

Año 2007

COYUNTURA PYME es una publicación  
de la Asociación Nacional  
de Instituciones Financieras - Anif

ISSN 1794-2381

**DIRECTOR**  
Sergio Clavijo

**SUBDIRECTOR**  
Carlos Ignacio Rojas

**INVESTIGADORES**  
Katherine Cartagena  
Carolina Gil  
Rogelio A. Rodríguez

**PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA**  
Sandra Venegas  
Luz Stella Sánchez

**EDITORIA**  
Ximena Fidalgo

**DISEÑO CARÁTULA**  
Zona Ltda.

**IMPRESIÓN**  
Punto & Línea Impresores

**DIRECTORA COMERCIAL Y DE MERCADEO**  
María Inés Vanegas / Publimarch Ltda.  
Teléfonos: 3101500 - 3101860 - 3102041  
Línea gratuita: 01 800 0119907  
Fax: 2170760 - 3124550  
Calle 70A No.7-86

**CORREO ELECTRÓNICO**  
anif@anif.com.co

**PÁGINA WEB**  
www.anif.org

ESTE DOCUMENTO SE FINALIZÓ  
EL 25 DE FEBRERO DE 2008

Tiene carácter confidencial y exclusivo.  
Puede ser utilizado sin restricciones  
por los abonados a los estudios  
de Mercados Pyme.  
Se prohíbe su reproducción con fines  
de publicación o divulgación a terceros.

# Coyuntura

## Pyme III · 2007

<b>Actividad Pyme en 2007</b>	<b>5</b>
Primer semestre de 2007	
Segundo semestre de 2007	
<b>Financiamiento a las Mipymes y la estrategia de la Banca de las Oportunidades</b>	<b>15</b>
Introducción	
Resultados de la banca privada	
La Banca de las Oportunidades	
Conclusiones	
<b>La importancia de una adecuada definición de las Pymes</b>	<b>21</b>
Unión Europea (UE)	
América Latina	
Colombia	
Conclusiones	
<b>El mercado peruano: una oportunidad diversificadora para la Pyme colombiana</b>	<b>29</b>
Introducción	
Breve repaso sobre el desempeño económico de la economía peruana	
Las relaciones comerciales entre Perú y Colombia	
Oportunidades para las Pymes: el caso del sector de plásticos y químicos	
Conclusiones	



## **Presentación**

El primer artículo de esta edición presenta los resultados de la Gran Encuesta Pyme realizada por Anif en el segundo semestre de 2007, que recoge la opinión de 1.559 empresarios Pyme para los sectores económicos de industria, comercio y servicios. En esta última medición se destaca un cambio en la opinión de los empresarios con respecto a la evolución de sus negocios en el primer semestre de 2007, la dinámica seguida por la utilización de la capacidad instalada en cada sector y las perspectivas relativamente optimistas de los pequeños y medianos empresarios para los próximos meses.

El segundo artículo presenta la evolución reciente del microcrédito. Allí se resalta su favorable comportamiento en los últimos años, y se comentan los novedosos incentivos generados para su desarrollo, tanto provenientes de políticas estatales como de origen privado.

El tercer artículo presenta un detallado análisis sobre la definición de una pequeña y mediana empresa (Pyme). Allí se concluye que la determinación de estratos empresariales es fundamental para consideraciones de política y para implementación de medidas de fomento mejor focalizadas.

Finalmente, el último artículo explora las oportunidades que brinda el acceso al comercio internacional, particularmente, se examinó el caso de dos sectores que en Colombia tienen un importante componente Pyme y cuyos productos son ampliamente demandados en Perú: los químicos y el plástico, mostrando que estos sectores tienen un buen potencial de internacionalización.

Esperamos que estos temas contribuyan a impulsar el conocimiento y fortalecimiento de este segmento empresarial por su gran importancia para el desarrollo del país.

Cordialmente,  
Sergio Clavijo  
Presidente de Anif



# Actividad Pyme en 2007

Carolina Gil\*

El año 2007 se caracterizó por ser uno de los más dinámicos de la historia de Colombia en términos de crecimiento económico. En efecto, en el acumulado al tercer trimestre del año el PIB mostró un incremento de 7.4% respecto al mismo período de 2006. No obstante, es claro que a partir del segundo trimestre de 2007 tuvo lugar una desaceleración gradual de la economía, pues de un crecimiento igual a 8.4% en el primer trimestre se pasó a uno de 6.6% en el tercer trimestre.

Según las cifras del Dane, los sectores de construcción, industria, transporte y comercio fueron los que más impulsaron la economía durante 2007. El crecimiento anual de cada una de estas agrupaciones al tercer trimestre del año alcanzó 13.0%, 12.0%, 11.4% y 11.1%, respectivamente. En el sector de la construcción se ha evidenciado la desaceleración más pronunciada, prin-

cipalmente por cuenta del subsector de edificaciones. Así mismo, aunque con menor intensidad, en los sectores de industria y comercio también es evidente una moderación del crecimiento a lo largo de 2007.

El segmento Pyme no ha sido ajeno a ese desempeño de los sectores económicos como un todo, lo cual es de esperarse dada la importancia que éste tiene en la producción nacional. Así, con el fin de corroborar el buen momento por el que pasaron las Pymes en 2007, en este artículo se presentan los principales resultados de la Gran Encuesta Pyme realizada por Anif en el segundo semestre de ese año, los cuales permiten hacer una lectura confiable de la evolución reciente de la actividad Pyme en el país.

---

\*Investigadora de Anif.

## Primer semestre de 2007

En el mes de septiembre de 2007 se llevó a cabo la cuarta medición de la Gran Encuesta Pyme, patrocinada por Bancóldex, la CAF y el Banco de la República, en la cual fueron entrevistados 1.559 empresarios Pyme de los sectores económicos de industria, comercio y servicios. Al interior de estos sectores, se indagó la opinión de empresarios pertenecientes a las 21 agrupaciones económicas con mayor participación de unidades empresariales pequeñas y medianas (según número de establecimientos). Para mayores detalles acerca de esta medición, ver la ficha técnica de la misma que se encuentra en el cuadro 1.

Los principales resultados del módulo de situación actual de la encuesta (en el

cual se sondeó la opinión de los empresarios acerca de la evolución de sus negocios en el primer semestre de 2007) señalan que, en general, ésta continuó siendo favorable. No obstante, se observó una tendencia negativa (desde 2006-I hasta 2007-II) en el porcentaje de aquellos que calificaron la situación general de sus empresas como mejor respecto al semestre anterior.

Si bien el porcentaje de empresarios que consideró que sus negocios empeoraron es bajo, en la última medición se evidenció cierto grado de deterioro de la situación general de las empresas de los tres sectores incluidos (industria, comercio y servicios). Estos resultados, en línea con lo esperado, reflejan el impacto que al nivel de firma tienen, entre otros, la evolución de algunas variables macroeconómicas, las medidas de política económica y las condiciones externas.

**Cuadro 1**  
**Ficha técnica Gran Encuesta Pyme 2007-II**

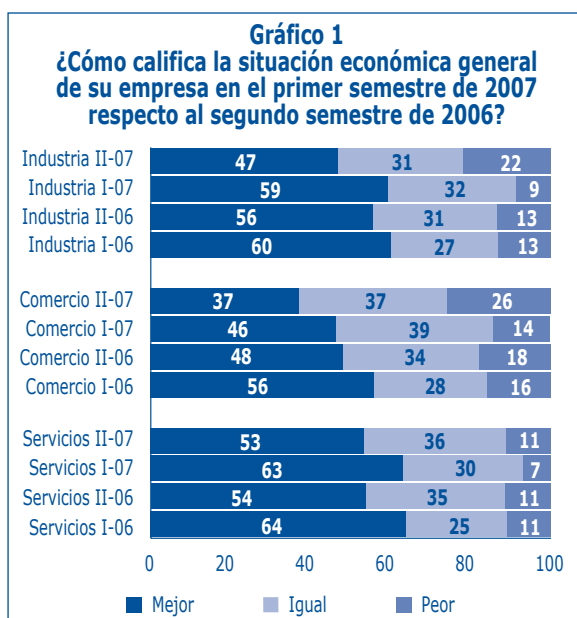
<b>Técnica:</b>	Entrevista telefónica, con aplicación de un cuestionario estructurado vía CATI (Computer Assisted Telephone Interview).
<b>Grupo objetivo:</b>	Directivos, o personas a cargo del área financiera de empresas con activos entre 217 y 13.011 millones de pesos o número de empleados entre 10 y 200 (Ley 905, 2004).
<b>Cubrimiento:</b>	Nacional (18 departamentos).
<b>Tipo de muestreo:</b>	Estratificado (sector y subsector económico) con selección aleatoria del marco de lista.
<b>Tamaño de la muestra:</b>	1.559 empresas: 828 empresas industriales, 385 empresas comerciales y 346 empresas de servicios.
<b>Margen de error:</b>	Menor a 5% al nivel de los macrosectores y al 12% al nivel de los subsectores.
<b>Frecuencia:</b>	Semestral.
<b>Medición:</b>	Septiembre de 2007.
<b>Realizado por:</b>	Ipsos-Napoleón Franco.

## Sector industria

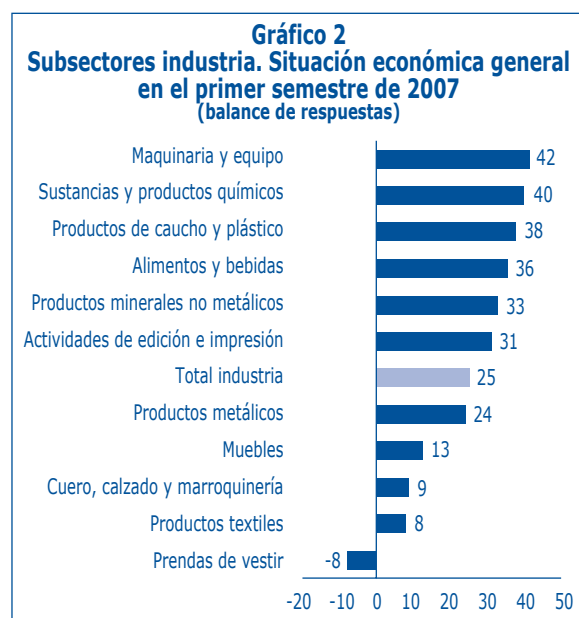
El 47% de las Pymes industriales encuestadas consideró que su situación económica general mejoró en el primer semestre de 2007 (gráfico 1). Si bien dicho porcentaje continúa reflejando un buen desempeño de las Pymes, al compararlo con los obtenidos en las mediciones anteriores de la encuesta (iniciada en el primer semestre de 2006) se observa que éste es el más bajo, aproximadamente 13 puntos porcentuales inferior al registro de la primera medición. Así mismo, mientras que en marzo de 2007 únicamente el 9% de los empresarios consultados consideró que su situación había empeorado, en la última medición este porcentaje ascendió a 22%.

Al interior de la industria, los subsectores en los que se observó especial

optimismo respecto a su evolución en el primer semestre de 2007, tal como se esperaba, son los de productos minerales no metálicos, caucho y plástico y maquinaria y equipo, los cuales se encuentran relacionados de alguna forma con el sector de la construcción, que, como se anotó, en ese período reportó un espectacular crecimiento (28% anual). Así mismo, el subsector de sustancias y productos químicos se caracterizó por ser uno de los más dinámicos, según los empresarios encuestados (gráfico 2). Sin embargo, al observar la evolución de la producción del sector de químicos (tanto básicos como otros químicos) según las cifras de la Muestra Mensual Manufacturera (MMM) del Dane, se encuentra que si bien este sector mostró un buen desempeño durante el primer semestre de 2007 (especialmente las sustancias químicas básicas, fibras sintéticas y artificiales), su ritmo de



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

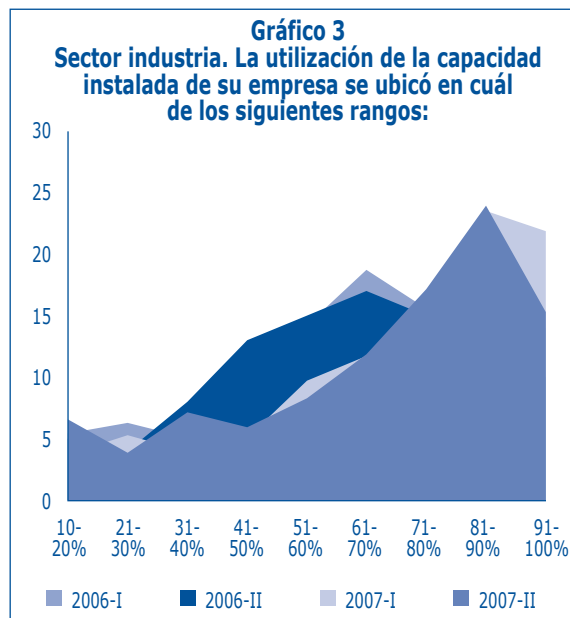


Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

crecimiento es muy similar al del agregado industrial (alrededor de 13% año corrido a junio), por lo cual sorprende un poco la percepción altamente positiva de los empresarios Pyme de este sector.

Por otra parte, los subsectores en los que se encontraron las percepciones más negativas respecto de su situación en el primer semestre de 2007 fueron los de prendas de vestir, textiles y cuero, calzado y marroquinería. Los balances de respuestas de la gran mayoría de variables (ventas, producción, pedidos, márgenes, empleo, etc.) fueron negativos en el caso de estas dos agrupaciones. Los resultados de la encuesta permiten inferir que desde el primer semestre de 2006 hasta finales de 2007, los industriales Pyme de los subsectores de prendas de vestir, textiles y cuero y calzado han visto una reducción de los márgenes de actividad. Cabe mencionar en este punto que las empresas de sectores industriales que dependen de materias primas importadas, como los de prendas de vestir y confecciones, se han visto fuertemente afectadas por el alza reciente de los precios internacionales de estos insumos. Por ejemplo, en el caso del algodón, sus cotizaciones externas crecieron 10% en promedio anual durante 2007, lo cual ha repercutido negativamente en los costos de producción de las cadenas que lo utilizan intensivamente.

De otro lado, cerca del 50% de los empresarios reporta cada semestre incrementos en los pedidos, lo cual podría indicar que, en parte, los menores márgenes están siendo



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

compensados vía volumen. En la última medición de la encuesta, si bien se observa una leve desaceleración de la demanda, el 42% de las Pymes recibió mayores pedidos frente al segundo semestre de 2006.

En el 56% de las Pymes industriales encuestadas, la utilización de la capacidad instalada durante el primer semestre de 2007 se ubicó entre 70% y 100%, siendo éste el rango más alto registrado desde el inicio de la encuesta (gráfico 3). Cabe recordar que según las cifras del Dane, en el primer trimestre de 2007 la industria como un todo se expandió a una tasa cercana a 15% y aportó más de 2.2 puntos porcentuales al crecimiento del PIB, que como ya se mencionó creció en ese período a un espectacular ritmo de 8.4%. Es decir, el período de máxima capacidad productiva de las Pymes industriales, según la



Gran Encuesta Pyme, coincide con el de mejor desempeño del consolidado de la industria.

En cuanto al principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras para el desarrollo de su actividad en el primer semestre de 2007, sorprende negativamente que, a diferencia de las mediciones anteriores, donde los costos de producción eran el problema número uno, en la última medición los empresarios señalaron la falta de demanda como su mayor dificultad (especialmente los de actividades de edición e impresión, productos textiles, y cuero y calzado). Como se mencionó, la fortaleza de la demanda jugó un papel fundamental en los últimos dos años a la hora de compensar la tendencia decreciente de los márgenes, de ahí que una desaceleración de la demanda genera preocupaciones hacia el futuro.

### Sector comercio

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme señalan al sector de comercio como el menos optimista de los tres sectores incluidos en la encuesta desde su inicio en 2006. Si bien los porcentajes de respuestas positivas se sitúan todavía en niveles aceptables, es claro que el optimismo de los comerciantes Pyme ha mermado. En el primer semestre de 2007, el 37% de las Pymes de comercio reportó una mejoría de su situación general frente al semestre anterior, en tanto que en el primer semestre de 2006 este porcentaje había sido de 56% (gráfico 1).



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

A nivel de subsectores, se destacaron positivamente en la última medición los de alimentos y bebidas, y ferretería, cerrajería y productos de vidrio, con los mayores balances positivos de respuestas a las preguntas sobre la situación económica actual, la evolución de las ventas y los pedidos. Por el contrario, las ramas de comercio de prendas de vestir y artículos de uso doméstico se mostraron como las de menor optimismo respecto a su desempeño en el primer semestre de 2007 (gráfico 4).

El 37% de las Pymes comerciales encuestadas aumentó su nivel de ventas, mientras que el 29% las redujo, siendo estos porcentajes el mínimo y máximo histórico, respectivamente. La dinámica de las ventas estuvo marcada principalmente por la evolución de los productos nacionales.

De manera más generalizada que en el sector industria, en el de comercio la situación en materia de márgenes comerciales continúa deteriorándose, al punto de que en la última medición de la encuesta el 27% de los empresarios señaló que éstos disminuyeron en el primer semestre de 2007. Si bien en el agregado de comercio se observó que un 16% vio crecer sus márgenes, al analizar los resultados en forma de balances de respuestas, el panorama es pesimista pues todas las agrupaciones comerciales, particularmente prendas de vestir y farmacéuticos, mostraron balances de respuestas negativos.

En línea con lo anterior, en la última medición de la encuesta se incrementó el porcentaje de empresarios que señaló incrementos en los costos de operación (pasando de 40% en 2007-I a 50% en 2007-II). Los sectores más afectados por el alza en los costos fueron alimentos y bebidas, y prendas de vestir, lo cual podría asociarse con una transmisión de los efectos que sobre los precios del primer eslabón de las cadenas tuvieron los fenómenos climáticos adversos de comienzos de 2007 que encarecieron ciertos alimentos, así como la tendencia ascendente de las cotizaciones internacionales de materias primas básicas como el algodón y los cereales.

En el 41% de las Pymes de comercio, los pedidos recibidos en el primer semestre de 2007 fueron iguales a los del semestre anterior. Es decir, en el sector comercio también se evidencia alguna compensación de los menores márgenes vía volumen.

De otro lado, los empresarios Pyme del sector comercio continúan señalando la competencia de las grandes superficies como el principal problema que enfrentan para el desarrollo de su actividad. En particular, las Pymes más afectadas son las pertenecientes a los subsectores de farmacéuticos, perfumería y tocador, y de alimentos y bebidas. Al respecto, la Federación Nacional de Comerciantes de Colombia (Fenalco) señala en un informe reciente<sup>1</sup> cómo la competencia en precios de los pequeños establecimientos dedicados al comercio de alimentos y a la venta de productos farmacéuticos, perfumería y tocador con los hipermercados y las llamadas “farmacias de gran formato” es cada vez más intensa, dado que en estos grandes almacenes las promociones son una práctica muy frecuente (por ser canales masivos cuya rentabilidad se encuentra vía volumen). En efecto, 8 de cada 10 promociones en grandes almacenes del país corresponden a productos de perfumería, tocador y aseo personal.

## Sector servicios

Los empresarios del sector servicios percibieron muy positivamente la situación de sus negocios en el primer semestre de 2007. El 53% consideró que su situación mejoró frente al semestre anterior, siendo este porcentaje superior a los observados por los sectores de industria y comercio (gráfico 1).

<sup>1</sup> Fenalco. Informe Bitácora Económica (noviembre 2007).

A nivel subsectorial, se destacan las ramas de hoteles y restaurantes e informática como las de mayor optimismo, así como también por ser las más dinámicas en materia de generación de empleos directos e indirectos (gráfico 5). En lo relacionado con el sector de hoteles, las cifras de ocupación hotelera suministradas por la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco) a junio de 2007 muestran una gran dinámica, siendo de 55.3% para el total nacional y de 69.0% para Bogotá. En el año 2006 estas tasas durante el mismo período se ubicaban en 52.1% y 67.5%, respectivamente. Así mismo, respecto al sector de restaurantes, su buen desempeño durante el primer semestre de 2007 se ratifica en el informe Bitácora Económica producido por Fenalco en el mes de septiembre de 2007.



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

El 46% de las Pymes de servicios incrementó su volumen de ventas en el primer semestre de 2007 respecto del segundo semestre de 2006, así como el 41% recibió más órdenes de servicios. A pesar de lo anterior, los resultados de la última medición empezaron a dejar ver algún deterioro en estas variables, aunque menos pronunciado que el de los sectores de industria y comercio.

Las Pymes de servicios también observaron una reducción en sus márgenes y un aumento en los costos de operación (50% de los encuestados) durante el primer semestre de 2007, especialmente aquellas pertenecientes al subsector de actividades de arquitectura e ingeniería.

Similar al caso de las Pymes comerciales, las de servicios señalan la intensa competencia (en particular de precios) como el principal problema para el desarrollo de su actividad. El segundo mayor obstáculo reportado por los empresarios de servicios fue la falta de demanda, la cual afectó en mayor medida a las Pymes dedicadas a actividades de arquitectura e ingeniería.

## Segundo semestre de 2007

En el acumulado de enero a septiembre de 2007, la economía colombiana creció 7.4%. Para el cuarto trimestre del año, Anif proyecta un crecimiento en el rango 5.9%-6.4%, con lo cual se alcanzaría un creci-

miento acumulado anual cercano a 7%, consolidándose la desaceleración moderada iniciada en el segundo trimestre de 2007.

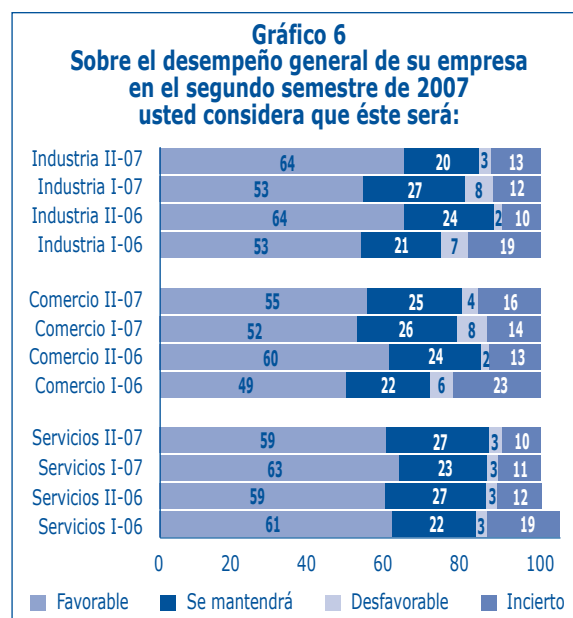
Según la información mensual más reciente publicada por el Dane acerca de la evolución de la industria, luego de registrarse en septiembre de 2007 un crecimiento anual de 5.9%, el más bajo del año, en los dos meses siguientes el ritmo de crecimiento de la producción industrial se aceleró levemente llegando a 8.3% y 7.4% en octubre y noviembre, respectivamente. No obstante, es claro que la tendencia de la producción industrial es descendente a lo largo del año. Igualmente, las últimas cifras del Dane acerca de las ventas del comercio minorista evidencian una desaceleración un poco más pronunciada que la de la industria, al registrarse en los meses de octubre y noviembre de 2007 crecimientos anuales de 3.4% y 8.2%, respectivamente.

Al contrastar lo anterior con las expectativas de los empresarios Pyme acerca de la situación general de sus negocios al cierre de 2007 (capturadas en el módulo de perspectivas de la Gran Encuesta Pyme), se encuentra que, al parecer, hubo un exceso de optimismo y que en realidad la evolución de la actividad fue levemente inferior a lo que se esperaba. Teniendo claro que los resultados de la encuesta pueden estar afectados en alguna medida por un factor estacional (generalmente se espera que el segundo semestre del año sea mejor que el primero), es interesante ver cómo los empresarios Pyme son mucho más op-

timistas respecto de su situación futura que de la actual. Sin embargo, al comparar las respuestas de la última medición (2007-II) con las de la medición correspondiente a 2006-II se encuentra una leve reducción en el porcentaje de empresarios (en particular del sector comercio) que aseguraba que su situación al final de cada año sería mejor.

## Sector industria

El 64% de los empresarios encuestados pensaba en septiembre de 2007 que el desempeño general de su empresa en los meses siguientes sería favorable (gráfico 6). Se destaca el optimismo de los subsectores de sustancias químicas y productos de caucho y plástico (gráfico 7). Según los datos a noviembre de 2007 de la Muestra



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.



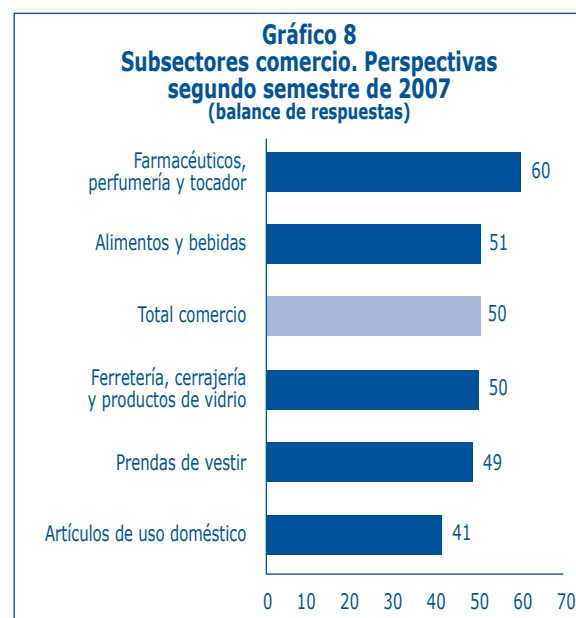
Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

Mensual Manufacturera (MMM) del Dane, la producción del sector de químicos básicos registró durante los meses de septiembre, octubre y noviembre crecimientos anuales superiores a los del agregado industrial (cerca de 13%). En cuanto al subsector de caucho y plástico, las cifras de la MMM a noviembre señalan cómo la agrupación de plásticos muestra un buen desempeño (crecimiento año corrido de 12%) en tanto que la de caucho reporta un bajo crecimiento (4% año corrido).

Por otro lado, los empresarios de la rama de cuero y calzado mostraron la mayor preocupación por su evolución al cierre de 2007. Sin embargo, las cifras del Dane revelan un desempeño favorable de este subsector en los meses de octubre y noviembre, luego de haber reportado decrecimientos a mediados de 2007.

## Sector comercio

Como es de esperar, y dada la naturaleza de este sector, un alto porcentaje de las Pymes comerciales encuestadas (55%) creía que su situación en el segundo semestre de 2007 iba a ser favorable (gráfico 6). Como se sabe, el comercio es uno de los sectores económicos en los que la temporada de fin de año representa una alta proporción de las ventas del año, de ahí el gran optimismo de los empresarios que a su vez fueron más críticos acerca de su situación en el primer semestre de 2007. Se destaca el optimismo de los empresarios pertenecientes a los sectores de farmacéuticos, perfumería y tocador, y alimentos y bebidas (gráfico 8). Según la Muestra Mensual de Comercio del Dane a noviembre de 2007, la agrupación de farmacéuticos, perfumería y



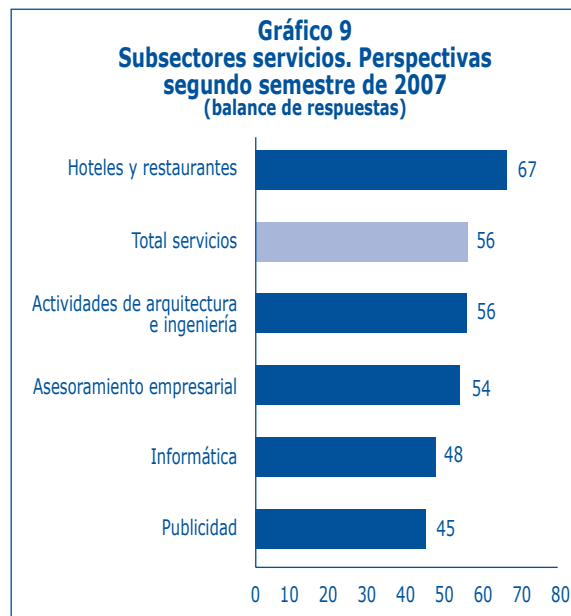
Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

tocador efectivamente observó una buena dinámica (especialmente el subgrupo de farmacéuticos), aunque su ritmo de crecimiento muestra una tendencia decreciente a lo largo del año. Por su parte, el subsector de alimentos y bebidas, contrario a las expectativas de los empresarios Pyme encuestados, mostró un crecimiento relativamente pobre en los meses de octubre y noviembre de 2007. Aún no se conocen las cifras de diciembre, en las cuales puede que se observe un incremento significativo en las ventas de alimentos y bebidas en el comercio minorista.

### Sector servicios

El 59% de los empresarios encuestados en septiembre de 2007 consideraba que el desempeño general de su empresa en el segundo semestre del año sería favorable (gráfico 6). La agrupación de hoteles y restaurantes se destacó como la más optimista respecto del cierre del año (gráfico 9), lo cual se relaciona con la temporada de vacaciones en la cual los gastos en turismo y comidas fuera del hogar se incrementan frente al resto del año.

Con respecto a la actividad de los restaurantes, un estudio contratado por la Aso-



Fuente: Gran Encuesta Pyme II-2007.

ciación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) con el Centro Nacional de Consultoría reveló que en 2007 las ventas de los restaurantes rondaron los \$5.8 billones, lo que representa un incremento de 12% respecto al año anterior. Por último, en cuanto al subsector de hoteles, cifras preliminares del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo señalan que la ocupación hotelera durante los últimos meses de 2007 fue muy alta, llegando a 63% en el consolidado del año, lo cual representa un incremento de 4 puntos porcentuales respecto de 2006.

# Financiamiento a las Mipymes y la estrategia de la Banca de las Oportunidades

Katherine Cartagena\*

## Introducción

En la medida en que la pobreza misma se constituye en un obstáculo para alcanzar mayores tasas de crecimiento sostenido, el reto más grande se encuentra en la definición e implementación de prioridades en las estrategias de reducción de pobreza.

Dadas las restricciones presupuestales y políticas que enfrentan los países, el sector privado ha empezado a jugar un papel central en el alivio de la pobreza. Reconocer a las personas de menores ingresos como consumidores y también como productores ha llevado a explorar si vender nuevos productos o servicios a los más pobres

podría ser rentable y a buscar mecanismos que permitan que sus empresas sean generadoras de ingresos que los hagan menos dependientes de los programas de asistencia social.

En este proceso la provisión de servicios financieros juega un papel fundamental, porque a medida que el sistema financiero encuentra en este segmento nuevos clientes a quienes proveer de créditos y otros servicios, favorece el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, expandiendo la capacidad de consumo de estos

---

\*Investigadora de Anif.



hogares, permitiéndoles protegerse ante los cambios en el ciclo de su actividad productiva o realizar inversiones en sus negocios menos dependientes de los limitados recursos propios.

Este esquema ya se conoce a nivel mundial como la posibilidad de “atender la base de la pirámide” a través de esquemas autosostenibles, rentables y que ayudan a reducir la pobreza mediante múltiples canales e interacción de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). En muchos casos, los recursos han provenido (inicialmente) de organizaciones no gubernamentales (ONG), de empresas microfinancieras y de bancos comerciales que han optado por masificar sus servicios. También fueron pioneras algunas cajas financieras pequeñas, pero durante la última década se han vinculado a esta tarea bancos de gran tamaño y alcance geográfico.

La forma como se ha progresado ha sido profundizando la atención mediante tecnologías microcrediticias que logran identificar de mejor manera (que las tradicionales) los riesgos involucrados en este peculiar negocio de “atender la base de la pirámide”. Para ello han incorporado personal especializado, que conoce las necesidades y la forma de operar de las microempresas. Así, las entidades financieras han sido capaces de evaluar las solicitudes de crédito sin contar con bases contables o reportes financieros muy elaborados, lo que ha significado el desarrollo de estrate-

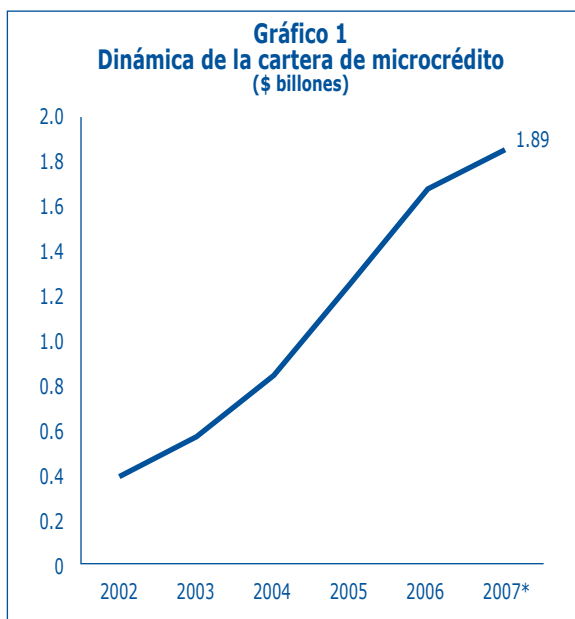
gias especiales (hechas a la medida de los más pobres) para acceder a este mercado potencial.

El creciente interés de algunos sectores por incrementar la cobertura de los servicios financieros ha ido de la mano con algunas políticas públicas, encaminadas a incentivar el mundo de las microfinanzas y que incluyen reformas a la banca de segundo piso, el fortalecimiento de los fondos de garantías, nuevos esquemas de regulación, mejoras en los sistemas de información y, recientemente, el programa de inversión Banca de las Oportunidades.

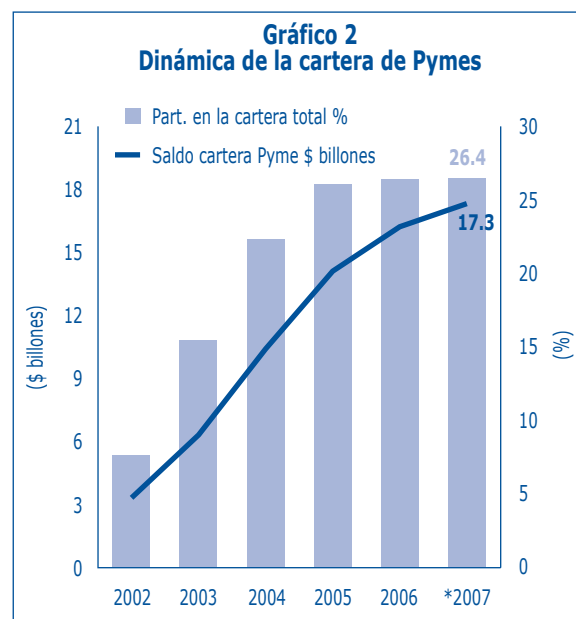
## Resultados de la banca privada

En Colombia el sector financiero privado ha movilizado importantes recursos hacia la financiación de micro, pequeñas y medianas empresas y se ha comprometido en distintos acuerdos para expandir el crédito. Por ejemplo, el acuerdo entre el gobierno y Asobancaria firmado en agosto de 2006 buscaba realizar 2 millones de operaciones con empresas que requirieran microcrédito durante el cuatrenio 2006-2010. La idea es generar para entonces un total de 5 millones de operaciones distribuidas así: el sector bancario con 2 millones, el cooperativo con 250.000 y el remanente a cargo de las ONG.





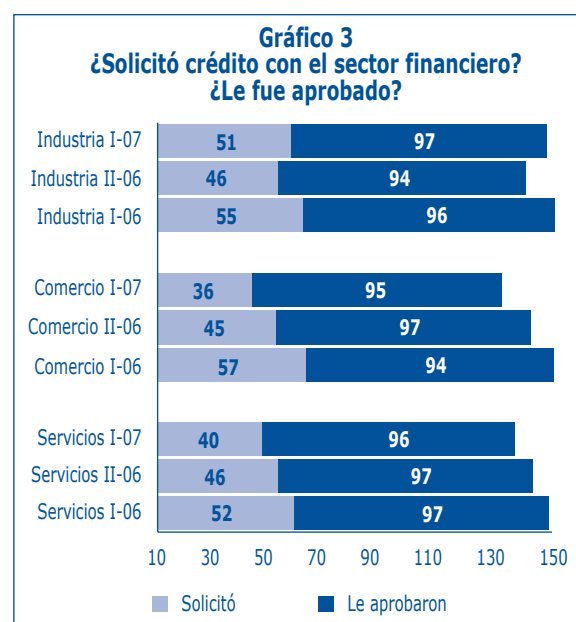
\* Septiembre de 2007.  
Fuentes: cálculos Anif y Superfinanciera.



\* A marzo de 2007.  
Fuente: Asobancaria.

En el período 2002-2007 el microcrédito ha tenido una evolución muy favorable. Al corte de septiembre de 2007 la cartera asignada a la microempresa ascendía a \$1.9 billones. En el caso de las Pymes, ésta era de \$17 billones a marzo de 2007 y representaba el 26% de la cartera total (ver gráficos 1 y 2). De otra parte, los desembolsos de Bancóldex para las Pymes se han incrementado a un 36% del total y los de las microempresas a un 19%, donde el sector servicios ya representa un 40%.

De otra parte, según la Gran Encuesta Pyme de Anif, patrocinada por Bancóldex, la CAF y el Banco de la República, la tasa de aprobación de créditos solicitados por las Pymes es alta. En efecto, la tasa de otorgamiento efectivo del crédito es superior a 94% respecto de su solicitud (ver gráfico 3).



Fuente: Gran Encuesta Pyme I-2007.

No obstante, el mayor grado de profundización que alcance el sector financiero en

el segmento de microempresarios depende críticamente de que el microcrédito sea un producto rentable y sostenible, que atraiga intermediarios financieros dispuestos a sostener las inversiones requeridas. El primer obstáculo en este proceso ha sido generar espacio financiero a los bancos, de tal manera que las tasas de usura no se conviertan en un obstáculo para poder evaluar estos mercados más riesgosos. Poco a poco, aun los gobiernos más intervencionistas se han percatado de que ésta es la única forma efectiva de soltar a las Mipymes de las garras de los agiotistas. En el mercado formal de las Mipymes las tasas resultan más moderadas (31% anual efectivo para microcrédito y no 320%) y existen alternativas de plazos y modalidades que se acomodan de mejor forma a las particularidades de los negocios.

Por otra parte, los aumentos en las tasas de interés ponen en riesgo la continuidad del microcrédito cuando éstas se acercan al límite establecido por la tasa de usura, lo que iría en contravía de las políticas públicas diseñadas para promover las microfinanzas.

## La Banca de las Oportunidades

El papel del Estado ha virado recientemente de agente interventor en los mer-

cados a agente facilitador, que actúa de acuerdo con la falla de mercado que se presente. En la provisión de recursos financieros a la población más vulnerable, el énfasis está en eliminar las barreras que impiden el acceso a los recursos financieros del mercado formal.

La clara necesidad de recursos financieros por parte de los más pobres ha generado acciones del Estado en su papel de regulador, como la estrategia de la Banca de las Oportunidades (BdO), una política diseñada para facilitar el acceso a servicios financieros integrales (incluyendo transferencias y pagos, ahorro e inversión, seguros, pensiones y remesas, entre otros) por parte de la población más pobre o de la que no ha tenido acceso a ellos (personas en zonas urbanas pero también en el sector rural).

Esta estrategia estimula una mayor profundización financiera, favorece significativamente la capacidad de consumo y de inversión (especialmente de los sectores más vulnerables) y debería redundar no sólo en mayores tasas de crecimiento económico sino también en menores niveles de pobreza. No obstante, el impacto de este tipo de políticas sobre las condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables dependerá del acceso real a los recursos, de la rentabilidad de las inversiones realizadas y de los resultados que alcancen los sistemas de protección social en el entorno urbano y rural.

La BdO, creada a través del Decreto 3078 de 2006, se fundamenta en el “fondo de las oportunidades” que es administrado por Bancóldex, opera bajo los lineamientos del Ministerio de Hacienda y, además, cuenta con una comisión intersectorial encargada de coordinar y hacer el seguimiento de las actividades que decida financiar el programa, conformada por: el ministro consejero de la Presidencia de la República; el ministro de Hacienda y Crédito Público; el ministro de Comercio, Industria y Turismo; el director nacional de Planeación y el presidente de Bancóldex.

Los recursos que permiten financiar el Programa de Inversión Banca de las Oportunidades provienen del Presupuesto Nacional (\$120.000 millones incluidos como gastos de inversión y entregados a Bancóldex), de entidades públicas del orden nacional o territorial, de entidades multilaterales y de cooperación, y de donantes nacionales e internacionales. Estos recursos se invertirán de acuerdo con la política de inversiones definida por Bancóldex y las actividades del Programa de Inversión Banca de las Oportunidades se financiarán únicamente con los rendimientos financieros reales de los aportes realizados.

El programa de inversión fomenta la eliminación de barreras que impiden el acceso al sistema financiero y la cobertura de nuevos mercados, y estimula instituciones interesadas en desarrollar servicios microfinancieros. Para ello facilita asistencia técnica, promueve esquemas o institucio-

nes que proporcionen pequeños créditos de manera eficiente y menos costosa por medio de convenios, que incluso prevén la compensación de gastos y costos de la actividad microfinanciera (que en ningún caso podrá ser permanente), promueve programas de educación financiera, también provee información y acerca a oferentes y demandantes de estos servicios.

Es fundamental señalar que la BdO no es una entidad de crédito pública, sino que hace su tarea a través del sector financiero privado, no emite garantías, no invierte en proyectos de capital de riesgo, tampoco asume gastos propios de la Nación ni hace inversiones de capital en empresas.

Al no tratarse de un nuevo banco, se puede tener acceso a los servicios promovidos por la política a través de las entidades que conforman la Red de la Banca de las Oportunidades: bancos, cooperativas con actividad financiera, compañías de financiamiento comercial, ONG y cajas de compensación familiar.

Aunque los verdaderos alcances de la BdO sólo podrán conocerse en el mediano plazo, algunos frutos de esta tarea ya se están dando, a través de cambios en el marco regulatorio. A pesar de los progresos, continúan siendo obstáculos serios para la expansión de los servicios financieros la aplicación del 4x1000, las inversiones forzosas, la certificación de la tasa de interés por modalidad de crédito y el manejo de las centrales de riesgo, entre otros.

## Conclusiones

La expansión del crédito hacia Mipymes ha sido exitosa y ha favorecido el acceso al crédito formal de muchos empresarios que lograron liberarse de las manos de los agiotistas. Este proceso ha sido resultado de nuevos incentivos de mercado y el éxito de

iniciativas como la BdO dependerá críticamente de la flexibilización de los límites a las tasas de usura, de la ampliación de los esquemas de corresponsales no bancarios, de la implementación de cambios fundamentales al marco regulatorio colombiano y de que las políticas públicas sean coherentes con los incentivos de mercado que ha buscado propiciar el gobierno.

# La importancia de una adecuada definición de las Pymes

Carolina Gil\*

A nivel internacional no existe una única, científicamente determinada, definición de lo que constituye una pequeña y mediana empresa (Pyme). Es importante recordar que la definición de estratos empresariales es fundamental no sólo para los fines puramente estadísticos, sino también para aquellos vinculados a consideraciones de política. Una adecuada categorización ayudará a conocer realmente la magnitud de cada segmento de empresas y por ende su impacto en la actividad productiva, además de que permite tomar medidas de fomento mejor focalizadas.

Diferentes estudios han mostrado que en la actualidad se continúa observando heterogeneidad en la clasificación de las Pymes alrededor del mundo. Los criterios y sus rangos difieren ampliamente entre

regiones, países e incluso al interior de una misma nación.

Tradicionalmente se ha utilizado el criterio de personal ocupado para definir las Pymes. Sin embargo, desde un punto de vista de política, en años recientes se ha tomado en consideración el concepto de poder de mercado al momento de clasificar las empresas. Así, se definen como grandes empresas aquellas capaces de dominar, de alguna manera, los mercados en los que operan; y en consecuencia las unidades empresariales que no tienen la capacidad de influir individualmente en los mercados constituyen la gran masa de micro, pequeñas y medianas empresas. Esta diferenciación

---

\*Investigadora de Anif.

conceptual entre empresas de pequeño y gran tamaño según su poder de mercado ha servido para introducir nuevos parámetros de clasificación empresarial, como por ejemplo algunos rubros de los estados financieros, y de esta forma complementar la medida por número de empleados de las firmas.

Este artículo presenta las experiencias recientes de la Unión Europea, América Latina y Colombia en materia de clasificaciones empresariales, que sirven de telón de fondo para los actuales debates en el país.

## Unión Europea (UE)

En el pasado, la proliferación de definiciones de las Pymes constituía un obstáculo para la coordinación de políticas entre los estados miembros de la UE. Al no tener una definición uniforme surgían dificultades tanto al momento del diseño de políticas como en el de la implementación de programas específicos tales como: los

planes de ayudas otorgadas por los estados, los programas comunitarios para apoyar la investigación y el desarrollo, los fondos de desarrollo regional, la orientación de la intervención financiera y el desarrollo de los fondos de capital de riesgo, entre otros. La diversidad de modelos y procedimientos generaba un gran esfuerzo administrativo y al final inconsistencias y distorsiones.

Para que el tratamiento de las Pymes en la Unión Europea fuera igualitario, la Comisión Europea publicó en 1996 una primera recomendación (1996/280/CE) sobre la definición de las pequeñas y medianas empresas (con base únicamente en el criterio de personal ocupado), la cual fue sustituida por la Recomendación 2003/361/CE vigente a partir del 1º de enero de 2005.

Esta última recomendación para la definición de las Pymes, que se utiliza para el diseño y aplicación de las políticas comunitarias dentro del Espacio Económico Europeo, mantiene como criterio principal el número de personas ocupadas (denominado “criterio de los efectivos”), pero

<b>Cuadro 1</b> <b>Definición de las micro, pequeñas y medianas empresas en la UE</b>			
<b>Categoría empresa</b>	<b>Efectivos (empleados)</b>	<b>Volumen de negocios (facturación anual)</b>	<b>Balance general (patrimonio)</b>
Mediana	< 250	≤ € 50 millones	≤ € 43 millones
Pequeña	< 50	≤ € 10 millones	≤ € 10 millones
Micro	< 10	≤ € 2 millones	≤ € 2 millones

Fuente: Recomendación 2003/361/CE - Comisión Europea, Dirección General de Empresa.

introduce parámetros complementarios que permiten juzgar de mejor manera la escala y resultados reales de una empresa al combinar el concepto de “volumen de negocios” (facturación total) con el de “balance general” que representa el patrimonio total de la empresa. En el cuadro 1 se presentan los criterios y rangos que conforman esta clasificación que ha servido de modelo para otras economías.

## América Latina

Estudios realizados por la Comisión Económica para América Latina (Cepal) y la Red Fundes<sup>1</sup> en los últimos años han permitido tener una primera aproximación al grado de heterogeneidad de la definición de las Pymes en la región. En los diferentes países se aplican criterios diversos

para definir las empresas: empleo, ventas, activos, inversión, etc. Además en varias naciones existe más de un criterio y por tanto más de una definición. En el cuadro 2, elaborado a partir de un estudio realizado en 2003 por las unidades de entorno de la Red Fundes, se presentan los principales criterios de clasificación de las Pymes en diez países de América Latina.

Las definiciones se basan con más frecuencia en el empleo (ocho países), las ventas/ingresos (cinco países) y los activos (tres países). Adicionalmente, algunas naciones hacen diferencias en la definición dependiendo de si la empresa es manufacturera, comercial o de servicios. Inclusive hay países en los que las definiciones varían según la institución que las establece y por lo tanto cada institución aplica la propia para la formulación de sus políticas.

Se afirma que en rigor, utilizando las definiciones oficiales de cada país, las pequeñas y medianas empresas en los diez países incluidos en el estudio de Fundes serían al menos unas 400.000 (con las peculiaridades y sesgos de la información inherentes a ellas), excluyendo las unidades económicas que no alcanzan a clasificar dentro de las pequeñas y se denominan microempresas.

Cuadro 2 Definición de las Pymes en América Latina		
País	Criterio preponderante dentro de la definición oficial	Otros criterios
Argentina	Ventas	-
Bolivia	Empleo	Ventas y activos
Chile	Ventas	Empleo
Colombia	Empleo	Activos
Costa Rica	Empleo	Inversión y ventas
El Salvador	Empleo	Activos
Guatemala	Empleo	-
México	Empleo	-
Panamá	Ingresos	-
Venezuela	Empleo	-

Fuente: Fundes.

<sup>1</sup> La Red Fundes comprende diez países en donde esta fundación provee servicios de consultoría, formación, mejora de las condiciones del entorno empresarial, e-business, entre otros. Estos países son: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá y Venezuela.

Cabe mencionar que en México, a finales de la década de los años noventa, fue acuñado el término “empresa media” para reunir en un mismo grupo las Pymes y aquellas microempresas que se denominaban “con opción de desarrollo”. Esta clasificación tiene la bondad de profundizar la forma común de dividir las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas), incorporando un criterio adicional al cuantitativo (personal ocupado) que refleja sus características cualitativas y en definitiva la actitud empresarial.<sup>2</sup> No obstante, la aplicación de este tipo de definiciones requiere de información detallada de las microempresas, las cuales típicamente presentan las mayores deficiencias de información, no sólo en términos de calidad, sino también de disponibilidad (por condiciones particulares como la informalidad).

los activos y número de empleados. En el año 2000, el Gobierno Nacional promulgó la Ley 590, denominada Ley Mipyme, en la cual estableció una primera definición oficial de las Pymes de acuerdo con los dos criterios mencionados. Cuatro años más tarde dicha norma fue modificada a través de la Ley 905 de 2004, en la cual se fijaron nuevos rangos de clasificación (manteniendo los criterios de empleados y activos), los cuales aún continúan vigentes (ver cuadro 3).

Sin embargo, a pesar de contar con una definición legal de las Pymes, en la práctica en Colombia se utilizan diversas medidas del tamaño de las empresas dependiendo del propósito y de quien realice la clasificación. Lo que ocurre en el sector financiero es un claro ejemplo de ello, pues para efectos de su labor de acompañamien-

## Colombia

La definición legal de las Pymes en Colombia se basa en dos criterios: valor de

<sup>2</sup> Diferentes estudios (realizados por la OECD y Fundes) han planteado que una proporción significativa de las microempresas, alrededor de un 25%, está orientada al crecimiento y desempeña un importante papel en la generación de dinamismo y flexibilidad en la economía.

**Cuadro 3**  
**Definición de las Pymes en Colombia**

	Empleados	Activos		
		En SMLV	En US\$	En \$
Pequeñas	11 - 50	501 - 5.000	0.1 - 1.1 millones	217 - 2.168
Medianas	51 - 200	5.001 - 30.000	1.1 - 6.7 millones	2.169 - 13.011

Fuente: Ley 905/04.



to a las Pymes, los intermediarios financieros utilizan mayoritariamente una definición con base en el volumen de ventas anuales, en lugar del valor de los activos. Pero no sólo su criterio de clasificación preponderante se aleja del oficial, sino que también se encuentra heterogeneidad en los rangos utilizados por las diferentes entidades, los cuales varían de acuerdo con su orientación y naturaleza. En un estudio reciente del Banco Mundial se habla de un rango (promedio) de ventas anuales entre US\$400.000 y US\$13 millones, entre las diferentes entidades.

El hecho de que la práctica del mercado bancario no corresponda a la definición legal ha generado dificultades, entre otros aspectos, en materia de administración, registro y reporte de información por parte de los intermediarios financieros acerca de sus operaciones con los clientes Pyme. Además, que exista una brecha entre el universo de Pymes con base en la definición legal y el que está siendo atendido efectivamente por la banca hace más complejo el análisis de temas de política tan importantes como el del acceso y las condiciones de financiamiento de las unidades empresariales de menor tamaño de la economía.

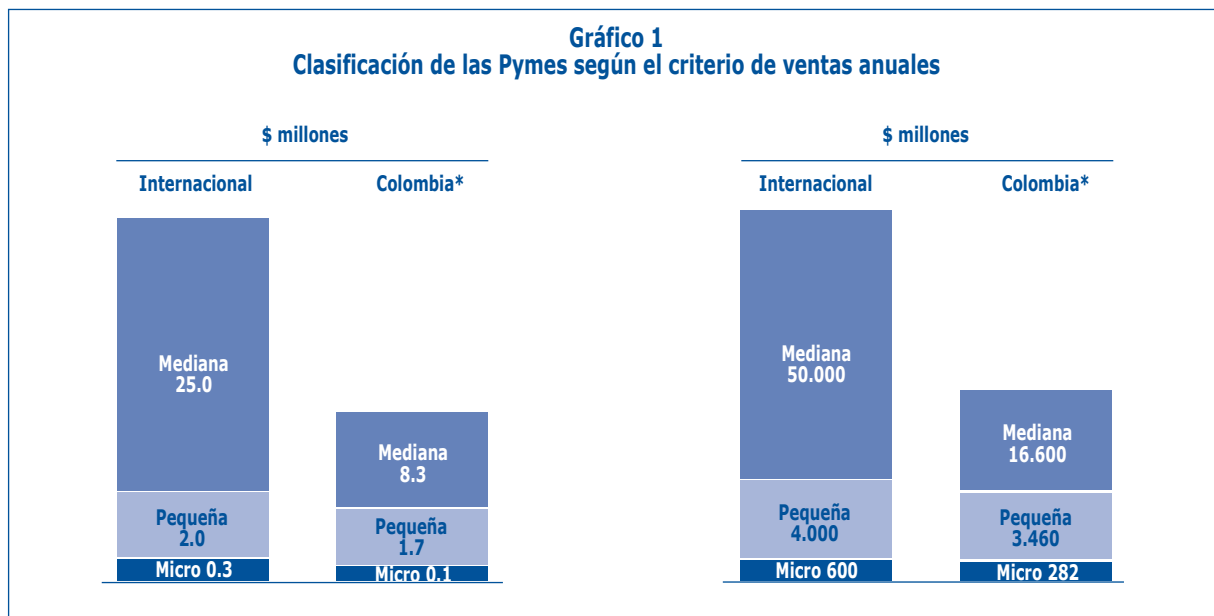
En general, hay consenso entre los analistas acerca de la mayor conveniencia que tiene el criterio de ventas anuales (frente al de activos) para acercarse de mejor manera a la situación real de las Pymes. La clasificación por activos ha sido cuestionada también desde el punto de vista tribu-

tario, puesto que no da cabida al volumen de ingresos y a los patrimonios brutos que determinan la capacidad tributaria de las empresas, ante lo cual la Dirección de Impuestos Nacionales (Dian), mediante la Resolución 12587 de 2002, clasificó por ingresos la categoría Pyme para fines tributarios.

Es comúnmente aceptado que la variable de ventas anuales refleja de mejor manera que el valor del activo la dimensión de una firma así como su capacidad de pago y de endeudamiento; por eso, diferentes actores, entre ellos la Asociación Bancaria de Colombia (Asobancaria), presentaron propuestas y recomendaciones al Gobierno Nacional para incluir este criterio dentro de la clasificación empresarial oficial. En definitiva, dicha recomendación fue acogida por el gobierno y quedó plasmada en el Artículo 75 del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2006-2010 aprobado por el Congreso en 2007, dejando al país en línea con los estándares internacionales de categorización de Pymes.

El Artículo 75 del PND 2006-2010, que modifica lo estipulado en la Ley Mipyme, señala: “Para todos los efectos, se entiende por micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda conjuntamente a los siguientes parámetros: 1. Número de trabajadores

**Gráfico 1**  
**Clasificación de las Pymes según el criterio de ventas anuales**



\*Propuesta Asobancaria y Comité Pyme.  
Fuente: elaboración Anif.

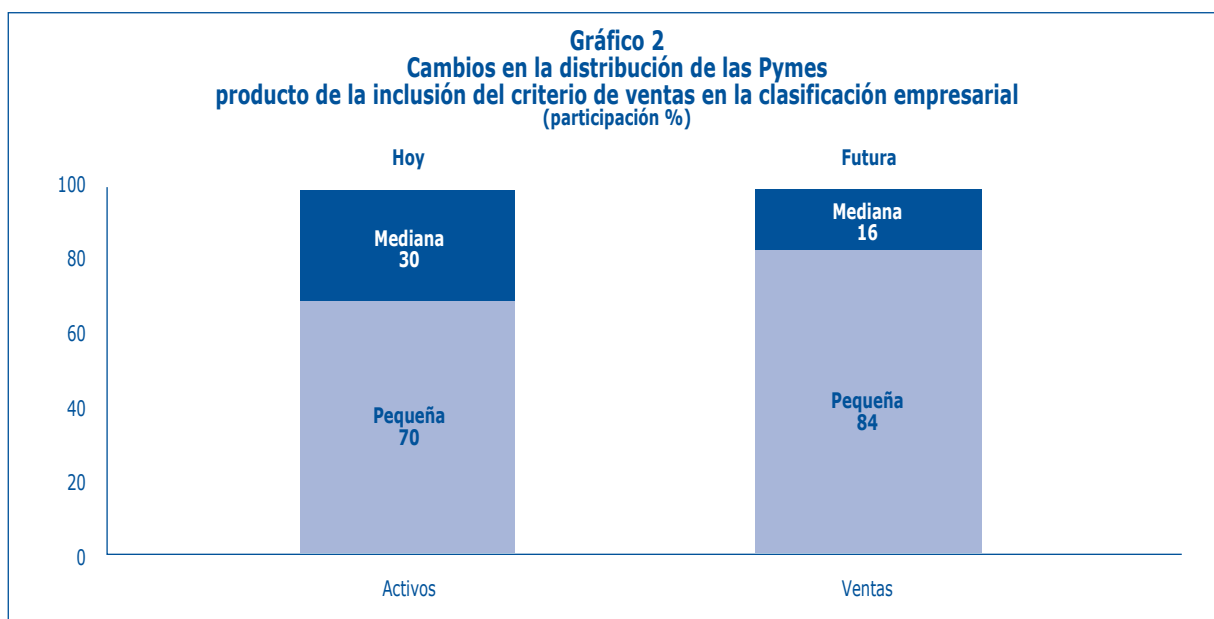
permanentes. 2. Valor de las ventas brutas anuales y/o activos totales...”.

No obstante, a la fecha este artículo del Plan Nacional de Desarrollo no ha entrado en vigencia debido a que aún el gobierno no ha proferido las normas reglamentarias correspondientes, en las cuales debe establecer los rangos específicos de ventas para definir cada categoría.

Se tienen varios referentes de los rangos de ventas utilizados actualmente en América Latina para categorizar las Pymes. En general, podría hablarse del rango US\$0.3 millones-US\$2 millones en el caso de las pequeñas empresas, y de US\$2 millones-US\$25 millones en el de las medianas. La propuesta realizada por Asobancaria y el Comité de Pymes al Gobierno Nacional se

encuentra bajo estos parámetros latinoamericanos generales, ajustando a la baja las bandas para adecuarlas a la realidad económica y empresarial de Colombia. En el gráfico 1 se presenta un paralelo entre la clasificación por ventas promedio internacional y la que, de ser adoptada por el gobierno, aplicaría en Colombia una vez se reglamente lo estipulado en el PND 2006-2010.

Resulta interesante aproximarse a lo que, en materia de composición de la estructura empresarial, representaría la incorporación del criterio de ventas para la clasificación de las firmas en Colombia. Con base en el sistema de información de BPR (Business Performance Report), el cual reúne información de la Superintendencia de Sociedades, las cámaras de comercio



Fuente: cálculos Anif con base en el sistema de información BPR (información financiera de las firmas a diciembre de 2006).

y la Dian, entre otros, se estimó (utilizando el parámetro de activos) que del total de Pymes del país, alrededor de un 70% se clasifica como pequeñas empresas y un 30% como medianas. Al reemplazar la variable de volumen de activos por la de ventas (de acuerdo con la propuesta de Asobancaria), la distribución cambia a 84% y 16%, respectivamente (ver gráfico 2).

De otro lado, de acuerdo con una estimación de Asobancaria, al tener en cuenta el criterio de activos, la participación de las microempresas dentro del conjunto empresarial total (incluyendo también las grandes empresas) es de 57%, en tanto que al clasificar las firmas por su nivel de ventas anuales ésta aumenta a 66%. Igualmente, en el caso de las pequeñas y las medianas, al clasificar por activos, sus porcentajes de

participación son de 33% y 8%, respectivamente, mientras que al hacerlo por ventas éstos pasan a 29% y 5%, respectivamente.

Tanto los resultados de las estimaciones de Anif como los de Asobancaria indican que el cambio del parámetro de categorización empresarial implica en la práctica que un buen número de firmas descienda a la categoría anterior a la que pertenecían cuando se clasificaban por activos. Es decir, podría pensarse que la actual definición de las Mipymes “sobreestima” la dimensión de las empresas, particularmente aquellas de los sectores manufactureros. Sin embargo, cabe mencionar que según los cálculos de Asobancaria, también en el renglón de las grandes empresas la modificación del criterio de clasificación genera una reducción en su porcentaje de participación dentro del universo

empresarial, lo que significa que algunas de las que hoy son llamadas grandes pasarían a ser medianas empresas, lo cual deberá ser analizado con mayor profundidad para determinar su impacto y conveniencia en términos de política.

## Conclusiones

A pesar de que no existe un criterio que permita caracterizar de manera perfecta la dimensión de una empresa, la experiencia internacional indica que la variable más idónea para acercarse a ella es el volumen de ventas. En Europa, Estados Unidos y buena parte de los países de América Latina se utiliza este criterio para definir las categorías empresariales, además de la tradicional medida cuantitativa de personal ocupado. Contar con una adecuada clasificación empresarial es de vital importancia pues se constituye en el punto de partida para el diseño e implementación de políticas públicas/privadas mejor focalizadas y más eficaces para mejorar la competitividad y el desarrollo empresarial.

El caso colombiano ilustra el hecho de que tener definiciones heterogéneas de

las Pymes genera dificultades pues añade carga regulatoria, dificulta la generación de información pública y limita la compatibilidad entre la regulación y la práctica empresarial. Por el contrario, es claro que ceñirse a una misma definición refuerza la coherencia y eficacia del conjunto de políticas destinadas a las Pymes, limitándose así los riesgos de distorsión de la competencia.

Por fortuna, el Gobierno Nacional ha respondido a la necesidad de crear una nueva clasificación empresarial que se adapte a los desarrollos económicos y a la evolución del mercado y de su estructura, al incluir la variable de ventas como parámetro de categorización complementario en el Artículo 75 del PND 2006-2010.

Finalmente, dadas las tendencias de integración comercial entre países y regiones y las múltiples interacciones entre las medidas de promoción y apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas de las distintas naciones, lograr una mayor uniformidad de definiciones cobra importancia no sólo porque facilita los procesos, sino porque permite que en la práctica las Mipymes puedan capitalizar las oportunidades que se ponen a su alcance.

# El mercado peruano: una oportunidad diversificadora para la Pyme colombiana

Rogelio A. Rodríguez\*

## Introducción

El desarrollo de la economía mundial en 2008 marcará de forma importante el desempeño del PIB colombiano y determinará que tan “suave” será el aterrizaje que se dará posteriormente al crecimiento registrado durante el año 2007, uno de los más altos en la historia del país. En especial, el rumbo que tome la economía de Estados Unidos y la de Venezuela, junto con el desarrollo de las vías a través de las cuales fluye el comercio, ha recobrado un interés general si se tienen en cuenta las vulnerabilidades potenciales a las que se enfrenta Colombia ante sus dos principa-

les socios comerciales, los cuales representan hoy algo más de la mitad del valor total exportado por Colombia.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este artículo se analizará un destino que potencialmente puede tener una mayor importancia para Colombia a la luz de la Comunidad Andina de Naciones. Se trata de Perú que por su desarrollo económico reciente se muestra como uno de los países con mejor desempeño económico de la región. Específicamente, se expondrán algunos puntos que pueden ser importantes para los empresarios colombianos y en especial los

---

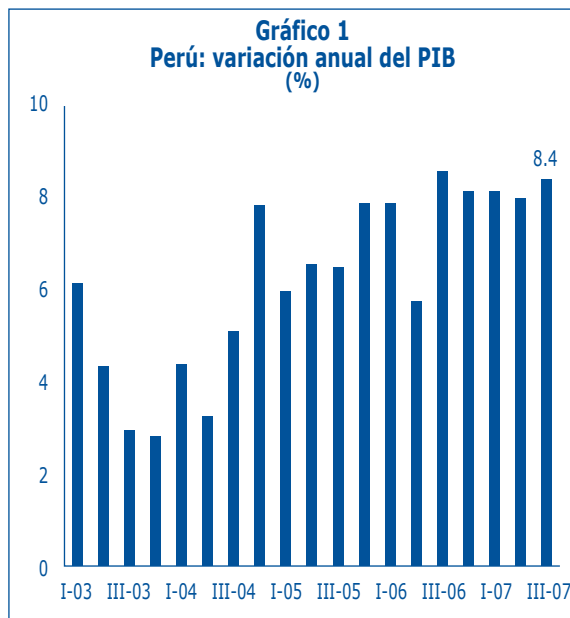
\*Investigador de Anif.

pertenecientes al segmento Pyme, a través del análisis de dos sectores específicos: químicos y plástico.

Además de la presente introducción, el artículo está organizado de la siguiente forma: en la sección dos se realiza un resumen de los principales resultados recientes económicos de Perú; enseguida se exponen las relaciones comerciales que unen a Colombia con Perú, mientras que en la cuarta sección se analizan dos estudios de caso para el desarrollo y profundización comercial; para finalizar se exponen las principales conclusiones.

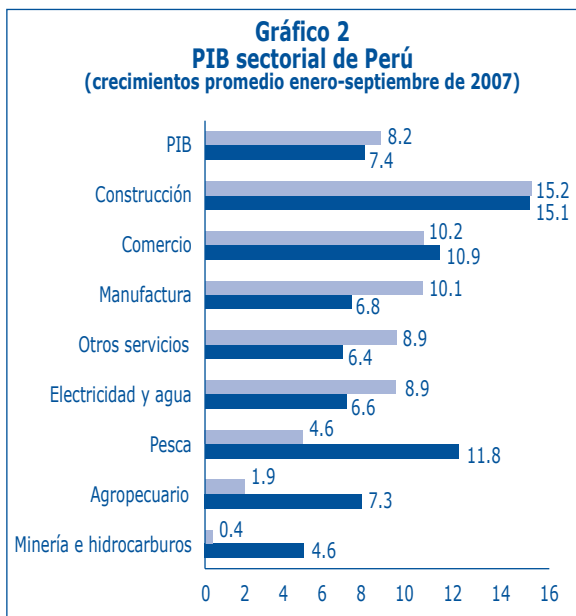
## Breve repaso sobre el desempeño económico de la economía peruana

Uno de los países que ha mostrado un crecimiento sobresaliente y sostenido en la región latinoamericana en los últimos años ha sido Perú. Este país mostró un crecimiento promedio de 8.2% entre enero y septiembre de 2007 (ver gráfico 1); más aun, los datos parciales sobre el cuarto trimestre de 2007 sugieren un cierre de año favorable para esa economía: en octubre el PIB se expandió 10.4% y en noviembre 8.1%, de esta forma la economía peruana se situará en el año 2007 como una de las más dinámicas en materia de crecimiento económico en América Latina.



Fuente: Banco Central de Reserva de Perú.

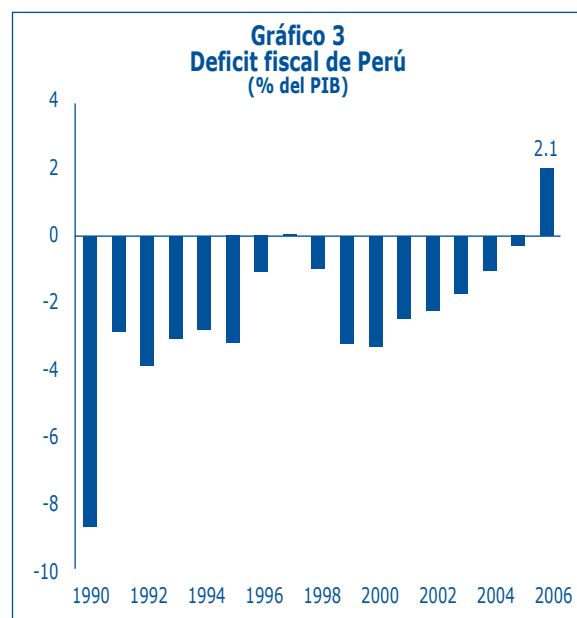
Los datos consolidados de los tres primeros trimestres de 2007 muestran una aceleración en la expansión del Producto peruano del orden de 80 pb (puntos básicos) respecto al año 2006, lo cual vendría a ratificar una senda de crecimiento cercana a 6.5% para el período comprendido entre los años 2004 y 2007. Tal resultado puede ser calificado como satisfactorio si se tiene en cuenta que a comienzos de los años noventa (1990-1993) la economía peruana estuvo prácticamente estancada, su crecimiento promedio fue de 0.3%. Si bien los resultados fueron más positivos al finalizar la última década del siglo pasado, el PIB de Perú sólo logró incrementarse en un promedio anual de 2.4% entre 1996-1999, que se dio posteriormente al pico expansivo de 1994.



Fuente: Banco Central de Reserva de Perú.

Retomando el análisis de coyuntura productiva se encuentra que los sectores sobre los cuales se apoyó el crecimiento del PIB durante 2007 fueron: la construcción, el comercio y la manufactura, estas tres actividades representan cerca del 33% del Producto Interno de Perú (ver gráfico 2). Los sectores más dinámicos de la economía peruana presentaron variaciones que fluctuaron entre 10% y 15% anual. Comparando los anteriores resultados con lo registrado en el año 2006, vale la pena destacar que el sector de pesca mostró una considerable desaceleración, pasando de crecer 11.8% a 4.6%; sin embargo, el efecto neto sobre la expansión del PIB no fue tan alto si se tiene en cuenta que su peso relativo dentro de la economía no es equiparable con actividades como la construcción, la industria o el comercio.

En materia de políticas gubernamentales también se aprecia un esfuerzo importante en los últimos años en Perú; tal es el caso del desempeño fiscal y los lineamientos de la política comercial. Basta con apreciar la dinámica de los resultados de déficit/superávit público. En 1990 el sector público mostraba un déficit que alcanzaba el 8% del Producto Interno. Si bien posteriormente se logró reducir el resultado fiscal e inclusive alcanzar un ligero superávit de 0.06% del PIB en 1997, en los tres años subsiguientes se registraron déficit crecientes similares a lo registrado en los años 1992 y 1993. Sin embargo, un manejo más “ortodoxo” de la política económica permitió ir cerrando la brecha entre los ingresos y gastos del gobierno hasta ubicar a Perú en equilibrio fiscal (2005) e inclusive en superávit (2006) de una magnitud del 2.1% del PIB (ver gráfico 3).



Fuente: Banco Central de Reserva de Perú.

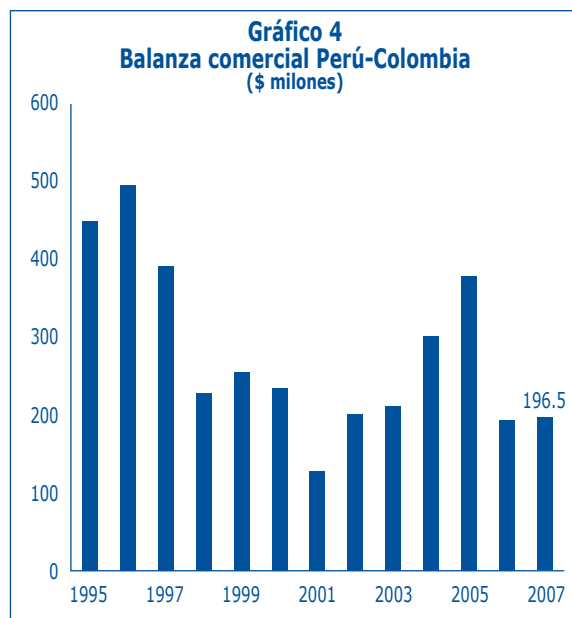
Con relación al manejo de la política comercial se ha podido apreciar un interés creciente por parte del gobierno peruano de aprovechar las oportunidades que brinda tener una ampliación de mercados. La evidencia de este interés ha sido la de concretar el TLC con Estados Unidos, situación que en Colombia todavía no se ha dado. De forma paralela se ha tratado de diversificar la matriz exportadora de este país mediante acuerdos comerciales con distintas naciones. Las negociaciones que buscan cumplir con dicho objetivo incluyen países como México, Canadá y Singapur, sobre los cuales se tiene expectativas de mediano plazo, es decir, que los acuerdos se puedan concretar en el año 2008; adicionalmente se están buscando alianzas para fortalecer el comercio internacional con países como China y Corea del Sur. Vale la pena destacar que en temas como el arancelario Perú tiene más del 50% de sus partidas arancelarias sin impuestos a las importaciones.

## Las relaciones comerciales entre Perú y Colombia

Los datos más recientes sobre comercio exterior señalan que Perú es el quinto socio comercial de Colombia, después de Estados Unidos, Venezuela, Ecuador y China. Específicamente, Perú representa el 2.7% del valor total exportado en los primeros once meses de 2007, es decir, US\$737.1 millones de los US\$26.800 millones de las ventas

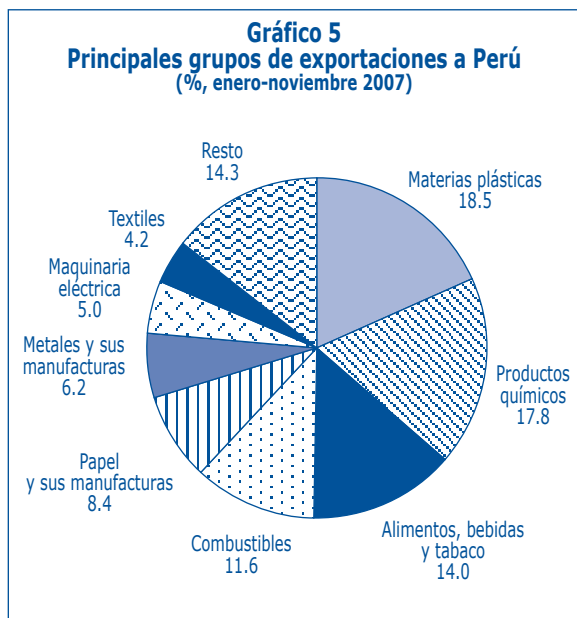
realizadas al mundo. A su vez, Colombia se ubica como uno de los cinco primeros proveedores de Perú. Debe recordarse que el mercado más grande de Perú es Lima, donde se concentra la mayor actividad económica, aunque mercados más distantes pueden ser atractivos para las Pymes.

El valor de la balanza comercial (BC) entre Perú y Colombia fue de US\$196.5 millones entre enero y noviembre del año 2007, lo cual indica que el acumulado en once meses superó el resultado consolidado del año 2006 (ver gráfico 4). Los resultados de la BC en los últimos trece años muestran un superávit estructural de Colombia con Perú, a pesar de que en los últimos dos años no se han podido alcanzar niveles superiores a los US\$300 millones, como ocurrió en el



Fuente: Banco Central de Reserva de Perú.





Fuente: Dane.

año 2005 y a mediados de la década pasada cuando el valor de la BC incluso estuvo cercana a los US\$500 millones, es decir, el 0.5% del PIB colombiano de esa época.

La canasta exportadora reciente de Colombia hacia Perú resulta ser algo diversificada si se le compara con la matriz exportadora a Estados Unidos. En las ventas realizadas a Perú priman los bienes no tradicionales como aquellos asociados al plástico, los químicos y el papel y sus manufacturas (ver gráfico 5). Las cuatro principales agrupaciones que son exportadas a Perú concentran el 62% del valor exportado. Debe mencionarse que sectores como el de plástico y químicos suele tener un importante componente Pyme como se verá más adelante.

Según Proexport (con base en el Dane), al nivel de producto las exportaciones de bienes están encabezadas por actividades relacionadas con la transformación de productos agropecuarios, plásticos y químicos. Realizando la comparación entre los años 2005 y 2006 se nota que el principal producto exportado fueron los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura en estado sólido, el polícloruro de vinilo, coques y semicoques de hulla, polipropileno, hullas térmicas, otras hullas bituminosas y algunos medicamentos para uso humano.

Con relación a los acuerdos de integración comercial entre Perú y Colombia debe recordarse que el principal elemento facilitador de intercambio comercial está dado bajo la organización de la Comunidad Andina (CAN). Básicamente, mediante el Acuerdo de Cartagena se inició la conformación de la Zona de Libre Comercio (ZLC) entre los países andinos (Bolivia, Venezuela, Perú, Ecuador y Colombia), la cual se terminó de configurar parcialmente con la desgravación arancelaria y la apertura de mercados entre Bolivia, Venezuela, Ecuador y Colombia en 1993. Sin embargo, Perú suspendió el desmonte arancelario en 1992 y hasta el año 1997 decidió iniciar el desmonte de aranceles que tendría como plazo máximo el 31 de diciembre del año 2005. Específicamente, el gobierno peruano decidió a partir del 1º de enero de 2006 hacer explícito el 100% de preferencia sobre las subpartidas es-

pecificadas en los anexos VI y VIII de la Decisión 414 de la CAN.

## Oportunidades para las Pymes: el caso del sector de plásticos y químicos

Como se mencionó anteriormente, la apertura de Perú hacia el resto de países que conforman la CAN vía desgravación arancelaria total es reciente. Esto constituye una oportunidad para ampliar y diversificar mercados externos para el caso de las empresas colombianas, y cobra mayor importancia si se tiene en cuenta que la economía peruana ha crecido a una tasa promedio trimestral del orden de 7.8% desde el primer trimestre de 2006. En el caso de la demanda interna se ha generado una expansión de 10.6% (promedio anual por trimestre) y en la demanda global de 9.1% desde la misma fecha.

Considerando que los principales grupos de productos recientemente exportados de Colombia hacia Perú hacen parte de sectores como el de plásticos y químicos, se hará una revisión sobre la estructura de estas actividades en Colombia. Estos dos sectores guardan una similitud entre sí: el componente Pyme que existe dentro de ellos. De acuerdo con la Encuesta Anual Manufacturera (EAM), desde el año 2000 el segmento Pyme<sup>1</sup> que compone el sector de plásticos (referente al número de esta-

blecimientos) es del orden de 77%, seguido por las microempresas con el 15% y las grandes con el 8%. Otra consideración importante tiene que ver con la generación del valor agregado por parte de las Pymes del sector, éstas dan cuenta de cerca del 70% del valor agregado generado por todo el sector de plásticos.

Revisando los indicadores de competitividad internacional del sector de plásticos se aprecia que la Tasa de Apertura Exportadora<sup>2</sup> (TAE) ha mostrado una leve tendencia creciente en los últimos siete años. Así, la TAE pasó de un promedio de 15.2% en 2001 a un grado de apertura de 20% en 2006. Por su lado, la Tasa de Penetración de Importaciones<sup>3</sup> (TPI) en los últimos trimestres ha superado a la TAE, situación que no fue común entre el año 2001 y la conclusión del año 2005. Como resultado de un mayor peso de las importaciones, se observó que la balanza comercial del sector se convirtió en deficitaria al cierre de 2006 y comienzos de 2007.

Sin embargo, para poder establecer una mejor tendencia del grado exportador o importador del sector se recurrirá a la evolución de la Balanza Comercial Relativa (BCR). La dinámica de este indicador señala que hasta el año 2004 el sector estaba presentando una tendencia creciente

<sup>1</sup> Por escala de personal.

<sup>2</sup> TAE= exportaciones/producción.

<sup>3</sup> TPI= importaciones sobre consumo aparente. Consumo aparente: producción + balanza comercial.

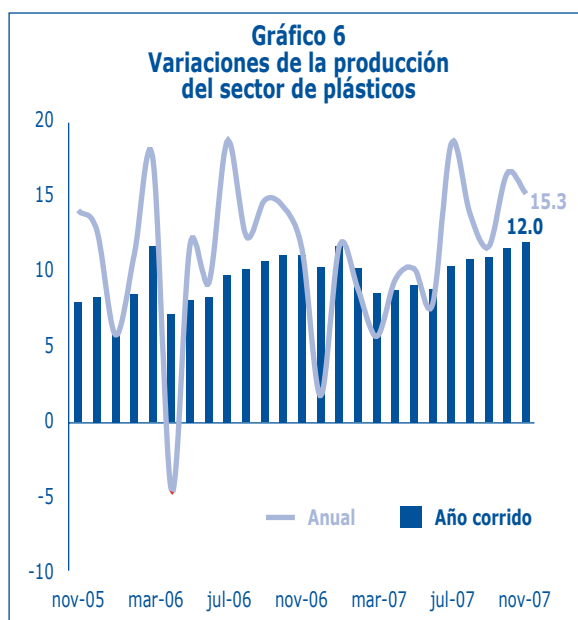
del indicador, es decir, que el sector estaba buscando aumentar su capacidad exportadora. Pero a partir de ese año la tendencia mostró un rumbo diferente haciendo que a comienzos del año 2007 el sector registrara una BCR igual a -0.03. Cuando la BCR toma un valor cercano a cero, como en este caso, se puede afirmar que el grado de comercio intrasectorial es alto.

Con base en lo anterior, es importante pasar a examinar el comportamiento de algunas variables que pueden impulsar el grado de apertura del sector hacia mercados donde se demandan productos generados por éste, como ocurre en el caso de Perú. Por ejemplo, la producción registró un incremento de 12% (año corrido) a noviembre de 2007, ésta es la expansión más importante que ha tenido esta industria en los últimos cuatro años (ver gráfico 6). A pesar

de ello, la demanda creció 12.6% al mismo corte de información, que si bien es más elevado que el crecimiento de la producción, viene registrando una desaceleración desde comienzos de 2007, tal como también se aprecia con la demanda agregada en Colombia. Lo que podría presentar un incremento en las existencias, hipótesis que puede ser corroborada si se tiene en cuenta que la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo desde mayo de 2007 muestra una tendencia creciente en el número de empresarios-industriales que consideran sus existencias como altas. Estas últimas bien podrían destinarse hacia un mercado como el peruano, donde la demanda global crece a tasas dinámicas y sostenidas.

Otra variable que habla del interés por consolidar el aparato productivo del sector de plásticos tiene que ver con el empleo. La tasa de incorporación de trabajadores a las empresas del sector se ha acelerado de forma importante. Mientras que en el año 2006 se llegó a contraer el número de empleados, en 2007 se registraron crecimientos sostenidos y superiores a 6%. Aunque buena parte de ese crecimiento se explica por el incremento en el empleo temporal que está aumentando por encima del 10% anual.

Los análisis realizados por Propexport sobre el mercado peruano de plásticos (en formas primarias) señalan que existen algunas oportunidades para la industria colombiana en ese mercado. Más aun si se tiene en cuenta que en Perú es casi inexistente la industria petroquímica, pero los mercados



Fuente: Dane.

finales sí han mostrado una dinámica importante en ese país. Las fortalezas básicas identificadas para el caso colombiano son: industria petroquímica desarrollada, la alta dependencia de Perú por insumos importados, flexibilidad en la oferta de resinas alcídicas y epoxi, capacidad exportadora de policloruros de vinilo plastificados y sin plastificar, y, por último, la calidad de productos colombianos como el polipropileno y los copolímeros. Las oportunidades identificadas se relacionan con el desarrollo de la industria, en general, y la de plásticos y pinturas en Perú, las preferencias arancelarias y la sustitución de envases de vidrio por envases de plásticos.

Entre los aspectos de mayor precaución se encuentran la inestabilidad de la demanda por resina epoxi y alcídicas, las fluctuaciones del sector de pesca y la competencia de Chile y Brasil. Adicionalmente, las debilidades ante los insumos orientales, la falta de distintos portafolios de productos y el bajo desarrollo del politereftalato de etileno son las principales debilidades a las que se enfrenta la industria colombiana según el estudio realizado por Proexport.

Respecto al sector de químicos en Colombia, se aprecia que, de acuerdo con la EAM, aproximadamente el 78% (promedio) de los establecimientos que conforman el sector es Pyme. Respecto a la generación de valor agregado, se ha encontrado que en años como 2004 las Pymes llegaron a aportar

el 84.8% del valor agregado, incluso se han dado años durante los cuales las empresas grandes no han participado de la actividad productiva.

Los indicadores de competitividad de comercio exterior señalan que la TAE reciente del sector se ubica en 38%, superior al promedio histórico que es de 33.3%. En líneas generales esta variable ha mostrado una tendencia positiva desde el cuarto trimestre de 2001, e incluso ubica el sector dentro de los diez sectores industriales con mayor grado de apertura exportadora en Colombia. A pesar de lo anterior la TPI ha mostrado tradicionalmente un valor más alto que la TAE, incluso cuando se dio la tendencia decreciente en la Tasa de Penetración de Importaciones del sector entre los años 2001 y 2004.

Analizando el comportamiento de la BCR de la industria de químicos en Colombia se observa, primero, que la balanza comercial, uno de sus principales componentes, ha sido sistemáticamente deficitaria en los últimos siete años. Como resultado de lo anterior, la BCR se ha situado en un promedio de -0.6, es decir, con una tendencia o vocación importadora por parte del sector. Sin embargo, debe rescatarse que a lo largo de estos últimos siete años la BCR ha registrado una dinámica caracterizada por un aumento en su valor: mientras que hacia finales de 2001 la BCR era de -0.63, al finalizar el año 2006 ya se ubicaba en -0.5.

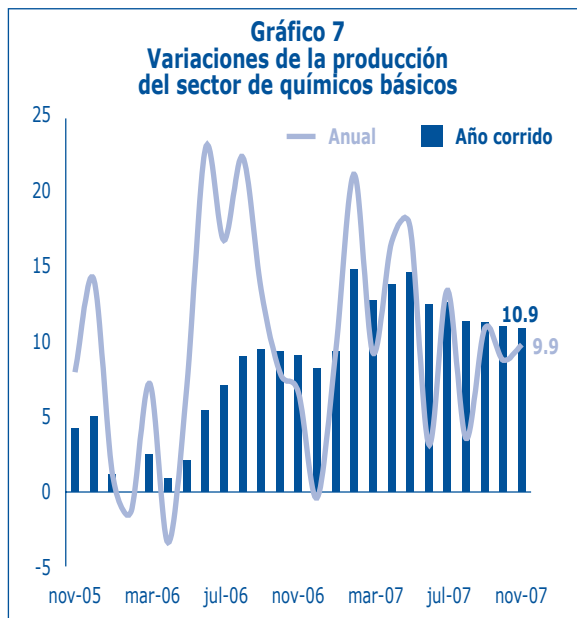
Pero, ¿cómo ha sido el comportamiento reciente del sector en Colombia? En lo concerniente a la producción se pueden distinguir tres períodos marcados de comportamiento de esta variable. En el primero (enero 2004-marzo 2006) se evidenció una desaceleración de la actividad productiva, la cual arrojó como resultado pasar de una expansión de la producción a una tasa de 16.1% anual (año corrido a enero de 2004) a mantener un estancamiento en febrero de 2006, fecha en la cual el crecimiento de la producción se ubicó en -0.03% anual. El segundo período está definido entre marzo de 2006 y febrero de 2007, meses en los que se dio un acelerado incremento productivo: la producción pasó de crecer 2.5% anual a 14.9% anual (año corrido). Posteriormente se ha venido dando una desaceleración moderada en la expansión

de la producción, constituyéndose así en la tercera fase (ver gráfico 7). En ésta la producción ha podido mantenerse por encima de crecimientos de 10% e incluso similar al comportamiento de la industria manufacturera.

Analizando la relación demanda-producción se encontró que durante 2007 el crecimiento de las ventas superó el de la producción, presentándose una brecha promedio de 200 pb. Lo que de alguna manera se asimilaría al comportamiento de las existencias en el sector de plásticos, con lo que podría pensarse en una reactivación de las ventas externas para darle un mejor manejo a la acumulación de inventarios.

Algunos estudios realizados por Pro-export han señalado las oportunidades de exportar productos químicos, específicamente los orgánicos, hacia Perú. Entre las fortalezas de las empresas colombianas se cuenta la competitividad (vía arancelaria) al pertenecer a la CAN y la integración vertical; adicionalmente, entre las oportunidades está el alto grado de dependencia de la industria peruana por productos importados. Pero se han identificado dificultades en el posicionamiento de la oferta colombiana en Perú. Una de ellas ha sido la falta de disponibilidad continua de insumos (metanol y ciclohexanona) junto con los costos logísticos.

Por lo anterior, resulta estratégico para las firmas que desean incursionar en el mercado de insumos poseer



Fuente: Dane.

unos sólidos canales de distribución. Lo anterior teniendo en cuenta dos tipos de segmento de mercado: las Pymes y las empresas grandes. Respecto a las primeras el mercado es importante pero tiene la característica de poseer un alto componente informal que conlleva un riesgo financiero. En el caso de las firmas grandes se ha establecido que la continuidad con los clientes de este segmento está en función de servicios adicionales o complementarios como los de asesorías técnicas.

## Conclusiones

Son diversas las oportunidades que brinda el acceso al comercio internacional. Pero a la vez también es importante constituir un portafolio amplio y diversificado de mercados objetivo que permitan ampliar las ganancias netas del libre comercio y disminuir las vulnerabilidades propias del ciclo económico. Una manera para hacerlo es la consolidación, ampliación y apertura de distintos mercados. En este artículo se ha expuesto un caso particular para Colombia: la economía peruana.

Por sus políticas y desempeño reciente, la economía peruana se constituye en un objetivo atractivo para realizar negocios. El crecimiento general que ya muestra expansiones superiores a 7%, el impulso de la industria manufacturera, la consolidación

de políticas en materia fiscal y monetaria, junto con unas condiciones que ubicarán muy pronto a Perú en “grado de inversión”, son los elementos generales de atractivo para los empresarios.

Se examinó el caso de dos sectores que en Colombia tienen un importante componente Pyme, y cuyos productos a su vez son ampliamente demandados en Perú: los químicos y el plástico. Se encontró que estos sectores tienen un buen potencial amparados en el acuerdo de la ZLC de la CAN, pero a pesar de sus esfuerzos de internacionalización todavía existen importantes retos para poder consolidar negocios en el vecino país.

Debe recordarse que por sus características el principal mercado dentro de Perú es Lima, donde se concentra buena parte de la actividad productiva del país. Sin embargo, hay otro tipo de destinos reseñados por los expertos que pueden ser atractivos para las Pymes colombianas, como es el denominado “mercado de la selva” donde se demandan productos como plásticos y alimentos en ciudades como Iquitos y Puerto Maldonado. En resumen, son variadas las oportunidades que tienen los empresarios colombianos y las Pymes para aprovechar tratados comerciales con países que gozan de una buena situación económica y que suelen compartir con Colombia importantes lazos comerciales que pueden ser consolidados.



## Bibliografía

Misión Pyme, 2007, “Oportunidades en la selva”.

Moori V. Rodríguez. A. *et al.*, 2006, Perfil de la Pyme exportadora, el caso colombiano, Fundes.

Proexport, 2007, “Guía para exportar al Perú”, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Proexport-BID, 2003, “Sector químicos orgánicos”, Programa de información al exportador por Internet.

Proexport-BID, 2003, “Sector plásticos en formas primarias”, Programa de información al exportador por Internet.

Rodríguez R., Montoya G., Peña O. *et al.*, 2007, *Riesgo Industrial I-07*, Asociación Nacional de Instituciones Financieras, Anif.

Rodríguez R., Montoya G., Rizo C. *et al.*, 2008, *Mercados Industriales*, Asociación Nacional de Instituciones Financieras, Anif.

Tamayo C., Rodríguez R. *et al.* *Guía empresarial* enero-marzo 2008, Asociación Nacional de Instituciones Financieras, Anif.

