

Bogotá D.C. Colombia, mayo 2022 • Edición 68

COYUNTURA

Pyme



Centro de
Estudios
Económicos

ISSN 2745-0899



**EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO
DE LAS MIPYMES**

ANÁLISIS DE LOS
RESULTADOS DE LA NUEVA
ENCUESTA MIPYME DE ANIF



Centro de
Estudios
Económicos

El Centro de Estudios Económicos ANIF es una fuente esencial de consulta para la toma de decisiones asertivas, gracias a sus investigaciones pertinentes, su capacidad de análisis y la solidez técnica de sus propuestas.

¿QUÉ HACEMOS?

SEMINARIOS

- ASAMBLEA ANUAL DE ANIF
- SEMINARIOS MACROECONÓMICOS
- SEMINARIO AMERICAN SOCIETY/ COUNCIL OF THE AMERICAS
- SEMINARIOS PYME

ESTUDIOS

- CONSULTORÍAS ESPECIALIZADAS
- ENCUESTA MIPYME ANIF
- ENCUESTA ANIF EARC

DOCUMENTOS DE ANÁLISIS

- COMENTARIO ECONÓMICO DEL DÍA
- INFORME SEMANAL ANIF
- PANORAMA ANIF (TRIMESTRAL)
- INFORMES SECTORIALES: CONSTRUCCIÓN Y COMERCIO EXTERIOR.

PUBLICACIONES

- SEPARATA ANIF - PORTAFOLIO
- REVISTA CARTA FINANCIERA
- REVISTA COYUNTURA PYME

COYUNTURA
Pyme

ISSN 2745-0899

COYUNTURA Pyme
es una publicación de



Imágenes de carátula:
www.depositphotos.com

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

Director • Mauricio Santa María S.
Subdirector • Anwar Rodríguez
Secretaría General • Tatiana Mendoza Lara
Jefe de Investigaciones • Daniela Escobar L.
Investigadores • Juan Sebastián Burgos V.,
Camila Ciurlo A., Daniel Escobar A.,
José Antonio Hernández R., Laura Llano C.,
Norberto Rojas D., Erika Schutt P., Camilo Solano C.,
Fabián Suárez N., Daniel Franco L.,
Samuel Malkún M., Lina Ramírez V.

Carátula • Brigitte Avellaneda C.
Diseño y diagramación • Brigitte Avellaneda C.

Departamento Comercial y de Mercadeo

Roberto Durán
E-mail: rduran@anif.com.co
Celular: 320 699 56 24
PBX: 744 67 00 (ext. 122)

Agencia comercial

Maria Ines Vanegas - Gerente Publilmarch
Email: mivanegas@publilmarch.com
Cel: 310 561 7197

Ingrid Saponar - Ejecutiva de Cuenta
Email: isaponar@publilmarch.com
Cel: 315 798 8270

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

Editorial

4 Editorial

Actualidad Pyme



6 La relevancia de la mipymes en la economía colombiana y la apuesta de Bancolombia para apoyarlas



12 DataCrédito Experian aliado de las pequeñas y medianas empresas en Colombia



14 Financiación para la internacionalización: motor del desarrollo



22 Reflexiones sobre las Mipymes: ideas para potenciar su futuro



28 Construyendo productividad



32 Los retos empresariales y la Conducta Empresarial Responsable



40 Innovación y digitalización: pilar del crecimiento de las MiPymes

Editorial

La reactivación de la economía se consolida. La cifra de crecimiento económico para el primer trimestre de 2022 llegó al 8.5%, resultado que responde, en mayor medida, al dinamismo de las actividades de comercio e industria. Si bien el comercio y los servicios siguen a la cabeza del crecimiento, la industria y la construcción recuperan terreno.

En ANIF siempre hemos señalado la importancia vital que tiene el segmento MiPyme en la generación de empleo y el dinamismo de la economía. Por esa razón, insistimos en que el apoyo al segmento debe ser decidido, sobre todo en algunos frentes en los que las micro, pequeñas y me-

dianas empresas muestran rezago, como pueden ser la internacionalización y posicionamiento de productos, la inversión en innovación y optimización de procesos y el acceso a crédito y financiamiento.

Gracias a la Encuesta MiPyme ANIF, primera lectura 2021, contamos con información estadísticamente relevante acerca de las percepciones que los empresarios tienen en estos temas clave para su crecimiento. Con base en los resultados del ejercicio, entonces, en esta edición de Coyuntura Pyme exploramos cada uno de los frentes desde la perspectiva de las acciones que nuestros aliados estratégicos están tomando para apoyar al segmento. ■



Crédito para Pequeña Empresa

*A todos los pequeños y medianos empresarios, que han logrado crecer día a día y desean continuar el camino hacia el éxito, **les damos la mano.***

Créditos de **fácil acceso, rápida respuesta y con atención personalizada.**

Le prestamos hasta \$600 millones

Más información en
www.bmm.com.co

Línea Celular
315 237 0000

Línea Gratuita Nacional
01 8000 910 666

Así le damos *La mano* a Colombia.

La relevancia de la mipymes en la economía colombiana y la apuesta de Bancolombia para apoyarlas

Cristina Arrastía¹

¹ Vicepresidenta de Negocios de Bancolombia



Las micro, pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel fundamental en la economía colombiana y son determinantes en el desarrollo del país, en especial si consideramos su contribución a la generación de empleo y al crecimiento económico en el largo plazo, pues representan el 99% de la base empresarial y se estima que aportan el 40% del Producto Interno Bruto del país.

Este impacto significativo en la economía nacional generado por las pymes también es consecuencia de su apuesta por crecer, por llevar sus productos y servicios a nuevos mercados en la búsqueda por diferenciarse: ello les permite crear y mantener ventajas frente a sus competidores en pro de alcanzar, sostener y mejorar su posición en el mercado, en el mediano y el largo plazo.

Por consiguiente, es imperativo fortalecer cada vez más el tejido productivo. De esta manera se podrá obtener mayor ventaja competitiva frente otros países y, por esta vía, atraer mayor inversión extranjera directa, al igual que se podrán posicionar, en gran medida, los productos colombianos tanto a nivel nacional como internacional.

"Es imperativo fortalecer cada vez más el tejido productivo. De esta manera se podrá obtener mayor ventaja competitiva frente otros países y, por esta vía, atraer mayor inversión extranjera directa"

Las mipymes: principales generadoras de empleo, bienestar e inclusión social

Como ya evidenciamos, las mipymes generan aproximadamente el 80% del empleo nacional, por lo que contribuyen al ingreso más representativo de la base de la pirámide. Asimismo, la generación de empleo por parte de estas permite la irrigación de recursos en la economía, influyendo en el aumento de la demanda de bienes y servicios de las personas vinculadas a este tejido productivo. En consecuencia, mantener una oferta de empleos sostenida configura uno de los factores primordiales para impulsar el bienestar y la inclusión social de manera sostenible y creciente.

De acuerdo con la Encuesta MiPyme ANIF 2021, durante el primer semestre del año anterior, cerca del 35% de las micro, pequeñas y medianas empresas presentó un aumento en su número de empleados con respecto al segundo semestre de 2020 (ANIF, 2021-I). Estas cifras se reflejaron en la creación de 274.000 empleos (República, 2022). Es de resaltar que,

a través del programa Generación de Nuevos Empleos, el Gobierno Nacional otorgó incentivos económicos a aquellos empresarios que impulsaron la generación de empleo: de ellos fueron beneficiados 14.096 de todo el país.

El aumento más notable se dio en las empresas medianas de industria y comercio. Dado que fueron los sectores que se primero reactivaron posterior al confinamiento estricto, sus ventas incrementaron y por consiguiente requirieron una mayor demanda de personal. No obstante, se identifica también que el número de empleados permaneció igual para el 63,5% de las mipymes. Ahora, para el caso específico de las microempresas, se reportó que no hubo un cambio significativo en el número de empleados, probablemente debido a una dinámica más lenta de su reactivación económica por un impacto más fuerte de la pandemia en sus operaciones.

Financiación para apalancar a las mipymes, por el bienestar de todos

Contar con financiación ayuda a que una empresa apalanque su capital neto operativo y sus planes de crecimiento, lo que permitirá que un porcentaje significativo de los ingresos recurrentes de la empresa sean destinados para el ahorro. Cabe resaltar que, satisfacer las necesidades de liquidez da la posibilidad de incrementar los inventarios, aumentar el nivel de producción y diversificar el número de productos, lo que implica ciertas exigencias de capital. Para obtenerlo, en muchas ocasiones, es necesario recurrir a la financiación por parte de las entidades bancarias, como lo demuestra la Encuesta MiPyme ANIF 2021-I.



Según la encuesta, cerca del 30% de las mipymes solicitaron un crédito en el periodo estudiado. De estas solicitudes, entre 54% y 87% fueron aprobadas. En promedio, más del 80% de las mipymes afirmaron que el crédito aprobado tuvo un valor que se ajustó al valor solicitado (ANIF, 2021-I). De las microempresas que solicitaron crédito, 83% reportaron que el monto del crédito aprobado fue el que solicitaron. En el caso de las pequeñas empresas fue 86%, y de las medianas fue 80%.

Dada la importancia de las mipymes para Bancolombia, el banco de las pymes en Colombia, en abril de 2021 la entidad bancaria puso a disposición \$17,4 billones en cupos para 400.000 de sus clientes pyme, con el objetivo de apalancar sus necesidades de capital de trabajo, financiación de activos fijos y todo lo que implica la renovación, reactivación y transformación de los negocios, como una muestra de avanzar en su propósito de promover desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos, contribuyendo a fortalecer el tejido productivo, construir ciudades

y comunidades sostenibles y fomentar la inclusión financiera.

La financiación es una herramienta que las pymes deben manejar de manera adecuada. Es decir, la empresa debe tener presente el tiempo que invierte su dinero en el activo corriente de su negocio hasta el momento de obtener retorno, lo que se conoce como ciclo de caja, y así poder estimar el monto de solicitud del crédito. Un inadecuado manejo del ciclo de caja podría ocasionar presiones de liquidez, lo que podría ocasionar dificultades para atender sus pagos en el corto plazo.

Aun así, es importante resaltar que el ciclo de caja de una pyme cuenta con dos métricas: el ciclo operativo y el ciclo de pago en efectivo. El ciclo operativo es tan solo el periodo de tiempo que transcurre en la obtención de materias primas para la producción de los bienes y el retorno de la venta de los bienes comercializados. El ciclo de pago de efectivo se entiende como las salidas de recursos que se efectúan por concepto de pagos de

mano de obra, proveedores, entre otros, dinamizando a todos los actores que influyen en la cadena productiva de la empresa, generando un impacto positivo en la economía.

Tras su compromiso con el crecimiento de las pymes, en marzo de 2021, Bancolombia acompañó a 553 clientes con dificultades de acceso al financiamiento con cerca de \$33.900 millones desembolsados, y a 121 clientes con la línea de reactivación económica, en esta ocasión con desembolsos cercanos a \$23.700 millones. Esto permitió disminuir las presiones de liquidez y apalancar la tasa de innovación de las empresas para generar un impacto positivo en la productividad.

Además, en el primer semestre de 2021, en el marco del Programa de Atención al Deudor (PAD), Bancolombia apoyó a más de 76.000 clientes pymes que refinanciaron sus créditos, permitiendo así que ampliaron los plazos de pago y ajustaran las cuotas a sus flujos de caja.

Mipymes y disminución de brechas

Adicionalmente, en las pymes hay cada vez menos brechas de género, con lo que se destaca el esfuerzo de las mujeres por aportar y construir un mejor país. Muestra de ello es que Colombia ocupa el segundo lugar en Latinoamérica con mujeres liderando y siendo la principal cabeza de las pymes, con un 62,1% de participación (Semana, 2022), lo que demuestra el gran posicionamiento femenino en la gestión de estas empresas que cada vez aportan más a la economía colombiana.

La equidad de género es un tema de alta relevancia para Bancolombia. Como muestra de ello, pusimos a disposición una nueva línea de crédito especial para mujeres, a través de la cual se desembolsaron \$1,6 billones y se ofrecieron condiciones especiales a aquellos negocios representados por mujeres. Con esta medida, aún vigente, se reconoce y acompaña con tasas preferenciales en sus créditos de cartera ordinaria el rol de aquellas mujeres que manejan su negocio.

Según Marta Lucía Ramírez, vicepresidente y canciller colombiana, el Fondo Monetario Internacional demostró que el protagonismo de la mujer en la

economía le aseguraría al país por lo menos dos o tres puntos adicionales de crecimiento en el PIB (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021). La premisa consiste en que el liderazgo de las mujeres en las empresas va a impulsar una mayor rentabilidad, entendiendo que su gerenciamiento está direccionado en generar resultados positivos y cumplimiento de objetivos.

En consecuencia, iNNpulsa Colombia, entidad del Gobierno Nacional que promueve el desarrollo de las empresas para aumentar la competitividad del país, lanzó en 2021 el programa Fondo Mujer Emprende, cuyo objetivo es impulsar el liderazgo de la mujer colombiana en la reactivación económica (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021). Avanzar en disminuir la brecha de género nos permitirá mejores oportunidades para todos, impulsando un desarrollo económico sostenible.

Sin embargo, la Encuesta MiPyme ANIF 2021-I expresa que la participación de las mujeres, tanto como dueñas de las empresas como en su rol de representantes legales, sigue rezagada con respecto a los hombres. Si bien ha habido avances, todavía existen

brechas de género. Actualmente, hay una gran diferencia de género frente a las posiciones que ocupan mujeres y hombres, específicamente en quién se encarga de tomar decisiones más importantes. En la encuesta se evidencia que en un 40% de los casos, las personas encargadas de tomar decisiones en una empresa son mujeres y en un 60% son hombres. En la mediana empresa se evidencia una menor participación de la mujer en el liderazgo con respecto a la pequeña empresa. Por lo tanto, es importante seguir trabajando en disminuir la brecha de género para garantizar la igualdad de oportunidades y, así mismo, destacar el rol de las mujeres empresarias en la economía.



Adopción digital en las mipymes



En 2021, como consecuencia de la emergencia sanitaria, las mipymes tuvieron una afectación directa en sus ventas por el confinamiento preventivo establecido por el Gobierno Nacional. Esto las obligó a evolucionar sus canales tanto de comercialización como de atención a su público objetivo. Así fue como la transformación digital jugó un papel fundamental para la alineación estratégica de las empresas. Esto les permitió sostener su liquidez y probó

su capacidad de adaptación al cambio que estaba demandando el entorno.

Esto evidenció las oportunidades y beneficios que representan, en términos de eficiencia y una mayor velocidad para ofrecer soluciones más rápidas en el mercado, la implementación de procesos digitales. Entre esos beneficios pueden destacarse un acercamiento oportuno al cliente, contar con procesos ágiles de información



y optimización de la toma de decisiones, y el aumento de la productividad y la competitividad.

De acuerdo con la Encuesta MiPyme ANIF 2021-I, cerca del 55% de las mipymes cuentan con página web. Además, se evidencia una correlación entre un mayor tamaño de la empresa y una mayor probabilidad de que se cuente con una página web. Ello concuerda con que solo un 26% de las microempresas reportaran contar con una página web (ANIF, 2021-I), mientras que, por su parte, lo hicieron cerca del 58% de las medianas empresas, a la vez que solicitaron capacitación para incursionar e innovar en las distintas plataformas y herramientas que promueven las tecnologías. Estas empresas entienden que por este medio pueden diversificar sus canales para promover y distribuir sus productos, disminuyendo costos de transacción e incrementando el nivel de su cuota de mercado.

Es de destacarse que Bancolombia también apoyó alrededor de 1.900 clientes gracias a una alianza con Blue Caribu en sus necesidades de comercio electrónico o creación de sitios web, acompañando a las mipymes en su proceso de ser más competitivas y transformarse digitalmente.

La pandemia aceleró los cambios de patrones de consumo de la sociedad: obligó al consumidor a usar canales digitales para gestionar la compra de

productos de interés. Eso se ve reflejado en la transformación digital de las empresas, en especial de las medianas (ANIF, 2021-I), pues fueron las que manifestaron una mayor utilización de algún servicio digital, tal como el uso de plataformas para vender productos, uso de plataformas para comprar insumos y entrega de productos de forma digital, entre otras.

Adicionalmente, para las mipymes, en general, el uso que prevalece en cuanto a servicios digitales es de procesos internos de la empresa y en menor proporción para procedimientos de ventas (ANIF, 2021-I). Sin embargo, la eficiencia de una empresa también empieza por sus procesos internos. Por ello, Bancolombia, a través de EDN, está trabajando para que las mipymes puedan tener una mejor gestión de sus procesos. Se trata de un software o plataforma tecnológica que le permite al cliente mejorar su comunicación, al interior y exterior de la compañía, en sus procesos de compra y venta.

Por otra parte, es importante trabajar con las mipymes en la transferencia de conocimiento sobre las bondades de los servicios digitales en relación con las ventas, ya que los servicios digitales permiten aumentar la fidelización del cliente y lograr una mayor cuota

de mercado, al igual que seguir profundizando en posicionar los servicios digitales a nivel interno de la empresa.

Para apoyar a las empresas en este aspecto, Bancolombia cuenta con una plataforma web pensada para que los negocios puedan capacitarse, actualizarse, tener acceso a servicios financieros y no financieros, y generar conexiones con otros a través de su networking empresarial: Tu360 Negocios y su blog Actualízate. Con estas plataformas, las mipymes podrán estar al día con las novedades registradas en su sector, así como datos de interés y principales tendencias para la toma de decisiones en función de crecer y fortalecer su negocio. Con esta oferta se reitera el compromiso del banco con el país y con los empresarios que aportan al empleo y al crecimiento de Colombia.

La encuesta también permitió saber que la mayor utilidad que las mipymes les darían a los servicios web (ANIF, 2021-I), además de los procesos internos, sería para obtener información sobre clientes y ventas, dirigida a fortalecer temas asociados a la seguridad de la información y al desarrollo de aplicaciones web. Sin embargo, hacer analítica de la información no sería una prioridad, lo cual es paradójico siendo

esta una de las principales herramientas para obtener información de los clientes y los productos, guiando así la toma de decisiones en las empresas.

Convencido de ello, Bancolombia pone a disposición de los empresarios la herramienta Plink, solución de analítica de datos para los negocios en la que, a junio de 2021, participaban cerca de 10.100 empresas que pudieron conocer información importante sobre el mercado y los comportamientos de compra de sus clientes.

Por último, cabe resaltar que la transformación digital dio impulso a que los procesos tradicionales se volvieran más eficaces y eficientes. Aumentó el grado de competitividad de las empresas y se mejoraron los procesos internos de las mipymes. Ese cambio les permitió reducir costos, tanto en términos operativos como en niveles de costes transaccionales.

Bancolombia ha buscado ser partícipe en la posibilidad de que las pymes superen los retos que se les presentan. Por ello cuenta con canales digitales a su servicio, sin pago de comisión por uso: App Pymes desde el celular y Sucursal Virtual Pymes desde un computador o tablet. A través de estos canales, los clientes pymes se pueden

inscribir de manera digital. Desde \$0 pesos ven los movimientos y saldos de sus cuentas depósitos, realizan transferencias a cuentas Bancolombia sin necesidad de inscribirlas previamente, generan comprobantes de pago y los comparten, marcan cuentas o transacciones como favoritas para agilizar sus transacciones más recurrentes, entregan pagos a sus beneficiarios y disminuyen el manejo de efectivo y el uso de cheques en su negocio.

Algunas conclusiones

Las mipymes son un motor clave de la economía colombiana. El financiamiento es una herramienta indispensable tanto para expandir los negocios, mejorar su infraestructura e impulsar la innovación, así como para solucionar presiones de liquidez y asegurar la creación de flujos de caja sostenibles.

Por consiguiente, las entidades bancarias cumplen un rol crucial en el desarrollo de las mipymes, dado que generan oportunidades para apalancar su capital neto operativo, contribuyen a aumentar su competitividad en el mercado y, a su vez, fortalecer sus procesos internos.

Por eso, Bancolombia seguirá apoyando a las mipymes en su crecimiento y transformación, de la mano de soluciones a la medida que les permitan afrontar y superar los retos que se les presenten en la gestión diaria del negocio. Un camino que implica superar retos como promover la mayor participación de las mujeres y guiar a las empresas a encontrar objetivos y acciones sostenibles con el bien público, una apuesta que la entidad bancaria seguirá asumiendo en su búsqueda de contribuir al bienestar todos. ■

"La transformación digital dio impulso a que los procesos tradicionales se volvieran más eficaces y eficientes. Aumentó el grado de competitividad de las empresas y se mejoraron los procesos internos de las mipymes"

"Bancolombia cuenta con una plataforma web pensada para que los negocios puedan capacitarse, actualizarse, tener acceso a servicios financieros y no financieros, y generar conexiones con otros a través de su networking empresarial"



Referencias

- ANIF. (2021). MiPyme ANIF 2021-I.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (16 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/se-activa-el-fondo-mujer-emprende-2021>
- República, L. (Febrero de 17 de 2022). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/entre-julio-y-diciembre-de-2021-se-crearon-274000-puestos-de-trabajo-en-el-pais-3305348>
- Semana. (10 de Marzo de 2022). Semana. Obtenido de <https://www.semana.com/economia/capsulas/articulo/en-colombia-el-62-de-las-mujeres-estan-a-la-cabeza-de-las-pymes/202257/>

DataCrédito Experian aliado de las pequeñas y medianas empresas en Colombia

DataCrédito Experian¹

Bogotá, abril de 2022. La evolución de los negocios y el crecimiento de las medianas, pequeñas y microempresas en Colombia ha tenido un impacto significativo en la economía del país. De acuerdo con los resultados de la "Encuesta MiPyme ANIF" (EMP), que fue realizada entre los meses de septiembre y diciembre de 2021 a 5.961 empresarios de 6 regiones a nivel nacional (se excluye Orinoquía-Amazonia), para los sectores de industria, comercio y servicios, se reflejó un cambio significativo en la percepción de los empresarios acerca del progreso de sus negocios durante la segunda mitad del 2021.

En esta misma línea, en Colombia, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), asegura que las pequeñas y medianas empresas, Mipymes, representan el 90% del sector productivo; generan el 40% del producto interno bruto (PIB) y más del 80 % del empleo nacional.

Según Juan Tamayo, Vicepresidente Comercial de Pequeñas y Medianas Empresas en DataCrédito Experian: *"Desde DataCrédito promovemos el crecimiento de las pymes en Colombia a través de campañas de educación financiera y una oferta de productos y servicios digitales que permite a las empresas entender los beneficios y alcances de las distintas herramientas de información que ofrece la central de riesgos más robusta del país".*

La comunidad del segmento de pequeñas y medianas empresas de DataCrédito Experian está conformada por empresas colombianas, clasificadas entre Pymes y Mipymes, que vincula a múltiples sectores económicos. Una comunidad de empresarios que tiene como propósito democratizar el crédito y promover el dominio de la

vida financiera para lograr transformar negocios gracias a los servicios de información que ofrece DataCrédito.

Por eso, dentro del propósito de impulsar el crecimiento de las empresas por medio de la consolidación de un modelo de negocio sostenible, Juan Tamayo explica los beneficios de pertenecer a la comunidad empresarial:

- Vender a crédito con un riesgo controlado. A través de productos y servicios como MiDecisor, CobraYa, InfoEmpresas y Soluciones Empresariales, se puede prevenir y mitigar el fraude y recuperar cartera.
- Acompañamiento en sus procesos de venta a crédito, cobranza y cartera.
- Controlar riesgos de cartera al tener un perfilamiento a mayor detalle de los clientes.
- Ayudar a mejorar los indicadores de recuperación de cartera.
- Digitalizar sus procesos internos de venta, crédito, cobranza y más.



Adicional a lo anterior, DataCrédito tiene a disposición un boletín mensual de noticias de interés que apoya el crecimiento y mantenimiento de sus negocios, a través de la difusión de temas como la importancia de la educación financiera para Pymes, actualidad económica de los diferentes sectores e información sobre como agilizar procesos de adquisición de clientes. Así mismo, asistencia a capacitaciones con consultores expertos, entrenamientos digitales, y participación exclusiva en eventos virtuales certificados.

"Son múltiples los beneficios de pertenecer a DataCrédito Empresas, por medio de www.datacreditoempresas.com.co. enseñamos a nuestros clientes caminos para que puedan crecer y consolidarse de manera sostenible y eficiente, también los acompañamos en procesos de formación para su negocio, y en la adquisición de productos y servicios que les permiten reinventarse y adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. Agregó Juan Tamayo."

"Desde DataCrédito promovemos el crecimiento de las pymes en Colombia a través de campañas de educación financiera y una oferta de productos y servicios digitales"

¹ Área de PR y marketing.

- Generar reportes positivos o negativos a sus clientes.
- Conocer el puntaje de crédito y hábitos de pago de sus clientes o futuros clientes.
- Validación de identidad.
- Acceder a información de monitoreo y control de las principales

listas públicas de información como: OFAC, ONU, Contraloría, DEA e Interpol.

- Activar alertas mediante la inscripción de correos electrónicos sobre cambios o aperturas de productos financieros para conocer si está siendo víctima de fraude o suplantación de identidad.

Financiación para la internacionalización: motor del desarrollo

Maria Luisa Saldarriaga, Cindy Benedetti y Juan Pablo Roza.

En el 2020, Bancóldex, el Banco de desarrollo empresarial de Colombia, en alianza con el Gobierno Nacional y como instrumento de política pública, generó un récord histórico en el apoyo a empresas. Para resolver las dificultades derivadas de la pandemia por el COVID 19, los retos que ha traído la recuperación económica y los desafíos de la internacionalización de la economía, Bancóldex puso a disposición herramientas contra cíclicas y recursos para todos los empresarios del país.

Introducción

La internacionalización de las empresas y la participación de los países en los mercados externos han probado ser poderosas palancas de desarrollo. Las mayores reducciones de la pobreza en países como Bangladesh, China y Vietnam, se han dado gracias a su incorporación en las cadenas mundiales de valor (Banco Mundial, 2020). La transformación productiva, el ac-

ceso a nuevas tecnologías, mayores eficiencias en el uso de recursos y, en últimas, mayores niveles de bienestar para consumidores y empresas son factores que dependen de la inserción de las economías en el mercado internacional (Krugman, Obstfeld y Melitz, 2012 en Informe Nacional de Competitividad 2020-2021). De esta forma, países que han logrado una activa participación en el comercio internacional, como México y Costa Rica, han mejorado también sus niveles de ingresos, productividad y creación de empleos de calidad (Banco Mundial, 2020).

En todo caso, una internacionalización exitosa depende de la existencia de instrumentos de financiación adecuados. Alrededor del 90% del comercio internacional depende del financiamiento (BID Invest, 2020). En consecuencia, el buen dinamismo de las empresas que deciden posicionar su oferta en mercados internacionales está relacionado en una parte importante con el acceso a fuentes de financiación (CEPAL, 2014) (OMC, 2016). Las economías altamente exportadoras corresponden a países que tienen a su disposición instituciones especializadas en financiación al comercio exterior, vía agencias de créditos a las exportaciones o ECAs - Export Credit

Agencies, por sus siglas en inglés (Banco Mundial, 2010). Es gracias a esta financiación especializada para el comercio exterior que han logrado consolidar su presencia más allá de sus fronteras.

Desde que se declaró la pandemia mundial por el COVID 19, los dos últimos años han sido probablemente los más retadores en la historia reciente de la humanidad. Bancóldex, en su rol de Banca de Desarrollo, tuvo que transformarse en tiempo récord para estar a la altura de las circunstancias como herramienta contra cíclica de la política pública. El posicionamiento del Banco entre los empresarios, con un portafolio a la medida de sus necesidades durante la pandemia, significó un hito histórico en materia de resultados a nivel de la colocación del 2020.

En cuanto a la internacionalización, los retos para Bancóldex estuvieron concentrados en la atención a un tejido empresarial golpeado, por la disrupción en las cadenas de suministro a nivel global, coyuntura que elevó los costos logísticos a niveles inéditos y dificultó la provisión de bienes y servicios que circulan en los mercados internacionales. Por otro lado, el paro nacional del 2021 terminó de agravar esta situación, pues implicó el cierre del Puerto de Buenaventura y el aumento desmedido en los costos asociados a su uso. Frente a esta difícil realidad, Bancóldex en alianza con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, pusieron a disposición de los importadores afectados, la línea especial Buenaventura Importadores Adelante, una solución de crédito en condiciones preferenciales que, al cierre del primer trimestre del 2022, ha logrado desembolsar COP \$151.635 millones y beneficiar a 304 empresas.

Para complementar este portafolio para la internacionalización, entre el 2021 y el 2022, Bancóldex lanzó la



línea de crédito Calidad para Exportar y el producto Aliado Exportador, una solución de crédito directo en dólares orientada a financiar las necesidades de capital de trabajo de los planes de internacionalización de las empresas colombianas. Al cierre del primer trimestre del 2022, a través de la línea Calidad para Exportar, se han desembolsado COP \$42.151 millones. El programa ha beneficiado a 52 empresas que han financiado sus necesidades de capital de trabajo y de inversión en activos fijos para el desarrollo de proyectos relacionados con la gestión de la calidad y el cumplimiento de estándares internacionales, medidas nece-



sarias para el posicionamiento de su oferta en mercados externos.

Este artículo explora las relaciones y los retos que plantea la financiación en la internacionalización de las empresas y las contribuciones que, desde la Banca de Desarrollo, pueden darse para resolverlos. Si bien existen muchas explicaciones a los problemas para que las economías logren una internacionalización efectiva y por esta vía mayores niveles de bienestar, vale la pena profundizar en el rol de la financiación como catalizador en la participación de las empresas en los mercados externos.

Importancia de la financiación para la internacionalización de las empresas

La internacionalización y el financiamiento son factores interdependientes como potenciadores del desarrollo. La falta de financiación constituye un importante obstáculo no arancelario al comercio, en especial, aunque no exclusivamente, en los países en desarrollo. (OMC 2016). No es posible concebir la internacionalización de una economía sin un adecuado acceso a financiación competitiva de los planes de internacionalización de las empresas que la conforman. Lo anterior se debe a que, por la misma naturaleza de las actividades de comercio exterior, hay costos y riesgos particulares, diferentes a los del comercio doméstico, para los cuales la financiación especializada cobra la mayor relevancia. "El crédito y el seguro de crédito ayudan a aceitar las ruedas del comercio", pues permiten cubrir la brecha que genera la diferencia entre las expectativas de los exportadores y de los importadores al momento de concretar sus negocios y realizar el pago (OMC, 2016).

Desde el punto de vista de los costos para el exportador, los plazos de repago con los que se debe contar para vender a compradores internacionales implican mayores necesidades de financiación de capital de trabajo. Esto puede ser para cubrir costos del proceso productivo o para anticipar el flujo de caja esperado, logrando cubrir parte del riesgo en el que puede estar incurriendo, frente a un posible impago de su comprador. Si bien exportar puede significar un aumento en las ventas y el posicionamiento de la empresa en nuevos mercados con consumidores de mayor poder adquisitivo, también implica inversiones para lograr procesos productivos más sofisticados y acorde a la demanda de los mercados destino. Así mismo, puede involucrar costos adicionales asociados al conocimiento del cliente, tales como estudios de mercado y de marcos regulatorios; participación en ferias y eventos para dar a conocer la oferta exportable; entre otros.



Por ejemplo, el cumplimiento de estándares internacionales en cuanto a calidad e inocuidad son requisitos indispensables para acceder a mercados internacionales y conllevan inversiones onerosas. De acuerdo con la Encuesta sobre Clima de Negocios de la Cámara de Comercio de Bogotá (2021), la calidad de los productos y/o servicios es el factor más importante para facilitarles a las empresas las ventas en los mercados internacionales. Así mismo, la Encuesta MiPymes de ANIF 2021, evidencia que las principales razones por las cuales las empresas no exportan es por la falta de interés y por considerar no tener productos exportables.

Por su parte el importador también se enfrenta a plazos y riesgos frente a los cuales acceder a financiación cobra la mayor relevancia. En primer lugar, se enfrenta a plazos de tiempo entre el momento en que adquiere los bienes o servicios en el exterior y el momento

en que los comercializa o los incorpora en nuevos bienes y servicios finales. En segundo lugar, se enfrenta al riesgo de no recibir los bienes y servicios adquiridos en las condiciones y tiempos pactados con el vendedor.

Adicionalmente, existen riesgos más generales y que afectan tanto a exportadores como a importadores, como pueden ser los factores macro, el riesgo político, (cambios en las reglas de juego) o la volatilidad cambiaria, entre otros. Estos riesgos pueden terminar afectando los flujos de comercio exterior y, por lo tanto, es clave que se puedan mitigar con vehículos financieros como garantías, seguros o coberturas cambiarias.

En Colombia, uno de los principales obstáculos para la participación de las empresas, sobre todo de las más pequeñas en los mercados internacionales, es el acceso a financiación.

"En Colombia, uno de los principales obstáculos para la participación de las empresas, sobre todo de las más pequeñas en los mercados internacionales, es el acceso a financiación"

De acuerdo con la Encuesta MiPymes de ANIF 2021, son pocas las empresas que tienen planes de internacionalización en mente y una proporción relevante considera que uno de los principales habilitadores para poder exportar es el apoyo financiero. Por su parte la Gran Encuesta sobre el Empresario 2021 de la Cámara de Comercio de Bogotá, confirma este resultado, pues la mayoría de los encuestados (44%) indicaron que la principal razón para no vender sus productos o servicios fuera del país es la falta de recursos e instrumentos financieros para exportar.

Lo anterior añade complicaciones a un tejido empresarial exportador frágil en términos de su tamaño, su baja tasa de supervivencia y conformado en su gran mayoría por MiPymes. De acuerdo con el más reciente Informe Nacional de Competitividad (Consejo Privado de Competitividad, 2021-2022), entre 2011 y 2020, alrededor de 10.300 empresas (en promedio 94% son MiPymes) realizaron exportaciones, una cifra que solo representa el 1% del universo de empresas registradas en Colombia. Ahora, las MiPymes que exportaron en ese período contribuyeron tan solo con el 18% del valor exportado, mientras que las grandes, si bien representaron el 6% del universo, contribuyeron con el 82% de las ventas externas. La supervivencia de las MiPymes exportadoras también es preocupante, pues entre 2011 y 2020 el 63% que exportaron lograron hacerlo por una única vez, frente al 34% de las grandes empresas que lo hicieron de forma ininterrumpida.

Rol de la Banca de Desarrollo en la financiación de los planes de internacionalización de las empresas



Pese a la importancia del financiamiento en la participación activa de las empresas en el comercio internacional, la baja utilización en América Latina y el Caribe de este tipo de herramientas contrasta con regiones como Asia del Este y el Pacífico, en donde la financiación al comercio exterior ocurre con una alta frecuencia. La provisión de financiamiento al comercio exterior está concentrada en grandes bancos de países desarrollados, en particular de la banca europea (CEPAL, 2014). En este contexto, el apoyo de la Banca de Desarrollo vía instrumentos de financiación para la internacionalización de las empresas, sobre todo de las pymes, es fundamental.

En el caso de Colombia, hay un fenómeno que se viene registrando año tras año de autoexclusión de las pymes del acceso a financiación. Cada vez es menor la disposición a acceder a crédito bancario (Consejo Privado de Competitividad, 2021), en la medida en que el 26% de las pymes accedieron a crédito en el 2018, muy por debajo de los niveles observados en 2015 cuando este porcentaje fue del 41% (ANIF, 2019 en Consejo Pri-

vado de Competitividad, 2021). Por su parte, en el 2021 tan solo 27.3% de las MiPymes colombianas solicitó un crédito con el sistema financiero durante el primer semestre del año (ANIF, 2021). En línea con una posible explicación a dicho fenómeno de autoexclusión, ANIF reporta en su encuesta MiPymes del 2021 que cerca de la mitad de las empresas que no solicitaron financiación indicaron como razón no necesitarlo. En cuanto a la financiación de transacciones de comercio exterior, este fenómeno de autoexclusión podría explicarse por las altas tasas de rechazo que enfrentan las pymes por parte de los intermediarios financieros. Según estimaciones del Banco Asiático de Desarrollo, a nivel global alrededor del 40% de estas transacciones no llegan a ser aprobadas a las pymes (BID Invest, 2020). Por su parte la OMC indica que "A nivel mundial, más de la mitad de las solicitudes de financiación para el comercio de las pymes son rechazadas, frente a solo el 7% de las empresas multinacionales. (...) La liquidez mundial suele concentrarse en las instituciones más grandes y sus clientes" (OMC 2016).

Sin embargo y de acuerdo con los resultados de la Encuesta MiPymes ANIF 2021, las pequeñas y medianas empresas que exportaron estuvieron más interesadas en acceder a financiación (53,7% solicitaron un crédito en el primer semestre del 2021) frente a las que no exportaron (29,4%). No obstante, las exportadoras tuvieron tasas de no aprobación más altas frente a las no exportadoras: 39,8% y 23,2%, respectivamente.

Otro fenómeno aparte del bajo uso de la financiación por parte de las pymes y en particular de su utilización para transacciones de comercio exterior, está relacionado con la brecha de financiamiento para este segmento que, según el Banco Asiático de Desarrollo, a nivel global asciende a unos USD \$1,5 billones, de los cuales USD \$350.000 millones corresponden a Latino América y el Caribe. (BID Invest, 2020).

La reducida utilización de la financiación por parte de las pymes para sus actividades de comercio exterior, así como la brecha de financiamiento anteriormente mencionada, hacen que el apoyo por parte de las bancas nacionales de desarrollo a las actividades de internacionalización, vía financiación de las empresas, sea fundamental en la superación de los obstáculos a la participación en las cadenas globales de valor y en los beneficios del comercio mundial (CEPAL, 2014).

Apoyar a empresas exportadoras con financiación para la internacionalización por parte de la Banca de Desarrollo es beneficioso. Como se ha indicado a lo largo de este artículo, la inserción de las economías en los mercados externos es un medio para mejorar los niveles de desarrollo y el bienestar general de la pobla-

ción. En Bancóldex profundizamos en los resultados de la encuesta MiPyme ANIF 2021 y encontramos que, frente a las Pymes no exportadoras, las que exportan ahorran más; tienen mayor conocimiento sobre los productos Fintech y por tanto los usan más; y contribuyen en mayor medida con la equidad de género. Hacemos énfasis en las Pymes, porque varios de nuestros productos diseñados para potenciar a las empresas exportadoras están enfocados hacia este segmento.

Con relación al ahorro, las pymes exportadoras reportaron haber ahorrado en mayor medida (76,7%) frente a las que no lo hacen (59,8%).

Ahora, frente al conocimiento y uso de las Fintech, también existen diferencias entre pymes que exportan y las que no lo hacen. Las primeras, indicaron saber más sobre lo que son y usar sus productos en mayor medida, frente a los resultados de las segundas. Ver gráficas 2 y 3.

Finalmente, y con relación a la promoción de la equidad de género, los resultados para las empresas exportadoras son interesantes pues, frente a las no exportadoras, muestran tener mayor participación femenina en los cargos de representación legal (Ver gráfica 4); cuentan con objetivos o metas respecto a la equidad de género en mayor cantidad (Ver gráfica 5); y tienen protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual en mayor proporción (Ver gráfica 6).

Estos resultados están en línea con evidencia empírica a nivel global, según la cual, el comercio internacional tiene efectos positivos sobre la equidad de género, en la medida en que las empresas con mayor internacionalización tienden a emplear más mujeres y en trabajos de mejor calidad. En países en desarrollo, las mujeres suelen participar en un 33% de la fuer-

Gráfico 1. ¿Durante el primer semestre de 2021 su negocio ha ahorrado?

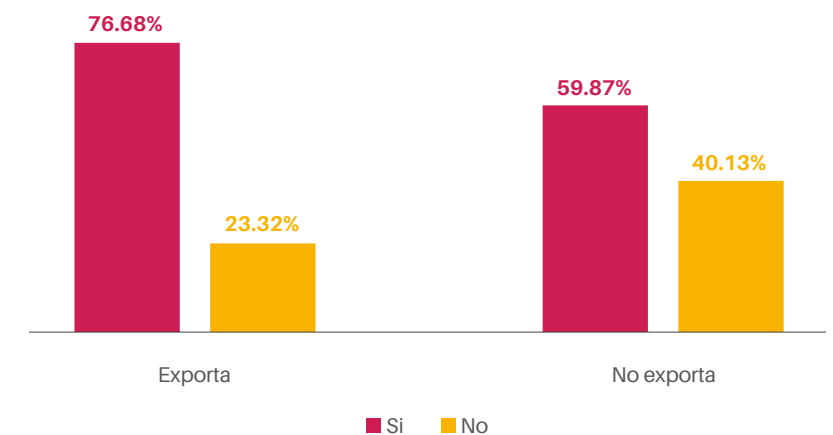


Gráfico 2. ¿Sabe que es una Fintech?

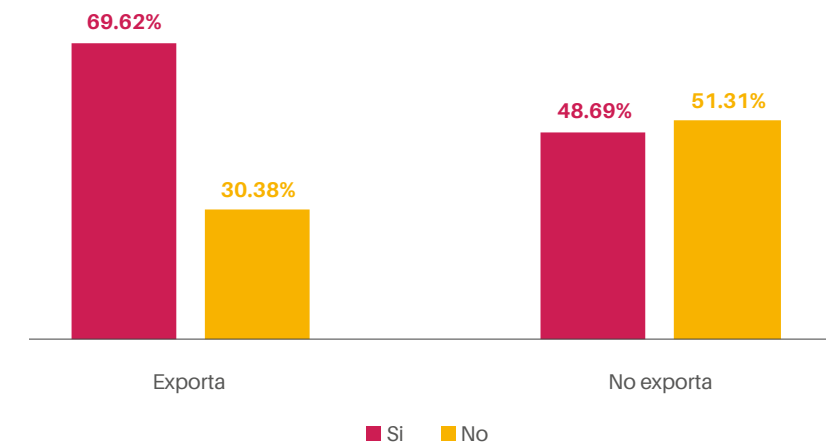


Gráfico 3. ¿La empresa cuenta con algún producto financiero de alguna Fintech?

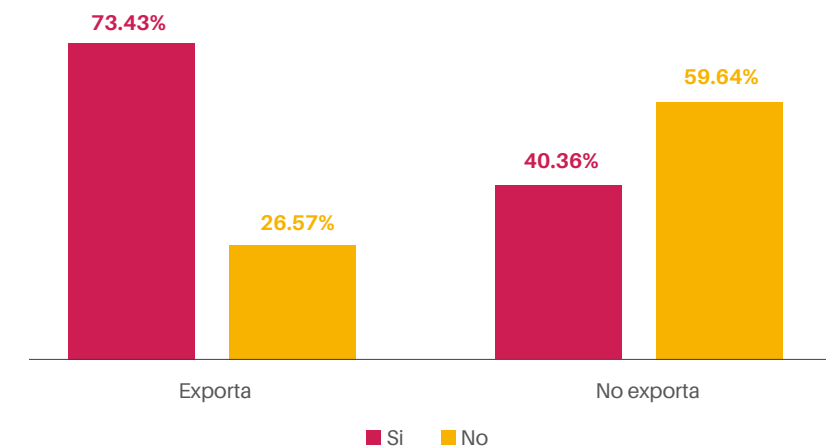


Gráfico 4. ¿El representante legal de la empresa es?

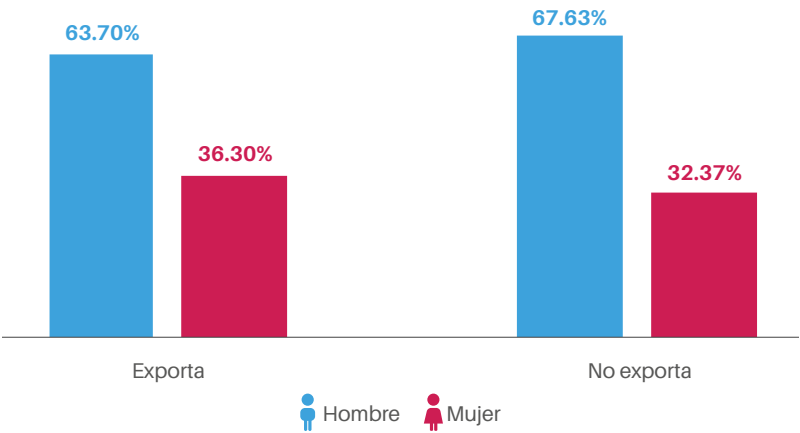


Gráfico 5. ¿Su empresa cuenta con objetivos o metas respecto a la equidad de género?

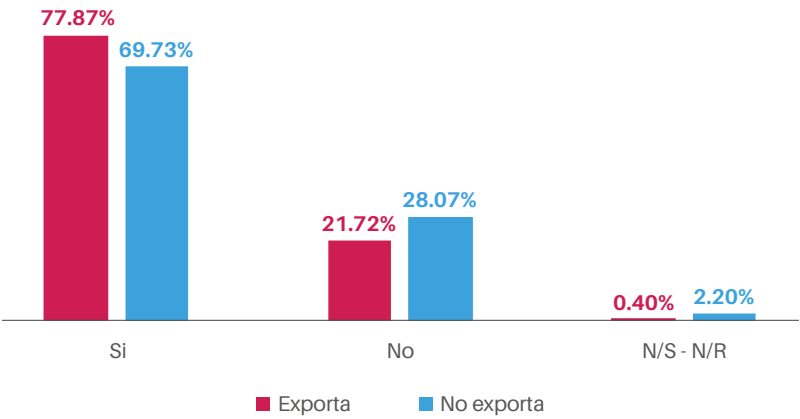
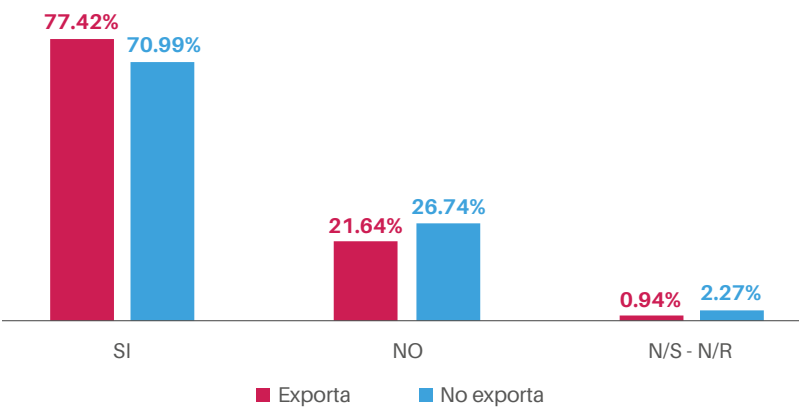


Gráfico 6. ¿Su empresa cuenta con un protocolo establecido para atender casos de acoso sexual?



za laboral de las firmas que exportan, frente a un 24% para las firmas que no lo hacen y 28% para aquellas que no importan (Banco Mundial y OMC, 2020). Tanto en países en desarrollo como en economías emergentes, los trabajadores de sectores con altos niveles de exportación son más propensos a ser empleados formalmente. Para las mujeres, la probabilidad de ser informal mejora de un 20% a un 13% cuando pasan de trabajar en sectores con bajos niveles de exportación a sectores con altos niveles (Banco Mundial y OMC, 2020).

En este contexto, Bancóldex viene trabajando en soluciones que promuevan la participación de las mujeres colombianas en la actividad productiva del país. Con este propósito, este año, en alianza con el Fondo Mujer Emprende y el apoyo de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, se lanzó la línea de crédito “Mujeres Empresarias - Fondo Mujer Emprende”. A la fecha, se han desembolsado COP \$33.700 millones beneficiando a 176 micro, pequeñas y medianas empresas que cumplen con alguno de los siguientes criterios: i) propiedad de mujeres con participación mínima del 30%; ii) su representante legal es mujer o mínimo el 50% de las posiciones de liderazgo están ocupadas por mujeres; o iii) la planta de personal de la empresa cuenta con una participación de mujeres mínima del 50% en empleos formales.

Esta línea cuenta, además, con un incentivo adicional de mejora de tasa para aquellas empresas que cumplan alguno de los indicadores de reactivación económica definidos, entre los cuales, en materia de internacionalización, se destacan: i) el inicio de actividades de exportación; ii) la incursión en un nuevo destino de exportación; o iii) el incremento en las exportaciones en al menos el 3.6%. Todo lo anterior entre el cierre del 2019 y el 28 de febrero del 2022.

Conclusión

El comercio y la participación de las empresas en los mercados internacionales son un importante motor del desarrollo. La falta de acceso a canales de financiación es uno de los principales obstáculos no arancelarios a la participación de los países menos desarrollados en las cadenas de valor mundiales. Frecuentemente este tipo de financiación es mucho más dinámica en los países desarrollados. Aun así, en ellos las empresas más pequeñas también enfrentan obstáculos en este sentido, dado que suelen contar con menos garantías y su historial crediticio es menos extenso que el de las empresas grandes y bien consolidadas.

En consecuencia, facilitar la financiación para la internacionalización de las MiPymes en Colombia, puede ser un factor decisivo para determinar sus aportes al crecimiento y al desarrollo del país. La Banca de Desarrollo y en particular Bancóldex como el Banco de Desarrollo empresarial de Colombia, tienen un rol estratégico y primordial en la provisión de financiamiento para las actividades relacionadas con el comercio exterior, especialmente para las empresas de menor tamaño.

La Banca de Desarrollo debe apostarle al fortalecimiento del tejido exportador colombiano porque es una actividad que la evidencia ha demostrado que, además de contribuir al crecimiento y competitividad de las empresas, puede potenciar el desarrollo de las firmas en aspectos como el uso y el conocimiento de la tecnología Fintech, mayores tasas de ahorro y la promoción de la equidad de género.

En Bancóldex hemos aportado a la atención de las empresas en épocas de coyuntura y hemos fortalecido los planes de internacionalización em-

presarial. Una labor que nos sigue reafirmando la importancia de nuestro papel en la recuperación económica durante las crisis y el rol proactivo

que debemos jugar en el apoyo a motores de desarrollo, como lo es la participación de las empresas en los mercados internacionales.

Referencias

- ANIF (2021) Encuesta MiPyme. Obtenido en: file:///C:/Users/mss0000/Downloads/encuesta-mipyme-anif%20(7).pdf (Fecha de consulta 22/04/2022)
- Banco Mundial (2020), Informe sobre el desarrollo mundial 2020: El comercio al servicio del desarrollo en la era de las cadenas de valor mundiales, cuadernillo del “Panorama general”, Banco Mundial, Washington, DC. Licencia: Creative Commons de Reconocimiento para Organizaciones Intergubernamentales CC BY 3.0 IGO
- Banco Mundial (2010), Trade finance in crisis: should developing countries establish export credit agencies? Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/46443793_Trade_finance_in_crisis_should_developing_countries_establish_export_credit_agencies (Fecha de consulta 22/04/2022)
- BID Invest (2020), Financiar el comercio exterior para acelerar la recuperación de la región. Obtenido de: <https://idbinvest.org/es/blog/instituciones-financieras/financiar-el-comercio-exterior-para-acelerar-la-recuperacion-de-la> (Fecha de consulta 22/04/2022)
- Cámara de Comercio de Bogotá (2021) Encuesta Clima de Negocios 2021. Obtenido de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/27276> (Fecha de consulta 22/04/2022)
- CEPAL (2014) El financiamiento del comercio internacional y el rol de la banca de desarrollo en América Latina y el Caribe. Obtenido de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/37047-financiamiento-comercio-internacional-rol-la-banca-desarrollo-america-latina> (Fecha de consulta 22/04/2022)
- Consejo Privado de Competitividad (2022), Informe Nacional de Competitividad 2021 - 2022.
- Consejo Privado de Competitividad (2021), Informe Nacional de Competitividad 2020 - 2021.
- OMC (2016) La financiación del comercio y las pymes. Subsanan las deficiencias. Obtenido de: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/tradefinsme_s.pdf (Fecha de consulta 22/04/2022)
- World Bank and World Trade Organization. 2020. Women and Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1541-6. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

Reflexiones sobre las Mipymes: ideas para potenciar su futuro



Lillyam Mesa Arango¹

¹ Presidenta Ejecutiva, Cámara de Comercio Aburrá Sur.

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Mipymes, representan el 99,5% de las empresas formales del país.

Al cierre de 2021 había en Colombia 1'628.681 Mipymes, de las cuales el 92% correspondían a Microempresas, lo que indica que la base empresarial formal del país recae sobre este grupo.

Para nadie es un secreto que la pandemia afectó en mayor medida a las Microempresas, tanto que en la Gran Encuesta Mipyme realizada por ANIF en la vigencia del 2021 con un conjunto de aliados, entre ellos la Cámara

de Comercio Aburrá Sur, se observa su lenta recuperación.

Según datos de Confecámaras, tomados del Registro Único Empresarial, RUES, en 2020 disminuyeron en 174 mil frente a las registradas en 2019, mientras que todos los demás segmentos crecieron.

Si bien durante 2021 se recuperaron cerca de 33 mil, todavía no se ha alcanzado el número de Microempresas que había antes de la pandemia. No obstante, su peso relativo en la macroeconomía nacional no se ha perdido; es decir, que siguen representando el 92% del total empresarial.

Tabla 1. Distribución empresarial por tamaño

Tamaño empresarial	2019		2020		2021	
	Número	Participación	Número	Participación	Número	Participación
Microempresa	1.637.004	92.7%	1.462.620	91.9%	1.495.545	91.8%
Pequeña	95.702	5.4%	95.730	6.0%	98.535	6.0%
Mediana	25.273	1.4%	25.670	1.6%	26.547	1.6%
Grande	7.749	0.4%	7.873	0.5%	8.054	0.5%
Total	1.765.728		1.591.893		1.628.681	

Fuente: Confecámaras – RUES.



Generación de empleo

Las Mipymes son importantes también por el volumen de empleo que generan. Ellas explican el 80% del empleo del país frente al 20% que aporta la Gran Empresa. Además, la contribución a la producción es cercana al 40%.

No obstante, entre más pequeñas son las empresas más probabilidades tienen de caer en la informalidad, aunque la dicotomía formal/informal no es tan sencilla, es compleja y problemática.

Generalmente la formalidad se construye sobre el cumplimiento o incumplimiento de normas, es decir, que se edifica bajo un enfoque legalista en el que se considera que una empresa es formal cuando cumple la normatividad vigente y se acoge a los costos intrínsecos.

Esta interpretación deja por fuera un conjunto de entornos que acompañan a las empresas, especialmente a las Micro, y termina concluyendo que los costos de formalización son una barrera.



Productividad e informalidad

En esta misma línea también es común encontrar el asocio directo entre informalidad y baja productividad.

Sin duda esto implica un llamado a reconocer y a resolver las debilidades que afrontan muchas Microempresas que realizan sus actividades en lugares de trabajo inseguros, bajo largas jornadas de trabajo y con un limitado o nulo acceso a la tierra, al financiamiento, la tecnología y los mercados.

Estudios como los de la Gran Encuesta Mipyme son una excelente oportunidad para incorporar la realidad de las Micros y su informalidad en el contexto de las estadísticas nacionales.

Esta visibilidad es un buen comienzo para acercar este representativo segmento empresarial a los beneficios de la protección social, la legislación laboral y las medidas de aseguramiento en los lugares de trabajo.

Los hallazgos de la Gran Encuesta Mipyme, en el caso del Aburrá Sur, ponen de relieve la necesidad de profundizar soluciones en torno a la limitada protección social de muchos microempresarios.

También invitan a diseñar nuevas políticas para fortalecer el bajo nivel de organización y representatividad gremial de las Micros; a mejorar el

En tal sentido, se plantea que la su-puesta salida a la informalidad se encuentra en la reducción de los costos registrales y tributarios, entre otros.

Lo anterior amenaza y lesiona la institucionalidad y las finanzas públicas, pero no resuelve el problema de fondo, ya que se pueden anular todos los costos asociados, pero mientras no haya ventas y demanda difícilmente una empresa podrá sostenerse.

Concebir la informalidad desde esta dicotomía es pasar por encima de un conjunto de problemas y es negar, por ejemplo, la falta de oportunidades laborales, ya que es innegable que parte del problema radica en que las escasas opciones de empleo empujan a las personas a “emprender” actividades económicas, muchas de ellas de subsistencia. Comúnmente se reconoce a la subsistencia como una característica de la informalidad y se ha pretendido formalizarla desde la flexibilización de trámites y costos, cuando es una consecuencia de la estrechez de los mercados y la débil demanda laboral.

aseguramiento y la protección de sus espacios laborales (muchos de ellos inseguros e insalubres), y a generar mejores estándares de productividad e ingresos.

En la medida en que comiencen a operar cambios objetivos en esos niveles se podría rescatar a las Microempresas de la marginalidad laboral, la supervivencia económica, y las “trampas de la informalidad”, proveyéndoles una mejor calificación técnica e información, así como un acceso claro y seguro a recursos productivos como las fuentes de financiación, la tierra, la propiedad, la tecnología y los mercados.

Acceso financiero

Tal como lo evidencia la Gran Encuesta Mipyme del 2021, otra parte del problema (el Aburrá Sur no es la excepción) se encuentra en el tratamiento que reciben las empresas más pequeñas cuando demandan créditos.

Generalmente los requisitos y costos son tan altos que quedan excluidas del sistema, viéndose obligadas a financiarse con familiares, amigos, recursos propios, e incluso, con organizaciones informales e ilegales, reproduciendo más los problemas.

Esto lo confirma el Estudio al revelar que las principales fuentes de financiamiento son: Recursos propios, proveedores y reinversión de utilidades.

Esos resultados deberían actualizar la discusión sobre este componente de la formalización, más aún, si se tiene en cuenta que habitualmente se ha considerado que los costos son la barrera más importante, cuando posiblemente los problemas están en otra parte.

Ahora bien. La respuesta sobre cómo se financian las empresas revela otra dificultad: El financiamiento con proveedores.



Cuando una empresa le compra a otra y decide pagarle a 40, 60 o más días, pone en aprietos el flujo de caja de aquella y limita profundamente su capacidad para crear empleo e inversión. Incluso, en muchos casos la obliga a tener que buscar financiamiento alternativo para cumplir obligaciones tributarias y administrativas.

La lectura ortodoxa y tradicional considera que las obligaciones y los costos son los problemas y hasta se ha

considerado “normal” el extendido plazo de pagos utilizado, lo cual es cuestionable, ya que tiene a Colombia dentro de los primeros países de la OCDE donde más días se demoran en pagar las empresas.

Pese a que en 2021 entró en vigencia la Ley 2024, conocida como la Ley de Pago a Plazos Justos, todavía no hay garantía real de que se esté cumpliendo la norma, tal como lo confirma Acopi².

Informalidad laboral

La Encuesta Mipyme también dejó ver que las empresas evaluadas contaban con Registro Mercantil y respectiva Renovación, así como su RUT o NIT; pero no todas cumplían con los aportes a salud y pensión, lo que tradicionalmente se conoce como informalidad laboral. Las Microempresas son las más proclives a incumplir dichos aportes.



² Ver artículo titulado: Pago a 60 días: ¿ficción? En: Portafolio, 31/08/2021. Disponible en: <https://bit.ly/3M3nYG9>. ACOPI (2021).

Porvenir te responde

¿Los colombianos sí nos podemos pensionar?

Esta y más dudas sobre el Sistema Pensional en Colombia, puedes resolverlas en **Porvenir te responde** de forma clara y sencilla.

Conoce aquí todo lo que necesites saber sobre las pensiones. Escanea el código QR. o ingresa a www.porvenir.com.co



Sociedad Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías Porvenir S.A.
Gerencia de Marketing 2018-221-7110

Parte de la explicación fue comentada antes, pero vale la pena llamar la atención sobre la necesidad de ahondar más en estudios que permitan comprender mejor las redes en las que se vinculan dichas empresas, así como los entornos y condiciones que cobijan a los empresarios, como la falta de ingresos diarios de los hogares, la migración, el contrabando y la ilegalidad, los cuales sin duda son también determinantes de la informalidad.

De otro lado es necesario resaltar que cada vez son más las mujeres

que hacen parte de la vida empresarial y que asumen la representación legal de las empresas.

Una interpretación de la Encuesta Mipyme indica que, en mayor proporción, las mujeres toman decisiones en el Sector Servicios y tienen más representación dentro de las empresas comerciales. No obstante, se observa todavía un rezago con respecto a los hombres.

Las mujeres dueñas de empresas poseen en mayor proporción la mitad de

la propiedad de las empresas, es decir, que cerca de 7 de cada 10 mujeres alcanza ese nivel de participación, según el Estudio realizado.

"Cada vez son más las mujeres que hacen parte de la vida empresarial y que asumen la representación legal de las empresas"

Vocación exportadora

De otro lado, la Gran Encuesta Mipyme 2021 mostró también que la estructura productiva del país es débil y muy frágil, al igual que su vocación exportadora.

No es un secreto que el país ha abandonado ramas de producción que otrora había conquistado y que ahora, por diversas razones, se han perdido.

Por esta vía la economía nacional entró en un estado de mayores importaciones, tanto de insumos, como de

bienes finales, lo que ha aumentado el déficit comercial y ha puesto en jaque la producción nacional, el empleo y la inversión, erosionando incluso la industria.

Sin vocación exportadora y con una devaluación que llegó al 16% en 2021, urge promover espacios de reflexión para imaginar políticas que recuperen el camino comercial perdido y reduzcan los impactos empresariales negativos. Políticas sectoriales de fomento y de

apoyo a los exportadores son necesarias en las condiciones de rezago en que se encuentra la economía nacional.

Además, si se reconoce sinceramente el cambio climático y la necesidad de avanzar en su mitigación, seguramente que las alternativas que surjan traerán consigo una revitalización de la estructura productiva y una reconversión tecnológica que podría ampliar la oferta exportable del país y generar nuevos puestos de trabajo. ■



Construyendo productividad

Pandemia y guerra son dos situaciones que han convulsionado al mundo. Ambos fenómenos han generado efectos impensables y cambios forzados que han exigido respuestas acertadas y ágiles para garantizar el bienestar social.

En solo 3 años, de 2019 a 2022, el mundo tuvo un cambio vertiginoso, el futuro se presentó en forma de reto para la subsistencia humana y nos exigió ajustes en los esque-

mas productivos, las estrategias empresariales y las formas de contratación laboral.

Cafam no ha sido pasivo ante la situación, por el contrario, ha activado espacios de creatividad y resiliencia en la búsqueda de respuestas ágiles a las necesidades empresariales para la recuperación económica, la sostenibilidad y la productividad y así ha aportado un grano de arena al crecimiento económico.



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

EDUCACION

La pandemia obligó a cambiar los espacios físicos por la virtualidad y las técnicas de pedagogía se acoplaron para evitar atrasos en el aprendizaje. Pero esa situación abrió la posibilidad de una nueva formación mediante el uso de recursos tecnológicos que facilitan el aprendizaje y la comunicación. En respuesta, Educación Cafam planteó mayor integración en los diferentes niveles académicos para adaptarse a las capacidades individuales de los estudiantes y conectarse con el mundo productivo desde las primeras etapas de formación, incluso los jardines.



UNIVERSIDAD

Con la Fundación Universitaria Cafam se tiene vínculo permanente y se logró que algunas materias vistas en los Centros de Educación para el Trabajo se homologuen via créditos académicos, complementando así el desarrollo profesional de los alumnos.

A su vez la Universidad se ha convertido en un ente de investigación aplicada con capacidad de generar estudios y asesorías para las empresas.



actualizan en línea para ajustar sus contenidos. Los alumnos, al finalizar estudios técnicos están preparados para su buen desempeño laboral, para ser emprendedores o para continuar estudios profesionales.

CAPACITACIÓN

La veloz evolución tecnológica y la tendencia a nuevos modelos laborales han obligado a las empresas del ecosistema laboral a renovarse, a ajustar sus metodologías para preparar los trabajadores del futuro.

Cafam ha respondido a este reto con nuevas metodologías de análisis psicosocial que permiten diagnosticar las reales características y capacidades de los alumnos. Además, ha avanzado en el diseño de modelos para la creación de pequeñas y medianas empresas sostenibles, innovadoras y competitivas.

De igual forma, con la Agencia de Empleo y otras fuentes de información se conocen expectativas sobre la demanda laboral a corto y mediano plazo. Con estos dos insumos se desarrollan los programas académicos que se

EMPLEO

En la actualidad, el mundo del trabajo ha cambiado. Las empresas requieren candidatos con cualidades técnicas muy específicas y con habilidades blandas (flexibilidad, adaptación, comunicación, trabajo en equipo). La Agencia de Empleo de Cafam es la puerta de entrada a la productividad empresarial y al mundo del mecanismo de protección al cesante, para lo cual cuenta con un fondo de destinación específica.

Con estos recursos se apoya a los empresarios con asistencia técnica para mejorar la productividad de sus procesos clave, a los afiliados a mejorar su desempeño laboral, a la población cesante con la búsqueda de oportunidades laborales, la capacitación para fortalecer competencias y el subsidio al desempleo.



BIENESTAR

Contribuir a hacer ambientes laborales más productivos que procuren bienestar a las familias de los afiliados es uno de los principios de Cafam. Por esa razón es una Corporación de Bienestar que permea todos los servicios de la Caja.

Los planes de bienestar coordinados con la asistencia técnica para

la productividad son un novedoso mecanismo que combina la recreación, la salud, la cultura, programas de vivienda, el apoyo del crédito, la formación integral desde los primeros años de vida hasta el acompañamiento en las etapas finales. Cafam logra acoplar toda esa cadena y ajustarla también a las necesidades de los empresarios.

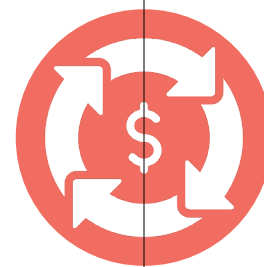
La Caja no se queda quieta, siempre está promoviendo nuevos proyectos en sus diferentes áreas y todos están enmarcados en este novedoso modelo de gestión colaborativa con las empresas. Cafam considera que este enfoque, sin duda, permitirá afrontar este dinámico y cambiante mundo empresarial que hoy tiene retos de resiliencia, recuperación económica y creatividad.



"Cafam siempre está promoviendo nuevos proyectos en sus diferentes áreas y todos están enmarcados en este novedoso modelo de gestión colaborativa con las empresas."

Los retos empresariales y la Conducta Empresarial Responsable

Cámara de Comercio de Bogotá¹



Las empresas son un actor fundamental en la economía y en la sociedad de cualquier territorio, permiten dinamizar el consumo y la producción de bienes y servicios y también generan empleo y, de esta manera, crean condiciones para mejorar la calidad de vida de la población. Por esa razón, la creación de entornos competitivos para el desarrollo de

¹ Firmado institucionalmente.

las empresas es fundamental para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza.

De hecho, la Constitución Política de Colombia, en su artículo 333, le asigna un doble rol al derecho de la libertad de empresa, en el cual se señala que los/as empresarios/as son tanto sujetos como promotores/as de derechos. Como sujetos de derechos tienen libertades económicas, de oficio y de trabajo; y, como promotores/as de derechos contribuyen a las finanzas públicas y privadas, y la garantía

de otros derechos humanos; esto quiere decir que las empresas son fuente del bienestar social y económico.

Teniendo en cuenta que la pandemia de la covid-19 trajo varios retos en cuanto al crecimiento económico y a la ampliación de brechas entre grupos poblacionales, en este documento se destacan tres grandes retos para las empresas durante el 2022: 1. La recuperación del empleo y la actividad económica; 2. La reducción de brechas de género en el desarrollo empresarial; y 3. La

difusión de conocimiento en torno al rol empresarial en materia de descarbonización y acción climática.

Los desafíos aquí planteados surgen del análisis de los resultados de importantes operaciones estadísticas, como la Encuesta MiPyme ANIF 2021-I y dos encuestas de la Cámara de Comercio de Bogotá realizadas en el segundo semestre de 2021: la Gran Encuesta del Empresariado de Bogotá y Cundinamarca y la Encuesta de Descarbonización y Acción Climática.



Reto número 1.

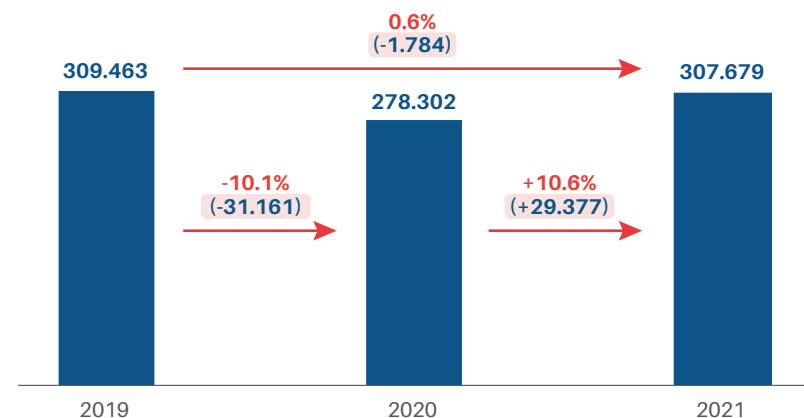
Recuperación económica con retos en emprendimiento

Las recientes publicaciones del DANE muestran un retorno a la senda de crecimiento en la producción nacional y distrital. Particularmente, el PIB nacional aumentó 10,6 % entre el 2020 y el 2021; de igual manera, se observó un incremento similar en Bogotá, el cual alcanzó el 10,3 %. Así mismo, al verificar las tasas de crecimiento entre el 2021 y el período previo a la pandemia, se identificó un aumento del 2,8 % en el país y de 3,2 % en la capital, esto ocurrió en todos los sectores, a excepción de construcción y minería.

En cuanto a la creación de empresas, se identificó una recuperación importante en el 2021 frente a 2020, pero esta variable presenta todavía un rezago respecto al 2019. De acuerdo con las cifras publicadas por Confecámaras e incluidas en la gráfica 1, en el 2021 se registró un total de 307.679 empresas creadas, que representan un crecimiento del 10,6 % respecto al 2020; sin embargo, este número sigue siendo inferior al presentado en el 2019 en 0,6 %. Es decir que, a pesar del impacto económico negativo tan profundo que recibió el tejido empresarial del país durante la pandemia, la dinámica empresarial muestra que se encuentra en una senda de reactivación y de recuperación.

De igual manera, en Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el 2021, el número de empresas creadas fue de 85.267, esto representa un aumento del 13 % en relación con el 2020; sin embargo, también se observó una disminución del 7 % con respecto al 2019. Es importante resaltar que Cundinamarca tuvo una recuperación mayor a la que se ha presentado en Bogotá, puesto que el departa-

Gráfica 1. Número de empresas creadas en el país entre 2019, 2020 y 2021



Fuente: Confecámaras, 2022.

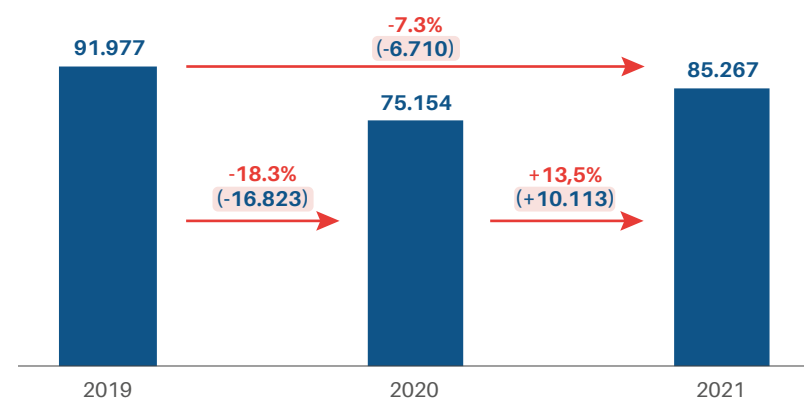
mento contaba con 1.351 empresas creadas más que en el 2019, lo que significa un crecimiento del 10 % entre el año previo a la pandemia y el 2021.

Para 2022 ya se observa una consolidación del proceso de recuperación pues, durante el período de renovaciones de matrículas mercantiles, que corresponden al primer trimestre de cada año, en el caso de la jurisdicción de la Cámara de

Comercio de Bogotá, el número de empresas renovadas fue de 300.889, esto es 4 % más que en 2021. Frente a 2020 y 2019, persiste una diferencia de -1 %, por lo que el reto de la política pública es entonces recuperar los niveles de renovación y actividad empresarial vistos antes de la pandemia.

Para lo anterior, es importante fortalecer los instrumentos que creó el Gobierno

Gráfica 2. Número de empresas creadas en la región Bogotá-Cundinamarca



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Dinámica Empresarial.

nacional y el Gobierno distrital para atender durante la pandemia, como el Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF), devolución del IVA, Unidos por Colombia, el Programa de Apoyo para

el Pago de la Prima de Servicios (PAP), entre otros. Estos programas cumplieron un rol importante en preservar el tejido empresarial, el empleo, así como también en la mitigación de la pobre-

za, como lo mostró el Banco Mundial (2020). Es así como ahora deben consolidarse en herramientas para recuperar y superar los niveles de emprendimiento vistos antes de la pandemia.



Reto número 2.

Equidad de género en las empresas

La pandemia profundizó las inequidades del mercado laboral, el sector empresarial (OIT, 2021) y en el bienestar de la población. De acuerdo con las estadísticas del DANE, la brecha en la tasa de desempleo entre hombres y mujeres alcanzó los 8.8 puntos porcentuales en el 2020; de igual manera, el porcentaje de hogares pobres encabezados por mujeres alcanzó un 46,7 %, mientras que el de los hombres fue de 40,1 % en ese mismo año.

Esto, a su vez, representa una oportunidad para visibilizar las brechas, mejorar los mecanismos de medición y consolidar planes para atenderlas con políticas públicas activas. A partir de los instrumentos estadísticos de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y de ANIF, se ha identificado la existencia de la subrepresentación de las mujeres en la toma de decisiones empresariales. En principio, de acuerdo con la encuesta de ANIF, se encuentra que en los tres sectores económicos (comercio, industria y servicios), los hombres son los principales tomadores de decisiones; por ejemplo, se observa que, en el sector de comercio, en el 62 % de las empresas son ellos quienes toman las principales decisiones, así como en el 63 % de las empresas del sector industrial y el 59 % de las que pertenecen al sector de servicios.

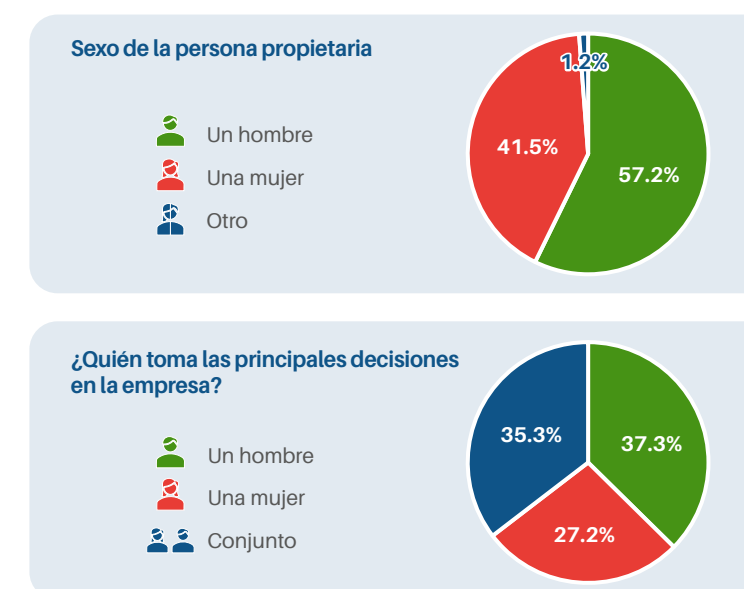
La encuesta Mipyme realizada por ANIF también revela unas diferencias amplias según el tamaño de la empre-

sa; de acuerdo con estos resultados, se observa que, en el 71 % de las microempresas del sector comercial, los hombres son quienes toman las principales decisiones, en contraste con el 54 % de las pequeñas empresas del mismo sector. No obstante, en ningún sector y en ningún tamaño de empresa se identifica una participación superior al 50 % de las mujeres en la toma de decisiones.

Los resultados se encuentran en línea con lo que identificó la CCB en la

Gran Encuesta del Empresariado, en la que se observó que el 57,2 % de las empresas tienen como único propietario a un hombre, mientras que el 41,5 % tienen a una mujer como propietaria. Así mismo, la encuesta indicó que el 37,3 % de las empresas de la región Bogotá-Cundinamarca afirmó que un hombre toma las principales decisiones de la empresa, el 27,2 % señaló que es una mujer quien ejerce ese rol, y el 35,3 % restante afirmó que las decisiones se tomaron en conjunto.

Gráfica 3. Sexo de la persona propietaria y de quien toma las principales decisiones en la empresa



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Gran Encuesta del Empresariado 2021.

Durante los últimos años, la Conducta Empresarial Responsable se ha fortalecido, una muestra de ello es la incorporación de metas asociadas a la inclusión de población diversa, objetivos que permitan alcanzar la equidad de género, entre otras. En ese sentido y de acuerdo con la encuesta de ANIF, se identificó que el 84 % de las Mipymes en el sector de comercio, el 77 % en el sector de industria y el 77 % en el sector de servicios cuentan con objetivos y metas asociados a equidad de género. Sin embargo, hay unas diferencias importantes en cuanto al tamaño de la empresa: mientras el 27 % de las microempresas reportaron no tener ninguna meta relacionada con este tema, el porcentaje en medianas fue del 6 %.

Los resultados de la Gran Encuesta del Empresariado de Bogotá muestran que el liderazgo de las mujeres en las empresas está asociada a mayor equidad. Esto se observa en que se desagregan 5 fenómenos particulares:

- 1 Cuando las mujeres toman las principales decisiones de las empresas, el porcentaje de cargos de toma de decisiones ocupados por mujeres es del 69,1 %. En el caso de los hombres, quienes toman las decisiones, este porcentaje es del 21,8 %.
- 2 Cuando las mujeres toman las principales decisiones de una empresa, el 54,4 % de las personas que trabajan en la empresa son mujeres. Cuando es un hombre quien toma las decisiones, el porcentaje de mujeres que trabaja en la empresa es del 21,2 %.
- 3 El 43,7 % de las empresas cuentan con objetivos o metas respecto a la equidad de género, cuando las decisiones son tomadas por una mujer; cuando es un hombre quien decide, el porcentaje de empresas que cuentan con metas respecto a la equidad de género es del 38 %.
- 4 El 53,6 % de las empresas cuentan con protocolos establecidos para atender casos de acoso sexual, si quien toma las decisiones es una mujer. En contraste, si quien decide es un hombre, solo el 38,9 % de las empresas cuentan con estos protocolos.
- 5 El 43,7 % de las empresas con liderazgo femenino tienen metas de inclusión de población LGBTI, mientras que este porcentaje es del 31 % si son lideradas por hombres.

Gráfica 4. Equidad en las empresas a partir del sexo de quienes toman las principales decisiones

	Porcentaje de cargos directivos o de toma de decisiones ocupados por mujeres	Porcentaje de mujeres que trabajaron en la empresa	Cuentan con objetivos o metas respecto a la equidad de género	Cuentan con un protocolo establecido para atender casos de acoso sexual	Cuentan con objetivos o metas asociadas a la inclusión de la población LGBTI
 Si quien toma las decisiones principales es mujer	69.1%	54.4%	53.9%	53.6%	43.7%
 Si quien toma las decisiones principales es hombre	21.8%	21.2%	38.0%	38.9%	31.0%
 Si quien toma las decisiones principales es en conjunto	41.6%	38.1%	48.2%	44.9%	22.0%

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Gran Encuesta del Empresariado 2021.

Estos resultados se complementan con la necesidad de promover al interior de las empresas las políticas de generación de empleo inclusivo. Eso debido a que, en gran parte, la pandemia significó un aumento importante en las brechas de género existentes. Por ejemplo, en el último trimestre móvil del 2021, mientras en el país el desempleo de mujeres fue de 17,2 %, en hombres fue de 9,8 %, lo que representa una brecha de 6,7 puntos porcentuales en contra de las mujeres. De hecho, en el trimestre enero - marzo de 2021 se observó la mayor

brecha de la pandemia con un valor de 9 puntos porcentuales producto de una tasa de desempleo de 12 % para hombres y 21 % para mujeres. En el caso de las mujeres jóvenes, la brecha es aún mayor; particularmente, aunque el 2021 cerró con una diferencia de 9,8 puntos porcentuales más de desempleo para mujeres jóvenes, en julio - septiembre de 2020, la brecha alcanzó a ser de 14,7 puntos porcentuales.

El reto para el 2022 y los años posteriores en cuanto a oportunidades

laborales y de emprendimiento para mujeres es claro. Se debe trabajar en generar mayores posibilidades en términos de participación laboral, en fortalecer las opciones de liderazgo femenino y en diseñar incentivos a las empresas para vincular mujeres a su nómina con programas como Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF). Todo eso, vale la pena insistir, con énfasis en mujeres jóvenes, pues son quienes presentan las mayores vulnerabilidades en términos económicos.

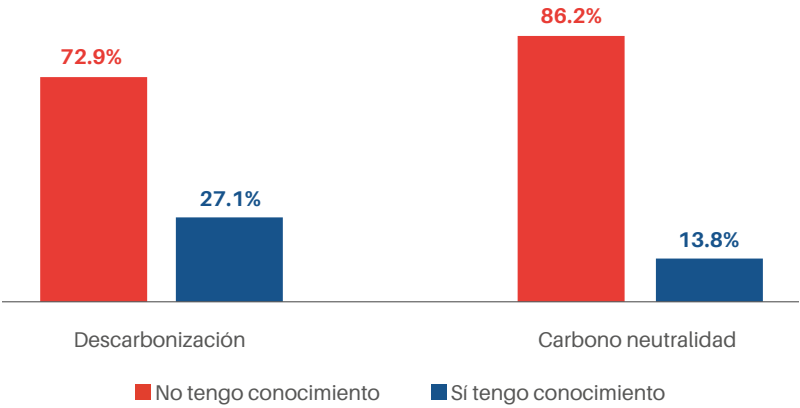


Reto número 3.
Lucha contra el cambio climático

Como se mencionó anteriormente, el rol de las empresas en la sociedad trasciende a la capacidad productiva o de generación de empleo, las empresas son un actor fundamental para la lucha contra el cambio climático. Los riesgos asociados a este fenómeno son más complejos que los relacionados a los retos anteriores, en la medida en que sus consecuencias se observan en el futuro. Por esta razón, el cambio climático es el tercer reto del 2022 y los años posteriores.

Consciente de la importancia de promover una transición a modos de producción que reduzcan la huella de carbono, la Cámara de Comercio de Bogotá lanzó, el pasado 9 de febrero de 2022, la encuesta de Descarbonización y Acción Climática, en la cual se evidenció que las empresas tienen todavía un gran camino por recorrer en la generación de capacidades para enfrentar el cambio climático y la descarbonización. La mayoría de las firmas considera que la falta de conocimiento para implementar medidas, el desconocimiento de la normati-

Gráfica 5. Porcentaje de empresas que tienen conocimiento sobre la descarbonización o sobre la carbono neutralidad



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta de Descarbonización y Acción Climática 2021.

vidad relacionada y sobre los proyectos en los que podrían participar son los principales retos en el tema.

En particular, se observó que el 73 % de los/as empresarios/as encuestados/as no conoce qué es la descarbonización, el 86 % no sabe qué es la carbono neutralidad y 57 % no está

informado que existen metas para el país en reducción de gases de efecto invernadero. Así mismo, se identificó que cuatro de cada diez empresas encuestadas no ven una relación entre su actividad empresarial y el cambio climático, y solo 2 de cada 10 empresas percibe una relación directa entre sus operaciones y esta problemática.

A pesar del bajo conocimiento reportado, los/as empresarios/as sí asocian el cambio climático como un factor de riesgo para la operación de su empresa. En la gráfica 6, se observa que el 59,7 % asocia un aumento de precio de las materias primas al cambio climático, un 33,9 % al incremento de desastres naturales y un 33,5 % a cambios en temperaturas y, en proporciones similares, a fenómenos como cambios en patrones de lluvias. Finalmente, un 31,1 % de las empresas asocian el cambio climático a cambios en preferencias de consumidores y cambios legislativos que les generen costos.

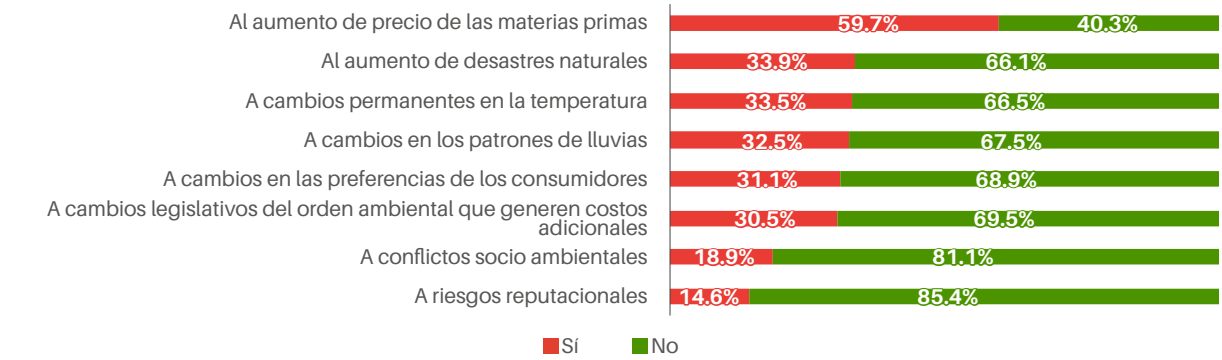
En cuanto a los retos internos para luchar contra el cambio climático, tal

como se observa en la Gráfica 7, las empresas encuestadas identificaron que los mayores retos están en la falta de conocimiento y en el hecho de que no existen herramientas a las que pueden acceder para tomar decisiones informadas frente a posibles proyectos o iniciativas que puedan desarrollar. Así mismo, seis de cada diez empresas encuestadas afirmaron que no han realizado acciones para hacerle frente al cambio climático.

De esta manera, este diagnóstico genera una hoja de ruta en términos de acercar a los/as empresarios/as a la oferta de instrumentos para implementar medidas específicas para hacer una transición efectiva hacia la descar-

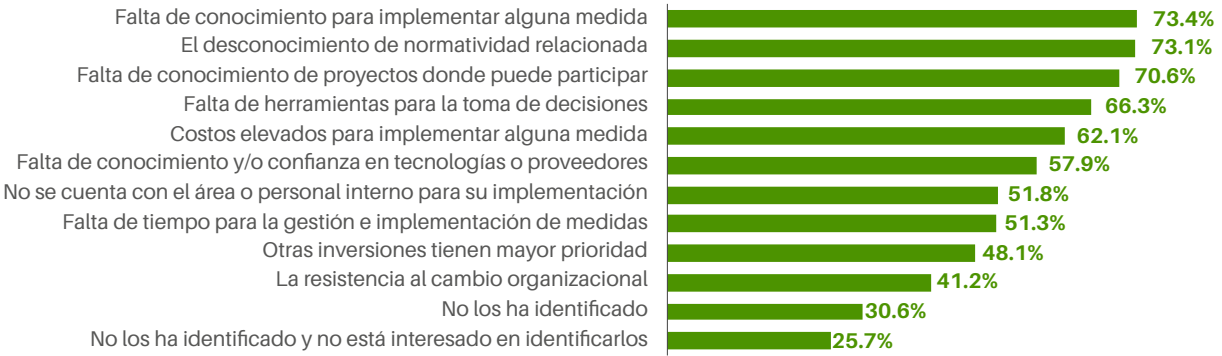
bonización. Esto en la medida en que existe una motivación del 80,8 % de las empresas para acercarse a tecnologías amigables al medio ambiente, en un 79,5 % para acceder a beneficios tributarios por realizar inversiones en control o mejoramiento ambiental, en un 76,4 % para visibilizar los esfuerzos en gestión del cambio climático, entre otros incentivos. En la medida en que entidades como la Cámara de Comercio de Bogotá, en conjunto con el Gobierno nacional, avancen hacia la generación y socialización de instrumentos para la descarbonización, más empresas conocerán sus beneficios y estarán dispuestas a integrarse a cadenas de producción que generen una menor huella ambiental.

Gráfica 6. Riesgos a los que los/as empresarios/as consideran que está expuesta su empresa en relación con el cambio climático.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Descarbonización y Acción Climática 2021.

Gráfica 7. Retos internos que ha identificado su empresa para avanzar hacia la mitigación y adaptación al cambio climático



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Descarbonización y Acción Climática 2021.

Conclusiones

Las acciones y los retos propuestos en este documento se deben trabajar de manera conjunta a través de la triada Estado, empresas y sociedad. Mediante la generación de conocimiento del segmento empresarial se podrá consolidar la recuperación económica, se podrán reducir las inequidades en la toma de decisiones entre hombres y mujeres y mitigar los efectos sobre el medio ambiente en la actividad económica.

A pesar del profundo impacto económico que la pandemia trajo para el bienestar de la población, en este documento se evidenció cómo la economía y el tejido empresarial nacional y de Bogotá y Cundinamarca muestran señales de reactivación y de recuperación. De igual manera, se señaló que existe un proceso de fortalecimiento del entorno para los negocios, a través de políticas públicas pertinentes para la protección al empleo y la creación de nuevas empresas en el país y en la región, las cuales deben fortalecerse en los próximos años para el cierre de brechas y la generación de crecimiento económico.

En cuanto al rol social de las empresas, en especial en relación con la equidad de género y los esfuerzos por la descarbonización y la acción climática, se señaló la importancia de la generación de conocimiento, y la relevancia de las encuestas implementadas por ANIF y la CCB. Esto permitió identificar problemáticas que ya se habían documentado, como la baja representación de las mujeres en las empresas, pero también permitió visibilizar el rol que ellas vienen ejerciendo alrededor de la promoción de la equidad. Por otra parte, en cuanto a la acción climática, se evidenció que es importante mejorar los mecanismos de información para las empresas, así como en acompañarlas en la implementación de acciones concretas.

Referencias

■ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Gran Encuesta del Empresariado de Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB 2021. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2022. Disponible desde Internet en: <https://www.ccb.org.co/observatorio/view/content/245041/full/1/241908?languageCode=esl-CO>

■ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Encuesta de Descarbonización y Acción Climática 2021. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2022. Disponible desde Internet en <https://www.ccb.org.co/observatorio/content/download/246519/file/2022.02.17%20-%20Encuesta%20de%20descarbonizaci%C3%B3n%20y%20acci%C3%B3n%20clim%C3%A1tica%20+%20guia.pdf>

■ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Dinámica empresarial de Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2022. Disponible desde Internet en <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial>

■ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Encuesta Clima de los Negocios 2021. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2021. Disponible desde Internet en https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/27512/CCB_EL_clima_de_negocios%20_Final.pptx?sequence=1&isAllowed=y

■ CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS ANIF. Encuesta MiPyme ANIF 2021 – I. Bogotá: 2022. Disponible desde Internet en: <https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/encuesta-mipyme-anif/>

■ CONFECÁMARAS. Informe de Dinámica de creación de empresas en Colombia, enero - diciembre 2021. Bogotá: Red de Cámaras de Comercio, 2022. Disponible desde Internet en <https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2022/Informe%20Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%202021.pdf>

■ CONSEJERÍA PRESIDENCIAL PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER. Impactos socioeconómicos del covid-19 en las mujeres (IV): medidas económicas de mitigación. Bogotá: 2020. Disponible desde Internet en: https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/publicaciones/Publicacion_63.pdf

■ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Gran Encuesta Integrada de Hogares. Bogotá: DANE, 2022. Disponible desde Internet en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

■ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Cuentas nacionales. Bogotá: DANE, 2022. Disponible desde Internet en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>

■ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). Observatorio de la OIT: La COVID-19 y el mundo del trabajo, octava edición. Octubre de 2021. Disponible desde Internet en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_824092.pdf

Innovación y digitalización: pilar del crecimiento de las MiPymes

Equipo de investigadores de ANIF



El compromiso de ANIF con el crecimiento económico del país motivó en 2006 la creación de la Gran Encuesta Pyme (GEP) y en 2018 la de la Gran Encuesta a las Microempresas (GEM). Eso, con el propósito de hacer un seguimiento periódico al estado y crecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios de los sectores de industria, comercio y servicios. En 2021 ANIF inició un proceso de reestructuración y renovación de las encuestas que dio paso a una muestra consolidada con los tres tamaños de empresa, la "Encuesta MiPyme ANIF". Los cambios que se realizaron en el cuestionario, tamaño de la muestra y representatividad persiguen el objetivo de establecer la EMP como una estadística oficial de Colombia, de tal forma que el país cuente con una fuente de información oficial, periódica y estadísticamente significativa sobre el segmento MiPyme.

En esa misma línea, desde 2020 incorporamos dos módulos (comercio exterior y servicios WEB) que permiten evaluar el nivel de innovación y competitividad de las MiPymes. Dos factores claves para el crecimiento de las empresas y el desarrollo del país. En este artículo nos enfocaremos en analizar el uso de servicios WEB por parte de las empresas. Para eso realizamos una serie de ejercicios econométricos que buscan identificar los factores que inciden en la adopción de este tipo de tecnología por parte de las empresas.

Transformación digital en las MiPymes colombiana

Como hemos señalado en varios de nuestros informes, las MiPymes en Latinoamérica muestran un rezago considerable en cuanto a innovación y productividad si se les compara con las grandes empresas (ver CEPAL 2020). Lo anterior se ve reflejado en la poca inversión en innovación, más del 40% de las empresas no realizan ninguna acción de mejoramiento y, de hacerlo, la mayoría se enfoca en la obtención de certificado de calidad (33%). Eso dificulta la generación de bienes y servicios con mayor valor agregado y a un menor costo.

Siendo así, uno de los temas de particular interés para ANIF es el acceso por parte de las MiPymes a servicios digitales y procesos de modernización interna. Dado que estas herramientas les permiten a las MiPymes cerrar sus brechas en productividad y romper el círculo vicioso de baja productividad-innovación, bajo crecimiento y baja formalidad y acceso al crédito.

En ese sentido, para dar a conocer algunos de los factores que podrían incidir en

el acceso de las firmas a servicios digitales, realizamos análisis econométricos, a partir de los resultados de la Encuesta MiPyme ANIF, que buscan identificar las características, tanto de las firmas como de los dueños de las empresas, que tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de tener servicios digitales en la Nube. Específicamente, corrimos modelos Logit, empleando como variable dependiente si la firma cuenta o no con servicios digitales. En cuanto a las variables explicativas, incluimos características que pueden ser relevantes, como el tamaño de la firma (medida a través del número de empleados y el nivel de ventas en 2019) y la actividad económica. Así mismo, incluimos variables relacionadas con el dueño de la empresa, tales como el nivel de educación, el sexo y el rango de edad en el que se encuentra. Finalmente, algunas variables que emulan la formalidad de la empresa, como el hecho de contar con NIT o tener certificaciones de aportes a salud y pensión.

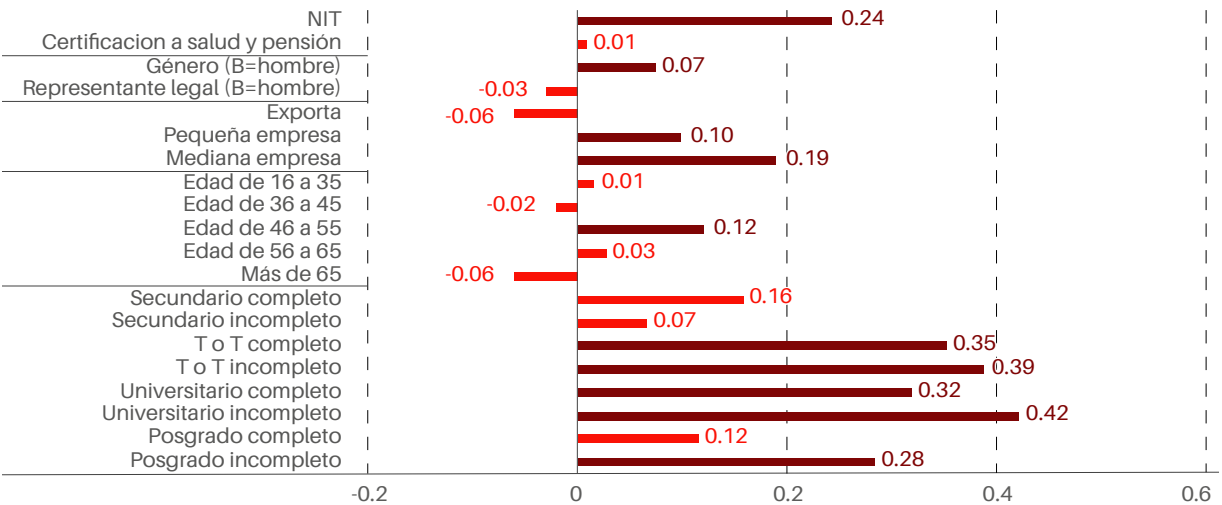
Con todo lo anterior, presentamos resultados de los ejercicios econo-

métricos para el total de las firmas, así como separando por grandes sectores: industria, comercio y servicios. Los gráficos que presentamos a continuación contienen los efectos marginales sobre la probabilidad de responder afirmativamente la pregunta de la variable dependiente. Además, la intensidad del color de cada barra indica si el efecto hallado es estadísticamente significativo (azul oscuro). Finalmente, no sobra decir que en ningún caso estos resultados pueden ser tomados como efectos causales, puesto que los ejercicios no están diseñados para ese fin.

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

En el Gráfico 1 se observa la estimación para el total nacional con las características de la firma y del dueño. Aquí destaca que tener NIT aumenta la probabilidad de contar con servicios web en 24%. No así contar con certificación de cotización a salud y

Gráfico 1. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma. Total nacional ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



pensión y si la empresa exporta, en la cual existe una relación negativa con los servicios de computación en la nube, aunque su significancia estadística es nula.

En cuanto a los tamaños de la empresa, se evidencia una relación positiva; es decir, entre más grande la empresa, mayor es su probabilidad de contar con servicios web. Puntualmente, si la empresa es pequeña, la probabilidad aumenta en 10% y si

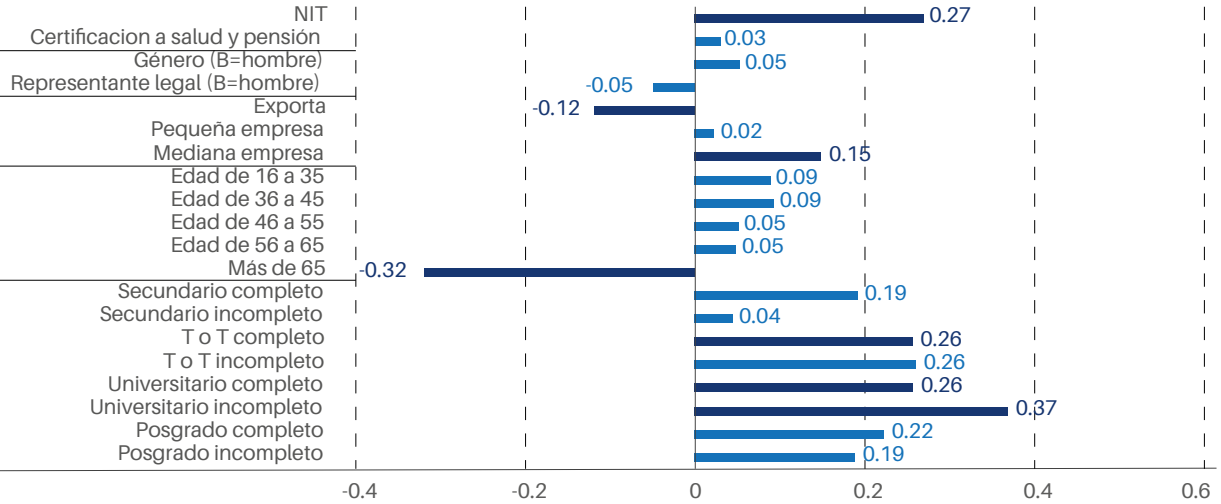
es mediana, la probabilidad aumenta a un 19%.

Por otro lado, en cuanto a las características del dueño, se observa que, si es hombre, aumenta la probabilidad de contar con estos servicios en un 7%. Caso contrario cuando su representante legal es hombre, lo cual reduce la probabilidad, aunque no es relevante en términos estadísticos. Así mismo, el nivel educativo del dueño de la empresa o encargado de la toma

de decisiones tiene efectos positivos: puede identificarse que contar con algunos niveles educativos (como un técnico o tecnólogo, universitario, completo e incompleto, así como un posgrado) la probabilidad de contar con estos servicios incrementa considerablemente. Para el caso de técnico o tecnólogo completo, la probabilidad aumenta en 35%. Para universitario, el porcentaje es de 32%. Finalmente, en el caso de posgrado, la probabilidad incrementa en 28%.

Resultados diferenciados por sector económico

Gráfico 2. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma. Sector comercio ¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



Una vez presentadas las regresiones de todas las firmas de la encuesta, continúa la presentación de los resultados que arrojan esas mismas regresiones, pero diferenciadas por sector económico. Para el caso del comercio, el Gráfico 2 muestra cómo las características de la firma y su dueño inciden en el uso de tecnologías digitales.

Se encontró que, cuando la empresa cuenta con NIT, su probabilidad de

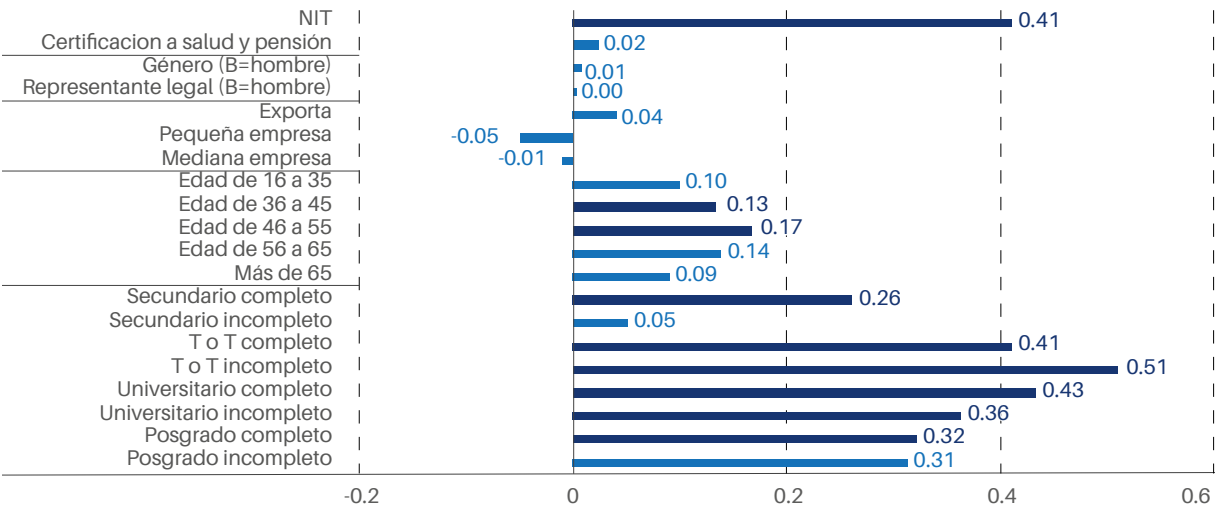
usar estos servicios incrementa en 27%. También hay una relación positiva con el hecho de tener certificaciones de salud y pensión, aunque sin relevancia estadística.

Por tamaño de empresa, al igual que la estimación para el total nacional, hay una relación positiva. Las medianas empresas aumentan la probabilidad en 15%. Respecto a las pequeñas empresas, si bien se evidencia una

relación positiva, su efecto es estadísticamente nulo. Exportar en este caso tiene una relación negativa; es decir, si la empresa exporta, esto reduce la probabilidad de contar con servicios en la nube en 12%.

En cuanto a características del dueño, en términos de género destaca que ninguna de las variables (tanto si el dueño de la empresa o el representante son hombres), tienen signi-

Gráfico 3. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma. Sector industria
¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



ficancia estadística, por lo que no es posible atribuirle un efecto sobre los servicios web.

Por rangos de edad, se destaca el efecto negativo que tienen los rangos de edad más altos sobre el uso de estas herramientas; ser mayor de 65 años reduce la probabilidad en 32%. Efecto contrario se encuentra con el nivel educativo. Se encuentra una relación positiva y estadísticamente significativa cuando se cuenta con técnico o tecnólogo completo (26%), así como universitario completo (26%) e incompleto (26%).

Siguiendo la presentación por sector económico, en la industria también se puede evidenciar un efecto positivo de tener NIT sobre la probabilidad de usar servicios web, ver Gráfico 3. En lo que respecta al tamaño, se evidencia un efecto contrario al observado en el nacional y el sector comercio; parece haber una relación negativa entre el tamaño y la probabilidad de contar con computación en la nube, aunque con relevancia nula estadísticamente, por lo que no puede concluirse sobre su efecto.

En las características del dueño, el género tiene una relación positiva, pero sin efecto estadísticamente significativo. Caso similar sucede con el representante legal, variable sobre la que no es posible concluir efecto alguno.

Por edad, se encuentra que, si los dueños están en los rangos de 36 y 45 años, así como los de 46 a 55 años, la probabilidad aumenta en un 13% y 17%, respectivamente. Finalmente, la educación tiene una relación positiva con los servicios web; las categorías que son estadísticamente significativas son secundario completo, técnico o tecnólogo, universitario, tanto completos como incompletos, así como posgrado completo. El de mayor incidencia es el técnico o tecnólogo incompleto, aumentando la probabilidad en 51% y la de menor es el posgrado completo, con un aumento de 32%.

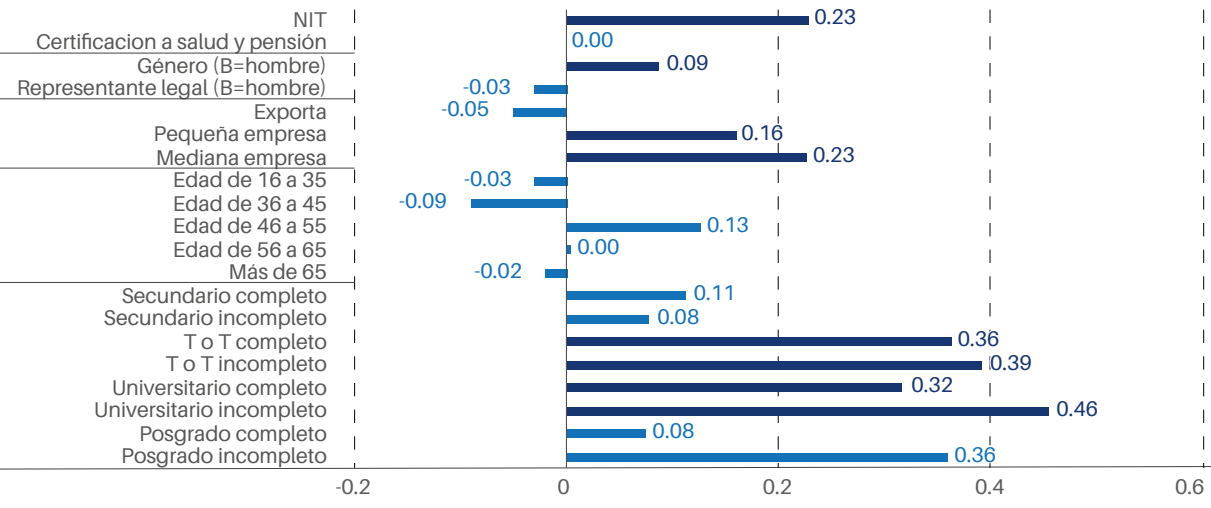
Finalmente, para el sector de servicios, se encuentra una relación positiva entre tener NIT y el aumento en probabilidad de contar con servicios web, con un 23%. En cuanto al tamaño, al igual que a nivel nacional, existe un efecto positivo y creciente. Las pequeñas

empresas presentan un aumento de probabilidad en 16% y las medianas en 23%, ver Gráfico 4.

En lo referente a las características del dueño, el género tiene un impacto positivo; si el propietario es hombre, la probabilidad de acceder a servicios web aumenta en 9%. Por rango de edad, en este sector no existe alguno que permita inferir un efecto estadístico. Por otro lado, los niveles educativos presentan una relación positiva con los servicios web; tener técnico o tecnólogo, así como universitario completo e incompleto, aumentan la probabilidad de que la empresa tenga servicios informáticos de computación en la nube.



Gráfico 4. Acceso a servicios en la web y en la nube - Características de dueño y firma. Sector servicios
¿Tiene Ud. acceso a servicios web - Computación en la Nube?



Síntesis de las estimaciones

Luego de realizar las estimaciones, con la intención de entender cómo diferentes características inciden en el acceso a estas tecnologías, encontramos algunas relaciones generales y particulares por sector económico que vale la pena destacar. En primer lugar, la variable proxy que usamos para identificar la formalidad (NIT) arrojó que, en todos los casos, tiene una relación positiva sobre la probabilidad de contar con servicios web. Dentro de los ejercicios estimados en esta sección, probamos incluyendo las varia-

bles de “RUT” y “Cámara de comercio o registro mercantil”, pero optamos por dejar únicamente NIT por la alta correlación existente entre estas variables.

Así mismo, el tamaño de la empresa presenta una relación positiva y creciente; es decir, que entre más grande es la empresa, mayor es su probabilidad de usar servicios web. Esto parece indicar que, cuando sus cadenas logísticas y operativas crecen conforme aumenta el tamaño de sus operaciones, requieren del apoyo en estas herramientas para facilitar los procesos internos.

Por otra parte, en las características del propietario, encontramos una relación inversa entre la probabilidad de contar con los servicios informáticos y la edad del dueño. Si bien no fue significativa en todos los casos, para el sector de comercio resultó impactar de forma negativa que el dueño tuviera más de 65 años. Esto apunta a que muchas veces la modernización tecnológica de las empresas depende del conocimiento

de las herramientas a disposición, lo cual depende del grado de familiaridad que se tenga con ellas. En muchas ocasiones las personas de mayor edad tienen una menor cercanía con el uso de este tipo de tecnologías.

En cuanto al nivel educativo, se evidencian resultados mixtos; en algunos casos algunas categorías de educación incompleta tienen una mayor incidencia en la probabilidad. Finalmente, el género del dueño resultó ser estadísticamente significativo en 2 de las 4 estimaciones.

En conjunto, nuestros resultados refuerzan lo mencionado en la última edición; la mayor parte de las empresas adoptó nuevas tecnologías para facilitar operaciones en medio de la emergencia sanitaria. Si bien fueron muchos los que se sumaron a estas iniciativas, en general, las personas más jóvenes, con mayor nivel educativo y de mayor tamaño de empresas, fueron quienes encontraron mayor éxito en la apropiación de estos servicios.



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.