el proceso de innovación. Es de allí donde nacen los nuevos y mejores productos, procesos, etc.

7

Construir una cultura de innovación donde exista tiempo y espacio para que los empleados experimenten, generen redes de colaboración e incentivos para aquellos trabajadores que aportan al sistema de innovación y potencien fuentes de ideas para alimentar a la empresa. Una empresa logra innovar sistemáticamente si consigue que cada uno de los cerebros que componen la empresa haga parte de esta disciplina.

8

Medir la innovación o construir un sistema de métricas práctico y sencillo, que le permita a la empresa monitorear y gestionar sus resultados, ya sea por las ventas por innovación o el número de nuevos productos introducidos al mercado, o ahorros por mejora de procesos innovadores, entre otros.

Para lograr esto, la Corporación Ruta N Medellín ha venido creando un grupo de programas que incentivan a las empresas y fortalecen su capacidad de innovación, buscando convertir a la ciudad en la capital latinoamericana de innovación, emprendimiento y capital inteligente a 2021. Ruta N está desarrollando un ecosistema de innovación (articulación de todos los actores que influyen en el proceso de innovación para fortalecer la región en diferentes frentes: talento, financiación, infraestructura, emprendimiento, ciencia y tecnología, entre otros), donde el desarrollo de negocios innovadores es posible, los fondos de capital están disponibles, existan suficientes emprendedores con muy buenas propuestas que se puedan convertir en negocios, donde lleguen más empresas porque ven en Medellín un *hub* de innovación y

una puerta de entrada al mercado latinoamericano.

Conscientes del reto que supone su misión, y entendiendo que la inversión en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTi) es un factor clave en la aceleración del desarrollo económico de una región, la Corporación Ruta N convocó en septiembre del año 2014 a todos los actores del ecosistema de innovación a unirse a la iniciativa de firmar un Gran Pacto por la Innovación, que busca elevar los niveles de inversión privada y pública en innovación. Si la inversión privada se activa en la proporción deseada, podemos llegar en 2015 a que Antioquia invierta el 1% del PIB del departamento en ACTi y en 2018 el 2%.

Para que esto pase, las empresas deben ser conscientes de la importancia de invertir en innovación, los beneficios en el P&G

y es allí donde decidimos crear el programa Gestores de Innovación Empresarial, un programa que busca implementar un sistema de innovación mínimo viable en 600 empresas de diversos tamaños y que hacen parte de diferentes *clusters*.

Gestores de Innovación Empresarial es un beneficio que le da Ruta N a las empresas firmantes del pacto por la innovación. Este programa busca en seis meses implementar un sistema de innovación mínimo viable dentro de la empresa, sea micro, pequeña, mediana o grande, independiente del *cluster* al que pertenezca, lo cual se traduce en desarrollar un sistema práctico enfocado en tener victorias tempranas.

Para implementar un sistema de innovación mínimo viable se deben enfocar los esfuerzos en las siguientes etapas:

1

Definir un foco de innovación: la empresa debe lograr definir (a) qué es innovación para la empresa; (b) declarar sus ventas por innovación para los próximos tres años, donde básicamente la empresa proyecta sus ventas por el crecimiento regular del mercado y a su vez cuánto más venderá como resultado de innovación, lo cual depende mucho del sector al que pertenece y puede estar entre el 5% y el 10%; y por último, (c) definir un foco de innovación para implementar el sistema mínimo viable, para el cual la empresa tiene varias opciones que puede trabajar, como nuevos productos, clientes, canales, geografías, pasos en la cadena de valor, negocios y procesos.

2

Detectar áreas de oportunidad de innovación: las empresas en esta etapa hacen dos cosas principalmente. (a) Identificar necesidades/dolores de sus clientes a través de visitas y análisis de mercado; y (b) realizar un análisis de tendencias que consiste en la revisión a nivel nacional y mundial de productos, servicios o soluciones similares. Teniendo esta información, se concluye con (c) un análisis de la oportunidad de innovación mediante el método Canvas.

3

Definir un portafolio de proyectos de innovación: las empresas (a) conforman un equipo de innovación; (b) definen un proceso de innovación para analizar la oportunidad de innovación; y (c) declaran un portafolio de proyectos de innovación. Este portafolio de proyectos de innovación le apunta a mercados actuales y nuevos, y también a soluciones actuales y nuevas; es allí donde las empresas definen en cada proyecto el nivel de diferenciación, el tamaño de mercado al que le apunta el proyecto, el equipo que lo conforma, los costos asociados, entre otras características que debe cumplir.

4

Sostener el sistema de innovación: en esta etapa la empresa declara (a) un comité de innovación que estará conformado por diferentes directivos y en el cual se discutirán y aprobarán los proyectos de innovación que continúan; este comité, además, se reunirá de forma disciplinada cada determinado tiempo para evaluar otras propuestas que vayan llegando y la evolución de las aprobadas previamente, es allí donde se discuten temas medulares de la cultura de innovación de la empresa. La empresa además (b) definirá una estructura de innovación para la compañía; (c) propondrá un presupuesto para innovación en los próximos tres años y, por último, (d) definirá unas métricas de innovación que le permitan medir el impacto del sistema en la empresa, por ejemplo ventas por innovación anual.

Resultados iniciales de los programas ejecutados

Teniendo clara la definición de un sistema de innovación mínimo viable, a continuación presentamos los resultados del programa en su primera versión, con 318 empresas y 380 líderes de innovación de estas compañías:

Tuvimos 400 empresas registradas, en donde el 60% son de servicios, el 35% de industria, el 3% comercio y el 2% agropecuarias. Según la distribución por tamaño, el 16% son de gran empresa, un 26% de mediana, un 31% pequeña y un 27% microempresa. Según los términos de referencia y las condiciones mínimas requeridas, fueron aceptadas 318.

En el 60% de servicios tenemos representación en tecnología y telecomunicaciones un 25%, otros servicios un 31% y el resto con participación de turismo, financiero, educativo, publicidad y mercadeo, salud y transporte. En el 35% de industria, tenemos la siguiente distribución: un 35% manufactura, un 14% energético, un 19% construcción, un 17% alimentos, un 6% sistema moda, un 6% editorial e impresión, y un 3% minería.

Algunas de las empresas participantes son ISA Intercolombia, Cristalería Peldar, Fundación Hospital San Vicente de Paúl, Yamaha, Mineros, Multienlace, Gana, Tablemac, TCC, Metro de Me-

dellín, Inexmoda, Bancolombia y 297 empresas más de todos los *clusters* y tamaños.

Las empresas que hacen parte del entrenamiento reciben acompañamiento de consultores para lograr el resultado esperado e implementar un sistema de innovación mínimo viable. Para lograrlo, las empresas que hacen parte del proceso declaran sus intereses de crecimiento por innovación. Es allí donde logramos detectar que las 318 empresas que hacen parte del programa Gestores de Innovación, sumándolas todas, vendieron \$23 billones en 2014. Por el crecimiento regular del mercado, en 2018 sus metas estarán en \$33 billones, pero lo más importante aún es que por innovación este último valor se incrementa, esto quiere decir que debemos sumar el valor de ventas por innovación que proyectan las empresas, un valor declarado por ellas mismas de \$1.3 billones a 2018, lo cual significa que las ventas totales serán de \$34.3 billones en 2018 en 318 empresas. Este crecimiento por innovación de \$1.3 billones nos propone un reto de ciudad y un reto en cada una de las empresas.

El crecimiento promedio por innovación a 2018 de las empresas es del 11.4%. Según el sector al que pertenecen hay diferencias claras. Por ejemplo, encontramos que las empresas de servicios aspiran a crecer por innovación un 18% del total de sus ventas, manufactura un 13%, alimentos un 14%, construcción un 13%, tecnología un 12%, comercio al por menor y *retail* un 12%, por mencionar algunos casos.

Las empresas están enfocando sus esfuerzos en innovación en (a) nuevos negocios, principalmente en nuevos modelos de negocio y nuevos sustitutos; (b) nuevos clientes, principalmente en segmentos no penetrados y nuevos segmentos; y (c) el lanzamiento de nuevos productos y/o servicios. Las 318 empresas han declarado en promedio cinco proyectos de innovación en su portafolio, esto quiere decir que en este momento contamos con 1.500 proyectos de innovación que responden al reto de ventas por innovación de \$1.3 billones a 2018. Del total de proyectos, cada empresa se comprometió a iniciar la ejecución de por lo menos un proyecto con sus propios recursos en 2015.

A modo de conclusión

Ruta N ha puesto una oferta de servicios a disposición de las empresas que están en esta dinámica, pero es muy importante también que todas las instituciones que acompañan el desarrollo empresarial, y el fortalecimiento de *clusters* y agremiaciones entiendan que las oportunidades de innovación están disponibles. Para ello, debemos buscar mecanismos ágiles y potentes para desatar la innovación en nuestras empresas. ■



Impulso a la Pyme bogotana

Por: Luis Guillermo Plata*

Desde el punto de vista económico, no hay duda de que la Pyme bogotana juega un papel fundamental en el desarrollo de la ciudad. Las cifras más recientes sobre esta materia indican que si bien solo el 17% de su tejido empresarial está compuesto por este tipo de empresa, estas generan cerca del 35% del empleo formal y cuentan con activos valuados en alrededor de \$94 billones. Esto por sí solo debería ser suficiente para que cualquier administración concentre importantes esfuerzos en su fortalecimiento e impulso.

*Presidente ProBogotá Región. E-mail: info@probogota.org

Por otra parte, la más reciente *Gran Encuesta Pyme Regional para Bogotá* de Anif revela que las expectativas de los empresarios para 2015 son negativas en términos de ventas, pedidos y desempeño general de su empresa. Simultáneamente, al ser indagados por las acciones de mejoramiento, sorprende que solo una pequeña minoría considere que “diversificar o ampliar sus mercados fuera de Co-

que las Pymes bogotanas, particularmente aquellas enfocadas en servicios, evolucionen de una oferta surgida para satisfacer el mercado interno a una más sofisticada que, precisamente, les permita aprovechar las cadenas de valor globales, insertarse en ellas y, sobre todo, aprovechar las bien conocidas ventajas competitivas que ofrece la ciudad: recurso humano, diversidad y experiencia en la prestación de servicios de valor agregado, entre otras.

Es claro que muchos de los necesarios esfuerzos de alto impacto en política industrial son del orden nacional y con potencial de impacto en el mediano y largo plazo. Lo que vale la pena preguntarse es ¿qué puede hacer la siguiente administración distrital para fortalecer a las Pymes?

ProBogotá Región propone que el Distrito, mediante un convenio con Bancóldex y el Fondo Nacional de Garantías (FNG), facilite el acceso a capital de 500 Pymes de altísimo potencial y cuidadosamente seleccionadas que hayan registrado crecimiento en ventas de doble dígito en un período de tres años, oferta de bienes o servicios exportables de calidad y alto valor agregado y, por supuesto, que tengan buena salud financiera. ¿Por qué estas? Porque son las que pueden dar un salto cualitativo en materia de generación de empleo y exportaciones.

Como punto de partida, este programa piloto podría apalancar una línea de crédito con Bancóldex por valor de \$360.000 millones con tan solo una inversión de \$45.000 millones por parte del Distrito. Dicha inversión estará destinada mayoritariamente a pagar el diferencial de tasa de interés (\$36.000 millones), y a cubrir el 50% de las garantías

“ Si nuestra ciudad quiere lograr un verdadero crecimiento económico, vamos a tener que sumar fuerzas públicas y privadas hacia un objetivo común: que nuestras Pymes logren superar los tiempos difíciles y alcancen un crecimiento sostenible con base en su modernización, mejorando su competitividad con foco en el mercado global.”

ofrecidas por el FNG (\$6.800 millones). Igualmente, proponemos destinar un importante suma de capital a la contratación de expertos (\$2.200 millones) para que brinden apoyo a las empresas en la identificación de sus necesidades de transferencia de tecnología, evolución de su modelo de negocio, capacitación de recursos humanos y/o innovación, aspectos donde deberán ser invertidos los recursos.

Este ambicioso pero realizable programa permitirá a las Pymes de alto potencial que accedan a él, constituirse en ejemplo de buenas prácticas. Asimismo, pondría de manifiesto la importancia de la actualización tecnológica y la innovación como estrategias ganadoras para mejorar la competitividad del tejido empresarial de la ciudad. Adicionalmente, le permitirá al Distrito fortalecer su conocimiento sobre las Pymes, en particular sobre aquellas que están en una ruta de evolución y crecimiento y que están llamadas a ser los futuros motores de desarrollo de Bogotá y su región. ■

lombia” es prioritario para mejorar su competitividad.

Todo esto significa que si nuestra ciudad quiere lograr un verdadero crecimiento económico, vamos a tener que sumar fuerzas públicas y privadas hacia un objetivo común: que nuestras Pymes logren superar los tiempos difíciles y alcancen un crecimiento sostenible con base en su modernización, mejorando su competitividad con foco en el mercado global. Ya es hora de



Dinámica reciente del acceso a financiamiento en el segmento microempresarial

Por: Álvaro Parga*

Recientemente se lanzó el primer Estudio sobre la Demanda de Inclusión Financiera (EDIF) en Colombia, liderado por la Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera (SF), con la colaboración de la firma encuestadora Ipsos-Napoleón Franco (ver Banca de las Oportunidades y SF, 2015). Dicho estudio contó con la elaboración de cerca de 2.600 encuestas, que buscaron establecer una caracterización de la demanda por productos financieros por parte de las personas naturales y de las microempresas colombianas en distintas ciudades y municipios de las regiones del país (1.417 personas y 1.213 microempresas).

La medición fue realizada en el período comprendido entre diciembre-2014 y febrero-2015. La información resultante representa un insumo importante para dar un diagnóstico adecuado de la inclusión financiera del país, desde una perspectiva de demanda.



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

En el presente artículo nos enfocaremos en los resultados que arrojó el EDIF a nivel de las microempresas, destacando que cerca del 70% de las firmas entrevistadas eran informales (medida con la vigencia del registro mercantil), lo cual da una variedad importante a la composición de la muestra empresarial. Adicionalmente, el EDIF representa una herramienta que permite complementar la información de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif, la cual reporta información sobre el acceso y las características del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas (ver Anif, 2015a).

De esta manera, el presente artículo constará de dos secciones. En primer lugar, analizaremos la evolución que ha tenido el acceso a financiamiento por parte de las microempresas desde el lado de la oferta. Para ello estudiaremos el desempeño reciente de la cartera de microcrédito y de algunos indicadores de inclusión financiera a nivel empresarial. Como segundo punto, se analizarán cuáles son las preferencias que demuestran los microempresarios al momento de demandar productos financieros. Para ello, se tomarán como referencia los datos del EDIF, realizando algunas comparaciones con la evidencia encontrada al interior de la GEP.

Como veremos, la cartera de microcrédito ha tenido un crecimiento importante en los últimos diez años, con crecimientos que han promediado el 21.2% real anual durante el período 2006-2015. Asimismo, el número de empresas con al menos un producto financiero aumentó un 7.5% anual entre 2008 y 2015, lo que nos habla de un avance importante en materia de inclusión empresarial. No obstante, aún existen retos complementarios en materia de profundización

inclusión financiera en el segmento microempresarial, pues de acuerdo con el EDIF, únicamente el 55% de las microempresas en Colombia cuenta con algún producto financiero y apenas el 13% tiene algún mecanismo formal de ahorro (ver Anif, 2015b). Asimismo, el acceso a productos del activo bancario resulta bajo, pues solamente un 28% de las microempresas encuestadas reporta tener un crédito con el sistema financiero formal. Allí resulta preocupante que, al indagar por el bajo acceso al crédito, la principal explicación de los empresarios radica en la autoexclusión (70% de los entrevistados), evidenciando un desconocimiento de las beneficios que se derivan del ingreso al mercado financiero.

Oferta de productos financieros para las microempresarios

En los últimos años, Colombia ha mostrado un ascenso significativo en sus niveles de inclusión financiera. En efecto, al corte de marzo de 2015, el 73.2% de la población adulta del país tenía al menos un producto financiero, cifra que en el mismo período de 2008 ascendía únicamente al 55.5% (ver Superfinanciera, 2015). Adicionalmente, el número de empresas con al menos un producto financiero con los establecimientos de crédito llegó a 681.400 al cierre del primer trimestre de 2015 (creciendo a una tasa del 7.5% anual en 2008-2015), de las cuales 440.000 tienen una cuenta de ahorros, 213.000 contaban con un crédito comercial y 14.962 con un microcrédito.

La tendencia creciente en la inclusión financiera de las firmas colombianas puede explicarse, en gran medida, por la expansión

significativa que han mostrado las modalidades de cartera enfocadas al segmento empresarial en los últimos años. Por ejemplo, durante la última década (2006-2015) la cartera comercial creció a una tasa promedio real anual superior al 10%, mientras que la del de microcrédito ascendió al 21.2% real anual, superando esta última significativamente la variación de la cartera total (13.3%) durante el mismo período.

Con referencia a esto último, recordemos que, según la Ley 590 de 2000, el microcrédito se estableció como una modalidad crediticia diseñada específicamente para el financiamiento de las microempresas del país. Dicha modalidad se caracteriza por estar asociada a una persona natural o jurídica (dependiendo de la estructura de la empresa) y cuenta con un tope de endeudamiento de 120 SML. Por ello, su expansión a una tasa promedio real anual mayor al 20% en los últimos diez años resulta una condición que aporta de manera significativa a la inclusión financiera empresarial, permitiendo la entrada al sistema financiero de compañías que se caracterizan por presentar restricciones de acceso al mercado formal (ver Anif, 2013). Dicha dinámica, a su vez, ha permitido que el stock de la cartera de esta modalidad crediticia haya ascendido de los \$1.7 billones (0.4% del PIB) al cierre de 2006 a \$10.4 billones (1.3% del PIB) al corte de julio de 2015 (ver gráfico 1).

Existen varias razones que explican esta dinámica favorable del microcrédito. Primero, se destaca su redefinición normativa con base en lo establecido en el Decreto 919 de 2008, el cual amplió el monto máximo de desembolsos para los sujetos de crédito de esta modalidad de 25 salarios mínimos legales (SML) a 120 SML.

Ello ha permitido colocaciones de préstamos de mayor tamaño para los microempresarios (ver Anif-Bancolombia, 2015).

Otro factor adicional fue el cambio en la metodología de la tasa de usura del microcrédito en el año 2010 (Decreto 3590 de 2010), que buscó adoptar criterios que definieran de forma adecuada las condiciones de mercado de esta cartera, favoreciendo el aumento de dicha tasa del 30.6% en julio de 2010 a 35.8% en el mismo período de 2015. De esta manera, se ha dado a las entidades financieras un mayor margen al momento de otorgar crédito a las microempresas.

Una última condición radica en la entrada de establecimientos de crédito especializados en esta modalidad crediticia, como Bancamía (2008) o WWB (2011), las cuales han elevado de manera significativa la oferta del microcrédito en el país.

No obstante, pese a este buen desempeño reciente del microcrédito en Colombia, existen todavía restricciones importantes que representan un obstáculo para

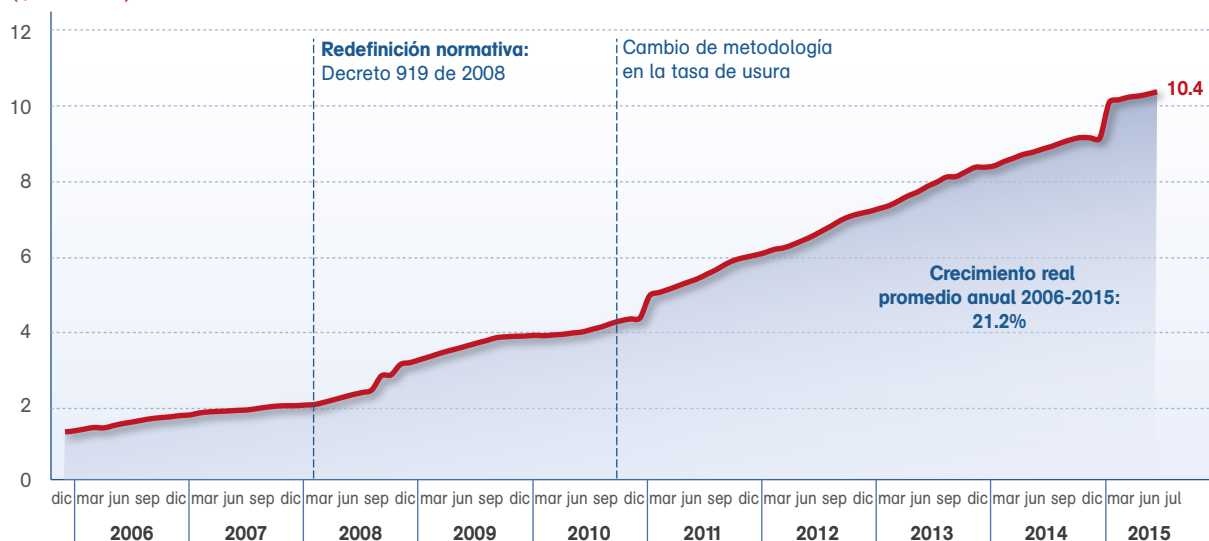
“ No obstante, pese a este buen desempeño reciente del microcrédito en Colombia, existen todavía restricciones importantes que representan un obstáculo para garantizar mayores niveles de profundización financiera. Una de las principales amenazas en esta materia son los indicios de una baja utilización de los productos financieros por parte de los empresarios.”

garantizar mayores niveles de profundización financiera. Una de las principales amenazas en esta materia son los indicios de una baja utilización de los productos financieros por parte de los empresarios. Aunque se habla de que 681.400 firmas en el país contaban con al menos un producto financiero con los establecimientos de

crédito al cierre del primer trimestre de 2015, solo 499.400 (un 73% del total) tienen estos productos activos o vigentes. Para el caso de un producto del pasivo como la cuenta de ahorros, estas cifras resultan todavía más alarmantes, pues de las 440.000 firmas que poseían este producto financiero, 254.100 lo tenían inactivo (cerca del 58%), ver gráfico 2. Asimismo, con referencia a los productos para las empresas de menor tamaño, se observa que de las 14.962 empresas que tienen microcrédito, solo 9.183 (61%) estaban vigentes.

Es importante resaltar que esta no es una condición que afecte exclusivamente a las empresas, pues esta brecha entre una “bancarización facial” y la “bancarización activa” también atañe a las personas naturales. El 73.2% del total de adultos colombianos tenía al menos un producto financiero, pero solo el 60% los usaba de manera activa. Asimismo, un 68.5% de la población adulta contaba con una cuenta de ahorros, pero solo un 45.6% evidenció tener actividad en este producto.

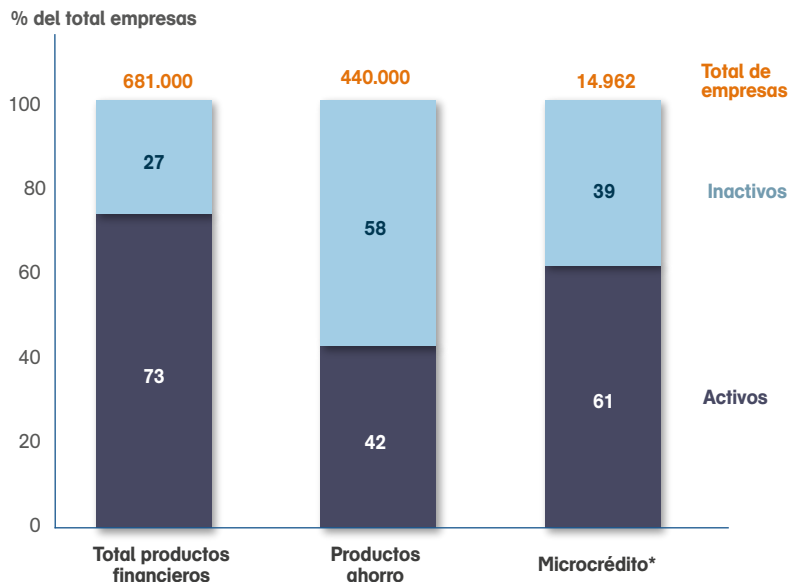
Gráfico 1.
Evolución y crecimiento real de la cartera de microcrédito 2006-2015
(\$ billones)



Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera.

Gráfico 2.

Porcentaje de empresas con actividad en sus productos financieros
(Datos al corte de marzo de 2015)



*En los productos del activo se analiza la vigencia.

Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera y Banca de las Oportunidades.

Ahora bien, una de las principales explicaciones a este bajo uso radica en la subsistencia del pernicioso Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF), el cual representa un “gran palo en la rueda” para la inclusión financiera en Colombia, pues fomenta el uso del efectivo e incita a la informalidad en la economía (ver Anif, 2014a). De hecho, la relación Efectivo/Medios de Pago (M1) se ha incrementado de niveles del 36% al 46% durante 1997-2014 por cuenta de dicho ITF, dando origen a lo que algunos expertos denominan como una “gran economía sumergida”

Al respecto, un reciente estudio de Value Partners (2013) estimó que la participación de este tipo de actividades sumergidas representaba en Colombia cerca del 37% de nuestro PIB, cifra bastante superior a la estimada para Chile (21%) y México (28%). Esto implica que, incluso frente a referentes de la

llamada Alianza del Pacífico, Colombia muestra una elevada informalidad, afectándose su potencial crediticio, de crecimiento y también de recaudo tributario. Según estimaciones de Anif, se requeriría un incremento de tan solo el 5% en formalización tributaria en renta e IVA para que los recaudos del ITF se “pagaran solos” (ver Anif, 2015c).

Sin embargo, el ITF, y sus impactos sobre la formalidad de la economía colombiana, no es la única condición que ayuda a explicar los rezagos que enfrenta el país en materia de inclusión-profundización financiera a nivel empresarial. También existen factores desde la perspectiva de la demanda que ayudan a explicar estas deficiencias que aún afrontamos en materia de uso y de acceso a los productos financieros, y que afectan a los microempresarios colombianos en particular. A continuación analizaremos con mayor profundidad este punto.

Caracterización de la demanda de productos financieros de las microempresas

La realización del EDIF por parte de la Banca de las Oportunidades y de la SF representa una posibilidad de profundizar los análisis que han venido realizando entidades como Asobancaria y la misma SF desde la perspectiva de la oferta de productos financieros. Con dicho estudio se puede desarrollar un perfil de las preferencias por la demanda de esta clase de productos por parte de las personas naturales y los microempresarios.

Enfatizando en el análisis de las tendencias halladas a nivel empresarial, el EDIF muestra resultados preocupantes a nivel de inclusión-profundización financiera que contrastan con el desempeño favorable que ha mostrado la cartera de microcrédito en los últimos diez años, y que se describió con anterioridad. Únicamente el 55% de las microempresas en Colombia al cierre de 2014 reportó tener algún producto financiero y solo un 28% de ellas manifestó tener algún producto transaccional (bien sea cuenta de ahorros o cuenta corriente).

Estos resultados son todavía más alarmantes si entendemos que casi la totalidad de los empresarios encuestados (96%) reconoció tener un punto de atención de alguna entidad financiera o de giros postales en su municipio de origen, indicando que este bajo acceso no podría ser atribuible a una deficiencia en la cobertura de las entidades financieras.

Por el contrario, y muy en línea con lo que se mencionó en la

sección anterior, esta baja utilización se encuentra atada, en primer lugar, a las preferencias por el uso del efectivo al momento de realizar transacciones por parte de los empresarios. En efecto, un 72% de los empresarios solo utilizó dinero en efectivo para sus operaciones bancarias, mientras que apenas un 24% manifestó tener en su haber una cuenta de ahorros y solo el 8% una cuenta corriente (ver gráfico 3).

Adicionalmente, al indagar a los empresarios sobre las razones para no utilizar productos financieros transaccionales, un 70% de los entrevistados reportó una autoexclusión y solo el 13% se refirió a los costos asociados a estos productos, condición que podría reforzar la tesis de una preferencia por el dinero en efectivo.

Complementando esto, apenas el 13% de los microempresarios reportó tener algún mecanismo formal de ahorro. Allí, las principales explicaciones al bajo acceso a esta

clase de herramientas radicarón en la percepción de que esta clase de productos eran costosos (40%), o que los productos financieros no se ajustaban a las necesidades de los empresarios (27%). En este sentido, la evidencia del EDIF sugiere que los microempresarios tienden a priorizar los mecanismos informales de ahorro, ya que un 51% de los entrevistados sí ahorra, aunque la mayoría de estos tiende a hacerlo bajo mecanismos no formales (guardando el dinero en su propio negocio un 32%, en cadenas de ahorro o natilleras un 9%).

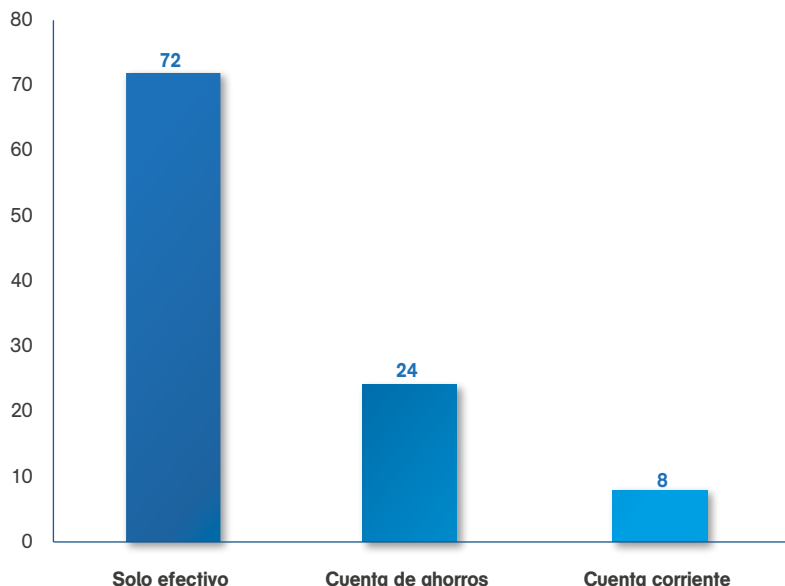
Ahora bien, una vez evaluadas las preferencias de los microempresarios al momento de demandar productos del pasivo bancario, resulta interesante analizar su nivel de acceso a los productos crediticios. Allí, los resultados tampoco fueron positivos, ya que solo el 28% de los empresarios reportó haber solicitado un crédito formal durante los últimos doce meses. Incluso, si tenemos en cuenta a las firmas que se endeudaron por vía informal (23%), el porcentaje de empresarios que emplearon algún tipo de préstamo ascendió solamente al 47%, dejando a un 53% sin acceso a productos del activo.

El bajo acceso al crédito formal se explica principalmente por una autoexclusión de los empresarios (70%) y en menor proporción por los costos asociados a este producto (13%). Dicha condición coincide con lo observado en el uso de los productos transaccionales donde dicha “exclusión propia” también terminó siendo la barrera determinante para su falta de uso. Todo esto sugiere que las firmas de este segmento empresarial no reconocen los beneficios de ingresar al sistema financiero.

Cabe destacar que este no es un fenómeno exclusivo de los microempresarios. La GEP de Anif reportó, en su más reciente medición del primer semestre de 2015, que un 40% de las Pymes



Gráfico 3.
Porcentaje de microempresas con productos transaccionales
(Por tipo producto)

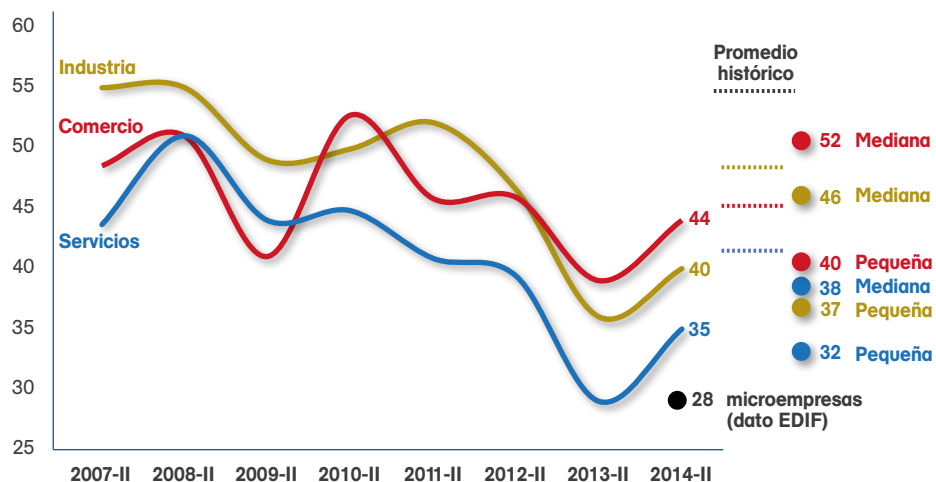


Fuente: primera Encuesta sobre la Demanda de Inclusión Financiera.

industriales, un 45% de las de comercio y un 34% de las de servicios solicitaron un crédito con el sistema financiero al corte de 2014-II. Este acceso es más bajo en el caso de los pequeños empresarios (32%-40% de los encuestados) que en el de los medianos (38%-52%), ver gráfico 4. Dichos niveles son congruentes con los observados a nivel histórico, donde el segmento Pyme consolidado no ha mostrado porcentajes de solicitud superiores al 50%, dando indicios de alguna restricción crediticia al interior de estas empresas (ver Anif 2014b).

Asimismo, al igual que lo observado en la información reportada por los microempresarios del EDIF, las Pymes justifican su bajo acceso al sistema financiero por autoexclusión, pues más de un 70% considera que no resulta

Gráfico 4.
Acceso al crédito formal (microempresas vs Pymes*)



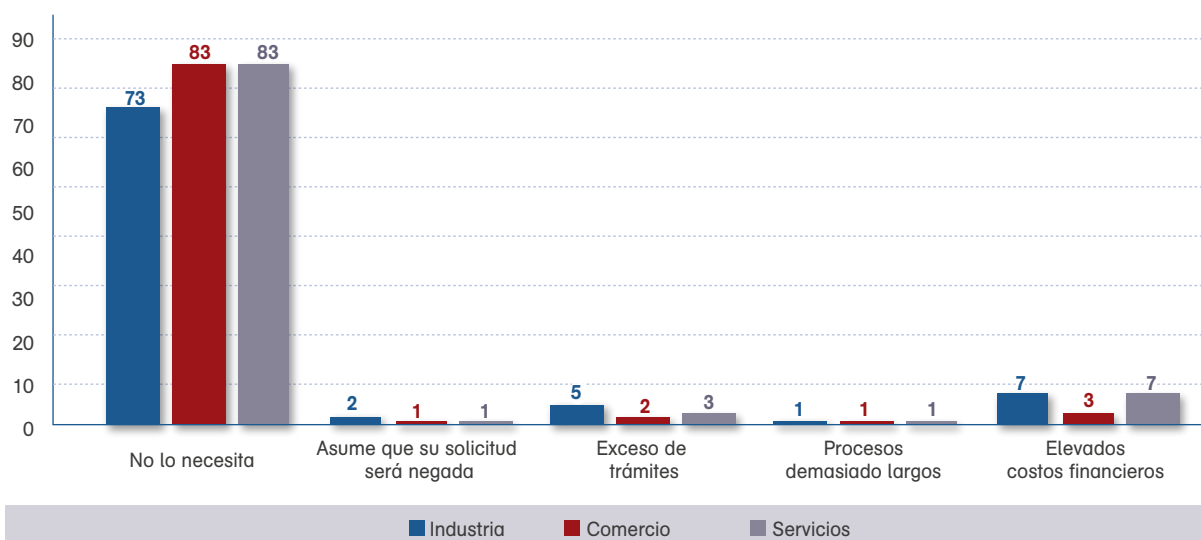
*Para las Pymes se tiene el análisis por macrosector que genera la GEP 2015-I.

Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2015-I y primera Encuesta sobre la Demanda de Inclusión Financiera.

una herramienta necesaria para su actividad económica. Ello permite concluir que se detecta un bajo acceso al sistema financiero generalizado a nivel de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), el cual parece ser atribuible en gran medida a una falta de educación financiera por parte de los empresarios (ver gráficos 5 y 6).

Vale la pena destacar que el EDIF también indagó sobre el uso de seguros por parte de los microempresarios. En este rubro los resultados tampoco fueron alentadores, pues el 72% de los entrevistados afirmó que no usaba ningún instrumento de mitigación (ver Anif, 2015d). Entre aquellos que sí contaban con este

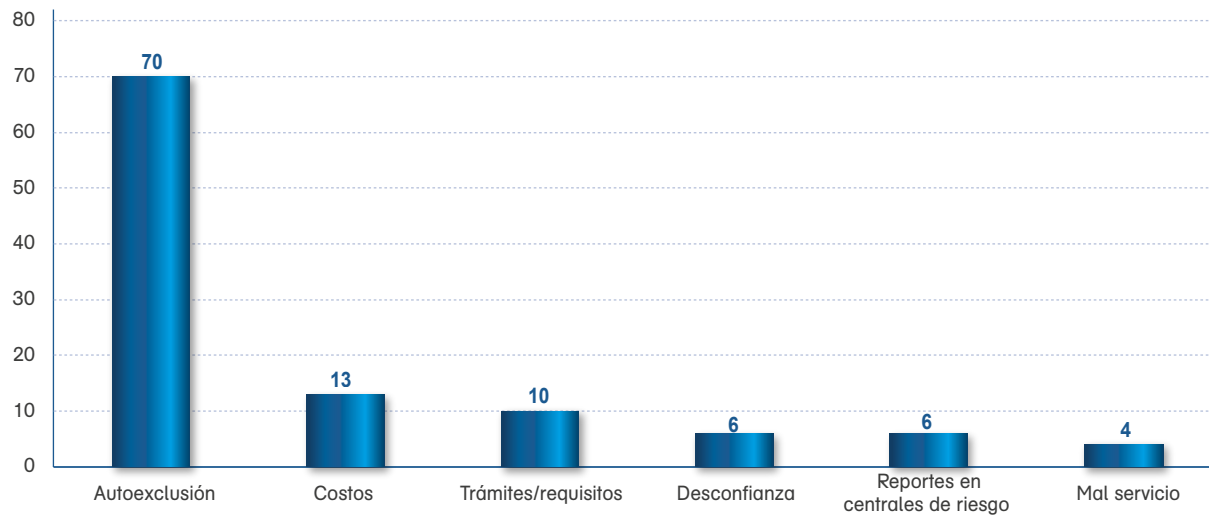
Gráfico 5.
Razones por las que las Pymes no acceden al crédito formal (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2015-I.

Gráfico 6.

Razones por las que los microempresarios no acceden al crédito formal (%)



Fuente: primera Encuesta sobre la Demanda de Inclusión Financiera.

instrumento, fueron pocos los que lo destinaron al funcionamiento de la empresa, pues las opciones predominantes fueron los seguros de vida (14%) y el seguro obligatorio automotriz (10%).

Todo lo anterior nos permite concluir que, a pesar de que ha habido una expansión importante desde el lado de la oferta de productos y servicios financieros para los microempresarios, aún existen retos importantes por superar para garantizar mayores grados de inclusión-profundización financiera. Una de las principales barreras para la consecución de avances más profundos ha sido el sostenimiento del ITF hasta el año 2021, el cual representa una importante traba para la formalización de la economía, motivando el uso de efectivo sobre los medios transaccionales formales (como la cuenta de ahorros).

Adicionalmente, es claro que el segmento Mipyme consolidado no reconoce los beneficios que genera ingresar al sector financiero formal. Particularmente, en el caso del crédito bancario los bajos niveles de acceso de los

empresarios se explican en buena medida porque ellos no lo consideran una herramienta necesaria para su actividad económica, desconociendo las ventajas que podría otorgarles la existencia de un historial crediticio.

En esta medida, es importante que el Gobierno Nacional, de la mano del sector privado, continúe profundizando los esfuerzos que se vienen realizando en el país en materia de educación financiera para contrarrestar esta situación. Al respecto, la reciente emisión del Decreto 1854 que regula la Ley 1748 de 2014 sobre transparencia financiera y el reciente lanzamiento del portal “Yo decido mi banco” representan nuevos pasos en la dirección correcta, los cuales permitirían ampliar y mejorar la calidad de la información percibida por los consumidores financieros (ver Anif, 2015e).

Otro avance reciente a nivel normativo que puede contribuir a superar estas barreras es el Decreto 1491 de 2015, el cual reglamentó las operaciones de las SEDPEs estableciendo procesos de apertura ágil para los depósitos electrónicos,

procurando que estos se consoliden como un mecanismo para realizar transacciones de bajo monto e incentiven la entrada de población informal al sistema financiero.

Finalmente, la Ley 1676 de 2013 de garantías mobiliarias representó un avance fundamental en el fortalecimiento de la inclusión financiera empresarial del país. De hecho, su expedición fue una de las condiciones que más influyó para que Colombia ganara 19 puestos en la medición del *Doing Business* 2015, alcanzando el puesto más alto de la región (34), ver Anif, 2015f. No obstante, la reglamentación de dicha Ley ha tardado más de dos años sin mostrar mayores avances hasta el momento. Desafortunadamente, dicha prórroga ha resultado perjudicial y ha terminado diezmando el impacto de esta nueva regulación, puesto que las entidades financieras todavía están a la espera de las modificaciones reglamentarias definitivas para ajustar las características de sus productos financieros a los nuevos tipos de garantías que incluye esta reforma (ver Eslava *et al.* 2015).

Conclusiones

La inclusión financiera empresarial en Colombia ha mostrado una dinámica favorable en los últimos años. Particularmente, el acceso de las microempresas se ha visto beneficiado por un crecimiento real significativo de la cartera de microcrédito, expandiéndose a tasas superiores al 20% promedio anual durante los últimos diez años.

Pese a esta tendencia favorable, los resultados del EDIF muestran que solo un 55% de los microempresarios tenía al menos un producto financiero al cierre de 2014 y solo un 28% utilizaba un producto transaccional. Por el lado del activo, los resultados tampoco son favorables, pues menos del 30% de los microempresarios solicitó crédito en el último

año, cifra que para las Pymes (a la luz de la evidencia de la GEP de Anif) tampoco resulta alta con niveles inferiores al 50%.

Los principales factores que explican esta tendencia son los niveles de informalidad y las preferencias por el uso de efectivo que caracterizan la economía colombiana, los cuales influyen directamente sobre la manera en que los empresarios hacen sus transacciones y utilizan los productos financieros. Adicionalmente, los empresarios de este segmento no parecen reconocer las ventajas de ingresar al sistema financiero formal, lo que da indicios de una falta de educación financiera al interior de esta clase de firmas.

Todo lo anterior nos habla de la necesidad de implementar una serie de medidas que puedan ayudar a mejorar el acceso de las microempresas al sector financie-

ro. En primer lugar, se debe reglamentar la Ley 1676 de 2013 sobre garantías mobiliarias, vehículo de gran importancia para asegurar el ingreso de las microempresas al sistema financiero formal por medio de la aceptación de nuevos colaterales. También resulta fundamental desmontar el ITE, que es el gran “palo en la rueda” a la inclusión financiera, pues ese impuesto fomenta el uso del efectivo e incrementa la informalidad en nuestra economía. Y, finalmente, se requiere profundizar los esfuerzos que viene realizando el Gobierno Nacional, en sintonía con el sector privado, en materia de educación financiera, pues pese a todas las medidas recientes, hasta el momento los empresarios no parecen reconocer los beneficios que puede traer para el desempeño de sus negocios el acceso al sistema financiero formal. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Anif (2015a), Gran Encuesta Pyme Anif – Informe de resultados primer semestre de 2015.
- Anif (2015b), “Demanda por inclusión financiera y la Gran Encuesta Pyme Anif”, *Comentario Económico del Día* 25 de junio de 2015.
- Anif (2015c), “Bancarización en Colombia: ¿cómo vamos?”, *Comentario Económico del Día* 15 de abril de 2015.
- Anif (2015d), “Mitigación de riesgos al interior del segmento Mipyme”, *Actualidad Pyme* No. 79 de julio de 2015.
- Anif (2015e), “Transparencia financiera y protección al consumidor en Colombia”, *Comentario Económico del Día* 14 de octubre de 2015.
- Anif (2015f), “Entorno empresarial en Colombia: resultados del informe *Doing Business* 2015”, *Actualidad Pyme* No. 75 de julio de 2015.
- Anif-Bancolombia (2015), “Regulación bancaria, sus costos y efectos sobre la bancarización”, febrero de 2015.
- Anif (2014a), “Eliminación del Impuesto a las Transacciones Financieras y bancarización en Colombia”, *Informe Semanal* No. 1215 de abril de 2014.
- Anif (2014b), “Evolución reciente del financiamiento Pyme en Colombia”, *Comentario Económico del Día* 10 de febrero de 2014.
- Anif (2013), “Dinámica reciente del microcrédito en Colombia”, *Actualidad Pyme* No. 62 de noviembre de 2013.
- Eslava M., Rodríguez M., Sánchez L., Schoar A. & Villar P. (2015), “Evaluación de la Reforma de Garantías Mobiliarias: potencial y avances en la implementación”, *Coyuntura Pyme*, edición 49, abril de 2015.
- Value Partners (2013), “Evaluación del costo social del dinero efectivo y los posibles escenarios de desarrollo en Brasil, Colombia y México”, reporte de agosto de 2013.

El Valle del Cauca: de invitado de piedra al auge minero-energético

a dinamizador contracíclico de
la economía nacional

Por: Esteban Piedrahita*



El nuevo escenario económico mundial se caracteriza por los menores precios internacionales del petróleo desde mediados del año 2014. Su consecuente efecto sobre la tasa de cambio en las economías en desarrollo se empezó a acentuar desde principios de este año. En el caso colombiano, la tasa de cambio llegó a valores superiores a \$3.000 por dólar en agosto y se ha mantenido en niveles cercanos a ese registro.

Los precios de las principales materias primas agrícolas y energéticas habían empezado a ajustarse a la baja un par de años antes de que el petróleo lo hiciera, de tal forma que el fenómeno de devaluación no es solo colombiano e impacta a todas las economías en desarrollo que apalancaron su

*Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Cali. E-mail: epiedrahita@ccc.org.co

crecimiento en las exportaciones de materias primas durante más de una década.

Diversos analistas han llamado la atención sobre los efectos negativos de la actual coyuntura global sobre la economía colombiana, que pone en riesgo los importantes avances del país en materia de empleo, disminución de la pobreza y, en general, en el mejoramiento de las condiciones de calidad de vida de los ciudadanos.

El presente artículo corresponde a un análisis regional de la dinámica económica en los principales departamentos del país entre 2003 y lo corrido de 2014, destacando que los efectos positivos del denominado auge minero-energético del país no fueron homogéneos entre los principales departamentos de Colombia. Se exponen las razones por las que la estructura productiva del Valle del Cauca y del enclave industrial del Norte del Cauca se vio afectada por la revaluación del peso en la última década. Igualmente, se presenta información disponible que respalda el planteamiento de que, dada la estructura productiva diversificada y sofisticada de la región, el Valle del Cauca y el Norte del Cauca conforman una región llamada a liderar el desempeño de la economía nacional en el actual escenario.

La Fiesta

Entre 2003 y 2014, el valor en dólares de la producción colombiana de carbón se incrementó 3.5 veces, la de oro 4.2 veces y la de petróleo de 2014 aumentó 5.5 veces frente al registro de 2003. Así, el valor de las exportaciones tradicionales colombianas en 2014 fue 6.4 veces mayor al de 2003. El gran dinamismo de las actividades extractivas mineras se vio reflejado en el

aumento sostenido de los flujos de Inversión Extranjera Directa hacia ese sector, llegando en 2014 a ser 7 veces el valor registrado en 2003.

Los efectos directos de ese período de bonanza minero-energética y de auge de materias primas significaron que entre 2003 y 2014 la tasa de crecimiento promedio de la economía colombiana fuera de un 4.8%, mayor al registro latinoamericano y solo superado por Perú (6.0%) entre las principales economías de la región.

Durante el período de la bonanza minero-energética, el PIB per cápita en Colombia aumentó más del 50% en términos reales y la tasa de desempleo nacional pasó de un 13.6% a finales de 2003 al 9.7% a finales de 2014. Además, el porcentaje de la población colombiana en condición de pobreza se redujo rápidamente, pasando del 48.0% al 28.5% en ese mismo período.

En este punto, cabe evaluar si el destacado desempeño de la economía colombiana entre 2003 y 2014 fue homogéneo entre los principales departamentos y cuáles son las razones que explican el comportamiento diferenciado.

“ El Valle del Cauca y el Norte del Cauca no participaron de manera directa en la bonanza minero-energética de Colombia y, por el contrario, su estructura productiva industrial se vio afectada por la revaluación del peso y la consecuente pérdida de competitividad cambiaria frente a productos importados. ”

Desempeño de los principales departamentos durante el auge minero-energético: el caso del Valle del Cauca

Durante el período de bonanza económica registrado entre 2003 y 2014, en Colombia no todas las regiones del país se vieron beneficiadas de manera homogénea. Incluso, la estructura productiva de varios departamentos se vio afectada por la revaluación sostenida del peso colombiano.

El Valle del Cauca y el enclave industrial del Norte del Cauca aportan más del 15% del PIB industrial del país. En esta región no se producen, transforman o exportan las materias primas minerales y energéticas que lideraron el dinamismo de la economía nacional en la última década. El departamento del Valle aporta el 1.3% de la producción de oro y en materia de petróleo y carbón su participación en la producción nacional es ínfima.

De esta forma, el Valle del Cauca y el Norte del Cauca no participaron de manera directa en la bonanza minero-energética de Colombia y, por el contrario, su estructura productiva industrial se vio afectada por la revaluación del peso y la consecuente pérdida de competitividad cambiaria frente a productos importados.

El Valle del Cauca, con apenas un 10% de la población nacional, recibió un 30.7% de las remesas enviadas a Colombia desde el exterior en 2014. Esta destacada participación del Valle del Cauca en la recepción de remesas ha sido una constante en las últimas tres décadas, de tal forma que la revaluación del peso frente



al dólar durante el período de bonanza minero-energética también golpeó el flujo de ingresos a la región, reduciendo la capacidad de consumo de los hogares debido a que empezaron a recibir menos pesos por los dólares que llegaban del exterior.

Debido a que en el Valle del Cauca no se extraen volúmenes importantes de minerales y que registra mejores indicadores de calidad de vida frente al resto de departamentos del país, durante el período del auge el departamento recibió menores ingresos, en términos per cápita, que los demás departamentos del país (solo recibió más transferencias por concepto de regalías por habitante que Bogotá).

La tasa de crecimiento promedio anual entre 2003 y 2014 de las economías de Santander, Antioquia, Bogotá y Atlántico—todas ellas directa o indirectamente beneficiarias en diversos grados del auge minero-energético—fue del 5.0%, el 4.9%, el 4.7% y el 4.6%, respectivamente, mientras que en el Valle del Cauca el registro fue del 4.1%, ubicándose significati-

vamente por debajo del promedio nacional (4.8%).

El rezago de la economía del Valle del Cauca frente a sus pares regionales significó una menor capacidad de generación de empleo. De esta forma, la tasa de desempleo registrada en el área metropolitana de Cali pasó del 17.3% durante el período enero-abril de 2003 al 15.1% en el mismo período de 2014, mientras que en otras ciudades capitales del país los avances del mercado laboral fueron dramáticos: la tasa de desempleo en Bucaramanga—gran beneficiaria de la bonanza petrolera—pasó del 19.1% al 9.4% durante el mismo período.

Efectivamente, las principales capitales del país fueron las que impulsaron la reducción de la tasa de desempleo en Colombia. Según cifras del Dane, la tasa de desempleo registrada en las trece principales ciudades capitales pasó del 14.6 % en enero de 2003 al 8.9% en diciembre de 2014. El aparato productivo del Valle tuvo menor capacidad de generación de nuevos puestos de trabajo, incluso frente a Bogotá, ciudad capital que tam-

poco participa directamente en la producción, transformación o exportación de productos minero-energéticos, pero que acoge a las casas matrices de muchas empresas de este rubro y a las entidades que las regulan y que concentró el crecimiento extraordinario del Gobierno Nacional, cuyo gasto pasó de representar el 16% del PIB nacional en 2003 al 20% en 2014. De esta forma, la tasa de desempleo en Bogotá pasó del 17.5% en el primer trimestre de 2003 al 9.9% en igual período de 2014.

En el mismo sentido, mientras que el porcentaje de la población en condición de pobreza pasó del 33.7% en 2003 al 19.1% en 2014 en Cali (-43%), este indicador pasó del 34.7% al 8.4% (-76%) en Bucaramanga durante el mismo período. En el caso de Bogotá, este indicador pasó del 32.0% al 10.1% (-68%).

El mercado inmobiliario de las principales ciudades del país también registró un comportamiento disímil entre 2003 y 2014. Por ejemplo, mientras que el área en construcción de viviendas nuevas registrada en 2014 frente a 2003 en Atlántico, Bucaramanga, Bogotá y Antioquia aumentó un 320%, un 120%, un 70% y un 50%, respectivamente, en Cali apenas se registró un aumento del 10% (aunque sus ciudades satélites crecieron en mayor proporción).

El estancamiento del mercado inmobiliario de la capital del Valle del Cauca también se reflejó en el valor de los activos. Por ejemplo, mientras que los precios por metro cuadrado de las viviendas nuevas en Bogotá se triplicaron entre 2006 y 2014, y en Bucaramanga se cuadruplicaron durante el mismo período, en Cali no llegaron a aumentar más del 100% en términos nominales.

Las diferencias en la estructura económica de Cali y el Valle del

Cauca frente a la de las principales ciudades capitales y departamentos del país explican su relativo rezago durante la última década. Los principales productos de exportación del Valle del Cauca son manufacturas como confitería, azúcar, productos de papel y equipos eléctricos, mientras que más del 30% de las exportaciones de Antioquia entre 2003 y 2014 correspondió a oro. Por su parte, Bogotá concentró el crecimiento del Gobierno Nacional en la última década y Atlántico se benefició de los encadenamientos productivos industriales y de servicios relacionados con la actividad logística y exportadora de minerales.

Ajuste estructural de la economía colombiana ante la nueva coyuntura económica internacional

La caída de los precios internacionales de las materias primas, entre ellas el petróleo, representa un nuevo escenario para el desempeño de la economía nacional. Las expectativas de largo plazo de los precios internacionales de los *commodities* minero-energéticos, la desaceleración de la economía china y la reactivación de Estados Unidos hacen prever que en el mediano plazo la tasa de cambio en Colombia se mantendrá en niveles superiores a \$2.600 por dólar. Además, el menor precio del petróleo desestimulará la exploración y extracción de crudo en pozos de alto costo de operación.

En este nuevo escenario, el aparato productivo diversificado, así como la vocación manufacturera y agroindustrial del Valle del Cauca y el enclave industrial del

Norte del Cauca han empezado a reaccionar positivamente. Los datos del mercado laboral muestran que en los tres años terminados en agosto de 2015, el área metropolitana de Cali ha liderado la creación de empleo entre las cinco principales ciudades del país. Además, la estructura productiva del departamento (según Ricardo Hausmann, la segunda más compleja después de Bogotá) ha sido la que más ha reducido la tasa de informalidad (un 10%) en el mismo período.

La tasa de desempleo de Cali en julio-septiembre de 2015 (10.8%) fue la más baja del período en los últimos quince años (bajo la nueva metodología de la GEIH, 2001). Esta reducción en la tasa de desempleo ha permitido que Cali cierre la brecha con las principales ciudades del país.

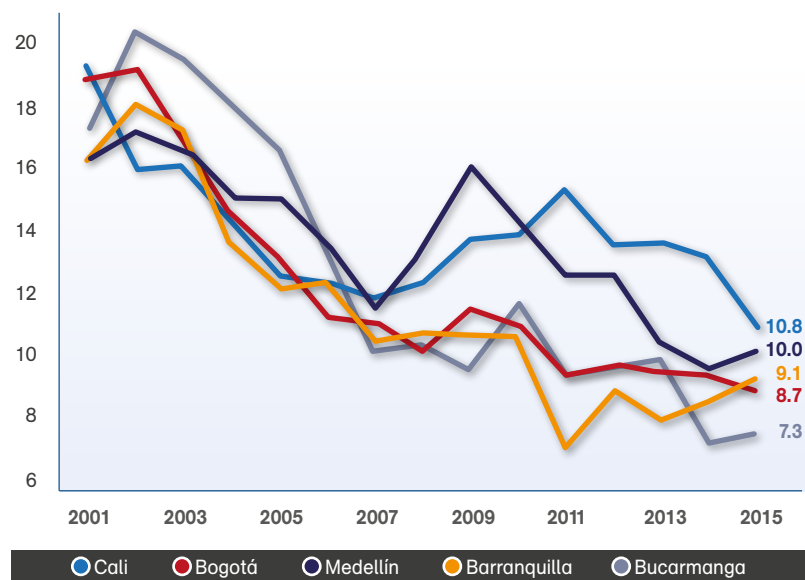
Entre las principales ciudades del país, Cali registró el mayor número de nuevos empleos para el trimestre julio-septiembre de 2015 (75.000) frente al mismo pe-

ríodo de 2014. En el mismo sentido, entre las principales ciudades del país, Cali registró el mayor aumento del número de personas ocupadas (6.5%), seguida por Barranquilla (3.4%) y Medellín (1.0%). Por el contrario, en Bucaramanga (-1.0%) y Bogotá (-1.5%) se redujo el número de personas empleadas (ver gráfico 1).

Asimismo, debe destacarse que durante el primer semestre de 2015, la producción industrial del área metropolitana de Cali (incluye Yumbo, Jamundí y Palmira) registró un crecimiento anual del 3.2%, la más alta entre las principales ciudades (Atlántico 2.6%, Antioquia 1.4%, Santander -1.6% y Bogotá -3.3%).

Un factor contracíclico importante con que cuenta el Valle son las remesas. Con apenas el 10% de la población migrante del país, el Valle recibe cerca del 30% de las remesas (US\$1.200 millones al año). El mayor ingreso en pesos por remesas como consecuencia de la devaluación puede inyec-

Gráfico 1.
Tasa de desempleo (%) principales ciudades (2001-2015)



Fuente: Dane.

tarle cerca del 1.5% del PIB a la economía del Valle. Y después de media década muy mala para las economías norteamericana y española (principales fuentes de las remesas), las perspectivas para que el monto absoluto de estos giros aumente en moneda extranjera son buenas gracias a la recuperación económica de esos mercados (ver gráfico 2).

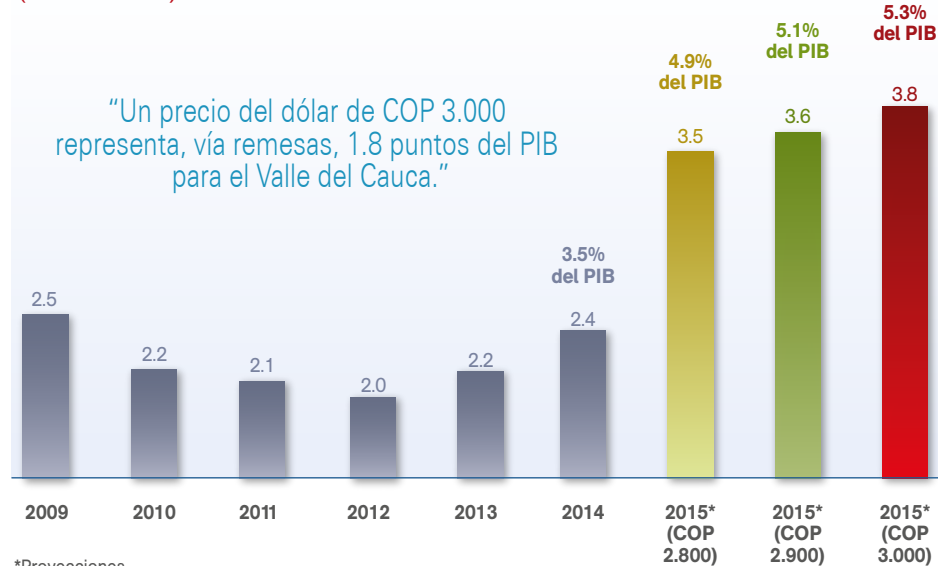
Estos flujos han contribuido, sin duda, a una mejora del mercado inmobiliario. Mientras que el área aprobada para construcción acumulada entre enero y agosto de 2015 en Bogotá y Atlántico se redujo un 40.4% y un 13.0%, respectivamente, en el Valle del Cauca se registró un aumento del 33.6%, apenas superado por Santander (47.1%). En Antioquia se registró un crecimiento del 19.8% en este indicador.

En el caso de las ciudades capitales, el área aprobada en Cali lidera el crecimiento del área aprobada para construcción de vivienda en lo corrido del año (34.5%), seguido por Bucaramanga (2.5%). En el caso de Bogotá, Barranquilla y Medellín, se acumulan reducciones del área aprobada para construcción de vivienda nueva (-40.4%, -14.6% y -10.2%, respectivamente).

Durante el primer semestre de 2015, el precio de las viviendas nuevas en Cali aumentó un 10.1% en términos anuales, apenas superado por Barranquilla (13.0%), mientras que en Bucaramanga, Bogotá y Medellín se registraron crecimientos del 5.0%, el 6.2% y el 8.7%, respectivamente.

En el contexto de una desaceleración de la economía nacio-

Gráfico 2.
Remesas del Valle del Cauca 2009-2015
(COP billones)



nal, impulsada por los menores precios y menor producción de petróleo y demás productos minero-energéticos, el comercio minorista acumulado a agosto de 2015 en Medellín (4.6%) y Cali (3.9%) registró un destacado desempeño frente a las demás principales ciudades (Barranquilla 1.6%, Bogotá -0.1% y Bucaramanga -3.3%).

“Después de media década muy mala para las economías norteamericana y española (principales fuentes de las remesas), las perspectivas para que el monto absoluto de estos giros aumente en moneda extranjera son buenas gracias a la recuperación económica de esos mercados.”

Uno de los indicadores más destacados que muestra el efecto contracíclico de la economía del Valle del Cauca corresponde a las ventas de vehículos nuevos. Mientras que en todos los principales departamentos se registra una reducción en este indicador, a septiembre de 2015 se registró en el Valle un crecimiento anual de la venta de vehículos nuevos del 2.8%, mientras que en Santander (-16.0%), Bogotá (-15.5%), Antioquia (-4.6%) y Atlántico (-2.7) se registraron reducciones en este indicador.

Perspectivas de corto plazo y oportunidades para las empresas de Cali y Valle del Cauca

El Índice de Confianza del Consumidor que mide Fedesarrollo en las principales ciudades del país mostró para septiembre de 2015 un balance de 9.6 puntos

para Cali, superado por Barranquilla (25.7 puntos), pero mayor al de Medellín (3.5 puntos) y Bogotá (-1.2 puntos).

De otra parte, los resultados de la Encuesta Ritmo Empresarial que realizan las siete cámaras de comercio del Valle del Cauca reportaron que más del 50% de las empresas afiliadas a las cámaras de comercio considera que sus ventas aumentarán durante el segundo semestre de 2015. En el mismo sentido, un 28.8% de las empresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Cali reportó que aumentará el número de trabajadores contratados durante el segundo semestre del año.

Según las estimaciones del Indicador Mensual de Actividad Económica desarrollado por el Banco de la República y la Universidad Javeriana de Cali, el Valle del Cauca registrará un crecimiento económico del 3.8% en 2015, superior a las estimaciones de la Cepal para América Latina

y el Caribe (-0.3%) y Colombia (2.9%), ver gráfico 3.

Los retos para las empresas del Valle del Cauca incluyen lograr capturar buena parte del espacio que dejarán los importadores en el mercado nacional, especialmente en manufacturas como confecciones, medicamentos, productos de cuidado personal y alimentos procesados. En el frente exterior, el desafío corresponde a la sustitución de destinos, ya que Venezuela y Ecuador siguen siendo los principales destinos de exportaciones del Valle del Cauca, pero la desaceleración de estas economías representa un riesgo para la dinámica de las exportaciones del departamento. La posibilidad de incursionar en los mercados centroamericanos, con mejores expectativas de crecimiento para 2015 y 2016, se constituye en la primera opción para muchas empresas exportadoras.

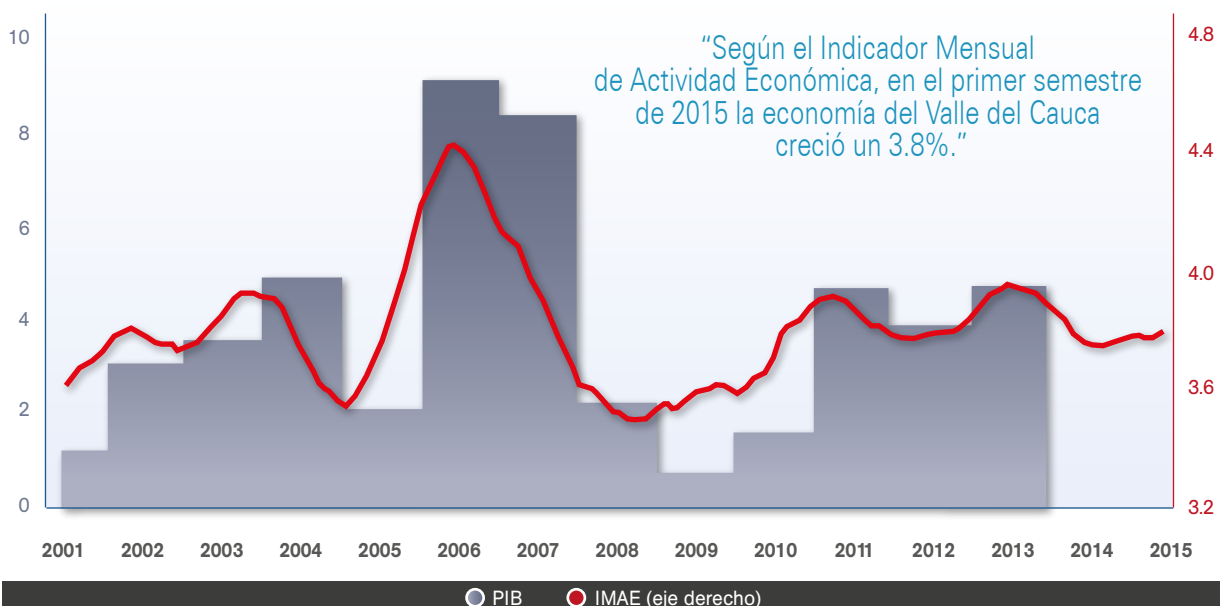
El mayor flujo de remesas, impulsado por una mayor tasa

de cambio, puede seguir apalancando el crecimiento del mercado regional, pues muchos de esos recursos serán destinados seguramente por los hogares para financiar proyectos de inversión inmobiliaria, representando una gran oportunidad para el sector constructor y sus encadenamientos con las industrias mobiliarias y de insumos.

Finalmente, el mejor desempeño relativo de la economía del Valle del Cauca y de Cali en el último año y la gestión acertada en materia fiscal, particularmente en Cali, se han visto reflejados en mayores ingresos tributarios de los entes territoriales (Gobernación y Alcaldía), lo cual hace prever que el próximo año se puedan ejecutar proyectos de inversión contracíclicos que dinamicen la economía local, esto en el marco de un seguro ajuste fiscal importante que deberá realizar el Gobierno Nacional para cumplir con sus metas de mediano plazo en ese frente (ver gráfico 4).

Gráfico 3.

Crecimiento anual del PIB y del Indicador Mensual de Actividad Económica para el Valle del Cauca (datos a junio de 2015)



Fuente: Dane.

Gráfico 4.
Ingresos corrientes del Municipio de Cali 2013-2015
(COP millones)



Fuente: DNP.

Conclusión

La estructura productiva del Valle del Cauca y del enclave industrial del Norte del Cauca se rezagó durante el auge minero-energético que impulsó la economía nacional entre 2003 y 2014. La revaluación del peso afectó la competitividad cambiaria de las empresas agroindustriales y manufactureras de la región frente a los productos importados que impulsaron a la baja los precios internos de sus productos. Asimismo, las remesas, fuente importante de ingresos de los hogares, sufrieron una disminución importante por la revaluación y las crisis en Estados Unidos y España. El rezago de la economía de Cali y el Valle del Cauca se reflejó en una menor reducción de las tasas de pobreza, desempleo e informalidad frente a las principales regiones del país.

La actual coyuntura económica internacional favorece el desempeño de las empresas de Cali, Valle del Cauca y del Norte del Cauca, toda vez que la mayor tasa de cambio les permite capturar buena parte del mercado interno que está



siendo liberado por los bienes importados (en lo corrido del año las importaciones industriales se han reducido un 11.0%) y representa una oportunidad para desarrollar nuevos mercados regionales (especialmente en América Latina) ante la desaceleración de los principales socios comerciales del departamento (Venezuela y Ecuador).

El optimismo de los consumidores y empresarios, la mayor tasa de cambio, el menor precio del petróleo y los principales *commodities*, así como la recepción de remesas desde el exterior y el dinamismo del mercado laboral regional son los factores que configuran un escenario ideal para que las empresas del Valle del Cauca y Norte del Cauca lideren el crecimiento de la economía colombiana en los próximos años. ■

Evolución del Índice de Precios al Productor en 2015

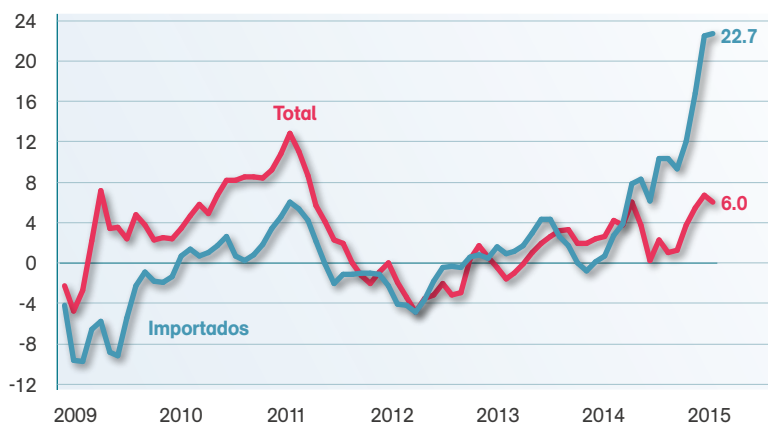
Corresponde al Comentario Económico del Día 7 de septiembre de 2015



El Dane reportó que el mes de septiembre de 2015 registró un crecimiento del Índice de Precios al Productor (IPP) cuasi nulo del -0.01%. Con ello, la inflación del IPP se redujo del 6.7% anual en agosto al 6% en septiembre, ubicándose 3.4pp por encima de la cifra observada un año atrás (2.6%), ver gráfico adjunto. Este comportamiento puede explicarse por la caída de los precios de la minería al -4.8% anual (vs. -1.4% en diciembre de 2014), a pesar del marcado incremento de la inflación de los bienes importados al +22.7% (vs. +7.9%) que se ha registrado en el transcurso del año por cuenta del mayor ritmo de devaluación del peso frente al dólar (30% promedio anual entre enero-septiembre de 2015). Este último aspecto evidencia la preocupante transmisión de costos vía importados (*pass-through*) a nivel del IPP.

Al analizar los precios al productor por actividad económica, se observa que la menor dinámica del IPP se relaciona con la caída de los precios de los bienes de la minería, mientras que los de la industria se mantuvieron estables y los del agro aumentaron lige-

Índice de Precios al Productor
(Variación % anual, a septiembre de 2015)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

ramente. En efecto, la variación de los costos del sector de minas y canteras pasó del -1% anual en agosto al -4.8% en septiembre de 2015. Allí incidió la contracción de los precios de los aceites de petróleo y aceites obtenidos de minerales bituminosos (-12.7% en lo corrido del año a septiembre de 2015), pese a los aumentos en los precios de los minerales de oro y platino y sus concentrados (+22.4%) y de la hulla sin aglomerar (+18.2%). Ello es consecuencia de la pronunciada caída en el precio del petróleo (50%-60% desde mediados de 2014), ver *Comentario Económico del Día* 3 de agosto de 2015.

Por su parte, la inflación de los bienes industriales se mantuvo en el 7.9% anual en agosto-septiembre de 2015. Dicha estabilidad se explica por los incrementos de los precios del oro (incluso oro platinado) en bruto, semilabrado o en polvo (+23.5% en lo corrido del año a septiembre de 2015); del arroz, semiblanqueado, blanqueado o molido (+23%); y del azúcar de caña (+19.8%). Adicionalmente, la devaluación peso/dólar ha encarecido los insumos industriales importados. No obstante, las presiones a la baja provinieron de las reducciones en los precios de otros combustibles (-23%); de los combustibles tipo diesel (-13.3%); y de la gasolina para automotores (-2.9%). Entre tanto, la inflación de los bienes del agro pasó del 10.6% anual en agosto al 11.4% en septiembre de 2015. Allí incidieron los aumentos en los precios de las hortalizas de raíz, bulbosas y tuberosas (116% en lo corrido del año a septiembre de 2015); de las flores, capullos y arreglos florales (22.8%); y del ganado bovino (8.1%). Ello es resultado de los choques de oferta transi-

torios que han venido afectando a los alimentos básicos en el transcurso del año.

Desde el punto de vista de la procedencia de los bienes, la reciente devaluación explica el crecimiento de los importados. En efecto, la inflación de los bienes traídos del exterior aumentó del 22.4% anual en agosto al 22.7% en septiembre de 2015, al tiempo que la devaluación fue del 30% promedio anual durante los primeros tres trimestres de 2015 (vs. 5% un año atrás) e, incluso, llegó al 55% anual en septiembre. Asimismo, los costos de los bienes producidos y consumidos pasaron del 3.6% anual en agosto al 4.2% en septiembre de 2015. En contraste, la inflación de los bienes exportados se redujo del 15.4% anual al 11% en el mismo período.

El IPP por uso o destino económico de los bienes presentó incrementos en todos sus subgrupos. Así, el costo de los materiales de construcción aumentó del 6.1% anual en agosto al 7.3% en septiembre de 2015; el de los bienes de capital pasó del 20.5% anual al 21.5% (el cual se ha visto afectado por la devaluación peso/dólar); el de los bienes de consumo final se incrementó del 5.2% anual al 5.9%, y el de bienes de consumo intermedio pasó del 7.9% anual al 8.2% en el mismo período.

Estos aumentos en la inflación del IPP han afectado la inflación a nivel del Índice de Precios al Consumidor (IPC), gracias a los mayores costos de los insumos importados. De hecho, la preocupante transmisión de costos ahora también se observa en la inflación de los bienes transables del IPC, la cual aumentó del 2% anual diciembre de 2014 al 5.9% en septiembre de 2015. Con ello, la lectura de inflación total continuó in-

crementándose del 4.74% anual en agosto al 5.35% en septiembre de 2015 (vs. 3.66% anual en diciembre de 2014), alejándose aún más del límite superior del rango-meta (2%-4%) de largo plazo fijado por el Banco de la República (BR), ver *Comentario Económico del Día* 13 de octubre de 2015.

En síntesis, la inflación del IPP pasó del 2.6% anual en septiembre de 2014 al 6% en el mismo mes de 2015. Ello se explica, en parte, por el incremento de los precios de los bienes importados al 22.7% anual (vs. 0.7% un año atrás), gracias a la mayor devaluación del peso frente al dólar, la cual se aceleró a la franja 50%-60% anual durante agosto-septiembre debido a la mayor tensión del panorama internacional. Sin embargo, la caída en los costos de la minería al -4.8% anual (vs. igual cifra de un año atrás) le ha restado dinamismo a los precios de los productores. En lo que resta de 2015, se espera que el IPP se mantenga en niveles altos, dadas las presiones alcistas a nivel cambiario, con una devaluación promedio esperada del 35% anual en 2015 (vs. 24% antes pronosticado).

Adicionalmente, teniendo en cuenta los repuntes de la inflación del IPC (5.35% anual en septiembre de 2015) y el desanclaje de sus expectativas, la Junta Directiva del BR aumentó en +50pb su tasa repo-central en su reunión de octubre de 2015, llevándola del 4.75% al 5.25%, tal como lo recomendaba Anif. Esto se sumó al alza de +25pb ocurrida en septiembre del mismo año. Ello permitirá re-ancorar las expectativas inflacionarias y evitar que la inflación desborde, inclusive, el 3.5% anual que actualmente estamos pronosticando para el cierre de 2016. ■

Dinámica y perspectivas de la demanda de energía en 2015



Corresponde al *Comentario Económico del Día* 14 de septiembre de 2015

La demanda de energía eléctrica registró un crecimiento del 3.9% anual en lo corrido del año a septiembre de 2015, inferior al 4.5% de un año atrás (ver gráfico adjunto). Esta menor dinámica es consistente con el desempeño de la actividad económica, con una expansión del PIB-real del 2.9% anual al cierre de la primera mitad del año (vs. 5.3% el año anterior) y del 2.7%, proyectada por Anif, para el tercer trimestre (vs. 4.2%), según nuestra batería de indicadores líderes (ver *AL/* No. 108 de octubre de 2015).

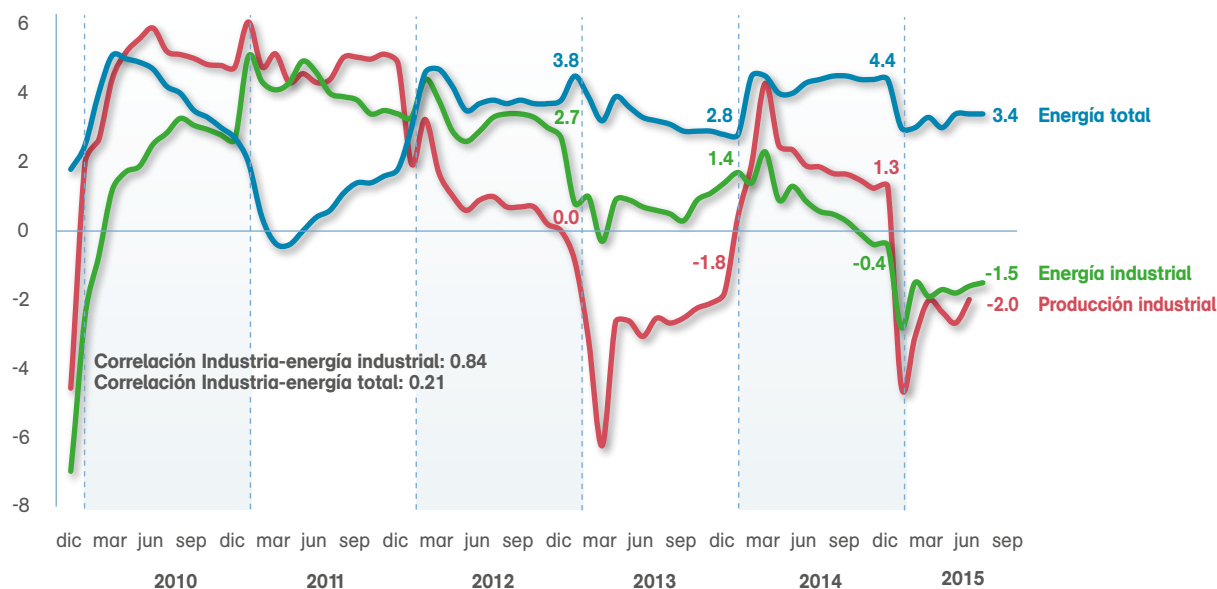
Dicha desaceleración de la demanda de energía respondió principalmente al bajo dinamismo del segmento no-regulado (32% del total de la demanda), el cual creció solo un 1.2% anual en lo corrido del año a septiembre de 2015 (vs. 3.8% un año atrás). Ello obedeció a: i) el desempeño de la demanda industrial (45% del mercado no-regulado), contrayéndose un -1.1% anual en enero-septiembre de 2015 (vs. +0.5% el año anterior), siendo esto consistente con la desaceleración de la producción manufacturera (-0.4% anual en lo corrido del año a agosto de 2015 vs. +1.9% un año atrás), afectada por las obras de modernización de Reficar; y ii) la caída de la demanda del sector de servicios sociales (8.5% del mercado no-regulado), contrayéndose un -1.8% anual durante el período de análisis (vs. +5.1% un año

atrás), en línea con el efecto estadístico en contra de las elecciones del primer semestre de 2014.

Lo anterior no logró ser compensado por el buen comportamiento de la demanda del sector de minas-canteras (21% del no-regulado). Esta se expandió un 9.4% anual en lo corrido del año a septiembre de 2015 (vs. 11% el año anterior), por cuenta de los mayores requerimientos de energía de los campos petroleros Chichimene y Castilla, y de la mina de níquel Cerromatoso.

Por su parte, el mercado regulado, al igual que el no-regulado, exhibió una disminución en su crecimiento, expandiéndose un 4.5% anual en enero-septiembre de 2015 (vs. 5% un año atrás). Allí han jugado factores como: i) la presencia de mayores precipitaciones en la región andina al inicio del año, lo cual redujo los consumos por aire acondicionado y riegos; y ii) la desaceleración del

Producción industrial real y demanda de energía (Variación % año corrido, a julio de 2015)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane y Xm.

consumo de los hogares, siendo ello consistente con el mencionado menor ritmo de la actividad económica. En particular, las mayores desaceleraciones se observaron en la Costa Atlántica (4.6%, -1.7pp frente al año anterior) y el centro del país (2.1%, -1pp).

Con relación a las condiciones coyunturales y estructurales del mercado energético, se presentan importantes desafíos. A nivel coyuntural, se debe monitorear cuidadosamente el Fenómeno de El Niño, el cual, pese a ser moderado, podría extenderse hasta la primera mitad de 2016, según el Ideam. Esto podría afectar la oferta de gas natural, más aun cuando se registra una reducción en la producción del -7.8% en lo corrido del año a septiembre de 2015, debido a la declinación de los campos de la Guajira (-15%). Ello implicaría un riesgo de desabastecimiento para las plantas térmicas y presiones al alza en los precios de la energía,

deteriorando todavía más la competitividad del país en esa materia (ver *Informe Semanal* No. 1272 de junio de 2015).

En el frente estructural, es indispensable focalizar esfuerzos en: i) desarrollar el “Plan de Expansión de Referencia Generación-Transmisión 2014-2028”, recientemente adoptado por el Ministerio de Minas y Energía (Resolución 40029 de 2015), con el fin de garantizar el suministro local; ii) impulsar iniciativas tendientes a la interconexión eléctrica en América Latina, tal como ha venido ocurriendo entre Colombia y Panamá desde mediados de 2014; y iii) alcanzar un equilibrio hidrotérmico, con el objetivo de reducir la dependencia de las fuentes hídricas, las cuales aportan cerca del 70% de la energía del país y son muy vulnerables a los factores climáticos.

A este respecto, cabe destacar que la Ley 1715 de 2014 reglamentó la integración de energías renovables no convencionales al Sistema Interconec-

tado Nacional (SIN) y estableció incentivos para la inversión en este tipo de proyectos (deducciones de renta, exclusión de IVA y derechos arancelarios de importación, entre otros). En consecuencia, actualmente está en estudio la eventual incorporación de la energía eólica al SIN en la Guajira.

En síntesis, la dinámica de la demanda de energía en lo que resta de 2015 estará determinada por el desempeño de los sectores de industria y minería, así como por los factores climáticos previstos para el segundo semestre. A nivel estructural, los desafíos en el mercado de energía eléctrica requieren: i) la ejecución de los proyectos clave de generación y transmisión para garantizar el abastecimiento de la demanda interna; y ii) un mejor balance hidrotérmico, acompañado por la incorporación de otras fuentes de energía no convencionales (particularmente renovables) al sistema nacional, dados los avances regulatorios recientes en este frente. ■

Desempeño de la confianza del consumidor en 2015

Corresponde al *Comentario Económico del Día* 21 de septiembre de 2015



Recientemente, el Dane reveló que el PIB-real de Colombia se expandió a una tasa del 3% anual durante el segundo trimestre de 2015. Dicho crecimiento se explica, en gran medida, por el buen desempeño de la construcción, creciendo a tasas del 8.8% anual, y la dinámica favorable de la explotación de minas y canteras, que creció al 4.1% anual. Por su parte, el sector comercio se expandió al 3.2% real anual, una caída frente al 4.7% del trimestre anterior y el 4.8% de un año atrás.

En cuanto a la medición semestral, se observa que el rubro específico de comercio cayó de variaciones del 5% promedio durante el primer semestre de 2014 a crecimientos del 3.9% promedio en el mismo período de 2015.

Este comportamiento del sector comercio podría obedecer a un menor interés de compra por parte de los colombianos, como respuesta al entorno económico de desaceleración que enfrenta el país. Para analizar esto con mayor detalle, haremos uso del Índice de Confianza al Consumidor (ICC) calculado por Fedesarrollo. Este

índice se aproxima a las intenciones de gasto de los hogares a través de dos componentes: i) la percepción sobre la situación económica actual (capturado por el Índice de Condiciones Económicas, ICE); y ii) las expectativas sobre la situación futura de los hogares y el país (con el Índice de Expectativas del Consumidor, IEC).

Durante el primer semestre de 2015, el ICC registró un balance de respuestas promedio de tan solo 11.8, muy inferior al 21.3 reportado un año atrás. Ello obedeció a un comportamiento marcadamente desfavorable durante marzo de 2015, cuando se alcanzó un

balance de respuestas de 2.3, mínimo histórico de la serie desde la crisis internacional de 2009. Dicho desempeño negativo se repitió en agosto de 2015, con un balance de respuestas de -0.4; siendo este el nuevo mínimo histórico de la serie y mostrando una caída particularmente marcada frente al 20.0 registrado en agosto de 2014.

En cuanto al desempeño de sus componentes, el ICE alcanzó un balance de respuestas de -8 al corte de agosto de 2015, exhibiendo los niveles de percepción de las condiciones económicas más bajos desde los observados a mediados de 2009. Por su

parte, el IEC reportó niveles de 4.7 en su balance de respuestas, marcando uno de los menores niveles registrados por la serie desde 2009 (el mínimo histórico fue el 0.3 exhibido en marzo de 2015). Así, las fuertes caídas registradas por el ICC durante marzo de 2015 obedecieron principalmente al mal desempeño de las expectativas de los consumidores en dicho período, mientras que las disminuciones de agosto de 2015 son consecuencia del comportamiento desfavorable de las condiciones económicas de los hogares.

Por ciudades, el ICC muestra un comportamiento heterogéneo. Bogotá exhibe los niveles más bajos entre todas las ciudades, con un balance de respuestas promedio móvil tres meses de -0.3 al corte de agosto de 2015, muy inferior a su promedio histórico 2010-2015 de 21.1 (ver gráfico adjunto). Por su parte, Medellín (12.9) y Cali (8.6) registraron un desplome en sus indicadores, ubicándose

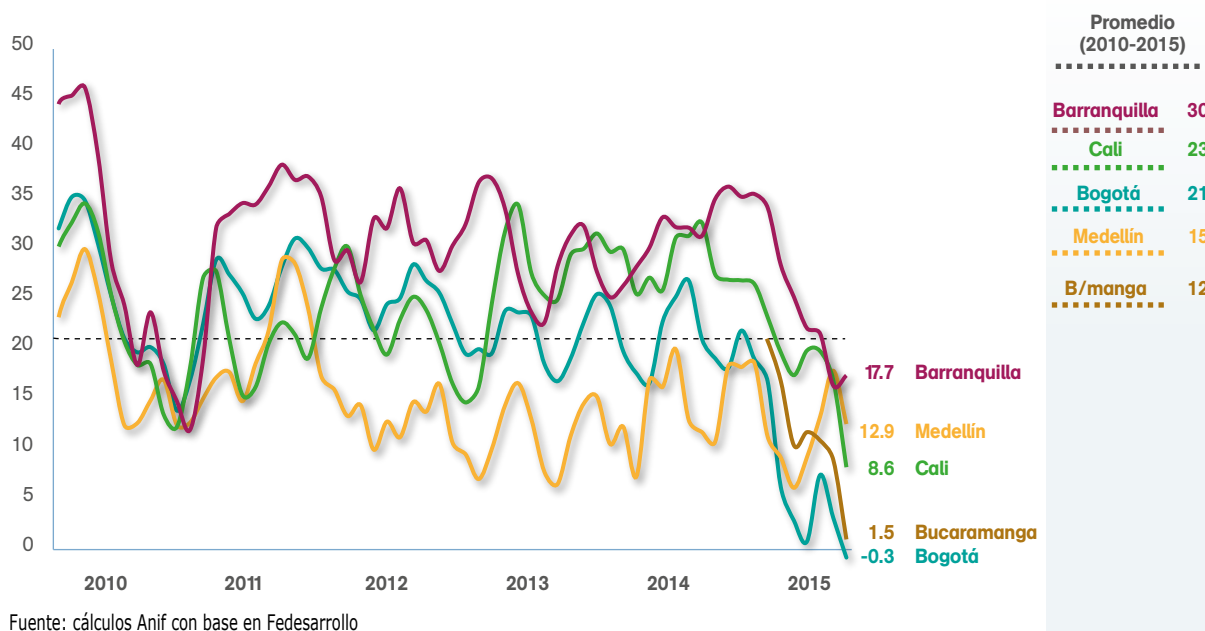
muy por debajo de sus promedios históricos, particularmente en el caso de Cali (14.9 y 23.3, respectivamente). Bucaramanga también reportó una disminución en su ICC, cayendo a balances promedio de 1.5 al cierre de agosto de 2015. Finalmente, Barranquilla es la única ciudad que exhibió un comportamiento favorable. Así, su indicador aumentó a niveles de 17.7 al corte de agosto de 2015, aunque siguió siendo inferior al 29.6 promedio histórico del período 2010-2015.

De esta manera, la confianza de los consumidores en el país se vio fuertemente afectada por el contexto desfavorable de la coyuntura económica. En ciudades como Bogotá, dicho comportamiento va en línea con el deterioro de la percepción de seguridad en la capital, entre otros elementos. Entre tanto, Medellín, parece continuar con el lastre generado por los incidentes ocurridos en el sector de la construcción durante

el año 2014 (efecto *Space*), ver *Comentario Económico del Día* 21 de julio de 2014. Por su parte, Barranquilla, pese a ubicarse por debajo de su promedio histórico, sigue registrando niveles importantes de optimismo en el contexto nacional. Allí, poder aprovechar los TLCs (por la cercanía al puerto) y las crecientes oportunidades industriales de la zona impulsan la confianza de los consumidores.

En síntesis, el mal comportamiento de la confianza de los consumidores podría ser uno de los elementos detrás de las desaceleraciones exhibidas por el sector comercio a nivel nacional. En efecto, la caída del ICC y sus componentes a niveles mínimos históricos durante los meses de marzo y agosto del 2015 prende alarmas frente a un posible debilitamiento del consumo de los hogares en lo corrido del año (al corte de 2015-I, este cayó a variaciones del 3.9% frente al 4.3% de un año atrás) y lo que resta de 2015. ■

Índice de Confianza del Consumidor por ciudades
(Balance de respuestas, promedio móvil de tres meses a agosto de 2015)



Desempeño industrial reciente y perspectivas

Corresponde al Comentario Económico del Día 5 de octubre de 2015

De acuerdo con los datos revelados recientemente por el Dane, la industria manufacturera registró una contracción durante el segundo trimestre de 2015. En efecto, el PIB industrial se redujo un -1.3% anual, ubicándose incluso por debajo del -1.0% esperado por Anif. Así, el sector manufacturero fue el que presentó la tasa de crecimiento más baja entre todos los sectores y, de hecho, fue el único que se contrajo durante el segundo trimestre del año.

Vale la pena analizar también el desempeño de la industria de manera más desagregada, a través de la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM). De acuerdo con la EMM, en julio de 2015 las ventas de la industria crecieron un 0.3% en su variación acumulada en doce meses, al tiempo que el empleo lo hizo en un 0.8% (ver gráfico adjunto). En cambio, la producción industrial se redujo un -0.4% en el período de análisis. Estos resultados muestran, en promedio, una industria colombiana débil y poco dinámica, en línea con lo mencionado anteriormente.

Con relación al crecimiento de los subsectores, es preocupante ver que 18 de las 39 actividades industriales que hacen parte de la EMM registra-



ron contracciones en la producción real en julio de 2015 frente a la producción de un año atrás. Buena parte de las actividades que registraron caídas en dicho período están ligadas a la cadena de refinados del petróleo. Así, los subsectores con el peor desempeño (variación acumulada en doce meses) fueron: i) productos de caucho (-9.8%); ii) refinación de petróleo (-9.1%); y iii) partes, piezas y accesorios (-8.1%). En contraste, se destacaron por sus buenos resultados los subsectores de: i) trilla de café (9.2%); ii) fabricación de calzado (8.6%); y iii) cuero y sus productos (7.8%).

Las cifras mencionadas anteriormente revelan que la industria colombiana sigue presentando un lento dinamismo. En cierta medida, esto es consecuencia del efecto coyuntural del cierre de la planta de refinación de Reficar (que, en teoría, debería estar funcionando en su plena capacidad hacia marzo de 2016) que le resta hasta 1.5pp al crecimiento industrial. Ahora bien, este no es el único problema que aqueja a la industria manufacturera colombiana. De hecho, son varios los problemas estructurales que afectan a este sector.

Al respecto de dichos problemas estructurales, Anif ha insistido, particularmente, en la necesidad que tiene el país de trabajar en la reducción del llamado “Costo Colombia”. Este está asociado a los elevados costos laborales y energéticos, la deficiencia en materia de infraestructura y de educación, entre otros, que enfrentan los empresarios colombianos y que les restan competitividad frente a sus pares regionales, asiáticos o estadounidenses (ver *Informe Semanal* No. 1272 de junio de 2015).

Ante esto, Anif ha venido planteando una serie de ideas

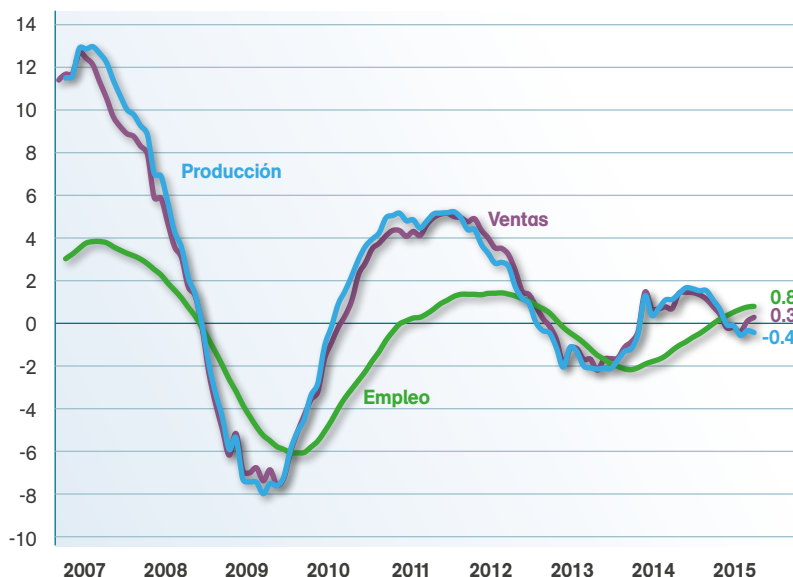
que podrían ayudar a mejorar el desempeño industrial reciente: i) relocalizar geográficamente parte de la producción manufacturera hacia las costas; ii) migrar hacia los sectores industriales más productivos; y iii) crear *clusters* regionales (parte de esto ha sido recogido en un estudio reciente compilado por la propia Andi). Lo anterior generaría reducciones en los costos de transporte y mejoras en la productividad industrial, que harían que el sector fuera más competitivo.

Dicho lo anterior, las cifras más recientes revelan que la industria colombiana se mantiene poco dinámica, pese a la fuerte devaluación (de hasta el 60% anual) que ha tenido la tasa de cambio peso/dólar. Así, aunque se decía que lo que frenaba el crecimiento del sector era la tasa de cambio revaluada, aun bajo las condiciones actuales no ha despegado. Es claro entonces que ese era apenas uno del “rosario” de problemas que aquejan a la industria colombiana y

que hay también otros factores estructurales que es necesario corregir pronto.

En el año 2016, es probable que la reapertura plena de la planta de Reficar tenga efectos positivos y contribuya al repunte del sector. Además, la esperanza también está puesta en la reacomodación presupuestal del programa PIPE-II, aunque recordemos que los efectos del PIPE-I sobre la industria fueron leves. Esto se debió principalmente a que la mayor parte de lo que iba a verse beneficiado por este programa fue sustituido por importaciones y el PIPE-I prácticamente solo impactó los sectores conexos a la construcción. Así, Anif proyecta un crecimiento del valor agregado industrial del 2.2% real en 2016, lo cual significaría una moderada recuperación frente al registro negativo de años anteriores. No obstante, es clave seguir trabajando en la agenda interna para solucionar los problemas estructurales que aquejan a la industria colombiana. ■

Industria: producción, ventas y empleo
(Variación % doce meses, al corte de julio de 2015)



Fuente: Dane - Encuesta Mensual Manufacturera (EMM).

Comercio al por menor: desempeño reciente y perspectivas

Corresponde al Comentario Económico del Día 26 de octubre de 2015

Recientemente, el Dane reveló que el PIB del sector comercio en Colombia se expandió al 3.2% real anual al cierre del segundo trimestre de 2015, inferior al 4.8% de un año atrás. Sin embargo, dicho sector continuó siendo uno de los más dinámicos del país, contribuyendo de manera importante al crecimiento del 3% anual reportado por la economía colombiana como un todo.



Este comportamiento es coherente tanto con el debilitamiento exhibido por las cifras del comercio al por menor (que revela el Dane mensualmente), como con el mal desempeño de las cifras de consumo (expectativas de los consumidores y consumo de los hogares). En efecto, según la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos (EMCM), las ventas minoristas registraron un crecimiento del 6.6% en el acumulado en doce meses al corte de agosto de 2015. Dicha variación fue levemente superior al 6.3% de un año atrás, pero inferior a los valores máximos del 8.5% que se habían registrado a finales de 2014 e inicios de 2015. Ello obedeció principalmente a la fuerte desaceleración exhibida por el consumo de bienes durables, el cual reportó crecimientos del 5.4% anual acumulado en doce meses al cierre de agosto de 2015, inferior al 8.3% de un año atrás y al 11% máximo de enero del 2015.

A nivel sectorial, los artículos de ferretería continuaron siendo el sector con mayor dinámica de ventas, registrando crecimientos del 18.9% en el acumulado en doce meses al

corte de agosto de 2015. En segundo lugar se ubicó el sector de bebidas alcohólicas, reportando un crecimiento del 10.8% en sus ventas reales, seguido del rubro otras mercancías (10.4%). Aquí cabe resaltar que las ventas de bebidas alcohólicas cuentan con un importante efecto estadístico a favor, por cuenta de los daños generados por la ley seca aplicada durante el mundial de 2014. Entre tanto, el sector con peor dinámica de ventas fue el de libros y papelería, creciendo tan solo al 0.6%, seguido de los productos farmacéuticos con el 1.8% y las ventas de vehículos con el 2.2%.

En cuanto a las cifras de consumo, estas reportaron un comportamiento aún más desfavorable. Según la Encuesta de Opinión del Consumidor de Fedesarrollo, el índice de Confianza del Consumidor (ICC) presentó un balance de respuestas de 4.3 al corte de septiembre de 2015; una recuperación frente a los balances mínimos (desde 2009)

de -0.4 reportados en agosto de 2015, pero sumamente inferior al 17.1 que se observaba un año atrás. Lo anterior, obedeció al mal desempeño exhibido por sus dos componentes. En efecto, el Índice de Expectativas del Consumidor (IEC) cayó de balances del orden de 15.6 en septiembre de 2014 a niveles de 9.1 en el año siguiente, mientras que el Índice de Condiciones Económicas (ICE) lo hizo de 19.3 a -3 durante el mismo período.

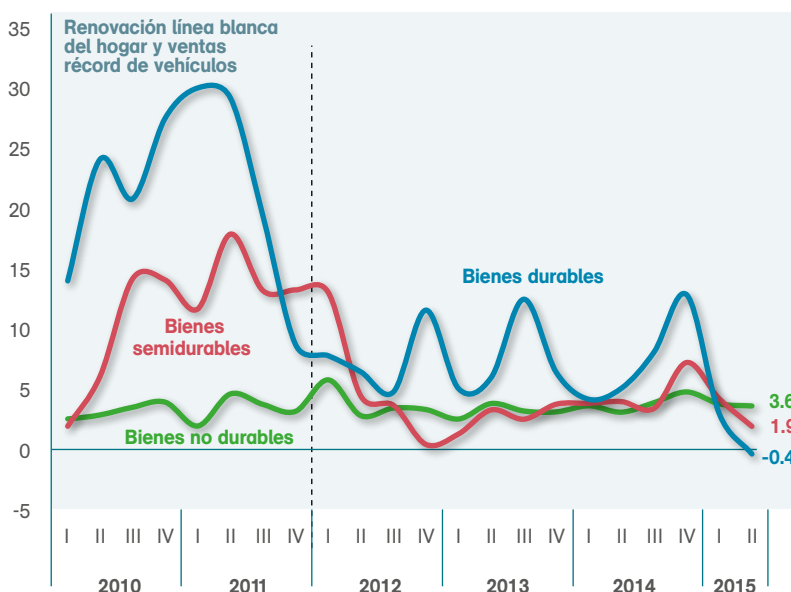
El ICC a nivel de las principales ciudades también exhibió un deterioro importante. Así, el índice de Bogotá bajó de 12.7 en septiembre de 2014 a -1.2 durante el mismo mes de 2015; mientras que Medellín lo hizo de 12.9 a 3.5 en el mismo período. Dicho comportamiento también se evidenció en Cali (28.1 en septiembre de 2014 vs. 9.6 en septiembre de 2015), Barranquilla (39.5 vs. 25.7) y Bucaramanga (24.9 vs. 15.8). Esto refleja la desaceleración de la economía colombiana en la actual coyuntura

(pasando de crecer un 4.6% real en 2014 al 2.8% estimado en 2015), aunque también hay factores amplificadores en algunas ciudades. Tal es el caso de Bogotá, donde elementos como la mala percepción de seguridad y movilidad disminuyeron sus indicadores de confianza hasta niveles mínimos históricos (ver *Comentario Económico del Día* 21 de septiembre de 2015).

De manera similar al ICC, el consumo privado final también reportó una desaceleración importante. En efecto, al corte del segundo trimestre de 2015, el consumo de los hogares creció a una tasa del 3.3% anual, cifra inferior al 3.8% observado un año atrás. Ello obedeció al desplome exhibido por el consumo de bienes durables (-0.4% anual en 2015-II vs. 5.1% anual en 2014-II), y el debilitamiento del consumo de semidurables (1.9% anual en 2015-II vs. 4% anual en 2014-II). Por su parte, el consumo de bienes no durables reportó un leve aumento, creciendo al 3.6% anual durante el segundo trimestre de 2015 superior al 3.1% anual observado un año atrás (ver gráfico adjunto).

Con esto a la mano, Anif proyecta que el sector comercio, restaurantes y hoteles se expandirá al 3.8% en el año 2015 como un todo, desacelerándose del 4.6% de 2014. En este caso, la menor demanda de bienes durables jugaría en contra del sector que, pese a ello, seguiría siendo uno de los líderes del crecimiento en 2015. Por su parte, el consumo de los hogares crecería al 3.2% real anual en 2015, inferior al 4.3% de 2014. Los indicadores líderes de confianza del consumidor ya campanean esta desaceleración en materia de situación actual y las expectativas de los siguientes meses, evidenciando incertidumbre económica para el resto de 2015 y el año 2016. ■

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



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

MinCit, Minagricultura e ICA establecen convenio para fomentar exportaciones



El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCit), el Ministerio de Agricultura y el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) anunciaron recientemente el establecimiento de una alianza interinstitucional que busca fomentar la penetración de los productos agroindustriales colombianos en el exterior. Esto hace parte de la estrategia del Gobierno Nacional para incrementar las exportaciones no minero-energéticas a los US\$30.000 millones para el año 2018.

Particularmente, se pretende fortalecer el sistema de inocuidad de algunos de los productos con mayor potencial exportador como son: aguacate, uchuva, piña, papaya, lima tahití, mango, gulupa, maracuyá, granadilla, hierbas aromáticas, tomillo, albahaca y romero, yuca, ñame, productos lácteos, trucha, tilapia, palma y cacao. Para cumplir con este propósito, las entidades que hacen parte de este acuerdo articularán sus recursos y esfuerzos para cerrar las principales brechas que enfrentan los empresarios de esta cadena productiva. Cabe destacar que el convenio durará inicialmente un año, plazo que sería prorrogable de acuerdo con los resultados obtenidos. ■

• <http://www.mincit.gov.co/>

• <https://www.minagricultura.gov.co/>

• <http://www.ica.gov.co/>

Procolombia impulsa encuentro de negocios para los sectores de cuero y calzado

Entre los días 2 y 4 de febrero de 2016, Procolombia estará liderando la realización de la feria IFLS+EICI, la cual se ha consolidado como la plataforma más importante de negocios en Colombia y la región andina para el sector de cuero y calzado.



En dicho evento, fabricantes, compradores, diseñadores, proveedores de insumos, tecnologías, servicios y componentes relacionados con esta cadena productiva podrán observar las tendencias más recientes en materia de moda e innovación, con miras a la temporada Otoño-Invierno 2016-2017. Cabe destacar que las inscripciones a dicho evento se podrán hacer a través de la página web de Procolombia. ■

• <http://www.procolombia.co/>

Mintic e iNNpula apoyan el desarrollo del comercio electrónico en las Mipymes



El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), a través de iNNpula Mipyme, ha abierto una convocatoria para otorgar recursos de cofinanciación no reembolsables a proyectos que tengan como principal objetivo implementar soluciones de comercio electrónico en las Mipymes colombianas.

Sena ampliará Centro de Formación para Empresarios en Cúcuta

El pasado mes de septiembre, el director nacional del Sena, Alfonso Prada, anunció el inicio de los estudios y diseños enfocados en la ampliación del Centro de Formación de la Industria, Empresa y Servicios de la ciudad de Cúcuta. De acuerdo con el funcionario, la obra iniciará a comienzos del próximo año y tendrá un costo cercano a los \$16.000 millones.



Dicha ampliación incluye la construcción de 5.200 metros cuadrados adicionales a la infraestructura actual y una modernización de los talleres que vienen operando hasta el momento en la entidad.

• <http://www.sena.edu.co/>

Esta oferta se encuentra dirigida a empresas del segmento Mipyme que tengan por lo menos tres años de antigüedad. Igualmente, la cofinanciación puede llegar hasta el 55% del costo total del proyecto, siempre y cuando el monto de los recursos no supere los \$1.600 millones. La convocatoria estará abierta hasta agotar recursos.



• <http://www.mintic.gov.co/>

<http://www.innpulacolombia.com/>

Semana global del emprendimiento se celebró en Medellín



Entre el pasado 17 y 22 de noviembre de 2015 se celebró en la ciudad de Medellín la “Semana Global del Emprendimiento”, la cual se conmemora en más de 160 países. Dicho evento estuvo promovido por Kauffman Foundation y Unleash Ideas, e incluyó la realización de talleres y ruedas de negocios que buscan enseñarles a los participantes una serie de herramientas de emprendimiento que permitan fortalecer sus proyectos e ideas de negocios.

Dentro de las entidades que participaron en el evento estuvo la Andi, con su foro “Innovation Land 2015”, e Innpulsa, que organizó la segunda edición del “Heroe Fest”. Cabe destacar que este evento representa un abrebocas para el Congreso Global del Emprendimiento que tendrá lugar en esta misma ciudad en marzo de 2016.

<http://www.kauffman.org/>

<http://wearegen.co/>

Young Americas Business Trust y CCB organizan Encuentro Internacional de Emprendimientos de Alto Impacto

Los días 18 y 19 de noviembre de 2015 la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y el Young Americas Business Trust realizaron la Segundo Edición del “Encuentro Internacional de Emprendimientos de Alto Impacto”, que tuvo lugar en la ciudad de Bogotá. Bajo el marco de este evento se buscó generar un espacio para intercambiar buenas prácticas y casos de éxito entre distintos agentes económicos (incluyendo empresarios, entidades gubernamentales, agremiaciones y académicos), motivados en articular acciones que apoyen el desarrollo de emprendimientos con un alto impacto sobre el desarrollo empresarial y económico.

El evento contó con la participación de destacados conferencistas del ámbito nacional e internacional, dentro de los que se destacaron: Lizzette Huezzo, directora del Departamento Académico de Emprendimiento e Innovación del ITESM de México; María Isabel Agudelo, vicepresidenta de Fortalecimiento Empresarial de la CCB; y Mariano Mayer, director de Emprendedores del Gobierno de Buenos Aires.



<http://www.ccb.org.co/>

<http://yabt.net/es/>

Mincultura apoya 300 emprendimien- tos culturales



El pasado mes de octubre se dio por clausurado el programa “Emprende Cultura, Cultura para la Prosperidad”, liderado por Mincultura y Colciencias. Dicho programa contó con el otorgamiento de un capital semilla por más de \$6.000 millones a 300 emprendedores que enfocaron su nicho de negocios en el sector cultural.

Su diseño estuvo enfocado en 50 municipios de diferentes regiones del país, donde participaron en el proceso de inscripción cerca de 6.000 personas. Los seleccionados recibieron capacitación en desarrollo humano y en emprendimiento para la formulación de proyectos de emprendimiento cultural y el fortalecimiento de los modelos de negocio. Igualmente, se brindó asistencia técnica, asesorías y acompañamiento para la puesta en marcha y aceleración de las iniciativas.

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

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

Colombia muestra ligeros avances en innovación

Colombia alcanzó el puesto 67 entre 141 países en el Índice Mundial de Innovación (IMI), lo que representa una mejoría de 1 puesto frente a los resultados de un año atrás. El IMI se utiliza para analizar qué tan favorable es el contexto de una economía para el desarrollo de procesos de innovación y cuáles son los avances registrados por las distintas naciones en esta materia.

Pese a esta leve mejoría en el último año, Colombia continúa mostrando rezagos significativos frente a los países desarrollados e, incluso, frente a sus pares regionales. En efecto, el país se ubicó 25 puestos por debajo de la calificación de Chile (42), 16 lugares por debajo de Costa Rica (51) y 10 menos que México, lo que demuestra la necesidad de continuar profundizando los esfuerzos que viene haciendo el Gobierno Nacional dirigidos a fomentar la innovación.



<https://www.globalinnovationindex.org/>

Rosario Córdoba

Presidenta del Consejo Privado de Competitividad

Coyuntura Pyme: Bienvenida a Coyuntura Pyme Dra. Córdoba. Como presidenta del Consejo Privado de Competitividad podría comentarnos ¿cuáles son los objetivos de esta entidad en el corto y largo plazo? ¿Algunos de ellos se encuentran relacionados con el fomento y desarrollo de las empresas colombianas y, en particular, de las Mipymes?

Rosario Córdoba. El Consejo Privado de Competitividad es una entidad fundada por un grupo de empresarios en el año 2007. La idea era consolidarlo como un centro de pensamiento donde se pudiera trabajar en establecer propuestas de políticas públicas, así como soluciones a los cuellos de botella que inhiben la competitividad en Colombia.

Esta motivación se inició originalmente con la creación del Sistema Nacional de Competitividad, el cual se estableció en el año 2005 en el gobierno del presidente Uribe. Con la creación de dicho sistema se buscó que las políticas de competitividad tuvieran un enfoque de largo plazo. Es decir, que no estuvieran atadas a los cambios de gobierno, sino que se mane-



Fotos: Tatiana Herrera - Anif



Álvaro Parga, investigador de Anif y Rosario Córdoba, presidenta del Consejo Privado de Competitividad.

jaran con una noción de política de Estado. La idea de establecer un sistema es que haya continuidad, y que cuando llegue un nuevo gobierno, este adopte lo que ya se viene haciendo y que no se vuelva a empezar de cero.

Allí juega un papel clave el sector privado, que es el principal interesado en la continuidad. Esa es la razón por la que se creó el Consejo y nuestro objetivo siempre está atado a una visión de largo plazo. Nosotros manejamos un interés generalizado por fomentar la competitividad del país con el ánimo de mejorar el bienestar de los colombianos, condición que jamás ha estado supeditada a las necesidades de un sector específico.

Coyuntura Pyme: Ustedes hacen parte de la Comisión Nacional de Competitividad, que también está compuesta por otras entidades del orden nacio-

nal. ¿Cuál es el papel que juega el Consejo Privado de Competitividad en esta comisión? ¿Por qué es importante para los empresarios que exista este tipo de instancias?

Rosario Córdoba. El Sistema Nacional de Competitividad tiene muchas partes, una de ellas es la Comisión Nacional de Competitividad, que lidera el Presidente de la República. De la comisión hacen parte los representantes de todos los actores de la sociedad, como los gremios, el Gobierno Nacional, los gobiernos locales, la academia, las centrales obreras, y otras entidades del sector privado. Esto quiere decir que la comisión como tal es un ente bastante grande que incluye a diferentes agentes económicos.

A su vez, la Comisión Nacional tiene un Comité Ejecutivo del que hacen parte entidades del Gobierno Nacional, como la Presidencia de la Re-

pública, que es la encargada de convocar y coordinar este comité; el Departamento Nacional de Planeación; el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; y también Colciencias. Entre tanto, los representantes del sector privado son el Consejo Privado de Competitividad y Confecámaras

Sin embargo, es importante destacar que, a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, que fue aprobado en abril de este año, ese sistema se integró con el Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación, y ha tomado el nombre de “Sistema Nacional de Competitividad, Ciencias, Tecnología e Innovación”. Con esta modificación al Comité Ejecutivo, también se incorporaron el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Educación y el Sena. Y nuevamente reitero, allí estamos representando al sector privado con el fin de garantizar la continuidad de las políticas, y que haya una visión de largo plazo en estas instancias.

Coyuntura Pyme:

Recientemente ustedes difundieron los resultados del Informe Nacional de Competitividad 2015-2016. Tomando en cuenta sus resultados, podría contarnos ¿cuáles son los principales avances que se han logrado en el país en materia de competitividad? ¿Qué retos persisten?

Rosario Córdoba. Colombia tiene retos grandes y bien conocidos en unos frentes que son muy básicos para la competitividad,

como es el caso de la infraestructura, la educación, la salud, la institucionalidad, la eficiencia de los mercados y en todo lo relacionado con ciencia, tecnología e innovación. En todas estas áreas el país se encuentra trabajando, aunque es importante aclarar que en los diferentes índices de competitividad todavía no se ve reflejado el impacto de muchos de los programas actuales, como es el caso de las concesiones de 4G.

Considero que se están haciendo esfuerzos en diferentes áreas. Por ejemplo, en educación hay una conciencia en este momento de que no solo se debe mejorar en materia de cobertura, sino también en temas de calidad y pertinencia. Adicionalmente, y en términos de la eficiencia de los mercados, también se están haciendo cosas importantes y eso tiene que ver con la defensa de la libre competencia que ha venido liderando la Superintendencia de Industria y Comercio.

Considero que existe una noción plena de que el país necesita enfocarse en las áreas que he mencionado para mejorar su competitividad. Creo que existe un consenso sobre los retos que afrontamos en dichas áreas y de cómo estos primeros pasos que hemos ido dando para afrontarlos deben ser complementados con esfuerzos adicionales. Una muestra de ello es lo referente a los avances en materia de infraestructura, ya que una vez que hagamos las carreteras no nos podemos quedar solo con ellas, sino que también deben venir acompañadas de un desarrollo logístico en el país.

Coyuntura Pyme: Adicionalmente, desde el año 2013 ustedes vienen cal-

culando el Índice Departamental de Competitividad. ¿Qué regiones han mostrado un desempeño favorable recientemente? ¿Cuáles deben trabajar más? ¿Qué papel juegan en esto las Comisiones Regionales de Competitividad?

Rosario Córdoba. El Consejo Privado de Competitividad desde 2013, en alianza con la Universidad del Rosario, decidimos que era necesario construir un Índice Departamental de Competitividad, pues el panorama nacional

competitiva, a pesar de que no está exenta de tener dificultades. Ella es el marco de referencia con el que se compara el resto de departamentos del país.

Adicionalmente, durante estos tres años encontramos una consistencia grande en materia de resultados. Hemos detectado que aquellos departamentos que reiteradamente están invirtiendo en los temas críticos para la competitividad son los que alcanzan mejores desempeños. Por ejemplo, se ve un Santander que es el líder en todo lo relacionado con educación y esto se deriva de un trabajo arduo de muchos años enfocado en el fortalecimiento de su capital humano.

“Desde 2013, en alianza con la Universidad del Rosario, decidimos que era necesario construir un Índice Departamental de Competitividad, pues el panorama nacional global no le permite a uno ver con claridad lo que está pasando en las regiones.”

global no permite ver con claridad lo que está pasando en las regiones. Consideramos que es en lo local en donde se gesta la competitividad y por ello construimos este índice con el fin de entender que estaba pasando de manera desagregada en el país. En este proceso ya hemos completado tres años. En un comienzo teníamos solamente 22 departamentos por temas de falta de información, aunque este año ya logramos incluir 25 al análisis.

Lo que se ve en términos generales a nivel de resultados es que Bogotá es el referente nacional. Es la capital del país y cuenta con una congregación de factores que la hacen altamente

Igualmente, Antioquia ha demostrado un buen desempeño recientemente, llegando a ocupar el segundo puesto detrás de Bogotá, y la segunda o tercera posición en la mayoría de los pilares de competitividad sobre los que hacemos énfasis. Quizás el único eslabón débil en la región antioqueña se encuentra en educación básica y lo que sabemos es que allá se está trabajando fuertemente en este aspecto con el fin de corregir dicho rezago.

También tenemos a un Caldas muy juicioso, el cual, de manera similar al caso de Santander, ha estado muy concentrado en el fortalecimiento de su capital humano. Por otro lado,

tenemos al Valle del Cauca, departamento que mejoró mucho en nuestra última medición, subiendo dos posiciones, y donde nosotros detectamos una sinergia entre los diferentes agentes de la sociedad para mejorar el desempeño de la región.

Por el contrario, en el caso de la Costa Caribe, la competitividad todavía está muy mal, principalmente por deficiencias en institucionalidad, infraestructura y educación. No obstante, en esta región hay que hacer una salvedad en lo referente a Atlántico, el cual está en la posición séptima de este ranking de competitividad, mientras que los otros departamentos están en el parte de abajo del ranking. La clave en Atlántico ha sido el desarrollo en materia de institucionalidad, la cual pesa muchísimo para el fomento de la productividad. En este sentido, uno puede ver que en Barranquilla y sus municipios aledaños se tiene a un sector privado trabajando de la mano del sector público, estableciendo alianzas importantes con la academia.

En esta clase de alianzas estratégicas es donde juegan un rol fundamental las Comisiones Regionales de Competitividad. Estas comisiones tienen la función de coordinar y de aglutinar a los diferentes actores de las regiones en torno a las agendas de competitividad existentes y, en particular, a los proyectos que están siendo financiados con recursos de regalías que tendrán impactos en esta materia. Existen regiones del país donde las comisiones funcionan bien, pero hay otras donde esto no es así. Considero que se requiere que esas comisiones empiecen a operar de forma adecuada en todas las regiones y que se conviertan en los agentes que construyan esos espacios de concer-

tación. Ellas juegan un papel clave en la medida en que son el vínculo que conecta el Sistema Nacional de Competitividad con las entidades regionales.

Coyuntura Pyme: Desde la literatura económica siempre se ha considerado la existencia de sinergias entre la academia, el gobierno y las empresas como una fuente de desarrollo económico. Desde su cargo, ¿cómo evalúa esas sinergias en Colombia? ¿Qué papel pueden jugar las empresas del segmento Mipyme en esta clase de alianzas?

Rosario Córdoba. Creo que esa es una alianza ganadora. En las regiones en las que se ven avances importantes, normalmente se han dado alianzas entre la academia, el sector privado y las autoridades locales. Creo que cada uno tiene en estas sinergias para el desarrollo algo que aportar. Ejemplos en el país hay muchísimos, y el principal exponente es Antioquia, ya que en este departamento es donde mejor funcionan esta clase de alianzas.

Por otra parte, con respecto a la participación de las Mipymes considero que son parte esencial de todo un sistema, porque cuando se habla del sector privado, nunca se puede pensar que a este lo representan únicamente las empresas grandes. Estas firmas de mayor tamaño están encadenadas con las Mipymes, siendo estas últimas parte esencial de sus cadenas de proveedores.

Por ello, en la medida en que se logra, a nivel de estas alianzas entre diferentes actores, identificar y buscar soluciones a los cuellos de botella que enfrentan los empresarios, se generan beneficios sobre todo el aparato económico, del cual forman parte también las Mipymes. Creo que la existencia de estas sinergias se puede aprovechar para mejorar la competitividad y la productividad de cada uno de sus integrantes, no solo a nivel agregado, sino también individual.

Coyuntura Pyme: Ustedes han estado muy involucrados con el desarrollo de diferentes iniciativas de *cluster* a nivel nacional. ¿Cuáles son los beneficios de la existencia de este tipo de asociaciones productivas en el desarrollo empresarial del país?

Rosario Córdoba. Generalmente los *clusters* surgen por ellos mismos y los mismos actores que lo componen se identifican a sí mismos como integrantes de uno. El *cluster* es beneficioso porque es un ecosistema donde hay muchos actores, y donde si la autoridad local logra identificarlos, entonces puede empezar a entender cuáles son las necesidades que tiene ese *cluster* para surgir y para desarrollarse.

Esta identificación adecuada resulta muy importante, ya que gracias a ello se puede definir qué tipo de herramientas a nivel de normatividad, financiamiento, infraestructura y capital humano resultan adecuadas para el fomento de un determinado

cluster. Igualmente, al ser entidades que se encuentran integradas por diferentes actores, el impacto de una política pública acertada puede ser realmente importante, al punto de potenciarlos para que sean capaces de competir con altos estándares en el mercado internacional.

Coyuntura Pyme:

Colombia afronta bajos niveles de inversión en investigación y desarrollo y rezagos en innovación, incluso frente a países de América Latina. ¿Qué diagnóstico hacen ustedes sobre dicho rezago? ¿Qué programas se podrían desarrollar para superar esta baja innovación?



Rosario Córdoba. Las cifras de inversión del país en investigación y desarrollo son muy bajas, inclusive ahora que tenemos los recursos del Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación del Sistema General de Regalías. ¿Por qué son bajas? Porque el país no le ha puesto muchas bolas a mejorar esa inversión. Como consecuencia de eso tampoco tenemos mucha innovación, no somos un país que se caracterice por esto y las empresas tampoco son innovadoras.

Colombia tiene problemas serios de productividad que podrían corregirse si mejorara precisamente todo este tema de ciencia, tecnología e innovación. No obstante, esta baja inversión también tiene otra contraparte y es que tampoco ha habido la destinación de recursos necesaria en términos de capital hu-

mano para que verdaderamente haya investigación, pues se requiere un determinado nivel de capacitación del capital humano para que verdaderamente se genere esta innovación.

Por ejemplo, en términos de doctorados, es fundamental que las empresas demanden doctores. Lo que se ve es que hay rezagos significativos en esta materia y creo que la principal razón para ello es porque quizás no hay la suficiente competencia en el mercado local. Colombia sigue siendo una economía bastante cerrada y eso hace que probablemente las empresas no sientan esa necesidad de estar innovando para poder competir.

Para contrarrestar esta situación, por parte del Gobierno Nacional, se viene trabajando en una política de ciencia, tecnología e innovación, así como en

una política de desarrollo productivo. El propósito es generar las condiciones para que verdaderamente haya una transformación productiva en el aparato económico del país.

Coyuntura Pyme: El

Informe Doing Business 2016, que fue recientemente presentado por el Banco Mundial, mostró que Colombia cayó del lugar 52 al 54, obteniendo muy malas calificaciones en las áreas de comercio transfronterizo y pago de impuestos. ¿Cómo hacer para que los gobiernos no solo se ocupen de mover

el marco regulatorio que les permita escalar posiciones en dichos índices, sino para que las políticas públicas empleadas tengan un impacto verdadero a la hora de hacer negocios?

Rosario Córdoba. Los resultados del *Doing Business* 2016 no son ninguna sorpresa. Las áreas críticas de Colombia en cualquier ranking que se mire van a ser las mismas. En este sentido, este informe del Banco Mundial coincide en que las partes más complicadas son en realidad tres. En primer lugar está la referente a comercio transfronterizo, que se deriva del altísimo costo del

transporte que enfrentan los empresarios en el país. Dicho costo se explica por los innumerables trámites existentes a nivel de aduanas y de puertos, y las deficiencias que tenemos en infraestructura, que hacen que en este aspecto enfrentemos un rezago muy grande.

El segundo aspecto es el tema de los impuestos, donde Colombia tiene unas tarifas tributarias excesivamente altas para las empresas, las cuales al momento de hacer negocios salen a relucir y afectan la competitividad de nuestras firmas.

El otro aspecto que uno diría que es complicado, y que es también parte de nuestra cotidianidad, es la justicia. En el *Doing Business* se ve que el tiempo que

se requiere para hacer cumplir un contrato en Colombia es excesivamente largo de acuerdo con los estándares internacionales. En este aspecto es importante mencionar que, aunque en nuestro país las leyes y decretos muchas veces están estipulados, tenemos muchas deficiencias al momento de lograr que estos marcos legales funcionen a nivel práctico. Se requiere una mayor efectividad por parte del Estado y, a la vez, una mayor coordinación de este con el sector privado para que verdaderamente las cosas se materialicen. Considero que somos muy buenos en establecer leyes y reglamentaciones, pero que enfrentamos dificultades al momento de aplicarlos a la realidad.

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 es su principal hobby? ¿Cuál fue el último libro no económico que se leyó?

Rosario Córdoba. En términos de hobbies, cuando no estoy concentrada en todo lo relacionado con favorecer la competitividad del país, me gusta mucho cocinar, y también aprovecho mi tiempo libre para hacer pilates. Ya en lo referente a la lectura, el último libro que me leí fue *El corazón helado*, cuya autora es Almudena Grandes.

Coyuntura Pyme: Dra. Córdoba, muchas gracias por recibirnos. ■

