

Bogotá D.C. Colombia, agosto 2021 • Edición 67

COYUNTURA



Pyme



TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y REACTIVACIÓN:

Retos de las Mipymes en medio de la pandemia

Contribuir a la sostenibilidad del planeta, es más fácil si lo hacemos juntos.



Si aún no conoces qué son las inversiones sostenibles, aquí te lo contamos....

Son llamadas también Inversiones ASG y son aquellas que tienen como objetivo obtener valorizaciones al tiempo que generan un impacto positivo en la sociedad en factores **Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo**, conocidos mundialmente como criterios ASG.

En Porvenir comprometidos con la sostenibilidad hemos diseñado el portafolio de inversión **Generación Sostenible** con el cual incursionamos en inversiones que cumplen con los criterios ASG.

Para conocer más ingrese a:
<https://www.porvenir.com.co/web/generacion-sostenible>

o escanee el código QR



#AvancemosJuntos

COYUNTURA *Pyme*
es una publicación de



Imágenes de carátula:
www.depositphotos.com

Calle 70 A No. 7-86
PBX: 744 67 00
Línea gratuita: 01 800 0119907
Correo electrónico: anif@anif.com.co
www.anif.co

Director • Mauricio Santa María S.
Subdirector • Carlos Felipe Prada Lombo
Secretaría General • Tatiana Mendoza Lara
Jefe de Investigaciones • Anwar Rodríguez
Investigadores • Juan Sebastián Burgos V.
Camila Ciurlo A., Daniela Escobar L.,
Daniel Escobar A., José Antonio Hernández R.,
Laura Llano C., Norberto Rojas D.,
Erika Schutt P. y Camilo Solano C.

Carátula • Tatiana Herrera
Diseño y diagramación •
Brigitte Avellaneda y
Tatiana Herrera Fagua

**Departamento Comercial
y de Mercadeo** •
Roberto Durán
E-mail: rduran@anif.com.co
Celular: 320 699 56 24
PBX: 744 67 00
(ext. 122-129)

Tiene carácter confidencial y exclusivo.
Se prohíbe su reproducción con fines de
publicación o divulgación a terceros.

Editorial

5 ■ Editorial

Actualidad Pyme

6 ■ Comercio Exterior:
una necesidad para las empresas

15 ■ La digitalización impulsando
pequeñas y medianas empresas

18 ■ La transformación digital
llegó para quedarse

24 ■ Somos el impacto
que generamos

32 ■ Las empresas,
motor de la reactivación



Editorial

Las micro, pequeñas y medianas empresas tienen un rol fundamental en la reactivación económica del país. Hoy, las Mipymes representan alrededor del 99.6% de las empresas, generan cerca del 79.1% del empleo y se estima que el 40% del PIB. Por esa razón, es muy importante herramientas e insumos que se apoyen su desarrollo y crecimiento.

Desde ANIF siempre hemos señalado la importancia vital que tiene el segmento en el difícil camino de reactivación y hemos insistido, además, en la necesidad de profundizar en temas que consideramos vitales para las Mipymes, como pueden ser el comercio exterior, la transformación digital de las empresas, la inversión en innovación y TICs y el acceso a fuentes de financiamiento. En esta edición de Coyuntura Pyme traemos una serie de artículos que se centran en estas temáticas, ya sea desde una perspectiva de identificación del problema, así como desde una visión de lo que se ha avanzado y cuáles son los pasos a seguir en todos los frentes.

En ANIF, hemos acompañado desde hace varios años, a través de las Encuestas Empresariales, el crecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios de

los sectores de industria, comercio y servicios. La Gran Encuesta Pyme, que tiene representatividad nacional y en algunas ocasiones representatividad regional, se ha consolidado como una de las fuentes principales de información sobre el desempeño de ese segmento empresarial. A nivel nacional, la Encuesta ya completa 29 lecturas semestrales, a nivel regional contamos con varias lecturas anuales de distintas ciudades del país y, a nivel de microempresas, concluimos la tercera entrega anual.

Hoy, como parte de nuestra agenda investigativa y nuestro compromiso con el crecimiento económico del país, decidimos robustecer nuestro instrumento. Iniciamos un proceso de estructuración de una única encuesta que recoja tanto a las micro como a las pequeñas y medianas empresas, la Encuesta Mipyme ANIF. A partir del rediseño metodológico de la encuesta, que incluye cambios en el cuestionario, en la muestra y mejoras en la representatividad nacional, vamos a cumplir con los requisitos para que los resultados sean una estadística oficial. Con eso, vamos a aportar un insumo clave para la toma de decisiones sobre este segmento empresarial fundamental para la prosperidad de Colombia. ■



En AV Villas le ofrecemos soluciones para que su Empresa tenga liquidez

Factoring

Factoring AV Villas le permite ampliar el plazo de pago a sus proveedores y reducir los tiempos de recaudo de cartera con estos beneficios para su Empresa:

- Incrementa su capital de trabajo
- Mejora sus indicadores financieros
- Permite el crecimiento de su negocio
- Obtiene descuentos comerciales

Contáctenos en eventosempresariales@bancoavillas.com.co





Comercio Exterior: una necesidad para las empresas*

Equipo de investigadores de ANIF

Las micro, pequeñas y medianas empresas son el principal motor de crecimiento económico, de transformación del aparato productivo y de generación de empleo e ingresos para buena parte de los colombianos. Hoy, las Mipymes representan alrededor del 99.6% de las empresas del país, generan cerca del 79.1% del empleo y se estima que el 40% del PIB.

En ANIF siempre hemos reconocido la importancia que tiene el segmento Mipyme en el desarrollo económico del país. Por eso, hemos acompañado desde hace varios años, a través de las Encuestas Empresariales, el crecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios de los sectores de industria, comercio y servicios. La Gran Encuesta Pyme (GEP), que tiene representatividad nacional y en algunas ocasiones representatividad regional, se ha consolidado como una de las fuentes principales de información sobre el desempeño de ese segmento

* Artículo basado en el informe de la Gran Encuesta Pyme 2020-II, publicado en junio 2021.

empresarial. Sumado a eso, en ANIF iniciamos un proceso de estructuración de una única encuesta que recoja tanto a las micro como a las pequeñas y medianas empresas, la Gran Encuesta Mipyme (GEMP). A partir del rediseño metodológico de la encuesta, que incluye cambios en el cuestionario, en la muestra y mejoras en la representatividad nacional, vamos a cumplir con los requisitos para que los resultados sean una estadística oficial.

Ahora, en la última medición de la GEP, periodo 2020-II, quisimos dedicar dos módulos especiales a temas que con-

sideramos vitales para el crecimiento y desarrollo del segmento Pyme, el comercio exterior y la inversión en innovación y TICs al interior de las empresas. En este Informe Semanal nos enfocaremos en el primer aspecto, a partir de una serie de ejercicios ahondaremos en los factores, internos y externos a las firmas, que inciden en mayor o menor medida en la incursión en el comercio global.

Avanzar hacia mercados internacionales

Cómo ya se mencionó, para ANIF es de suma importancia conocer el grado de internalización con el que cuentan el segmento Pyme en el país. Llegar a mercados internacionales es una clara señal de crecimiento para las empresas, pues está relacionado con mayores niveles de productividad y competitividad. Un mayor impulso en este

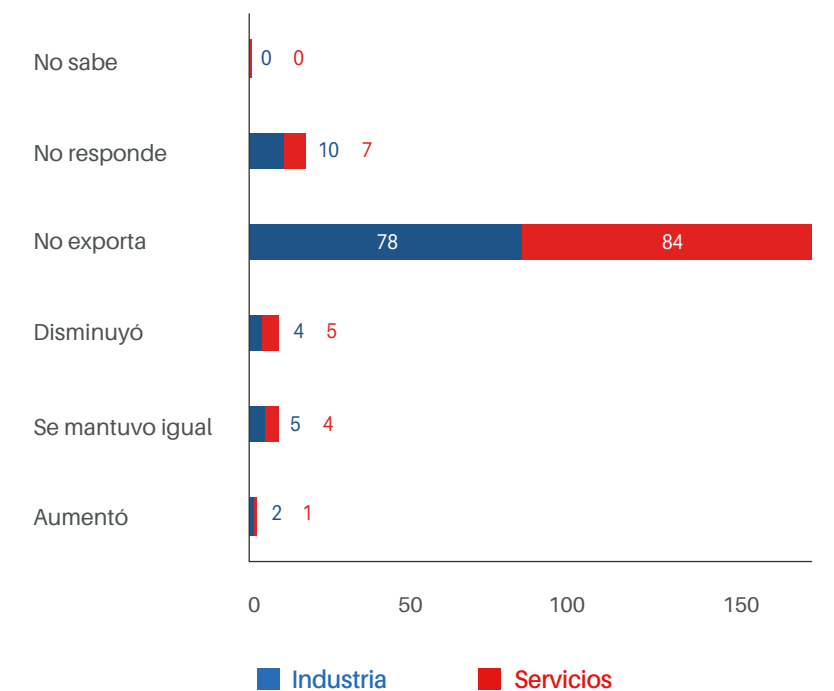
frente es una deuda con las que cargan las Pymes en Latinoamérica y el Caribe y, sin duda, es un factor que ha impedido que las empresas logren el potencial que tienen como generadoras de empleo y de desarrollo económico.

De hecho, los resultados de la lectura de la GEP 2020-II son muy similares al comportamiento que presenta la región en cuanto a comercio exterior. Se estima que tan solo el 10% de las Pymes de la región se encuentran en actividades exportadoras, porcentaje que no es muy lejano a la situación que reportan las empresas encuestadas en la GEP (Garone, L, 2020 & Cardoza G, et. al, 2015). El Gráfico 1 muestra cómo al preguntar sobre el volumen de exportaciones con respecto al semestre anterior, buena parte de la muestra, tanto del sector industria como servicios, manifestó no exportar (78% industria y 84% servicios).

Ahora bien, existe evidencia que demuestra que las empresas se enfrentan a una serie de barreras que les dificulta la llegada a mercados internacionales. Entre los factores se encuentran el acceso a financiamiento, la capacidad de innovar e integrar tecnología en los procesos, las habilidades del capital humano y la estructura de la organización. Al igual que los factores asociados a los entornos de negocios y a las condiciones económicas de las economías emergentes que, se sabe, enfrentan varios problemas y carencias.

Por esa razón, quisimos, a partir de la información recolectada en la GEP, indagar sobre los factores que pueden incidir, en mayor o menor grado, en la incursión de las empresas en el comercio global. Para eso realizamos ejercicios económi-

Gráfico 1. Volumen exportado respecto al semestre anterior (% de respuestas, 2020-II)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

tricos sencillos, en los que se utilizó un modelo Logit para conocer las características que tienen alguna influencia sobre la probabilidad de que las Pymes tengan o busquen tener actividades de exportación. En el modelo se utilizó como variable dependiente si la firma exporta o no. Para las variables explicativas se incluyeron algunas características de las empresas y los dueños/tomadores de decisiones que pueden ser relevantes para involucrarse en el comercio exterior, como lo son el tamaño de la firma, la actividad económica que desempeñan, los años con los que cuenta la empresa desde el inicio de su operación, el sexo, el nivel educativo y el rango de edad en el que se encuentra el dueño/tomador de decisiones.

Por otra parte, también incluimos variables relacionadas con factores externos a las empresas pero que su interacción puede resultar en el desarrollo de la actividad exportadora. Para eso, usamos como variables ex-

plicativas tanto la principal fuente de financiamiento con la que se puso en marcha la empresa, como las alianzas o afiliaciones que mantienen las Pymes con entidades relevantes para el sector en el que se desempeñan. La elección de estas dos variables no es casual. La literatura ha encontrado relación entre la participación del gobierno dentro de los procesos de decisión de las empresas, bien sea a través de programas o ayudas, y los entornos poco propicios para el desarrollo de habilidades para acceder a mercados internacionales. De igual forma, existe evidencia de que la participación de fuentes privadas de financiamiento tiene un vínculo con la transferencia de conocimiento y las habilidades necesarias para el comercio exterior (Cardozo G, et. al, 2015). Cabe aclarar que estos ejercicios sencillos no buscan establecer relaciones causales entre las variables explicativas y la dependiente. Se trata, fundamentalmente, de utilizar herramientas más rigurosas para encontrar

correlaciones, controlando por varias características al tiempo.

Partiendo de lo anterior, presentamos los resultados de los ejercicios econométricos realizados para el total de firmas, así como para los macro sectores (industria y servicios) de forma individual. Para el análisis presentamos los gráficos de los resultados con los efectos marginales sobre la probabilidad de responder de forma afirmativa a la pregunta de la variable dependiente. Con la variación en la intensidad de los colores señalaremos aquellos efectos que resultan ser estadísticamente significativos. En este caso, la intensidad alta hace referencia a que la variable tiene un efecto significativo sobre la probabilidad de exportar. Es necesario insistir, una vez más, que en ningún caso estos resultados pueden ser tomados como efectos causales, puesto que los ejercicios no están diseñados para ese fin. Teniendo claro la estructura de los modelos y la presentación de los resultados procedemos al análisis.

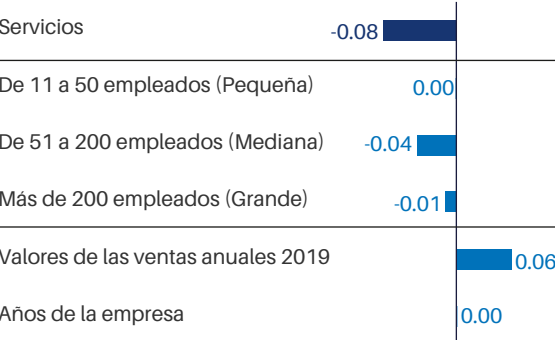
Resultados generales

En el Gráfico 2 se encuentran los efectos marginales de las características de la empresa sobre la probabilidad de exportar para la muestra de los sectores de industria y servicios. Aquí se observa que las Pymes del sector servicios tienen una menor probabilidad, en 8%, de exportar que aquellas que desarrollan actividades del sector industrial. Respecto al tamaño de la firma, representado por el número de empleados y el valor de las ventas en 2019, se observa que las empresas de servicios no cuentan con una probabilidad estadísticamente diferente a las industriales a la hora de exportar. Este mismo resultado se encuentra al revisar los años que lleva la empresa desde que inició sus operaciones.

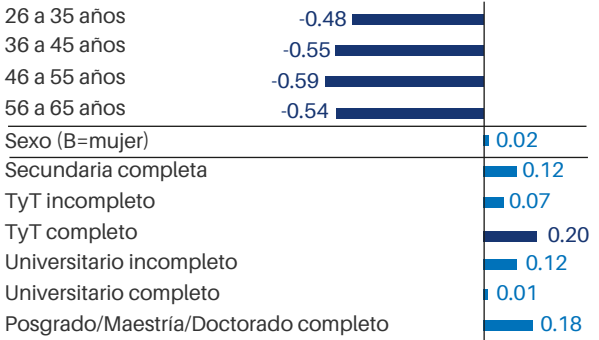


Gráfico 2. Exportación (Características de la firma y el dueño¹)

a. ¿Su empresa exporta? Características de la firma



b. ¿Su empresa exporta? Características del dueño o encargado de las decisiones



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Respecto a las características del dueño o el encargado de la toma de decisiones (Gráfico 2) en las empresas se encontró que el rango de edad en el que está el individuo tiene un efecto significativo. Respecto al grupo base de 18 a 25 años, todos los rangos disminuyen la probabilidad de acceder a los mercados internacionales (- 48% en el rango de 26 a 35 años, -55% de 36 a 45 años, -59% de 46 a 55 años y -54% de 56 a 65 años). Un resultado contraintuitivo resulta ser el del rango de los 56 a 65 años frente a los resultados de los rangos de 36 a 55 años. En tanto se esperaría que cuanto mayor sea el responsable de

las decisiones la probabilidad debería ser menor.

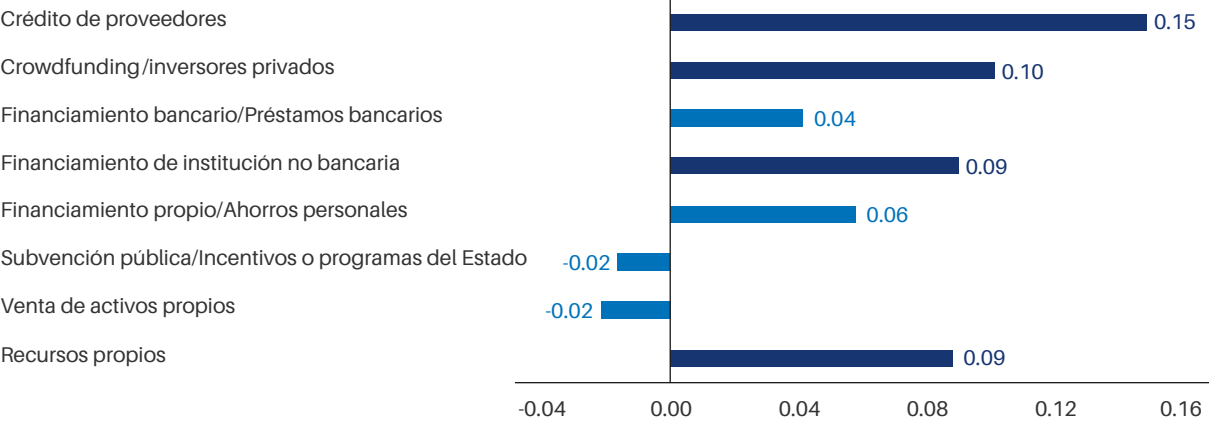
Ahora, al revisar los resultados de educación se observa que el único nivel que resulta tener un impacto sobre la decisión es el de técnica profesional y tecnológica completa, el cual contribuye en un 20% a aumentar la probabilidad de acceder a actividades exportadoras. Lo anterior resulta un poco sorprendente ya que se esperaría que mayores niveles de educación tuvieran un mayor efecto sobre la decisión de exportar. Lo anterior indica que contar con un título o estudios en universidades (pregrado o post grado)

no parece aportar una probabilidad mayor que la que aporta el técnico y tecnológico completo.

En cuanto a la principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa, que presentamos en el Gráfico 3, se encontró que las fuentes que no están relacionadas con el sector financiero y/o las entidades gubernamentales tienen un efecto positivo en exportar frente al grupo base “ayuda de amigos o familiares” (15% créditos de proveedores, 10% crowdfunding, 9% financia-

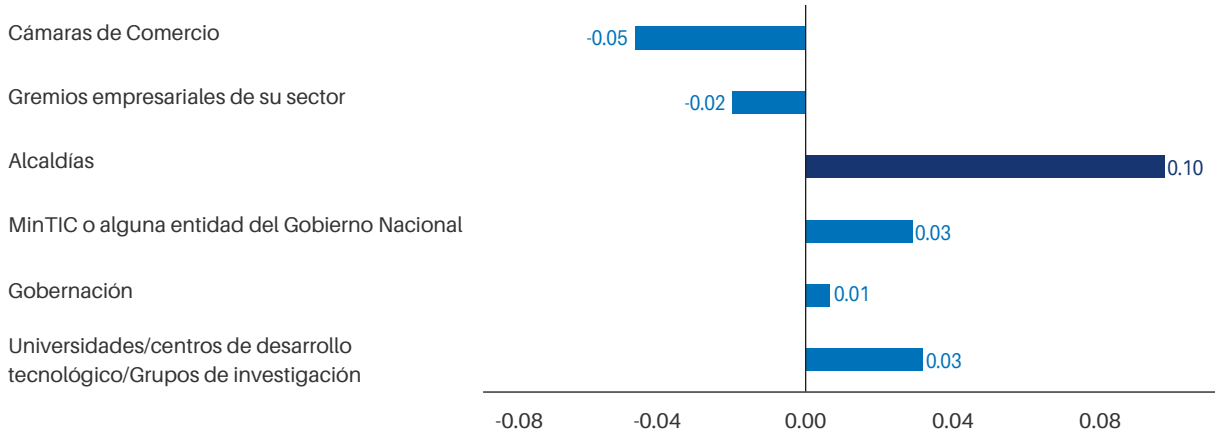
¹ De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

Gráfico 3. ¿Su empresa exporta? (Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Gráfico 4. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

miento instituciones no bancarias, 9% recursos propios). Lo anterior implica resultados dispares respecto a la literatura. Como mencionamos, la participación de entidades del gobierno puede tener un efecto negativo en la incursión en el comercio exterior, como se puede observar en el signo que presenta este tipo de financiamiento. Sin embargo, se esperaría que la financiación privada de bancos o entidades financieras tuviera un efecto significativo sobre la probabilidad de exportar.

Similar a los resultados del gráfico anterior, en el Gráfico 4 se observa que las alianzas con las alcaldías resultan tener un efecto positivo para aumentar la probabilidad de exportar (10%). A su vez, aunque las demás entidades no se tiene un efecto significativo, sí se ve que el signo de las instituciones gubernamentales terminaría por afectar de forma positiva la decisión. Esos resultados que aparentemente van en contra de la evidencia presentada en los estudios de Cardozo G, et al. podrían estar relacionados con el sesgo formal que presenta la muestra, así como con el tamaño y la representatividad de esta. Por lo tanto, con los ajustes que se le están haciendo a la encuesta esperamos que para la siguiente lectura se puedan corregir algunos de estos resultados contraintuitivos.

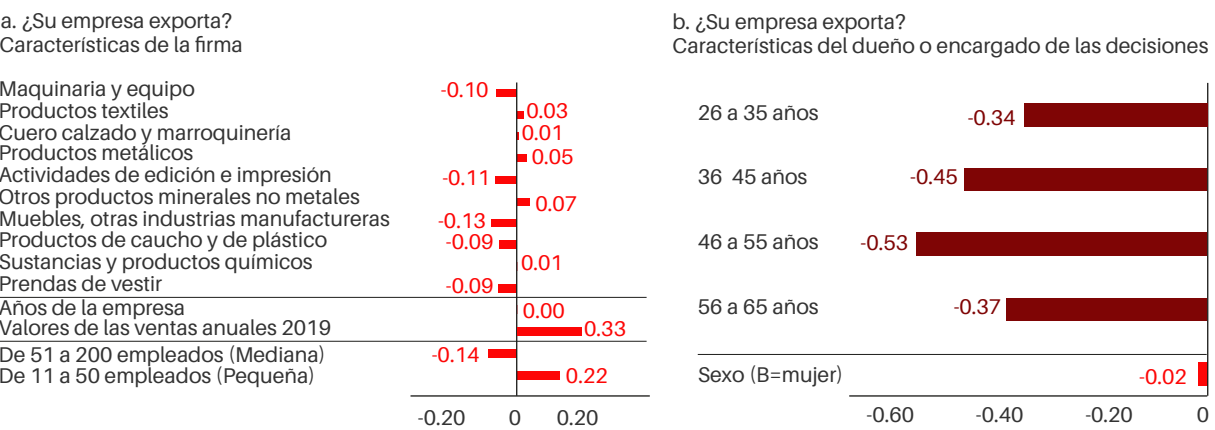
Resultados diferenciados por sectores

Al realizar el ejercicio sobre las Pymes industriales exclusivamente, se observa que respecto a las características de la empresa no existe efecto significativo que aumente o disminuya la probabilidad de que comercien en el exterior, bien sea por el tipo de actividad económica que realizan, el tamaño de la empresa o los años que lleva en operación, ver Gráfico 5. Este resultado no tiene mayor sustento en la literatura y es en todo caso contraintuitivo, ya que existen actividades industriales que si cuentan con mayores “ventajas” para incursionar en los mercados internacionales. De forma similar, el tamaño de la empresa si podría, en caso dado, influir en la capacidad de las Pymes para sumarse a este tipo de comercio.

Ahora, en cuanto a las características del tomador de decisiones, es posible identificar un patrón similar, en términos de la edad, al que se encontró en el ejercicio realizado para los dos tipos de empresas. Aquí los grupos de edad de 26 a 35 años, 36 a 45, 46 a 55 y 56 a 65 le terminan restando a la probabilidad de exportar 34%, 45%, 53% y 37%, respectivamente, frente al grupo base de 18 a 25 años.

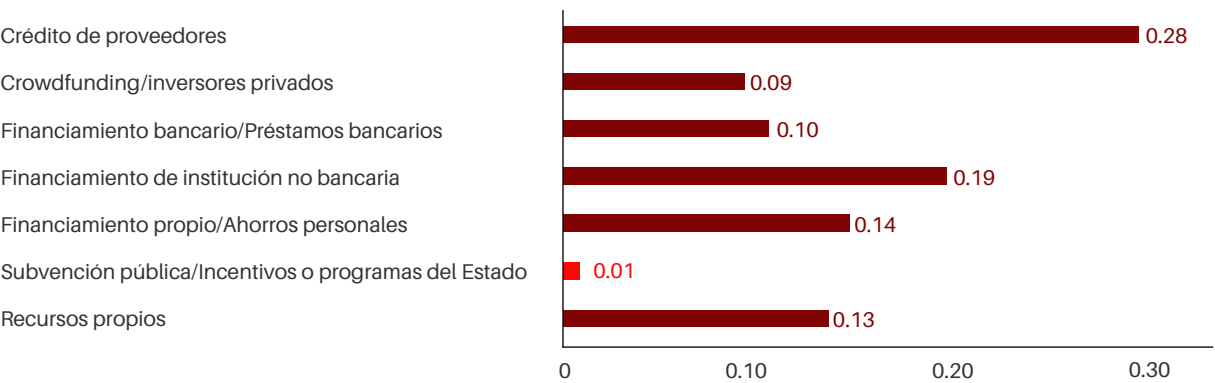
Revisando los efectos de las fuentes de financiamiento (Gráfico 6) se encuentran resultados esperados. En este caso, frente al grupo base, todos menos la financiación con fuentes de Subvención pública/Incentivos o programas del Estado aumentan la probabilidad de exportar (crédito de proveedores 28%, crowdfunding 9%, financiamiento bancario 10%, financiamiento de instituciones no bancarias 19%, ahorros personales 14% y recursos propios 13%). Frente a las alianzas o afiliaciones con las que cuentan los industriales, los gremios empresariales resultan tener un efecto negativo sobre la probabilidad de exportar, que la disminuye en 14%, ver Gráfico 7. En cambio, las alianzas con las alcaldías y el MinTIC o alguna entidad del gobierno terminan por incrementar la probabilidad de incursionar en mercados internacionales (15% y 15%, respectivamente). Lo anterior, puede encontrar explicación en entidades como INNpula y los Centros de Transformación Digital que buscan brindar información y herramientas que le permitan a las Pymes ser más productivas y entrar en los mercados internacionales.

Gráfico 5. Exportación
(Características de la firma y el dueño²)



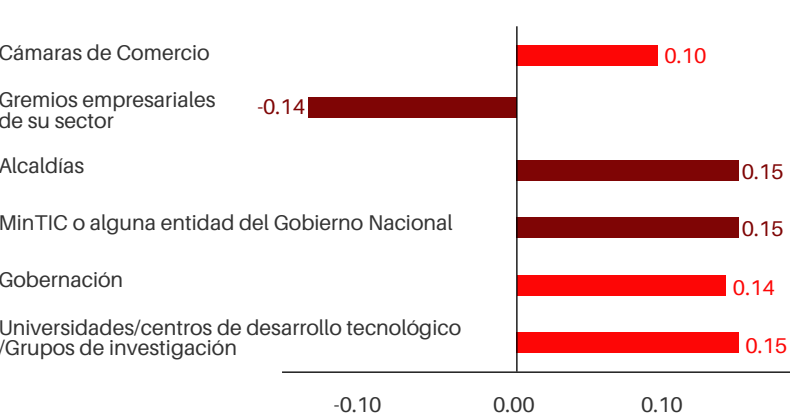
Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Gráfico 6. ¿Su empresa exporta?
(Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Gráfico 7. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

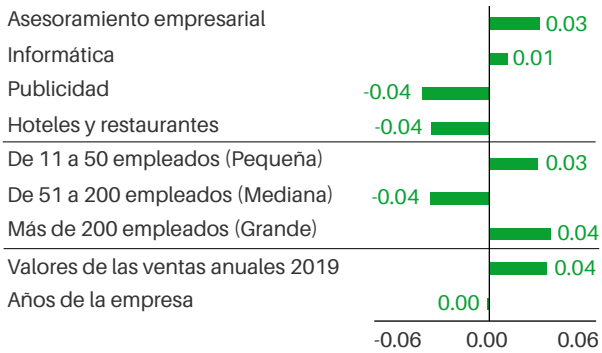
Al igual que en el caso de las empresas del sector industria, las Pymes de servicios no cuentan con efectos significativos cuando se revisa las características de las empresas. Es decir, el tipo de actividad, el tamaño o los años que lleva operando resultan ser relevantes para aumentar o disminuir la probabilidad de exportar, ver Gráfico 8.

Ahora, respecto a las características del encargado de las decisiones en las firmas se observa que nuevamente la edad es un factor que entre mayor

² De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

Gráfico 8. Exportación
(Características de la firma y el dueño³)

a. ¿Su empresa exporta?
Características de la firma



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

es, más resta a la probabilidad de entrar en los mercados internacionales (-56% de 26 a 35 años, -60% de 36 a 45 y -63% de 46 a 55 años). En cuanto al nivel educativo, contrario a lo que se espera, ningún nivel presenta un efecto significativo en la decisión. No obstante, sorprende el efecto que, sin ser significativo, generan los niveles de técnico y tecnológico incompleto y completo y universitario incompleto o completo. En tanto, el signo señala que el efecto de alcanzar estos niveles educativos afecta negativamente la probabilidad de exportar.

Respecto a las fuentes de financiamiento que impulsaron la operación de las empresas de servicios nuevamente se tienen resultados sin significancia (ver Gráfico 9). Aun así, vale la pena resaltar el signo negativo que presentan Financiamiento bancario/Préstamos bancarios, Subvención pública/Incentivos o programas del Estado y Venta de activos propios, resultado que se asemeja a lo que se obtuvo en el análisis global y el de industria. En cuanto a las alianzas/afiliaciones presentadas en el Gráfico 10 la única que tiene un efecto significativo son las alianzas/afiliaciones

³ De aquí en adelante, las categorías base son: Microempresa, 18 a 25 años, mujer, secundaria incompleta o completa.

b. ¿Su empresa exporta?
Características del dueño o encargado de las decisiones

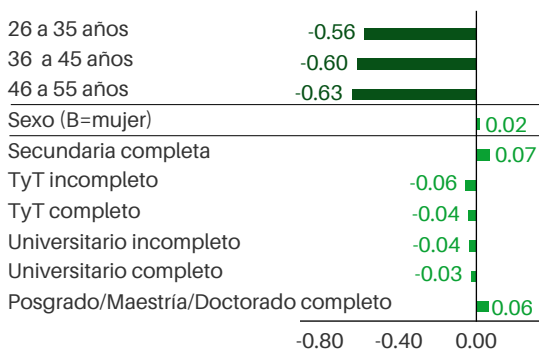
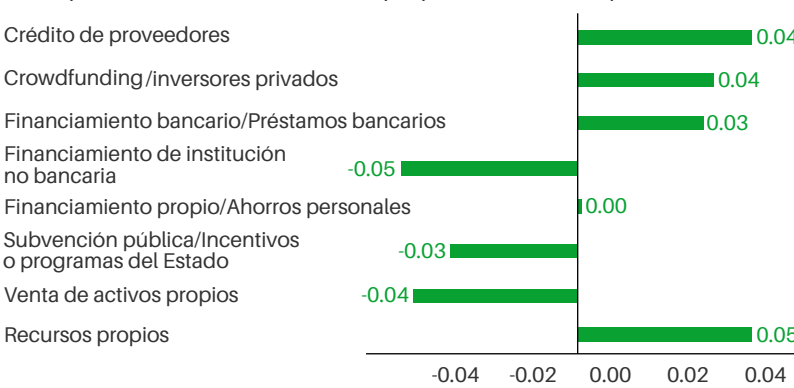
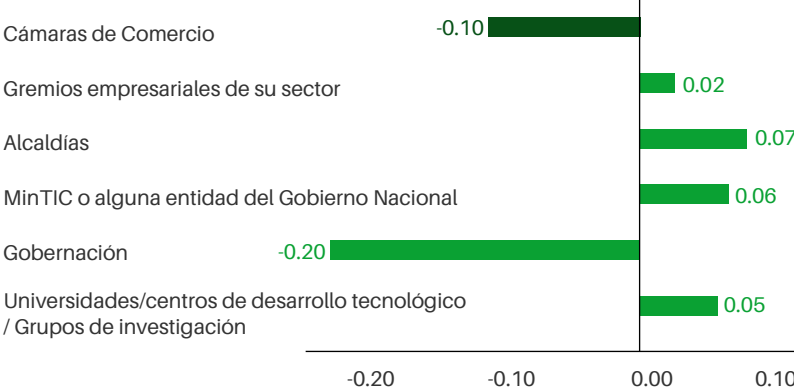


Gráfico 9. ¿Su empresa exporta?
(Principal fuente de financiamiento que puso en marcha operación)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

Gráfico 10. ¿Su empresa exporta?
Alianzas/afiliaciones



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme de ANIF, 2020-II.

nes a las Cámaras de Comercio que terminan por disminuir la probabilidad en 19% respecto al grupo base.

Síntesis de las estimaciones y conclusiones

Para ANIF es de suma importancia generar insumos que puedan contribuir al crecimiento del segmento Mipyme. Por eso, no sobra insistir, que los ejercicios que llevamos a cabo aquí en ninguna medida buscan explicar las causas de la baja vocación exportadora que muestran las empresas colombianas, simplemente intentan entender qué factores, internos y externos, podrían incidir en mayor o menor grado en el desarrollo de la actividad exportadora. Como lo dijimos en el apartado anterior, algunos de los resultados que parecen contraintuitivos podrían deberse al sesgo formal que presenta la muestra, así como a su tamaño y representatividad. Ahora, como anunciamos en secciones anteriores, la nueva encuesta (la GEMP) tendrá cambios metodológicos y muestrales con los que pretendemos, entre otras cosas, realizar 5.400 encuestas, tener resultados representativos para micro, pequeña y mediana empresa por industria, comercio y servicios, así como para el sector formal e informal. Con eso, podremos desarrollar nuevos

"Los resultados indican que las alianzas con alcaldías, MinTIC y/o otras entidades del Gobierno Nacional puede aumentar la probabilidad de comerciar en el exterior."



ejercicios y profundizar en algunos de los resultados que se mostraron contrarios a lo que dicta la literatura en relación con el comercio exterior.

Dicho eso, recapitemos los hallazgos más relevantes. Por un lado, se encontró que las características que seleccionamos de las empresas no tienen un efecto significativo en la decisión de incursionar en mercados internacionales. Contrario a eso, las características del dueño o el encargado de las decisiones, como la edad o contar con un título técnico y tecnológico, presentan un efecto significativo. Por un lado, la edad afecta negativamente la probabilidad de exportar y en la medida en que se avanza en edad este efecto tiende a incrementarse. Por el otro, contar con un título de Técnico profesional y tecnólogo completo incrementa la probabilidad de exportar.

Frente a las fuentes de financiamiento que permitieron poner en marcha la operación de la empresa observamos un resultado cercano a lo que evidencia la literatura sobre el tema. En el ejercicio es posible identificar que las fuentes de financiamiento privado aportan a la probabilidad de exportar, mientras que las asociadas al gobierno le restan a la probabilidad. Finalmente, los resultados de las alianzas/afiliaciones muestran un comportamiento particular y en oposición a la evidencia que existe sobre el tema. En el caso del ejercicio, los resultados indican que las alianzas con alcaldías, MinTIC y/o otras entidades del Gobierno Nacional puede aumentar la probabilidad de comerciar en el exterior. Lo anterior puede estar relacionado con la creación de instituciones dedicadas específicamente a brindar información y herramientas para que las empresas puedan exportar.



Maneja la plata de tu negocio desde el celular.
Así sigues luchando para mantenerte invencible.

Descarga App Pymes y utilízala sin cobro de comisión*.



*Algunas funcionalidades del canal generan cobro de comisión.

Bancolombia



La digitalización, impulsando pequeñas y medianas empresas

Jana Nelson, Raul Lozano y Natalia Iregui ¹

Para muchas pequeñas y medianas empresas la pandemia ha sido un año difícil, con poca interacción y oportunidad de venta al consumidor directo. Pero algunas han logrado adaptarse a esta realidad remota y en el proceso han descubierto que la digitalización de su modelo de negocio permite mayor crecimiento sin que esto requiera grandes costos, ya sea de equipos o de personal.

Según los registros de las Cámaras de Comercio, la estructura empresarial formal de Colombia está conformada en un 93.2% por microempresas (equivalente a 1.4 millones de establecimientos de un total de 1.5 millones), 6.4% por Pymes (97.000) y 0.4% por grandes empresas (6.000). Se estima que las Mipymes generan cerca de 40% del PIB y

el 65% de la fuerza laboral nacional. Es por eso que la digitalización de la pequeña y mediana empresa en Colombia es un factor clave en el crecimiento económico del país — al ahorrar costos, permitir que las empresas accedan a cada vez más clientes, y, por su vez, generar empleos.

En una economía tradicional, las Pymes compiten entre ellas y ofrecen a los consumidores un profundo conocimiento de las necesidades locales. En una economía digital, la brecha entre empresas grandes y pequeñas se cierra con el uso de la nube. El acceso a la tecnología a bajo costo permite tener los mismos recursos que una empresa grande y el acceso a un mercado global. Aunque estés en Colombia, puedes competir con una empresa de Brasil o de India.

¹ Nombre ficticio.

Jana Nelson es la Lead de América Latina del AWS Institute, el think tank de tecnología para política pública de Amazon Web Services.

Raul Lozano es el Director de PyMEs en Latinoamérica de Amazon Web Services.

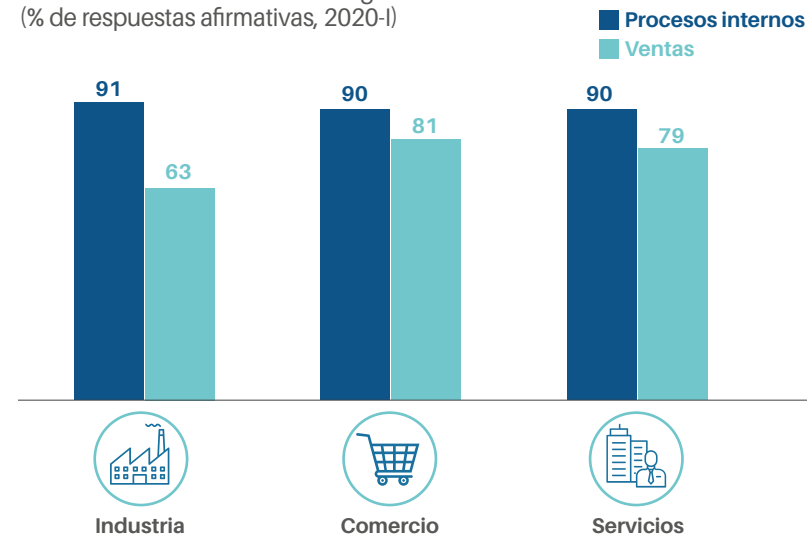
Natalia Iregui la Directora de Políticas Públicas para Colombia de Amazon Web Services.

Pero el opuesto también es verdad. La Pyme en la India puede competir con la de Colombia. Por ello, empresas que no han adoptado tecnología en su modelo de negocios y en su administración interna tenderán a desaparecer.

La encuesta semestral de Pymes de ANIF (Gran Encuesta Pyme 2020II) trae datos sobre la digitalización de pequeñas y medianas empresas en Colombia y los resultados son inspiradores. Como era de esperarse, durante la pandemia la mayoría de las Pymes en todos los sectores invirtieron en recursos digitales para poder continuar con sus operaciones. La prevalencia del acceso a servicios en la nube está entre el 45% y el 66%, más alto que el promedio en América Latina. Pero el uso más frecuente de esos servicios aún está en los procesos internos y no tanto en encontrar maneras de escalar su negocio y crecer.

Un ejemplo es EMCO Global. Hace un par de meses Daniel Roji, CEO de la compañía, una pequeña empresa con tres empleados, tomó una decisión que a la vez aumentó su negocio,

Gráfico 1. Uso de los servicios digitales (% de respuestas afirmativas, 2020-I)



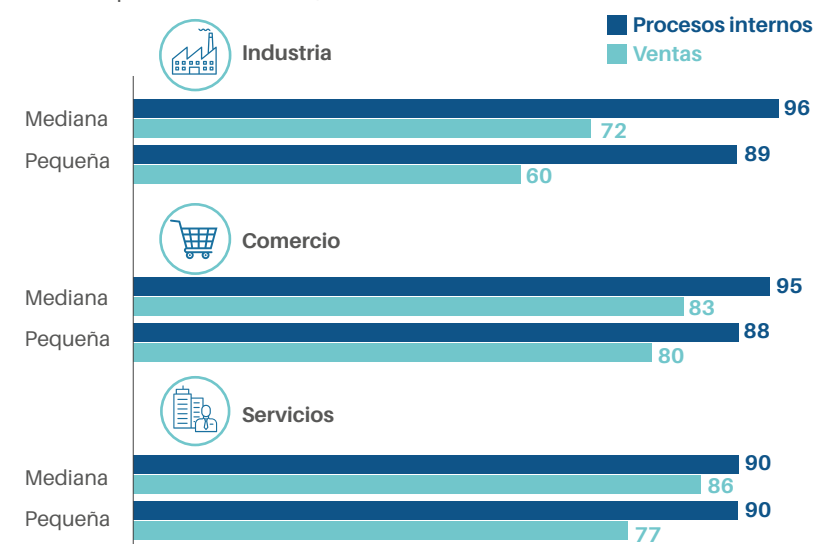
Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme ANIF-2021.

recortó costos, y mejoró el servicio al consumidor. EMCO Global vende iluminación para ciudades. Roji creó un sistema en el cual los funcionarios municipales podían llamar a un 1-800 y pedir remplazo de lámparas. El número llevaba a un call center, el cual se creó en menos de una hora y es completamente digital. Sus ventas dispararon y el cambio de lámparas

se hace más rápido y más fácilmente. Todo esto por cuatro dólares al mes. La pregunta que se hacen muchas Pymes es por dónde empezar. El primer paso es hacer un diagnóstico de las capacidades y procesos actuales que son susceptibles de subir a la nube; y cuando tenga una nueva apuesta, pensar siempre en como apalancar los servicios en la Nube para lanzar esta apuesta de una forma ágil y a bajo costo. Puede comenzar la transformación digital al subir a la nube sus procesos internos — la nómina, las facturas. Pero también se puede ver más adelante, al usar sistemas de aprendizaje de máquina para habilitar ventas. Finalmente, considere que puede contar con el apoyo de empresas locales de tecnología que le puede ayudar, así como múltiples recursos disponibles para habilitar a su personal.

En la digitalización de pequeñas y medianas empresas, Colombia va adelante del resto de América Latina. Pero aún falta por hacer y cuanto más digital sean sus Pymes, mejor le irá a la economía Colombiana. Sé parte de la movida a la economía digital en el país.

Gráfico 2. Uso de los servicios digitales (% de respuestas afirmativas, 2020-I)



Fuente: cálculos ANIF con base en Gran Encuesta Pyme ANIF-2021.



Agencia de Empleo

Resolución 135 del 20 de marzo de 2020 del Servicio Público de Empleo

En la Agencia de Empleo Cafam

agilice el proceso de contratación con nuestros servicios sin costo alguno:

1

Asesoría y atención personalizada

2

Registro a empresas y publicación de vacantes

3

Asesoría, preselección y remisión de candidatos

4

Acompañamiento y proceso de capacitación en el manejo de la plataforma SISE (Sistema de Información del Servicio de Empleo)

5

Acompañamiento y asesoría en el desarrollo de programas de inclusión laboral

6

Subsidio al desempleo para el trabajador y su familia

Agende su cita o su asesoría empresarial llamando al 3 581 700



El empleo es de todos

Mintrabajo

NOS ACERCA AL TRABAJO



cafam.com.co

La transformación digital llegó para quedarse

Por Ignacio Gaitán*

No hay duda de que las circunstancias particulares que ha vivido el mundo en el último año aceleraron la adopción de tecnologías y la transformación digital. Esto con el fin de dar continuidad a diferentes actividades. Desde el trabajo y el estudio en modalidad virtual, hasta la incursión e incremento en procesos digitales o el comercio electrónico, en el caso del sector empresarial y comercial, han sido una constante desde marzo del 2020, cuando fueron implementadas las medidas de aislamiento para prevenir los contagios de Covid-19.

* Ex-presidente de iNNpulsa Colombia.



Aunque varias empresas de los diferentes sectores ya venían adelantando su proceso de transformación digital - 63,5% de las compañías respondieron en el informe de Transformación Digital de la ANDI 2019 que sí contaban con una estrategia en ese sentido- la realidad es que un porcentaje importante se tuvo que adaptar rápidamente.

Por ello, la adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales en las empresas ya no está en un segundo plano por lo que es acertado que, en su más reciente edición, la Gran Encuesta Pyme realizada por ANIF, haya incluido el capítulo de tecnología. Entre sus resultados destaca que más del 65% de las Pyme implementó recursos y canales digitales para continuar con su operación. Además, cerca de un tercio de las empresas manifestaron haber sufrido una transformación a nivel digital a causa de la nueva normalidad.

Este es un paso importante en el camino hacia la transformación y cierre de la brecha digital entre las empre-

sas. Según el MIT Sloan Management Review, los negocios que han adoptado la transformación digital son un 26% más rentables que sus competidores promedio de la industria y ven una valoración del mercado un 12% más alta. Sin embargo, el mismo informe encontró que solo el 25% de las organizaciones informan que tienen la madurez digital suficiente para construir innovaciones digitales e impulsar la transformación en toda la empresa.

Precisamente, para superar las brechas existentes, en primera instancia se debe conocer el estado de madurez tecnológico de las empresas y, sobre esa base, diseñar programas hechos a la medida que guíen el camino para llegar a la Cuarta Revolución Industrial.

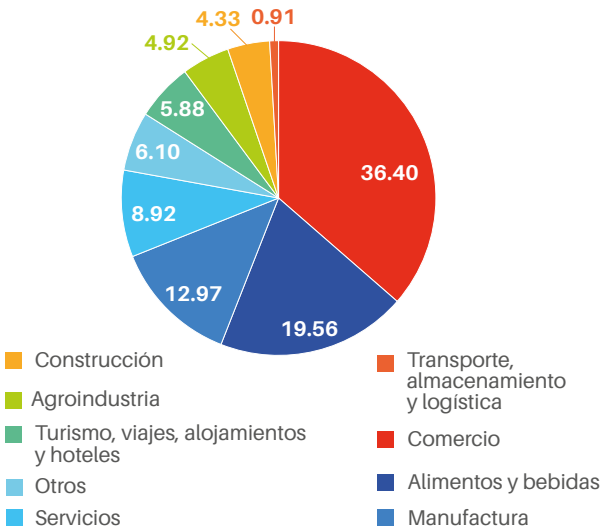
Desde el Gobierno Nacional hemos entendido la importancia de que el tejido empresarial, en especial aquel que constituye la base de la pirámide, pueda dar el salto digital. Por ello, el Ministerio TIC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e

iNNpulsa Colombia trabajamos de manera conjunta en el programa de los Centros de Transformación Digital Empresarial (CTDE) que, en alianza con las principales Cámaras de Comercio, gremios e instituciones de educación superior del país, acompaña a las Mipyme en su proceso de apropiación táctica de tecnologías.

Como una estrategia de largo plazo, este proceso les permite mejorar su productividad y competitividad, privilegiando la flexibilidad que las llevará a obtener victorias tempranas, a adaptarse continuamente a la evolución del mercado y a las nuevas demandas de los clientes.

Para la primera fase se realizó una inversión de nueve mil millones de pesos, con la cual se logró poner en funcionamiento 18 CTDE. A través de ellos, se pudieron atender a más de 10.000 empresas que conocieron su nivel de madurez de Transformación Digital y, más de 3.000 empresas, que implementaron la ruta sugerida por el programa.

Gráfico 1. Población inicial (Etapa 1) por sector



Fuente: Elaboración propia.

Sector	Empresas	%
Comercio	2691	36.40
Alimentos y bebidas	1446	19.56
Manufactura	959	12.97
Servicios	659	8.92
Otros	451	6.10
Turismo, viajes, alojamientos y hoteles	435	5.88
Agroindustria	364	4.92
Construcción	320	4.33
Transporte, almacenamiento y logística	67	0.91
Total	7392	100.00

Para la segunda fase, desde el Gobierno Nacional se ha realizado una inversión de ocho mil millones de pesos, buscando beneficiar a más de 10.000 empresas del país y completando 25 Centros de Transformación Digital Empresarial, ubicados en diferentes regiones del país, los cuales ya se encuentran en funcionamiento.

Como metas, de esta segunda fase proyectada para 2021, están sensibilizar a 14.650 empresas, atender con diagnóstico y plan de transformación digital a 9.350 empresas y que 3.500 alcancen su ruta de transformación.

El proceso inicia con una sensibilización sobre transformación digital, en donde el empresario comprende el concepto y posteriormente se realiza un diagnóstico del estado digital del negocio. En el cual, se mide el grado de adopción tecnológica y la capacidad organizacional para gestionar la transformación.

A partir de este diagnóstico, se formula e implementa una ruta de transformación, la cual articula acciones asociadas con el desarrollo de capacidades habilitadoras organizacionales, así como la implantación de herramientas tecnológicas que potencien la estructura del negocio.

De esta manera, se está fortaleciendo el ecosistema digital a través de la conformación de líneas de acción para la adopción acelerada de tecnologías y programas de habilidades gerenciales enfocados en las Mipyme. A través de una combinación de herramientas tecnológicas con otros elementos de carácter estratégico y cultural que sirvan como habilitadores para la transformación y que generen una nueva actitud empresarial.

Importantes estudios en el mundo evidencian los numerosos beneficios

Gráfico 2. Género de la persona de contacto que representa la empresa ante el CTDE
Población inicial (Etapa 1) por tamaños

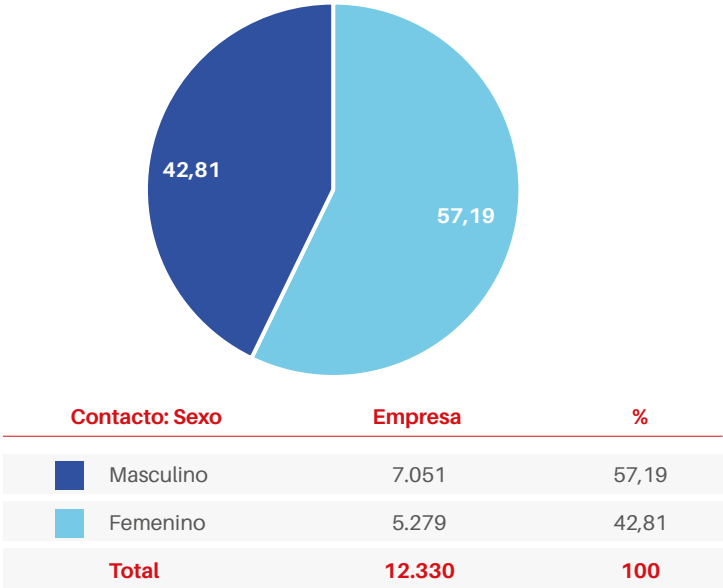
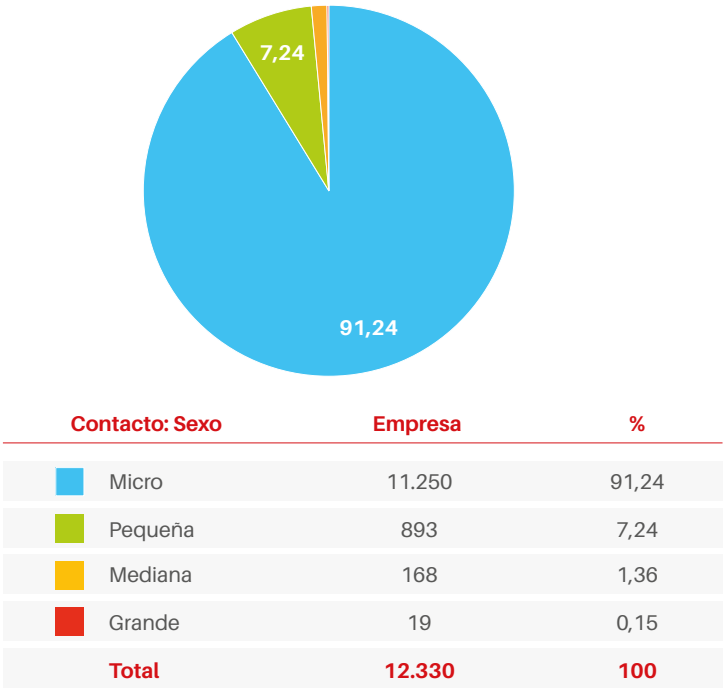


Gráfico 3. Tamaño de la empresa (micro, pequeña, mediana, grande)
Población inicial (Etapa 1) por tamaños



Fuente: Elaboración propia.

que puede representar para una empresa la correcta implementación de estrategias de transformación digital. Por ejemplo, el estudio *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*¹ plantea que las empresas con capacidades altas de digitalización y de liderazgo obtienen valores muy superiores a la media de su sector, obteniendo +26% y +9% en términos de rentabilidad y de productividad respectivamente. Por el contrario, las empresas que no desarrollan estas capacidades tienen -4% de rentabilidad y un -24% de productividad frente a la media de su sector.

De la Gran Encuesta Pyme de ANIF, realizada en el segundo semestre de 2020, llama la atención que las empresas consultadas manifestaron usar o estar interesadas en los servicios en la nube. De acuerdo con los resultados, las empresas del sector de los servicios y del comercio han utilizado tecnologías como almacenamiento de datos, procesador de texto, cómputo, inteligencia artificial en 63% y 66%, respectivamente. Sin embargo, de las empresas del sector industria solo el 46% de los encuestados respondió que sí han hecho uso de estas.

En el caso de las firmas que reportan no tener acceso a servicios en la nube, el 41% de las empresas del sector de los servicios manifestó su interés en utilizarlos para el procesamiento de información sobre clientes y ventas, 38% para el procesamiento de información para mejorar procesos internos y 37% para seguridad de la información. Para el caso de las firmas de comercio esos porcentajes son 41%, 31% y 47% respectivamente, mientras que para las de industria estos son 37%, 26% y 31%.

Pero sumado a ese proceso de transformación digital, de la encuesta tam-

bién se destaca la manera como las empresas empiezan a hacer uso de la tecnología para potenciar sus procesos. Las empresas que pertenecen al sector de servicios manifestaron en mayor porcentaje, frente a las empresas de los sectores de comercio e industria, hacer uso de plataformas para comprar insumos (72%), entrega de productos en forma digitalizada (76%), compras a través del comercio electrónico (57%), Fintech (68%) y ventas a través del comercio electrónico (66%). En cuanto al uso de los servicios de la banca electró-

nica, el 65% de las empresas del comercio encuestadas contestaron de manera afirmativa.

Estos porcentajes indican que el país va por buen camino frente a la apertura e interés de las empresas en realizar su transformación digital. Lo cual constituye un insumo importante para que, desde el Gobierno Nacional, continuemos desarrollando estrategias y haciendo el acompañamiento necesario para que el cien por ciento de nuestras empresas y emprendimientos superen la brecha digital.



Apertura a las nuevas oportunidades

En tiempos de cambios exponenciales, una habilidad valorada es la innovación que dejó de ser una opción, para convertirse en una necesidad. El tiempo va corriendo y un producto o servicio puede quedar por fuera del mercado demasiado rápido si no se adecua al nuevo contexto o a los nuevos consumidores y a las nuevas tendencias, sin olvidar el propósito definido.

Es tener clara la meta, pero dándose un margen de flexibilidad que le permita la adaptación rápida a los

nuevos contextos, de tal forma que le permita mantener la operación de manera constante. Por este motivo, es fundamental abordar el reto de articular y consolidar la economía digital identificando y aprovechando las oportunidades que surgen de la convergencia tecnológica.

Una de las oportunidades está en el comercio electrónico, como la mejor vía de negocio para aquellos que sepan aprovechar sus posibilidades. Dentro del abanico de oportunidades que presenta este canal de co-

¹ Westerman, G., Bonet, D., y McAfee, A., (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*, Boston Estados Unidos: Harvard Business Review Press.



mercialización están: llegar a nuevos clientes, al no estar restringidos por ninguna frontera física el radio de acción se incrementa; reducción en los costos, ya que el presupuesto destinado a la infraestructura y personal se reducen al mínimo; múltiples oportunidades de distribución de sus productos y servicios; aumento de la competitividad y calidad de servicio, acortando las brechas entre la experiencia de un comprador en una tienda física y cómo lo va a hacer a través de un canal digital.

De acuerdo con el último informe de *Blacksip* 2020, el crecimiento en valor de ventas fue estimado 28%, al pasar de 21 billones de pesos a un proyectado de 27 billones de pesos. El gasto promedio anual desde 2016 ha crecido 125%, pues cada colombiano gasta en promedio \$557.000 pesos anuales en compras a través de canales digitales durante el 2020. Adicionalmente, hay un 6.7% más de uso de transacciones por internet: En sólo tres meses, Colombia

pasó de tener un peso en e-commerce de 2,7% a 9,4%.

Por lo tanto, definir una estrategia de comercio electrónico es proyectarse en el largo plazo, a través de tácticas en la que prime la flexibilidad que permita a empresas adaptarse continuamente a los diferentes cambios del mercado, a los nuevos requerimientos de clientes y a los nuevos desarrollos que conducen a una sociedad avanzada.

Gestionar ese cambio continuo representa la más clara oportunidad para llevar a Colombia a ser un líder en la región en términos de innovación y competitividad económica y social. Es así como desde el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones e iNNpulsa Colombia presentamos el programa Nación Emprendedora .CO, una iniciativa que busca contribuir a la transformación digital de las empresas y emprendimientos que no cuentan con presencia en Internet.

A través de Nación Emprendedora.CO se entregarán 50.000 kits de presencia web de manera gratuita por un año. Como beneficiarios de Nación Emprendedora .CO, cada empresario podrá tener la oportunidad de dar a conocer sus productos y servicios en el mercado digital y estrechar relaciones con sus clientes.

Dar el salto digital

En un contexto como el actual, definido por desafíos constantes y permanentes, la transformación digital de la base empresarial es fundamental en la recuperación y estabilización económica de Colombia. Según Cisco, la importancia de que los países tengan una buena preparación digital radica en que este factor les permite mantener su competitividad global, aumentar su Producto Interno Bruto (PIB), fomentar la innovación y crear nuevos puestos de trabajo.

Dar ese paso, ese salto digital en el contexto de la industria 4.0 implica, una mayor individualización de la oferta y mayor flexibilidad de los procesos de producción. Para ello, es preciso que toda la información derivada del proceso de fabricación esté disponible en tiempo real en todos los departamentos y áreas de la organización.

Las principales motivaciones para la adopción de las tecnologías 4.0 son la reducción de costos, la mejora de los plazos de comercialización, los requisitos legales/la modificación de la legislación y la falta de mano de obra cualificada. Y, entre los principales obstáculos están la falta de conocimientos, el hecho de centrarse más en el funcionamiento en detrimento del desarrollo de la empresa, la falta de comprensión de la importancia

estratégica y la escasez de recursos humanos, la necesidad de formación continua de los empleados

De acuerdo con datos de ACOPI para el cierre de brechas tecnológicas, la introducción de tecnologías digitales permitiría reducir los costes de fabricación entre un 15 y un 20%. Los beneficios de las tecnologías emergentes son igualmente sustanciales.

Ahora bien, desde el sector público, además de programas como los Centros de Transformación Digital Empresarial que, como se describe anteriormente, acompaña a las Mipyme en su proceso de apropiación táctica de tecnologías, también está la política pública como la Ley de Emprendimiento que, en relación con las industrias 4.0 facilita el acceso al mercado de compras públicas.

El artículo 30 habilita a las Mipymes a participar en procesos de mínima cuantía. Por su parte, el artículo 36 las habilita a participar en la promoción de compras públicas innovadoras.

Mínima cuantía: La Ley habilita que las Mipymes

puedan participar en estos procesos, que facilita la contratación de tecnología, servicios de software, almacenamiento en la nube, entre otros.

Compras públicas innovadoras:

La Ley promociona que las entidades deben procurar generar inversiones o compras que permitan involucrar nuevas tecnologías e innovación para avanzar en el desa-

rollo tecnológico y transformación digital del Estado y promover en las empresas y emprendedores nacionales la necesidad de innovar y usar la tecnología dentro de su negocio

Este artículo y su reglamentación son muy importantes debido a que facilitarán estas compras en tecnología, ayudando a fortalecer y consolidar las startups y scale-ups tecnológicas, así como la infraestructura y transformación digital del Estado en un círculo virtuoso.



Foto: Ignacio Gaitán, Ex-presidente de iNNpulsa Colombia.

La Ley también ratifica la importancia de MiLAB (Laboratorio de innovación pública) en las actividades de iNNpulsa Colombia y su enfoque Govtech. Desde MiLAB se busca reducir la brecha entre el gobierno y las nuevas empresas innovadoras, acelerando los ciclos de innovación en el sector público a través de tecnologías como: analítica avanzada, Inteligencia artificial, Blockchain,

Internet de las cosas, Realidad aumentada, Robótica, entre otras.

Existen otras medidas en la Ley como el Sandbox, inversiones en CTI en Agro a través de matching funds, apoyo a Spin-offs, entre otros, que también fortalecen las industrias 4.0. En el caso del sandbox, se busca generar un espacio exploratorio con la flexibilización de reglamentación, con el fin de realizar pilotos de tecnologías y promover la innovación de las empresas.

La ruta está trazada y la pandemia, definitivamente, aceleró los procesos de transformación digital en las empresas de todos los tamaños. Estamos ante un nuevo espectro que, desde el tejido empresarial y las instituciones, debemos aprovechar para llevar por buen camino ese salto digital de nuestra Nación Emprendedora.

*iNNpulsa Colombia es la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno colombiano que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos y los procesos innovadores de

financiación que permiten escalar a las empresas del país, para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos. Como parte de su labor, promueve un ecosistema más articulado y conectado, donde se fortalecen las iniciativas emprendedoras y se incentiva la innovación en las compañías, con el propósito de impulsar el desarrollo económico de Colombia. ■

Somos el impacto que

Bancóldex

El 18 de marzo de 2020 marcó el inicio de la pandemia en Colombia y también el inicio de la respuesta de Bancóldex a los empresarios. Ese día, cuando se decreta la emergencia económica en el país, sale la primera línea de apoyo: *Colombia Responde*. Esta línea se venía trabajando con semanas de anterioridad, tomando como ejemplo lo que sucedía en China, Italia y otros países. Inicialmente, se atendieron los sectores económicos más afectados: aviación, turismo y espectáculos públicos. Esta línea fue creada gracias al aporte del Gobierno Nacional, con lo cual se ofrecieron créditos en condiciones favorables a las empresas afectadas por la emergencia sanitaria.

En un segundo momento, se lanzó otra línea nacional, llamada esta vez *Colombia Responde Para Todos* dirigida a todos los sectores económicos, excluyendo los que fueron atendidos con *Colombia Responde*. A medida que la actividad económica disminuía y se hacían más apremiantes las condiciones de liquidez para los empresarios, el programa *Responde* se amplió y termi-

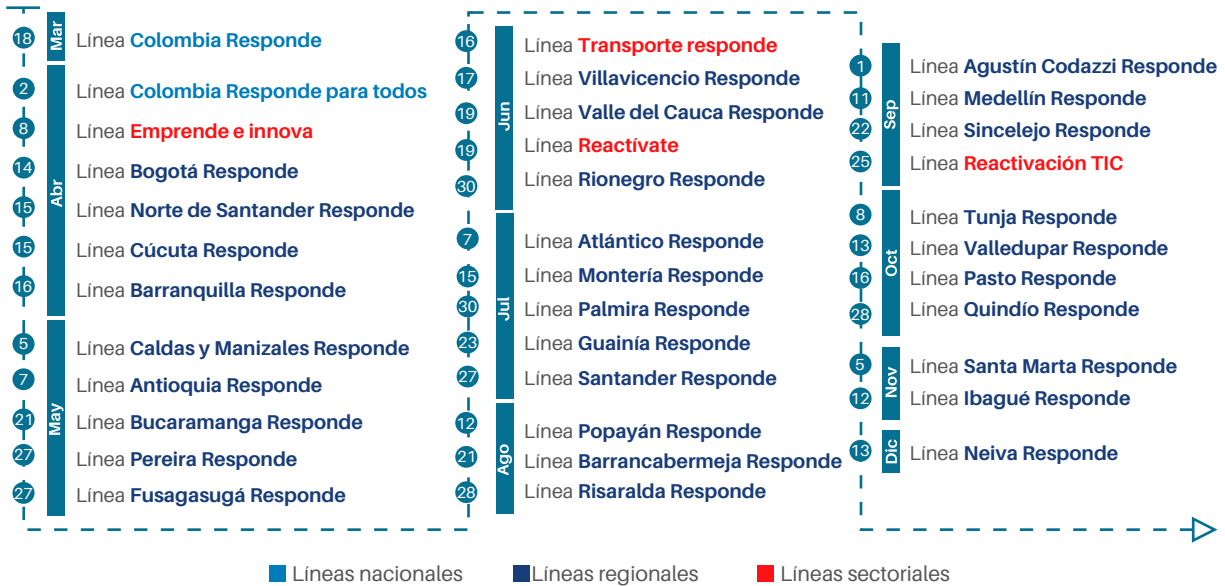
nó cobijando dos líneas nacionales, cuatro líneas sectoriales y 30 líneas regionales (ver Ilustración 1).

Cada línea *Responde* cuenta con un aliado nacional, regional o sectorial. El aliado aporta recursos al Banco, con los que se puede compensar el diferencial de las tasas ofrecidas a través de intermediarios financieros a las empresas. Así, mediante el mecanismo de redescuento, los recursos que aporta el aliado son multiplicados en alcance, lo que permite atender a más empresas.

Hoy, casi año y medio después del inicio de la pandemia, queremos evaluar los logros agregados de todo el portafolio analizando las operaciones de los beneficiarios. Dentro de los logros, destacaremos aquellos en tamaño de empresas atendidas, profundización a nuevas empresas, regionalización, plazo y tasa. También, presentaremos las herramientas que ofrece el Banco para apoyar la reactivación económica que viven las empresas.



Ilustración 1. Línea de tiempo portafolio Responde



Fuente: elaboración Bancóldex.

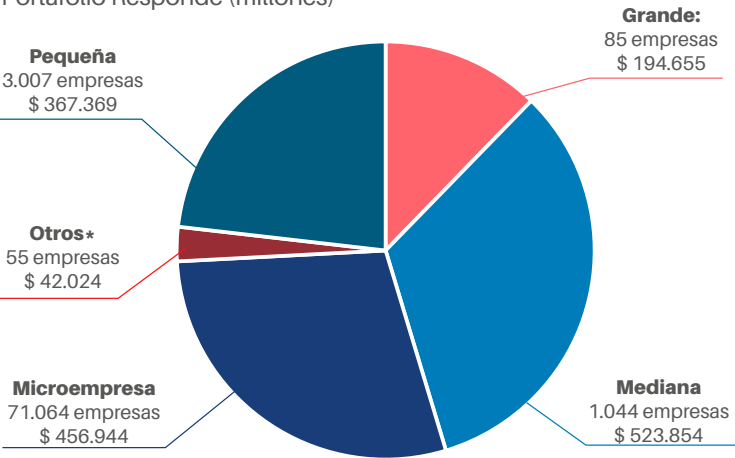
generamos



Logros del Portafolio Responde

El portafolio *Responde* fue creado, principalmente, para proveer liquidez a las empresas en un momento de incertidumbre económica. Por eso, estas líneas ofrecen sus recursos con hasta seis meses de período de gracia y hasta tres años de plazo. Dependiendo de la línea, el crédito podía ser utilizado para capital de trabajo (pago de nómina, proveedores, gastos fijos) o para inversiones que permitieran garantizar la bioseguridad en la operación del negocio. Adicionalmente, los intermediarios financieros, tanto las entidades de redescuento como las Entidades Orientadas a Microfinanzas (EOCM), se comprometieron con Bancóldex a cobrar tasas inferiores a lo que normalmente le cobrarían a cada empresa. En el caso de los intermediarios de redescuento, estos deben cobrar una tasa al menos 2% (200 pbs) menor a lo que normalmente cobrarían. En el caso de las EOCM, estas deben cobrar una tasa al menos 5% (500 pbs) menor. Con eso se busca garantizar

Gráfico 1. Distribución de los recursos desembolsados en el Portafolio Responde (millones)



Fuente: cálculos de Bancóldex.
*Otros corresponde a desembolsos a través de EOCM que a la fecha no han sido legalizados

financiamiento en condiciones competitivas y diferenciales a las empresas beneficiarias para atender la crisis.

Al 21 de junio de 2021, el portafolio contaba con \$1,78 billones disponibles, de los cuales se han desembolsado \$1,58 billones, llegando a 75.255 empresas de

las cuales 71.064 son microempresas (ver Gráfico 1). Más aún, el 90% de ellas son nuevas, es decir, no habían sido atendidas en los últimos 3 años por Bancóldex. Esto refleja el esfuerzo en llevar soluciones financieras, más allá de los clientes habituales, a aquellas empresas que lo requerían.

Tabla 1. Porcentaje de desembolsos portafolio Responde vs. contribución al PIB nacional

Departamento	Desembolsos Portafolio Responde (millones)	% Desembolsos Portafolio Responde	% PIB Nacional 2020
Bogotá	\$ 487.151	31.6%	26.1%
Antioquia	\$ 258.490	16.8%	14.9%
Valle	\$ 152.060	9.9%	10.0%
Atlántico	\$ 133.678	8.7%	4.4%
Santander	\$ 89.147	5.8%	6.3%
Caldas	\$ 84.638	5.5%	1.6%
Risaralda	\$ 63.897	4.1%	1.6%
Quindío	\$ 38.322	2.5%	0.8%
Nariño	\$ 30.877	2.0%	1.5%
Norte de Santander	\$ 30.563	2.0%	1.6%
Resto	\$ 216.022	11%	31%

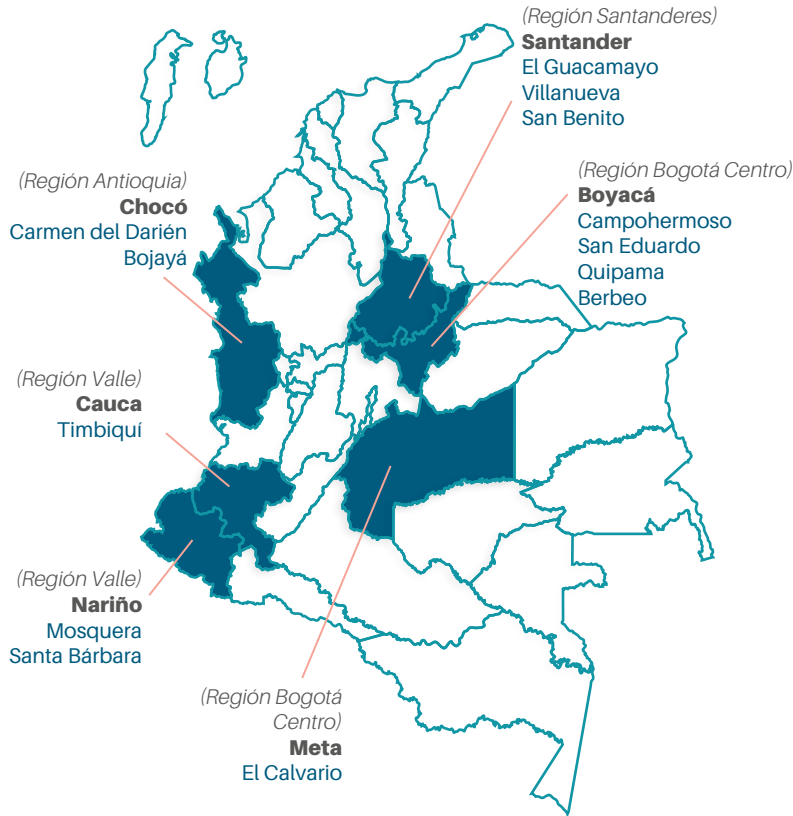
Fuente: cálculos de Bancóldex con base en Cuentas Nacionales Departamentales - DANE.

"Bancóldex logró profundizar en la regionalización al atender las necesidades de financiación de varios departamentos"

Adicional a llegar a más empresas, Bancóldex logró profundizar en la regionalización al atender las necesidades de financiación de varios departamentos de forma apropiada. De los diez departamentos con más desembolsos del portafolio, ocho recibieron proporcionalmente más recursos que la contribución de su economía al PIB nacional (ver Tabla 1). También, logramos llegar a 13 municipios que no habían sido atendidos por el Banco en últimos tres años, dentro de los que se encuentran El Carmen del Darién y Bojayá, en Chocó (ver Ilustración 2).

Los créditos otorgados bajo este portafolio reflejan las condiciones favorables de plazo y tasa que el diseño de las líneas esperaba lograr. El 73,5% de

Ilustración 2. Municipios sin haber sido atendidos en los últimos 3 años



Fuente: cálculos de Bancóldex.



Desde el momento en el que decides solicitar un crédito empresarial, nos convertimos en aliados.

El Fondo Nacional de Garantías te brinda el respaldo para alcanzar tus propósitos. Pregunta en tu entidad financiera por el Programa Especial “Unidos por Colombia”.



Recuerda que tu entidad financiera realizará todo el proceso.



No necesitas hacer ningún trámite ante el FNG.

¡Decide avanzar!
#JuntosAportamosALaReactivación

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

www.fng.gov.co



@fngcolombia



@FNGSA



Fondo Nacional de Garantías S.A.



Fondo Nacional de Garantías



PREMIO A LA INVESTIGACIÓN EN “POLÍTICAS PÚBLICAS”

Luis Carlos Sarmiento Angulo

5ª edición
2021-2022

TEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo lograr que Colombia se convierta en una potencia exportadora?



\$100 MILLONES

A la propuesta de investigación que seleccione el Comité Calificador como ganadora, con el propósito de llevar a cabo dicha investigación.



RECEPCIÓN DE PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN

Hasta el 29 de octubre de 2021

Más información

ANIF - Centro de Estudios Económicos
Calle 70A No. 7-86 Bogotá, D.C.
Teléfono 744 6700
premiolcsa@anif.com.co



www.anif.com.co

las operaciones¹ tuvo una tasa inferior al 10% E.A. (ver Gráfico 2).

Estas condiciones favorables de tasa se percibieron en todos los tamaños de empresas. Por ejemplo, para las microempresas, el 66.4% de las operaciones tuvo una tasa inferior al 10% E.A. (ver Gráfico 3). Nótese, además, que la proporción de microempresas que recibieron una tasa inferior al 5% (55.5%) es mayor que aquella en el total de empresas (47.2%). Esto señala que se lograron condiciones más favorables para las empresas más vulnerables.

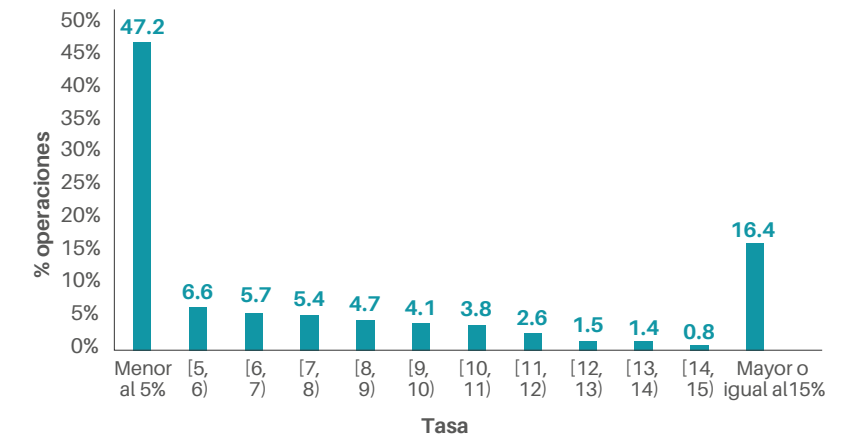
Los plazos otorgados en los créditos también resultaron convenientes para el ciclo de negocio de las empresas. El 86% de las operaciones en el portafolio *Responde* tuvo un plazo superior a los 2 años (ver Gráfico 4). Más aún, sólo el 2.5% tuvieron un plazo menor o igual a un año. Así, se ofreció liquidez a las empresas en un momento de incertidumbre y con plazos que le permitieran restablecer sus actividades adaptándose a la nueva realidad.

Testimoniales de empresas beneficiarias del Portafolio *Responde*

El lema “Somos el impacto que generamos” trasciende los logros e indicadores financieros que se pueden obtener de la operación rutinaria del Banco. Por eso, y con el objetivo de validar lo que nos indicaban los datos, realizamos testimoniales con los empresarios beneficiarios. Para cada testimonial, les pedimos que nos contaran su experiencia. A continuación, presentamos cinco testimoniales de diferentes regiones y líneas.

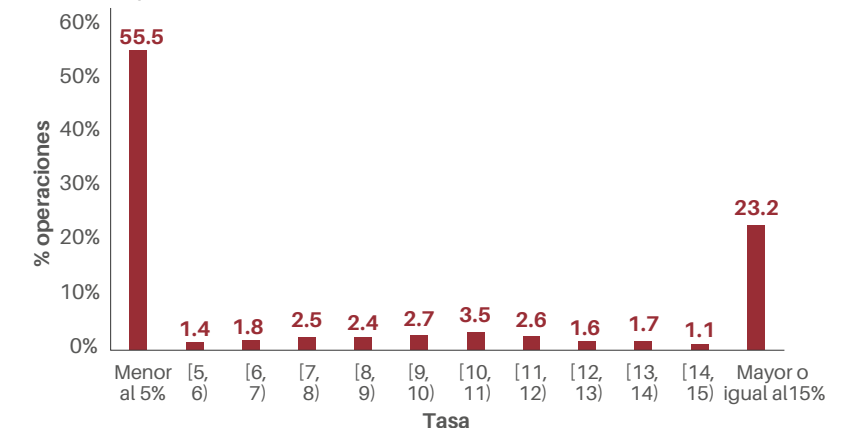
¹La información excluye a los beneficiarios de las operaciones a través de las EOCM y a EOCM, porque estas no reportan tasa final al beneficiario final, ni plazo final, y sesgarían las distribuciones.

Gráfico 2. Distribución de la tasa final al beneficiario



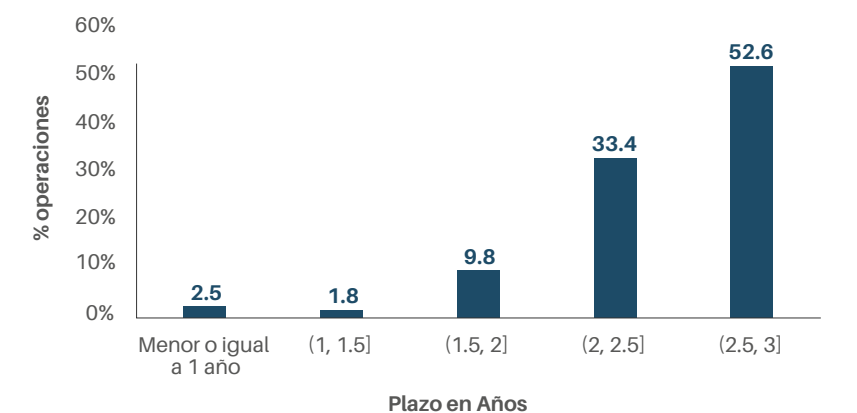
Fuente: cálculos de Bancóldex.

Gráfico 3. Distribución de la tasa final al beneficiario en las microempresas



Fuente: cálculos de Bancóldex.

Gráfico 4. Plazos de las operaciones en el portafolio *Responde*



Fuente: cálculos de Bancóldex.

1 Freddy Farah - Industrial de Confecciones, Barranquilla

Beneficiario Línea Barranquilla *Responde*

Industrial de confecciones se dedica a la confección de prendas de vestir y, dada la coyuntura, a la manufactura de productos de bioseguridad. La empresa cuenta con 600 trabajadores directos y 150 indirectos. Algunos de sus principales clientes, especialmente los de la industria aeronáutica y del turismo, han retrasado sus pagos. Con los recursos del crédito priorizaron el pago de nómina y el pago a proveedores.

"Hay varios beneficios financieros. Entre ellos está el plazo, 36 meses, que es un plazo cómodo para capital de trabajo y afrontar la coyuntura. El segundo fue la tasa [...] Tercero, fue el beneficio en cuanto al plazo de gracia."

2 Oscar Muñoz - Representante Legal de Gestión y Medioambiente, Manizales - Caldas.

Beneficiario Línea Caldas y Manizales *Responden*

Gestión y Medioambiente realiza estudios medioambientales, sociales y, a la vez, es laboratorio ambiental. La empresa cuenta con ocho trabajadores directos y seis indirectos. La mayor afectación por la pandemia del COVID-19 fue la imposibilidad de realizar trabajo de campo. Con los recursos del crédito realizaron pago de nómina y primas, junto con pago a proveedores.

"Consideramos que es muy oportuno para el momento que está atravesando Colombia. Invito a las demás empresas a que se unan a Bancóldex."

3 Paola Cubides - Gerente SL Store, Cúcuta

Beneficiaria Línea Cúcuta *Responde*

SL Store es una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa para mujer. Generan cuatro empleos directos y 11 empleos indirectos, estos últimos son todas madres cabeza de hogar. A raíz de las medidas restrictivas a la actividad económica para contener la propagación del COVID-19, tuvieron que cerrar sus dos locales durante 40 días. Se enteraron de la línea de crédito a través del programa "Prevención y Acción" de la Presidencia de la República. Solicitaron un crédito por 20 millones, que les permitió sobrellevar la crisis y pudieron realizar el pago a las madres cabeza de hogar que dependen de SL Store.



"Lo mejor de la línea de Bancóldex fue el beneficio de seis meses de gracia y los bajos intereses que maneja. Los recursos financieros son importantes para las empresas en esta época porque nos sirven de apoyo donde nos es difícil acceder a créditos".

4 Noelia Giraldo - Propietaria de Grupo La Comarca, Ibagué

Beneficiaria Línea Colombia *Responde*

La empresa fue fundada hace 16 años y se dedica a crear experiencias culinarias a través del servicio a la mesa. La empresa genera 50 empleos directos y 40 indirectos. La situación del COVID - 19 ha afectado el funcionamiento de los cuatro restaurantes de la marca, donde el cese de operaciones ha llegado hasta el 100%. Esto ha sido crítico para las finanzas del Grupo. La empresa solicitó los recursos de Colombia *Responde* para mantener nómina.

"Consideramos muy positivos los beneficios, que son: el tiempo de gracia, la tasa y la forma de pago, porque nos proporcionan liquidez para afrontar esta coyuntura. Y, adicional, nos dan un tiempo prudencial para poder, no solamente pagar, sino también soportar el arranque."

5 Henry Buitrago - Representante Legal, Inversiones Heme S.A.S., Bogotá

Beneficiario Línea Bogotá *Responde*

Inversiones Heme es una empresa ubicada en Bogotá que se dedica a la fabricación y comercialización de calcería. La empresa lleva 18 años en el mercado y cuenta con ocho colaboradores. La empresa se ha visto afectada por la pandemia porque sus clientes han cerrado operaciones. Con los recursos del crédito han cancelado obligaciones con sus empleados y con los proveedores.

"[Los recursos] nos los entregan a muy bajas tasas. Somos soñadores, tenemos un muy buen producto. Estamos buscando mercados para (...) continuar este sueño llamado empresa. Pensamos en exportar."

Para ver videos de estos testimonios, así como otros de estas líneas, puede ir al siguiente link: <https://www.bancoldex.com/beneficiarios-colombia-responde>

¿Qué se viene para la reactivación?

Ahora, el reto es la reactivación económica. Este escenario se caracteriza por unas empresas que recibieron un golpe importante en sus finanzas y que estarán combinando atención presencial con virtualidad. También, adecuarán sus instalaciones para el distanciamiento social y estarán buscando certificaciones en bioseguridad.

Bancóldex seguirá siendo el aliado de los empresarios en esta etapa. Para tal fin, se ha creado un nuevo portafolio de líneas bajo el apellido *Adelante*, con periodos de gracia de hasta 12 meses y plazos de hasta 5 años. También, se mantiene el compromiso de los bancos de primer piso y las EOCM en la disminución de la tasa que le cobrarían a cada empresario. Al 21 de junio, el portafolio *Adelante* cuenta con 13 líneas con un cupo de \$1,08 billones, de los cuales se han desembolsado \$353.460 millones a unas 17.800 empresas. De este portafolio, destacamos ciertas líneas.

La primera línea de este nuevo portafolio fue San Andrés Adelante, con un cupo de \$30.000 millones, que permitirá apoyar la reconstrucción de los negocios tras el paso de los huracanes Eta e Iota. La línea ha desembolsado \$31.335 millones llegando a 329 empresas. Los sectores económicos que más recursos recibieron fueron comercio (60.9%) y alojamiento y servicios de comida (23.7%). Más aún, para seguir afianzando la recuperación económica del archipiélago, se lanzó la línea Providencia Adelante con un cupo de \$7.100 millones.

Para seguir apoyando la reactivación de las microempresas, se creó la línea *Economía para la Gente* que está destinada exclusivamente a este segmento. Al 21 de junio, se han desembolsado \$108.531 millones llegando a unas 17.000 empresas.

Reconociendo el importante rol que debe jugar el sector Transportador en la recuperación de la economía del país, el Ministerio de Transporte, el Fondo de Mitigación de Emergencias y Bancóldex lanzaron la línea *Transporte Responde 2*, que está destinada a capital de trabajo. Esta línea tiene un cupo de \$715.000 millones y ha desembolsado al 21 de junio \$120.030 millones a 249 empresas.

"Con el fin de apoyar a las Mipymes en el marco de la reactivación económica ... El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Bancóldex lanzaron la línea Mipymes Competitivas en su tercera edición."

Bancóldex ofrece, adicional al portafolio *Responde* y *Adelante*, dos productos de crédito que también están orientados a brindar soluciones financieras a los empresarios en esta etapa: *Mipymes Competitivas* y *Crédito Apoyo Directo* por Decreto 468.

Con el fin de apoyar a las Mipymes en el marco de la reactivación económica, incentivando inversiones en productividad a través de soluciones financieras que faciliten el desarrollo de planes de inversión, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Bancóldex lanzaron la línea *Mipymes Competitivas* en su tercera edición. Los recursos de esta línea pueden ser destinados a modernización, inversiones en adecuaciones y certificaciones para garantizar la bioseguridad y el desarrollo sostenible, eficiencia energética y energía renovable. Además, esta línea cuenta con un subcupo especial para las empresas de la economía naranja. El plazo máximo de esta línea es de 7 años. Al 21 de junio, la línea había desembolsado \$273.987 millones a 764 empresas.

Otro esfuerzo por complementar la oferta de apoyo y ser más cercano a las empresas durante la pandemia, es el ofrecimiento de servicios como leasing y crédito directo sin la intermediación de agentes bancarios dirigidos especialmente a las pymes. Para ello, en agosto de 2020, Bancóldex realizó una fusión por absorción de su filial Arco-Grupo Bancóldex. Esta operación también permitió materializar lo dispuesto en el Decreto 468 de 2020, que buscaba contar con una ventanilla especial de crédito directo para apoyar a las pymes afectadas por la coyuntura producto de la emergencia del Covid-19.

Queremos que los empresarios aprovechen los diferentes productos que el Banco ofrece para la reactivación económica, para seguir siendo el impacto que generamos. ■



Las empresas, motor de la reactivación



Julián Domínguez Rivera¹

Hablar de resiliencia es explicar lo que ha caracterizado a los empresarios colombianos en los últimos quince meses como consecuencia de la pandemia. Uno de los períodos más difíciles en la historia reciente de nuestro país y el reto más grande que ha afrontado su sector productivo, que ha debido adaptarse para superar el choque en sus ingresos, innovar para transformar su producción y canales de comercialización, se ha comprometido con

la sociedad al conservar sus puestos de trabajo y con la salud de los colombianos al invertir importantes recursos en protocolos de bioseguridad.

Sin duda, las empresas afrontaron con determinación el 2020 y son motor del crecimiento durante 2021. Entre ellas, las pequeñas y medianas empresas que han sido determinantes para el crecimiento económico. Son 121.400 empresas que generan entre el 60% - 70% de los

puestos de trabajo del país y producen el 35% del PIB.

Lamentablemente son muchos a los que la crisis no les dejó opciones y tuvieron que cerrar, mientras que en otras generó profunda incertidumbre. Así se refleja en la Gran Encuesta Pyme, realizada por ANIF en el segundo semestre de 2020, en donde las Pymes de los sectores de industria y servicios mostraron un importante deterioro en la percepción acerca de su situación económica durante el segundo semestre de 2020, con un balance de respuestas de -20% (vs. valores nulos en 2018-II) y -16% (vs. 8% en 2018-II), respectivamente. Con todo, es de destacar que las Pymes del sector comercio se mostraron más optimistas, con un balance de respuestas positivo de 11% (vs. 6% 2018-II).

Se observó, además, una reducción en la tasa de supervivencia de Pymes. En promedio, la pequeñas y medianas empresas en Colombia sobreviven a una tasa del 64,2% cinco años después de creadas. No obstante, analizando qué pasó con las Pymes creadas en 2015 se encuentra que tuvieron una tasa de supervivencia de 57,4% cinco años después de su constitución, lo que representa 7,2% menos. Esto indica que en 2020 un mayor número de empresas debieron salir del mercado por las circunstancias adversas que vivieron.

En ese mismo sentido, la más reciente encuesta realizada por Confecámaras sobre la medición del impacto del Covid - 19 en el tejido empresarial arrojó que el 53% de las Pymes experimentó una disminución en sus ventas. Para el 87,4% de los encuestados, las ventas de diciembre de 2020 no compensaron las pérdidas experimentadas durante todo el año. De otro lado, el 80% de las Pymes no estaba en condiciones financieras para sopor-

Gráfico 1. Resultados PYMES Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en las Empresas (Febrero 2021)

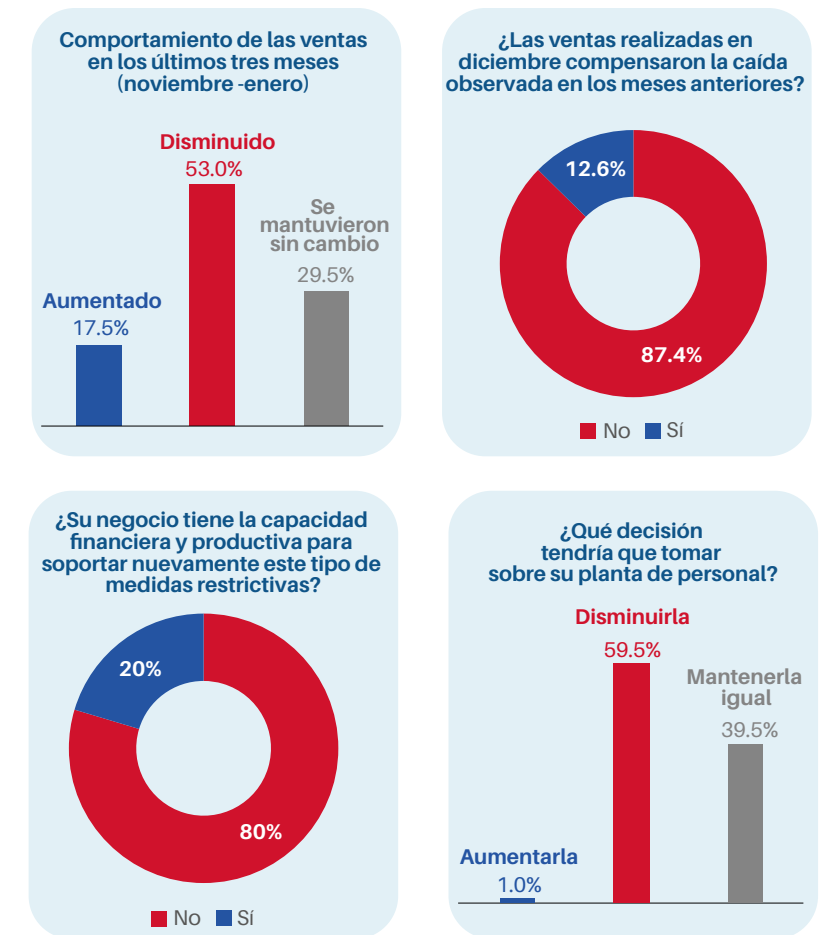
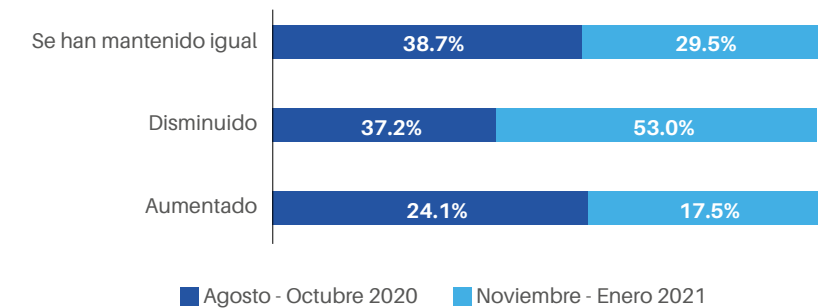


Gráfico 2. Resultados (Ventas - Planta de Personal) PYMES Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en las Empresas (Agosto - Octubre 2020 vs Noviembre - Enero 2021)



Fuente: Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en las Empresas.

¹ Presidente de Confecámaras y del Consejo Gremial Nacional

tar nuevas medidas restrictivas y el 59,5% consideraba la posibilidad de disminuir su planta de personal ante nuevas medidas restrictivas y se vieron obligadas a hacerlo.

Lo anterior refleja que el reto para el país ha sido de gran calado, por lo cual es fundamental continuar fortaleciendo los programas que contribuyan a la supervivencia empresarial y protección y generación de empleo formal para los colombianos. Hay que persistir en las acciones por la recuperación económica y políticas que permitan disminuir la desigualdad, dado que hoy desafortunadamente 3,5 millones de personas adicionales entraron en la pobreza extrema.

Son de destacar el Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF), que ha protegido más 4'150.000 empleos y beneficiado a más de 142 mil empresas, el Programa de Apoyo Pago de la Prima de Servicio y el Programa Unidos por Colombia. Asimismo, se puso en marcha medidas como la modificación del calendario tributario y se estableció la exención especial del impuesto sobre las ventas (IVA) para el año 2020, implementados por el Gobierno Nacional, al igual que los más de 12 productos de financiamiento empresarial que constituyen una ambiciosa agenda para brindar liquidez a las empresas. Por ejemplo, Bancóldex ha apoyado a más de 170 mil empresas.

Por su parte, las Cámaras de Comercio también han trabajado sin descanso por la reactivación económica de las empresas. Durante 2020 prestaron 815.900 servicios de apoyo a empresas, en temas como formalización, emprendimiento, productividad, financiación, innovación y digitalización, entre otros.

A la par, con el liderazgo del Consejo Gremial Nacional, el país cuenta con una Agenda Empresarial para la

Reactivación, entregada al país en diciembre pasado, con 140 iniciativas para la reactivación en el país, en temas como infraestructura, mayor acceso al acceso al crédito y a subsidios para las empresas, simplificación de trámites, modernización laboral, fortalecimiento institucional y encadenamientos productivos.

Así mismo, con el objetivo de trabajar en acciones de corto y mediano plazo que permitan recuperar la actividad económica y los puestos de trabajo que se han visto afectados por la pandemia y el paro nacional, los 29 gremios que conforman el Consejo Gremial Nacional crearon un Comité de Reactivación, cuyo objetivo es liderar acciones que permitan al país superar la actual coyuntura, así como iniciativas de mediano plazo de carácter estructural que contribuyan al crecimiento sostenido del país y al bienestar social.

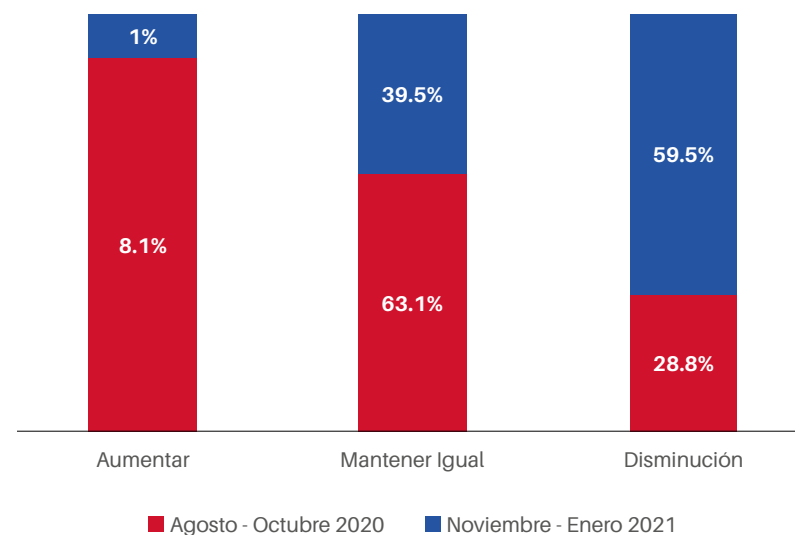
El Comité de Reactivación se enfocará en propuestas que permitan la generación de empleo, en especial

de la población joven; en políticas y programas de formación para el trabajo acordes con las necesidades del sector productivo; y en fortalecer el emprendimiento y la reapertura de empresas que han debido cerrar por culpa de las restricciones por la pandemia y los bloqueos ocurridos durante el paro nacional.

Estamos convencidos de que se requieren acciones estructurales de mediano plazo, porque lo visto en el mundo es que las economías con mayor eficiencia productiva han sido las más preparadas para enfrentar la crisis.

En este objetivo han jugado y seguirán jugando un papel protagonista las empresas, que gracias a su fortaleza y persistencia le están mostrando el camino al país para salir de la crisis. Sin duda, son el motor de la reactivación por eso nuestro compromiso es trabajar sin descanso en programas que les permita crecer, generar empleo y bienestar social a millones de colombianos. ■

Gráfico 3. Decisión en Planta Personal



Fuente: Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en las Empresas.

Somos el **aliado** que tu **empresa necesita** para ser parte de la reactivación económica del país.

Encuentra en **DataCrédito Experian** las mejores **herramientas para tu empresa**: aquellas que te ayudarán a expandirte en el mercado con confianza.

Somos tu aliado en la apertura y cierre de negocios para que vendas a crédito tranquilo y recuperes cartera, dándole así un buen manejo financiero a tu negocio.



Además, con nuestras soluciones también podrás:



Monitorear a tus clientes y crecer conjuntamente.



Proteger tu negocio del fraude.



Recuperar Cartera.

Para conocer la Historia de Crédito **Gratis** de tu empresa, te invitamos a hacerlo en tres simples pasos:

1 Ingresa a www.datacreditoempresas.com

2 Registra tu empresa.

3 Solicita la Historia de Crédito de tu empresa gratis. ¡Y listo!

Entra a www.datacreditoempresas.com y solicita asesoría gratuita para tu empresa.