

Bogotá. D.C. Colombia, diciembre 2017 • Edición 59

COYUNTURA

Pyme



Centro de
Estudios
Económicos

DINÁMICA DE LA

PRODUCTIVIDAD *Pyme*

COYUNTURA *Pyme* EDICIÓN 59 • DICIEMBRE DE 2017



Col. \$12.000

ISSN No. 2011-9755



7 709990 642735

www.anif.co



VAMOS JUNTOS

CUANDO HACES
EL MEJOR DE TUS TRABAJOS,
Y NOS PERMITES HACER
LO MEJOR DEL NUESTRO.



GRUPO LOGÍSTICO
COORDINADORA

www.coordinadora.com / Síguenos en:



EDITORIAL

3 | IPA regional: Primer semestre de 2017

ACTUALIDAD PYME

- 6 | Desempleo, productividad e innovación en las Pymes: perspectivas vs. realidades
Juan Diego Londoño y Daniel Beltrán
- 12 | El mercado de capitales al servicio de las Pymes a través de un innovador modelo de negocio
Javier Díaz Fajardo
- 18 | La inclusión financiera de las Mipymes en Colombia
Juliana Álvarez Gallego
- 24 | Emprendimiento y comportamiento de las ventas Pyme
Daniela Londoño
- 30 | Comportamiento crediticio de la pequeña y mediana empresa
¿Campo de acción para las universidades?
Josefa Ramoni Perazzi y Giampaolo Orlandoni Merli

COYUNTURA SECTORIAL

- 40 | Acciones de mejoramiento de las Pymes en 2016-2017
- 42 | Evolución del Índice al Precios del Productor en 2017
- 44 | Satisfacción de los empresarios Pyme con el sistema financiero:
Tasas de interés vs. plazos
- 46 | Dinámica de la demanda de energía en 2017 y perspectivas
- 48 | Sector turismo: crecimiento reciente y desafíos estructurales

NOTAS PRÁCTICAS

- 50 | Mipymes de Buenaventura cuentan con nueva línea de crédito por \$50.000 millones
- 51 | Crediprogreso de Banco de Bogotá acompaña a los emprendedores desde el primer paso

EMPRENDIMIENTO PYME

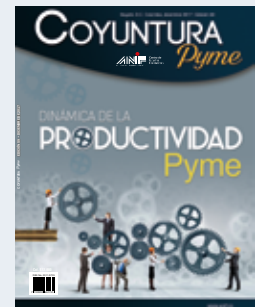
- 52 | Convocatoria Clúster Alemania-COA2 cofinanciará actividades de desarrollo empresarial
- 53 | Diplomado virtual en *marketing* digital ofrecido por la Cámara de Comercio de Bogotá

ENTREVISTA PYME

- 54 | Julián Domínguez
Presidente de Confecámaras

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

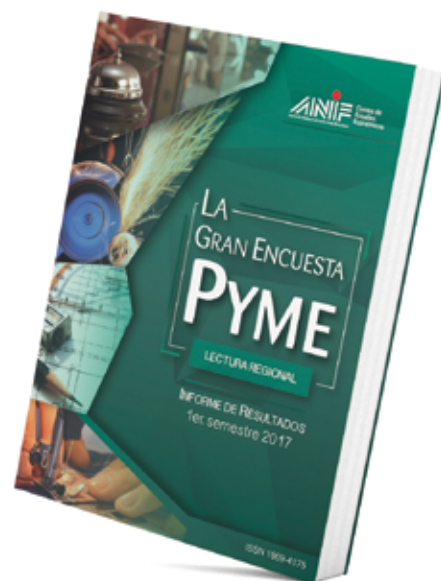
Director • Sergio Clavijo
Subdirector • Alejandro Vera
Secretaria General • Helena Hidalgo
Jefe de Estudios Macro Financieros y Pyme • Nelson Vera
Investigadores • Daniel Beltrán,
Daniela Londoño y Juan Diego Londoño

Diseño y diagramación • Tatiana Herrera
Editora • Ximena Fidalgo
Impresión • Multi-Impresos

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.

IPA REGIONAL: PRIMER SEMESTRE DE 2017



El pasado 2 de agosto se presentaron los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif, tanto a nivel nacional como regional, correspondientes al primer semestre de 2017. En la medición a nivel regional se incluyeron los resultados de la profundización en las ciudades-regiones de Aburrá Sur, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Buga, Cali, Cartago, Cundinamarca, Manizales, Medellín, Oriente Antioqueño, Pereira y Tuluá. La Encuesta fue realizada en marzo-junio de 2017, cubriendo la opinión de 3.550 empresarios Pyme en los sectores de industria, comercio y servicios.

Una forma de sintetizar dichos resultados es a través del Indicador Pyme Anif (IPA). Este resume el clima económico de las Pymes al comparar las variaciones en: i) el índice de situación económica; ii) el volumen de ventas; iii) las expectativas de desempeño; y iv) las expectativas de ventas (ambas para el siguiente semestre). La más reciente lectura de la GEP incluye una medición de este indicador tanto para el nivel nacional como para el regional.

Los resultados nacionales de la GEP mostraron una leve caída del IPA nacional, el cual pasó de un nivel de 62 puntos en 2016-I a 61 durante 2017-I. Esta reducción del IPA en una unidad muestra que

dicho indicador mantuvo la tendencia negativa que se observa desde 2015-I, como consecuencia de la reciente desaceleración económica del país. No obstante, se logró mantener el ambiente de negocios Pyme en el rango de “buen” desempeño, lo que muestra “mayor resistencia” de este segmento en la actual fase de desaceleración (2015-2017) frente a lo observado en 2008-2009 (ver *Comentario Económico del Día* 14 de agosto de 2017).

Regionalmente, se ratificó el menor optimismo en las percepciones empresariales observadas a nivel nacional. Así, el IPA para Medellín (64), Pereira (63), Cali (62), Barranquilla (62), Manizales (62), Bogotá (61),

“ El Indicador Pyme Anif (IPA) resume el clima económico de las Pymes al comparar las variaciones en: i) el índice de situación económica; ii) el volumen de ventas; iii) las expectativas de desempeño; y iv) las expectativas de ventas (ambas para el siguiente semestre).”



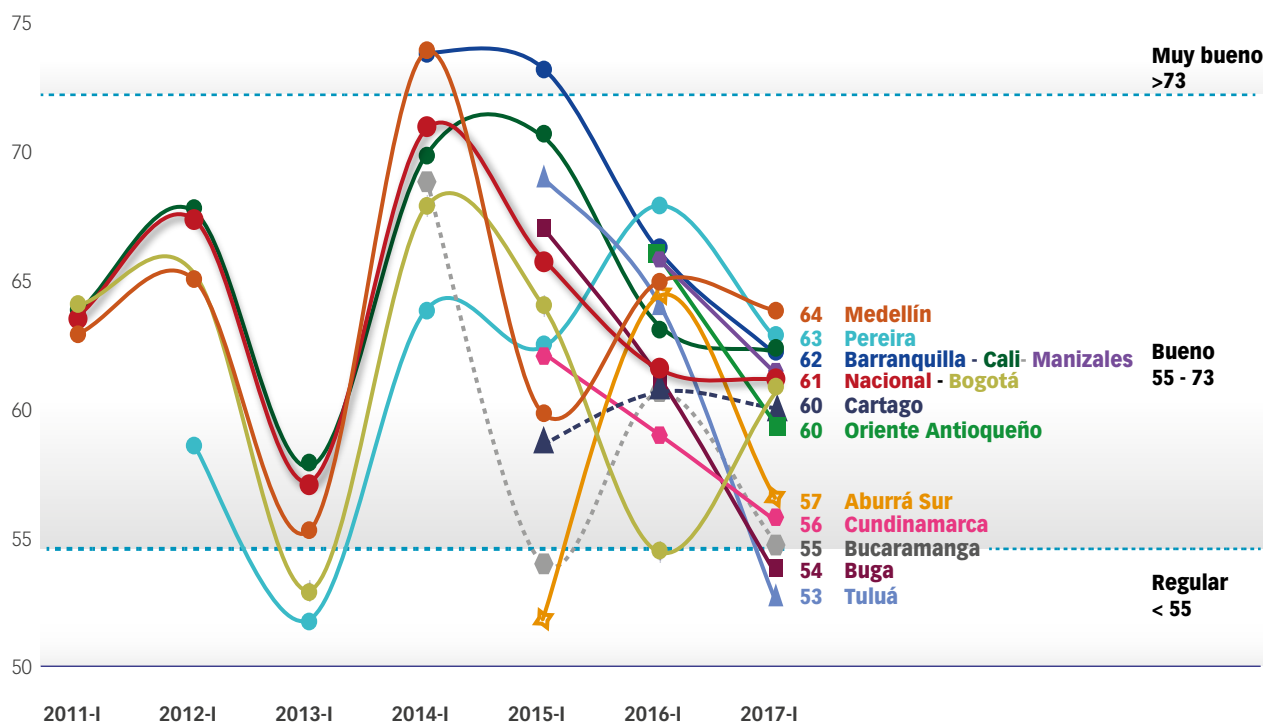
Cartago (60), Oriente Antioqueño (60), Aburrá Sur (57) y Cundinamarca (56) se ubicó en el plano de “buen desempeño” empresarial Pyme. En Bucaramanga (55), Buga (54) y Tuluá (53), dicho IPA se ubicó en el plano de “desempeño regular” (ver gráfico adjunto).

Medellín y Pereira encabezaron el *ranking* regional del segmento Pyme con un IPA de 64 y 63, respectivamente, en el primer semestre de 2017. En el último año, Medellín mostró una reducción de un punto en el IPA, mientras que Pereira registró una reducción de 5 unidades. El comportamiento del IPA en Medellín contrasta con el optimismo reflejado en las expectativas de desempeño general en 2017-I (vs. 2016-I) de los empresarios de los sectores de industria (+12 puntos en el balance de respuestas positivas - negativas) y servicios (+5). Por su parte, el deterioro del ambiente de negocios para

las Pymes pereiranas se debió principalmente a la reducción de las perspectivas positivas en el desempeño general de los sectores de industria (-3 puntos en el balance de respuestas) y comercio (-15).

Barranquilla, Cali y Manizales registraron valores del IPA de 62 en el primer semestre de 2017. Barranquilla y Manizales mostraron descensos de 4 puntos frente a lo registrado un año atrás. El pesimismo respecto al desempeño económico de los empresarios industriales y de servicios de las ciudades de Barranquilla y Manizales influyó en la caída del IPA. De forma similar, las perspectivas desfavorables respecto a las ventas del empresariado Pyme de los sectores de industria y comercio de Cali tuvieron una fuerte incidencia en la caída de una unidad en el registro del IPA de esta ciudad en el último año.

Indicador Pyme Anif - IPA Regional



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.

Bogotá fue la única ciudad que registró una recuperación en el IPA con un indicador de 61 en 2017-I (+6 puntos frente a 2016-I). Ello estuvo respaldado por el optimismo de todos los macrosectores en el rubro de ventas al cierre de 2016 y las perspectivas favorables que había hace tres meses en los sectores de comercio y servicios sobre el primer semestre de 2017.

Cerrando el grupo de regiones con “buen desempeño” empresarial en el primer semestre de 2017 se encontraron Cartago (60 vs. 61 un año atrás), Oriente Antioqueño (60 vs. 66), Aburrá Sur (57 vs. 65) y Cundinamarca (56 vs. 59), aunque deteriorándose frente a sus valores de un año atrás. En el caso de Cartago y Cundinamarca pesaron las bajas expectativas de los comerciantes, mientras que en Oriente Antioqueño jugó el pesimismo de los industriales.

Finalmente, Bucaramanga (55 vs. 61 un año atrás), Buga (54 vs. 61) y Tuluá (53 vs. 64) obtuvieron los registros del IPA más bajos en el primer semestre de 2017, ubicándose en el plano de “regular desempeño” empresarial. En el caso de Bucaramanga, esto fue consecuencia de una reducción generalizada en las perspectivas positivas de corto plazo sobre las ventas de los empresarios industriales y de servicios. En Buga y Tuluá, estos resultados son coherentes con el desplome de las expectativas de desempeño general del sector industrial, las cuales registraron caídas de -39 puntos (en el balance de respuestas) para Buga y de -7 para Tuluá en el último año.

En síntesis, el IPA mostró un deterioro en el clima económico de las Pymes a nivel regional en el último año, lo cual coincidió con lo observado a nivel nacional. Medellín fue la ciudad que registró el IPA más alto entre las encuestadas (64), mientras que Tuluá registró el IPA más bajo (53). Dentro de las cuatro principales ciudades, únicamente Bogotá mostró mejoras en el indicador, ya que Barranquilla, Cali y Medellín evidenciaron deterioros en el IPA. Esto último se explica por el menor dinamismo que experimentaron los empresarios de los tres macrosectores Pyme con respecto a su situación económica y por la reducción en el optimismo frente a las perspectivas sobre su desempeño general, producción y ventas. No obstante, a nivel general, el segmento muestra algo de “resiliencia” en la fase actual de desaceleración (vs. lo ocurrido en 2008-2009), aunque el panorama se avizora complicado en los próximos meses. Esto ya que Anif está proyectando un crecimiento de solo un 1.8% en el PIB-real para 2017 y leves repuntes hacia 2.3 en 2018, completando tres años por debajo del crecimiento potencial cercano al 3%. ■

2018

1er. Semestre

1

BARRANQUILLA

Abril 11 (miércoles)

Salón Lluvia de Oro
Hotel Dann Carlton

2

CALI

Mayo 9 (miércoles)

Salón Ritz
Hotel Dann Carlton

3

MEDELLÍN

Mayo 16 (miércoles)

Centro de eventos y
exposiciones Plaza Mayor

2do. Semestre

4

BUCARAMANGA

Agosto 9 (jueves)

Salón Dorado
Hotel Holiday Inn

5

BOGOTÁ

Agosto 29 (miércoles)

Centro Recreativo y
Empresarial El Cubo

6

PEREIRA

Septiembre 20 (jueves)

Salón Sapan
Movich Hotel de Pereira

www.anif.co

INFORMES

- **Asociación Nacional de Instituciones Financieras - ANIF**
Calle 70 A No. 7-86 · Teléfonos: (051) 307 3295
Línea gratuita 01 800 0119907
- **Departamento Comercial:**
Correo electrónico: comercial@anif.com.co
Tels: (051) 307 3295, 310 1500 ext. 122 y 111
Cel: 310 561 7197 · Bogotá - Colombia

DESEMPLEO, PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS PYMES:

PERSPECTIVAS VS. REALIDADES



Por: Juan Diego Londoño y Daniel Beltrán *

Durante el año 2017, la economía colombiana ha venido registrando pobres crecimientos, completándose expansiones de solo un 1.5% anual durante enero-septiembre (vs. el 2.4% observado un año atrás). Preocupan, en particular, las contracciones del sector de la construcción (a ritmos del -0.9% anual) y de la industria (-1.2%).

En el primer caso, lejos estamos de las expansiones de “dos dígitos” que se esperaban cuando años atrás se anunciaron las obras 4G; el verdadero “rebote” del sector parece que solo se verá durante la nueva administración 2018-2022. En el segundo caso, están quedando claros los graves

* Investigadores económicos de Anif.
E-mail : jlondono@anif.com.co;
dbeltran@anif.com.co

lastres estructurales de baja competitividad de la industria, dejando en evidencia los daños causados por la Enfermedad Holandesa de 2010-2014.

Dicho pobre desempeño de la economía durante 2017 va a contrapeo de las expectativas que tenía gran parte de los empresarios Pyme, los cuales iniciaron el año con algo de mayor optimismo, según lo sugerido por la última medición de la Gran Encuesta Pyme (GEP, ver Anif, 2017a) de Anif. Allí el 44% de los empresarios del sector de servicios (vs. el 41% un año atrás) y el 40% de los comerciales (vs. 37% un año atrás) afirmaron esperar un escenario económico favorable para sus empresas durante el primer semestre de 2017 (cifras más recientes). Por el contrario, los empresarios del sector industrial (39% de favorabilidad para el primer semestre de 2017 vs. 44% un año atrás) fueron algo más realistas, capturando el mencionado deterioro en el ciclo económico, ver gráfico 1.

Dicha divergencia entre las expectativas y las cifras “duras” de crecimiento publicadas por el Dane amerita un análisis más detallado. En este artículo compararemos dichas tendencias *soft* vs. *hard data*, a la luz de las vicisitudes propias de cada macrosector (industria, comercio y servicios). En particular, centraremos nuestro análisis en el grado en que dichas expectativas podrían considerarse como una especie de indicador líder del comportamiento del PIB-real.

Cómo veremos, al margen de algunas divergencias puntuales, las expectativas de los empresarios Pyme plasmadas en la GEP capturan de manera adecuada la tendencia de sus respectivos PIB-sectoriales. En particular, dichas expectativas han capturado la desaceleración estructural de la economía durante 2014-2017, donde el fin del auge minero-energético ha implicado pérdidas de potencial de crecimiento hacia valores del 3% anual (vs. el antiguo 4.5% por quinquenios).

Recuperar dicho potencial dependerá, en gran medida, de las futuras ganancias en productividad-competitividad de la economía colombiana. Allí no solo se deberá avanzar en la agenda transversal de reducción del llamado Costo Colombia (elevados sobrecostos laborales, tributarios, de transporte, entre otros), sino en la mayor competitividad del sector Pyme vía innovación.

1. Diferencias expectativas vs. PIB-real

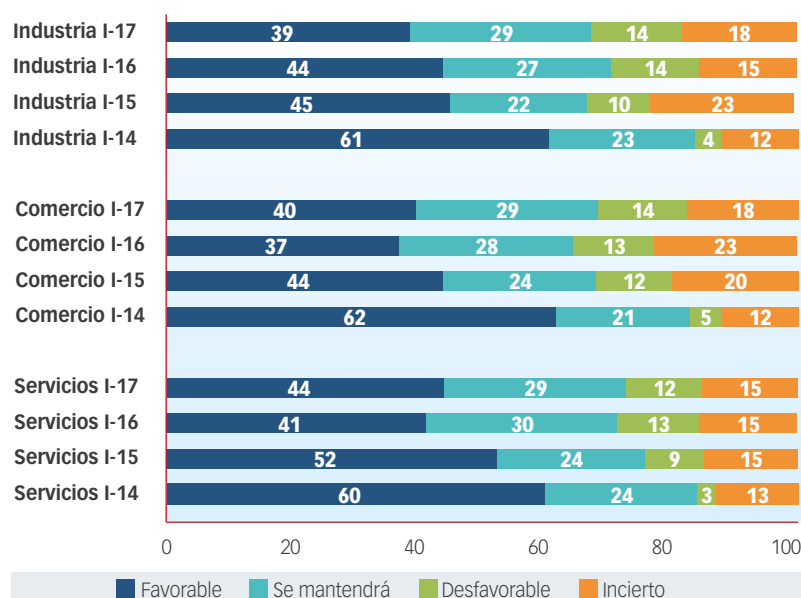
● Industria:

Ya mencionamos cómo los empresarios encuestados del sector industrial fueron los más pesimistas sobre el desempeño de su sector, mostrando respuestas menos favorables respecto al panorama económico de 2017-I. En efecto, solo un 39% de los empresarios Pyme industriales esperaba un mejor desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2017 (vs. el 44% un año atrás). Del mismo modo, en el rubro de pedidos, los industriales esperaban menores niveles, pues el 43% de los encuestados anticipaba mejoras (vs. el 49% un año atrás).

Así, hemos visto que las Pymes industriales esperaban un escenario más complicado para el primer semestre de 2017, lo cual se materializó en los datos agregados del PIB para 2017-I. En efecto, el PIB industrial se contrajo a tasas del -1.5% durante dicho período (vs. +4.8% un año atrás).

En este mal comportamiento de la industria pesaron las graves contracciones de sectores como: i) la fabricación de equipo de transporte (-11.4%), donde el hurto y la recompra ilegal de artículos de carrocería

Gráfico 1. Expectativas desempeño general (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2017-I.

ha sido un problema recurrente para el sector; ii) la fabricación de productos metalúrgicos (-10.1%), donde los bajos precios de los productos importados de China (principal productor de hierro y acero del mundo) han incentivado el *dumping* al interior del sector; y iii) la tejedura de productos textiles (-9.2%), con las consideraciones del reciente caos en el sector textil, el cual llevó a cierres temporales de empresas grandes como Fabricato y cierres definitivos en algunas Pymes del sector.

El gráfico 2 muestra cómo dichas expectativas han capturado la tendencia anticipada del PIB industrial durante la última década, observándose una elevada correlación del 0.6 entre dichas series. Es de particular relevancia el favorable ajuste durante los puntos de giro clave referentes a: i) las contracciones industriales durante lo peor de la crisis de Lehman durante 2008-2009; ii) los lastres de la En-

fermedad Holandesa, particularmente agudos durante 2012-2013; iii) algo de rebote durante el encendido de Reficar (después de su remodelación durante 2014-2015); y iv) la desaceleración de 2016-2017.

● Comercio:

A diferencia de lo ocurrido con los industriales, los empresarios Pyme del sector comercio “pecaron” de optimistas durante 2017-I al no lograr dimensionar los lastres coyunturales de su sector. En efecto, el 40% de los encuestados afirmó esperar un escenario positivo para sus empresas (vs. el 37% un año atrás) para el primer semestre de 2017. Del mismo modo, los comerciantes esperaron un comportamiento similar de rubros como las ventas (43% de favorabilidad en 2017-I vs. 39% de favorabilidad para 2016-I) y los pedidos recibidos (42% de favorabilidad en 2017-I vs. 36% en 2016-I).

Dicho optimismo puntual contrasta con el pobre crecimiento de 0.1% anual que experimentó el comercio en las cifras del PIB para el primer semestre de 2017 (vs. 1.9% un año atrás).

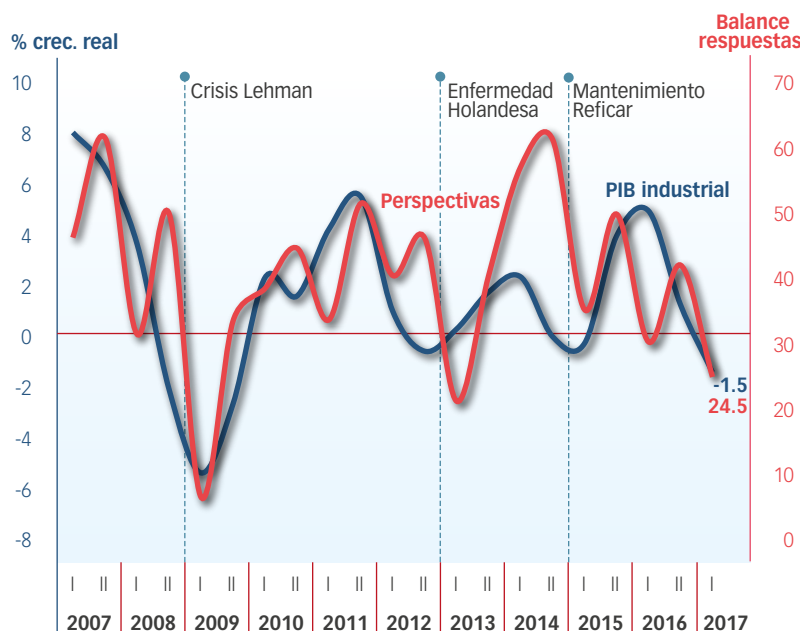
De acuerdo con la encuesta de comercio minorista del Dane, en el pobre desempeño del comercio pesó el mal comportamiento de los sectores de: i) curtido y recurtido de cuero (-8.8%), donde el cierre de curtiembres por razones ambientales ha disminuido la fabricación y comercialización de artículos de cuero nacionales; ii) artículos de ferretería (-8.3%), sector conexo a la construcción, el cual viene de capa caída debido al rasgamiento de la burbuja hipotecaria (aunque sin consideraciones sistémicas dada la ausencia de apalancamiento financiero); y iii) repuestos para vehículos (-7%), también afectado por la inseguridad y el efecto de la recompra de autopartes.

Al margen de dicha divergencia puntual durante 2017-I, el gráfico 3 muestra cómo las expectativas de las Pymes comerciales, en promedio, sí han logrado capturar la tendencia del PIB de comercio durante la última década (correlación del 0.6), aunque con algunos excesos de optimismo durante el último quinquenio (probablemente no logrando dimensionar los efectos cambiarios de 2014-2016).

● Servicios:

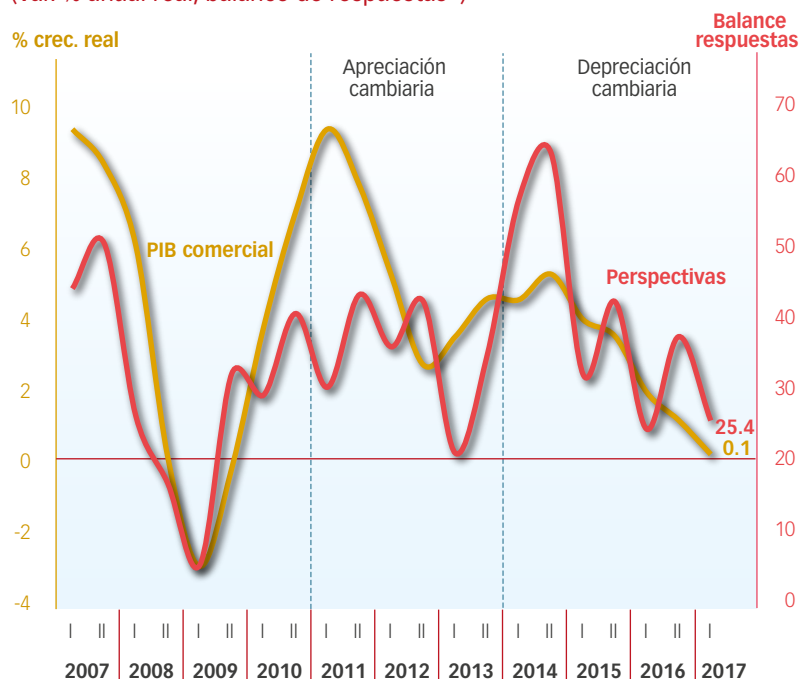
Los empresarios del sector servicios, al igual que los comerciantes, fueron optimistas en sus expectativas de desempeño general para el primer semestre de 2017. Así, el 44% de los empresarios encuestados esperaba un desempeño favorable para 2017-I (vs. un 41% en 2016-I). Este comportamiento se replicó en los rubros de ventas, donde la favorabilidad llegó al 50% (vs. 41% en

Gráfico 2. Perspectivas vs. PIB industrial
(Var. % anual real, balance de respuestas*)



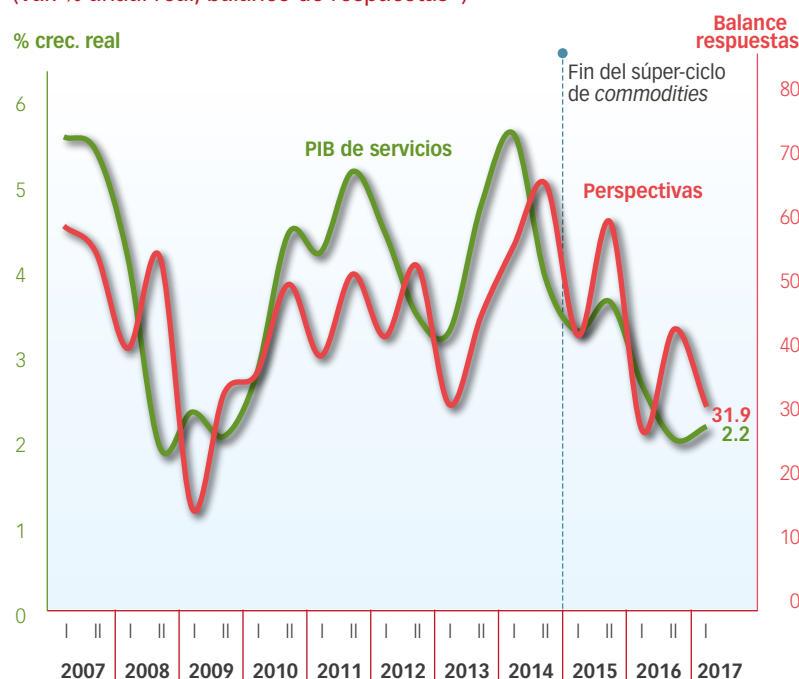
* Respuestas positivas - respuestas negativas.
Fuente: cálculos Anif con base en Dane y GEP.

Gráfico 3. Perspectivas vs. PIB comercial
(Var. % anual real, balance de respuestas*)



* Respuestas positivas - respuestas negativas.
Fuente: cálculos Anif con base en Dane y GEP.

Gráfico 4. Perspectivas vs. PIB de servicios
(Var. % anual real, balance de respuestas*)



* Respuestas positivas - respuestas negativas.
Fuente: cálculos Anif con base en Dane y GEP.

2016-I), y en órdenes de servicio futuras, con el 49% de favorabilidad (vs. 40% en 2016-I).

A diferencia de las Pymes comerciales, dicho optimismo del sector de servicios se vio validado por el comportamiento sectorial del PIB-real. En efecto, el PIB de servicios (el cual excluye para este análisis los rubros de establecimientos financieros, administración pública y defensa, transporte por vía aérea y grandes empresas de telecomunicaciones, dada la poca incidencia de las Pymes dentro de estos subsectores) experimentó un crecimiento del 2.2% anual en el primer semestre de 2017 (aunque ello fue una leve desaceleración frente al 2.6% observado un año atrás).

El mejor desempeño de los servicios respecto a los demás macrosectores se explica por las expansiones de sectores clave como: i) las actividades empresariales y de alquiler (3.7%), donde pareciera haber algo de mayor actividad de arrendamientos ante los elevados precios de la vivienda (según lo comentado); ii) los servicios domésticos (3.0%), subsector que ha mantenido crecimientos cercanos al 3% durante la última década, con expansiones promedio del orden del 2.4% en el período 2007-2017 y; iii) las actividades complementarias y auxiliares al transporte (2.9%), donde han jugado a favor el repunte del agro (lo cual ha incentivado un mayor número de cargas y, por ende, mayor transporte terrestre) y el menor número de bloqueos viales (frente a recurrentes paros-bloqueos durante 2016).

El gráfico 4 muestra cómo dichas expectativas de los empresarios Pyme del sector servicios también replican favorablemente el desempeño del PIB de servicios durante la última década (correlación del 0.6).

Hemos visto cómo, al margen de algunas divergencias puntuales, las expectativas de los empresarios Pyme plasmadas en la GEP capturan de manera adecuada la tendencia de sus respectivos PIB-sectoriales. En particular, dichas expectativas han capturado la desaceleración estructural de la economía durante 2014-2017, donde el fin del auge minero-energético ha implicado pérdidas de potencial de crecimiento hacia valores del 3% anual (vs. el antiguo 4.5% por quinquenios).

Recuperar dicho potencial dependerá, en gran medida, de las futuras ganancias en productividad-competitividad de la economía colombiana. Allí no solo se deberá avanzar en la agenda transversal de reducción del llamado Costo Colombia (elevados sobrecostos laborales, tributarios, de transporte, entre otros), sino en la mayor competitividad del sector Pyme vía innovación.

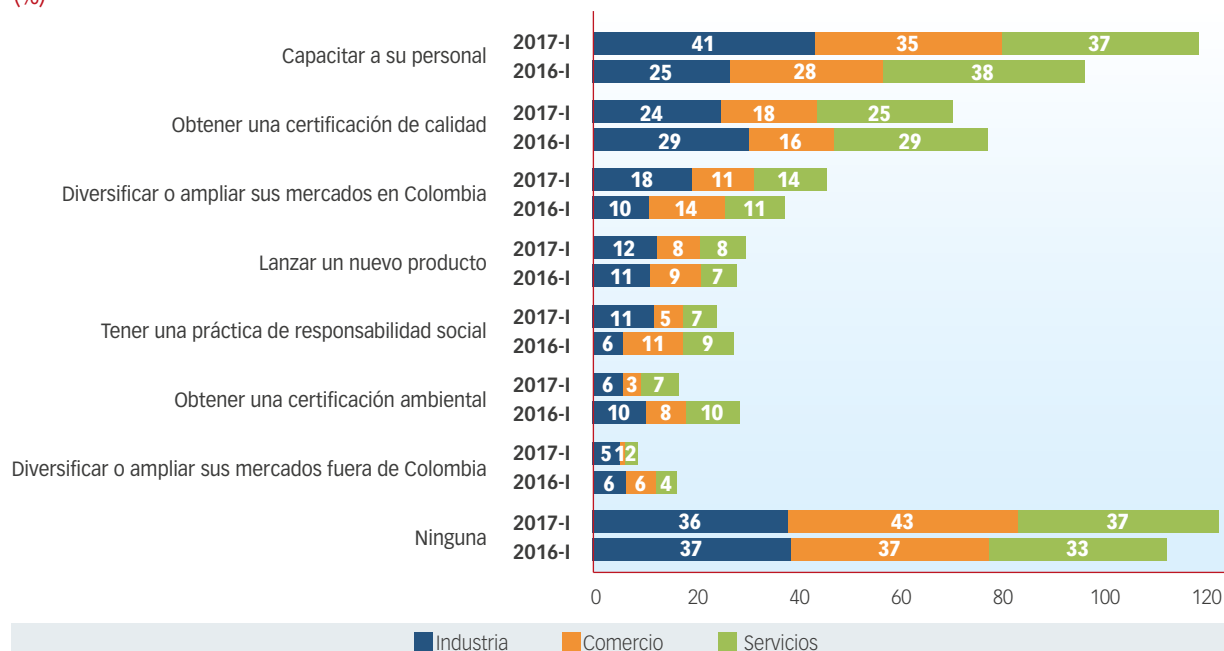
“Al margen de algunas divergencias puntuales, las expectativas de los empresarios Pyme plasmadas en la GEP capturan de manera adecuada la tendencia de sus respectivos PIB-sectoriales. En particular, dichas expectativas han capturado la desaceleración estructural de la economía durante 2014-2017, donde el fin del auge minero-energético ha implicado pérdidas de potencial de crecimiento hacia valores del 3% anual (vs. el antiguo 4.5% por quinquenios).”

2. Productividad-innovación de las Pymes en Colombia

Infortunadamente, dichas perspectivas de innovación y ganancias en productividad-competitividad no parecería ser un tema prioritario para las Pymes. Según la GEP, solo un 5% de las empresas industriales, un 1% de las comerciales, y un 2% de las de servicios tienen la expectativa de

comenzar a exportar, esto a pesar de la significativa devaluación observada durante 2014-2016. De manera similar, solo el 12% de las empresas industriales, el 8% de las comerciales, y el 8% de las de servicios tienen intenciones de lanzar nuevos productos. Por el contrario, las empresas continúan focalizando sus esfuerzos en capacitar a su personal (41% de las empresas industriales; 35% de las comerciales y 37% de las de servicios), ver gráfico 5.

Gráfico 5. Acciones de mejoramiento (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2017-I.

Adicionalmente, las Pymes no destinan proporciones importantes de sus créditos con el sector financiero a innovación, siendo dichos recursos usados principalmente para capital de trabajo (61% en industria; 69% en

comercio; y 54% en servicios). Ello es especialmente alarmante, pues literatura local ha encontrado vínculos relevantes entre la inversión en innovación y el crecimiento acelerado en las Pymes (ver Confecámaras, 2017).



Conclusiones

Hemos visto cómo, al margen de algunas discrepancias puntuales durante el primer semestre de 2017, las expectativas de los empresarios Pyme han logrado capturar la tendencia del crecimiento del PIB real durante la última década (en sus diferentes aristas sectoriales).

En particular, dichas expectativas han logrado capturar la desaceleración estructural de la economía durante 2014-2017, donde el fin del auge minero-energético ha implicado pérdidas de potencial de crecimiento hacia valores del 3% anual (vs. el antiguo 4.5% por quinquenios).

Infortunadamente, no lucen claras las fuentes prospectivas de competitividad-productividad que permi-

tan impulsar el viraje del aparato productivo desde el sector minero-energético hacia el agro-industria exportador. Un elemento de dicho viraje deberá provenir de solucionar las diferentes aristas transversales del llamado Costo Colombia.

Un segundo factor deberá ahondar en los lastres de innovación-productividad, particularmente agudos en el sector Pyme de Colombia. Allí ya mencionamos cómo el grueso de sus ingresos crediticios fondea el capital de trabajo (vs. innovación), derivando en reducida vocación exportadora de mayor valor agregado.

Así las cosas, las Pymes de Colombia se distancian de los determinantes de crecimiento acelerado discutidos

en la literatura. Allí, nuevamente el Costo Colombia ha venido implicando las tres particulares referentes a: i) la contratación de personal altamente calificado (dados los altos costos laborales); ii) la inversión en innovación, de por sí baja por la falta de iniciativa empresarial; y iii) la generación de cadenas de valor (dada la baja calidad de la infraestructura y los altos costos logísticos). Con esto en mente, es posible mejorar el ambiente empresarial tanto con políticas públicas encaminadas a la disminución del Costo Colombia (ver Anif 2017b), como con iniciativas empresariales que catapulten la productividad al interior de los sectores productivos vía ganancias en innovación-productividad. ■

Bibliografía

- Anif (2017a), Gran Encuesta Pyme Anif-Informe de resultados primer semestre de 2017.
- Anif (2017b), “Productividad y competitividad en Colombia: Comentarios al Reporte del Consejo Privado de Competitividad”, *Informe Semanal* No. 1376 de agosto de 2017.
- Confecámaras (2017), Determinantes del crecimiento acelerado de las empresas en Colombia, agosto.



El Mercado de Capitales al servicio de las Pymes

a través de un innovador modelo de negocio

Por: Javier Díaz Fajardo *

Iniciativa de la Bolsa de Valores de Colombia para desarrollar una plataforma tecnológica alternativa para el financiamiento de pequeñas y medianas empresas.

En América Latina más del 90% de las empresas son Pymes, y a pesar de ser uno de los principales motores de empleo en todos los países latinoamericanos, su nivel de productividad es muy bajo con respecto a las grandes compañías. El rango productivo se ubica entre el 16% y el 36%; en contraste, las Pymes de países europeos registran un nivel de productividad que oscila entre el 63% y el 75%.

Las pérdidas en productividad en las Pymes de la región se deben

en gran parte al bajo nivel de especialización que alcanzan, bien sea porque operan en sectores de baja productividad, generalmente poco tecnificados, o porque la inversión en innovación o en ampliación de su operación es prácticamente nula debido en buena parte a la falta de acceso a un óptimo financiamiento.

Según una investigación de la Corporación Interamericana de Inversiones y la consultora de servicios financieros Oliver Wyman (2016),

* Vicepresidente Comercial y Vicepresidente Corporativo (e) de la Bolsa de Valores de Colombia. E-mail: jdiazf@bvc.com.co

OBSERVATORIO DE LAS EMPRESAS PYME



PUBLICACIONES

LA
GRAN ENCUESTA

PYME

Actualidad **Pyme**

COYUNTURA
Pyme



Módulos Regionales

Bogotá · Cali · Medellín · Pereira · Barranquilla · Bucaramanga · Cundinamarca
Aburrá Sur · Buga · Cartago · Tuluá · Oriente Antioqueño · Manizales

se estima que entre el 45%-55% de las Pymes no tiene acceso a financiamiento en el mundo y, lo que es peor, menos del 10% de las Pymes afirman haber sido bien atendidas en sus necesidades de recursos.

Aún más, el 56% de las instituciones financieras reconoce la existencia de ciertas barreras internas para atender al segmento Pyme debido a las diferencias en cuanto a tamaños y a modelos de negocio e industrias, lo que se traduce en un alto costo de análisis para efectos de cuantificar el riesgo implícito en el financiamiento de dichas entidades.

En el mismo estudio de la Corporación Interamericana de Inversiones y Wyman se evidencian retos y barreras que presentan las entidades del sector financiero al momento de fondear las actividades de las empresas, como son:

- Asimetría y calidad en la información de gestión y reporte empresarial.

- Costos que deben asumir las entidades financieras al estructurar los préstamos a las empresas solicitantes, los cuales resultan ser muy altos, y por tanto el margen que dejan dichas operaciones es muy bajo.

- Complejidad para segmentar y diferenciar las actividades realizadas entre las Pymes debido a la gran diversidad que existe, lo cual resulta en terminar utilizando los mismos procesos de medición para grandes empresas.

- El círculo vicioso que existe en las Pymes al no invertir y crecer productivamente, lo cual es consecuencia de una escasa financiación que obtienen para sus actividades y para la expansión de planta, equipo, y otros, lo que conlleva a que la sostenibilidad de las empresas en el largo plazo se vea disminuida.

- El costo de oportunidad y las restricciones regulatorias a las que

se enfrentan, como los requisitos de capital establecidos en Basilea III, entre otros, ocasionan que este se vea limitado en niveles muy bajos en el corto plazo.

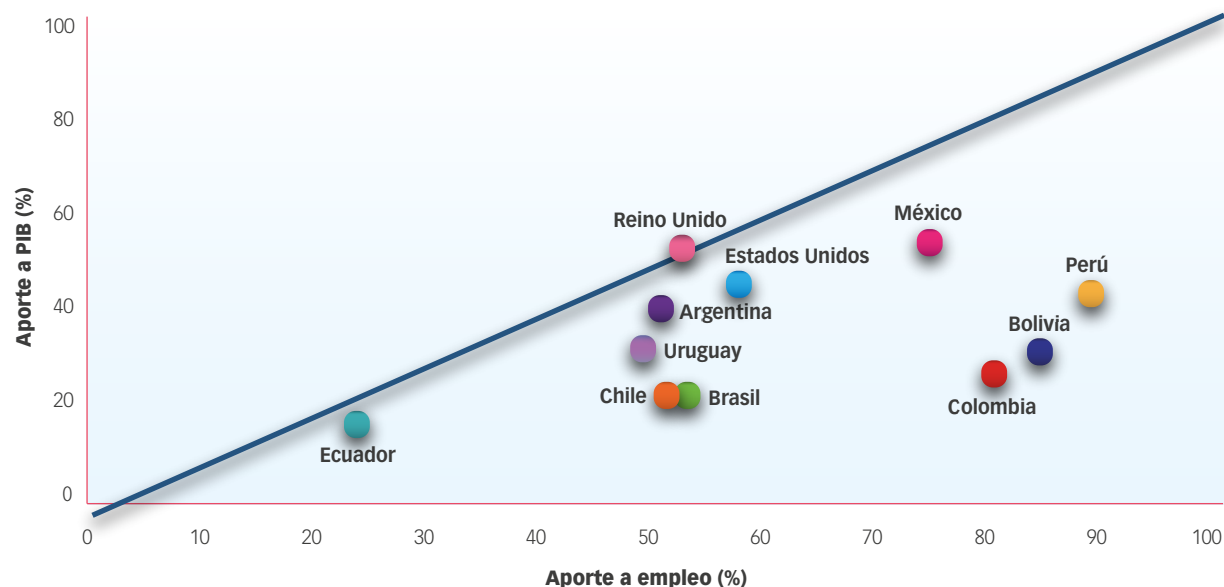
En consecuencia, la contribución al PIB por parte de las Pymes se ve afectado en países menos desarrollados (ver gráfico 1).

El diagnóstico de Colombia es aún más crítico

Para el caso colombiano, aun cuando las Pymes contribuyen con alrededor del 81% del empleo, solo representan un aporte al PIB de menos del 25%.

La dificultad que tienen las instituciones financieras para financiar al segmento Pyme se evidencia en que de un total de \$408,6 billones correspondientes a la cartera total de los bancos, \$238,8 billones correspon-

Gráfico 1. Aporte de las Pymes al empleo y al PIB
(países seleccionados de América Latina y de referencia)



Tomado: Corporación Interamericana de Inversiones; Oliver Wyman Company. (2016)

Fuente: Micro, Small and Medium Enterprise Country Indicators (MSME) Country Indicators, IFC; Relatorio FOROMIC 2010, SEBRAE.

den a la cartera comercial colocada y tan solo el 12.2% de esta cartera corresponde a créditos dirigidos a este segmento (ver gráfico 2).

Adicionalmente, más del 80% de la cartera Pyme se encuentra concentrada en 6 de los 25 bancos comerciales del país, en tanto que el 30% de las compañías a las que efectivamente se les aprobó un crédito financiero considera que las condiciones de la financiación no se ajustaron a sus expectativas o necesidades (ver Anif, 2017a).

El destino de los recursos obtenidos fue del 60% para capital de trabajo, el 20% para consolidación del pasivo y tan solo el 20% restante fue destinado para la inversión, entendida como la compra o arriendo de maquinaria y remodelaciones físicas. La baja tasa de inversión puede ser una de las causas para que el 57.1% de las pequeñas empresas no supere los cinco años de supervivencia empresarial (ver Confecámaras, 2017)

Sumado a lo anterior, de acuerdo con la Gran Encuesta Pyme desarrollada por Anif para el primer se-

mestre de 2017¹, en Colombia cada año son menos las empresas que solicitan crédito con el sistema financiero y el financiamiento se encuentra concentrado en el corto y mediano plazo, lo que coincide con el destino de estos recursos dentro de las Pymes, el cual en la mayor parte de los casos termina siendo destinado a capital de trabajo.

Por otra parte, es preocupante notar que aun cuando la función de los mercados de capitales es canalizar los excedentes de liquidez hacia la inversión productiva, sirviendo como fuente de financiación para el empresariado del país, ninguna de las Pymes constituidas en Colombia ha accedido al mercado, mientras que por su parte las grandes empresas utilizan alternativamente este mecanismo.

Desde la perspectiva de los inversionistas, no existen alternativas de inversión que ofrezcan un riesgo/retorno medio, limitando las opciones de inversión a activos que ofrezcan:

- Bajo riesgo/retorno: títulos de deuda soberana y deuda priva-

da con calificaciones superiores a AA+.

- Alto riesgo/retorno: activos con alta volatilidad o con rentabilidades variables, tales como divisas o acciones, entre otros.

Ejemplo de esto es el apetito por instrumentos de renta fija con calificaciones superiores a AA+, habiéndose colocado durante 2017 emisiones por cerca de \$10.3 billones. Uno de los grandes participantes de este mercado son las empresas del sector real, las cuales invirtieron alrededor del 31%, seguidas por los Fondos de Pensiones y Cesantías y las compañías de seguros (ver gráfico 3).

La BVC como parte de la solución

A la luz de esa realidad, existe una tendencia de adopción de esquemas

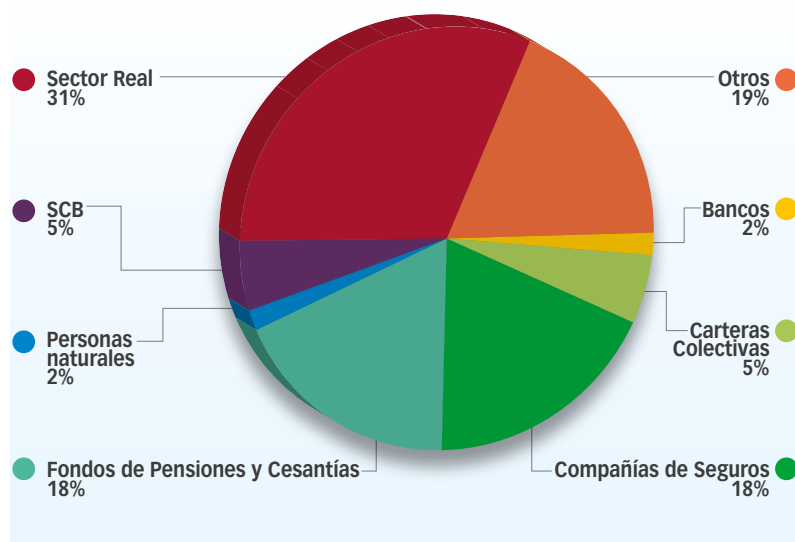
¹ Para este estudio se agrupa a las empresas encuestadas en tres grandes sectores: industria, comercio y servicios, identificando su actividad principal reportada evidenciando las características esenciales.

Gráfico 2. Distribución de la cartera por producto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, (junio de 2017).

Gráfico 3. Emisiones primarias 2017
(participación sectorial por comprador)



Fuente: Bolsa de Valores de Colombia.

de innovación tecnológica a nivel global para el ofrecimiento de servicios financieros, mejor conocidos como *Fintech*, los cuales aprovechan los avances tecnológicos de diferentes industrias para integrar estos desarrollos a la prestación de servicios financieros. Entre los avances se encuentran modelos novedosos de financiación como el *crowdfunding* y el procesamiento de información de manera masiva, *Big Data*².

El *crowdfunding* es un esquema que consiste en que una gran cantidad de inversionistas realiza pequeños aportes a fin de financiar a empresas o personas. Este modelo supone que la interacción *peer-to-peer* (P2P) se efectúe a través de un sistema o una plataforma tecnológica, la cual debe permitir el fácil acceso de los usuarios y ofrecer una disponibilidad de tiempo completo.

En cuanto al *crowdfunding*, la Organización Internacional de Comisiones de Valores (OICV-IOSCO) realizó en 2014 una investigación

para analizar esta nueva metodología e identificar los beneficios y riesgos que esta conlleva. En la investigación se identificó la necesidad de las personas de acceder a capitales a un menor costo que el ofrecido por los bancos e instituciones financieras, las cuales reducían los financiamientos colocados al sector real debido al riesgo implícito asociado (ver IOC-V-IOSCO, 2014).

Para atender la problemática planteada, la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) ha encaminado esfuerzos para desarrollar y administrar una plataforma tecnológica que habilitará la conexión entre las Pymes que requieran financiación y los inversionistas que tengan apetito por este tipo de riesgo.

La adopción de esquemas tecnológicos en metodologías tradicionales permite que las instituciones finan-

cieras puedan obtener información completa y robusta de los usuarios, optimizando la prestación de sus servicios financieros a sus clientes.

Esta conexión permitirá migrar de procesos complejos y manuales, a opciones simplificadas y ágiles, acercando a los usuarios a un mercado en constante cambio e innovación. La propuesta de la BVC está basada en el modelo de *crowdfunding*, el cual se ha convertido en una opción para el financiamiento e inversión de empresas y personas naturales.

Es así como la BVC adoptará parte de estas nuevas tendencias para desarrollar un ecosistema digital que perfeccione la interacción entre los participantes de la plataforma mediante la emisión de títulos valores (bonos ordinarios y papeles comerciales) por parte de las Pymes y la inversión directa por parte de inversionistas que deseen obtener una rentabilidad diferencial.

Este ecosistema ofrecerá la posibilidad a las Pymes para promocionarse a través de fichas técnicas o perfiles comerciales, que contendrán información esencial de sus actividades, de su situación financiera, de los proyectos y proyecciones futuras que tengan estas empresas dentro de su estrategia, y, por último, información de la emisión que pretenden realizar. Lo anterior con el objetivo de que los inversionistas puedan evaluar los riesgos asociados y tomar una decisión de inversión.

Asimismo, la plataforma permitirá identificar aquellas compañías que están en proceso de búsqueda de recursos, que cuentan con una emisión

² Se entiende como *Big Data* toda aquella información estructurada, semi estructurada y no estructurada que permite realizar análisis generales y específicos de un determinado estudio o población.

abierta y disponible para el público inversionista; aquellas que realizaron emisiones en el pasado y que siguen estando vigentes; y los casos de éxito de empresas que hubiesen realizado emisiones, las cuales hayan sido pagadas cumplidamente.

Las Pymes que emitan papeles comerciales o bonos ordinarios a través de la plataforma tecnológica ofrecerán a los inversionistas un retorno fijo pactado al momento de la emisión, y plazos entre 6 meses y 5 años.

Se espera que los títulos de deuda emitidos por las Pymes cuenten con una garantía parcial asociada a la obligación, que bien puede ser estructurada y administrada por un fondo especializado en garantías o por un tercero con experiencia en la materia como por ejemplo, una entidad multilateral.

Los inversionistas que podrán invertir a través de la plataforma podrán ser profesionales y no profesionales (personas naturales o empresas³). Conforme a esto, las atribuciones y límites máximos de inversión por emisión e inversión global a través de la plataforma se establecerán de acuerdo con la normatividad aplicable respecto a la capacidad de inversión de cada inversionista y su naturaleza.

Adicionalmente, los usuarios podrán tener una trazabilidad de la rentabilidad percibida por concepto del pago de capital e intereses, o los recursos recibidos y pagados por concepto de la emisión realizada; así como podrán consultar el estado de sus obligaciones o inversiones en cualquier momento, de manera tal que logren administrar de una forma más adecuada los flujos recibidos.

La plataforma contará con políticas de riesgo que limiten la inversión de inversionistas no profesionales, y adi-

cionalmente contará con módulos de educación financiera dirigidos a cualquier participante de la plataforma.

Igualmente, se buscará educar a las Pymes y a los inversionistas en, por ejemplo, entender mejor el riesgo implícito en estos instrumentos y el papel que desempeñan los usuarios en la plataforma. Esto se desarrollará dentro del ecosistema propuesto, de manera que la plataforma acompañará en todo momento a los usuarios de la misma, velando porque esta alternativa de financiación adquiera un papel fundamental en la economía del país.

Adicionalmente, la plataforma contará con políticas y procesos orientados a controlar y mitigar temas como fraude de la información, actividades relacionadas con el lavado de activos o financiación del terrorismo, información financiera desactualizada o no auditada, entre otros.

La innovación propuesta por la BVC no solo permitiría optimizar los costos de los procesos de análisis de las empresas, sino también recolectar y procesar información

de forma masiva, la cual, aplicada a modelos de análisis de riesgo, permitirá tener un panorama más completo de los hábitos y transacciones de los usuarios, explicando así mejor la capacidad crediticia y el comportamiento de pago de cada empresa a un menor costo.

De esta manera, se pretende masificar el acceso de las Pymes e inversionistas al mercado de capitales colombiano, contribuyendo con el impulso del sector productivo en Colombia gracias al direccionamiento eficiente de los excedentes de liquidez, y logrando una participación más activa en el mercado de valores, beneficiando a las Pymes y a los inversionistas, creando segmentos alternativos y posibilidades de crecimiento.

Es evidente la importancia estratégica de las Pymes en la evolución de la economía del país. Es por esto que la BVC desea contribuir a su crecimiento e invitarlas a un mercado organizado como opción de financiación a la vez que aumentan su productividad y aportan al crecimiento del PIB nacional. ■

Bibliografía

- Anif (2017a), Gran Encuesta Pyme Anif-Informe de resultados primer semestre de 2017.
- Confecámaras (2017), Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia, agosto.
- Corporación Interamericana de Inversiones, Oliver Wyman Company (2016), La revolución *fintech*, cómo las innovaciones digitales están impulsando el financiamiento para las Mipymes en América Latina y El Caribe.
- IOCV-IOSCO (2014), *Crowdfunding*: an infant industry growing fast.
- Superintendencia Financiera de Colombia (2017), Reporte saldo de cartera por producto e indicador de calidad por mora.

³ Se definirá como inversionista profesional y no profesional según lo contemplado en los Artículos 7.2.1.1.2 al 7.2.1.1.4 del Decreto 2555 de 2010. Superintendencia Financiera de Colombia (2010), Decreto 2555 de 2010.

La inclusión financiera

DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA

Por: Juliana Álvarez Gallego *



Las empresas que logran crecer de manera acelerada y dinámica, por encima del 10% anual, son aquellas que efectivamente se constituyen en un motor esencial para el crecimiento económico y la creación de empleo. Aunque se ha encontrado que las empresas de alto crecimiento tienden a ser pocas en número y, por ende, representan una pequeña porción del segmento empresarial, entre el 2% y 6% según cifras de la OCDE (2016), tienen una alta participación en la generación de empleo.

En Brasil, por ejemplo, estas empresas generan cerca del 30% de los nuevos empleos y en países como Reino Unido e Israel el 20% (OCDE, 2017). Dado el alto impacto que estas empresas tienen para la economía, su creación, supervivencia y consolidación se han convertido en un tema prioritario en las agendas de los gobiernos, reguladores y organismos multilaterales e internacionales.

En Colombia, un estudio realizado por Confecámaras (2017a) identificó, a partir del análisis de una muestra de 26.000 empresas que reportaron continuamente sus ventas en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), que solo 612 empresas crecieron a tasas de dos dígitos y de manera sostenida entre el período comprendido entre

Directora del Programa de Inversión Banca de las Oportunidades.
E-mail: juliana.alvarez@bancadelasoportunidades.gov.co

Factoring

Reciba el pago anticipado de sus facturas de forma rápida, fácil y segura.



- ✓ Genera liquidez inmediata.
- ✓ Obtiene descuentos a tasas favorables.
- ✓ Facilita el acceso a cupos de crédito.
- ✓ Mejora sus indicadores financieros.(Capital de trabajo, Flujo de caja operacional y Cuentas por cobrar).
- ✓ Asegura una fecha de pago de sus facturas.
- ✓ Optimiza el recaudo de su cartera.
- ✓ Contribuye al aprovechamiento de descuentos comerciales.
- ✓ Permite el crecimiento de su negocio.
- ✓ Incrementa su capital de trabajo.

Consulte más información en **avillas.com.co**

Comuníquese en Bogotá con nuestro **Especialista de Factoring Red Oficinas:** 2419600 Ext. 5737
o a la **Dirección de Factoring:** 2419600 Ext. 5191- 5379 - 5685 - 87678 - 87679

CNE Medellín 6041477 Ext. 83502 **CNE Barranquilla** 3850730 Ext. 87546

CNE Cali 4855487 Ext. 87588

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

2011 y 2015. De acuerdo con este estudio, solo un 2.4% de la muestra está constituido por empresas de alto crecimiento, es decir que, en Colombia, como en el resto del mundo, la aparición de estas empresas dinámicas es un fenómeno bastante inusual.

La importancia de las Mipymes en el crecimiento económico del país

Adicionalmente, este estudio encontró que el grupo de empresas de alto crecimiento en Colombia está concentrado principalmente en el segmento de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), cuya participación es del 73%, seguido de las grandes que aglutinan el 27% restante. En línea con lo anterior, las Mipymes se han constituido en el principal cimiento del crecimiento económico del país. Por un lado, el tejido empresarial en Colombia está compuesto mayoritariamente por microempresas, las cuales participan con el 92.1% de las unidades empresariales, mientras que las Pymes aportan el 7.5%, es decir que, en total, las Mipymes constituyen el 99.6%. Por otro lado, de acuerdo con el Dane, las empresas de menor tamaño son las que generan alrededor del 67% del empleo y cerca del 28% del PIB.

Vale la pena tener en cuenta que el verdadero tamaño y aporte de las Mipymes puede estar subestimado, debido a la informalidad de este segmento empresarial. De acuerdo con el Estudio de De-

manda de Inclusión Financiera en Colombia realizado por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Banca de las Oportunidades en 2014, dos de cada tres microempresas son informales.

A pesar de la importante contribución de las Mipymes a la economía, estas se caracterizan por tener tasas de supervivencia muy bajas. En Colombia, cerca del 98% de los emprendimientos que mueren cada año pertenece a la categoría de microempresas (Confecámaras, 2017b). Las



dinámicas de supervivencia y el riesgo al fracaso en el segmento de empresas de menor tamaño están asociados con distintos factores que limitan su capacidad de generar ingresos suficientes para recuperar la inversión hecha y ser rentables. Entre estos factores se encuentran el tamaño de las empresas al nacer y el acceso a fuentes de financiamiento. Las empresas más pequeñas, por ejemplo, tienen menos probabilidades de

sobrevivir en el mercado, pues su reducida escala limita su capacidad productiva, tecnológica y de gestión, así como su capacidad de endeudamiento, al tener menos garantías que ofrecer.

En este contexto, resulta fundamental que el sector privado y el sector público continúen trabajando de manera conjunta y decidida en la consolidación de las Mipymes como propulsoras de crecimiento económico del país. Para esto, se deben promover iniciativas que permitan masificar el acceso y el uso de los productos financieros y, en particular, del crédito para este segmento empresarial.

La falta de acceso al crédito limita el crecimiento de las Mipymes

La limitación en el acceso al crédito adecuado es uno de los principales motivos por los que las Mipymes no crecen. Para estas empresas es más difícil afrontar situaciones de crisis o invertir para modernizar sus operaciones e innovar cuando no tienen acceso a fuentes de financiación formales. El Estudio de Demanda de Inclusión Financiera (2014) identificó que los microempresarios que logran acceder al crédito formal tienen mayores recursos disponibles para: i) capital de trabajo (67%), que incluye, entre otras cosas, surtir el negocio para temporadas altas o cubrir los gastos del negocio en los meses en los que los ingresos/ventas no son suficientes; ii) para inversión (21%), tanto en la ampliación del negocio como en la compra o remodelación del local; y iii) para cubrir gastos normales del negocio (18%).

El crédito entonces se convierte en una herramienta financiera que potencializa el crecimiento empresarial. De acuerdo con el estudio hecho por Luis Alberto Zuleta para la Cepal (2016), las empresas que tienen crédito presentan un mayor crecimiento en ventas, mayores márgenes de producción e inversión en maquinaria y equipo, mientras que las empresas que no tienen crédito tienen una mayor probabilidad de que sus ventas permanezcan iguales. Además, como resultado de las limitaciones en el acceso al crédito formal, las Mipymes se ven obligadas en muchos casos a recurrir a fuentes inapropiadas de financiación para apalancarse, como son los créditos informales, que resultan en estructuras financieras que no se adaptan a sus necesidades, las cuales, por lo general, tienen una inclinación hacia el corto plazo y elevados costos.

Se ha encontrado que efectivamente la tenencia de productos financieros y, en particular, del crédito por parte de las Mipymes es baja. Si bien la información de inclusión financiera de la Banca de las Oportunidades no está segmentada por el tamaño de las empresas, esta es muy diciente. A junio de 2017, solo 757.610 empresas reportaron tener al menos un producto financiero y, de estas, 564.927 usar alguno de estos productos activamente o lo tienen vigente. Adicionalmente, es importante mencionar que, según cifras de Confecámaras, en el primer semestre del año se crearon 38.183 sociedades (sin incluir aquellas creadas como personas naturales), pero solo ingresaron por primera vez al sistema financiero 14.883, es decir solo el 39% del total de las sociedades creadas. Esta baja proporción plantea serios interrogantes relacionados, entre otros, con un posible sub-reportaje a la Central de Información o con la

posibilidad de que algunas sociedades en su proceso de constitución no estén abriendo cuentas ni productos financieros.

Al analizar los datos de las empresas reportadas en la Central de Información, se observa que el producto con más penetración es la cuenta de ahorro (507.705 empresas); sin embargo, el producto más usado es la cuenta corriente (375.095). Por su parte, la penetración de los productos de crédito es aún menor. A junio de 2017, habían 225.456 empresas con al

principales razones para no solicitar un crédito formal se encuentran el no necesitarlo (70%), seguido de los altos costos asociados con los intereses y comisiones, la cantidad de trámites para gestionar un crédito y la desconfianza con el sistema financiero.

El hecho de que muchas Mipymes consideren que no requieren un crédito es un problema de auto-exclusión asociado con distintos factores. Por ejemplo, muchos microempresarios no solicitan un crédito porque creen que les van a

“Las empresas que tienen crédito presentan un mayor crecimiento en ventas, mayores márgenes de producción e inversión en maquinaria y equipo, mientras que las empresas que no tienen crédito tienen una mayor probabilidad de que sus ventas permanezcan iguales. Además, como resultado de las limitaciones en el acceso al crédito formal, las Mipymes se ven obligadas en muchos casos a recurrir a fuentes inapropiadas de financiación para apalancarse, como son los créditos informales.”

menos un crédito comercial vigente, 85.414 empresas con crédito de consumo vigente, 74.826 con tarjeta de crédito vigente y 13.428 con microcrédito vigente.

El Estudio de Demanda de Inclusión Financiera (2014) y la Encuesta de Microestablecimientos del Dane (2016) reiteran la baja tenencia de créditos formales específicamente para las empresas de menor tamaño. Estos estudios identificaron que solo el 28% de los microempresarios tenía productos de crédito formal, mientras que un 23% contaba con algún tipo de crédito informal. Entre las

rechazar su solicitud, porque desconocen la importancia de algunos productos financieros para el desarrollo de su actividad o simplemente porque no perciben la necesidad de financiamiento a pesar de su alta dependencia financiera (Zuleta, 2016). Estos factores están relacionados con la falta de educación financiera del segmento empresarial.

Por otra parte, la negación del crédito no es una barrera real en la práctica. De acuerdo con el Estudio de Demanda (2014), el 93% de los créditos solicitados por los microempresarios fue aprobado y solo

un 7% de las solicitudes fueron negadas. Los resultados de la Encuesta de Microestablecimientos del Dane (2016) corroboran esta tendencia: un 22.7% de los microestablecimientos de comercio solicitaron un crédito formal para la gestión de sus negocios, un 21.9% de los microestablecimientos de la industria y un 16.2% del sector servicios. De estos, un 94.9% de los microestablecimientos de comercio, un 92.2% de la industria y un 93.3% de servicios obtuvieron el crédito solicitado. Entre las razones por las que se negaron estos créditos se encuentran los reportes negativos en las centrales de riesgo (47%), el incumplimiento de los requisitos establecidos por las entidades financieras (37%) o la insuficiencia de ingresos (15%).

Por último, resulta también preocupante el hecho de que las Mipymes tampoco tengan acceso a productos alternativos de financiamiento formal. De acuerdo con la Gran Encuesta Pyme realizada por Anif, entre el 2% y el 4% de este segmento empresarial usó el *factoring* y entre el 4% y el 5% el *leasing* durante el primer semestre de 2017. Además, esta encuesta reveló que solo proporciones marginales de las Pymes acceden a recursos de Fondos de Capital Privado o de apoyo emprendedor durante el último año.

Compromiso del gobierno con la mejora de la inclusión financiera de las Mipymes

Conscientes de esta problemática y reconociendo la importancia que tienen las Mipymes en el crecimiento económico, el Gobierno Nacional ha venido trabajando de



manera decidida en promover la inclusión financiera de las empresas de menor tamaño desde hace más de una década y, lo más importante, estos temas hacen parte de la agenda del gobierno para los próximos años. En 2006, el gobierno creó la Banca de las Oportunidades, programa encargado de promover la inclusión financiera en el país. La Banca ha realizado importantes iniciativas que han logrado, por ejemplo, garantizar la cobertura geográfica del sector financiero en la totalidad de los municipios del país y apoyar el desarrollo de nuevos productos como las cuentas de ahorro de trámite simplificado, las garantías mobiliarias y el monotributo.

Si bien se han alcanzado importantes hitos, el camino por recorrer todavía es largo. Por eso, el gobierno creó la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera en 2015 para que diseñara la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)¹. En el marco de esta estrategia se

definió el acceso al financiamiento de las Mipymes como uno de sus cuatro frentes de trabajo, lo cual está alineado con los principios establecidos en la materia por entidades internacionales como el Banco Mundial, AFI, la OCDE y el G-20 en los que se prioriza a este segmento empresarial.

Para dinamizar los esquemas de financiamiento de las Mipymes, la ENIF plantea masificar el uso de las garantías mobiliarias (constituir garantías sobre bienes muebles)² y potenciar los esquemas de financiamiento a través del *factoring*³, los cuales ya se encuentran regulados, pero tal y como se mencionó anteriormente, son subutilizados por las Mipymes, razón por la cual se requiere en ambos casos ampliar su difusión y sensibilización para que los empresarios puedan acceder más fácilmente al financiamiento. Adicionalmente, la ENIF propone la regulación frente a nuevos esquemas de financiación tales como

¹ Los cuatro frentes de trabajo de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera son: i) promover el uso de servicios financieros; ii) estimular el acceso y uso de los servicios financieros para el sector rural; iii) implementar nuevos esquemas de financiación para Pymes; y iv) desarrollar la estrategia de educación económica y financiera.

² En agosto de 2013 se expidió la Ley 1676. En febrero de 2014, mediante el Decreto 400 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se reglamentó el Registro de Garantías Mobiliarias que apunta a una inscripción eficiente, rápida, a bajo costo y que brinda publicidad y disponibilidad de las garantías. En septiembre de 2015, con el Decreto 1835, se reglamentó el proceso para ejecutar estas garantías.

³ Ley 1231 de 2008.

el *crowdfunding*⁴, esto como parte de los elementos de innovaciones tecnológicas. Para esto último, la Unidad de Regulación Financiera, luego de la revisión de experiencias internacionales, ya se encuentra trabajando en un proyecto de decreto para ajustar la regulación.

También vale la pena mencionar que desde los otros frentes de trabajo de la ENIF, se propone apoyar la dinamización y promoción de los pagos digitales para impulsar la generación de un ecosistema digital para los pequeños comercios. Por ejemplo, la creación de las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos podrá contribuir a que las Mipymes puedan realizar transacciones electrónicas a bajo costo y de manera ágil, reduciendo el uso del efectivo. No olvidemos que en Colombia el uso de los medios de pagos electrónicos por parte de las Mipymes es muy bajo. De acuerdo con la encuesta del uso

del efectivo realizada este año por Redeban, Asobancaria y el Banco de la República, mientras que el 99% de los microestablecimientos acepta el efectivo como medio de pago, solo el 20% acepta la tarjeta débito, el 19% la tarjeta de crédito y el 11% las transferencias.

Por su parte, la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, lanzada en junio de este año, también priorizó a los microempresarios como uno de

los segmentos poblacionales que debe hacer parte de los programas de educación financiera, ya que esto permitirá que las Mipymes amplíen sus conocimientos financieros y logren tomar decisiones más óptimas en cuanto al manejo de sus finanzas. Recordemos que el limitado acceso al crédito formal está asociado con un problema de autoexclusión que, en parte, puede explicarse por la falta de educación financiera en este segmento.

Conclusión

La inclusión financiera de las Mipymes ha sido y seguirá siendo una prioridad para el Gobierno Nacional, que es consciente de la necesidad de trabajar conjuntamente con el sector privado para superar las barreras existentes y, sobre todo, desarrollar nuevos e innovadores mecanismos de financiación y de transacción que redunden en condiciones financieras ajustadas a las necesidades de las empresas, en particular de las de menor tamaño, con el objetivo último de lograr que su crecimiento sea dinámico y sostenible. ■

Bibliografía

- Anif (2017), Gran Encuesta Pyme primer semestre de 2017.
- Banca de las Oportunidades y Superfinanciera (2014), Estudio de Demanda de Inclusión Financiera.
- Confecámaras (2017a), Determinantes del crecimiento acelerado de las empresas en Colombia, Bogotá.
- Confecámaras (2017b), Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia, Bogotá.
- Dane (2016), Encuesta de Microestablecimientos.
- OCDE (2016), Entrepreneurship at a Glance.
- OCDE (2017), Entrepreneurship at a Glance.
- Zuleta L.A. (2016), Inclusión financiera de la pequeña y mediana empresa en Colombia, Cepal.

⁴ *Crowdfunding* se refiere a nueva forma de financiación a través del uso de pequeñas cantidades de recursos de varios individuos para donar o financiar, sin colateral, proyectos, negocios o actividades personales, a través de una plataforma con conexión a internet (Estrategia de Inclusión Financiera Colombia 2016).

Emprendimiento y comportamiento de las ventas Pyme

Por: Daniela Londoño *

De tiempo atrás, ha existido relativo consenso en la literatura económica sobre la fuerte relación positiva entre la "capacidad empresarial-emprendimiento" y el crecimiento económico (Audretsch, 2004). Por tal motivo, la creación y consolidación de nuevos negocios constituye uno de los principales motores de desarrollo para una sociedad. Estos emprendimientos dinamizan la fuerza laboral y promueven ampliamente la innovación, al demandar puestos de trabajo e imprimir cambios y valor agregado a los productos y servicios.



En dichos frentes, el más reciente Informe del Monitor Global de Emprendimiento (2017) arrojó resultados mixtos para Colombia. Por un lado, se evidenció que el país cuenta con una tasa relativamente alta de adultos involucrados en nuevas actividades empresariales (20% de los adultos). Asimismo, se observó que más del doble de los empresarios empezó su negocio porque percibió una oportunidad (67%), en lugar de hacerlo por necesidad (33%). Pero, por otro lado, la tasa de adultos con negocios establecidos evidencia tendencias decrecientes (5.2% en 2015 vs. 14.2% en 2008), mientras que solo la mitad de las empresas reportó expectativas de expansión durante el próximo quinquenio.

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



BANCO PICHINCHA

FACTORING



TRAIGA SU FUTURO AL PRESENTE
— **MEJORANDO SU LIQUIDEZ** —



Factoring le permite obtener **liquidez** anticipada por medio de la **negociación** de sus **facturas**.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

SOLICÍTELO YA:

Escribiéndonos a banca.pyme@pichincha.com.co
o comunicándose en Bogotá al 6501050 ext. 811604

www.bancopichincha.com.co

La creación de nuevos negocios debe ir acompañada de una consolidación empresarial, para así poder lograr la generación de empleo y el progreso social que logre un impacto en la sociedad. Allí las ventas constituyen la columna vertebral de la organización, pues son las que generan el ingreso que le permite operar. En consecuencia, el presente artículo profundizará sobre las dinámicas de emprendimiento y ventas que han mostrado las empresas del país, principalmente en el segmento de las Pymes. Para ello, dividiremos el artículo en dos secciones. En la primera parte, referenciaremos con mayor detalle los resultados que obtuvo Colombia en el Informe del Monitor Global de Emprendimiento (GEM). Posteriormente, en la segunda sección centraremos nuestra atención en el comportamiento de las ventas de la pequeña y mediana empresa, de acuerdo con los últimos resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de Anif. Además, analizaremos cuáles fueron los factores internos y externos que pudieron haber influenciado las ventas de este segmento empresarial.

Como veremos, en el país hace falta una mayor cultura emprendedora, acompañada de valores que la hagan crecer y evolucionar. En cuanto al comportamiento de las ventas, los resultados de la GEP reflejaron un deterioro en la evolución de la demanda durante el segundo semestre de 2016. Allí cerca de dos quintas partes de las empresas Pyme encuestadas en los tres macro-sectores experimentaron un crecimiento anual en ventas entre el 0% y el 5%.

Emprendimiento en Colombia

De acuerdo con el GEM, la actividad empresarial de un país está determinada por: i) los valores

sociales hacia la creación de empresa; ii) los atributos individuales de los empresarios (demografía, educación y motivaciones); y iii) el contexto social, cultural y político.

Con relación a los valores sociales conducentes a la creación de empresa en Colombia, el reporte muestra una aceptación sociocultural con tendencia decreciente (pasando del 71% en 2014 al 66% en 2016, ver Buelvas, 2017). Asimismo, el estudio exhibe un alto porcentaje de empresarios potenciales en el país (tercer puesto a nivel mundial entre los 64 países evaluados). No obstante, tan solo el 16% de estos empresarios potenciales logró materializar sus propósitos empresariales y convertirse en empresarios nacientes. Ello se explica parcialmente por la alta aversión al fracaso que existe en los colombianos (puesto 62/64).

Con respecto a los atributos de los empresarios, la GEM de Colombia muestra que la población entre 25 a 34 años fue la más propensa a crear nuevas empresas. Adicionalmente, la principal motivación para crear compañías obedeció a la identificación de oportunidades de mercado (vs. creación por necesidad). En efecto, el 67% de los empresarios nacientes argumentó haber tenido dicha motivación.

Finalmente, el contexto social, cultural y político del reporte evidencia que el 70% de las empresas nacientes proviene del sector servicios y generó de 1 a 5 empleos. Infortunadamente, dicha GEM sigue confirmando la poca vocación innovadora-exportadora de los empresarios de Colombia. En dichos frentes se encontró que: i) el 80% de los empresarios afirmó vender productos similares a los de su competencia; ii) solo el 12% de los encuestados manifes-

tó tener un producto innovador; iii) hay una baja vocación exportadora (menos del 25% de los empresarios exporta); y iv) existe una alta informalidad (solo están registradas el 41%).

Todo lo anterior evidencia que en el país hace falta una mayor cultura emprendedora que promueva la creación de nuevos empresarios y negocios innovadores.

Determinantes de las ventas empresariales

Las ventas juegan el papel principal en la consolidación empresarial de dichos intentos de emprendimiento. Esto se debe a que las ventas son las que generan los ingresos a la organización y validan que el producto o servicio que tiene la compañía sea realmente demandado. Además, garantizan que haya un flujo de caja que le permita a la organización operar.

Al respecto, recordemos que en los países de la OECD y América Latina más de la mitad de las empresas nuevas fracasa durante los primeros cinco años de vida (Confecámaras, 2017a). Aún más, la tasa de “fracaso” ronda niveles elevados del 20%-30% durante el primer año de operación, elevándose dicha tasa hacia el mencionado 50% en horizontes quinquenales. En Colombia, dicha tasa ronda niveles cercanos al 40% de fracaso para horizontes de 5 años.

Este fenómeno de supervivencia empresarial depende de muchos factores, pero en este artículo nos centraremos en el comportamiento de las ventas, principalmente para el segmento de la pequeña y mediana empresa. Para ello, ana-

lizaremos primero el comportamiento de las ventas Pyme y luego los factores externos e internos de las firmas que pudieron afectarlas.

Comportamiento de las ventas Pyme

Los resultados de la lectura del primer semestre de 2017 de la GEP reflejaron un deterioro en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios y la demanda en el segundo semestre de 2016, principalmente en los sectores de industria y comercio. Por tamaño, tanto las pequeñas como las medianas empresas experimentaron un descenso en sus principales indicadores (ver Anif, 2017a).

Con respecto a la evolución de las ventas, las opiniones de los empresarios del sector industrial presentaron la misma tendencia en el balance de respuestas a la registrada por la situación económica general. Así, el balance de respuestas se redujo hacia niveles de 10 al corte de 2016-II (vs. 27 un año atrás), ver gráfico 1. Allí un 25% de las Pymes manifestó que sus ventas cayeron, cifra superior a la observada un año atrás (19%).

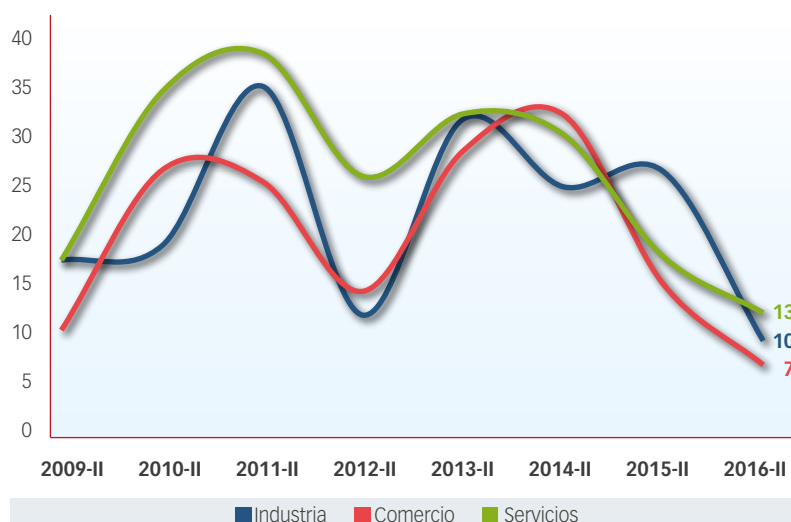
Dicha desazón empresarial también se reflejó en la percepción de los comerciantes Pyme acerca de la evolución de la demanda en el segundo semestre de 2016. En el caso de las ventas, el balance de respuestas mostró un descenso al pasar de 16 en 2015-II a 7 en 2016-II para el total de Pymes comerciales. Dicho descenso tuvo un impacto mayor en las empresas pequeñas, donde un 29% de los encuestados manifestó que sus ventas decrecieron frente al 20% reportado por las medianas.

De igual manera, la percepción respecto a la demanda mostró señales fuertes de deterioro en las Pymes de servicios. En efecto, el balance de respuestas sobre la evolución de las ventas en las pequeñas y medianas empresas pasó de 18 en 2015-II a 13 en 2016-II. Para las empresas pequeñas dicho balance fue de 9

(7 puntos por debajo del valor reportado un año atrás), mientras que para las medianas llegó a 27 (2 puntos por encima del valor reportado un año atrás), ver gráfico 2.

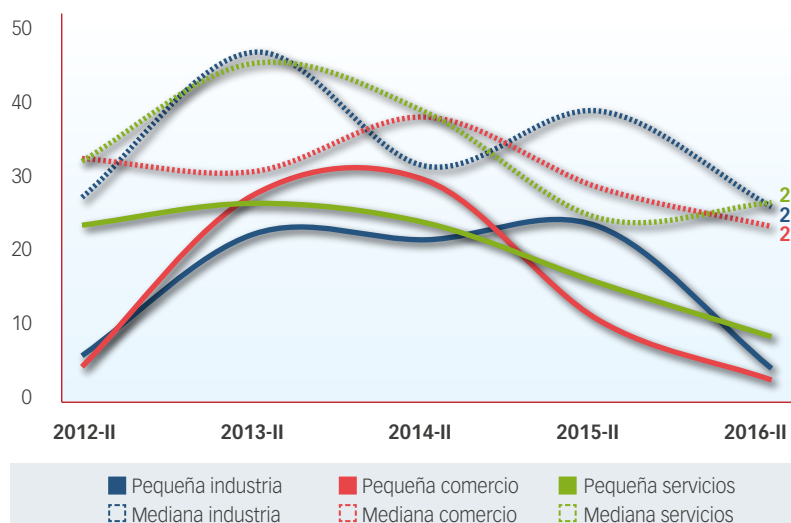
Finalmente, el crecimiento promedio anual de las ventas durante el primer semestre de 2016 estuvo

Gráfico 1. Ventas
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2017-I.

Gráfico 2. Ventas por tamaño de empresa
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2017-I.

principalmente concentrado en el rango entre el 0% y el 10%. Este rango de crecimiento en las Pymes industriales lo tuvo el 63% de los encuestados en 2016-II (ver gráfico 3). Por su parte, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes comerciales y de servicios (66%) se ubicó en este rango del 0% al 10%. Tan solo un 9% de los empresarios manufactureros y un 6% de los de comercio y servicios presentaron un crecimiento mayor al 20%.

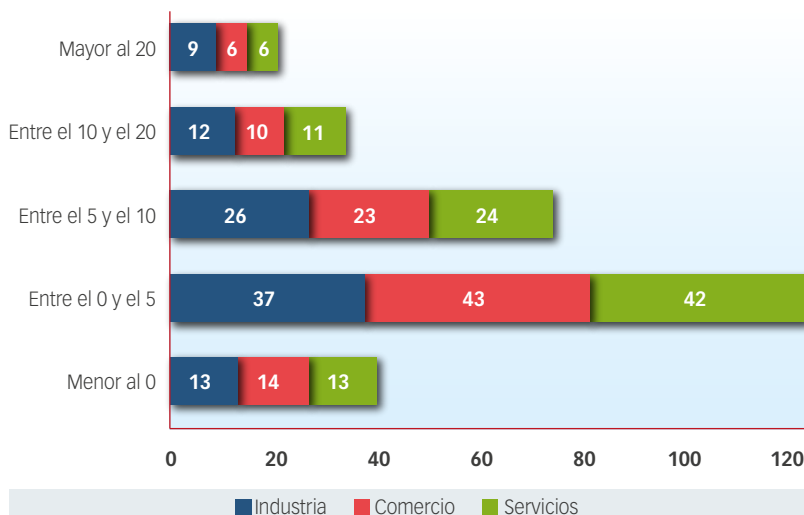
En consecuencia, se puede inferir que más de tres quintas partes de las empresas Pymes encuestadas en los tres macrosectores experimentaron un crecimiento anual en ventas entre el 0% y el 10% (expansiones cuasinulas en términos reales). Asimismo, se observa que muy pocas de las firmas señalaron tener un crecimiento extraordinario en ventas (9% en industria y 6% en comercio-servicios).

Factores externos a las firmas

Sin duda, el factor externo a las firmas más importante en dicho pobre desempeño de las Pymes es la desaceleración estructural de la economía colombiana. A este respecto, Anif ha sido reiterativo sobre la pérdida de crecimiento potencial hacia niveles de solo un 3% anual (vs. el antiguo 4.5%, por quinquenios) que ha implicado el fin del auge minero-energético en Colombia. Incluso, el crecimiento del 2% del año 2016 se situó por debajo de ese nuevo potencial, con agravantes de un cuasi-estancamiento en la demanda agregada (ver Anif, 2017b).

Infortunadamente, dicho mal desempeño ha continuado durante 2017, como bien lo reflejan las pobres expansiones de apenas un

Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido: (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2017-I.

1.5% durante el enero-septiembre (vs. 2.4% un año atrás).

Dado lo anterior, los factores de la economía que afectaron la demanda y, por ende, las ventas de las Pymes en 2016 han permanecido durante 2017.

Por ahora, Anif mantiene su pronóstico de crecimiento en el 1.8% para 2017 (aunque no nos sorprendería que estuviera más cerca al 1.6%). Con ello, el desempeño de Colombia rondaría niveles cercanos al pobre promedio de América Latina del 1.7% en el presente año.

En Colombia, la correlación entre el ciclo económico y el desempeño de las pequeñas y medianas empresas del país es alta. Esta situación se ve reforzada por el hecho de que las Pymes tienen una alta elasticidad a lo que sucede en el mercado interno, pues su vocación exportadora es muy baja. De hecho, cerca del 95% de las Pymes de servicios y el 82% de las Pymes industriales no exportaron

en el segundo semestre de 2016, donde el 52% de las Pymes industriales, el 55% de las comerciales y el 58% de las de servicios vendía sus productos mayoritariamente en su ciudad de origen.

Factores internos a las firmas

Los factores internos que afectan las ventas de los productos o servicios están determinados por una serie de variables relacionadas con: i) atributos y calidad del producto; ii) el precio; iii) el servicio al cliente; iv) la estrategia de mercadeo; v) la financiación; y vi) logística-proveedores y transporte. Dicha intuición es corroborada por la literatura reciente en Colombia, aunque allí se encontró un papel importante adicional en los frentes de innovación-capital humano (ver Confecámaras, 2017b).

Aunque estos elementos son muy propios de cada una de las empre-

sas, la GEP nos da una aproximación sobre la destinación de fondos a la inversión en el agregado de las Pymes. Allí los resultados señalan qué tareas encaminadas a mejorar el desempeño de las empresas se han dirigido a fortalecer el capital humano, obtener certificaciones de calidad y diversificar o ampliar los mercados locales. Estas acciones han prevalecido sobre

aquellas orientadas a imprimir cambios en los productos y servicios prestados, relacionadas con el concepto de innovación (ver Anif, 2017c). Por ejemplo, menos del 12% de los empresarios encuestados señaló haber lanzado un nuevo producto en 2017-I.

En consecuencia, en el agregado de las Pymes la inversión en ac-

ciones de mejoramiento se hace principalmente en la capacitación del talento humano, el cual es un aspecto fundamental en el crecimiento de los negocios. No obstante, aún hace falta una mayor inversión en innovación y desarrollo de nuevos productos que les permita a las empresas ser más productivas y, por ende, competitivas.

Conclusiones

Hemos visto cómo el GEM (2016-2017) mostró algunas debilidades en el ambiente de emprendimiento en Colombia. Dichos resultados se explican por la ausencia de cultura emprendedora y redes de apoyo empresarial en Colombia. Remediar dichas falencias requerirá redoblar esfuerzos en programas de apoyo empresarial tipo Innpulsa, replicando su éxito en materia de promoción empresarial.

Por otro lado, los resultados de la lectura del primer semestre de 2017 de la GEP reflejaron un deterioro en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la demanda en el segundo semestre de 2016, donde más de tres quintas partes de las empresas Pyme encuestadas en los tres macro-sectores experimentaron un crecimiento anual en ventas entre el 0% y el 10%. Nótese cómo, al descontar inflaciones del 5.7% durante dicho año estamos hablando de expansiones reales cuasi-nulas en las ventas.

Reversar dicho mal desempeño de las Pymes requerirá promo-

ver la cultura exportadora de estas empresas, de tal manera que se logre mitigar la sensibilidad al ciclo económico del país. Asimismo, es relevante impulsar la innovación y creación de alianzas que aumenten la productividad de Colombia.

En consecuencia, en el marco de las políticas de desarrollo productivo de Colombia, lideradas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, resultará esencial seguir promoviendo de manera importante la formación de redes empresariales. Ello será crucial si se quiere lograr la optimista meta oficial de incrementar la productividad del país hacia niveles del 1.2% en 2018 (vs. 0.8% en 2014).

Es fundamental trabajar en todo lo anterior sin olvidar la agenda transversal del país tendiente a reducir los sobrecostos estructurales de la economía (el llamado Costo Colombia relacionado con la precaria infraestructura y los elevados costos laborales-energéticos, entre otros). ■

Bibliografía:

- Anif (2017a), Gran Encuesta Pyme Anif – Informe de resultados primer semestre de 2017.
- Anif (2017b), “PIB-real 2016 y perspectivas 2017”, *Informe semanal* No. 1354 de marzo de 2017.
- Anif (2017c), “Acciones de mejoramiento de las Pymes 2016-2017”, *Comentario Económico del Día* 25 de septiembre de 2017.
- Audretsch D.B. y Keilbach M. (2004), “Does Entrepreneurship Capital Matter, Entrepreneurship: Theory and Practice”, vol. 28, no 5.
- Buelvas P., Franco C., García G., Gómez L., López S., Matiz F. y Osorio F. (2017), *Actividad empresarial colombiana*, Colombia.
- Confecámaras (2017a), *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*, Bogotá.
- Confecámaras (2017b), *Determinantes del crecimiento acelerado de las empresas en Colombia*, Bogotá.
- Global Entrepreneurship Monitor GEM (2017), *Global Report 2016-2017*.



Comportamiento crediticio

DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

¿CAMPO DE ACCIÓN PARA LAS UNIVERSIDADES?

Por: Josefa Ramoni Perazzi y Giampaolo Orlandoni Merli *

Introducción

Según la Gran Encuesta Pyme (GEP) 2017 de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif), buena parte de las pequeñas y medianas empresas tiende a apalancar sus operaciones con recursos propios y créditos de proveedores, con escaso uso de alternativas potencialmente más ventajosas.

Algunas empresas siguen incluso considerando al mercado extrabancario como una alternativa, a pesar de su alto costo. Fuentes de financiamiento con ventajas diseñadas para pequeñas y medianas empresas dinámicas y con expectativas de crecimiento, como el *factoring* y los Fondos de Capital

Privado y de apoyo emprendedor, son poco aprovechadas. Las causas de esta generalizada baja actividad crediticia pudieran encontrarse en las escasas expectativas de expansión de un segmento empresarial que se siente a gusto con su situación actual y no busca modificarla, además del pobre conocimiento

acerca de las alternativas de financiamiento y las ventajas que ellas pueden brindar.

Si bien es cierto que los informes oficiales muestran que todavía la dinámica económica de muchos sectores es lenta, también es cierto que el desempeño de la economía

* Los autores son profesores de la Udes.
E-mail respectivos: j.ramoni@udes.edu.co; gorlandoni@udes.edu.co

Agradecemos a todos los colombianos
la **confianza** que han depositado en nosotros.

Desde los distintos sectores económicos nos han brindado la fuerza
para seguir trabajando con *pasión* por nuestro hermoso país.



" Las mipymes contamos
con un socio estratégico que es **envía**
que nos permite llegar a lugares
muy distantes con nuestros productos,
lo que impulsa nuestro crecimiento
y permite pensar en grande "

(Cliente de Pasto)



" En **envía** encontramos el mejor aliado
para nuestro negocio, pues de la mano
logramos cumplir con las expectativas
de nuestros clientes y satisfacemos
sus necesidades "

(Cliente de Bucaramanga)



¡ Pasión por lo que hacemos !

durante el tercer trimestre de este año fue más acelerado que el de los dos trimestres anteriores, según lo ha venido anunciando el Banco de la República, por lo que los especialistas proyectan un escenario más optimista para lo que resta de 2017 y 2018. Este posible rebote de la economía hacia niveles normales es una oportunidad para que las pequeñas y medianas empresas se sobrepongan a los problemas que la desaceleración económica y la depreciación de la moneda les impusieron, para lo cual la adecuada orientación en materia crediticia es vital.

La GEP 2017 analiza el capital social de las Pymes a través de la medición de su vinculación con ciertas entidades públicas y privadas. Los resultados dejan al descubierto el bajo nivel de asociación de las Pymes con las universidades, centros de desarrollo tecnológico y grupos de investigación, no

obstante los reconocidos efectos positivos de tales vinculaciones. Este resultado no se corresponde con el indicador de colaboración universidad-industria del Índice de Competitividad Global 2016-2017 del Foro Económico Mundial, que ubica este factor entre los de mejor desempeño en Colombia.

A fin de analizar el papel que las universidades en particular y la educación en general juegan en el desempeño económico y la actitud ante el financiamiento de las Pymes, se estudia aquí una base de metadatos construida a partir de los resultados globales de la GEP en los dos últimos años en las trece regiones en las cuales se levanta información. Los resultados sugieren que las empresas con mejores expectativas de desempeño evitan financiar sus actividades a través de recursos propios y recurren en su lugar a los proveedores o a Fondos de Capital.

1. Desempeño y expectativas

Como es sabido, la pequeña y mediana empresa experimentó una marcada caída en su desempeño económico de los dos últimos años, cónsona con la desaceleración económica del país. Así lo indica el decreciente porcentaje de empresas que manifestaron haber tenido mejoras en su desempeño, tal como se evidencia en la tabla 1. Según esta, de las trece regiones incluidas en el estudio, solo Cartago (Valle del Cauca) se mantuvo igual, básicamente debido al hecho de que el sector industrial compensó la expansión en la proporción de empresas de los otros sectores que empeoraron su situación. La mayor caída promedio se observa en el sector comercio, con una variación del -23.56% entre 2015 y 2016, seguida de industria (-27.87%) y servicios (-3.31%).

Tabla 1. Empresas que experimentaron mejoras en su desempeño general (%)

Región	Industria			Comercio			Servicios		
	2015	2016	Variación	2015	2016	Variación	2015	2016	Variación
Aburrá Sur	62	39	-23	48	38	-10	41	32	-9
Barranquilla	55	51	-4	57	38	-19	41	38	-3
Bogotá	42	35	-7	39	30	-9	39	30	-9
Bucaramanga	39	27	-12	43	36	-7	43	40	-3
Buga	50	27	-23	35	29	-6	32	41	9
Cali	54	38	-16	41	38	-3	46	46	0
Cartago	30	43	13	32	26	-6	34	27	-7
Cundinamarca	50	45	-5	38	36	-2	36	32	-4
Manizales	63	44	-19	36	35	-1	44	52	8
Medellín	41	35	-6	49	39	-10	49	48	-1
Oriente Antioqueño	62	38	-24	43	24	-19	32	43	11
Pereira	35	41	6	56	30	-26	52	48	-4
Tuluá	27	27	0	27	28	1	34	21	-13

Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

Tabla 2. Principales problemas que enfrentan las Pymes (%)

Problemática	Industria		Comercio		Servicios	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
■ Tasa de cambio	84.62	0.00	53.85	7.69	0.00	0.00
■ Altos impuestos	0.00	46.15	23.08	38.46	23.08	7.69
■ Baja demanda	7.69	23.08	0.00	30.77	15.38	38.46
■ Competencia	0.00	0.00	23.08	23.08	53.85	53.85
■ Otros	7.69	30.77	0.00	0.00	7.69	0.00

Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

A nivel de industrias, Buga, Bucaramanga y Tuluá se encuentran entre las regiones que menos mejoría experimentaron durante el año 2016. En efecto, en el sector industrial de esas regiones apenas el 27% de las Pymes reportó mejoras, cifra inferior al 51% observado en Barranquilla. Las mayores caídas se observaron en el Oriente Antioqueño, seguido de cerca por Buga y Aburrá Sur.

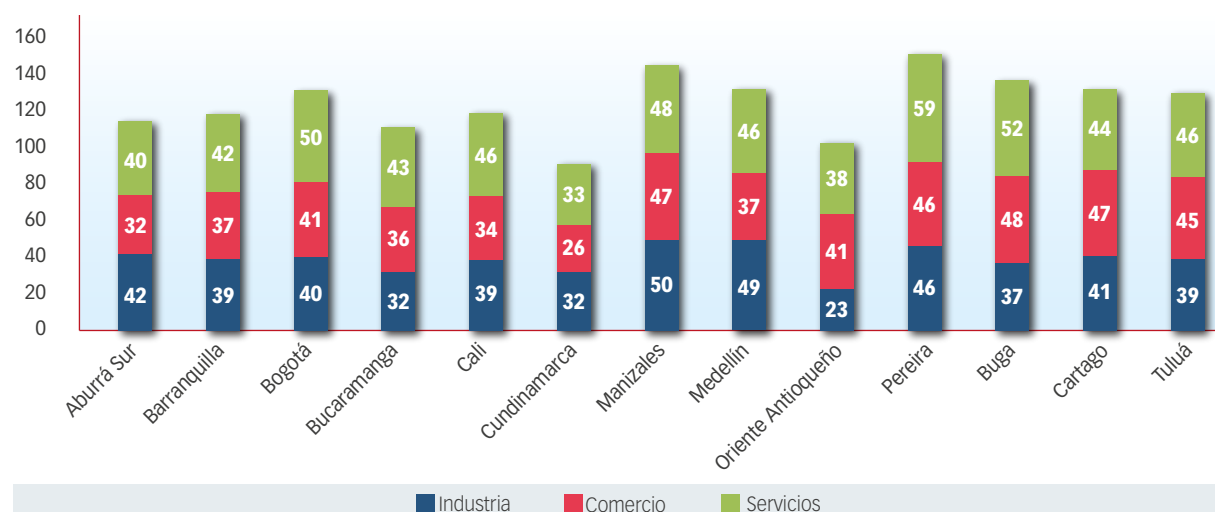
En cuanto a comercio, también en el Oriente Antioqueño apenas el 24% de las pequeñas y medianas empresas afirmó haber experimentado mejoras, muy por

debajo del 43% del año 2015; no obstante, la peor caída se observa en Pereira. En el área de servicios, es Tuluá la que peor desempeño muestra, con una caída de 13 puntos porcentuales.

Las razones de esta desmejora parecen atribuirse mayoritariamente a problemas relacionados con la tasa de cambio en 2015 y con los altos impuestos en 2016, mientras que los problemas del área de servicios han sido siempre la competencia y, posteriormente, la contracción en la demanda (ver tabla 2). Esto debería obligar a las empresas a volverse innovadoras y competi-

vas si quieren estabilizar sus costos, atraer nuevos mercados y mantener los anteriores.

Los resultados de la Encuesta ubican a Cundinamarca y el Oriente Antioqueño entre las regiones que con menos optimismo enfrentan el año 2017. En esta última región, apenas el 23% de las Pymes industriales cree que el año será mejor, muy por debajo del 50% de optimismo en Manizales. Las expectativas positivas se presentan en apenas el 26% y el 33% de las empresas de los sectores de comercio y servicios de Cundinamarca, respectivamente (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Pymes con expectativas optimistas 2017 (%)

Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

El desempeño pasado y presente se combina en el Indicador Pyme Anif (IPA), cuyo valor de referencia inferior es 55: valores por debajo se consideran desempeños “regulares” y por encima se asumen como “buenos”. Para el año 2016 las trece regiones estaban por encima del mencionado valor de referencia, con Bogotá en el límite inferior. Es justamente esta ciudad la única que mejora el valor de su indicador en el año 2017; todas las otras regiones observan caídas en sus valores de IPA, no obstante las mejoras relativas en las posiciones de algunas de ellas. Medellín se posiciona como la ciudad con mayor valor del indicador en este último año, 4 puntos por debajo del máximo valor obtenido por región alguna el año pasado. Bucaramanga, Buga y Tuluá están en las últimas posiciones, con una desmejora generalizada del indicador para todas las regiones (ver gráfico 2).

2. Capital social de las empresas y papel de las universidades

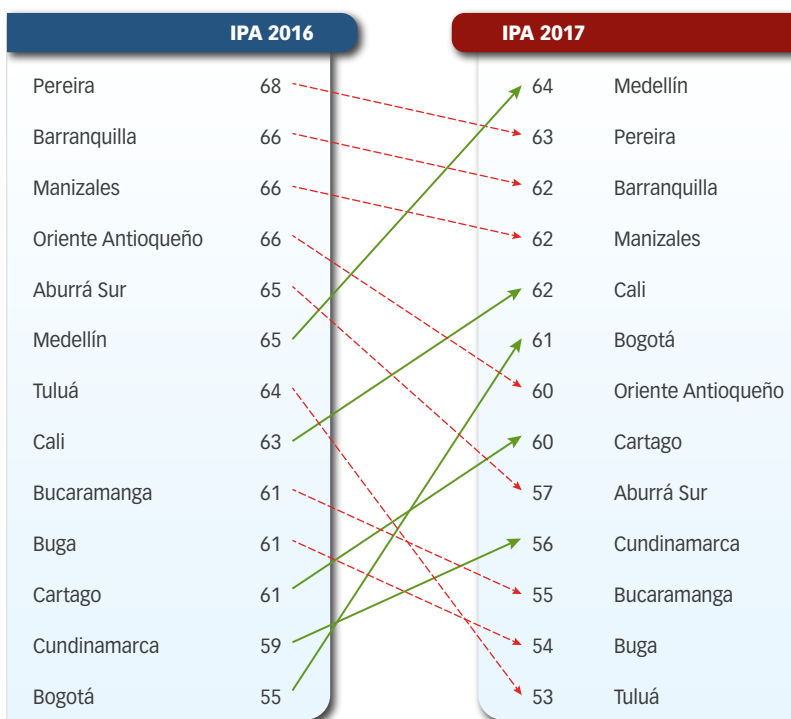
Varias son las estrategias que adoptan las empresas para mejorar su desempeño, siendo la más frecuente la capacitación de personal: en promedio, un 42% de las empresas de todas las regiones y sectores dedicó esfuerzos a esta actividad durante el año pasado, mientras que alrededor de un 35% de las empresas no llevó a cabo ningún tipo de acción.

Existen algunos ámbitos en los cuales las universidades pueden contribuir a mejorar o apuntalar el desempeño de las Pymes. Uno de ellos es la capacitación del personal, aun cuando el empresariado tradicionalmente ha encomendado

esta labor a organismos como las Cámaras de Comercio. Los otros tienen que ver con la generación de nuevos productos y la exploración de mercados y con la capacitación directa al empresario en materia gerencial y crediticia. Desafortunadamente, el porcentaje de empresas de las distintas regiones que se afilian a una universidad, centros de investigación o de desarrollo tecnológico no supera el 6%, a pesar de los comprobados beneficios que estas alianzas han demostrado proporcionar en términos de mejoras en capacidades gerenciales, mejoras en las relaciones comerciales e incremento en ventas, lo que obliga a universidades y empresas por igual a una evaluación de la esperanza y siempre planteada vinculación empresas-universidad y el peso que se le asigna a la educación.

Un estudio previo acerca de la importancia que la empresa le da a la inversión en capital humano en Bucaramanga permitió concluir que las empresas medianas, que son las más antiguas y que generalmente se dedican a actividades propias del comercio y la industria, son manejadas por personas con mucha experiencia, pero relativamente bajo nivel educativo. Por su parte, las empresas pequeñas, más jóvenes y generalmente en el campo de los servicios, tienen al frente a una persona con, cuando menos, estudios universitarios (Ramoni y Orlandoni, 2016). La educación es clave para avanzar en temas de productividad y hacer nuestra región más competitiva. En este tema, el Índice de Competitividad Global (ICG) 2016-2017 del Foro Económico Mundial ubica a Colombia en la posición 61 con 4,3 puntos, muy lejos de Chile (31), Panamá (50) o Costa Rica (52). Si bien la mayor debilidad que reporta el país se da en materia de instituciones públicas (posición

Gráfico 2. Evolución del IPA



Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

125; 3.0 puntos)¹ y competencia en el mercado interno (126; 3.9), existe un amplio margen para las mejoras en materia de calidad de la educación superior (100; 3.6) y en entrenamiento en el trabajo (89; 3.8), así como en gastos de las empresas en investigación y desarrollo (96; 2.9) y capacidad para la innovación (93; 3.7), indispensables para la generación de nuevos y mejores productos. No obstante lo anterior, Colombia ocupa la sorprendente posición 49 (3.9 puntos) en el factor colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo.

La inversión en desarrollo e investigación requiere de capital, que las empresas pueden obtener a través de un buen plan de financiamiento. Si bien en materia de desarrollo del sistema financiero, el ICG nos evalúa considerablemente bien (posición 25; 4.6 puntos), podríamos estar incluso mejores si se potencian algunos factores que toma en cuenta este pilar. Por ejemplo, Colombia muestra un bajo nivel de acceso a servicios financieros (114; 3.6) y un escaso

financiamiento a través de mercados de acciones locales-*local equity markets* (73; 3.5) o de capital de riesgo-*venture capital* (70; 2.7). Sobre este particular, las universidades estarían en capacidad de orientar las decisiones de financiamiento de las empresas, lo que redundaría en beneficio de ambos.

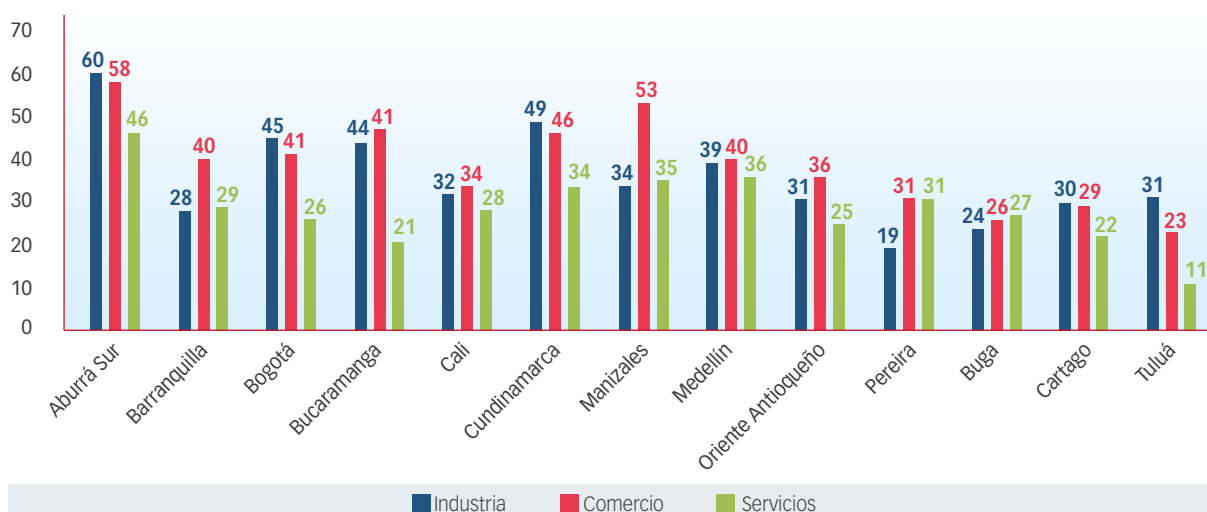
3. Financiamiento en las Pymes

Según la GEP 2017, el porcentaje de pequeñas y medianas empresas que solicitaron crédito se situó entre un 19% y un 60% en el sector industrial; entre un 23% y un 58% en comercio; y en el rango del 11% al 46% en servicios, según sea la región, siendo Aburrá Sur la que muestra mayor porcentaje de solicitudes de créditos en todos los macrosectores (ver gráfico 3). Estos niveles han venido experimentando una tendencia a decrecer, registrándose una caída promedio de 6.6 puntos, 7.3 puntos y 2.15 puntos con respecto al año anterior en la industria, el comercio y los servicios, respectivamente.

“Desafortunadamente, el porcentaje de empresas de las distintas regiones que se afilian a una universidad, centros de investigación o de desarrollo tecnológico no supera el 6%, a pesar de los comprobados beneficios que estas alianzas han demostrado proporcionar en términos de mejoras en capacidades gerenciales, mejoras en las relaciones comerciales e incremento en ventas.”

¹ Dentro de este indicador se destacan factores con pésima evaluación, como son la corrupción (posición 126; 2.5 puntos) y el terrorismo (posición 136; 2.9 puntos).

Gráfico 3. Porcentaje de Pymes que solicitaron crédito en 2017 (%)

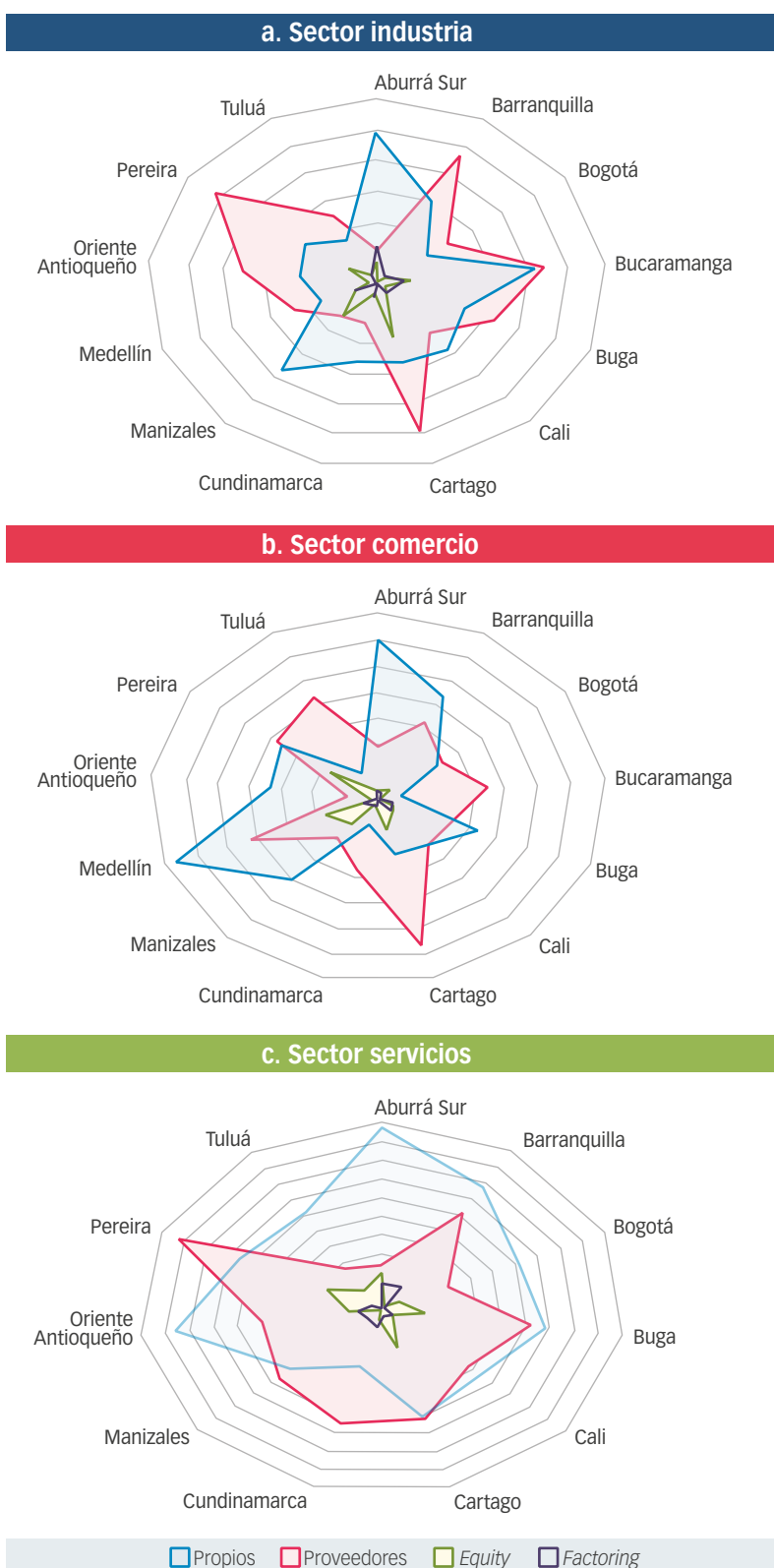


Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

Es común para las Pymes de las regiones en estudio apalancar sus planes de inversión con créditos de proveedores o con recursos propios. En el caso de la industria, los créditos de proveedores pueden alcanzar incluso cerca del 50% de las empresas en regiones como Pereira, Cartago, Barranquilla y Bucaramanga, mientras que en Aburrá Sur predomina el uso de recursos propios, práctica también ampliamente extendida en Bucaramanga y Manizales. El uso de opciones tales como los Fondos de Capital Privado, apoyo emprendedor, y el *factoring* generalmente no llegan al 10% de los empresarios, salvo en el caso de Cartago (ver gráfico 4a).

En el sector comercio el panorama es similar, con niveles de uso de recursos propios que pueden superar incluso el 60% de los pequeños y medianos empresarios (Medellín y Aburrá Sur), mientras que los créditos a proveedores se pueden mover en el rango entre el 40% y el 60% en regiones como Cartago, Tuluá, Pereira y Medellín. Una vez más, el financiamiento a través de capital privado y apoyo emprendedor es limitado, con los mayores niveles presentándose en distintas regiones de Antioquia, pero siempre por debajo del 20%. El financiamiento a través de *factoring* es prácticamente nulo (ver gráfico 4b). Según lo muestra la última figura del gráfico 4, el predominio del uso de recursos propios en el sector servicios es más que evidente. Regiones como Bucaramanga, Barranquilla, Aburrá Sur, Tuluá, Pereira y el Oriente Antioqueño recurren a ellos entre el 30% y el 50% de los casos, sin bajar del 15% en las restantes. Los proveedores se presentan como la principal opción de financiamiento para Pereira, Manizales, Cartago y Cundinamarca, aunque también juegan un papel importante en Barranquilla y Bucaramanga.

Gráfico 4. Uso de fuentes de financiamiento por sector y región (2017)



Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

El crédito comercial o de proveedores forma parte del financiamiento no bancario y es, como vimos, una de las formas más comúnmente utilizadas por las empresas para obtener recursos. Básicamente, el crédito se traduce en prórrogas de corto plazo (30, 60 o 90 días) para el pago de mercancías, con base en la relación comercial que la empresa mantenga con su proveedor: historial de compras, puntualidad en los pagos, requisitos mínimos de compra, etc. Probablemente la principal razón de su popularidad es la facilidad para obtenerlo, sin garantías ni contratos. Entre otras ventajas, este tipo de créditos agiliza las operaciones comerciales de las empresas, permite construir historial de crédito y se puede ajustar a conveniencia, siempre en el corto plazo. La facilidad de obtención hace que muchas veces los empresarios pasen por alto algunos costos escondidos que incluyen el diferencial de precio según el pago se haga de contado o por cuotas, y el no aprovechamiento de la opción de descuento por pronto pago, por lo que algunos lo catalogan como una opción relativamente costosa.

El *factoring* es una herramienta de financiamiento adecuada para las pequeñas y medianas empresas, pues les permite anticipar recursos con base en créditos y facturas a su favor, los cuales son cedidos a una empresa de *factoring* conjuntamente con cierto descuento. Tiene varios elementos a su favor, como por ejemplo el incrementar el flujo de efectivo de la empresa cedente; recibir anticipos, con lo que reducen sus niveles de endeudamiento; simplificar su contabilidad, ahorrándole tiempo, gastos y trámites de cobranza; maximizar la movilidad de la cartera de deudas y garantizar el cobro de las mismas, por cuanto el riesgo se transfiere a la empresa



de *factoring*. Desafortunadamente, no constituye un financiamiento de largo plazo, amén de que la empresa de *factoring* es la que fija las pautas en términos de la valoración del riesgo y selecciona las facturas y empresas que decide aprobar.

Los Fondos de Capital Privado, o *private equity*, constituyen una cartera colectiva administrada por expertos que invierten los recursos en empresas que no cotizan en Bolsa de Valores, con miras a multiplicar el capital de aquella en la que invierten y generar retornos a sus inversionistas en el mediano y largo plazo. Ello es particularmente adecuado para empresas que no cuentan con recursos para expandirse, pero tienen un alto retorno potencial. La empresa beneficiaria de los recursos debe, además, comprometerse a compartir la toma de decisiones con terceros. Esto, antes que restar, se considera una de las ventajas de este tipo de financiamiento, por cuanto no solo se tiene acceso a recursos, sino que se mejoran los mecanismos de toma de decisiones. Además, se obliga a la empresa a tener una mayor disciplina financiera, se amplían las redes de contacto y se mejora la imagen de la empresa. Por supuesto que este estilo de gobierno com-

partido puede resultar a veces muy complejo, todo lo cual dependerá de la calidad del Fondo de Capital Privado con el cual se asocie la empresa. De manera similar, el financiamiento a través de apoyo emprendedor, o *venture capital*, otorga recursos a empresas nacientes con alto potencial, a cambio de una participación. Ambas opciones son ideales para empresas que no son suficientemente grandes como para obtener créditos bancarios en la magnitud que los necesitan.

4. Patrones de financiamiento, desempeño y competitividad

A fin de analizar la posible relación entre patrones de financiamiento, desempeño de las empresas y características de las mismas, se opta por aplicar análisis estadístico multivariado a un grupo de variables específicas mediante análisis factorial. Se incluyen entre estas: i) el Índice de Competitividad Departamental (ICP) elaborado por el Consejo Privado de Competitividad conjuntamente con la Universidad del Rosario con bases similares



a las utilizadas en la elaboración del ICG; ii) el Indicador de Innovación y Dinámica Empresarial (DIEM), que mide el dinamismo que los empresarios imprimen a su gestión, lo cual forma parte del factor de sofisticación en innovación que, junto con los factores de condiciones básicas y el de eficiencia, conforman el ICP; iii) las variables *propio*, *provee*, *fact* y *equity*, las cuales representan los porcentajes de empresas en cada sector que se financian a través de recursos propios, cré-

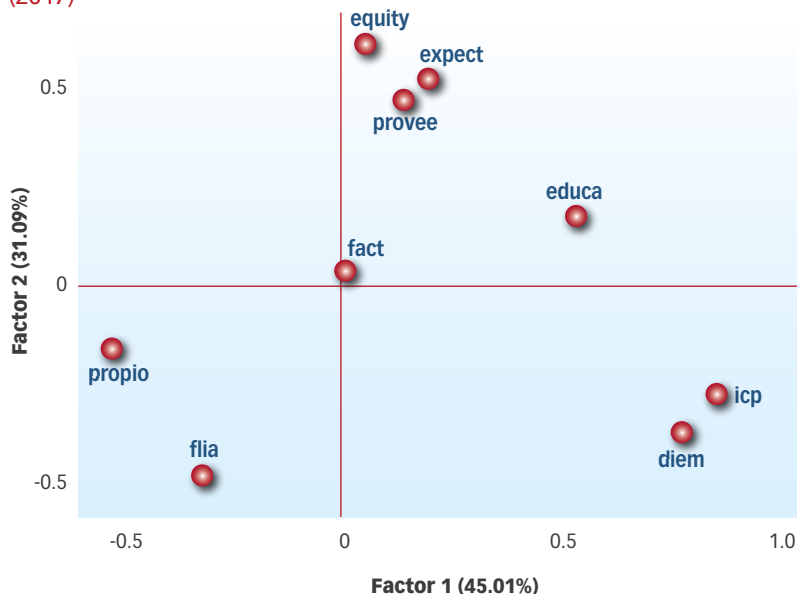
dito de proveedores, *factoring* y capital privado o apoyo emprendedor, respectivamente; iv) se incluye el porcentaje de empresas con expectativas positivas de desempeño (*expect*); iv) se describen las Pymes a partir del porcentaje de estas que corresponde a empresas familiares (*flia*); y v) aquellas manejadas por gerentes con estudios universitarios (*educa*).

El análisis factorial es una metodología de análisis estadístico multivariado que permite determinar la estructura interna de un conjunto de datos referidos a variables, generalmente cuantitativas. Dicho análisis genera factores que resultan de combinaciones lineales de las variables originales. Se espera que los primeros factores expliquen la mayor cantidad de variabilidad posible de los datos. Generalmente, los dos primeros factores se representan en un gráfico de dispersión, donde se sitúan las cargas factoriales o pesos de las variables que intervienen en el análisis, lo que facilita la identificación de asociaciones o contraposiciones entre estas: variables próximas entre sí sobre un mismo eje se asocian positivamente, contraponiéndose con aquellas que se ubican en el extremo opuesto del eje.

El gráfico 5 resume los resultados del análisis factorial. En él se obtienen dos factores que en conjunto explican el 70.35% de la variabilidad total de los datos. El primer factor (eje horizontal) recoge el 45% de esta variabilidad. En él se enfrentan claramente variables de eficiencia con estructuras empresariales. Así, según este factor, las regiones más competitivas en términos generales (ICP) y en términos de dinámica empresarial (DIEM)

“Las empresas más competitivas y con mejor dinámica empresarial tienden a tener al frente profesionales con alto nivel educativo. Estas empresas no recurren a recursos propios para atender sus necesidades de financiamiento. Las empresas que toman ventaja de los créditos comerciales y de opciones más ventajosas, como Fondos de Capital Privado y afines, tienen mejores expectativas de desempeño futuro.”

Gráfico 5. Resultado del análisis factorial (2017)



Fuente: Datos GEP (Anif). Cálculos propios.

se oponen a regiones con mayor proporción de empresas familiares (*flia*) y empresas que recurren principalmente a recursos propios para cubrir sus necesidades de financiamiento (propio). Vale destacar además que, en ese mismo eje, regiones con altas proporciones de empresas dirigidas por gerentes con alto nivel educativo (*educa*) se asocian con altos niveles de dinámica gerencial.

El eje vertical explica el 31.1% de variabilidad total. En él, regiones

con alta proporción de empresas familiares se oponen a regiones en las que un alto porcentaje de empresas recurre al financiamiento a través de otros mecanismos tales como crédito de proveedores (*provee*) y Fondos de Capital Privado y apoyo emprendedor (*equity*). La variable de factoraje (*fact*) se encuentra sobre ambos ejes, por lo que no es significativa en ninguno de los factores. Estas regiones son, a su vez, aquellas en las que existe un mayor porcentaje de empresas con buenas ex-

pectativas de desempeño para el año 2017 (*expect*). En resumen, las empresas más competitivas y con mejor dinámica empresarial tienden a tener al frente profesionales con alto nivel educativo. Estas empresas no recurren a recursos propios para atender sus necesidades de financiamiento. Las empresas que toman ventaja de los créditos comerciales y de opciones más ventajosas, como Fondos de Capital Privado y afines, tienen mejores expectativas de desempeño futuro.

Conclusiones

La GEP 2017 recoge información acerca del desempeño económico de las pequeñas y medianas empresas de trece regiones del país. Se incluye en esta oportunidad información referida al capital social de estas empresas, siendo de particular interés para este estudio el nivel de vinculación con universidades y centros de investigación, dado el potencial apoyo que estas pueden brindar a las Pymes. Esto cobra particular importancia en un escenario en el que pareciera que las empresas no toman ventaja de posibles fuentes de financiamiento provechosas,

ya sea por desconocimiento o por falta de interés.

El relativamente pobre nivel de asociación entre empresas y universidad plantea la necesidad de conceder a la inversión en capital humano el peso que esta amerita. La información recopilada a través de los metadatos de la GEP en los últimos años pone en evidencia que la mejor dinámica empresarial se asocia a gerencias a cargo de personas calificadas, lo que incide positivamente en el nivel de competitividad de las regiones. Entre estas prácticas gerenciales se incluye la búsqueda de fuentes

de financiamiento adecuadas, que permitan apalancar el crecimiento de las empresas, en lugar de limitarlas a la disponibilidad de recursos propios. Precisamente, la evidencia de la GEP demuestra que la buena práctica gerencial va de la mano con el aprovechamiento de fuentes de financiamiento distintas a los recursos propios, tales como créditos de proveedores y, más aún, Fondos de Capital, lo cual redundará en mejores expectativas de desempeño para las Pymes. En este campo, las universidades pueden jugar un papel muy importante de asesoría, en beneficio de ambas partes. ■

Bibliografía

- Anif (2017), Gran Encuesta Pyme, Lectura regional, Informe de resultados, primer semestre de 2017, Centro de Estudios Económicos Anif.
- Ramoni J. y Orlandoni G. (2016), Caracterización de las empresas Pyme de Bucaramanga. revista *Coyuntura*, 52: 34-45.

ACCIONES DE MEJORAMIENTO DE LAS PYMES EN 2016-2017

► Corresponde al *Comentario Económico del Día* 25 de septiembre de 2017

Los resultados de la última lectura de la Gran Encuesta Pyme (GEP), del primer semestre de 2017 reflejaron un deterioro en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios y la demanda en el segundo semestre de 2016, principalmente en los sectores de industria y comercio. Por tamaño, tanto las pequeñas como las medianas empresas experimentaron un descenso en sus principales indicadores (aunque las empresas medianas reportaron una tendencia más optimista que sus pares pequeñas).



Ello también se observó en las reducciones del Indicador Pyme Anif (IPA) nacional (resumen del clima económico empresarial) hacia niveles de 61 en el primer semestre de 2017 (vs. 62 de un año atrás), aunque se logró mantener en el rango de “buen” desempeño (ver *Comentario Económico del Día* 14 de agosto de 2017).

En cuanto a las acciones tomadas por las Pymes para mejorar su desempeño futuro, la proporción de empresas que tomaron estas acciones se redujo frente a la observada en la lectura del primer semestre de 2016. En efecto, mientras que en 2016-I el porcentaje de Pymes que realizaron acciones de este tipo fue en prome-

dio del 64%, en la lectura del primer semestre de 2017 este porcentaje se ubicó en un 61% (ver gráfico adjunto). Por tamaño, se observó que, en promedio, en las empresas pequeñas cerca del 59% efectuó al menos una acción de mejoramiento. En las empresas medianas este valor fue mucho mayor, pues llegó al 71%.

La capacitación al personal fue la principal área de acción para los tres macrosectores Pyme en el primer semestre de 2017. Específicamente, el 41% de las empresas en el sector industrial capacitó a su personal, el 35% de las comerciales y el 37% de las de servicios. Entre tanto, la obtención de una certificación de calidad ocupó el segundo lugar para las firmas de estos tres macrosectores

(24% en industria, 18% en comercio y 25% en servicios). Por su parte, la diversificación o ampliación de sus mercados en Colombia constituyó la tercera área de acción para los empresarios de industria (18%), comercio (11%) y servicios (14%).

Estos resultados sugieren que la mayoría de tareas encaminadas a mejorar el desempeño de las empresas se ha dirigido a fortalecer el capital humano, obtener certificaciones de calidad y diversificar o ampliar los mercados locales, situación que se ha evidenciado sistemáticamente en casi todas las mediciones de la GEP.

Estas acciones han prevalecido sobre aquellas orientadas a imprimir

cambios en los productos y servicios prestados, relacionadas con el concepto de innovación. Por ejemplo, menos del 12% de los empresarios encuestados señaló haber lanzado un nuevo producto en 2017-I. Incluso, el promedio histórico, desde el segundo semestre de 2006, indica que tan solo el 19% de las pequeñas y medianas empresas del sector industrial, el 11% comercial y el 10% de servicios han implementado acciones de mejoramiento relacionadas con el lanzamiento de nuevos productos.

Asimismo, la proporción de empresas Pyme que han realizado acciones orientadas a fortalecer su comercio internacional ha sido muy baja (inferior al 7.6% en 2006-2017), lo que evidencia la poca vocación exportadora del segmento Pyme local. En efecto, los resultados de la GEP señalan que cerca del 95% de las Pymes de servicios y el 82% de las Pymes industriales no exportaron en el segundo semestre de 2016 (ver *Comentario Económico del Día* 31 de julio

de 2017). De manera similar, un 81% de las Pymes industriales encuestadas y un 92% de las de servicios aseguraron que no iban a exportar en el primer semestre de 2017.

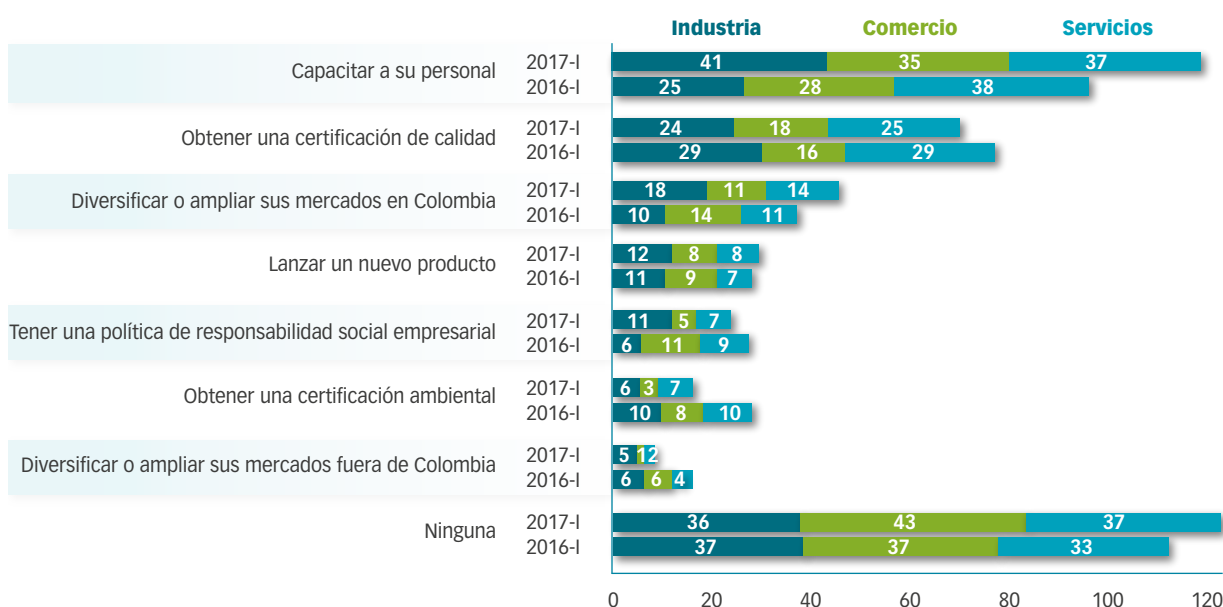
Realizar acciones de mejoramiento para optimizar el desempeño empresarial es sumamente importante a la hora de buscar mayores eficiencias y mejores rendimientos. Cada vez más, los mercados son mucho más competidos y dinámicos, por lo que resulta fundamental implementar estrategias que permitan la generación de productos y servicios con mayor valor agregado y a un menor costo. Por tal razón, es preocupante el alto porcentaje de empresas Pyme que manifestaron no realizar ninguna acción de mejoramiento en su negocio en el primer semestre de 2017 (36% industria, 43% en comercio y 37% en servicios).

En síntesis, la proporción de Pymes que toman acciones para mejorar su desempeño económico cayó en el último año. En promedio, esta

proporción se redujo del 64% de las Pymes en 2016-I al 61% en 2017-I. Aquí, cabe destacar que, dentro de las Pymes que han realizado alguna acción de mejoramiento, la capacitación de personal se ha consolidado como su principal estrategia para mejorar su desempeño económico.

Esta realidad genera dos preocupaciones para los próximos años. Por un lado, las reducciones continuas en la proporción de Pymes que realizan acciones de mejoramiento amenazan el desempeño de este segmento empresarial debido al frágil escenario macroeconómico por el cual atraviesa el país (con un crecimiento económico proyectado del 1.8% real para 2017 y del 2.3% para 2018). Por otro lado, la concentración en actividades de capacitación en detrimento de las de innovación y exportación (nuevos mercados, nuevos productos, entre otros) podría limitar el crecimiento y productividad de este segmento empresarial en el futuro. ■

Acciones de mejoramiento de las Pymes colombianas (% del total, 2016 - 2017)



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.

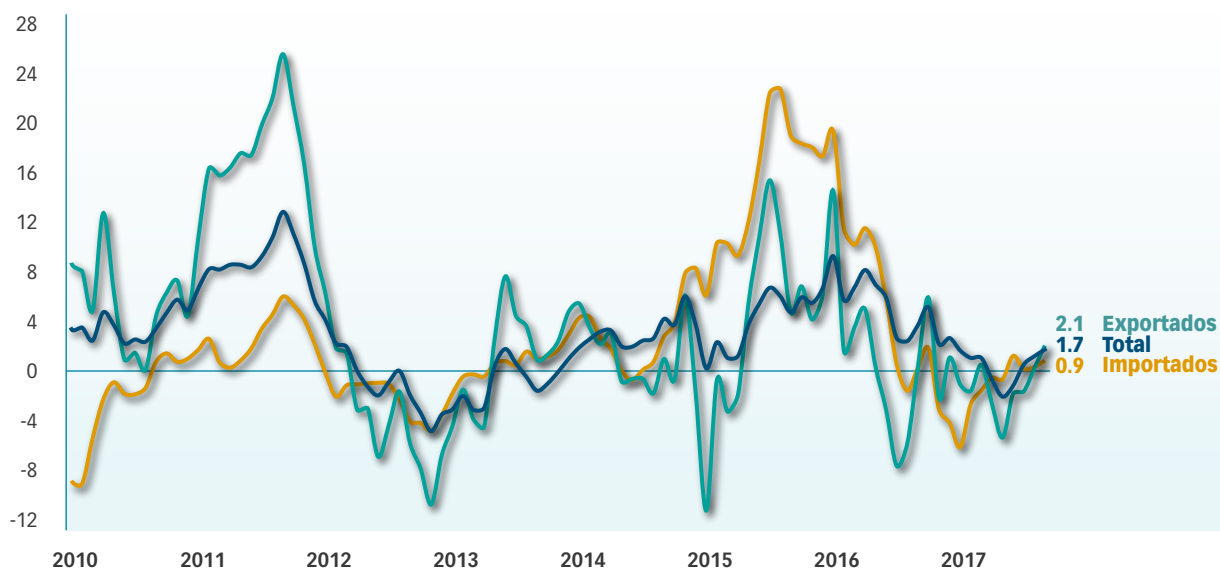
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR EN 2017

► Corresponde al Comentario Económico del Día 2 de octubre de 2017

El Dane reportó que el mes de octubre de 2017 registró una inflación del Índice de Precios al Productor (IPP) del 0.8%. Con ello, la inflación anual del IPP aumentó del 1.2% al 1.7% entre septiembre y octubre de 2017 (vs. +3.7% un año atrás), ver gráfico adjunto. Los menores niveles del IPP en este año (vs. 2016) se deben principalmente a: i) la menor presión de costos vía importados (*pass-through*); ii) el desvanecimiento de los choques de oferta generados por el paro de transportadores y el Fenómeno de El Niño de 2016; y iii) los excesos de oferta recientes de algunos productos agrícolas.

A l analizar el IPP por actividad económica, se observa que la inflación del agro pasó del +5.9% anual en octubre de 2016 al -0.3% en octubre de 2017, luego de haber disminuido a ritmos promedio del -4.6% anual en el primer semestre de 2017. Allí incidieron los menores precios de los plátanos (-38% anual en octubre de 2017), el arroz (-16.6%) y los huevos (-10.5%). Ello es con-

Índice de Precios al Productor
(%, variación anual a octubre de 2017)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

secuencia del desvanecimiento de los choques de oferta provenientes del Fenómeno de El Niño y del paro de transportadores observados durante 2016, y de los excesos de oferta (en el caso del arroz) como resultado del programa Colombia Siembra.

Por su parte, los costos de los bienes de la minería se elevaron del 0.1% anual en octubre de 2016 al 4.5% en el mismo mes de 2017. Esto se explica por los mayores precios de los minerales de oro-platino y sus concentrados (+6% anual en octubre de 2017). En contraste, la inflación de los bienes industriales se redujo del 4.1% anual en octubre de 2016 al 1.5% en 2017. Aquí pesaron las contracciones en los precios del yeso, cal y cemento (-14.9% anual en octubre de 2017), y del arroz semiblanqueado (-17.8%), pese a los mayores precios de otros combustibles (+17.6%) y de la gasolina para automotores (+5.7%). Adicionalmente, la moderada devaluación peso-dólar del 1% promedio anual en octubre de 2017 incrementó el precio de algunos insumos industriales importados.

Por procedencia de los bienes, la inflación de los importados cerró en el 0.9% anual en octubre de 2017, superior al 0.2% del mismo mes de 2016. Como ya mencionamos, la devaluación del 1% de la tasa de cambio en dicho mes incrementó las presiones de costos de este tipo de bienes; sin embargo, aún se mantienen en niveles relativamente bajos. En línea con lo anterior, el costo de los productos exportados presentó una inflación anual del +2.1% en octubre de 2017 (vs.+0.2% un año atrás). Por último, la inflación de los bienes producidos-consumidos pasó del 5% anual al 1.6% durante el mismo período.

El IPP por uso-destino económico de los bienes presentó reducciones en todos sus subgrupos. En efecto, la inflación de costos de los bienes de capital disminuyó del 2.6% anual en octubre de 2016 al 0.9% en octubre de 2017. Asimismo, la inflación de los bienes de consumo intermedio pasó del 3.9% anual en octubre de 2016 al 2% en octubre de 2017, la de los materiales de construcción del -0.2% al -1.1% y la de los bienes de consumo final del 4.1% al 1.2%. En este último caso, también ayudó la menor dinámica del consumo privado (que pasó de crecer al 2.4% real en el primer semestre de 2016 al 1.5% en 2017).

cercanos al 4.7%, reduciendo el margen de maniobrabilidad de la política monetaria del Banco de la República.

En síntesis, la inflación anual del IPP se redujo del 3.7% en octubre de 2016 al 1.7% en el mismo mes de 2017. Ello estuvo determinado principalmente por las menores presiones de costos vía *pass-through*, donde la variación de los precios de los importados se ha mantenido estable y baja en niveles cercanos al 0.9%. También incidieron los menores costos del agro (-0.3% anual en octubre), una vez disipados los efectos del Fenómeno de El Niño y del paro de transportadores, sumado a los excesos de oferta



Este repunte en la inflación del IPP no ha perjudicado el Índice de Precios al Consumidor (IPC). En efecto, a pesar de los mayores costos de los insumos importados, ello todavía no se refleja en el IPC. Así, la inflación de los bienes transables del IPC disminuyó del 6.5% anual en octubre de 2016 al 3.4% en octubre de 2017 (ver *Comentario Económico del Día* 12 de septiembre de 2017). Con esto, la inflación total del IPC logró reducirse del 8.1% anual al 4% en los últimos doce meses, aunque la inflación sin alimentos todavía se encuentra en valores

de algunos productos derivados del programa Colombia Siembra.

En lo que queda de 2017, la tendencia de la inflación del IPP la determinarán: i) la revaluación de la tasa de cambio (3% promedio proyectada para todo 2017 vs. devaluaciones del 11% en 2016); ii) la superación del Fenómeno de El Niño y la mayor oferta de productos agrícolas en el segundo semestre; y iii) la estabilización de los precios del petróleo-Brent cerca de un promedio de US\$54/barril (ver *Informe Semanal* No.1379 de septiembre de 2017). ■

SATISFACCIÓN DE LOS EMPRESARIOS PYME CON EL SISTEMA FINANCIERO: TASAS DE INTERÉS VS. PLAZOS

► Corresponde al *Comentario Económico del Día* 9 de octubre de 2017

El Banco de la República (BR) ha tomado “riesgos medidos” para reducir rápida y drásticamente su tasa repo del 7.75% hacia el actual 5% (-275pb durante diciembre de 2016-octubre de 2017), buscando apoyar el crecimiento económico del país (ver *Comentario Económico del Día* 15 de agosto de 2017). Sin embargo, un año antes, en la fase contractiva del ciclo monetario (ante fuertes presiones inflacionarias), se observó cómo la tasa repo del BR se mantuvo en niveles superiores al 7.5% durante buena parte del segundo semestre de 2016.

Consecuentemente, la tasa de interés promedio a la cual se les prestó a los empresarios Pyme (crédito comercial ordinario) también se mantuvo elevada, alcanzando un promedio del 14.5% anual durante el segundo semestre de 2016, 320pb por encima del 11.3% observado en el segundo semestre de 2015 y 370pb por encima del 10.8% observado durante el mismo período de 2014.

Esto contrasta con los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) realizada por Anif en el primer semestre de 2017. En efecto, la GEP más reciente indagó sobre qué tan apropiadas consideraban los empresarios las tasas de interés a las cuales se les otorgaron créditos durante el segundo semestre de 2016, y los resultados mostraron que la satisfacción de los empresarios frente al costo del crédito había aumentado durante los últimos tres años. Por ejemplo, en el caso de las empresas Pyme del sector industrial, la Encuesta reportó que el 68% del total de encuestados se sintió satisfecho con la tasa de interés que recibió en 2016-II (vs. 64% en 2015-II y 60% en 2014-II), ver gráfico 1. Por su parte, en el sector Pyme de comercio se reportó una satisfacción del 74% del total de Pymes en 2016-II (vs. 60% y 58%). Finalmente, en el sector Pyme de servicios, la satisfacción llegó al 69% del total de empresarios encuestados en 2016-II (vs. 61% y 58%). Estos resultados son contraintuitivos, particularmente considerando que, como ya mencionamos, durante el segundo semestre de 2016 las tasas se encontraban muy por encima de lo observado en los últimos tres años.



Ante esto, es natural preguntarse ¿por qué está aumentando la satisfacción frente a las tasas de interés si estas se han incrementado de manera significativa? Al observar los resultados de la Encuesta, sobresale una hipótesis para los tres macrosectores. En efecto, se evidencia que el porcentaje de Pymes a las que se les han aprobado créditos a mediano y largo plazo está por encima del promedio histórico (30% vs. 26% promedio en largo plazo, y 45% vs. 43% promedio en mediano plazo), mientras que el porcentaje Pymes con créditos aprobados a corto plazo está por debajo (22% vs. 31% en promedio), ver gráfico 2.

Así, pareciera que el mayor plazo al que están recibiendo crédito las Pymes del país ha elevado su satisfacción con respecto al costo en los últimos años. Esto puede pasar porque el mayor plazo reduce las cuotas de amortización + intereses que son las que finalmente afectan el flujo de caja de las empresas. Además, los créditos a más largo plazo ofrecen ciertas ventajas sobre los de corto, donde sobresalen la posibilidad de refinanciar la deuda en el futuro, la flexibilidad en las opciones de pago o los períodos de gracia. Esto contrasta con las condiciones de los créditos de corto plazo, que, a pesar de no necesitar colateral para ser otorgados, pueden estar acompañados por tasas de interés más altas.

En síntesis, pese a que la tasa repo del BR se mantuvo en niveles altos durante el segundo semestre de 2016 (por encima del 7.5% en buena parte de ese período), elevando las tasas de colocación de créditos para toda la economía, la satisfacción con respecto a las tasas de interés aumentó en las Pymes colombianas de los tres macrosectores analizados en la GEP (industria, comercio y servicios). Al analizar los microdatos de la GEP surge una hipótesis para explicar

Gráfico 1. Satisfacción de las Pymes con respecto a la tasa de interés vs. Tasa de interés comercial

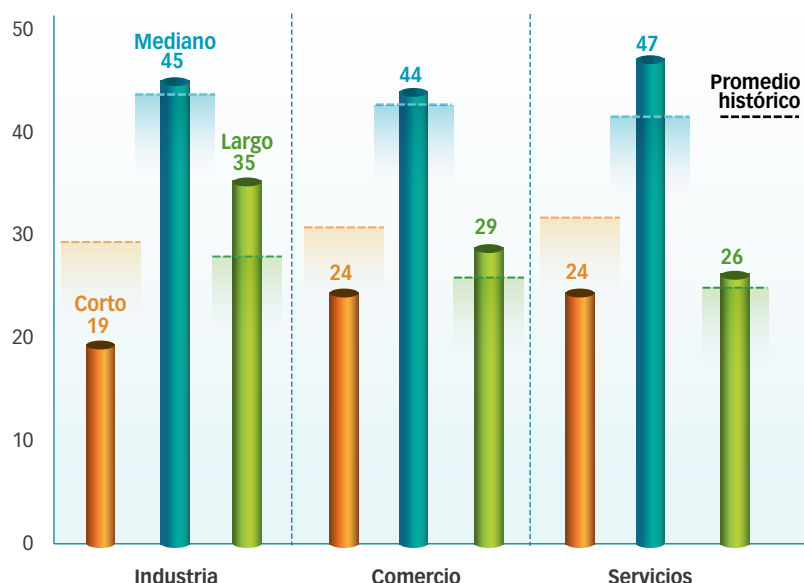


Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.

esto. En efecto, se evidencia un incremento de los plazos a los que se otorgan créditos a las Pymes (75% de las Pymes recibieron créditos a mediano y largo plazo en 2016-II vs. 22% a corto plazo). Así, pese al apretón monetario del segundo se-

mestre de 2016, las amortizaciones de las cuotas totales para las Pymes pudieron ser menores ante el alargamiento de la vida de los créditos, impulsando la satisfacción de estos empresarios con el costo de su crédito al cierre del año anterior. ■

Gráfico 2. Aprobación del crédito para las Pymes por plazos (2016-II, % del total)



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.

DINÁMICA DE LA DEMANDA DE ENERGÍA EN 2017 Y PERSPECTIVAS

► Corresponde al Comentario Económico del Día 30 de octubre de 2017

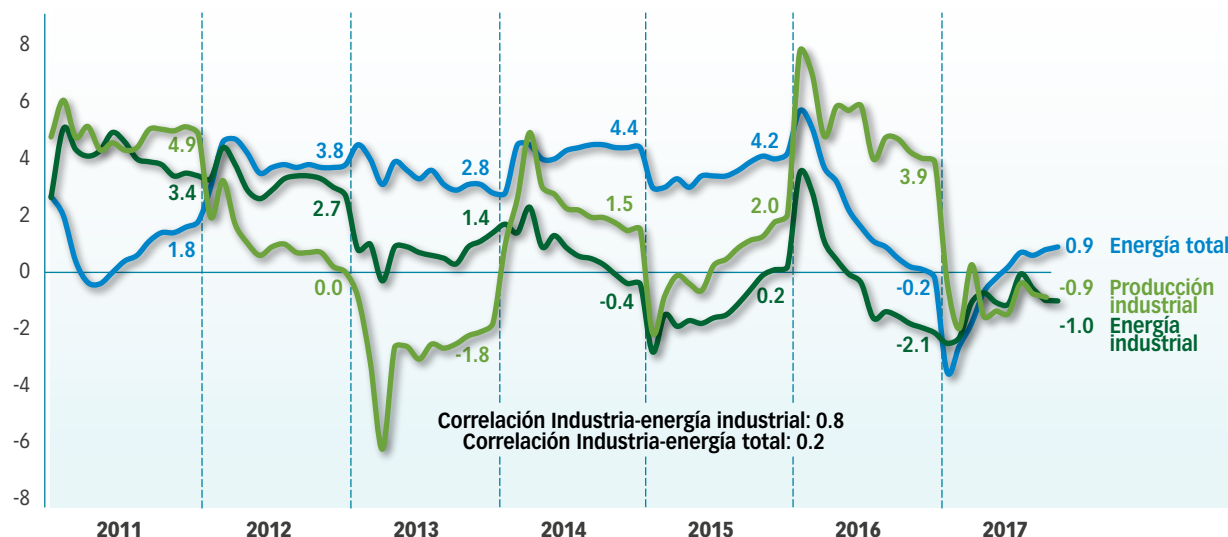


La demanda de energía eléctrica registró un crecimiento del +2.6% anual al corte de octubre de 2017, mostrando un mejor desempeño frente a contracciones del -2.5% observadas en 2016. Este comportamiento es consistente con el dinamismo moderado de la actividad económica que Anif proyecta para el cuarto trimestre del año con expansiones en el PIB-real del 2.6% anual (vs. 1.7% en el mismo período de un año atrás), según nuestra batería de indicadores líderes (ver ALI No. 132 de diciembre de 2017). Sin embargo, en el año corrido, las cifras son menos optimistas pues la demanda de energía creció solo un 0.9% al corte de octubre de 2017 (vs. 0.2% en 2016), ver gráfico adjunto.

Al interior del mercado de energía eléctrica, la mayor demanda reciente tanto del segmento regulado como la del no regulado favoreció el comportamiento del sector. En efecto, las expansiones recientes en ambos segmentos “borraron” parcialmente el mal inicio de este año. Por un lado, la demanda del segmento regulado (hogares y pequeños negocios, 69% de la demanda total) pasó de contracciones del -1.8% anual en octubre de 2016 a expansiones del +3.6% en el mismo mes de 2017. De esta forma, el crecimiento del sector regulado, en el año corrido, creció al 1.5% al corte de octubre de 2017 (vs. 1.1% en 2016). Esto va en línea con la recuperación que se espera del consumo de los hogares (medido por cuentas nacionales) en el cuarto trimestre de 2017, donde Anif proyecta un crecimiento del 2.6% real, luego de expansiones del 1.6% real en enero-septiembre de 2017.

Por otro lado, la demanda del segmento no regulado (31% del total) creció al +0.9% anual en octubre de 2017 (vs. -4.4% en 2016). Aquí, a pesar de mostrar tasas de crecimiento positivas en los meses

Producción industrial real y demanda de energía (variación % año corrido, a octubre de 2017)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane y Xm.

recientes, el segmento registró una caída del -0.3% anual en lo corrido del año con corte a octubre (vs. -1.9% en 2016), dando señales de lenta recuperación. Ello se explica principalmente por la contracción del -1% en la demanda de energía industrial (que pesa el 44% dentro del segmento no regulado) en lo corrido del año a octubre de 2017 (vs. -1.8% en 2016).

La demanda de energía industrial (al ser un *lead* de la producción industrial) continúa “campeando” una debilidad industrial futura. De hecho, ello luce consistente con los resultados recientes de la producción industrial, la cual continua en terreno negativo en lo corrido del año 2017 (incluso descontando el efecto Reficar). En efecto, en lo corrido del año a septiembre de 2017, la industria se contrajo al -0.9% (vs. +4.3% en 2016) y al -1.9% sin el sector de refinación de petróleo (vs. +1% en 2016), según la Muestra Mensual Manufacturera del Dane. Incluso, para el año 2017 como un todo, se proyecta que el PIB industrial se contraiga

a tasas del -1.2% por cuenta de sus graves problemas estructurales (ver *ALI* No.130 de octubre de 2017), entre los que se destaca el elevado Costo Colombia.

En contraste, la lenta recuperación reciente de la demanda de energía del segmento no regulado se vio favorecida por los resultados de los siguientes sectores: i) explotación de minas y canteras (23% del segmento no regulado), cuya demanda registró un crecimiento del 1.7% en lo corrido del año a octubre de 2017 (vs. 0.5% en 2016), pese a que en el sector sigue primando la debilidad luego del fin del auge minero-energético; y ii) servicios sociales (8% del segmento no regulado), con una demanda creciendo al +1% en el mismo período (vs. -6.1% en 2016), en línea con el buen comportamiento de este sector en las cuentas nacionales (creciendo al 3% real en enero-septiembre de 2017).

En síntesis, pese a los buenos resultados de los últimos meses, la recuperación de la demanda de energía va a paso lento. En lo co-

rrido del año a octubre de 2017, la demanda total crecía apenas al +0.9%, pero la del segmento no regulado aún se contraía al -0.3%. En este último caso, es preocupante la contracción de la demanda de energía industrial (que cae al -1% en lo corrido del año a octubre), pues implica el mantenimiento de un aparato industrial nacional débil. Con este panorama, si se mantiene la tendencia positiva en los meses finales de 2017, la demanda de energía eléctrica lograría crecer cerca del 2% al cierre de 2017 (escenario “bajo” de la UPME). Sin embargo, con la proyección del PIB industrial de Anif, contrayéndose al -1.2% en 2017, el buen desempeño de la demanda de energía no vendría por cuenta de la demanda de energía industrial. Para 2018, la UPME proyecta una recuperación hacia crecimientos de la demanda de energía cercanos al 2.7% anual, una vez más en línea con un leve mejor comportamiento del PIB industrial que se expandiría, de acuerdo con las proyecciones de Anif, al 1.2% real anual en 2018. ■

Sector turismo:

CRECIMIENTO RECIENTE Y DESAFÍOS ESTRUCTURALES

► Corresponde al Comentario Económico del Día 18 de septiembre de 2017

Tras el fin del súper ciclo de *commodities* que favoreció a Colombia durante 2002-2012, el país ha estado sumido en una preocupante “crisis exportadora”, en la que ha perdido la mitad del valor de sus exportaciones totales (US\$30.000 millones) durante 2012-2016.

Esto ha conllevado contracciones acumuladas del -58% (en promedio anual) en las exportaciones tradicionales del país (con una participación cercana al 60% del total), pues cerca del 65% de estas exportaciones tradicionales se concentraba en petróleo. No obstante, las exportaciones no tradicionales (principalmente las provenientes de los sectores agro e industria) también se han contraído un -24% promedio anual en el mismo período (ver *Comentario Económico del Día* 31 de julio de 2017).

Ante esto, el gobierno ha mencionado que espera encontrar algún alivio al déficit en cuenta corriente, que genera la crisis exportadora mencionada, en el anhelado auge del sector turismo. Esto pues la firma del Acuerdo de Paz podría favorecer el desempeño de ese sector en el país. Sin embargo, el turismo no parece tener el combustible necesario para recuperar lo perdido durante los últimos años, pues es un sector apenas en crecimiento que mantiene numerosos desafíos estructurales. Veamos esto con mayor detalle.

El reciente optimismo frente al turismo surge de la favorable coyuntura que atraviesa el país. Allí cabe destacar que: i) el posconflicto generaría más seguridad y confianza en el país, lo cual podría atraer a una mayor cantidad de turistas extranjeros; ii) el desalojo de zonas ricas en biodiversidad, por parte de los grupos armados ilegales, favorecería el desarrollo del ecoturismo en esas regiones; y iii) la mayor inversión en infraestructura de transporte, particularmente aérea, permitiría la incursión de nuevas rutas internacionales.

Asimismo, cabe mencionar las modificaciones normativas para atraer capitales a este sector que estableció el PIPE I-II. En efecto, la exención del Impuesto de Renta por 30 años para los hoteles construidos antes de 2017 y por 20 años para las ren-



tas provenientes de servicios de ecoturismo ha derivado en un aumento en el número de hoteles en el país (hay 42 proyectos en ejecución en 2017 y 19 aprobados para 2018), lo cual se refleja en tarifas más competitivas. Por ejemplo, las de las habitaciones dobles pasaron de crecer un 3.5% anual en 2015 a tan solo un 1.1% en 2017.

Pese a que todo ello luce favorable coyunturalmente, todavía hay desafíos estructurales que limitan su papel como sustituto de las exportaciones no tradicionales del país. En efecto, el número de visitantes que recibió Colombia tan solo representó un 10.3% de la población total en 2016 (ver cuadro adjunto). Al hacer una comparación internacional con referentes regionales o grandes jugadores internacionales, dicha cifra se queda pequeña. En efecto, al compararnos con México (25.2% de su población en 2016), Francia (126.3%) o España (146.8%), la perspectiva no es tan alentadora. Incluso, al considerar la dificultad para distinguir entre los viajeros de negocios, por turismo o “de paso” en Colombia, el mencionado 10.3% podría estar sobredimensionado.

Según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, el sector turismo es uno de los mayores generadores de divisas en el país. En efecto, entraron US\$5.688 millones al cierre de 2016 por cuenta del turismo, la cifra más alta en la historia reciente, y se ubicó tan solo después del petróleo-derivados (con US\$10.100 millones). Ahora bien, dichos ingresos tan solo representaron un 2% del PIB en 2016. Si bien dicha cifra supera la de México (1.8% del PIB) y está cerca de la de Francia (2.2% del PIB), aún se encuentra muy lejos del 4.6% del PIB que recibió España.

Turismo internacional (2016)



	Número de visitantes (% de la población total)	Ingresos (% del PIB)
España	146.8	4.6
Francia	126.3	2.2
México	25.2	1.8
América Latina y El Caribe	15.1	1.7
Argentina	13.0	0.9
Colombia	10.3	2.0
Brasil	3.0	0.3

Fuente: cálculos Anif con base en MinCIT y Banco Mundial.

Otro desafío proviene del bajo tamaño del sector al compararlo con la economía como un todo. En efecto, dentro de las cuentas nacionales del Dane, el turismo se podría contabilizar dentro del sector comercio-restaurantes-hoteles. Aquí, la parte propiamente de turismo (restaurantes y hoteles) representa solo el 3% del PIB total (23% del PIB del sector de comercio-restaurantes-hoteles). Así, cualquier expansión que pudiera darse en el corto plazo difícilmente lograría impulsar el crecimiento de todo el país.

Finalmente, también surgen desafíos inherentes al desarrollo del sector. En este caso, no solo es clave mejorar la infraestructura vial-aérea (en lo cual ya se está trabajando), sino también dotar al país de la infraestructura turística necesaria y capacitar a la población (donde es fundamental el bilingüismo). Todo ello se refleja en el Reporte de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial, donde Colombia obtuvo una calificación de 3.8/7 (ocupando el puesto 62 entre 136 países). Allí continúa siendo preocupante el registro del país en lo referente a: i) la infraestructura vial-portuaria (2.3, puesto 116), pese a las mejoras recientes; y ii) la seguridad (2.6, puesto 136).

Todo ello a pesar de la buena calificación que tenemos en materia de políticas-entorno del turismo (4.1, puesto 97), ver *Comentario Económico del Día* 29 de febrero de 2016.

En síntesis, no hay que desconocer los avances que ha tenido el país en materia de turismo (mejor infraestructura, incremento en el número de visitantes, entre otros). Sin embargo, esto tan solo indica que es un sector en crecimiento donde sobresalen importantes desafíos estructurales. Estos desafíos provienen, por un lado, de su aún bajo tamaño, al compararlo con referentes locales e internacionales y en términos de cuentas nacionales al comparar con el resto de sectores de la economía, y, por otro lado, del propio desarrollo del sector (infraestructura, capital humano y seguridad). Esto limita su papel como sustituto, en materia de generación de divisas, de las exportaciones totales. Por ello, el Gobierno Nacional, aunque debe seguir promoviendo el crecimiento del sector turismo, no puede descuidar la agenda comercial del país que pasa por abaratar el llamado Costo Colombia y buscar una verdadera diversificación exportadora (ver *Informe Semanal* No. 1322 de julio de 2016). ■

Mipymes de Buenaventura cuentan con **nueva línea de crédito por \$50.000 millones**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Bancóldex, lanzó una nueva línea de crédito para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en Buenaventura, Valle del Cauca. La nueva solución financiera cuenta con recursos por \$50.000 millones para que los empresarios del municipio logren mejorar su liquidez o saldar sus deudas. Los empresarios que accedan a la línea especial de crédito Bancóldex para las Mipymes de Buenaventura, a través de su banco de confianza, contarán con plazos hasta de tres años y períodos de gracia hasta de seis meses.



“De esta manera buscamos brindar herramientas que apoyen al sector empresarial del municipio, generando liquidez y más inversión”, aseguró Mario Suárez Melo, presidente de Bancóldex. Cada empresa podrá acceder a un monto máximo hasta por \$150 millones para la inversión en materias primas, insumos, y demás gastos operativos que contribuyan a la consolidación de su actividad productiva. Igualmente, los recursos del crédito se podrán utilizar para la consolidación o sustitución de los pasivos de la empresa.

<https://www.bancoldex.com>

Connect Americas, la iniciativa para que te conectes y crezcas



Con esta plataforma en línea del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) los empresarios pueden dar a conocer los productos y servicios que hacen de sus empresas un negocio atractivo y de gran proyección, generando más y mejores oportunidades para crecer. Ampliarán sus redes de contacto con miles de potenciales socios para sus negocios, clientes para sus productos y proveedores para fortalecer sus cadenas productivas. Encontrarán nuevos mercados y oportunidades comerciales, para hacer crecer sus empresas y sus negocios en todo el mundo, más allá de las fronteras de sus países.

La iniciativa también cuenta con diferentes alternativas de financiación entre las cuales sobresalen: créditos mediante bancos locales asociados al BID; programas de inversión directa por parte del BID en Colombia (directamente con el gobierno o inversores ángeles); y diferentes servicios financieros con otros intermediarios como Bancóldex.

<https://connectamericas.com/es>

Crediprogreso de Banco de Bogotá acompaña a los emprendedores desde el primer paso

Crediprogreso es el crédito pensado para los clientes con metas claras y proyectos por cumplir. Sus beneficios son el impulso necesario para echar a andar las ideas de negocio o empresa. Puede ser utilizado en capital de trabajo y/o compra de activos fijos; ofrece garantías personales y el amparo del Fondo Nacional de Garantías hasta de un 50%. No se requiere experiencia crediticia para acceder a un crédito con el Banco de Bogotá e incluye estudio de crédito sin costo adicional. Es un producto de crédito y ahorro creado pensando en las necesidades de los microempresarios. Los montos que ofrece el Banco de Bogotá mediante esta modalidad van desde los \$800.000 hasta los \$35 millones.



www.bancodebogota.com

Fondo Emprender está actualmente en la convocatoria 57 para financiar iniciativas empresariales en cualquier sector económico

El Fondo Emprender tiene como objetivo “apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios para la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas”.

El Fondo Emprender financia proyectos presentados por aprendices del Sena, estudiantes universitarios que estén en su

último año, y profesionales que no tengan más de dos años de haber obtenido su primer título profesional.

Para acceder a los recursos del Fondo Emprender, el emprendedor deberá presentar un plan de negocios debidamente estructurado. Este plan de negocios debe presentarse cuando el Fondo abra las convocatorias, lo que implica que el plan de negocios debe competir con otros proyectos por el financiamiento, toda vez que son muchos los proyectos que se presentan, y los recursos de financiación son limitados.



<http://www.fondoemprender.com>



Convocatoria Clúster Alemania-COA2 cofinanciará actividades de desarrollo empresarial

Innpulsa Colombia, a través de la convocatoria, busca continuar apoyando los clústeres del país a través de la cooperación que se viene adelantando con el Ministerio de Educación e Investigación Alemán para cofinanciar proyectos que permitan el fortalecimiento de capacidades y transferencia de conocimiento en empresas u organizaciones de desarrollo empresarial en innovación, ciencia y tecnología.

Adjudicará recursos de cofinanciación a propuestas que tengan por objeto el fortalecimiento de capacidades y transferencia de conocimiento que conlleven a la innovación de procesos, productos o servicios de las empresas de clústeres colombianos a través del trabajo conjunto con empresas de la República Federal de Alemania. La convocatoria cuenta con un presupuesto de \$500 millones y financiará el 50% de los proyectos seleccionados. Estará abierta hasta el 15 de diciembre de 2017.

<https://www.innpulsacolombia.com>



El World Business Forum se llevará a cabo los días 5 y 6 de junio de 2018 en la ciudad de Bogotá

Organizado por WOBI cada año, en distintas ciudades de América, Europa, Asia y Australia, World Business Forum es un evento de dos días que reúne a miles de mentes inquietas que comparten la misma pasión por los negocios. Quienes asisten lo hacen para aprender e inspirarse por algunas de las figuras más influyentes del mundo de los negocios y otros ámbitos; una fusión de contenido compuesta por ejecutivos, emprendedores, innovadores, pensadores, artistas y deportistas.

En un mundo hiperconectado, donde las nuevas tecnologías se multiplican a paso acelerado, World Business Forum se enfoca en los temas más relevantes para los líderes de hoy, estimulando el nuevo pensamiento e inspirando la acción.

<http://www.wobi.com>



Diplomado virtual en marketing digital ofrecido por la Cámara de Comercio de Bogotá

El 21 de febrero de 2018 la Cámara de Comercio de Bogotá llevará a cabo este programa que ha sido diseñado con el propósito de ayudar a empresarios, emprendedores y profesionales a conocer las técnicas, metodologías y herramientas que se emplean en las estrategias de marketing digital.

En el transcurso de este diplomado se llevará a cabo la planeación y construcción de una estrategia de marketing digital, la cual podrá ser aplicada a un emprendimiento, negocio o cliente, haciendo uso de las principales técnicas como mails masivos, SEO, *landing page*, y empleando plataformas como Google AdWords, Facebook Ads, Instagram, Waze, entre otras.

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



El Politécnico Gran colombiano lanza la Misión Silicon Valley

Del 21 al 26 de mayo de 2018 se llevará a cabo la Misión Silicon Valley. Esta es un gran viaje diseñado para que estudiantes, graduandos y docentes del Politécnico Grancolombiano aprovechen al máximo los recursos de este gran lugar, a través de *workshops* de emprendimiento e innovación, sesiones de inspiración con mentores, *speakers* y emprendedores internacionales, quienes hacen parte del ecosistema.

Durante una semana de inmersión será posible participar en actividades de *net-working*, eventos y *meet-ups* de Silicon Valley, así como realizar visitas a Google-Plex, Apple Park, Facebook HQ, la Universidad de Stanford, y tomar tours por los lugares más emblemáticos de la ciudad de San Francisco.

<https://www.poli.edu.co>



Julián Domínguez

PRESIDENTE DE CONFECÁMARAS

Coyuntura Pyme: Bienvenido a *Coyuntura Pyme* Dr. Domínguez ¿Podría contarnos cuáles son los objetivos de Confecámaras en el corto plazo y la estrategia de mediano plazo? ¿Cómo se encuentran relacionados estos objetivos con el fomento y desarrollo de las empresas colombianas y, en particular, de las Mipymes?

Julián Domínguez. Confecámaras, como entidad que agrupa y representa a las 57 Cámaras de Comercio de Colombia, apoya el trabajo que estas realizan en fortalecer el tejido empresarial del país, atendiendo las especificidades y potencialidades de cada una de las regiones, procurando el aumento de sus niveles de productividad, innovación, emprendimiento y formalización. Sobre esta piedra angular se estructuran los planes que atienden factores que



CALi
SeVe
pujante

**CADA VEZ QUE
UN SUEÑO
ABRE SUS PUERTAS
AL PÚBLICO.**

Cuéntanos cómo ves
nuestra ciudad usando

#CaliSeVe



Una iniciativa de
El País

“Las iniciativas público-privadas deben estar enfocadas en velar por una asignación eficiente e inteligente de los recursos y su excelente administración, y trabajar mancomunadamente en la atención de aspectos que restan competitividad al país, como la corrupción, la necesidad de actualizar las regulaciones, promover el acceso al sistema financiero formal, fortalecer las capacidades gerenciales y aumentar la capacitación del capital humano.”

permiten que las empresas accedan a nuevos mercados, mejoren sus ingresos y sean más eficientes.

A la par, se trabaja en factores de entorno como la mejora del ambiente de los negocios mediante la disminución de trámites, el tiempo y los costos que toma crear empresa, en lo cual hemos logrado grandes avances a través del programa Centros de Atención Empresarial (CAE), esfuerzo en el que se seguirá profundizando en conjunto con el Gobierno Nacional con la implementación del proyecto Ventanilla Única Empresarial (VUE), el cual permitirá unificar en una plataforma tecnológica los trámites mercantiles, tributarios y de seguridad social para constituir una empresa.

Coyuntura Pyme: En alianza con Colciencias, Confecámaras ha creado el programa de Alianzas para la Innovación, que tiene por lema ‘Pedaleándole a la competitividad empresarial’. ¿Qué impacto esperan

tener en el empresariado Pyme colombiano? ¿Cuáles considera que son los principales retos o dificultades que tienen los empresarios a lo hora de mejorar su competitividad?

Julián Domínguez. El programa Alianzas para la Innovación es ejecutado con el apoyo de 52 Cámaras de Comercio en 29 departamentos del país y promueve la innovación como factor de competitividad al alcance de los empresarios, que les permitirá generar valor a partir de las necesidades identificadas en el mercado.

Uno de los principales retos es desmitificar el concepto de innovación, pues es crucial dejar de considerarlo como una práctica reservada a las grandes compañías, pues hace parte esencial del ímpetu emprendedor y la cultura empresarial.

Desde 2015 a la fecha, 3.032 empresas a nivel nacional han sido impactadas por las actividades de sensibilización y cultura del programa, de las cuales 367 recibieron apoyo

para la cofinanciación de prototipos y/o proyectos de innovación, al mismo tiempo que se fortalecieron las capacidades regionales y sus ecosistemas para reproducir la experiencia y trasladar el conocimiento a otras empresas en el futuro. Actualmente ejecutamos la Fase IV del programa, a través de la cual tenemos la meta de implementar 330 proyectos de innovación en igual número de empresas.

Coyuntura Pyme: En la última medición de la Gran Encuesta Pyme de Anif (GEP) se indagó sobre el capital social de los pequeños y medianos empresarios del país. En particular, se preguntó por las asociaciones con distintas entidades del sector público y privado. Allí se observó que el capital social de Colombia está bajo la forma de vinculaciones con las Cámaras de Comercio (85% en industria - comercio y 86% en servicios). Podría contarnos ¿cuál es su lectura sobre estos resultados? Y ¿cuál es el papel de las Cámaras de Comercio en la asociatividad del empresariado colombiano?

Julián Domínguez. Estos resultados evidencian el compromiso de la Red de Cámaras de Comercio y su relevancia como agentes de desarrollo regional que, con una amplia oferta de programas de fortalecimiento para los empresarios, diseñada con

base en las necesidades identificadas con ellos, beneficiaron con sus programas o servicios a más de 229.000 empresarios en el último año.

Asimismo, las Cámaras convocan y unen las distintas voluntades regionales para promover proyectos transversales de desarrollo regional e impulsar la asociatividad empresarial como facilitadoras de 39 clusters o cadenas de cooperación y agregación de valor de las empresas, de acuerdo con las apuestas productivas regionales.

Coyuntura Pyme: Asimismo, la última medición de la GEP buscó indagar sobre cómo consideraban los empresarios que les beneficiaba la alianza con dichas entidades públicas o privadas. Allí se observaron principalmente beneficios en: i) las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales; y ii) el mejoramiento de las relaciones comerciales con pares (establecer alianzas). No obstante, los encuestados señalaron pocos beneficios a la hora de conocer nuevos productos o de incursionar en nuevos mercados nacionales e internacionales. ¿Qué diagnóstico hacen ustedes sobre dichos resultados? ¿Tienen algún proyecto dirigido a promover la innovación o las exportaciones?

Julián Domínguez. Los resultados de la Encuesta hacen evidente la necesidad de que el país trabaje con un gran propósito transversal en promover que los empresarios miren no solo el mercado interno, sino el externo.

En este marco, las Cámaras de Comercio han apoyado a los empresarios para que avancen en esta dirección mediante el desarrollo de misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias y eventos de promoción de talla internacional, además de ofrecerles asesoría en la estructuración de sus proyectos y acompañarlos en los procesos de certificación y cumplimiento de los requisitos demandados para incursionar en nuevos mercados.

De igual manera, se trabaja de la mano con entidades como Pro-Colombia y las embajadas de diferentes países con el objetivo de publicitar la información sobre las oportunidades comerciales a nivel internacional y resolver inquietudes. Estamos atendiendo la necesidad de información que tienen los empresarios interesados en exportar, y esperamos también disminuir la aversión al riesgo, la cual tiene sus raíces en la mayoría de los casos en el desconocimiento.

Coyuntura Pyme: Recientemente, ustedes publicaron un estudio acerca de los determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia. ¿Cuáles fueron los resultados del estudio? ¿Qué programas vienen desarrollando para ayudar a mejorar la supervivencia empresarial en el país?



Julián Domínguez. Con esta investigación se logró identificar un conjunto de factores determinantes para explicar la dinámica de supervivencia de las empresas nuevas en Colombia, los cuales son: su tamaño inicial (cuanto más pequeñas son las empresas más dificultades tienen para sobrevivir en el mercado); el acceso al crédito (la probabilidad de sobrevivir luego de seis años de operación para las firmas que han hecho uso del Registro de Garantías Mobiliarias es del 80%); operar a

través de varios establecimientos; y, finalmente, exportar (ya que las organizaciones jóvenes que logran hacerlo exhiben una probabilidad de supervivencia del 70%).

Es de destacar el papel de las Cámaras de Comercio en la promoción del Régimen de Garantías Mobiliarias en las regiones, lo cual ha permitido incrementar el acceso al crédito de las empresas, en especial Mipymes, al incluir un

mayor conjunto de bienes muebles como garantías para amparar las obligaciones.

Asimismo, las Cámaras de Comercio ofrecen de manera permanente programas y servicios a los empresarios para que mejoren sus habilidades gerenciales e innoven en sus procesos, productos y/o servicios.

Coyuntura Pyme: Qui-siéramos ahondar en su

investigación acerca de los determinantes del crecimiento empresarial en el país. ¿Cuáles fueron los resultados del estudio? ¿Qué programas vienen desarrollando ustedes para ayudar a mejorar el crecimiento de los negocios en el país?



Julián Domínguez. En este estudio se identificaron los factores clave que impulsaron el crecimiento acelerado de 612 empresas colombianas, de una muestra de 26.000 sociedades, que crecieron a dos dígitos y de forma sostenida entre 2011 y 2015, las cuales se concentran principalmente en el segmento de Pymes (55% empresas medianas y 18% firmas pequeñas).

Los elementos diferenciadores que se hallaron son, en orden de importancia: i) el servicio posventa; ii) la destinación de fondos a la inversión en innovación; iii) el talento humano que aporta nuevos conocimientos; iv) la capacidad de reclutar gente buena; y v) las alianzas con proveedores. Todos estos son factores internos de las empresas que pueden y deben ser controlados e instrumentados por los empresarios.

Coyuntura Pyme: Actualmente, el país se encuentra en medio de una desaceleración en su crecimiento económico, dado el fin del auge minero-energético. ¿Qué tipo de iniciativas público-privadas se requieren para promover el de-



FONDO DE INVERSIÓN COLECTIVA **BALANCEADO INTERNACIONAL**

Una *oportunidad* para globalizar sus inversiones

Invierta inteligentemente
con Fiduoccidente

GESTOR
EXTRANJERO

LarrainVial
ASSET MANAGEMENT

Experto gestor extranjero, con amplia experiencia y trayectoria, gestionará el portafolio de inversión del fondo.



DIVERSAS OPCIONES
DE INVERSIÓN
**MONITOREADAS
POR EXPERTOS**

**DIVERSIFICACIÓN
ACTIVA**

Diversificación: Invertir en diferentes instrumentos financieros.

Activa: El gestor de portafolio evaluará continuamente los mejores activos diversificados para optimizar su rentabilidad.

ACCESO A UN MERCADO
INTERNACIONAL

**INVERSIONES EN
LATINOAMÉRICA
Y ESTADOS UNIDOS**



OPTIMICE SUS
INVERSIONES CON LA
**MEJOR COMBINACIÓN
ENTRE NUESTROS FIC**

- OCCIRENTA
- OCCIBONOS
- BALANCEADO INTERNACIONAL

Línea de Atención al Consumidor Financiero:

Bogotá: 2973060 – Resto del país: 018000 521144

atencionalconsumidorfdo@fiduoccidente.com.co

www.fiduoccidente.com.co



Fiduciaria
de Occidente



@fiduoccidente



Fiduoccidente



Fiduoccidente



Fiduoccidente
FIDUCIARIA DE OCCIDENTE S.A.

25 AÑOS
CONSTRUYENDO
OPORTUNIDADES

LarrainVial
ASSET MANAGEMENT

Grupo
AVL

sarrollo del empresariado colombiano y contrarrestar dicha fase descendente del ciclo económico?

Julián Domínguez. La institucionalidad debe atender de forma conjunta los retos que tiene el país en medio de la coyuntura y aumentar su productividad. Las iniciativas público-privadas deben estar enfocadas en velar por una asignación eficiente e inteligente de los recursos y su excelente administración, y trabajar mancomunadamente en la atención de aspectos que restan competitividad al país, como la corrupción, la necesidad de actualizar las regulaciones, promover el acceso al sistema financiero formal, fortalecer las capacidades gerenciales y aumentar la capacitación del capital humano conforme a la demanda del sector productivo, entre otros.

Las respuestas no deben ser impuestas, las propuestas deben surgir desde las regiones y el país cuenta ya con instancias que convocan a los diferentes actores con representación de los sectores público y privado, y de la academia. Se trata de las Comisiones Regionales de Competitividad, de las que, en su mayoría, las Cámaras de Comercio ejercen la Secretaría Técnica en conjunto con las Gobernaciones y hacen parte de sus diferentes comités técnicos.

Coyuntura Pyme: Finalmente, tenemos entendido que la Red Cameral cuenta con estrategias y programas para promover la formalización. Podría contarnos, ¿en qué con-



siste esto? ¿Cuáles son los logros que han obtenido?

Julián Domínguez. Las Cámaras de Comercio lideran iniciativas dirigidas a facilitar y promover la creación de nuevas empresas, fomentar el emprendimiento y reducir la informalidad. Uno de los más exitosos han sido los Centros de Atención Empresarial (CAE), que operan en 43 ciudades del país, con los que se han reducido en promedio los procedimientos de registro de una nueva empresa de 8 a

6 y de 11 a 9 los días necesarios para dicha apertura, y han disminuido los costos en un 75% en el caso de las personas naturales y en un 20% en las sociedades.

Adicionalmente, la Red de Cámaras de Comercio desarrolla programas como el de Brigadas para la Formalización y Cámara Móvil, que comprenden módulos de pedagogía, asesoría y acompañamiento en el proceso de formalización, los cuales han beneficiado a más de 130.000 empresas.

A nivel personal

Coyuntura Pyme: En *Coyuntura Pyme* también nos gusta conocer un poco más sobre la vida personal de los principales dirigentes del país, si nos lo permiten. ¿Cuál es su principal *hobby*? ¿Cuál fue el último libro no económico que se leyó?

Julián Domínguez. Por supuesto. Disfruto del campo, tanto como de los caballos y viajar. Y el último libro no económico que leí fue *Origen* de Dan Brown.

Coyuntura Pyme: Muchas gracias, Dr. Domínguez. ■