

COYUNTURA

Bogotá. D.C. Colombia, mayo 2017 • Edición 57

ANIF
Asociación Nacional de Instituciones Financieras

Centro de
Estudios
Económicos

Pyme

TICs Y PRODUCTIVIDAD: HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL



Col. \$12.000

ISSN No. 2011-9755



7 709990 642735

¿No tienes garantías para acceder a un crédito?

VIGILADO
SUPERINTENDENCIA FINANCIERA
DE COLOMBIA

En el Fondo Nacional de
Garantías respaldamos,
en el 2016, a más de
**271 mil empresarios
colombianos** por valor de
12.2 billones de pesos.

***¡Somos garantes
de sueños!***

- Línea Gratuita de
Servicio al Cliente
01 8000 910 188
- E-mail:
servicio.cliente@fng.gov.co
- www.fng.gov.co

Encuétranos en :



@FNGSA



@fngcolombia



fngsa.blogspot.com

Línea Gratuita de Servicio al Cliente 01 8000 910 188

E-mail: servicio.cliente@fng.gov.co

www.fng.gov.co

SECCIONES

EDITORIAL

- 3 | Financiamiento Pyme y uso de Fondos de Capital Privado

ACTUALIDAD PYME

- 6 | Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en las Pymes de Colombia
Daniela Londoño Avellaneda
- 12 | Competitividad y desarrollo empresarial en el segmento Pyme
Julián Cortés y Juan Diego Londoño
- 19 | Los costos de comerciar en Colombia: aproximación basada en una comparación de precios
Jorge García García, Enrique Montes Uribe y David Camilo López
- 26 | Hacia una economía más productiva y de empresas más sofisticadas
Juan Carlos Garavito
- 30 | Productividad y acciones de mejoramiento empresarial
Mónica Ospina y Juan José Estrada Sosa

COYUNTURA SECTORIAL

- 35 | El PIB-real de los servicios financieros, empresariales e inmobiliarios:
resultados de 2016 y perspectivas
- 37 | Importaciones: desempeño en 2016 y perspectivas de 2017
- 39 | Desempeño del sector de servicios sociales en 2016 y perspectivas
- 41 | Comportamiento industrial en 2016 y perspectivas
- 43 | Comercio al por menor: desempeño reciente y perspectivas

NOTAS PRÁCTICAS

- 45 | Expologística alcanza su XIII edición
- 46 | Bancolombia presenta la primera tarjeta de crédito especial para las Pymes

EMPRENDIMIENTO PYME

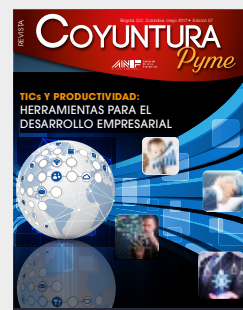
- 47 | MinTIC abre cursos gratuitos en competencias digitales
- 48 | Conozca SVLinks y su programa de inmersión

ENTREVISTA PYME

- 49 | Rivier Gómez
Gerente MiPyme Vive Digital

ISSN No. 2011-9755

COYUNTURA *Pyme*
es una publicación de la
**Asociación Nacional
de Instituciones Financieras**



Calle 70 A No. 7-86
Teléfonos: 310 15 00-543 30 55
Línea gratuita: 01 800 0119907
Fax: 235 59 47
Correo electrónico: anif@anif.org
www.anif.co

Director • Sergio Clavijo
Subdirector • Alejandro Vera
Secretaria General • Helena Hidalgo
Jefe de Estudios Financieros y Pyme • David Malagón
Investigadores • Daniela Londoño y Julián Cortés

Diseño de portada • Nicolás Gaviria
Diagramación • Camila Rodríguez y Juan Ángel
Editora • Ximena Fidalgo
Impresión • Prisma Impresores
Departamento Comercial y de Mercadeo • Publimarch
Gerente General • María Inés Vanegas
E-mail: mivanegas@anif.com.co
Celular: 310 561 71 97
Teléfonos: (051) 307 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.

FINANCIAMIENTO PYME Y USO DE FONDOS DE CAPITAL PRIVADO

De acuerdo con el último informe de la Asociación Colombiana de Fondos de Capital Privado (Colcapital), al corte del segundo trimestre de 2016, el país contaba con 87 Fondos de Capital Privado-FCPs (vs. 21 de 2010), con recursos cercanos a los US\$9.400 millones. Ello da cuenta de la preponderancia que han venido ganando estos vehículos en el mercado local durante los últimos años. De hecho, los FCPs han representado una oportunidad de transformación productiva y financiera para más de 500 firmas, consolidándose como una importante alternativa de financiamiento empresarial para el país.

Ante esta dinámica reciente de los FCPs, resulta útil analizar qué ocurre en el segmento Pyme a nivel de financiamiento, según los resultados de la más reciente medición de la Gran Encuesta Pyme Anif (GEP). En materia de acceso al crédito, se observa que, en promedio, solo un 42% de las empresas Pyme solicitó crédito al sistema financiero formal en el primer semestre de 2016 (2016-I). Dicho porcentaje ascendía al 46% en el sector industrial, al 43% en el de comercio y al 38% en el de servicios (ver gráfico 1). Al comparar estos resultados con lo encontrado en 2015-I, se obser-

va que el uso del crédito disminuyó en 3 puntos porcentuales durante el último año (45% en promedio en 2015-I).

Al indagar sobre las razones que explican la baja utilización del crédito por parte de las Pymes, se evidencia que el 77% de estas firmas (promedio para los tres macrosectores durante 2006-2016) ha indicado no usarlo porque no lo necesita. No obstante, recientemente los elevados costos financieros han ganado peso dentro de dichas razones. Por ejemplo, en el sector industrial, el 5% de las Pymes no solicitó cré-

dito por sus altos costos en 2015-I, cifra que se duplicó (10%) un año después. En el sector de comercio, este porcentaje aumentó del 10% al 19% entre 2015-I y 2016-I, al tiempo que en el de servicios se incrementó del 8% al 13% en el mismo período.

Estos resultados son consistentes con el marcado incremento de la tasa repo del Banco de la República durante 2015-2016, pasando del 4.5% en septiembre de 2015 al 7.75% en septiembre de 2016. Ello conllevó aumentos de 270 puntos básicos en la DTF (del 4.4% al 7.1% en dicho período), encareciendo y desincentivando la demanda por crédito.

En línea con la anterior, los costos de financiamiento para las Pymes se han incrementado en el transcurso del último año. En efecto, el porcentaje de estas firmas que obtuvieron créditos con tasas de interés ubicadas en el rango “hasta

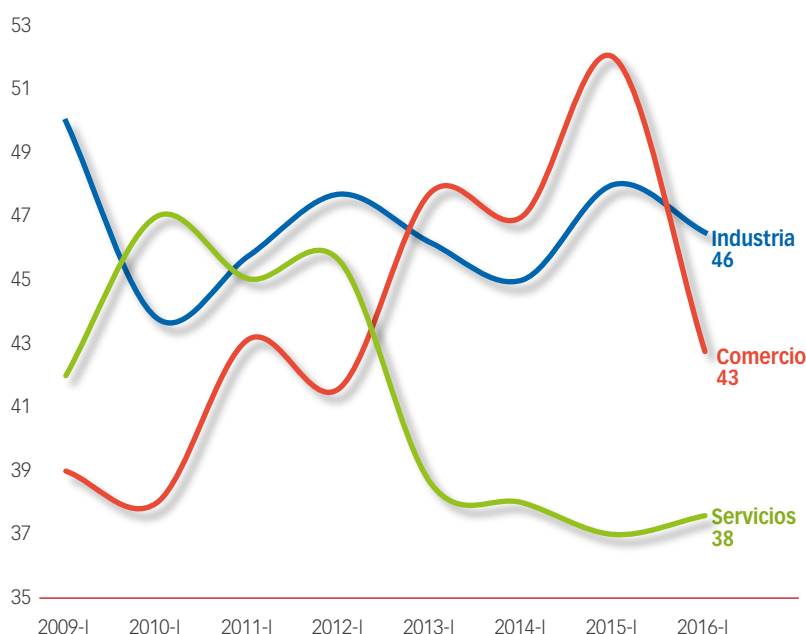
DTF+4 puntos” (franja más barata) disminuyó del 50% (en promedio) en 2015-I al 48% en 2016-I. De hecho, esta última cifra se ubicó por debajo de su promedio histórico del 51% calculado para el período 2006-2016. Asimismo, el 10% de los créditos otorgados en el sector industrial se aprobó a tasas superiores a DTF+8 puntos en el primer semestre de 2016 frente al 6% de 2015-I. Este incremento en las aprobaciones con tasas más altas (mayores a DTF+8 puntos) también se registró en el sector de comercio (10% en 2016-I vs. 6% en 2015-I) y de servicios (8% vs. 6%).

Por su parte, también preocupa el bajo uso de fuentes alternativas de financiamiento al interior de este nicho empresarial, donde cerca de un 47% de los encuestados afirmó no utilizarlas en 2016-I (vs. 46% de 2015-I). De hecho, apenas un 9% de las Pymes industriales encuestadas (promedio histórico de 2006-2016) y un 6%

de las comerciales y de servicios reportaron haber utilizado el *leasing*. Para el caso del *factoring* esta proporción resulta más baja, pues, históricamente, en ninguno de los macrosectores se logra superar el 5% del total de encuestados (ver *Comentario Económico del Día* 27 de octubre de 2014).

Ante la baja utilización de fuentes alternativas de financiamiento por parte del segmento Pyme, en las últimas dos ediciones de la GEP se incluyó una pregunta referente al uso de recursos provenientes de los FCPs (*private equity*) y apoyo emprendedor (*venture capital*). Sin embargo, los resultados obtenidos por la Encuesta fueron desalentadores, ya que la mayoría de los encuestados no ha accedido a este tipo de recursos. Específicamente, el 93% de los empresarios Pyme de la industria y el 95% de los de comercio y los de servicios no accedieron a este tipo de recursos durante el último año (ver gráfico 2).

Gráfico 1. ¿Solicitó crédito con el sector financiero?
(% respuestas afirmativas)

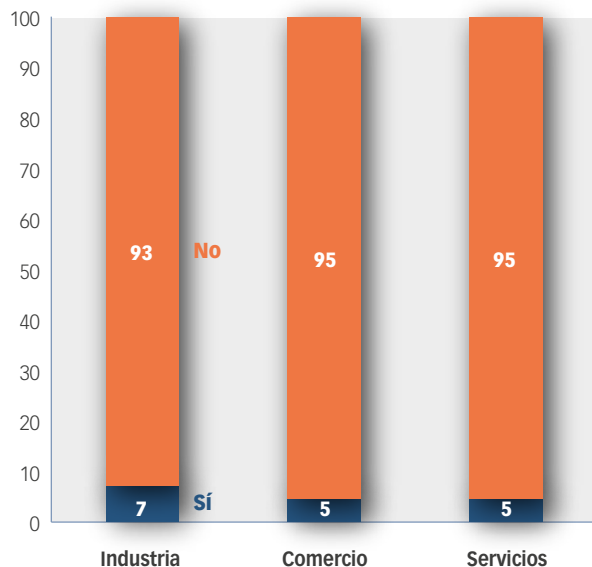


Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

Estas cifras son decepcionantes si se tiene en cuenta que la experiencia internacional ha demostrado que el financiamiento a través de FCPs es una herramienta eficaz para promover el desarrollo de empresas no listadas en el mercado bursátil, como es el caso de la mayoría de las Pymes locales (ver *Enfoque* No. 91 de diciembre de 2015). Las ventajas que ofrecen estos vehículos no se limitan a resolver problemas de liquidez o financiamiento. En general, los recursos de dichos fondos vienen ligados a estrategias de fortalecimiento empresarial a nivel de gobierno corporativo y mejores prácticas técnico-financieras. Es decir, los FCPs, además de aportar recursos, contribuyen al diseño de nuevas estrategias de creación de valor a partir de su experiencia-conocimiento empresarial.

UNIVERSIDAD
ICESI**A OTRO
NIVEL**

Gráfico 2. ¿Su empresa ha accedido a recursos de Fondos de Capital Privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

En síntesis, según la GEP, un porcentaje considerable del segmento Pyme local reporta no acceder al crédito formal (cerca del 54% del total en promedio para 2006-2016). Los resultados de la Encuesta muestran que una porción significativa de las Pymes no accede al crédito porque no lo considera necesario para el funcionamiento de su negocio (77% del total). Asimismo, es preocupante observar que estos empresarios usan muy poco otras fuentes alternativas de financiamiento, como el *leasing*, el *factoring* y los FCPs. Respecto a estos últimos, cabe destacar que menos del 6% de las Pymes reportó haber utilizado dichos vehículos durante el último año, pese a los múltiples beneficios que ofrecen a nivel financiero y de gobierno corporativo.

Todo lo anterior sugiere que una parte de la política pública en materia de financiamiento Pyme debería enfocarse en fortalecer su educación financiera (ver *Comentario Económico del Día* 6 de febrero de 2017). Así, dichos empresarios contarían con herramientas de análisis que les permitan entender los riesgos y beneficios asociados con el crédito de cara a sus proyectos de inversión. Ello también les permitiría conocer las distintas alternativas de financiación disponibles para el segmento Pyme, donde se destacan los FCPs. ■



VIDA, MUNDO Y EMPRESA

Único Programa de Alta Dirección para Empresarios

Permite a propietarios de empresas, desarrollar competencias para tomar mejores decisiones y conducir sus empresas exitosamente, en un entorno cada vez más dinámico y globalizado, que les exige mayor versatilidad y comprensión de su entorno local e internacional.

Contenido

Módulo 1. Vida

- El Desarrollo Personal del empresario
- Las Habilidades Directivas

Módulo 2. Mundo

- La Interpretación del Entorno Competitivo
- La Transformación de la Empresa
- El Pensamiento Estratégico, Creativo y Sistémico

Módulo 3. Empresa

- El Enfoque de la Estrategia
- La Internacionalización de la Empresa
- La Planeación, Programación y Control de las Operaciones
- El Marketing Estratégico
- La Vinculación, el Desarrollo y la Retención del Talento Humano
- Las Finanzas y la Toma de Decisiones

Horario: jueves de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. (quincenal)

Duración: 10 meses

Mercadeo Institucional

Teléfono: 5552334, ext. 8682

E-mail: vktrujillo@icesi.edu.co

Visita: www.icesi.edu.co/cdee

CDEE
Centro de Desarrollo
del Espíritu EmpresarialACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
COYUNTURA Pyme 15



TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICs) EN LAS PYMES DE COLOMBIA

Por: Daniela Londoño Avellaneda*

*Investigadora económica de Anif.
E-mail: dlondono@anif.com.co

El último Informe Mundial de Tecnologías de la Información (TI), elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF) en 2016, señala que aún existen rezagos en el uso de las TICs en el país. Dicho informe ubicó a Colombia en el puesto 68 entre 139 países del *ranking* global (ver WEF, 2016). Ello evidencia que perdimos cuatro posiciones en el escalafón mundial, aunque manteniendo la misma puntuación que el año anterior (4.1/7).

En este informe se resaltó que la adopción de TICs dentro de la población colombiana continuó aumentando a buen ritmo. Por ejemplo, en 2014 hubo 45.1 suscripciones de banda ancha móvil por cada 100 personas frente a 25 en 2013 y 3.7 en 2011. Sin embargo, este incremento en el uso individual no ha sido acompañado de una tendencia similar entre las empresas o el gobierno. En efecto, a nivel empresarial, el pilar de la utilización ocupó el puesto 82 entre los 139 países estudiados, con un puntaje de 3.5/7.

Sobre el particular, cabe mencionar que se ha observado que las TICs ayudan a mejorar la competitividad, el mercadeo y la gestión empresarial al interior de las organizaciones. Con el fin de establecer una caracterización inicial de las TICs en el segmento Pyme local, la última medición de la Gran Encuesta Pyme de Anif (GEP) realizó dos preguntas sobre la materia, resultados que se analizarán en este artículo más adelante.

En este sentido, el presente artículo ahondará sobre la utilización de las TICs en las Pymes colombianas, de acuerdo con la información que ofrece al respecto: i) el Informe Mundial de Tecnologías de la Información del WEF; ii) las estadísticas nacionales que se tienen de esta industria; y iii) la GEP del segundo semestre de 2016 (ver Anif, 2016a). Para ello, dividiremos el artículo en tres secciones. En la primera parte, referenciaremos con mayor detalle los resultados que obtuvo Colombia en el informe global de TI. Posteriormente, en la segunda sección centraremos nuestra atención en las estadísticas que tiene el país en TICs. Por último, en la tercera sección examinaremos la

implementación del uso de las TICs al interior de la pequeña y mediana empresa en el país.

Como veremos, los resultados del informe global en TI indican que en Colombia aún hace falta un importante desarrollo de las capacidades, herramientas e infraestructura a nivel de TICs. Asimismo, existe una baja utilización de las TICs por parte de las Pymes del país para la venta y/o comercialización de sus productos. Si bien el segmento Pyme local ha empezado a dar los primeros pasos hacia el uso de las TICs, subsiste un rezago considerable en este frente.

Resultados de Colombia en el Informe Mundial de Tecnologías de la Información

Como ya mencionamos, el último Informe Mundial de Tecnologías

de la Información (TI), elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF) en 2016, ubicó a Colombia en el puesto 68 entre 139 países del *ranking* global (ver WEF, 2016).

Para determinar las posiciones dentro de dicho *ranking*, el WEF examinó los pilares tecnológicos relacionados con: i) ambiente político y gubernamental; ii) ambiente empresarial y de innovación; iii) infraestructura; iv) asequibilidad; v) habilidades; vi) utilización por parte de los individuos; vii) utilización empresarial; viii) utilización gubernamental; ix) impacto económico; y x) impacto social. A continuación, se hará un breve resumen de los resultados de cada pilar (ver gráfico 1).

En el primer pilar, referido al ambiente político y gubernamental, Colombia tuvo una puntuación de 3.7 frente a una calificación máxima de 7. Al respecto, los indicadores con la peor puntuación fueron los relacionados con

Gráfico 1. Resultados de Colombia en el Informe Global de Tecnologías de la Información

Pilares	Ranking (/139)	Valor (1-7)
Subíndice de ambiente	102	3.7
Ambiente político y gubernamental	97	3.4
Ambiente empresarial y de innovación	94	4.0
Subíndice de disponibilidad	66	4.9
Infraestructura	76	4.1
Asequibilidad	58	5.6
Habilidades	79	4.9
Subíndice de utilización	54	4.1
Utilización de los individuos	71	4.1
Utilización empresarial	82	3.5
Utilización gubernamental	31	4.8
Subíndice de impacto	52	3.9
Impacto económico	84	3.1
Impacto social	43	4.7

Fuente: cálculos Anif.

el cumplimiento de contratos (el cual ocupó el puesto 133 entre los 139 países evaluados) y la eficacia de los órganos normativos (121). En consecuencia, los problemas del sistema legal del país fueron las variables que explicaron en mayor medida la calificación de este indicador.

Con relación al pilar de ambiente empresarial e innovación, se evidenció que aquí también existe un rezago considerable (4/7). En efecto, en el indicador de tributación, el país ocupó uno de los peores puestos (134). De manera similar, en el número de procedimientos para empezar un negocio, el país se situó en el lugar 92. En aspectos tecnológicos, como la disponibilidad de las últimas tecnologías y la obtención de avanzada tecnología por parte del gobierno, Colombia estuvo en el puesto 82 y 68, respectivamente.

En el pilar de infraestructura, hay que resaltar que el país tiene una cobertura total en redes de celular, razón que explicó la obtención del primer puesto del escalafón. Sin embargo, en materia de producción de electricidad y seguridad en los servidores de internet quedan retos importantes (puesto 93 y 66, respectivamente).

En materia de asequibilidad tecnológica, el país obtuvo la nota más alta entre todos los indicadores (5,6/7). En este pilar, hay que resaltar la alta competencia que hay en el país entre proveedores de internet y telefonía, lo que derivó en la mejor puntuación posible en este rubro (2/2). Con respecto a las tarifas de la telefonía prepagada y el internet, se evidencia que los costos no son tan competitivos si se comparan internacionalmente (puesto 84 y 63, respectivamente).



En lo referente a las habilidades del capital humano, se observa que existe un rezago en la calidad de la educación en matemáticas y ciencias (puesto 117), aspecto que limita el desarrollo de innovaciones tecnológicas. Recordemos que los resultados de las pruebas Pisa indicaron que el 66% de los estudiantes colombianos evaluados se ubicó por debajo del nivel 2 (*low achievers*), lo cual implica que el grueso de los estudiantes es incapaz de aplicar fórmulas y procedimientos matemáticos simples (ver Anif 2016b).

Por otro lado, en el índice de utilización individual tecnológica, el país alcanzó las mejores métricas en los indicadores de uso y acceso al internet (puesto 66 y 75, respectivamente), al igual que en suscriptores de banda ancha telefónica (65).

En cuanto a la utilización empresarial de las TICs, preocupa el bajo nivel de absorción tecnológica al interior de las firmas (89) y la escasa capacidad de innovación (93). Asimismo, el

uso de TICs para transacciones “empresa a empresa” y “empresa a consumidores” es aún muy bajo (69 y 56, respectivamente). A su vez, la implementación de patentes tuvo una puntuación de tan solo 1.7 sobre una nota máxima de 7 (puesto 59). En contraste, a nivel gubernamental, sobresalieron los servicios en línea del gobierno (17) y la importancia de las TICs en su visión (46).

Finalmente, en el índice de impacto, compuesto por las dimensiones económicas y sociales, Colombia obtuvo una puntuación de 3.9 sobre 7 (puesto 52). Allí hay que resaltar que la influencia que tienen actualmente las TICs en los modelos de negocio y organizacionales es bajo, pudiendo ser mejor. Igualmente, el mayor desarrollo de aplicaciones y patentes son aspectos que el país puede explotar en mayor medida, siendo elementos que pueden tener externalidades positivas en la actividad económica, política y social.

Como se observa, los resultados del informe global en TI indican que en Colombia aún hace falta un considerable desarrollo de las capacidades, herramientas e infraestructura a nivel de TICs. Dichos aspectos son muy relevantes en el contexto tecnológico y económico actual del mundo, debido a que estamos ante la llamada “cuarta revolución industrial”. Esta revolución representa una transición hacia nuevos sistemas, que combinan tecnologías digitales, biológicas y físicas en nuevas y poderosas combinaciones. Ello implica que estos nuevos sistemas deben consolidarse y construirse con base en la economía digital.

Las TICs en Colombia

En la actualidad, se define la economía digital como el nuevo contexto industrial, de impacto económico y social, derivado de un uso masivo de las TICs. Por tal motivo, resulta muy importante la apropiación e incorporación de los canales digitales en las empresas del país, particularmente en las Pymes.

La cadena de valor del sector TIC en Colombia está compuesta por: i) la infraestructura que soporta la utilización de los servicios y productos; ii) la fabricación y/o venta de los bienes TIC; iii) la producción de los servicios de telecomunicaciones; iv) la industria de las plataformas digitales; y v) la investigación, desarrollo e innovación que debe ser transversal en todos los componentes de la cadena.

En cada uno de estos frentes se están evidenciando avances considerables. Por ejemplo, de acuerdo con el último boletín trimestral de las TICs en Colombia publicado en 2017 por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, al finalizar el año 2016, el número total de conexiones a internet alcanzaba los 15.852.991 accesos en el país (ver Min-TIC 2017). Esta cifra, que contempla suscriptores a internet fijo y móvil, representó un índice de penetración nacional del 32.5% y un aumento del 23.5% con respecto al año anterior, lo que implica una mayor inclusión de la población.

Igualmente, al finalizar el año 2016, el número de abonados a telefonía móvil en Colombia ascendía a un total de 58.684.924. Esta

cifra equivale a una penetración del 120.4% y a un crecimiento del 2.4% con respecto al año anterior. De estos abonados, la categoría de prepago representó el 79.4% del total frente al 20.6% de la categoría pospago.

En consecuencia, se observa que ha habido avances importantes en los accesos a internet y principalmente a la telefonía móvil. Dichos aspectos contribuyen de manera considerable a la digitalización de la población y las empresas que operan en el país. No obstante, si se analiza la penetración por regiones del acceso a internet, se evidencia que existe una disparidad significativa. Por ejemplo, mientras que en Bogotá la penetración es del 21.7%, en el Guanía tan solo es del 0.2%.

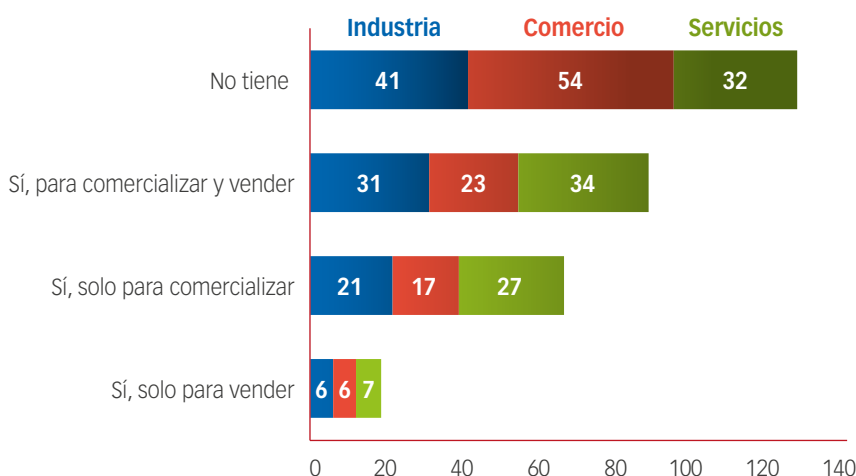
Uso de TICs en las Pymes

Como hemos mencionado, las TICs ayudan a mejorar la competitividad, el mercadeo y la gestión empresarial al interior de

las organizaciones. En aras a establecer una caracterización inicial de las TICs en el segmento Pyme local, la última medición de la GEP realizó dos preguntas sobre la materia.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios del país si sus firmas contaban con plataformas de internet o con TICs que les permitieran vender o comercializar sus productos. Al respecto, los principales resultados en los tres macrosectores Pyme fueron: i) una alta proporción de los encuestados reportó no tener dichas herramientas en el primer semestre de 2016 (41% en la industria, 54% en el comercio y 32% en servicios, ver gráfico 2); ii) tan solo el 31% de los empresarios Pyme industriales, el 23% de los de comercio y el 34% de los de servicios manifestaron que tenían plataformas de TICs para comercializar y vender sus productos o servicios; iii) cerca de una quinta parte de los encuestados (en promedio) indicó tener una plataforma de TICs, pero solo para la comercialización de sus mercancías (21% en industria, 17% en comercio y 27%

Gráfico 2. ¿Su empresa tiene plataforma de internet o de TICs para la venta o comercialización de productos o servicios? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016 - II.

en servicios); y iv) menos del 10% de la muestra (en promedio) utilizó dichas plataformas exclusivamente para sus ventas (6% en industria y comercio, y 7% en servicios).

Lo anterior evidencia un rezago en el uso de las TICs por parte de las Pymes colombianas para vender sus productos. Esta situación representa un atraso frente a las dinámicas digitales globales. Por ejemplo, Emarketer estimó que las ventas al por menor del comercio electrónico (excepto de tiquetes, restaurantes y eventos) a través de internet alcanzaron US\$1.915 billones en 2016, lo que representó el 8.7% del gasto total minorista a nivel mundial. Asimismo, dicho portal proyecta que las ventas al por menor del comercio electrónico aumentarían hasta US\$4.058 billones en 2020, llegando a representar el 14.6% del gasto minorista global para ese año.

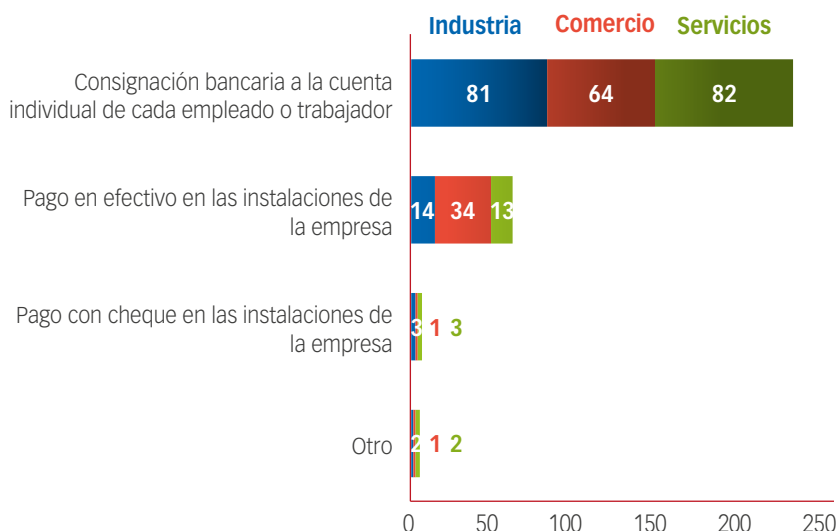
A nivel empresarial, estas cifras internacionales muestran que la promoción o comercialización de productos a través de plataformas de internet o TICs representa una herramienta útil y valiosa de mercadeo, pues permite llegar a un mercado potencial cada vez más grande. No obstante, esas herramientas no están siendo aprovechadas adecuadamente por los empresarios Pyme del país, lo que evita que se beneficien de las ventajas de masificar el uso de las TICs. Entre dichas ventajas cabe mencionar: i) trabajar de forma mucho más costoeficiente; y ii) agilizar la comunicación de las firmas con clientes y proveedores.



En segundo lugar, la GEP también preguntó a los empresarios Pyme por el medio a través del cual pagaban la nómina a sus empleados. En este frente sí se evidencia un mayor uso de la tecnología. En efecto, cerca del 75% de los empresarios (en promedio) señaló que efectuaba consignaciones bancarias a la cuen-

ta individual de cada empleado o trabajador en el primer semestre de 2016 (81% en industria, 64% en comercio y 82% en servicios), ver gráfico 3. El pago en efectivo en las instalaciones de la empresa fue el segundo medio de pago de nómina más utilizado, con una participación del 14% en el sector industrial, el

Gráfico 3. ¿Qué medio utiliza su empresa para pagar la nómina? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016 - II.

34% en el de comercio y el 13% en el de servicios. Por su parte, el pago con cheque en las instalaciones de la empresa u otros medios de pago fue usado por menos del 5% de los empresarios en cada uno de los sectores.

“ Existe una baja utilización de las TICs por parte de las Pymes del país para la venta y/o comercialización de sus productos. Ello se evidencia en los resultados de la más reciente edición de la GEP, pues cerca del 42% de estos empresarios (en promedio) manifiesta no acceder a este tipo de herramientas. ”

En síntesis, existe una baja utilización de las TICs por parte de las Pymes del país para la venta y/o comercialización de sus productos. Ello se evidencia en los resultados de la más reciente edición de la GEP, pues cerca del 42% de estos empresarios (en promedio) manifiesta no acceder a este tipo de herramientas como estrategias de mercadeo y ventas. No obstante, se registra mayor masificación del uso de la tecnología al momento de pagar las nóminas empresariales, pese a que cerca del 20% de las Pymes (en promedio) realiza dichos pagos en efectivo. Lo anterior evidencia que el segmento Pyme local ha empezado a dar los primeros pasos hacia el uso de las TICs, si bien subsiste un rezago considerable en este frente, el cual debe ser abordado por las políticas públicas sobre la materia. En la medida en que dicho rezago se vaya superando, las Pymes colombianas podrían ser más competitivas, lo cual les permitiría explotar un mercado electrónico cada vez mayor.

Conclusiones

El último Informe Mundial de TI, elaborado por el Foro Económico Mundial en 2016, señala que aún existen rezagos en el uso de las TICs en Colombia (puesto 68 entre 139 países). En este informe se resaltó que la adopción de TICs dentro la población colombiana continuó aumentando a buen ritmo. Sin embargo, este incremento en el uso individual no ha sido acompañado de una tendencia similar entre las empresas o el gobierno. En efecto, a nivel empresarial, el pilar de la utilización ocupó el puesto 82 entre los 139 países estudiados, con un puntaje de 3.5/7.

Esta dinámica también se reflejó en los resultados de la GEP. En efecto, dicha encuesta indicó que existe una baja utilización de las TICs por parte de las Pymes del país para la venta y/o comercialización de sus productos. Si bien el segmento Pyme local ha empezado a dar los primeros pasos hacia el uso de las TICs, subsiste un rezago considerable en este frente, el cual debe ser abordado por las políticas públicas respectivas.

Al respecto, hay que resaltar los avances que está impulsando el Ministerio de TICs en el país. Dicha entidad ha planteado en sus líneas estratégicas el fortalecimiento del sector TIC para: generar empleo; transformar la educación del país; construir un gobierno más eficiente y transparente; y consolidar ecosistemas digitales regionales. Cabe destacar que la creación y conformación de estos ecosistemas digitales incorpora elementos como la infraestructura, los servicios, las aplicaciones y los usuarios.

Con relación a las políticas de TICs en las Pymes, se espera que estas se sigan consolidando. En el año 2010, tan solo el 7% de las Mipymes estaba conectada a internet, mientras que en 2014 el 60% de ellas se encontraba conectada. Asimismo, de acuerdo con el plan Vive Digital del Ministerio de TICs, se espera que, en el año 2018, el 63% de las Mipymes tenga presencia en la web. Igualmente, se proyecta que el 30% de ellas realice transacciones por comercio electrónico y que el 54% tenga presencia en redes sociales. En la medida en que estos avances se sigan consolidando en el mediano plazo, las Pymes locales podrán aprovechar los beneficios de las TICs y podrán competir en los mercados internacionales, los cuales están cada vez más digitalizados. ■

Referencias

- Anif (2016a), Gran Encuesta Pyme Anif – Informe de resultados primer semestre de 2016.
- Anif (2016b), “Pruebas educativas PISA 2015 y sus desafíos”, *Comentario Económico del Día* 21 de febrero de 2017.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2017), Boletín trimestral de las TIC, cifras cuarto trimestre de 2016, Bogotá.
- World Economic Forum (2016), The Global Information Technology Report 2016, Ginebra.

Competitividad y desarrollo EMPRESARIAL EN EL SEGMENTO PYME

Por: Julián Cortés y Juan Diego Londoño*

En el más reciente Reporte de Competitividad Global del Foro Económico Mundial (FEM) de 2016-2017, Colombia obtuvo una calificación de 4.3/7 (idéntica a la del año anterior), ver FEM (2016). Así, el país mantuvo su posición en dicho *ranking*, ubicándose en el puesto 61 entre 138 países (ver Anif 2017a). A pesar de esto, el país se ubicó por debajo de los registros obtenidos por Chile (lugar 33) y México (51), aunque superó el puesto alcanzado por Perú (67), evidenciando cierto rezago frente a la Alianza del Pacífico.



*Investigadores económicos de Anif.
E-mail: jcortes@anif.com.co y jlondono@anif.com.co

Estos resultados advierten sobre el rezago de Colombia en materia de competitividad. Ello obedece a movimientos en los tres factores tomados por el FEM al elaborar su Reporte de Competitividad Global, a saber: i) eficiencia; ii) condiciones básicas; y iii) innovación-sofisticación. Dentro de esos factores, la eficiencia mostró mejoras, mientras que las otras dos registraron un deterioro. En cifras, el rubro de eficiencia tuvo un buen desempeño (saltando del puesto 54 al 48). En cambio, en lo referente al factor de condiciones básicas, el país obtuvo una baja calificación, registrando el puesto 85 entre 138 países con un puntaje de 4.3/7, siete puestos por debajo del dato del año anterior (78). En términos de innovación, los resultados también mostraron un peor comportamiento, obteniendo un puntaje de 3.3 y ubicándose en el puesto 79 de la muestra (vs. puesto 76 un año atrás).

A partir del informe de competitividad del FEM y de la evolución de cada uno de los tres indicadores clave en este índice, en el presente artículo analizaremos los avances en competitividad que ha presentado el segmento Pyme local. Para ello, también nos basaremos en los resultados más recientes de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif.

Principales problemas en el sector Pyme

Bajo este contexto, resulta importante observar los principales inconvenientes de los empresarios del segmento Pyme doméstico. En

esta ocasión, nos basaremos en el análisis del informe del FEM. Asimismo, con la ayuda de la información recolectada en las últimas tres ediciones de la GEP (2014, 2015, 2016), identificaremos las diferencias y similitudes de cada uno de los tres macrosectores (industria, comercio y servicios) en materia de limitantes a la productividad y, por consiguiente, a la competitividad.

Pymes industriales

Los problemas que aquejan a las Pymes industriales son distintos a los de los otros dos macrosectores. En concreto, las Pymes manufactureras han estado afectadas, según la GEP (promedio 2006-2016), por: i) la falta de demanda (22% de las Pymes encuestadas), siendo este su principal problema; ii) los altos costos de los insumos (18%); y iii) la rotación de cartera (14%), ver Anif 2016a.

Al relacionar estas “talanqueras” con los resultados del FEM, se puede deducir que la falta de demanda es un inconveniente para el crecimiento de las Pymes y, por consiguiente, puede explicar, en gran medida, la baja competitividad de estas firmas. Ello puede estar asociado a las malas condiciones básicas del sector, ligadas al ciclo económico bajista de los últimos años (2015-2017) y a la debilidad institucional local. A esto se suman, en menor medida, los altos costos de los insumos, relacionados con la creciente inflación y con la devaluación de la tasa de cambio peso-dólar (en el caso de los insumos importados) de los últimos años (2015-2017). Finalmente, está el problema ligado a la baja innovación de las Pymes industriales, lo que conlleva un menor aprovechamiento de los insumos, elevando sus costos de producción y haciéndolas menos productivas y competitivas.

Pymes comerciales

Por el lado de las Pymes comerciales, la GEP indica que la competencia con las grandes superficies es su principal problema (con un 28% de las respuestas en promedio para el período 2006-2016), seguido por la falta de demanda (18%) y la rotación de cartera (13%).

“Al relacionar estas “talanqueras” con los resultados del FEM, se puede deducir que la falta de demanda es un inconveniente para el crecimiento de las Pymes y, por consiguiente, puede explicar, en gran medida, la baja competitividad de estas firmas. Ello puede estar asociado a las malas condiciones básicas del sector, ligadas al ciclo económico bajista de los últimos años (2015-2017) y a la debilidad institucional local.”

Una vez más, la falta de demanda aparece en este sector como un lastre a la competitividad de las empresas, lo cual está asociado al actual ciclo económico bajista y, particularmente, a la reducción del consumo de los hogares. No obstante, las Pymes comerciales enfrentan un problema más representativo proveniente de la competencia con las grandes superficies, las cuales operan con una mayor presencia y fuerza de ventas en los distintos mercados locales. Ello afecta el desempeño de las firmas de este sector, haciéndolas menos productivas y competitivas.

Pymes de servicios

En cuanto al sector servicios, las Pymes han manifestado en la GEP que sus problemas históricos corresponden principalmente a la competencia (25% de los encuestados en promedio durante 2006-2016), seguido por la falta de demanda (23%) y la falta de liquidez (12%). Esto sugiere que las pequeñas y medianas empresas enfocadas en el sector servicios ven afectada su productividad y competitividad por la existencia de más Pymes en el sector (donde es fundamental la diferenciación de los servicios suministrados a través del valor agregado ofrecido), además de verse perjudicadas por los ciclos económicos y la subsecuente falta de demanda.

Como observamos en el gráfico 1, el número promedio de respuestas que sugieren que la falta de demanda es el principal problema para las Pymes varía según la coyuntura económica de manera contracíclica. Dicho de otra manera, en la medida en que la economía se acelera, la falta de demanda se hace menos importante para las Pymes, mientras que cuando se registra una desaceleración se observa lo contrario.

Los problemas de las Pymes también se observan en los componentes de los tres factores que forman parte del análisis de competitividad del FEM. Al interior de cada uno de estos factores hay cuatro pilares, sumando doce en total. Por ejemplo, en el rubro de condiciones básicas, cabe destacar los pilares relacionados con la calidad institucional, el comportamiento macroeconómico y la infraestructura. En dichos componentes, Colombia ha tenido malos resultados en los últimos años, incidiendo en

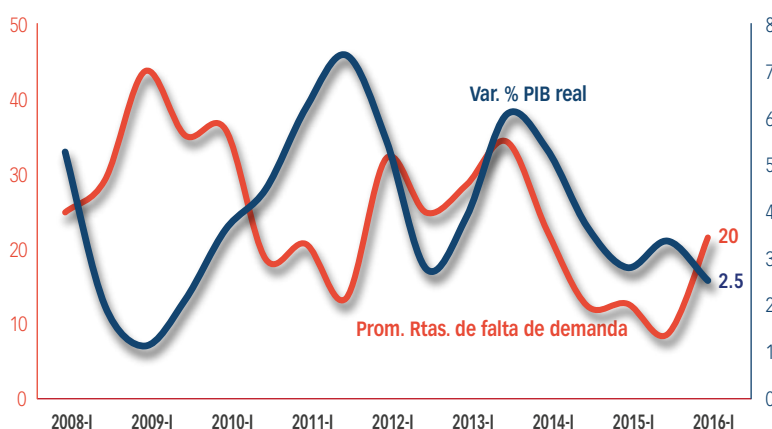
gran medida en la baja competitividad de las Pymes locales.

En el campo de innovación-sofisticación, sobresalen los pilares referidos a la innovación en sí misma, el tamaño del mercado y la adaptación a nuevas tecnologías, áreas en las cuales las Pymes colombianas exhiben considerables rezagos. Lo anterior se observa en los datos recolectados en la última medición de la GEP (segundo semestre de 2016). En efecto, el 58% de las Pymes industriales, el 73% de las comerciales y el 64% de las de servicios afirman no haber realizado ningún es-

fuerzo en acciones de investigación o desarrollo.

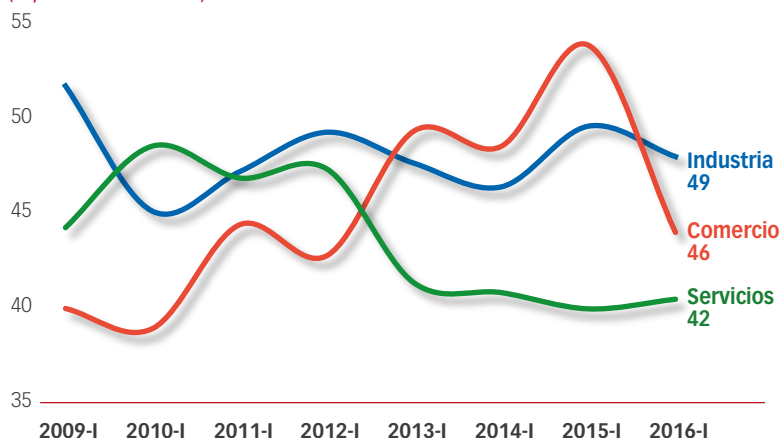
Por último, el único rubro que registró mejoras según la medición del FEM fue la eficiencia. Allí se encuentran los pilares de desarrollo del mercado bancario, mayor educación-capacitación y eficiencia del mercado de bienes-servicios. Sin embargo, estos resultados, particularmente los relacionados con el desarrollo del mercado bancario, contrastan con los datos arrojados por la GEP. Como lo muestra el gráfico 2, el acceso al crédito bancario por parte de las Pymes es real-

Gráfico 1. Crecimiento PIB Real vs. Prom. Rtas. de falta de demanda (%)



Fuente: Cálculos Anif, con base en Gran Encuesta Pyme Anif y Dane.

Gráfico 2. Solicitud de crédito al sistema financiero (% 2009-I a 2016-I)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

mente bajo, donde el 48% (promedio para 2006-2016) de los encuestados del sector industrial, el 55% de los de comercio y el 42% de los de servicios indican haber solicitado este tipo de financiación.

Acciones de mejoramiento

Ante las distintas dificultades que aquejan al segmento Pyme local, vale la pena preguntarse qué acciones están tomando estas empresas para superarlas. Según los resultados históricos de la GEP, la respuesta parece ser que, aunque las Pymes han adoptado medidas para mejorar el desempeño de sus negocios, estas no se enfocan precisamente en procesos de innovación que incrementen de forma sustancial su competitividad.

En efecto, según los resultados de la última edición de la GEP, se encontró que un 66% de los

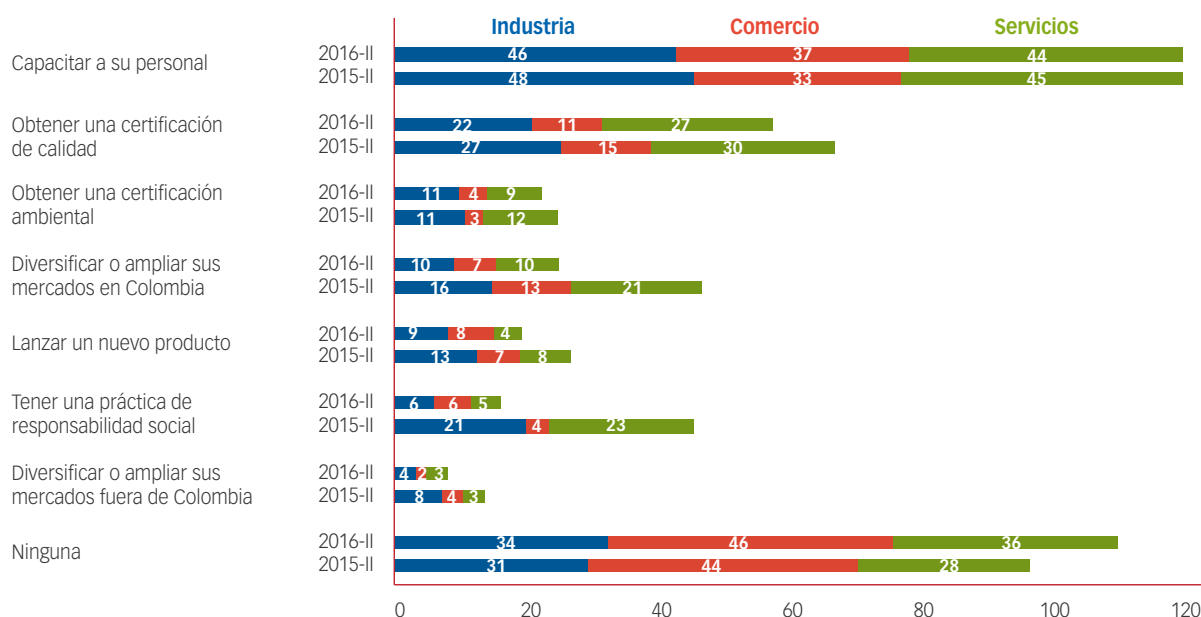
pequeños y medianos empresarios colombianos adoptó algún tipo de acción para mejorar el desempeño de sus negocios. Esta cifra es marginalmente inferior a lo observado hace un año (69%), ver gráfico 3. Sin embargo, la mayoría de los empresarios manifestó que estas acciones de mejoramiento se enfocaron en la capacitación de su personal (46% de los industriales, 37% de los comerciales y 44% de los de servicios) y en obtener una certificación de calidad (22% en industria, 11% en comercio y 27% en servicios).

Por el contrario, las estrategias para lanzar nuevos productos o servicios (con lecturas en el rango 4%-9% para los tres macrosectores), o diversificar mercados en el exterior (3%-4%) tuvieron una menor participación entre los empresarios encuestados. Esto sugiere que la mayoría de las acciones encaminadas al mejoramiento empresarial se ha

enfocado en fortalecer el capital humano u obtener certificaciones de calidad, es decir, medidas de las cuales se esperan efectos inmediatos. Asimismo, dichas medidas prevalecen sobre las acciones como el lanzamiento de nuevos productos o la ampliación de mercados, las cuales requieren plazos más largos para ver sus resultados.

Si separamos estos resultados por tamaño de empresa, es posible detectar diferencias entre las empresas pequeñas y medianas. En efecto, para el segundo semestre de 2016, el 59% de las empresas pequeñas, en promedio, realizó alguna acción para mejorar su negocio, cifra que para el caso de las empresas medianas fue del 70%. A pesar de que las empresas medianas exhiben mejores resultados que las pequeñas a la hora de realizar acciones de fortalecimiento, el enfoque de ambos tipos de empresas ha sido bastante similar,

Gráfico 3. Acciones de mejoramiento en el segmento Pyme (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

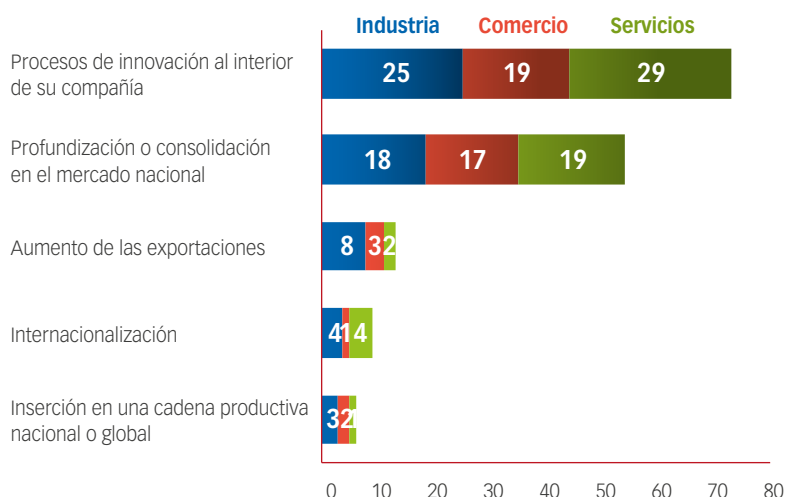
inclinándose principalmente hacia acciones de capacitación de capital humano (44% de las respuestas en promedio para ambas clases de empresas). En contraste, las estrategias más asociadas a la innovación, como el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, han sido relegadas (6% en promedio).

Desarrollo empresarial

Para entender de mejor manera el bajo nivel de innovación que presentan las Pymes en Colombia, en la última lectura de la GEP se incluyó un módulo concerniente al desarrollo empresarial de este segmento. En dicho módulo se preguntó a estos empresarios sobre sus actividades asociadas a innovación, internacionalización, inserción en cadenas de valor y, en general, acerca de la implementación de procesos encaminados a mejorar su competitividad. Con este propósito, se indagó sobre las acciones que se habían realizado en el último año y por las acciones que se habían realizado durante los últimos cinco años.

En cuanto a las actividades que habían realizado las Pymes en el último año, los procesos de innovación al interior de sus compañías fueron los más recurrentes en los tres macrosectores (25% en industria, 19% en comercio y 29% en servicios), seguidos por la profundización del mercado nacional (18% en industria, 17% en comercio y 19% en servicios), ver gráfico 4. Por su parte, las actividades encaminadas a aumentar las exportaciones presentaron menos de un 8% de las respuestas, mientras que los procesos

Gráfico 4: ¿Cuáles de las siguientes acciones ha realizado su empresa en el último año? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

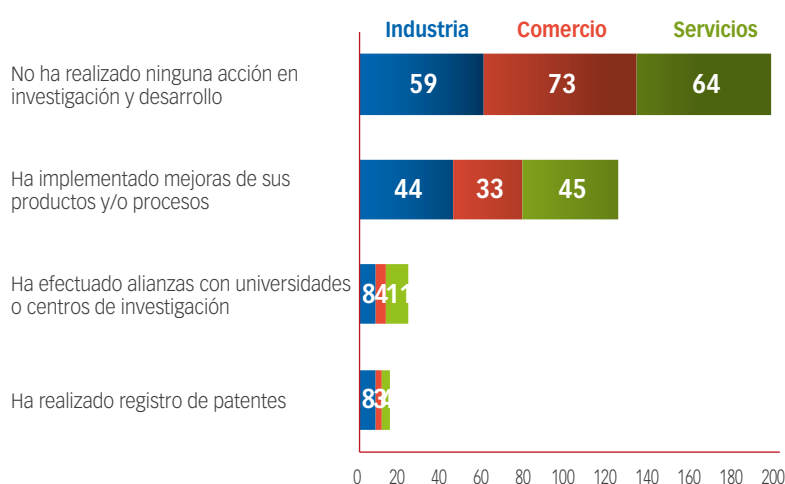
orientados a la internacionalización de las compañías o la inserción en una cadena productiva de valor no obtuvieron más de un 4% de las respuestas.

Respecto a las actividades realizadas en investigación y desarrollo durante los últimos cinco años, se encontró que un 59% de los empresarios entrevistados en el sector industrial aseguró que

no ha realizado ninguna actividad en este frente. Dicho porcentaje fue del 73% en el caso de los encuestados del sector comercio y del 64% para servicios (ver gráfico 5).

Adicionalmente, dentro de los empresarios que sí han realizado actividades asociadas al desarrollo empresarial en los últimos cinco años, un 44% de los indus-

Gráfico 5: ¿En los últimos cinco años su empresa ha realizado alguna de las siguientes acciones de innovación? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

triales implementó mejoras en sus productos y/o procesos, cifra que fue del 33% en el comercio y del 45% en servicios. Sin embargo, menos del 12% de las firmas encuestadas había establecido alianzas con universidades o centros de investigación (8% en industria, 4% en comercio y 11% en servicios). Asimismo, tan solo un 5% de los encuestados (promedio de los tres macrosectores) ha registrado una patente en el mismo período de tiempo.

Dados esos resultados tan desalentadores en materia de innovación y desarrollo del segmento Pyme, resulta útil analizar con un poco más de detalle otras características de estas firmas a nivel local que ayuden a explicar a nivel estructural dicho comportamiento.

Por ejemplo, como se mencionó anteriormente, los datos de la GEP señalan que el bajo acceso al crédito persiste para las empresas Pyme, pues menos del 50% de estas firmas solicita crédito al sistema financiero. Las empresas que efectivamente solicitan créditos

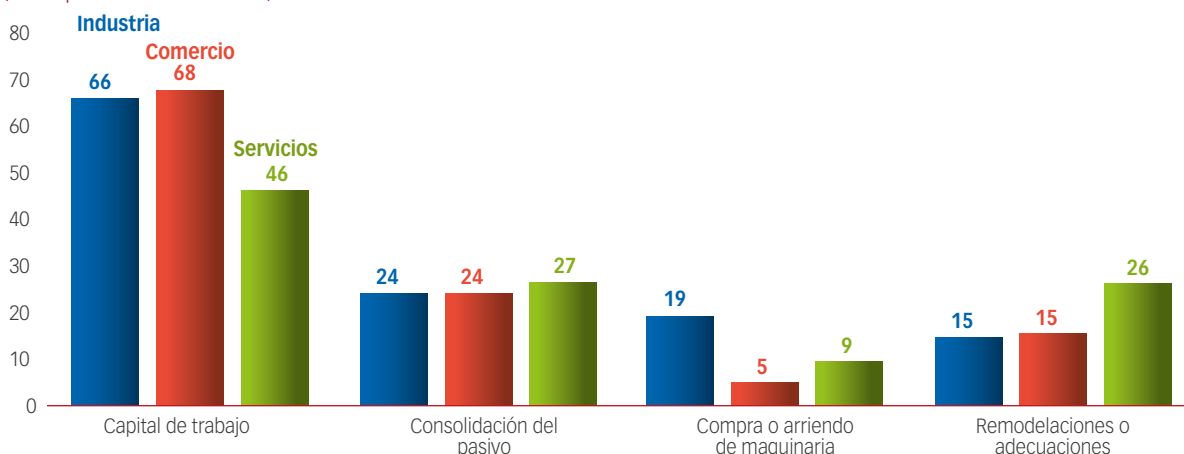
al sistema financiero utilizan estos recursos principalmente para capital de trabajo (60% en promedio) y consolidación del pasivo (25%). Es decir, la utilización de la gran mayoría de los recursos de financiamiento se presenta en rubros relacionados con la gestión del flujo de caja (corto plazo), ver gráfico 6. En contraste, solamente un 11% (en promedio) de las Pymes encuestadas empleó estos recursos en compra o arrendamiento de maquinaria y un 18% los utilizó para remodelaciones o adecuaciones (acciones de largo plazo que contribuyen al crecimiento del negocio y mejoran el ambiente para la innovación).

Dicha situación resulta ser bastante consistente con los problemas de liquidez que caracterizan a los empresarios del segmento Pyme colombiano. Ello se evidenció en la medición del segundo semestre de 2013 de la GEP, donde se indagó sobre cuáles eran las actividades de innovación que requerían recursos adicionales, con el fin de ahondar un poco más en la relación crédito-innovación. Allí

se encontró que el 82% de los encuestados en los sectores de industria, comercio y servicios reportó necesitar recursos adicionales para financiar actividades de innovación.

Lo anterior muestra que aparentemente el empresariado Pyme sí tiene intenciones de realizar inversiones en innovación. Sin embargo, los problemas del día a día parecen “atrapar” a las Pymes. Asimismo, es razonable pensar que los empresarios Pyme dan prioridad a resolver problemas de liquidez o reestructuración-consolidación del pasivo, pues sus márgenes de ganancia han venido cayendo de forma sostenida desde el año 2014 (ver Anif, 2017b). Es decir, la tendencia dentro del segmento Pyme es priorizar en todo momento los problemas de corto plazo, por lo cual los recursos que son destinados a proyectos de largo plazo son mínimos. Esto último termina reflejándose en la baja propensión de las Pymes a diseñar e implementar planes de innovación que incrementen su productividad y competitividad.

Gráfico 6: Destino de los recursos solicitados al sistema financiero
(% respuestas afirmativas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2016-II.

Conclusiones

Vimos cómo los más recientes resultados del reporte de competitividad del FEM 2016-2017 son desalentadores tanto para Colombia como para el segmento Pyme local. Pese a que la posición en el *ranking* y la calificación total en dicho informe permanecen inalterados para el país, se registraron mejoras en tan solo uno de los tres principales rubros contemplados en ese análisis.

De forma particular, vimos cómo la falta de demanda y la competencia son percibidos como los principales problemas que aquejan al segmento Pyme doméstico. Sin embargo, al analizar las acciones de mejoramiento que toman las empresas del segmento, vimos que la mayoría de estos esfuerzos se concentra en solu-

ciones de corto plazo, dejando de lado las inversiones de mediano y largo plazo, las cuales están más relacionadas con la innovación y ampliación de mercados.

Al indagar a profundidad sobre el interés respecto al desarrollo empresarial del segmento Pyme doméstico, encontramos resultados bastante desalentadores. En efecto, al preguntar a los empresarios sobre sus principales actividades enfocadas al desarrollo empresarial, un 41% de los encuestados (en promedio) respondió que había implementado mejoras en sus productos y/o procesos en los últimos cinco años. Entre tanto, tan solo un 24% (en promedio) de los encuestados ha adoptado dichas actividades en el último año. Gran parte de estos resultados se puede atribuir a los múltiples retos del “día a día” que tienen que enfrentar los empresarios

Pyme locales, quienes dan prioridad a sus problemas de corto plazo (v. gr. falta de liquidez) frente a las inversiones de largo plazo, como los procesos de innovación. Ello claramente termina menoscabando la productividad y la competitividad de estas firmas.

Lo anterior permite concluir que existe un amplio espacio para mejorar los niveles de educación financiera en este segmento empresarial. Ello contribuiría a facilitar la identificación de los beneficios de la financiación de proyectos de largo plazo. Dicho de otra manera, las mejoras en alfabetismo financiero de las Pymes permitirían que el crédito bancario solicitado por estas empresas sea destinado a financiar actividades innovadoras que generen crecimiento de largo plazo y no a solventar problemas de corto plazo. ■

Referencias

- Anif (2017b), “Indicador Pyme Anif (IPA): resultados del segundo semestre de 2016”, *Comentario Económico del Día* 23 de enero de 2017.
- FEM (2016), “The Global Competitiveness Report: 2016-2017”, Klaus Schwab- World Economic Forum
- Anif (2016a), “Principales problemas que enfrentan las empresas Pyme de Colombia”, *Actualidad Pyme* No.89 de junio de 2016.
- Anif (2017a), “Colombia: resultados del Informe de Competitividad Global 2016-2017”, *Comentario Económico del Día* 20 de febrero de 2017.

LOS COSTOS DE COMERCIAR EN COLOMBIA: APROXIMACIÓN BASADA EN UNA COMPARACIÓN DE PRECIOS*



Por: Jorge García García, Enrique Montes Uribe
y David Camilo López**

El comercio de importación y exportación de bienes y servicios aumentó sustancialmente durante los últimos 25 años, pero ese aumento fue similar al crecimiento del PIB y no se reflejó en una diversificación de la canasta exportadora. Estos resultados son contrarios a lo que se espera encontrar en una economía abierta a la competencia internacional, con acceso a tecnologías avanzadas y a productos de punta que permiten reducir costos y hacen más barato producir para exportar.

Las cifras de exportaciones muestran una creciente concentración en productos minero-energéticos. Los datos sobre importaciones muestran una menor variedad de la canasta importadora: mientras que en 1995 Colombia importaba mercancías correspondientes a 6.790 posiciones del arancel de aduanas, en 2015 sus importaciones correspondían a 6.459 posiciones. Una economía dinámica y diversificada exportaría e importaría más productos hoy que los que exportaba hace 25 años, pero ese no es el caso de Colombia.

*Para mayor detalle ver: Jorge García, David Camilo López, Enrique Montes (2016). Los costos de comerciar en Colombia: aproximación basada en una comparación de precios. *Borrador de Economía* Número 974.

**Consultor Externo del Banco Mundial, Jefe de Sector Externo y Profesional Experto del Departamento de Programación e Inflación del Banco de la República. E-mail: jg339672@gmail.com, emonteur@banrep.gov.co, dlopezva@banrep.gov.co

Mientras hay consenso en que para importar es necesario exportar, hay poca claridad sobre la idea de que para poder exportar es necesario importar. Es quizás, por eso, que históricamente la política comercial colombiana se ha enfocado en controlar las importaciones para industrializar al país y reducir los déficits en la cuenta corriente. Esa política, sin buscarlo explícitamente, ha frenado las exportaciones y el surgimiento de nuevos productos de exportación. Los frenos para importar provienen de dos fuentes principales: la política comercial y los costos de importar. Esta nota resume los resultados de un trabajo que mide cuánto cuesta importar y permite entender mejor lo que está detrás de los procesos de importación. El conocer sobre los costos de importar ayuda a entender también lo que se encuentra detrás de los procesos e incentivos para exportar, pues costos altos para importar constituyen un gravamen de facto sobre las exportaciones (Clements y Sjaastad, 1984).

Estos aspectos son particularmente pertinentes para examinar la perspectiva del sector externo colombiano en el mediano y largo plazo. Examinarlos es necesi-

rio, pues hacia el futuro se espera que Colombia dependa menos de las exportaciones de productos mineros-energéticos y más de las exportaciones de servicios y de productos agropecuarios y manufacturados no tradicionales.

• COSTOS DE COMERCIAR

Para establecer el origen de los costos de comerciar es importante entender qué etapas conforman este proceso. Llevar un bien desde el sitio donde se produce hasta el consumidor final requiere incurrir en gastos distintos a los de producirlo. En la literatura económica estos gastos se conocen como costos de comerciar, e incluyen, entre otros, los de transportar, almacenar, empacar, y distribuir el producto, pagar derechos aduaneros y pagar por los servicios de inspección y nacionalización.

Las actividades que permiten llevar la mercancía del productor al consumidor final se conocen como la cadena logística. La cadena logística del comercio internacional abarca seis grandes actividades, dos de las cuales se ejecutan fuera de Colombia. El diagrama 1 ilustra la cadena logística y sus eslabones para un producto de

importación. En este caso las actividades externas comprenden el traslado de la mercancía desde donde se produce hasta el puerto de embarque, y entre este y el puerto de destino en Colombia.

Las actividades internas comprenden el manejo e inspecciones en puerto y la nacionalización de la mercancía, el transporte interno, la transformación del producto en la bodega o la fábrica, y la comercialización interna. Lo anterior da por sentado que se han realizado los trámites necesarios para conseguir los permisos de importar o exportar una mercancía. Los costos de transformación resultan de convertir en un producto diferente la mercancía que entra a la bodega o a la fábrica. Esa transformación puede ser sencilla, como envasar la mercancía (pasarla de grandes tanques a recipientes pequeños), o compleja, como convertirla en un producto diferente (mezclar varios insumos para sacar un tarro de pintura).

Existen varias formas de calcular los costos de comerciar (Anderson y Van Wincoop, 2004). Anderson y Van Wincoop anotan que la información sobre los costos de comerciar proviene de tres fuentes: la primera se mide directamente, la segunda se infiere del volumen de comercio, y la tercera se infiere de comparaciones de precios. La medición directa es difícil, y quien lo haga se enfrenta a muchos problemas, entre ellos la escasez de buenos datos sobre barreras al comercio. Una segunda forma infiere el costo a partir de los volúmenes de comercio o de los precios. La inferencia a partir de los volúmenes de comercio usa el modelo de gravedad, el cual relaciona los flujos de comercio con variables que se pueden medir y los costos de comerciar con variables que no se pueden medir (para una reseña

Diagrama 1. Composición de los costos de comerciar



Fuente: elaboración de los autores.



reciente de la literatura sobre la ecuación de gravedad véase Head y Mayer, 2014). La inferencia a partir de los precios ha generado dos tipos de literatura: una centrada en un enfoque de comercio y la otra en lo macroeconómico. La de comercio compara los precios de los productos en el mercado doméstico y en el mercado internacional, usualmente con el objetivo de estimar el arancel equivalente de las barreras no arancelarias. La literatura de enfoque macroeconómico compara precios al detal entre países, ya sea de productos individuales o de grupos (canastas) de productos.

En Colombia no existe una estimación del costo de comerciar. Lo más cercano son los costos logísticos estimados por Rey (2006 y 2008) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2015), y la estructura de costos de distribución física internacional estimados por MIDAS-USAID (2007). Estos últimos fueron reproducidos en un documento Conpes del DNP (2008), donde las cifras se refieren a la composición del costo total de

distribución de comercio exterior, pero el documento no informa sobre el valor absoluto de esos costos o como proporción del precio del producto. Otros estudios han abordado el tema indirectamente, calculando tasas de protección a grupos de productos (principalmente agrícolas). Creemos que la poca atención prestada a los costos de comerciar se debe a la dificultad de conseguir buena información sobre el costo de ejecutar cada paso de la cadena logística.

Este estudio busca llenar parte de ese vacío y estima el costo de poner un producto importado en una bodega en Colombia. Para ello usamos la información de precios del productor del Banco de la República y la de comercio exterior de la Dian para el período 1999-2012. Con esa información fue posible calcular la brecha entre los precios free on board (FOB) y los precios del productor de las mercancías importadas, la cual se descompuso en tres componentes: el transporte internacional –incluyendo seguros, los aranceles pagados, y los costos internos en que incurre el impor-

tador desde el momento en que el barco toca puerto colombiano hasta el momento en que la mercancía se sitúa en su bodega.

Para calcular el costo de comerciar desde el puerto extranjero hasta la bodega en Colombia usamos una variante de la fórmula básica de Moroz y Brown (1987), y citada en Linkins y Arce (2002) y Deardorff y Stern (1997). La fórmula es:

$$P = \left(\frac{P_p}{P_{fob}} - 1 \right) \quad (1)$$

Donde: P : Costos totales de comerciar; P_{fob} : Valor unitario FOB del producto importado (Valor FOB/peso neto) P_p : Precio del productor del bien importado, es decir, el precio en bodega del producto. La ecuación (1) se puede reescribir como:

$$P = \left(\frac{P_p}{P_{cif}} * \frac{P_{cif}}{P_{fob}} \right) - 1 \quad (2)$$

Donde $P_{cif} = P_{fob} * (1 + \text{costo de transporte internacional})$.

Los costos de comerciar (P) estimados en la ecuación (2) están compuestos por:

Un **componente interno** medido por la relación $\frac{P_p}{P_{cif}}$. Este costo interno incluye los gastos correspondientes a trámites y requisitos previos necesarios para importar, los aranceles pagados, los costos de manejo en puerto, los costos relacionados con los procesos para nacionalizar la mercancía, y los costos de transporte internos de la mercancía hasta su lugar de destino en Colombia.

Un **componente externo** equivalente a $\frac{P_{cif}}{P_{fob}}$. Este abarca los gastos asociados al transporte internacional, es decir, fletes, seguros, y otros costos de traer la mercancía desde el país de procedencia.

En resumen, p_p es equivalente a $p_{fob} \cdot (1 + \text{costo de transporte internacional}) \cdot (1 + \text{arancel} + \text{costos internos no arancelarios})$.

Los precios domésticos de bienes importados (p_p) corresponden a los precios del productor que el Banco de la República recolectó hasta 2006 para calcular los Índices de Precios del Productor (IPP), y que el Dane recolecta desde entonces para calcular el Índice de Precios del Productor. Los “precios internacionales” corresponden al valor unitario FOB del producto importado (valor importado FOB/peso neto) que mide el “precio internacional” del producto en puerto extranjero.

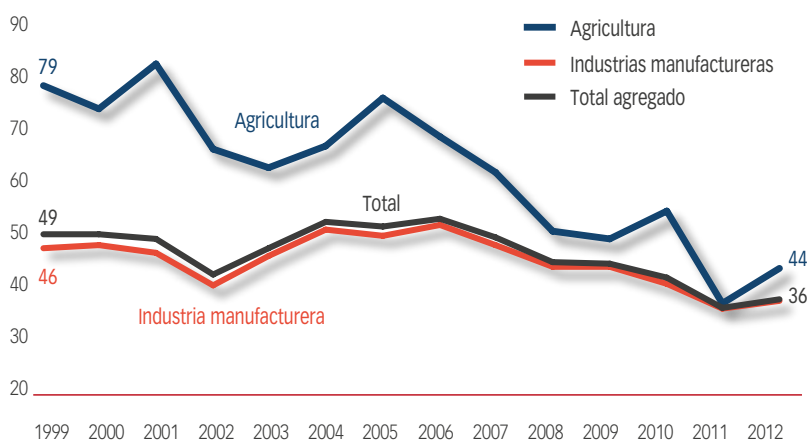
Los precios se obtienen para los mayores niveles de desagregación de los productos. En el caso del IPP ese nivel corresponde a cotizaciones de productos definidos a 7 dígitos de la CIIU, y en el caso de productos importados corresponde a partida arancelaria a 10 dígitos del sistema armonizado para los datos de importaciones de la Dian. Adicional a esto, fue necesario usar

equivalencias entre los precios del productor según la clasificación CIIU y la nomenclatura arancelaria a 10 dígitos para llevar ambas fuentes a la misma unidad de medida. La muestra de productos analizada fue de 106 artículos del IPP, correspondientes a unas 4.500 partidas arancelarias a 10 dígitos que representan cerca del 50% del valor importado en el período 1999-2012.

Los resultados revelan que en 2012 un importador tuvo que incurrir en gastos equivalentes al 36% del valor FOB de la mercancía para poder ponerla en una bodega en Colombia (véase gráfico 1). Esos costos son menores que su pico del 52% en 2004-2006. Estas cifras representan valores promedio, pero un desglose de las importaciones entre productos agropecuarios y productos manufacturados refleja grandes discrepancias de costos entre los dos, con los costos a comienzos de los años 2000 alcanzando un 80% para los productos agropecuarios y un 46% para los manufacturados. A partir de 2006 esas

diferencias comenzaron a reducirse y para 2012 los costos de importar se situaron en un 44% para los productos agropecuarios y en un 36% para los productos manufacturados. Una gran parte de esta disparidad la ocasionaron los aranceles y otras formas de protección de precios para los productos agropecuarios, y otra se originó en el costo de transporte internacional, un 13% del valor FOB para los productos agropecuarios y un 5% para los manufacturados. Estas cifras indican que los costos internos constituyen el componente principal de los costos de comerciar; su valor cayó de un poco más del 30% en 1999 a cerca de un 25% en 2012. Estas cifras muestran que los costos de importar mercancías a Colombia son altos, y que muy posiblemente lo son también para las exportaciones de productos no tradicionales, pues para exportar se deben realizar muchos de los pasos que se requieren para un producto de importación.

Gráfico 1. Costos de comerciar entre el puerto extranjero y la bodega en Colombia
(Datos en porcentajes)



Fuente: cálculos de los autores con base en información Dian-Dane y Banco de la República.

“Los resultados revelan que en 2012 un importador tuvo que incurrir en gastos equivalentes al 36% del valor FOB de la mercancía para poder ponerla en una bodega en Colombia. Esos costos son menores que su pico del 52% en 2004-2006.”

Al desglosar los productos agropecuarios y manufacturados en sus componentes, el trabajo encontró que las diferencias de costos dentro de cada categoría son notables, con valores del costo que varían entre el 6% y el 90% según el producto. El cuadro 1 presenta

Cuadro 1. Costos externos e internos de comerciar
(Datos en porcentajes)

	Agricultura			Industria manufacturera		
	Costos Externos	Costos Internos		Costos Externos	Costos Internos	
Año	Transporte internacional (razon cif/fob-1)	Derechos aduaneros (%)	Otros costos de comerciar (%)	Transporte internacional (razon cif/fob-1)	Derechos aduaneros (%)	Otros costos de comerciar (%)
1999	14	22	35	6	6	31
2000	16	20	30	6	6	32
2001	16	18	40	6	6	31
2002	14	12	35	6	6	25
2003	15	8	35	6	5	31
2004	20	4	36	6	5	36
2005	21	9	37	6	6	35
2006	18	5	38	5	6	37
2007	19	3	34	6	6	32
2008	19	2	25	6	6	29
2009	14	5	26	5	6	30
2010	16	6	28	5	6	26
2011	11	2	22	5	4	24
2012	13	1	27	5	4	25

Nota: los números decimales se redondearon al entero más cercano.

La suma de los tres elementos difiere de los valores del gráfico 1 porque el transporte internacional se computa como porcentaje del valor FOB y los otros dos costos como porcentaje del valor unitario CIF.

Fuente: cálculos de los autores con base en información Dian-Dane y Banco de la República.

los resultados del cálculo de la brecha de precios durante el período 1999-2012 para una muestra de productos manufacturados y agrícolas que corresponden a cerca del 50% del valor importado durante ese período. Se puede ver que los costos son altos, cayeron durante el período, y que al comienzo del período los costos del sector agrícola superaron por mucho los del sector industrial, en gran parte por mayores pagos de derechos aduaneros y costos de transporte internacional más altos.

• MEDIDAS NO ARANCELARIAS

Históricamente, el sector manufacturero ha sido el más protegido de los sectores productivos. La menor protección que ofrecían los bajos aranceles fue más que compensada por el aumento masivo en las medidas no arancelarias que ocurrió al poco tiempo de iniciada la apertura (García et al., 2014). Los derechos de

aduana pagados por importaciones de productos de la industria manufacturera promediaron alrededor del 5.5% del valor CIF en el período 1999-2012.

La discusión sobre la taxonomía y los efectos de las medidas no arancelarias (MNA) no es reciente. La literatura sobre el tema se ha incrementado con el advenimiento del nuevo sistema mundial de comercio y con la firma de nuevos acuerdos comerciales, los cuales se concentraban en sus inicios casi exclusivamente en la reducción multilateral de las barreras arancelarias. Para reemplazar la protección perdida, los países buscaron otro tipo de medidas que sirvieran para proteger a aquellos sectores que podrían resultar perjudicados con la mayor competencia en los mercados mundiales, y que al mismo tiempo fueran coherentes con los acuerdos negociados. En este sentido, los países se han apoyado en formas más sutiles de protección, ya que estos obstáculos otorgan un nivel de protección más difícil de cuan-

tificar que el de los aranceles u otras restricciones cuantitativas.

Para complementar la información presentada en la sección anterior decidimos examinar la frecuencia de las medidas no arancelarias aplicadas a los 106 productos manufactureros y agrícolas para los cuales se calcularon los costos de comerciar. Para examinar la cobertura de medidas no arancelarias utilizamos la información de la WITS/TRAINS (UNCTAD). UNCTAD-WITS es la principal fuente de información sobre medidas de control al comercio según el sistema armonizado, y sus cifras nos permiten construir porcentajes de cobertura y medidas de frecuencia. La clasificación de la UNCTAD incluye una amplia categoría de instrumentos como medidas sanitarias y fitosanitarias (SPS), barreras técnicas al comercio, cuotas y contingentes a las importaciones, medidas anticompetitivas y monopolísticas, licencias de importación, medidas financieras, medidas antidumping, y otras más (véase, para mayor detalle, García y

coautores 2014 y las referencias que allí se citan).

El cuadro 2 presenta los resultados para las partidas arancelarias asociadas a los 106 artículos cuyos precios se compararon en la sección anterior. La primera columna del cuadro lista los sectores según clasificación CIIU a 2 dígitos. Las seis columnas siguientes muestran el porcentaje del valor importado sujeto a alguna medida no arancelaria, donde la sexta columna identifica los sectores donde todo lo que se importa está cubierto por MNA. La última columna del cuadro presenta el número de medidas no arancelarias que en promedio cubre a cada partida arancelaria.

De las cifras presentadas se puede destacar que las MNA cubren: (a) menos del 20% del valor importado en dos sectores; (b) el 100% del valor importado en dos sectores; y (c) entre el 80% y el 99% de los montos importados en siete sectores. Para el resto de las columnas las cifras muestran que las MNA cubren entre el 20% y el 80% del valor importado en nueve sectores.

Adicional a esto, debemos preguntarnos cuán intensas fueron las MNA. García y coautores (2014) muestran para el agregado del universo arancelario que el número de MNA por partida arancelaria aumentó de 1.15 a 4.66 entre 1990 y 1999, cuatro veces más al final de la década de la apertura que al comienzo; entre 1999 y 2014 el número de MNA casi se duplicó. La última columna del cuadro 2 contesta la pregunta para sectores CIIU a 2 dígitos en tres años seleccionados (1999, 2008, y 2014). Las cifras muestran promedios bajos de MNA por PA10 para el sector de maquinaria de oficina (una) y muy altos, hasta 10-12, para los sectores de alimentos y bebidas, y de agricultura, ganadería y caza. A su vez, los sectores de químicos, vehículos, prendas de vestir y productos derivados del petróleo tienen entre 4 y 6 MNA por partida arancelaria. Los productos en los grupos del 1 al 6 tienen en promedio 3.8 MNA por partida arancelaria; ellos representaron el 70% del valor importado en 1999, 2008 y 2014.

Otro aspecto tiene que ver con el objeto de las MNA. Algunas de

ellas se establecen con fines fitosanitarios y sanitarios, y otras se establecen para definir estándares técnicos o de calidad, o para controlar el desarrollo de actividades ilícitas. Otras MNA se instauran para proteger la producción local, pero se “escudan” detrás de una razón aparentemente sensata como puede ser el cuidar de la salud de las personas. Adicionalmente, la poca coordinación entre las instituciones que influyen en el comercio exterior produce una redundancia de requisitos y trámites que generan trabas importantes al proceso de exportar e importar una mercancía (García et al., 2015). La velocidad e intensidad con la cual se erigieron las medidas no arancelarias a partir de 1992 sugiere que poca atención se prestó a sus costos y beneficios. Su fenomenal escalamiento apunta a consideraciones proteccionistas para establecerlas, y que el costo de obtener protección se redujo notoriamente, pues se dispersaron las entidades que la otorgan y se descentralizó su concesión a niveles inferiores de la administración pública.

Cuadro 2. Las importaciones de bienes están sujetas a numerosas MNA, tanto en su cobertura por sectores como en la intensidad de su cobertura

Sector CIIU - 2 dígitos	Valor importado sujeto a MNA (rango en %)						MNA por PA10
	< 20	20 - 40	40 - 60	60 - 80	80 - 99	100	
1. Productos químicos					•		5
2. Maquinaria y equipo		•					2
3. Vehículos					•		5
4. Derivados del petróleo				•			6
5. Equipo de televisión y comunicaciones				•			3
6. Metalúrgicos básicos					•		3
7. Alimentos y bebidas					•		12
8. Otros tipos de equipo de transporte			•				3
9. Agricultura, ganadería y caza					•		11
10. Maquinaria de oficina			•				1
11. Productos de caucho y plástico		•					2
12. Aparatos eléctricos				•			2
13. Productos textiles					•		5
14. Productos elaborados de metal			•				2
15. Productos de papel y cartón	•						2
16. Muebles		•					4
17. Otros minerales no metálicos	•						3
18. Curtido y preparado de cueros					•		2
19. Prendas de vestir						•	5
20. Productos de madera y de corcho						•	3

Nota: los números de la última fila se redondearon al entero más cercano.

Fuente: cálculos de los autores con base en información WITS-UNCTAD.

CONCLUSIONES

Veinticinco años después de la apertura económica, el proteccionismo continúa vigente, aunque se lleva a cabo de forma diferente. Hay muchos actores gubernamentales influyendo, definiendo y manejando la política comercial en Colombia, y las instituciones y su regulación presentan poca coordinación y baja calidad. Sumado a lo anterior, una infraestructura inadecuada y procesos logísticos complejos, así como un uso más intensivo de medidas no arancelarias, se traducen en altos costos de comerciar en Colombia. Todo esto, sin buscarlo ni quererlo, desestimula también las exportaciones no tradicionales.

Para reducir estos costos se requiere aumentar la productividad y eficiencia de los proveedores de servicios, lo que implica invertir en capital físico y humano, innovar, adoptar y adaptar nuevas tecnologías, y tener competencia en aquellos eslabones de la cadena donde el servicio se presta en condiciones monopólicas u oligopólicas. Para reducir los costos de comerciar asociados con las medidas no arancelarias basta con eliminarlas, excepto en aquellos casos especiales donde los costos de eliminarlas superen sus beneficios. Finalmente, para reducir los costos asociados con medidas no arancelarias no se requiere hacer grandes inversiones, pero sí cambiar los reglamentos y la legislación que rigen el sistema de protección actual.

Las diversas ideas expuestas a lo largo de esta nota sugieren algunos de los motivos de la limitada inserción de la economía colombiana en los mercados internacionales, así como la baja oferta y diversificación exportable. Esto se debe a que diversas empresas exportadoras necesitan importar para exportar, ya que para su proceso de producción requieren de insumos y bienes de capital importados. En la medida en que se reduzcan los costos de importar, se logrará aumentar la eficiencia productiva de Colombia, en particular de los sectores que producen bienes importables y exportables. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson J. E. & Van Wincoop E. (2004), "Trade Costs", *Journal of Economic Literature*, septiembre 2004, Vol. 42, No. 3, pp. 691-751.
- Clements K. W. & Sjaastad L. A. (1984), *How Protection Taxes Exporters*, London, Trade Policy Research Center, 1984.
- Deardorff A. V. & Stern R. M. (1997), *Measurement of Non-Tariff Barriers*, Economics Department Working Paper No. 179, Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Paris.
- DNP (2015), Encuesta Nacional de Logística, resultados nacionales 2015, www.colombiaeslogistica.dnp.gov.co
- DNP (2008), Política Nacional Logística, Documento Conpes 3547, octubre 2008.
- Head K. & Mayer T. (2014), Gravity Equations: Workhorse, Toolkit, and Cookbook. En Gita Gopinath, Elhanan Helpman y Kenneth Rogoff (compiladores) *Handbook of International Economics*, Vol. 4 (Amsterdam, Holland, North Holland, 2014), pp. 131-195.
- Jorge García, David Camilo López, Enrique Montes, Pilar Esguerra (2014), Una visión general de la política comercial colombiana entre 1950 y 2012, *Borrador de Economía* No. 817.
- Jorge García, María Mercedes Collazos, Enrique Montes (2015), ¿Las instituciones en el comercio exterior: un apoyo o un escollo?, *Borrador de Economía* No. 889.
- Jorge García, David Camilo López, Enrique Montes (2016), Los costos de comerciar en Colombia: aproximación basada en una comparación de precios, *Borrador de Economía* No. 974.
- Linkins L. A. & Arce H. M. (2002), *Estimating Tariff Equivalents of Non-Tariff Barriers*, Office of Economics U.S. International Trade Commission, Washington, D.C., June 1994 Revised August 2002.
- MIDAS-USAID (2007), La competitividad del transporte y los servicios logísticos en el comercio exterior colombiano reportado por DNP (2008).
- Moroz A. W. & Brown S. L. (1987), Grant Support and Trade Preference for Canadian Industries, Report for the Department of Finance, the Department of External Affairs, and the Department for Regional Industrial Expansion, Government of Canada April, processed.
- Rey M. F. (2006), Análisis del costo total de logística en empresas colombianas 2004- 2005, recuperado el 9 de enero de 2013 de <http://www.catalogodelogistica.com/pdf/01.pdf>
- Rey M. F. (2008), Encuesta Nacional Logística, Resultados del Benchmarking Logístico. Colombia 2008, Latin America Logistics Center (LALC), Unidad Regional de Investigación del Center for Emerging Logistics and Supply Chains (CELSC), Atlanta, GA, 13 de diciembre, 2008.

HACIA UNA ECONOMÍA MÁS **PRODUCTIVA Y DE EMPRESAS** MÁS SOFISTICADAS

Por: Juan Carlos Garavito Escobar*



Durante los últimos diez años la economía colombiana mostró una tasa de crecimiento promedio anual que la sacó a relucir entre sus vecinos de la región, y gran parte de ese cuarto de hora estuvo fundamentado en las buenas cotizaciones de las materias primas como el petróleo y el carbón. Durante esos años dorados que dieron mayor holgura a las finanzas del Estado, más de la mitad de las ventas externas de la Nación estuvo concentrada en *commodities*.

Pero en medio de esa vertiginosa dinámica, alimentada por un barril de petróleo por encima de los US\$100 y por los benévolos precios para otros minerales producidos en Colombia, otros sectores estratégicos perdieron protagonismo, pese a los ingentes esfuerzos de modernización de los empresarios para ser más competitivos.

*Gerente General de iNNpulsa Colombia.
E-mail: juan.garavito@innpulsacolombia.com

Pero a la par con todo este fenómeno, la productividad –entendida como la capacidad de generar mayor valor con igual o menor cantidad de insumos– no avanzó de una manera destacada para permitirle al aparato productivo nacional generar mayores crecimientos. Este panorama pone al país frente a destacados retos y más a las Pymes que representan una importante mayoría dentro del sector empresarial, las cuales hoy tienen que afrontar desafíos como permanecer con éxito en el mercado interno, buscar nuevos destinos internacionales a sus productos, conseguir más mecanismos de financiación y romper barreras tecnológicas.

Ante esta situación, el gobierno trabaja para brindar herramientas orientadas a estimular a las Pymes y, por supuesto, fortalecer a los sectores que ofrecen perspectivas interesantes de expansión más allá de las materias primas. Por ello, el Gobierno Nacional diseñó la Política de Desarrollo Productivo, que en resumidas cuentas busca proveer todos los mecanismos para sofisticar y diversificar el aparato productivo de la Nación.

De forma simultánea con las tareas emprendidas por el Ministerio en ese frente, desde 2012 iNNpulsa Colombia asumió la misión de trabajar por el emprendimiento, la innovación y el desarrollo empresarial del país a través de herramientas orientadas a derribar las barreras que encuentran los emprendedores con alto potencial de crecimiento.

Sin duda, esta coyuntura en la que Colombia está reponiéndose del choque petrolero y en la que el gobierno ha puesto en marcha incentivos para los sectores que desde ya empiezan a protagonizar una posible ‘Nueva Economía’ ha sido importante para que iNNpulsa pueda brindar apoyo a las Pymes a través

de distintos instrumentos dirigidos a contribuir, ampliar y generar nuevas perspectivas productivas en el trabajo de los empresarios en todas las regiones de la Nación. Pero, ¿en qué ha consistido este respaldo a la pequeña y mediana empresa?

Trabajamos desde diferentes frentes

Una primera herramienta que ha sido probada con éxito es el apoyo a los encadenamientos productivos. Esta, en síntesis, sirve para respaldar a los grupos de empresas que forman cada etapa de un proceso productivo y que necesitan refuerzo en áreas como acceso a mercados internacionales, obtención de certificaciones, implementación de buenas prácticas de producción, gestión de calidad y planeación estratégica, entre otros. Al poner en números la gestión desde esta herramienta, 124 iniciativas han sido cofinanciadas con recursos por más de \$28.900 millones. Lo anterior se ha visto reflejado en atención de 2.400 empresas.

En segundo lugar, existe otra herramienta con la que ayudamos a preparar a las micro, pequeñas y medianas empresas para enfrentarse a los mercados internacionales y

romper las barreras que impone el comercio exterior. Esto último puede traducirse, por ejemplo, en mejorar la capacidad de producción, el capital humano y la creación de productos diseñados para los estándares de los países a conquistar.

En las cuentas de iNNpulsa Colombia puede verse que han sido cofinanciados más de 40 proyectos bajo el plan de alistamiento internacional. Esto ha permitido que hayan sido destinados cerca de \$6.000 millones y que se hayan apalancado \$3.600 millones del sector privado. En las convocatorias que la entidad ha realizado, los empresarios han recibido apoyos para la compra de insumos, compra o arriendo de maquinaria, licencias de software, adecuaciones de infraestructura y de producto.

En ese orden de ideas, y con el fin de mejorar los procesos al interior de las compañías, iNNpulsa también brindó herramientas a las Pymes para adoptar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), las cuales establecieron estándares globales para la medición y presentación de información de las operaciones empresariales. En síntesis, las NIIF pasaron a convertirse en un lenguaje común para las organiza-



ciones en materia de políticas contables y de generación de eficiencia. Por ello, era necesario que las Pymes comenzaran a hablar en el mismo idioma de las tendencias mundiales.

Así, esta entidad asumió la tarea de brindar a las empresas: consultorías, asistencia técnica -por medio de capacitaciones- y provisión de tecnologías para tratar la información, registrarla y consolidarla. Hasta el momento, puede contarse que más de 400 Pymes que operan en Colombia han recibido soporte para dar el paso hacia las NIIF.

Como cuarta herramienta para las Pymes, vale la pena destacar la labor hecha desde el Gobierno Nacional para que los empresarios se apropien de la tecnología con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la productividad y el crecimiento empresarial. Muestra de ello es que iNNpulsa, en alianza con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), ha trabajado no solo en apoyar la conectividad de las compañías, sino en el empleo de aplicaciones para hacerlas más productivas. En ese propósito, al día de hoy han sido invertidos más de \$80.700 millones y se han apalancado \$51.800 millones del sector privado. Al final del día, estas acciones terminaron por impactar a 40.000 compañías de diversos sectores económicos.

Como quinta estrategia, iNNpulsa se propuso crear una iniciativa para incentivar el crecimiento de la productividad de las Pymes mediante el apoyo a la implementación de metodologías comprobadas, promoviendo la transferencia de conocimientos a las empresas beneficiarias en torno a la medición y control de procesos para que de esa manera lleven a cabo acciones de mejora, e impulsando la realización de inversiones que potencien la capacidad

productiva en las empresas. Todo ello con la gran meta de incrementar en un 15% el trabajo productivo en las compañías impactadas.

Finalmente, desde la entidad ha sido permanente el apoyo a las iniciativas clúster, gestadas en diferentes regiones de la geografía nacional, como una herramienta para fortalecer la sofisticación del aparato productivo y promover la diversidad e innovación en las compañías que las integran. Desde iNNpulsa entendimos que se debe trabajar en la definición de apuestas productivas y en el cierre de brechas para fortalecer las cadenas priorizadas en los departamentos.

En la promoción de los clústers en todo el país, esta entidad ha dado respaldo a 30 proyectos que han demandado recursos por \$13.700 millones, complementado con la puesta en marcha de la Red Clúster Colombia, una plataforma que tiene como objetivo poner a hablar en un mismo idioma -y a trabajar- al sector clúster nacional. En esta última tarea, el Consejo Privado de Competitividad (CPC) ha sido un aliado fundamental, lo cual también condujo a identificar en blanco y negro qué tan avanzado está este tipo de iniciativas en Colombia para empezar a crear proyectos de manera más dirigida.

Financiación, un desafío constante

Una preocupación recurrente entre quienes comandan los destinos de las Pymes en Colombia es la dificultad para acceder a múltiples fuentes de financiación. ¿La razón? Débiles estructuras de financiamiento para los negocios existentes, el emprendimiento y la innovación, además de grandes retos en la sofisticación de la oferta del sistema financiero nacional.

iNNpulsa Colombia identificó necesidades como desarrollar nuevas fuentes de financiación para el emprendimiento y la innovación y, también, crear una industria de capital de riesgo en el país. Para ello, ha trabajado en tres frentes fundamentales: cofinanciación (o recursos no reembolsables), crédito e inversión privada.

“En la promoción de los clústers en todo el país, esta entidad ha dado respaldo a 30 proyectos que han demandado recursos por \$13.700 millones, complementado con la puesta en marcha de la Red Clúster Colombia.”

Mediante convocatorias para el otorgamiento de recursos no reembolsables, a modo de capital semilla (recursos otorgados a empresas sin producto mínimamente viable desarrollado y sin validación comercial) y capital en etapa temprana (recursos otorgados a empresas con producto mínimamente viable con validación comercial) se han beneficiado 120 empresas con una inversión total de iNNpulsa de \$37.852 millones.

En términos de estrategias de acceso al crédito, fueron desarrolladas junto a Bancóldex tres líneas de redescuento que se ejecutaron a través del sector financiero de primer piso, las cuales beneficiaron a 366 empresas con una inversión de iNNpulsa de \$14.378 millones. Asimismo, se ha venido adelantando un proceso de sensibilización bancaria para hacer visible el potencial del segmento de nuevas empresas innovadoras de alto potencial de crecimiento, desarrollando nuevos productos crediti-

cios para emprendedores, en alianza con entidades bancarias.

Bancolombia estructuró el primer vehículo de financiación inteligente en el país, con una propuesta de valor diferenciada para empresas en etapa temprana y un modelo de riesgo en donde se incluyeron diferentes variables cualitativas. Hasta el momento se han entregado más de \$10.000 millones en créditos a más de 20 empresas.

Asimismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Garantías S.A. -FNG- e iNNpulsa Colombia realizaron el lanzamiento de un nuevo producto de Garantías Ampliadas para Emprendimientos de Alto Impacto, con el propósito de respaldar créditos por \$11.288 millones que solicitan los emprendedores para capital de trabajo, inversión fija o capitalización empresarial.

Finalmente, en lo que tiene que ver con la necesidad de desarrollar una industria de capital de riesgo en el país, se apoyó la creación de la Red Nacional de Ángeles Inversionistas (con el liderazgo de la Fundación Bavaria) y de cinco fondos de capital privado (Velum Ventures, Montain Nazca, Atom Ventures, Capitalia y Promotora) que invierten en empresas en etapa temprana de desarrollo. También se igualó con recursos no reembolsables la inversión de ánge-

les inversionistas en 30 empresas en etapa temprana. Estos instrumentos han permitido beneficiar a más de 68 empresas con una inversión de iNNpulsa de \$12.410 millones.

En suma, los instrumentos de fomento a la industria de financiación han permitido un apalancamiento de \$287.000 millones de recursos privados de inversión, crédito y capital semilla, lo que ha redundado en el financiamiento de 554 empresas.

Un buen balance durante 2016

Con el ánimo de continuar con la promoción de un crecimiento sostenible, rentable y orientado a la sofisticación y al aumento de la productividad, iNNpulsa no ha cesado sus esfuerzos en todas las regiones del país para promover el mejoramiento de las capacidades empresariales, orientar la adopción de la tecnología y lograr el acceso a nuevos mercados internacionales.

Las cifras hablan por sí solas. Por ejemplo, durante 2016 fue concreta la Convocatoria Escalamiento de la Productividad, la cual benefició a 210 Pymes por medio de la ejecución de nueve proyectos. De igual manera, las convocatorias Reto a la Productividad y Desarrollo de Cadenas Productivas y Fortalecimiento Sectorial permitieron generar una transferencia de conocimiento y de asistencia técnica.

Entre tanto, el año pasado también estuvo en marcha la convocatoria de alistamiento para el mercado internacional con la que fueron beneficiadas 29 Pymes del país que se dieron a la tarea de diversificar su oferta exportable. Y a la par con lo que se ha ejecutado en los frentes mencionados, cabe resaltar que la entidad también le dio un espaldarazo a 24 iniciativas en 13 departamentos para la conformación y fortalecimiento de clústers bajo la política de promover la innovación en pro de fomentar la competitividad.

En materia de tecnología, iNNpulsa, en alianza con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), puso a rodar un plan para beneficiar a las Pymes con un mejor uso de internet e implementación del comercio electrónico. Los resultados son alentadores, ya que cerca de 7.500 empresas fueron cubiertas por este proyecto.

Y para continuar con el fortalecimiento del trabajo que adelanta iNNpulsa Colombia, 2017 será clave ya que fue denominado como el “Año de la Innovación”. Bajo esta guía, el gobierno se planteó una meta ambiciosa: ser, a 2032, la tercera economía más competitiva de la región y, a 2025, la tercera más innovadora.

Así, la entidad tiene como meta continuar con el fortalecimiento del tejido empresarial, la productividad y la sofisticación, para lo que apunta a atender en 2017 a cerca de 6.000 compañías con recursos que ascienden a los \$70.000 millones. Sin duda, el camino recorrido no ha sido fácil, pero no se puede aplazar la tarea de fomentar el desarrollo de las empresas, promover la innovación y, por supuesto, generar un cambio real y profundo en la mentalidad y cultura de los colombianos que quieren convertirse en emprendedores innovadores. ■



PRODUCTIVIDAD Y **ACCIONES DE** MEJORAMIENTO EMPRESARIAL

Por: Mónica Ospina y Juan José Estrada Sosa*

En Colombia, el PIB per cápita, a precios constantes, alcanzó un aumento de casi un 50% entre 2000 y 2015, el desempleo disminuyó en 10 puntos porcentuales y el nivel de inversión logró un nivel histórico del 30% del PIB para el año 2015; sin embargo, el crecimiento de la productividad por trabajador se ha desacelerado fuertemente, pasando del 3.2% en 2013 al 2.3% en 2014 y al 0.7% en 2015. Esto es preocupante ya que, a pesar de que la economía colombiana ha tenido buen comportamiento en los últimos quince años, el crecimiento promedio de la Productividad Total de los Factores – PTF ha sido cercana a cero (véase gráfico 1). Más aún, la productividad por trabajador en Colombia es de las más bajas de América Latina, y es incluso inferior a la de países de la región como Chile, México, Argentina, Brasil y Perú.

*Profesor Investigador e Investigador Junior de la Escuela de Economía y Finanzas de la Universidad EAFIT. E-mail: ospinamonica1@gmail.com, jestrada2@eafit.edu.co

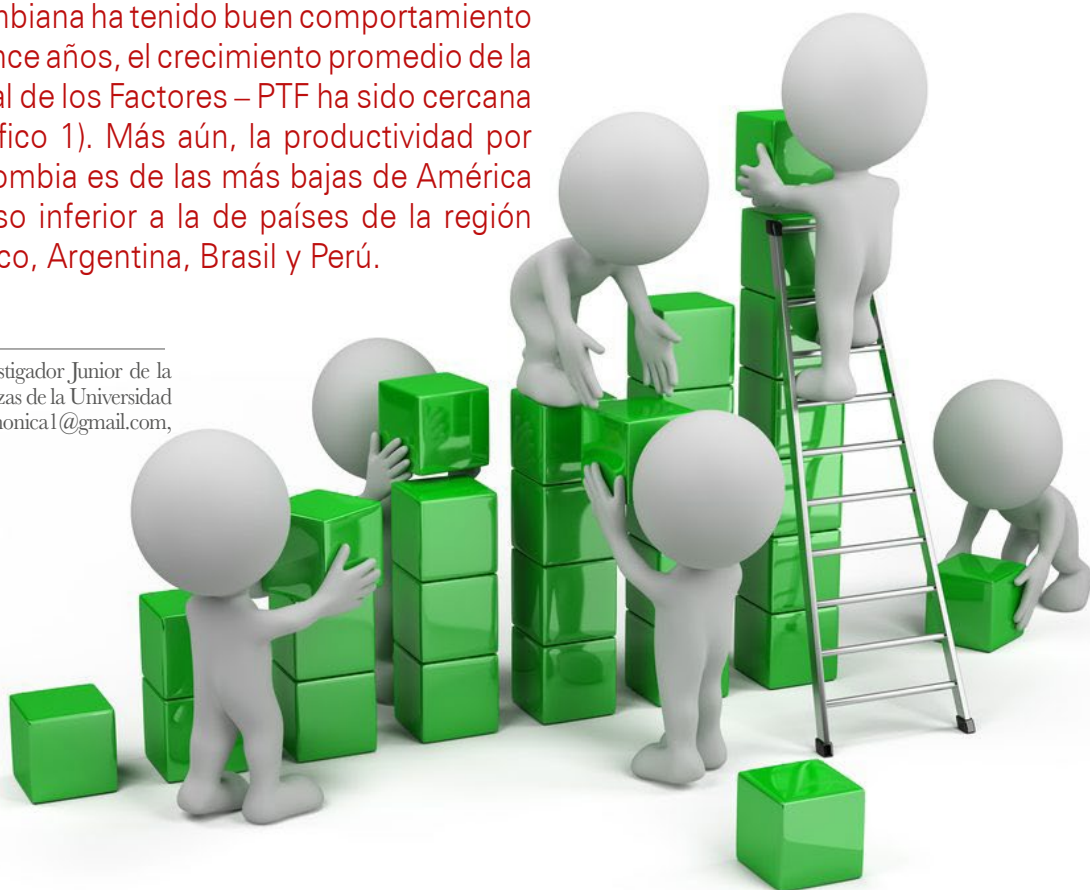
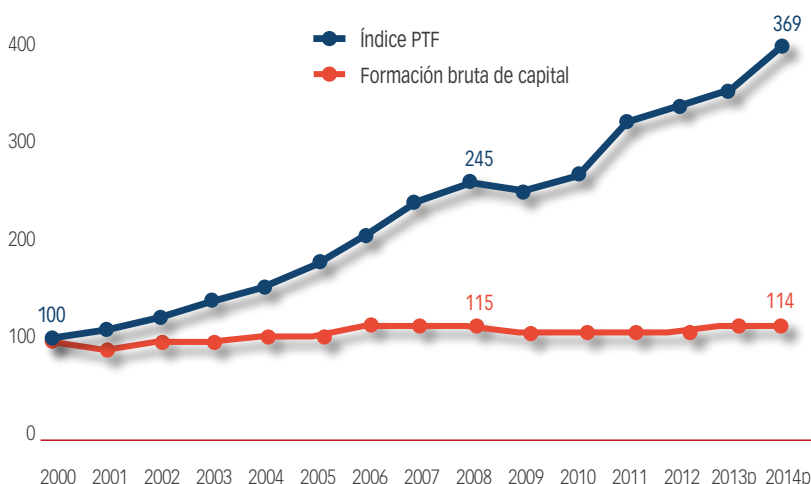


Gráfico 1. Evolución de la productividad y de la inversión en Colombia 2000-2015
Índice (2000=100)



Fuentes: Dane, DNP, cálculos OLE – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

No obstante, otros países en América Latina y por fuera de la región, como son Chile y Corea del Sur, han logrado aumentar su productividad laboral en los últimos 25 años. Corea del Sur sostenía un PIB per cápita inferior al de Colombia en 1980, con una población de igual tamaño, pero logró sobrepasarlo en términos de productividad laboral en tan solo diez años, con un crecimiento promedio anual del 4.6% entre 1990 y 2007. Por su parte, Chile ha tenido una tasa de crecimiento en la productividad por trabajador promedio anual del 2% en los últimos 25 años y para el año 2014 la productividad por trabajador era equivalente al 47% de un trabajador en Estados Unidos, mientras que en Colombia para el mismo año era solo del 23% y en Corea del Sur del 60% (The Conference Board Total Economy Database, May 2015).

Es claro entonces que la baja productividad laboral se convierte en una barrera para alcanzar una mayor competitividad. El Índice Global de Competitividad 2016-2017, estimado por World Economic Forum, calcula que Colombia ocu-

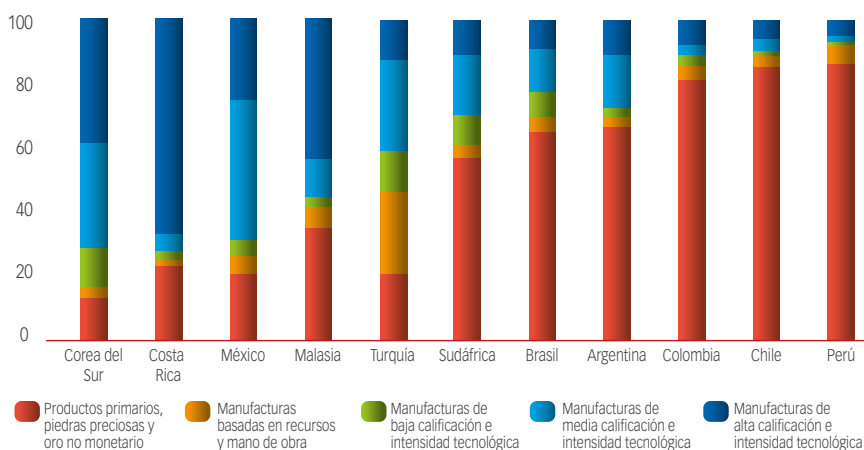
pa el puesto 61 de 138 economías. Específicamente, hay mayor rezago en educación superior, innovación, habilidad tecnológica, instituciones e infraestructura, además se evidencia un retroceso en la evolución de la competitividad de factores como la educación, la eficiencia del mercado laboral, la innovación y la preparación tecnológica.

Ante esto vale la pena preguntarse qué acciones se pueden tomar para mejorar los aspectos que nos hacen menos productivos y por tanto menos competitivos. Mientras que los factores de institucionalidad e infraestructura son responsabilidad del gobierno, desde el sector empresarial es posible influir en cuatro aspectos que son fundamentales para mejorar la productividad laboral en Colombia, estos son: la educación, la apropiación tecnológica, la innovación y el mercado laboral. Estos aspectos, además de estar relacionados con aumentos en la productividad, están fuertemente relacionados entre sí, por lo tanto existen complementariedades cuando se mejoran estos factores. Adicionalmente, la evidencia apunta a que los países que han logrado aumentar

su productividad laboral se han enfocado en la mejora de estos aspectos, que además están directamente relacionados con la “cuarta revolución industrial”, es decir con los cambios en las economías en el futuro próximo.

En Colombia, la educación ha mejorado el nivel de cobertura, pero tiene baja calidad y gran desarticulación con el mercado laboral. Esto implica que los estudiantes no están llegando al mercado laboral con las habilidades que se requieren para mejorar la productividad laboral, generando un ciclo vicioso ya que la baja productividad resulta en pocos incentivos a la formalidad y bajos salarios, lo cual a su vez disminuye la productividad aún más. En cuanto a la innovación y la apropiación tecnológica, Colombia muestra un incipiente avance tecnológico en el sector productivo, lo cual se ve reflejado en que el 80% de las exportaciones se concentra en el sector primario, es decir que se le da muy poco valor agregado a los productos (véase gráfico 2). Más aun, este sector es el sector con menor productividad por trabajador en Colombia. Según cifras del Consejo Privado de Competitividad, en Colombia se necesitan diez trabajadores en el sector agrícola para producir lo mismo que un trabajador en Estados Unidos.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, una posible implicación para que el sector empresarial pueda aumentar la productividad e incrementar el nivel de competitividad del país es comprender que la educación no es un asunto exclusivo del gobierno: los beneficios privados generados por la educación son mayores a los beneficios sociales, particularmente en educación superior (véase gráfico 3). Esta noción ya ha sido percibida en varios países, como Corea del Sur, que han logrado avan-

Gráfico 2. Exportaciones por intensidad tecnológica (%)

Fuente: Consejo Privado de Competitividad con base en UNCTAD.

ces en su sistema educativo al incluir al sector privado, no a través de ayudas económicas, sino liderando los procesos educativos. De esta manera, el sector privado es el encargado de dirigir el componente administrativo y la autonomía de los colegios al decidir qué se enseña y cómo se enseña; mientras que el sector público se limita a otorgar subsidios de matrículas para estos colegios.

Corea del Sur es un claro ejemplo de esta modalidad. Este país sostiene tres pilares que lideran su sistema educativo: primero, hay un gran enfoque en la educación primaria; segundo, la educación secundaria está orientada a la formación laboral con base en las habilidades y ca-

pacidades que son requeridas por los empleadores; y, por último, se distingue un gran compromiso por parte del sector privado, apoyado por financiación pública, en educación secundaria y educación superior. Si en Colombia se integra al sector privado en la articulación del sistema educativo, se podría elevar la calidad de la educación y la formación de futuros empleados. Esto tendería a cerrar las brechas de capital humano, que instituciones como el Consejo Privado de Competitividad y otras investigaciones han detectado como prioritario para mejorar la productividad en el país.

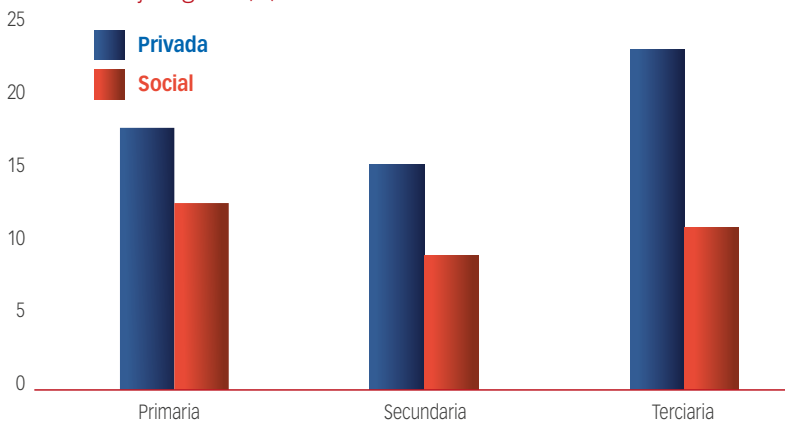
Cerrar las brechas de capital humano tiene fuertes implicaciones para

el mercado laboral, ya que mejora el emparejamiento y la estabilidad laboral, y esto a su vez mejora la productividad y los salarios. En Colombia hay evidencia de que los empleados cambian constantemente de puesto de trabajo, y que hay múltiples desajustes que no permiten el emparejamiento entre empleados y empleadores. La situación empeora cuando se considera que la legislación laboral en Colombia es poco flexible y costosa en términos de contratación y despido. La suma de todos estos factores,

que se reflejan desde la desarticulación del sector educativo con el sector productivo, resulta en bajos niveles de productividad y salarios, que, como se mencionó anteriormente, disminuyen aún más la productividad laboral.

Las brechas de capital humano, o desajustes entre la educación y el mercado laboral, se pueden dividir en tres grandes grupos: primero, desajuste entre el nivel de educación requerido para el trabajo vs. el nivel de educación obtenido. Segundo, desajustes verticales o de calidad, es decir desajustes de las competencias genéricas y específicas requeridas en el trabajo y las obtenidas en la educación superior. Finalmente, desajustes horizontales relacionados con las brechas entre el área del conocimiento del trabajo realizado y la carrera estudiada.

Utilizando la encuesta a graduados del Observatorio Laboral para la Educación para el año 2015, se encuentra que en Colombia solo el 51.86% declaró tener un nivel de escolaridad adecuado para su trabajo; el 32.28% piensa que tienen las habilidades necesarias para realizar las actividades que se encuentran desempeñando; y el 76.52% de los trabajadores considera que el trabajo que realizan está relacionado

Gráfico 3. Retornos sociales y privados a la inversión en educación
Países de bajo ingreso (%)

Fuente: Harry Anthony Patrinos, "Education and Economic Development", Jakarta 2017.

con la carrera que estudiaron (véase gráfico 4). Con lo anterior, es fácil concluir que en Colombia existe un problema de brechas de capital humano, lo que tiene un impacto negativo sobre los salarios y por tanto en la productividad por trabajador.

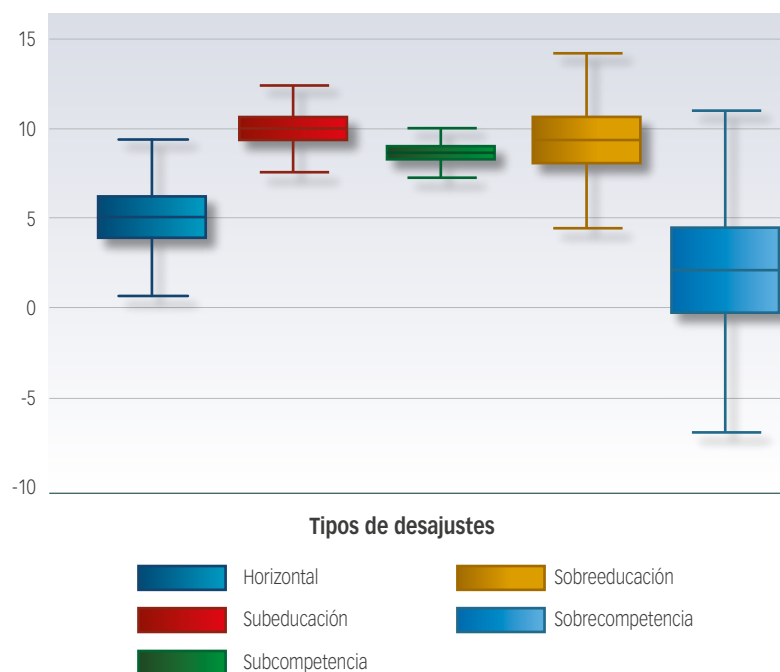
Según cifras del Observatorio Laboral para la Educación, en promedio las personas que se consideran bien emparejadas ganan entre un 31% y un 39% más que los no emparejados (ver Ospina y Estrada, 2017). Sin embargo, estas estimaciones no tienen en cuenta el hecho de que características como número de años de experiencia, habilidades, o estudiar en instituciones de mejor calidad afectan no solo el salario, sino también la probabilidad de estar mejor emparejado. Es decir que para estimar el efecto de las brechas de capital humano en los salarios se hace necesario separar estos efectos. El gráfico 5 presenta los efectos de las brechas de capital humano en el salario eliminando el efecto de todas las otras variables que pueden influirlo (estimación causal), es decir que las diferencias mencionadas son completamente atribuibles a estar mal emparejado. Se puede observar que las brechas de capital humano están disminuyendo los sa-

larios promedio de los colombianos entre un 5% y un 9% (ver Ospina y Estrada, 2017).

Dado lo anterior, surge la pregunta ¿cuáles son los costos en términos de salarios de estar mal emparejado? Según la encuesta a graduados de educación superior reali-

zada por el Observatorio Laboral para la Educación (OLE) en el año 2015, el salario promedio de los 15.449 individuos encuestados es de COP\$1.656.116. Si consideramos crecimientos salariales promedio entre un 5% y un 9% para mejorar el emparejamiento, los trabajadores del país estarían ganando en

Gráfico 5. Efecto de las brechas de capital humano en el salario
(% de la reducción en el salario)

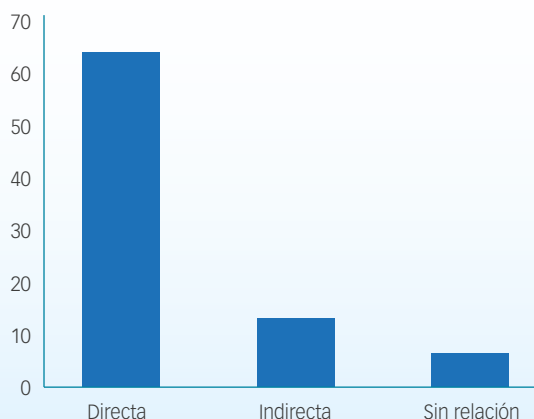


Fuente: Ospina y Estrada, 2017.

Gráfico 4. Desajustes en educación en Colombia (% de individuos)

Emparejamiento horizontal:

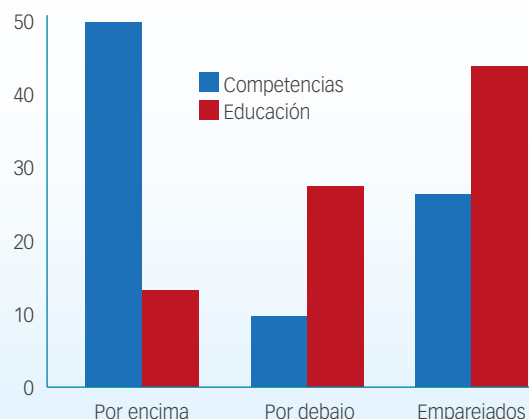
Percepción de la relación



Fuente: Ospina y Estrada, 2017.

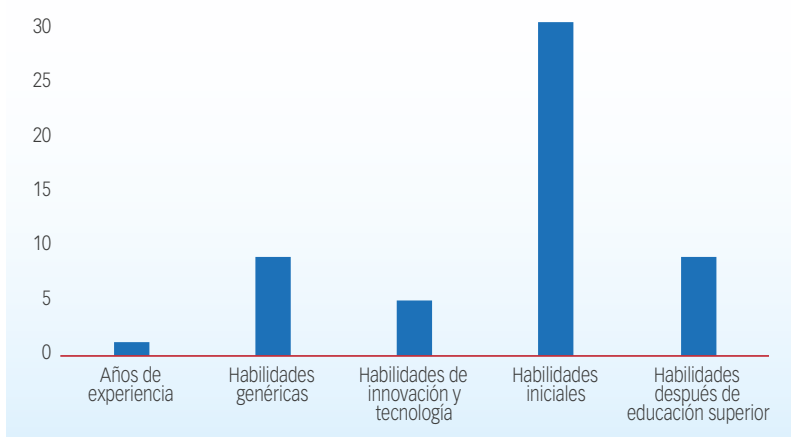
Emparejamiento en competencias y educación:

Percepción de la relación-Cantidades requeridas vs. obtenidas



Fuente: Ospina y Estrada, 2017.

Gráfico 6. Determinantes del desajuste
(% disminución en la probabilidad de desajuste)



Fuente: Ospina y Estrada, 2017.

promedio entre COP\$1.738.921 y COP\$1.805.166. En términos agregados, esto implica unos costos aproximados de COP\$1.1 billones si consideramos que el 59% de los encuestados se encontraba mal emparejado en el año 2015, según datos de la misma encuesta. Pero esa no es la única ganancia, las empresas percibirían ganancias en productividad del trabajador cercanas a esos porcentajes y Colombia percibiría crecimientos en el índice de productividad cercanos a los de Corea entre los años 1990 y 2007.

La pregunta sería entonces ¿cómo disminuir las brechas de capital humano? Estos desajustes pueden ser minimizados si el sector privado se involucra en fomentar la innovación escolar para lograr un emparejamiento más eficiente entre las personas que están saliendo del sistema educativo y el mercado laboral, promoviendo la transferencia tecnológica y desarrollando capacidades aptas para la economía digital de manera que se puedan crear nuevos empleos y, así, mejorar la productividad total del país.

El gráfico 6 presenta un acercamiento a las variables que pueden reducir la probabilidad de que un trabajador esté mal emparejado (ver Ospina y Estrada, 2017).

na y Estrada, 2017). Estos resultados soportan la idea de que, adicional a la inversión privada, las políticas públicas en términos de educación deberían estar dirigidas a: i) inversión en primera infancia, ya que la evidencia ha demostrado que es el momento de la vida donde se crean en mayor medida las habilidades iniciales; ii) mejorar la calidad en las instituciones de educación superior; y iii) modernizar el sistema educativo para garantizar que los estudian-

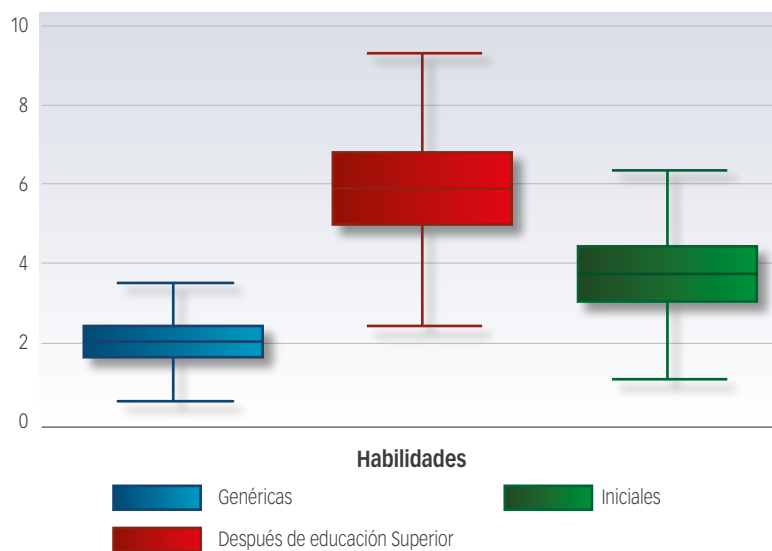
tes, además de desarrollar las habilidades cognitivas, puedan desarrollar también las habilidades genéricas (habilidades de comunicación, ética, trabajo individual, entre otros) y tecnológicas, de modo que se garantice que su inserción en el mercado laboral sea lo más eficiente posible.

Finalmente, se resalta que la inversión en el mejoramiento de las habilidades no solamente tiene un impacto positivo al reducir las brechas de capital humano, sino que mejora también el salario de los individuos. Así, las habilidades genéricas, las habilidades iniciales y las habilidades propias de la educación superior tienen efectos positivos en el salario del 2%, el 5.4% y el 3.5%, respectivamente (véase gráfico 7). Por lo tanto, es una política rentable bajo ambos puntos de vista (ver Ospina y Estrada, 2017). ■

BIBLIOGRAFÍA

- Ospina, M. y J. Estrada (2017), “Job Mismatch: Determinants and effects of the Assignment Process in the Labor Market”, Working Paper. Universidad EAFIT.

Gráfico 7. Efecto de las habilidades en el salario
(% del incremento en el salario)



Fuente: Ospina y Estrada, 2017.



EL PIB-REAL DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS, EMPRESARIALES E INMOBILIARIOS: RESULTADOS DE 2016 Y PERSPECTIVAS

Corresponde al *Comentario Económico del Día* 3 de abril de 2017

El Dane reveló que el PIB-real de Colombia se expandió a ritmos del 2% en 2016 (como un todo), desacelerándose frente al 3.1% de 2015. Allí salvó la cara de la economía el dinamismo del sector de servicios financieros, empresariales e inmobiliarios, al mantener ritmos de crecimiento del 5% (vs. 5.1% en 2015). También se destaca la contribución del sector de la construcción al acelerarse marginalmente hacia un 4.1% (vs. 3.7% en 2015), pero todavía con un registro *subpar* respecto de las expectativas que habían generado las obras civiles de las 4G. En contraste, los sectores con el peor desempeño fueron la minería (-6.5% en 2016 vs. +0.2% en 2015) y transporte-telecomunicaciones (-0.1% vs. +2.6%), ver *Informe Semanal* No. 1354 de marzo de 2017.

Dicha expansión del sector de establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios empresariales (el cual pesa un 21% en el PIB-real) se explica por: i) la aceleración en los servicios empresariales; y ii) los menores crecimientos observados en los servicios inmobiliarios y en la intermediación financiera (propriadamente dicha); aunque este último subsector mantuvo elevados niveles de crecimiento y lideró el desempeño de todo el sector. Veamos estos resultados con algo de detalle.

El subsector de servicios de intermediación financiera y conexos logró elevadas expansiones a ritmos del 11.1% real en 2016 (vs. 12.3% en 2015), ver gráfico adjunto. Allí el mayor margen financiero (dados los aumentos en la repo-central de +325pb entre septiembre de 2015 y julio de 2016) contrarrestó un aterrizaje crediticio mucho menos suave de lo esperado, donde el crecimiento de la cartera alcanzó niveles de solo el 2% real anual en 2016 (vs. 8.5% en 2015). Dicha expansión en el margen de intermediación afectó favorablemente las utilidades bancarias, las cuales aumentaron su expansión del 13.8% real anual en 2015 al 14.2% al finalizar el año 2016.

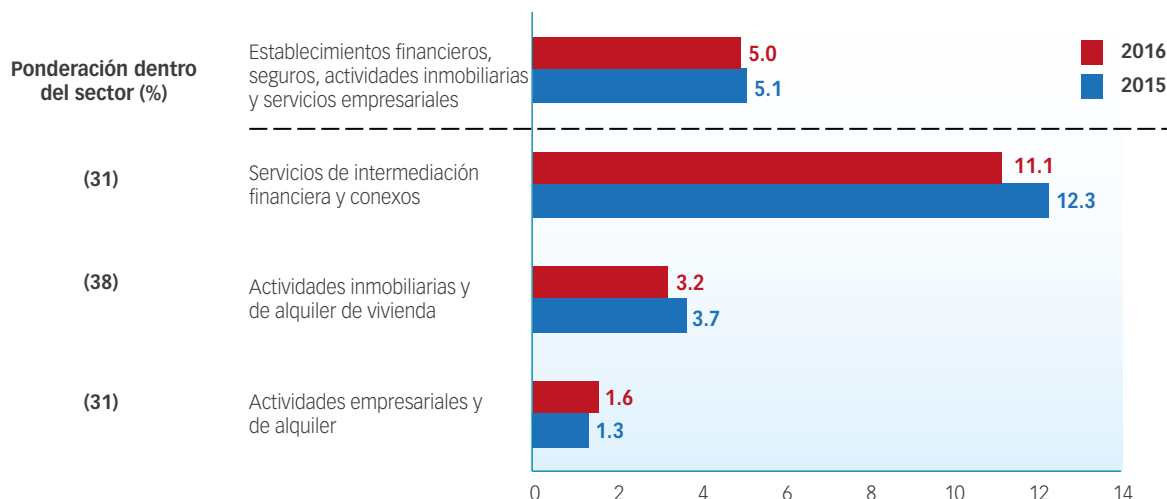
El rubro de actividades inmobiliarias y de alquiler de vivienda pasó de una expansión del 3.7% real en 2015 al 3.2% en 2016. Aquí la expansión en el área causada de edificaciones de tipo residencial (+3.9% en 2016 vs. -2.8% en 2015) no alcanzó a compensar los debilitamientos en las ventas de vivienda a nivel nacional (+5% en el acumulado en doce meses al corte de diciembre de 2016 vs. +5.7% un año atrás, según cifras de Galería Inmobiliaria) y la contracción en el metraje licenciado en obras residenciales (-17.8% vs. +9.9%). En este caso, empiezan a ser evidentes los efectos del agotamiento de los impulsos gubernamentales a la vivienda y los lastres provenientes del “suave rasgamiento” de la burbuja hipotecaria (afortunadamente no apalancada) del período 2014-2017 (ver *RASEC* No. 182 de febrero de 2017).

En contraste, el subsector de actividades empresariales y de alquiler se expandió ligeramente del 1.3% real en 2015 al 1.6% en 2016. En este resultado incidió positivamente el crecimiento en los metros cuadrados causados no residenciales (oficinas,

bodegas, comercio, etc.) a tasas del 11.5% en 2016 (vs. 4.5% en 2015), resultado del buen licenciamiento no residencial de años anteriores. Ahora, nótese que la percepción sobre los resultados empresariales difiere entre sectores, lo que genera efectos encontrados en la dinámica y crecimiento de los servicios contratados por las firmas. Por ejemplo, según la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, la situación actual de los comerciantes ha mejorado, pero la de los industriales se mantiene en el plano negativo. En efecto, el balance de respuestas (promedio móvil de tres meses) para los comerciantes aumentó de 44 en febrero de 2016 a 48 en el mismo mes de 2017, mientras que el de los industriales se redujo de 50 a 47 en igual período. En el caso de los empresarios Pyme, la Gran Encuesta Pyme de Anif muestra que la percepción de los empresarios de este segmento es menos favorable en materia de situación actual y expectativas, pues el Indicador Pyme Anif (IPA) pasó de 66 promedio en 2015 a 63 en 2016 (ver *Comentario Económico del Día* 23 de enero de 2017).

En síntesis, el PIB-real del sector de establecimientos financieros, servicios empresariales e inmobiliarios se expandió a ritmos del 5% durante 2016, manteniéndose en niveles similares al 5.1% de 2015. Este resultado estuvo liderado por el elevado crecimiento de la intermediación financiera en 2016 (11.1%), a pesar de haberse reducido ligeramente frente al año anterior (12.3%). También se destaca la expansión de las actividades empresariales (1.6% en 2016 vs. 1.3% en 2015), mientras que los servicios inmobiliarios presentaron un menor crecimiento (3.2% vs. 3.7%). Teniendo en cuenta el pobre desempeño económico en 2016 y la frágil recuperación a nivel internacional y local, Anif considera que el sector de establecimientos financieros y servicios empresariales-inmobiliarios reduciría su crecimiento hacia el 3.7% en 2017 (como un todo). Con ello, el sector analizado ahora sería el segundo más dinámico (ante el rebote pronosticado de la construcción gracias al impulso de las obras 4G), pero se mantendría por encima del 2.2% proyectado para toda la economía. ■

PIB-real del sector de establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios empresariales (Variación porcentual anual)

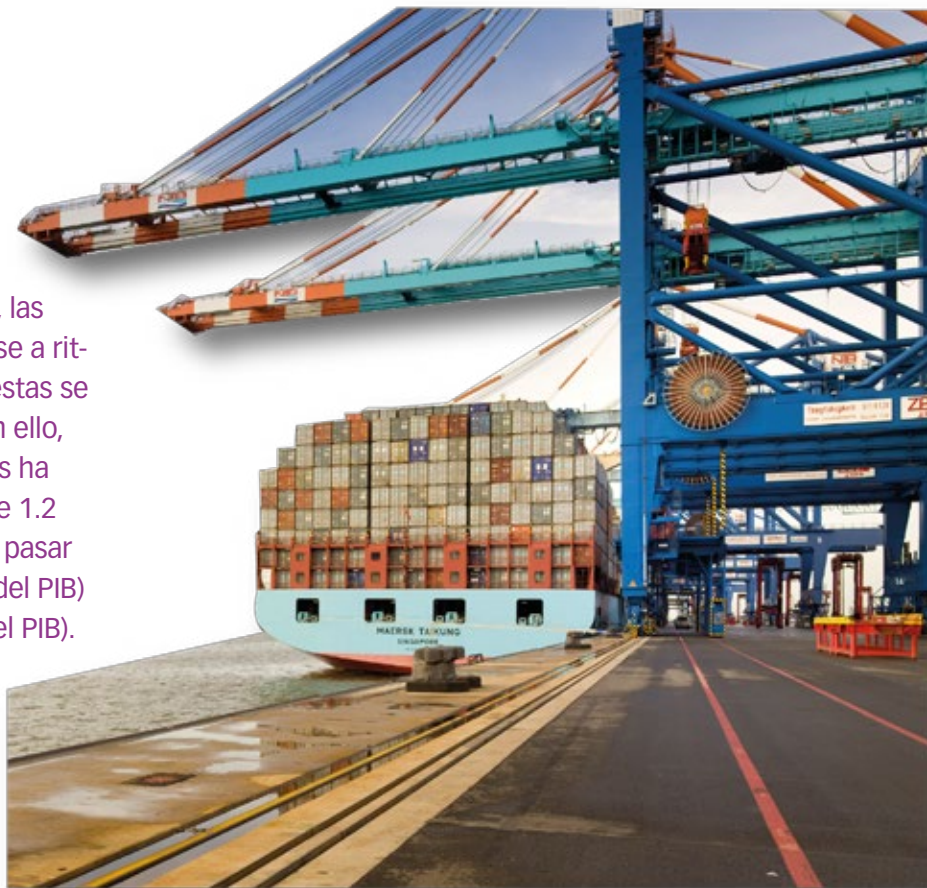


Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

IMPORTACIONES: DESEMPEÑO EN 2016 Y PERSPECTIVAS DE 2017

Corresponde al *Comentario Económico del Día* 8 de mayo de 2017

Según el Dane, las importaciones colombianas sumaron US\$44.894 millones (en valores CIF) al cierre de 2016, equivalente a una reducción del -17% anual con respecto a 2015. Así, las compras externas siguieron reduciéndose a ritmos acelerados, luego de que en 2015 estas se hubieran contraído un -15.6% anual. Con ello, el ajuste en las cuentas externas del país ha comenzado a darse, con correcciones de 1.2 puntos del PIB en el déficit comercial, al pasar de -US\$15.935 millones en 2015 (-5.4% del PIB) a -US\$10.261 millones en 2016 (-4.2% del PIB). Esto se logró gracias a que las importaciones (-17% anual) exhibieron una contracción más abultada que la de las exportaciones (-12.9%) en 2016 (ver *Comentario Económico del Día* 13 de marzo de 2017).



Ahora bien, el comportamiento reciente en las importaciones se debe principalmente a: i) la desaceleración de la demanda interna en Colombia (creciendo solo un 0.6% real anual en 2016 vs. 3.1% anual en 2015); y ii) la devaluación peso-dólar (11.2% promedio anual en 2016), lo cual continuó encareciendo las compras por fuera del país.

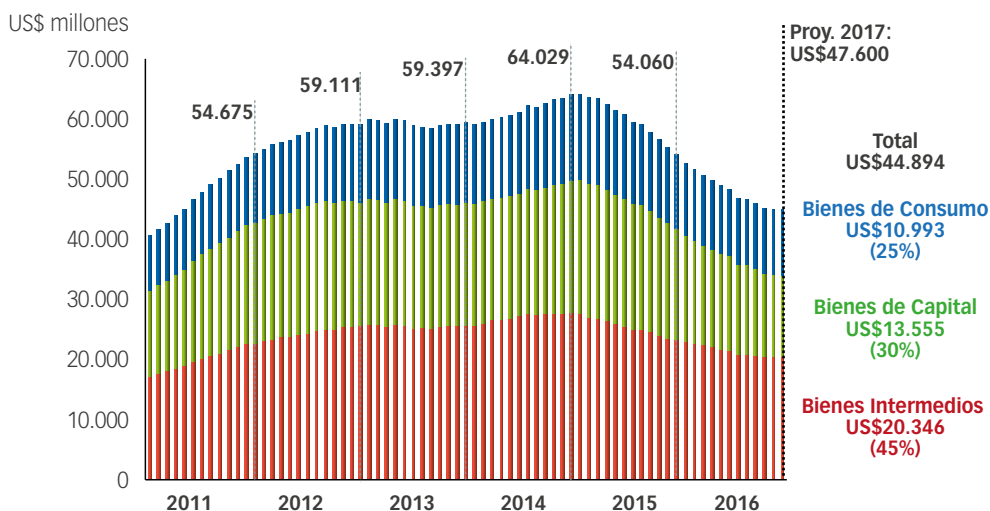
La caída en las importaciones estuvo encabezada por las menores compras de bienes de capital, que cayeron un -27.2% anual hasta los US\$13.555 millones (30% del total) en 2016. Esto debido a reducciones en todos sus componentes: bienes de capital para la industria (-22.9% anual; 18.9% del total de importaciones); equipo de transporte (-38.3% anual; 7.8% del total); materiales de construcción

(-20.7% anual; 3.1% del total); y bienes de capital para la agricultura (-5% anual; 0.3% del total).

Igualmente, las importaciones de materias primas (45% del total) exhibieron una caída del -12.7%, alcanzando los US\$20.346 millones en 2016. Al interior de este rubro, se evidenciaron las siguientes variaciones: i) menores compras externas de materias primas para

Importaciones totales según su uso

(Valor CIF; acumulado en doce meses a diciembre de 2016)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

la industria (-9% anual; 32.9% del total); ii) reducciones en las importaciones de combustibles y lubricantes (-25.5% anual; 8.5% del total), tras la entrada en funcionamiento de Reficar; y iii) disminuciones en las importaciones de materias primas para la agricultura (-9.6% anual; 3.9% del total).

Las importaciones de bienes de consumo bordearon los US\$10.993 millones (25% del total) en 2016, lo cual significó una caída del -9.4% anual frente a 2015. Dicha reducción se debió principalmente a la disminución de las compras en el exterior de bienes de consumo duradero (-15.2% anual; 11.2% del total) y, en menor medida, de bienes de consumo no duradero (-3.9% anual; 13.3% del total). Puntualmente, las importaciones de vehículos particulares tuvieron un mal desempeño (-18.4% anual) dentro de los bienes de consumo duradero, mientras que las importaciones de prendas de vestir (-21.6%

anual) fueron las que mostraron mayor contracción entre los bienes de consumo no duradero.

Los datos más recientes, publicados por el Dane, señalan que las importaciones en los últimos doce meses a febrero de 2017 sumaron US\$45.087 millones (CIF), reduciéndose a tasas más “moderadas” del -12.6% frente al mismo período un año atrás (-19%). Es más, las importaciones del año corrido a febrero de 2017 mostraron un crecimiento del 2.8% frente al mismo período de 2016, dejando entrever que, en el año 2017, las importaciones podrían volver a tener una tendencia ascendente.

Para 2017 (como un todo), Anif proyecta una expansión de las importaciones totales del 6% anual, con lo cual estas se ubicarían alrededor de los US\$47.600 millones. Dicho crecimiento sería jalonado por incrementos en las importaciones de bienes intermedios (8.1% anual), bienes de

consumo (4.8% anual) y bienes de capital (4% anual). Estas proyecciones se fundamentan principalmente en: i) el aumento de las compras externas de combustibles, debido a la caída en la producción petrolera local (850.000 bpd proyectados para 2017 vs. 886.000 de 2016) y a la mayor capacidad de refinamiento de Reficar; ii) un leve repunte en el consumo de los hogares (2.3% proyectado para 2017 vs. 2.1% en 2016) y las mejores condiciones crediticias propiciadas por las rebajas en la tasa repo del Banco de la República que cerraría en niveles del 6% en diciembre de 2017, pese a los efectos inflacionarios del aumento de la tarifa general del IVA (del 16% al 19%) mandado por la Ley 1819 de 2016; y iii) la menor devaluación proyectada (1% promedio anual en 2017) y la recuperación de la inversión en el país (4.2% proyectado en 2017), lo cual promovería la importación de bienes de capital para la industria. ■



DESEMPEÑO DEL SECTOR DE SERVICIOS SOCIALES EN 2016 Y PERSPECTIVAS

Corresponde al *Comentario Económico del Día* 24 de abril de 2017

Durante 2016, el sector de servicios sociales continuó desacelerándose hacia moderadas expansiones del 2.2% real anual, inferior al 3.1% registrado en 2015. Aun así, el sector logró superar levemente el desempeño de la economía, que se expandió un 2% en 2016 (como un todo), ver *Informe Semanal* No. 1354 de marzo de 2017. Sin embargo, por segundo año consecutivo, los servicios sociales no fueron uno de los sectores con mayor crecimiento de la economía, al haberse ubicado en el cuarto lugar (frente al segundo lugar ocupado en 2014), muy por debajo de los servicios financieros (expansión del 5% anual) y de la construcción (4.1%), ver *Comentario Económico del Día* 23 de mayo de 2016.

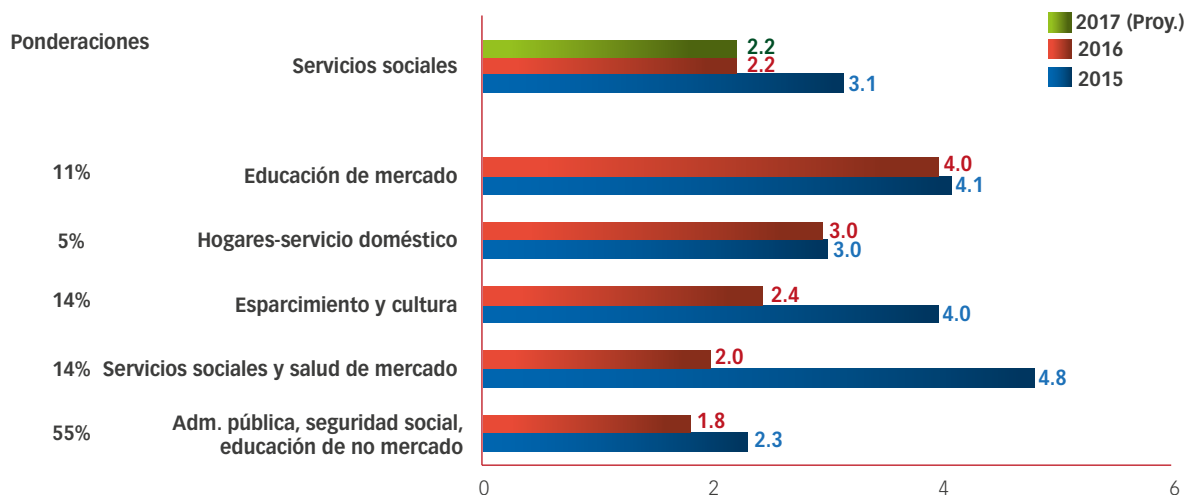
Pese a lo anterior, el sector de servicios sociales ocupó la segunda posición en términos de contribución al crecimiento. En efecto, con una participación del 15% en el PIB total, este sector aportó 0.34 puntos porcentuales (pp) al crecimiento total de la economía en 2016 (el 2% ya mencionado). De esta manera, el aporte de este sector al crecimiento superó incluso el de sectores que registraron tasas de crecimiento mayores, como la construcción (crecimiento del 4.1%; contribución de 0.29pp) y la industria (3%; 0.32pp). Ello obedece a la menor ponderación de dichos sectores al interior del PIB total con respecto a la de los servicios sociales.

Al analizar el comportamiento del sector de servicios sociales por subsector, se observa que el de educación de mercado (privada) fue el que lideró el cre-

cimiento en 2016 con una expansión del 4%, muy similar al 4.1% registrado un año atrás (ver gráfico adjunto). Ese crecimiento respondió al incremento del 9.9% anual en los ingresos de este subsector (vs. 9.1% en 2015), donde resultaron clave los aumentos tanto en el número de matrículas como en su valor.

Por su parte, el subsector de hogares-servicio doméstico registró un crecimiento del 3% anual en 2016, manteniendo el crecimiento observado en 2015, en línea con el bajo dinamismo de sus ingresos. De manera similar, el subsector de esparcimiento y cultura creció un 2.4% anual, desacelerándose de manera marcada frente al 4% de 2015. Ello fue el resultado de la desaceleración económica del país, pues en épocas de “vacas flacas” los hogares suelen recortar este tipo de gasto. Lo anterior se reflejó en una disminución en los ingresos opera-

Dinámica del Sector de servicios sociales (Variación % anual)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

cionales del sector (que crecieron apenas un 1.5% anual en 2016 vs. 11.3% en 2015) y en el personal ocupado (3.3% vs. 4.4%).

El subsector de servicios sociales (asistencia social) y salud de mercado (privada) fue uno de los de más bajo dinamismo en 2016, apenas igualando el crecimiento del PIB total. En efecto, este se expandió tan solo un 2% anual, desacelerándose significativamente frente al crecimiento del 4.8% de 2015. Ello respondió, en parte, al menor número de usuarios afiliados a los servicios complementarios de salud (como la medicina prepagada), por cuenta del pobre desempeño de la economía colombiana durante el período de análisis. Lo anterior se reflejó en el crecimiento de los ingresos del sector de salud privada que, aunque fue elevado (creciendo a tasas del 10% anual), se desaceleró frente al 12.3% observado en 2015.

Entre tanto, el subsector de administración pública-seguridad social fue el que registró el peor desem-

peño, ubicándose incluso por debajo del crecimiento de la economía. En efecto, este subsector pasó de crecer a tasas del 2.3% anual en 2015 a apenas un 1.8% en 2016. Dicha desaceleración estuvo en línea con la implementación de la política de “austeridad inteligente” por parte del Gobierno Nacional, que buscaba reducir el gasto público ante las restricciones fiscales impuestas por el nuevo panorama petrolero internacional y el mencionado menor dinamismo económico local. Para ello, el Presupuesto General de la Nación (PGN) de 2016 incluyó recortes por cerca de un punto del PIB respecto a 2015 y se buscó reducir la relación gasto (sin servicio de la deuda)/PIB del 20.1% en 2015 hacia el 19.3% en 2016 (ver *Comentario Económico del Día* 22 de septiembre de 2015).

En síntesis, el sector de servicios sociales exhibió un moderado desempeño durante el año 2016 (como un todo), apenas superando el crecimiento de la economía (2%). En efecto, el sector creció a tasas del 2.2% anual, por debajo

del 3.1% registrado en 2015. Ello obedeció al menor dinamismo que se observó en todos los subsectores que lo componen, particularmente los de esparcimiento-cultura y servicios sociales-salud de mercado. Para 2017 (como un todo), Anif proyecta que el sector de servicios sociales lograría mantener su crecimiento en el 2.2% real anual (al igual que en 2016). Lo anterior dado que: i) la economía colombiana exhibiría un desempeño levemente mejor al de 2016 (expandiéndose un 2.2% real anual), que podría jalonar al alza el crecimiento de los subsectores de esparcimiento-cultura y salud privada; y ii) el Presupuesto de Gasto del Gobierno Central se mantendría en niveles del 19% del PIB en 2017 (sin incluir la deuda), gracias a la adición presupuestal reciente de cerca de \$6.5 billones que propuso el gobierno al Congreso (y que se encuentra en discusión dentro del legislativo), incorporando al presupuesto los recursos que recaudará la reciente Reforma Tributaria (Ley 1819 de 2016). ■



Corresponde al Comentario Económico del Día 27 de marzo de 2017

COMPORTAMIENTO INDUSTRIAL EN 2016 Y PERSPECTIVAS

El valor agregado del sector manufacturero se expandió un 3% real durante el año 2016 (vs. 1.7% en 2015), según el Dane. Así, la industria fue el tercer sector más dinámico de la economía, por debajo de los establecimientos financieros (5% anual en 2016 vs. 5.1% en 2015) y la construcción (4.1% vs. 3.7%).

Esta buena dinámica obedeció principalmente a tres factores: i) la entrada en funcionamiento de Reficar (en noviembre de 2015), derivando en crecimientos del 9.8% en la cadena petroquímica durante 2016 (vs. 1.5% en 2015); ii) el buen dinamismo del sector de bebidas (+8.4% anual en 2016 vs. -0.7% en 2015) y sus conexos (vidrio y sus productos), como consecuencia de la ola de calor (Fenómeno de El Niño) registrada durante el primer semestre del año; y iii) la sustitución de importaciones que impulsó algunos sectores de producción nacional, dado el encarecimiento de los productos importados ante la fuerte devaluación de la tasa de cambio (del 37% en 2015 y el 11.2% en 2016), ver *Informe Semanal* No. 1332 de septiembre de 2016.

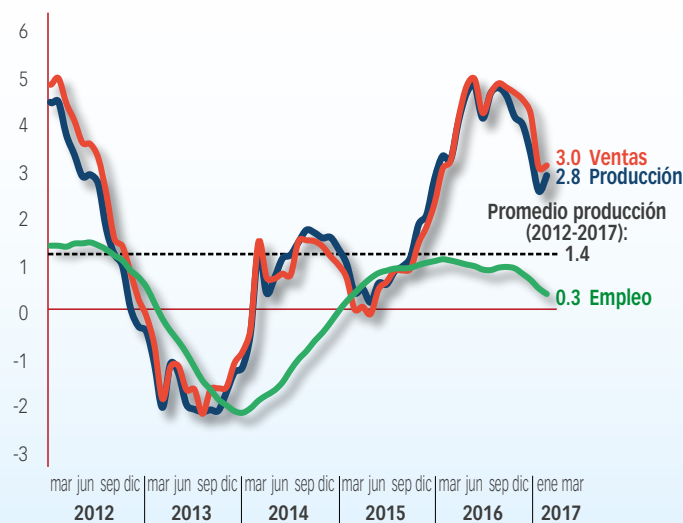
Ahora, vale la pena analizar también el desempeño de la industria de manera más desagregada, a través de la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM) del Dane. De acuerdo con la EMM, al corte de marzo de 2017, las ventas de la industria crecieron un 3% en su variación

acumulada en doce meses (vs. 3.1% un año atrás), al tiempo que la producción industrial lo hizo en un 2.8% (vs. 3.2%) y el empleo en un 0.3% (vs. 1%), ver gráfico 1.

Subsectorialmente, 19 de las 39 actividades industriales registraron expansiones en su producción real a marzo de 2017 (acumulado doce meses), un leve deterioro frente a los 23 sectores observados un año atrás. Las actividades industriales con mejor desempeño fueron: i) refinación de petróleo (+19.2%); ii) productos de caucho (+15.4%); iii) productos elaborados de metal (+9.8%); iv) productos de panadería (+6.8%); y v) maquinaria y equipo (+6.2%). En contraste, los sectores con el peor desempeño fueron: i) curtido-recurtido de cueros (-16%); ii) otros tipos de equipo de transporte (-15%); iii) elaboración de azúcar (-12%); iv) carrocerías para vehículos y remolques (-10.8%); y v) artículos de viaje (-10.1%).

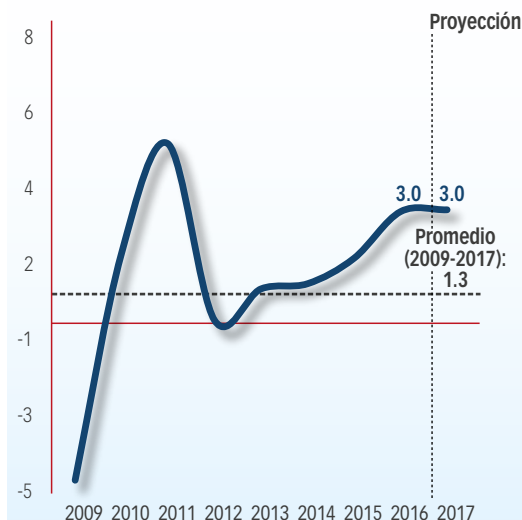
Estas cifras revelan que buena parte de las actividades que registraron caídas está atada al sector de automotores, un marcado cambio frente a lo

Gráfico 1. Industria: Producción, ventas y empleo
(Var. % en doce meses, a marzo de 2017)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane - Encuesta Mensual Manufacturera (EMM).

Gráfico 2. Evolución del valor agregado industrial
(Var. % anual)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

observado en 2015, cuando los peores desempeños estaban ligados a la cadena petroquímica (ver *Comentario Económico del Día 5* de octubre de 2015). En cambio, como ya mencionamos, en 2016-2017, buena parte de la recuperación de la industria obedeció al repunte observado en la cadena petroquímica (ante la reapertura de Reficar). De hecho, si se excluye la refinación de petróleo, el crecimiento de la producción industrial en marzo de 2017 fue nula (vs. 1.7% acumulado doce meses de un año atrás).

Así, es evidente que, pese a su (realativo) buen dinamismo, la situación actual de la industria no es suficiente para que el sector logre convertirse en el motor de la economía colombiana. Para lograr esto, es necesario fortalecer también a la industria sin refinación, pasando de la fase de sustitución de importaciones actual hacia la promoción de las exportaciones. Desafortunadamente, aún en la actual coyuntura favorable de devaluación, la industria no ha despegado del todo y sus exportaciones siguen contrayén-

dose (-0.5% acumulado doce meses a marzo de 2017).

Esto revela que la revaluación era apenas uno del “rosario” de problemas que tiene la industria, y no la “madre de todos los males” como se pensaba hace unos años. En efecto, aún quedan grandes lastres estructurales por resolver para que se sostenga el dinamismo visto recientemente en el sector, pasando a una fase de producción para exportar. En particular, Anif ha repetido con ahínco la importancia de reducir el elevado “Costo Colombia” que enfrentan los empresarios del país. Entre estos sobre costos se destacan: i) los laborales (que ascienden al 49% del salario en el caso de los pagos no salariales); ii) los energéticos (donde somos superados por países como Perú, Argentina y Brasil); iii) los de transporte-logísticos (de hasta el 15% según la OECD); y iv) la elevada carga tributaria (del 40%, aunque bajaría escalonadamente al 33% durante 2017-2019 según lo estipulado en la Ley 1819 de 2016), ver *Comentario Económico del Día 4* de abril de 2016.

Solo en la medida en que se reduzca el “Costo-Colombia” y en que se formulen políticas para elevar la productividad del sector podremos apuntalar una nueva fase de crecimiento industrial sostenible con base no solamente en la sustitución local de importaciones, sino también en las exportaciones del sector.

Por ahora, Anif proyecta una expansión del valor agregado industrial del 3% en 2017, manteniéndose inalterada frente al 3% de 2016 (ver gráfico 2). Allí incidirían: i) una menor devaluación de la tasa de cambio (1% promedio en 2017 vs. 11.2% en 2016), ayudando a los sectores que importan sus insumos (vehículos y autopartes, entre otros), pero afectando a las industrias que sustituyen importaciones (textiles e imprentas, entre otros); ii) una moderación en el crecimiento de la cadena petroquímica, al diluirse el efecto estadístico a favor que había generado la reapertura de Reficar en noviembre de 2015; y iii) un repunte importante en las obras civiles (y sus sectores industriales encadenados), dada la ejecución de la primera ola de proyectos 4G. ■



Corresponde al Comentario Económico del Día 17 de abril de 2017

COMERCIO AL POR MENOR: DESEMPEÑO RECIENTE Y PERSPECTIVAS

Recientemente, el Dane reveló que el PIB del sector de comercio y turismo se expandió al 1.8% real anual durante el año 2016, muy inferior al 4.6% de 2015. Ello obedeció principalmente a un marcado debilitamiento en el rubro específico de comercio, el cual cayó de variaciones del 3.7% anual en 2015 a tasas de tan solo el 1.5% en 2016. De esta manera, el sector de comercio y turismo perdió su posición como uno de los sectores más dinámicos del país, ubicándose en el quinto lugar en términos de crecimiento y contribuyendo levemente a las expansiones del 2% real anual reportadas por la economía como un todo.

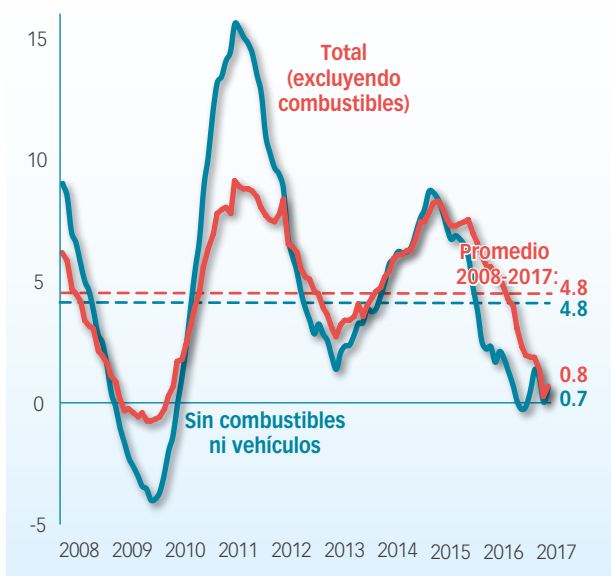
Este comportamiento es coherente tanto con el debilitamiento exhibido por las cifras del comercio al por menor (que revela el Dane mensualmente), como con el mal desempeño de las cifras de consumo (expectativas de los consumidores y consumo de los hogares). En efecto, según la Encuesta Mensual de Comercio al por Menor y Comercio de Vehículos

(EMCM) del Dane, las ventas minoristas registraron un crecimiento del 0.7% en el acumulado en doce meses al corte de marzo de 2017, inferior al 1.8% de un año atrás (ver gráfico 1). Ello como consecuencia de un marcado deterioro en las ventas de bienes no durables (1% acumulado en doce meses a marzo de 2017 vs. 4.2% un año atrás) y semidurables (-0.1% vs. 5.1%).

En contraste, el consumo de bienes durables se expandió a tasas favorables del +1.7% en el acumulado en doce meses a marzo de 2017 (vs. -4.6% de un año atrás), revertiendo la marcada tendencia descendente exhibida durante el período 2015-2016 (ver *Comentario Económico del Día* 22 de agosto de 2016). Allí influyó: i) un importante efecto estadístico a favor importante luego de las fuertes contracciones de 2015 e inicios de 2016; y ii) un repunte puntual en las ventas de vehículos durante noviembre-diciembre de 2016 (creciendo a un 20%-40% anual gracias al impulso del Salón Internacional del Automóvil de 2016).

A nivel sectorial, los muebles y equipo para oficinas fueron el sector con mayor dinámica de ventas, registrando crecimientos del 5.5% en el acumulado del doce meses al corte de marzo de 2017 (vs. 2.9% de un año atrás), seguido del sector de

Gráfico 1. Dinámica del comercio minorista
(Var. % doce meses, a marzo de 2017)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane - EMCM.

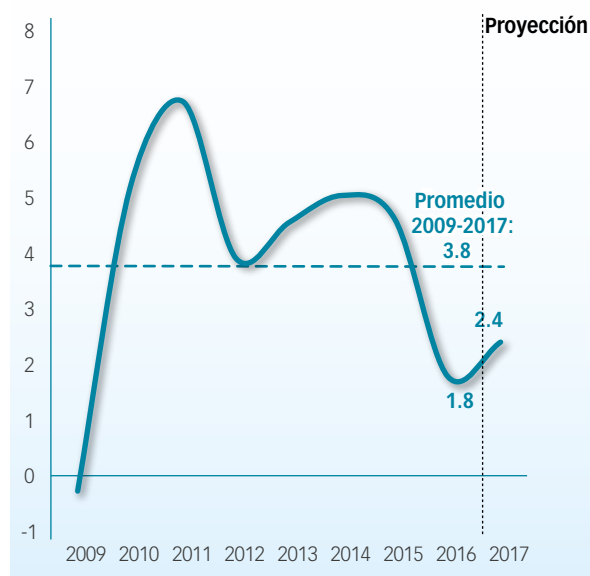
bebidas alcohólicas (2.8% acumulado en doce meses a marzo de 2017 vs. 12.9% un año atrás) y alimentos y bebidas no alcohólicas (1.9% vs. 3.5%). Por otro lado, el sector con peor dinámica de ventas fue el de aseo personal, contrayéndose a tasas del -6.5% en el acumulado en doce meses a marzo de 2017 (vs. 4.8% de un año atrás), seguido por las ventas de calzado y artículos de cuero (-6.1% acumulado en doce meses a marzo de 2017 vs. 0.2% un año atrás) y los artículos de ferretería (-3.5% vs. 12.6%).

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 -21.1 al corte de marzo de 2017, una leve recuperación frente al balance mínimo histórico de -30.2 reportado en enero de 2017, pero inferior al -20.1 observado 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 -13.9 en marzo de 2016 a niveles de -18.3 en el año siguiente; mientras que el Índice de Condiciones Económicas (ICE) se recuperó levemente del -29.4 al -25.4 durante el mismo período (manteniéndose en el plano negativo). Esto refleja que, iniciando 2017, la percepción de los hogares frente a su situación actual de consumo (y las expectativas futuras) se ha visto afectada por la coyuntura de desaceleración y debilidad de la demanda interna.

Esto último va en línea con el comportamiento del consumo privado final, el cual también reportó una desaceleración importante. En efecto, durante 2016, el consumo de los hogares creció a una tasa del 2% anual, cifra inferior al 3.5% observado un año atrás. Ello como consecuencia del desplome exhibido por el consumo de bienes durables (-0.8% anual en 2016 vs. 5.1% anual en 2015), y el debilitamiento del consumo de semi-

Gráfico 2. Evolución del valor agregado del sector comercio y turismo
(Var. % anual)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

durables (0% vs. 2%) y no durables (2.1% vs. 3.7%).

Con todo esto a la mano, Anif proyecta que el PIB del sector comercio, restaurantes y hoteles se expandirá al 2.4% en el año 2017 como un todo, recuperándose levemente frente al 1.8% de 2016 (ver gráfico 2). En este caso, jugarían a favor del sector: i) la recuperación de la demanda de bienes durables (efecto estadístico a favor); ii) el ajuste de la inflación del 5.75% de 2016 hacia el 4.6% proyectado para 2017 (aunque todavía por encima del rango-meta del Banco de la República); y iii) las reducciones proyectadas en la tasa repo (cerrando al 6% en diciembre de 2017 vs. 6.5% actual), que empezarán a dinamizar de nuevo el crédito. Por su parte, el consumo de los hogares crecería al 2.3% real anual en 2017, por encima del 2% de 2016, superando los posibles efectos adversos generados por el aumento de la tarifa general del IVA del 16% al 19% (según la Ley 1819 de 2016), especialmente en el primer semestre de este año. ■

Expologística alcanza su XIII edición

Por décimo tercera ocasión, Expologística abre sus puertas en Bogotá. El evento que ya se ha posicionado como uno de los referentes en materia de logística y transporte, tendrá lugar en Corferias los días 16, 17 y 18 de agosto y será una cita obligada para todos los empresarios.



Expologística ofrecerá para todos los interesados en asistir, talleres sin costo adicional focalizados en gestión humana para la logística, redes sociales, seguridad en la cadena logística, control de gastos, comercio electrónico, software para operaciones logísticas y distribución urbana, además de exponer *stands* con las últimas tendencias del sector.

<http://expologisticacolombia.com>

Mesfix, una plataforma web para las Pymes

Mesfix es una plataforma web diseñada para que pequeños y medianos empresarios puedan acceder a financiación de terceros. El sitio web colombiano ha ayudado a financiar más de \$7.000 millones y se posiciona como un aliado clave para las Pymes.

La plataforma web Mesfix conecta a empresarios, los cuales venden sus facturas por cobrar a través del sitio web, con inversionistas que compran estas facturas para obtener una rentabilidad futura. Este mecanismo permite una ágil financiación a menores tasas para los empresarios y mayores posibilidades de inversión para terceros interesados en invertir.



<https://www.mesfix.com>

Bancolombia presenta la primera tarjeta de crédito especial para las Pymes

Bancolombia lanzó al mercado la primera tarjeta enfocada en las Pymes. El plástico tiene como particularidad beneficios en seguros y asistencia en actividades propias de las Pymes, como pago de proveedores, viajes y negocios físicos y virtuales.

Este producto crediticio tendrá en su abanico de beneficios, además de cobertura en viajes de negocios, asistencia en comercio exterior a través de la plataforma MasterCardBiz, la cual ayudará en la consecución de clientes internacionales o vínculos para negocios fuera del país.



<https://www.grupobancolombia.com>

Google expande el plazo para la inscripción de cursos gratuitos

Google, con el apoyo de distintas universidades españolas, creó Actívate, un centro de estudios virtuales completamente gratuito. El programa empezó en 2015 y extendió el plazo de inscripciones hasta junio de 2017.

El portal web cuenta con ocho cursos diversificados entre los cuales se encuentran: *marketing* digital, comercio electrónico, desarrollo web, itinerario online de emprendimiento, entre otros. Todos los cursos ofrecen certificación de universidades y escuelas españolas. Para mayor información, se puede consultar Google y buscar el programa Actívate.



<https://www.google.com>



MinTIC abre cursos gratuitos en competencias digitales

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) abrió inscripciones para sus nuevos cursos gratuitos para el desarrollo de habilidades digitales. Los cursos tienen modalidad presencial, virtual o mixta y se impartirán en los puntos Vive Digital, ubicados en 26 departamentos del país.

El programa del MinTIC busca la expansión de conocimientos digitales en todo el territorio colombiano. Es por ello que brindará varios niveles de enseñanza, desde el uso y manejo de herramientas básicas de internet, hasta la creación de contenido digital con miras a emprendimiento. Algunos de estos cursos cuentan con la certificación de universidades nacionales como la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

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



El FNG piensa en los innovadores colombianos

Pensando en aquellas personas y empresas que tienen un alto potencial innovador y que a través de sus proyectos, probados en el mercado, pueden generar unos crecimientos rápidos, rentables y sostenibles, el Fondo Nacional de Garantías (FNG S.A.) cuenta con un nuevo producto de garantía denominado "Garantía para Emprendimientos de Alto Impacto". Dicho producto está dirigido a respaldar créditos para capital de trabajo, inversión fija y capitalización empresarial, entre otros. El beneficio consiste en que iNNpulsa asumirá el 50% del valor de la comisión que se debe pagar al FNG por la garantía.

Las personas naturales o jurídicas con pequeñas o medianas empresas con alto potencial innovador, que se encuentren en etapa temprana o de escalamiento, podrán acceder a créditos hasta por un monto de \$500 millones y con un plazo de hasta 60 meses (esta garantía tiene una cobertura del 70%).

<https://www.fng.gov.co>



ConozcaSVLinks y su programa de inmersión

Silicon Valley Links (SVLinks) está ofreciendo la oportunidad a emprendedores de países emergentes de conectarse con la región más innovadora del mundo. En este programa de inmersión se ofrece una semana en el entorno de Silicon Valley.

El programa incluye talleres, charlas y actividades recreativas, en las cuales se aprenderá sobre la visión emprendedora e innovadora de Silicon Valley. SVLinks reporta más de 900 empleos creados a través de su plataforma, además de un 33% de emprendedores que mantienen contacto con Silicon Valley.

<http://svlinks.org>



Expo MiPyme Digital 2017 llega a Bogotá

Por sexta vez, Expo MiPyme Digital llega a Bogotá. El evento será el 17 y 18 de agosto de 2017 en Corferias, donde se presentarán las nuevas tendencias digitales del mercado. Este será un evento para los empresarios o emprendedores que quieran innovar o invertir en materia digital.

El evento, que contó con más de 4.000 asistentes en su última versión, tendrá charlas sobre la importancia del entorno digital en el mercado actual, además de ofrecer talleres de capacitación y *stands* con oportunidades de inversión e innovación tecnológica para empresarios o emprendedores. Para mayor información se puede consultar la página web de los organizadores.

<http://www.enter.co>

RIVIER GÓMEZ

Gerente MiPyme Vive Digital



Coyuntura Pyme: Bienvenido a *Coyuntura Pyme* Dr. Gómez. Podría comentarnos ¿cuáles son los objetivos de su división-dependencia en el corto y largo plazo en el país?

Rivier Gómez: El principal objetivo es transformar las Mipymes, y transformarlas a través del uso estratégico de la tecnología. Hay que entender que el mundo está avanzando hacia la tecnificación de todos los sistemas, y Colombia no puede ser ajena a este cambio. Además, si entendemos que al hablar de Mipymes nos referimos a 1.6 millones de entidades, equivalentes al 99% de las empresas del país, vemos que la base empresarial está conformada por las micro, pequeñas y medianas empresas, razón por la cual no podemos dejarlas por fuera de esta revolución. Por el contrario, debemos concentrarnos en este segmento y transformarlo a través del uso estratégico de la tecnología.

Coyuntura Pyme: Colombia afronta bajos niveles de inversión en investigación y desarrollo, así como rezagos en innovación y tecnología, incluso frente a otros países de América Latina. ¿Ustedes qué diagnóstico hacen sobre dicho rezago? ¿Qué programas y/o eventos vienen desarrollando en el país para superar esta baja innovación?

Rivier Gómez: Todo el tema de la innovación ha venido cambiando desde el inicio del

plan Vive Digital. Este empezó en 2010 y quedó consignado en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. Adicional a esta estrategia, hemos tratado de crear un ecosistema que sea propicio para la investigación, el desarrollo y la innovación. En particular, en el Ministerio DE TIC tenemos un área dedicada a generar este tipo de proyectos, iniciativa que hemos llamado I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación).

En cuanto al panorama, vemos tres factores determinantes. El primero es el tema de financiación, pues los recursos del Estado son escasos y el sector privado no invierte significativamente en estos temas. No obstante, tratamos de dinamizar el sector Mipyme en materia de innovación, me-

dante el aprovechamiento de los limitados recursos del gobierno y guiando la inversión de las empresas privadas. Todo ello en pro de la tecnificación e innovación de sus procesos, constituyendo, al final del día, Mipymes más productivas y competitivas.

El segundo factor que hemos identificado es la integración de la academia y el empresariado. Esta unión es fundamental para que las empresas tengan una constante fuente de innovación y desarrollo a través de los centros de investigación de las universidades. Para todo esto es necesario la intermediación del gobierno, el cual tiene que servir como gran “articulador” de la integración Empresa-Universidad. Un ejemplo de ello ha sido la crea-



Rivier Gómez Gerente MiPyme Vive Digital
David Malagón Jefe de Estudios Financieros y Pyme de Anif
Daniela Londoño Avellaneda y Juan Diego Londoño
investigadores de Anif.

ción de Centros de Excelencia y Apropiación en tecnologías diferenciadoras, donde la alianza Universidad-Empresa habilita procesos de investigación aplicada conducente al desarrollo de innovaciones en el mercado de sectores reales de la economía.

Y por último está el tema del talento. Colombia ha estado marginada en cuestión de creación y registro de patentes, lo cual es un indicador claro de innovación en un país. Esto obedece a que la investigación colombiana se ha centrado en la creación de *papers*, ya que a los investigadores se les ha medido por la cantidad de artículos que publican. Por ello, y desde el Ministerio, hemos tratado de apoyar la creación de patentes y la investigación más allá de lo académico. El valor agregado de la investigación debe significar aplicación del conocimiento en solución de problemas reales. Cuando esta solución generada es innovadora y digital, comenzamos a trazar una diferenciación en los sectores inmersos cada día más en una economía digital. En atención a ello, el Ministerio TIC prepara – en alianza con Colciencias – la publicación de una convocatoria para el apoyo a solicitudes de patentes TIC.

En conjunto, las oportunidades del mercado y el sector TIC nacional, y su vínculo a sectores productivos reales donde las Mipymes representan la masa crítica de competitividad, deben ser fortalecidas desde sus capacidades endógenas –talento, financiación, capacidad de carga y reacción–, mientras que simultáneamente se diseñan y desarrollan desde el Estado mecanismos de impulso a la innovación con TIC, habilitando un liderazgo nacional de cara a nuestros vecinos latinoamericanos confrontados a la coyuntura de la economía digital y la “cuarta revolución industrial”.

Coyuntura Pyme: Según la Gran Encuesta Pyme de Anif, tan solo el 31% de los empresarios Pyme industriales, el 23% de los del comercio y el 34% de los de servicios manifestaron tener plataformas de TIC para comercializar y vender sus productos o servicios. Desde su perspectiva, ¿cuáles son las razones

DIARIO OCCIDENTE

LA INFORMACIÓN NO TIENE PRECIO

www.occidente.co

Experto en el diseño e implementación de estrategias integrales de comunicación

Pone a su servicio:

- La credibilidad de un medio impreso gratuito con 53 años de tradición.
- El conocimiento georeferenciado de sus zonas de cobertura.
- La creatividad en las campañas de BTL.
- La capacidad de convocatoria de grupos objetivos para eventos.
- La efectividad de las acciones digitales.

Nuestro direccionamiento estratégico:

- Facilita la escogencia de los públicos objetivos.
- Permite crear e implementar estrategias integrales de comunicación para satisfacer las necesidades de un mercado específico.
- Garantiza la efectividad de las acciones de comunicación mediante el monitoreo de los resultados.



DIARIO OCCIDENTE
EL MEDIO EFECTIVO QUE LE AYUDA
A VENDER MÁS

DIARIO OCCIDENTE
www.occidente.co
Calle 8 No. 5-70 Piso 2
PBX: 486 05 55
Cali



que explican este fenómeno? ¿Desde el Ministerio qué programas se han venido liderando para fomentar la implementación de TIC en las empresas?

Rivier Gómez: En este apartado hay una particularidad, y es que las Mipymes, o un gran porcentaje de ellas, aún ven la tecnología como un costo y no como una inversión. Esto debido a que el retorno de la inversión en tecnología no es inmediato, por lo cual, los micro, pequeños y medianos empresarios no ven el valor agregado aportado por la tecnología.

En particular, los micro y pequeños empresarios no identifican la importancia de la tecnología. Por ejemplo, si un tendero mediante la tecnificación de su negocio identifica su flujo de clientes, sus productos más consumidos y las horas de mayor demanda, esto tendría como consecuencia un mejor manejo de inventario-proveedores e incrementaría sus ganancias. Así, se vería la importancia y el retorno de la tecnología, lo cual no está ocurriendo hoy en día.

Desde el Ministerio nos habíamos puesto la meta de tener al 50% de las Mipymes conectadas a internet en 2010. Hoy, el 75% de ellas está conectado. Adicionalmente, hemos invertido, junto al sector privado, alrededor de \$130.000 millones para la implementación de la tecnología en las Mipymes. Queremos que las empresas entiendan que estar conectadas es el fin y no el medio para lograr mayor competitividad. Por ello, desde 2012 hemos venido reforzando los temas de apropiación, implementación y capacitación en tecnología para las Mipymes.

Coyuntura Pyme: Recientemente se inauguró el Observatorio de Economía Digital, el cual servirá para definir pautas respecto a políticas públicas y realizar un seguimiento a la digitalización de la economía en el país. ¿Cuál será la contribución del Observatorio al desarrollo de la tecnología en las Mipymes? ¿Cuáles serán los principales objetivos del Observatorio en el mediano y largo plazo?

Rivier Gómez: El ejercicio del Observatorio de Economía Digital será de gran importancia para Colombia, ya que nos permitirá ver cómo está funcionando la economía digital en el mundo. La globalización, de la mano de la tecnología, ha democratizado la información. Es por ello que el Observatorio de Economía Digital permitirá orientar las políticas en temas digitales y económicos, según las tendencias mundiales. En concreto, este ejercicio nos permitirá trazar una ruta por donde queremos llevar a las Mipymes. De esta manera, dichas empresas serán parte activa de las dinámicas digitales.

Coyuntura Pyme: En Vive Digital 2014-2018 se sigue reconociendo la importancia de las Mipymes y cómo el uso de las TIC apoya su productividad e incluso su sostenibilidad. Para el año 2018, se propone que el 50% de las

Mipymes tenga presencia web. Igualmente, el 30% de las Mipymes realizará transacciones por comercio electrónico y el 54% de ellas tendrá presencia en las redes sociales. Nos podría contar ¿cuáles han sido las estrategias desarrolladas para cumplir con este propósito? ¿Cuál es el papel de la tecnología en el aumento de la productividad y la sostenibilidad?

Rivier Gómez: Primero teníamos que franquear la barrera de las Mipymes y su conectividad a internet, lo cual hemos sabido superar, incluso con creces, considerando que al día de hoy más del 96% de los municipios y el 75% de las MiPymes disponen de conexión a internet. En un segundo momento, con las Mipymes conectadas, podemos empezar a definir cómo contribuir al desarrollo de los proyectos de estas empresas. A este respecto, lo que observamos es que las redes sociales se han vuelto una de las plataformas comerciales más grandes y de más fácil acceso en el mundo.

A partir de la importancia de las redes sociales y la conectividad a la web, queremos que los empresarios dejen el paradigma de una tienda física y pasen del internet del consumo al internet productivo. Es decir, que se den cuenta de que a una plataforma física se le puede agregar una digital y con ello potencializar su negocio. Ahora, todo esto sería inútil sin un sistema de pago en línea, y es allí donde el comercio electrónico toma cierto protagonismo.

nismo, por lo que también hay que formar a las Mipymes en este tipo de transacciones.

Con esto en mente, planeamos invertir cerca de \$50.000 millones en cinco líneas de acción, a saber: i) una plataforma de formación, llamada Empresario Digital, donde buscamos formar como mínimo a 100.000 empresarios; ii) el montaje de 16 centros TIC de desarrollo empresarial en las principales ciudades colombianas, donde se pueda atender a cerca de 10.000 Mipymes; iii) la generación y/o cofinanciación de proyectos de comercio electrónico para las Mipymes, enfatizando los puntos clave de logística y garantía al consumidor; iv) la identificación de aplicaciones tecnológicas que se adapten y tengan la finalidad de suplir las necesidades de las Mipymes; y v) la educación y concientización de las Mipymes, donde debemos romper las barreras mentales de los empresarios de este segmento y erradicar la idea de una tecnología costosa y exclusiva para grandes empresas.

Coyuntura Pyme: La industria del segmento de Tecnología de la Información (TI) en Colombia es incipiente y fragmentada, por lo que requiere de estímulos en sus procesos productivos, de mercadeo, de desarrollo de productos, ventas e internacionalización. Para ello, el MinTIC ha impulsado el programa Fortalecimiento de la Industria TI. ¿Cómo ha sido este proceso? ¿Cuán-

“ La industria TI es un renglón de la economía que se consolida como un motor de desarrollo económico. En los últimos seis años, la industria TI ha tenido un crecimiento medio del 13.4%, muy por encima del promedio de otras industrias. El subsector de software y servicios relacionados representó un porcentaje del 1.19% del PIB local en 2015, de acuerdo con datos del Observatorio TI.”

les considera que son los principales retos de esta industria en el país?

Rivier Gómez: La industria TI es un renglón de la economía que se consolida como un motor de desarrollo económico. En los últimos seis años, la industria TI ha tenido un crecimiento medio del 13.4%, muy por encima del promedio de otras industrias. El subsector de software y servicios relacionados representó un porcentaje del 1.19% del PIB local en 2015, de acuerdo con datos del Observatorio TI, iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Fedesoft.

Este sector cuenta con más de 5.400 empresas y sus ventas superaron los \$9.6 billones en 2015 en el país. En 2014, estas fueron de \$8.98 billones frente a \$5.9 billones en 2013 (fuente: Observatorio TI). Esto evidencia una gran dinámica de emprendimiento del sector, pues al cierre de 2014 contábamos con 4.016 empresas. Cabe resaltar que las Mipymes representan el 36% de las ventas. Debe destacarse que pocos sectores presentan esa situación porque tienen estructuras oligopólicas.

Los empleos del sector ascendieron a 90.978 en 2015. La dinámica de creación de nuevas empresas

impacta de manera decidida en la cifra de empleos.

El principal reto para esta industria es ser competitiva frente a las grandes empresas que ya tienen una porción del mercado ganada. Hay que entender que a través de las TI se puede llegar a cualquier parte del mundo, razón por la cual desde el Ministerio debemos incentivar a las Mipymes a vender productos no solo en Colombia, sino en el mundo. Desde el Ministerio tenemos un área dedicada al Fortalecimiento de la Industria TI (FITI). Allí, como su nombre lo indica, se crean políticas de fortalecimiento de la industria a través de la tecnología y actualmente se tiene una estrategia que se llama Selección TI, equipo conformado por quince empresarios de la industria TI (de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga) que se han venido constituyendo como embajadores, mentores y voceros del sector para el fortalecimiento y la generación de empleo en la industria TI.

Coyuntura Pyme: El MinTIC está implementando una estrategia integral para fortalecer el talento TI que la industria requiere. Al respecto, podría contarnos ¿cuáles son los programas que se están desarrollando?

¿Cuál es la importancia de la formación de talento TI al interior de las empresas?

Rivier Gómez: Dentro del área de talento se viene haciendo una labor muy importante, ya que es uno de los principales rezagos en la industria colombiana. Es por ello que desde FITI se viene incentivando la iniciativa Talento TI, la cual busca aumentar la oferta de profesionales en áreas relacionadas con tecnologías de la información y afines. Esto a través de ofertas para cofinanciar carreras afines a las TI e incluso con créditos condonables. Gracias a la estrategia de créditos condonables de Talento TI, 9.270 colombianos se encuentran estudiando carreras técnicas, tecnológicas y universitarias relacionadas con tecnologías de la información.

Además, la importancia de aumentar el talento en el área TI es de gran relevancia para el país. Con ello, las empresas extranjeras ven con buenos ojos la inversión en Colombia. Adicionalmente, la capacitación TI es una forma de prever el giro de la industria hacia empresas más tecnificadas, con problemas que solo la tecnología podrá resolver y con una demanda creciente por profesionales en esta área.

Con la propuesta para la evolución de la estrategia Talento TI pretendemos ampliar el alcance e impacto de los esfuerzos liderados desde MinTIC. Lo anterior con miras a fortalecer la industria TI colombiana a través de la ampliación del número de jóvenes que se vinculan a programas de formación relacionados con TI, la disminución de la deserción en estos programas, el aumento de la participación de mujeres en estas carreras y, sobre todo, el acercamiento de todo lo relacionado con el proceso formativo con las necesidades del sector.



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?

Rivier Gómez: Respecto al *hobby*, me gusta caminar, hay un sendero por la Avenida Circunvalar, se llama La Vieja, y hay tres puntos específicos donde me gusta ir, es lleno de naturaleza y es un lugar donde me puedo despejar y dejar de pensar en el trajín diario. Allí me aclaro y despejo ideas, me ayuda a solucionar un montón de cosas y a pensar con cabeza fría. Por el lado del libro, el último que leí se llama *La sombra del viento*. Es una historia situada en la España anterior a la Segunda Guerra Mundial y es una lectura que lleva al lector a vivir diversas sensaciones. Sin duda, el escritor tiene un increíble don descriptivo que me llevó a disfrutar mucho el libro.

Coyuntura Pyme: Dr. Gómez, muchas gracias por recibirnos. ■