

INFORME DE COYUNTURA PYME

industria
comercio
servicios

ISSN 2011-9755



AÑO 2009

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

DIRECTOR · Sergio Clavijo

SUBDIRECTOR · Carlos Ignacio Rojas

INVESTIGADORES · María Angélica Lozano
Carolina Gil

PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA · Tatiana Herrera
Luz Stella Sánchez

EDITORIA · Ximena Fidalgo

IMPRESIÓN · Punto & Línea Impresores

DIRECTORA COMERCIAL Y DE MERCADEO
María Inés Vanegas / Publimarch Ltda.
Teléfonos: 310 1500 - 310 1860 - 310 2041
Línea gratuita: 01 800 0119907
Fax: 217 0760 - 312 4550 · Calle 70A No.7-86

CORREO ELECTRÓNICO · anif@anif.com.co
PÁGINA WEB · www.anif.org

ESTE DOCUMENTO SE FINALIZÓ
EL 8 DE ABRIL DE 2009

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.

EDICIÓN I • 2009

Crónicas de una junta anunciada

Actividad productiva de las Pymes a la luz de los resultados de la Gran Encuesta Pyme

Ciclo económico y actividad Pyme
Principales resultados de la Gran Encuesta Pyme
Conclusiones

Progresos y desafíos en la financiación de Pymes

Evolución de la banca para Pymes
Ciclo económico y crédito Pyme
Principales desafíos
Conclusiones

Importancia del uso de las TIC en la productividad y competitividad de las Pymes en Colombia

¿Cuál es la situación actual de Colombia en materia de uso de TIC?
¿Por qué es importante que los empresarios colombianos
inviertan en TIC?
¿Cuáles son las acciones de política que el gobierno ha realizado
para que las Pymes adopten y usen las TIC?
Conclusiones



Presentación

En el año 2008, Anif cumplió su promesa de entregar a sus lectores cuatro ediciones con artículos sobre diversos temas coyunturales relacionados con la pequeña y mediana empresa. Para este año 2009, nuestro compromiso sigue en pie. Es por esto que con este número damos inicio a la primera de cuatro publicaciones, que esperamos como siempre sea de utilidad para el empresario Pyme y, desde luego, para todo aquel interesado en investigar sobre temas relacionados con el segmento Pyme.

El primer artículo identifica las buenas prácticas de gobierno que los empresarios deben tener en cuenta antes de crear o formalizar una junta directiva.

El segundo artículo presenta un análisis de la actividad productiva de las Pymes con base en los resultados de la Gran Encuesta Pyme liderada por Anif y con el respaldo del BID, Bancoldex y el Banco de la República. Para llevar a cabo este análisis se tienen en cuenta las preguntas del módulo de Perspectivas mediante el cual se capturan las expectativas de los pequeños y medianos empresarios con relación a la situación general de sus negocios.

El tercer artículo muestra los progresos y desafíos que ha experimentado la relación entre el sistema financiero y las pequeñas y medianas empresas. El artículo resalta el papel de la banca para Pymes como un aliado estratégico que ha permitido que muchas empresas expandan sus mercados y aseguren su permanencia.

Finalmente, nuestro último artículo analiza la importancia del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en la productividad y competitividad de las Pymes en Colombia.

Como siempre, quedamos atentos a su comentarios o sugerencias.

Sergio Clavijo
Presidente de Anif

Crónicas de una junta anunciada

Diego Parra Herrera*

Para las empresas en general, el punto cardinal en el que encuentran su eficaz desarrollo se ubica en los órganos que la gobiernan. Desde allí se proyectan, tanto interna como externamente, al mundo en el que actúan y del cual derivan sus beneficios. Éste sin duda alguna es un aspecto que define a la junta directiva, tema de gran preocupación para algunos empresarios, y de menor valor para otros. Lo que es una realidad es que los atañe a todos.¹

Del buen manejo dado a este órgano de gobierno depende en gran parte el éxito empresarial, las relaciones entre los accionistas y la imagen que proyectamos ante los grupos de interés. Esta realidad, que es palpable en todas las organizaciones, afectará el devenir del negocio si los in-

versionistas no entienden la diferencia que existe entre una asamblea general y una junta, algo muy común en nuestro medio. Podríamos decir que hoy en día el contar con una junta directiva formal ya no es un bien de lujo sino una necesidad, la cual puede orientar a las empresas dentro de un entorno muy competido, donde se empiezan a oír pisadas cada vez más fuertes de lo que hoy llamamos gobierno corporativo.

He tenido la oportunidad de conversar con varias empresas, ya sean Pymes o de

*Profesor titular de la Facultad de Administración de la Universidad Externado. Consultor en empresas de familia a nivel nacional e internacional.

¹“El buen gobierno es la clave del éxito”, Ward, John. Prólogo, en Neubauer, Fred. Lank, Alden. Op. Cit. p.9.

gran tamaño, y con todas encuentro la misma tipología. Sus juntas son muy incipientes, o inclusive ni siquiera cuentan con una. La gran pregunta es: ¿por qué? Creo tener un par de causas. Primero porque la gran mayoría fue fundada por uno o varios socios que en la actualidad siguen siendo el cerebro de la organización y su rol es ser miembros de asamblea, de junta, y gerentes. Más o menos lo que quiero puntualizar es que la junta se puede ver en el espejo cada mañana. La segunda causa es que cuando fueron creadas todas estas empresas, alrededor de los años setenta, en Colombia no teníamos la menor idea de lo que era el gobierno de la empresa. Con esto eximo de su culpa a los grandes empresarios.

Hace no mucho tiempo me encontré con un caso digno de resaltar, donde los dueños de la empresa de calzado Yepeto S.A. me invitaron a darles una charla sobre juntas directivas. Cuál sería mi sorpresa al encontrar en la sala de reunión un descontento general que reinaba de manera uniforme. Confieso que en un principio me sentí un poco incómodo e intimidado, pero a medida que avanzaba la reunión comprendí el porqué de tal situación. Tenía frente a mí al 49% de la participación de la empresa, representada en un grupo de no más de diez accionistas, y fue entonces cuando pregunté: ¿dónde está el 51% restante? A tal interrogante, se generó un cruce de miradas y un silencio escabroso, como un duelo de villanos en plena película del oeste.

Para mi sorpresa, don Jaime Pinocchio, socio mayoritario de la compañía, no solía

asistir a las reuniones de junta directiva, porque una de sus tantas empresas era no sólo la proveedora del cuero de Yepeto S.A., sino la principal acreedora con casi la tercera parte de la deuda de la empresa, la gran mayoría de dudoso recaudo. En pocas palabras, este hábil empresario estaba lucrándose a costa de desangrar otro de sus negocios y a sus socios minoritarios.

Lo que quiero resaltar es que tanto en ésta como en otras empresas, con características similares, la junta directiva se ha convertido en un adorno utilizado por los accionistas para hacer efectivos sus deseos, adquiriendo el papel de una entidad bastante inefectiva. Estas organizaciones no se han percatado de que pese a existir junta directiva, no se llevan a cabo las verdaderas funciones de la misma, incumpliendo así con el papel que les exige a las sociedades el “gobierno corporativo”.

Creo que podemos tener a mano un sinnúmero de ejemplos de juntas exitosas, sin embargo veo conveniente remitirnos al concepto básico: “La junta proporciona a la organización, lógica y estructura en nombre de los accionistas de forma tal que la organización aplique y cumpla con sus fines y su misión. La junta delega autoridad a la administración para aplicar la misión de la compañía y establece en qué forma los poderes y facultades que delega a sus ejecutivos se van a ejercer”². Es entonces la

² Mariasch Mario. “El profesionalismo de las juntas directivas y su papel en la administración y el desarrollo del liderazgo”.

encargada de tejer un puente en las relaciones entre el gerente o administradores y la asamblea general de socios, actuando con base en los objetivos trazados por la empresa para buscar su consecución.³

La figura de la junta directiva, al igual que la asamblea general, es propia de cualquier tipo de empresa, y la injerencia que tiene en las decisiones importantes que se toman sobre la organización hace que su estructura y funciones deban ser analizadas con detenimiento. Quiero compartirles unos “tips” que le pueden ser útiles en el momento en que crea conveniente lanzarse al agua y crear una junta si no la tiene, o formalizar la actual.

a. Composición numeraria

Hablemos en primer lugar del número de integrantes. Algunos autores consideran que no debe tener muchos miembros; de lo contrario dificultaría la toma de decisiones, dado que torna complejas y lentas las discusiones en sus reuniones. Por ello se recomienda un plural cercano a tres o siete integrantes, cifra que cada empresa familiar (EF) se replanteará de acuerdo con sus necesidades; esta aseveración corrobora el estudio realizado por la Superintendencia de Sociedades que afirma que en Colombia la mayoría de juntas directivas de EF está integrada por un número que oscila entre tres y cinco miembros. El número impar es vital: evita votaciones en las que haya empates, teniendo que realizar varias para tomar una decisión, o que se aplacen los

asuntos importantes, esperando que alguien cambie de parecer.

b. Calidad de sus integrantes

Para considerar quiénes son las personas idóneas a la hora de componer la junta directiva de una EF, hay tres alternativas: composición exclusiva de miembros del clan, personas ajenas a la familia –externos, o una combinación de unos y otros.

En el inicio de algunas EF se opta por tener como integrantes de junta sólo a miembros familiares, situación que ocurre por razones de economía, o incluso, de inexperiencia. Pero eventualmente la empresa irá notando la necesidad de tener entre sus integrantes a personas ajenas a su núcleo, ya que en la medida en que va creciendo, las relaciones se van imbricando y se vuelven cada vez más complejas.

Si la presencia de miembros externos en las juntas directivas es un poco desalentadora, lo es aún más la manifestación de deseos de las EF al respecto. Es un hecho que a la mayoría no le interesa la intervención de personas ajenas a la familia en la dirección de la compañía pues existe un cierto temor a perder el control. Sin importar la manera como se conforma la junta directiva, fami-

³ Para Corona la Junta Directiva –Consejo de Dirección, para ellos, le establece un rumbo estratégico a toda la organización. Juntas de lujo, en: www.dinero.com.

liares, externos o la combinación de ambos, es importante que se tenga en cuenta, por encima de todos y además de la calidad de la persona, sus cualidades.

c. Funciones

Son muchas las funciones que lleva a cabo la junta directiva, que además deben estar claramente especificadas en el marco de la dirección, con el objetivo de separarlas de las tareas gerenciales, labor de los ejecutivos.

Con el fin de mostrar al lector las tareas, en términos generales, que ella ejerce, veamos las siguientes:

1. Garantizar un gobierno eficiente con el adecuado desarrollo del objeto social, que tenga en cuenta las tendencias actuales de buen gobierno corporativo.
2. Vigilar y contribuir a mejorar las estrategias y políticas de la compañía, a través de la inspección del desempeño del negocio; el examen de las metas de la compañía; la revisión y aprobación del presupuesto; la supervisión y vigilancia de litigios; la verificación de la efectividad y la transparencia de los sistemas contables, entre otros.
3. Escoger, nombrar, remover, evaluar, solicitar, asesorar y establecer políticas de compensación de los ejecutivos de la compañía en función de su mejor desempeño.
4. Velar porque el cumplimiento de las labores del revisor fiscal, si es del caso, se cumplan a cabalidad.
5. Asesorar la sucesión empresarial.
6. Velar por el mantenimiento de los secretos industriales y comerciales de la sociedad.
7. Realizar reportes periódicos a los partícipes de la empresa sobre la situación financiera y de gobierno de la EF, en la forma en que se haya establecido en el Código de Buen Gobierno o en el Protocolo.
8. Darle a los partícipes de la empresa un trato equitativo.
9. Verificar el cumplimiento de los lineamientos básicos que ha asumido la empresa, para lograr la permanencia de la estructura social. Para este objetivo se observa la ley, los estatutos, el Código de Buen Gobierno y el Protocolo que se hayan adoptado.
10. Propender por profesionalizar a los miembros de la familia.
11. Coadyuvar en la prevención y resolución de conflictos de naturaleza familiar.
12. Propender por la adopción de un Protocolo de Familia.
13. Adoptar mecanismos que permitan mantener los valores que han motivado a la familia, así como los deberes de ella hacia la empresa.

Resulta complejo que el manejo de estas funciones tan variadas las lleve a cabo un solo ente. De ahí que se posibilite un apoyo para esas tareas a través de unos comités especiales, conformados por miembros independientes que se encarguen de asuntos específicos. Entre ellos podemos mencionar el comité fi-

nanciero y de auditoría; el comité de nominación, evaluación y compensación de ejecutivos clave y el comité de gobierno corporativo, y todos los demás que la empresa estime convenientes. Existen con el fin de coadyuvar a la junta directiva en la ejecución de sus propósitos, pero no son de carácter obligatorio.

d. Comunicación

Resulta de gran importancia una buena comunicación entre la familia y la junta directiva, para que las políticas trazadas por la última sean lo suficientemente armónicas con los deseos de la familia. Esta comunicación se inicia desde la elección misma de los miembros por el clan propietario. Desde allí surgen otras formas de enlace, como reuniones de la junta donde se cite a los propietarios de la empresa; encuentros sociales en los que se dé la oportunidad del conocimiento de unos y otros; sesiones especiales de la junta con participación de la familia para la toma de decisiones importantes; salvo que el Protocolo haya delimitado estas funciones en el consejo de familia.

De todas maneras, la junta directiva y la familia tienen puntos de confluencia que tendrán que clarificar, como la política de dividendos, la política de recompra de acciones, la selección de futuros miembros de junta, los objetivos y la ética empresarial, la política de empleo para los familiares y la sucesión de la propiedad y liderazgo en la empresa. Por ejemplo, la familia discute primero la política de dividendos y

la junta evalúa y da respuesta oportuna a los acuerdos adoptados por la familia.

Esa coincidencia de temas hace que la junta se acerque a la familia y se informe acerca de su cultura, las metas que tiene como ‘familia’, trasladadas a la empresa necesariamente. La comunicación hace más sencilla la gestión y consolida en constantes los valores que rigen en ella.

e. Reuniones

Cada empresa determinará en sus estatutos la regularidad de las sesiones de junta directiva. Nuestra recomendación es que no pequen por falta de sesiones, que es la característica de la mayoría; de todas maneras hay que echar mano de un viejo refrán que nos recordara un empresario: ‘ni tanto que queme al santo, ni tan poco que no lo alumbre’.

Al respecto, no podemos decir que las EF colombianas sostienen alguna posición. Las estadísticas nos muestran una celebración de reuniones sin determinaciones hacia una u otra frecuencia.

Pero más que recalcar el hecho de la frecuencia de las reuniones, nos interesa aquí mencionar un asunto vital: que éstas no se conviertan en la extensión del control que las juntas directivas quieren poseer en el manejo de la empresa. Las reuniones se vuelven rutinarias y desembocan en un desinterés por enterar a los partícipes de la empresa de lo que ocurre en su interior.

Aspectos como controlar el orden del día reflejan una desidia hacia los aportes de los miembros de la junta, llegando a momentos donde sólo se interesan por cumplir con el quórum. Al respecto hay que seguir las pautas que sobre gobierno corporativo dictan las nuevas tendencias, que no hacen sino fortalecer la institucionalidad en la empresa.

A partir de todo lo anterior, podemos notar fácilmente la importancia que acarrea la presencia de este órgano en la empresa, el cual de ninguna manera les quita poder a sus propietarios, sino por el contrario, les ayuda a fortalecer el que ya tienen mediante el trazado de políticas y directrices que siempre se establecerán en beneficio de la empresa. La junta por sí misma aporta igualmente una imagen sólida frente a terceros, otorga profesionalismo y la garantía de que las decisiones se tomarán con cierta objeti-

vidad, dependiente eso sí de la calidad de sus miembros.

Encarrilar una junta directiva como la de Yepeto S.A no es nada fácil, pero sí representa un reto, el cual, tengo la certeza, más de un empresario está viviendo en este momento. No me equivoqué al hacer remembranzas de esta compañía, ya que la semana pasada un amigo cercano me comentó que estaban entrando en proceso de liquidación. De igual forma el comentario no me extrañó, porque lo que acá he relatado sólo fue la crónica de una “mala junta”, que conllevó a una anunciada bancarrota empresarial.

Señor empresario: llénese de valor para incursionar en un sistema de buenas prácticas de gobierno en su junta y no permita estar rodeado de miembros que convertirán su empresa en un mundo de realismo mágico.

Actividad productiva de las Pymes a la luz de los resultados de la Gran Encuesta Pyme

Carolina Gil*

Ciclo económico y actividad Pyme

Los resultados más recientes de la Gran Encuesta Pyme liderada por Anif con el respaldo del BID¹, el Banco de la República y Bancóldex (correspondientes al segundo semestre de 2008) evidencian un deterioro en la percepción de los empresarios acerca de la situación de sus negocios. Este menor optimismo de las Pymes va en línea con lo esperado, dado el proceso de desaceleración de la economía que experimenta el país desde mediados de 2007.

Según las cifras del Dane, durante los tres primeros trimestres de 2008 el PIB registró un incremento anual de 3.8%, muy por

debajo del 7.4% observado durante el mismo período de 2007. Los sectores económicos donde la desaceleración ha sido más evidente son la industria y el comercio, ambos con un componente Pyme muy importante (el 40% de la producción industrial y el 69% de las actividades comerciales corresponden a pequeñas y medianas empresas).

En el acumulado entre enero y diciembre de 2008, la producción de la industria manufacturera sin trilla de café se contrajo 3.5% respecto al año anterior. Los subsectores de mayor participación Pyme y peor desempeño en 2008 fueron: productos textiles (-12.1%), muebles (-10.2%), con-

*Investigadora de Anif.

¹ Recursos del Fondo Coreano para la Reducción de la Pobreza.

fecciones (-8.9%) y calzado (-6.3%). Por otro lado, las actividades de edición e impresión, así como las ramas de vidrio, papel y plástico, se destacaron por mostrar un comportamiento favorable.

Por otra parte, el sector de comercio experimentó una fuerte desaceleración en 2008, registrando al corte de diciembre un crecimiento anual de tan sólo 0.5% (muy por debajo del 10.7% observado un año atrás). Los subsectores de artículos de uso doméstico y alimentos y bebidas (con alta incidencia Pyme) presentaron decrecimientos anuales de -3.3% y -0.6%, respectivamente. La categoría de vehículos, una de las más importantes dentro del comercio, sufrió una reducción continua en sus ventas durante los últimos cuatro meses de 2008, acumulando en diciembre una caída anual de 2.9%. De otro lado, el comercio minorista de equipos de informática, calzado, libros y productos de aseo personal, todos ellos con alta participación de establecimientos pequeños y medianos, reportó una buena dinámica a lo largo de 2008.

Detrás de la contracción de la industria y la desaceleración del comercio en 2008 se encuentran diversos factores. En primer lugar, el impacto de las medidas de política monetaria adoptadas por el Banco de la República desde abril de 2006 (elevamiento de la tasa repo y de los encajes), con el objetivo de desacelerar el crecimiento de la demanda agregada y moderar las presiones inflacionarias. Como resultado de dichas medidas, el consumo de los hogares pasó

de crecer 8% anual en el acumulado al tercer trimestre de 2007 a tan sólo 3% en el mismo lapso de 2008. Así mismo, la cartera de consumo redujo su dinámica, dejando de crecer a ritmos de 30%-40% anual a mediados de 2007 para registrar variaciones cercanas a 12% a finales de 2008.

En segundo lugar, a pesar de que no se cuenta con información completa que permita cuantificar el efecto de la caída de las denominadas “pirámides financieras” en el consumo, es claro que en ciertas regiones del país (Cauca, Huila, Caquetá, Nariño y Putumayo) éste ha sido de consideración. En tercer lugar, las restricciones impuestas por el gobierno de Venezuela al comercio de vehículos afectaron fuertemente el sector automotor. La imposición de cuotas en este mercado implicó una disminución en el número de vehículos exportados, de 57.000 en 2007 a cerca de 16.000 en 2008. Por último, algunos sectores productivos ya han comenzado a sentir los efectos negativos de la crisis económica internacional, como es el caso del cuero y las confecciones (altamente dependientes del mercado de Estados Unidos).

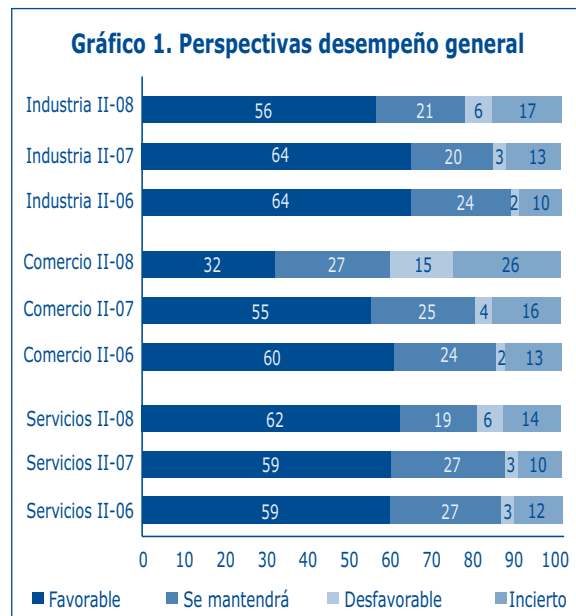
Principales resultados de la Gran Encuesta Pyme

En los meses de octubre-noviembre de 2008 se llevó a cabo la sexta medición de la Gran Encuesta Pyme, en la cual fueron entrevistados 1.545 empresarios Pyme de los sectores de industria, comercio y servicios

(para mayores detalles acerca de la Encuesta ver la ficha técnica ubicada al final del artículo). Uno de los módulos más importantes de la Encuesta es el de Perspectivas, a través del cual es posible capturar las expectativas de los pequeños y medianos empresarios respecto de la evolución futura de variables como producción, ventas, pedidos y planes de inversión, entre otros. En este caso, analizaremos la percepción de las Pymes respecto a la situación de sus negocios en el segundo semestre de 2008.

En el gráfico 1 se presentan las respuestas a la pregunta ¿Cómo considera usted que será el desempeño general de su empresa en el segundo semestre de 2008? Es evidente que en los sectores de industria y comercio la percepción de los empresarios sobre su situación al cierre de 2008 fue menos favorable que la observada un año atrás. En el caso de la industria, el porcentaje de Pymes que esperaba un buen desempeño de sus negocios en 2008-II fue de 56%, es decir 8 puntos porcentuales menos que en 2007-II. A nivel de subsectores industriales, se destacaron los de otros productos minerales no metálicos y alimentos y bebidas como los más optimistas, en tanto que productos textiles y prendas de vestir mostraron las expectativas menos positivas respecto de su situación al cierre de 2008.

En el caso del comercio, únicamente el 32% de las Pymes esperaba que sus negocios tuvieran un buen desempeño en el segundo semestre de 2008. Este resultado



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

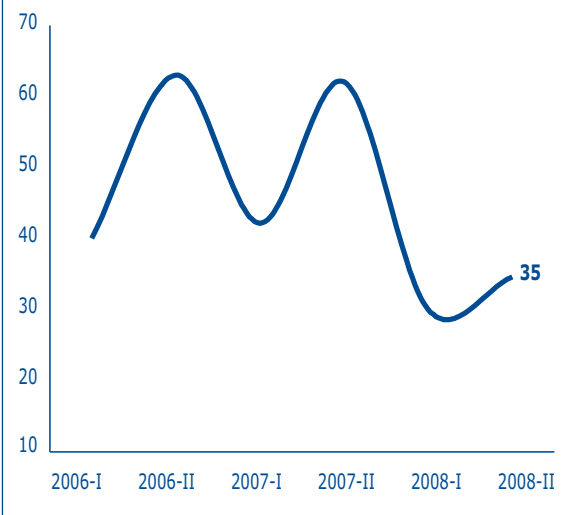
es el registro histórico más bajo desde el inicio de la Encuesta y con respecto a la medición del segundo semestre de 2007 es 23 puntos porcentuales inferior. Al parecer, las Pymes del sector comercio se sienten más vulnerables ante la desaceleración económica, en comparación a sus pares de la industria y los servicios. Si bien las cifras del Dane mostraron un mejor comportamiento del comercio minorista en 2008 (respecto a la industria manufacturera), los resultados de la Gran Encuesta Pyme evidencian que los efectos de la fase negativa del ciclo económico sobre los diferentes sectores económicos dependen en buena medida del tamaño de las firmas.

Por otro lado, resulta interesante ver cómo la mayoría de las Pymes del sector de servicios (62%) continuó siendo optimista respecto de

su evolución en el futuro cercano. Los empresarios de este sector se han caracterizado por tener las expectativas más favorables desde el inicio de la Encuesta. En particular, subsectores como el de informática y asesoramiento empresarial muestran un comportamiento que difiere ampliamente de los demás sectores incluidos en este sondeo. Es posible que esto se encuentre asociado a la estructura productiva y gerencial de las empresas pertenecientes a estas agrupaciones (que suele ser más sofisticada que la de la mayoría de Pymes), así como también a la calidad y especialización de los productos que éstas ofrecen. Estas características probablemente hacen menos vulnerables a estas firmas frente a los cambios en el entorno económico.

Por otra parte, con respecto a las expectativas de producción de las Pymes industriales, el gráfico 2 muestra cómo el balance de respuestas² llegó a su nivel más bajo en el segundo semestre de 2008. Esto representó una caída de 30 puntos porcentuales en comparación con el registro del segundo semestre de 2007. Asociado a lo anterior se encuentra la reducción en el porcentaje de utilización de la capacidad instalada (UCI) de las Pymes que se ha venido observando desde el primer semestre de 2008. En efecto, mientras que en el segundo semestre de 2007 el 60% de las Pymes ubicaba su nivel de UCI en 85%, en el mismo período de 2008 el mismo porcentaje de Pymes señaló una UCI de 60%. Esta menor utilización de la capacidad productiva es el resultado de una combinación de factores de oferta

Gráfico 2. Sector industrial. Expectativas de producción (balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

y de demanda. Por un lado, durante los últimos dos años las empresas manufactureras realizaron importantes inversiones en su infraestructura física para ampliar su capacidad de producción. Por otro lado, la evolución reciente de la demanda ha sido menos favorable que la de comienzos-mediados de 2007, lo cual ha obligado a las Pymes a reducir sus niveles de producción para así evitar una acumulación excesiva de inventarios.

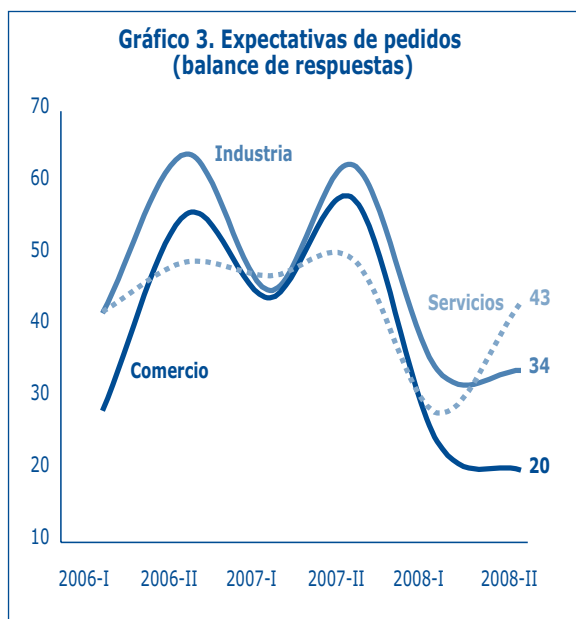
Los resultados de la Gran Encuesta Pyme con respecto a la evolución de los inventarios (sin cambios significativos en las últimas tres mediciones) confirman que las pequeñas y medianas empresas, siguiendo el ejemplo de las grandes compañías, están aprendiendo

² Respuestas positivas menos respuestas negativas.

a regular su ritmo de producción de acuerdo con las expectativas de la demanda, con el objetivo de reducir los tiempos y costos de almacenamiento de mercancías.

En los gráficos 3 y 4 se presentan las expectativas en términos de demanda de los empresarios consultados en la Gran Encuesta Pyme. En el caso de la industria y el comercio, el balance de respuestas a la pregunta sobre la evolución de los pedidos en el segundo semestre de 2008 registró una caída de niveles de 58-60 en el segundo semestre de 2007 a 20-30 en el mismo período de 2008. Por su parte, las Pymes de servicios reportaron en la última medición un balance de respuestas a esta pregunta igual a 43, tan sólo 6 puntos porcentuales por debajo del nivel observado en el segundo semestre de 2007.

El impacto más evidente de la desaceleración de la demanda se dio en las ventas de las Pymes dedicadas a actividades comerciales (ver gráfico 4). Mientras que los balances de respuestas correspondientes a esta variable se mantuvieron cerca de 60 en el segundo semestre de 2006 y 2007, para el mismo período de 2008 cayeron a 21, el registro histórico más bajo. Entre los empresarios de subsectores del comercio como artículos de uso doméstico, ferreterías y cerrajerías hay consenso acerca del negativo desempeño de las ventas al cierre de 2008. En contraste, las Pymes de servicios, aunque registran balances de respuestas inferiores a los de un año atrás en lo relacionado con pedidos y ventas, todavía no revelan un deterioro pronunciado en sus perspectivas de demanda.



Fuente: Gran Encuesta Pyme.



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

Conclusiones

Resulta interesante contrastar los resultados de la Gran Encuesta Pyme con las cifras comúnmente utilizadas para aproximarse a la evolución del segmento Pyme en Colombia. Las percepciones de los empresarios respecto a la evolución reciente de sus negocios permiten matizar las estadísticas agregadas que proporcionan las fuentes oficiales sobre sectores económicos tan heterogéneos como la industria y el comercio. Las cifras del Dane señalaron una contracción de la producción industrial y una fuerte moderación de las ventas del comercio durante 2008, en tanto que los resultados de la Gran Encuesta Pyme evidenciaron una mayor vulnerabilidad de los empresarios dedicados al comercio. Las expectativas sobre la evolución de la demanda de las Pymes (con excepción del sector de servicios) no son positivas y traen consigo una menor utilización de la capacidad instalada y niveles de producción inferiores a los observados en los últimos dos años.

FICHA TÉCNICA Gran Encuesta Pyme 2008-II

Técnica: entrevista telefónica, con aplicación de un cuestionario estructurado vía CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

Grupo objetivo: directivos o personas a cargo del área financiera de empresas con activos para el sector de comercio y el de industria entre \$231.211.500 y \$13.845.000.000, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$566.000.001 y 11.311.000.000, o número de empleados entre 11 y 200.

Cubrimiento: nacional (18 departamentos).

Tipo de muestreo: estratificado (sector y subsector económico) con selección aleatoria del marco de lista.

Tamaño de la muestra: 1.545 empresas: 825 empresas industriales, 385 empresas comerciales y 335 empresas de servicios.

Margen de error: menor a 6% a nivel de los macrosectores y a 15% a nivel de los subsectores.

Frecuencia: semestral.

Medición: octubre-noviembre de 2008

Realizado por: Ipsos-Napoleón Franco.

Progresos y desafíos en la financiación de Pymes

Carolina Gil*

En Colombia, la discusión sobre el financiamiento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ha evolucionado de manera progresiva, en la medida en que el gobierno se ha comprometido en la promoción de este segmento empresarial y los bancos han comenzado a explotar el potencial de negocios de estas unidades productivas. La experiencia de la banca en países como Brasil, Chile, India, Corea del Sur y Filipinas ha demostrado que la rentabilidad de la cartera Pyme puede superar ampliamente la de otro tipo de carteras, especialmente la de las grandes empresas donde los márgenes son cada vez más estrechos.

La banca colombiana ha demostrado su compromiso con las Pymes a través de la

irrigación permanente de recursos de financiamiento (tanto en la fase favorable del ciclo económico como en la fase reciente de desaceleración) y la provisión de servicios más allá del crédito. No obstante, todavía existen dificultades de orden regulatorio y características estructurales de la demanda de crédito Pyme en las que el gobierno, las empresas y el sistema financiero deben trabajar de cara al futuro.

Cabe aclarar que los avances y desafíos que se comentan a continuación se refieren específicamente a la financiación del segmento de las Pymes, excluyendo las microempresas cuyas características obligan

*Investigadora de Anif.

a las entidades financieras a utilizar tecnologías microfinancieras especializadas de otorgamiento y cobranza que no son comparables con la banca Pyme.

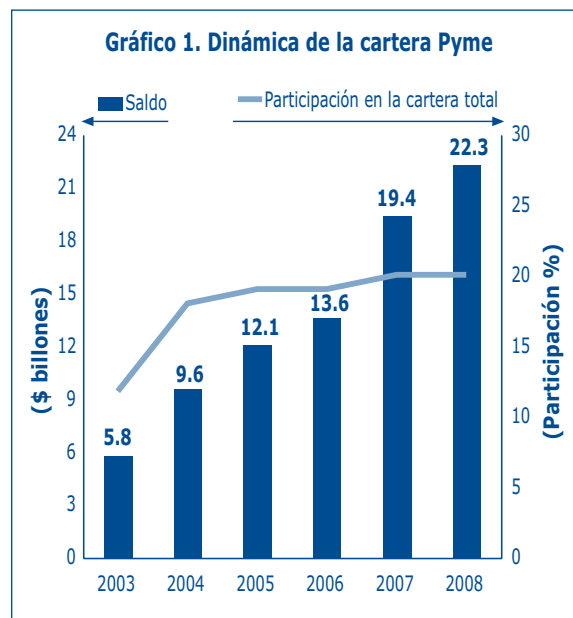
Evolución de la banca para Pymes

Mientras que hace una década las Pymes eran prácticamente desconocidas por el sistema financiero colombiano, hoy en día son escasas las entidades que no han penetrado este segmento empresarial y lo han catalogado como uno de sus nichos de mercado más promisorios y rentables. La banca se ha volcado hacia las Pymes y los resultados de este proceso saltan a la vista: entre 2003 y 2008 el saldo de esta cartera se cuadruplicó, llegando a \$22.3 billones en diciembre pasado, y su participación dentro de la cartera total aumentó de 12% a 20% en dicho período (ver gráfico 1).

La transformación en la misión de Bancóldex hacia un banco de desarrollo fue fundamental para revitalizar el mecanismo de redescuento en favor de las Pymes. Mientras que en 2002 únicamente el 8% de los desembolsos de Bancóldex se dirigía a este segmento, en 2008 este porcentaje llegó a 47%. Durante 2008, \$1.7 billones fueron desembolsados a las Pymes a través de la línea Aprogresar (diseñada para apoyar procesos de modernización

mediante colocaciones de mediano y largo plazo), 29.0% más que en 2007.

Por su parte, el esfuerzo del Fondo Nacional de Garantías (FNG) por acompañar a la banca en su toma de riesgos ha significado una mayor tranquilidad para ampliar la base de clientes hacia segmentos como el Pyme que no cuentan con suficientes colaterales. El valor de los créditos empresariales respaldados por el FNG en 2008 superó los \$5 billones, con un incremento anual de 6.2%. Dado que los cambios en el ciclo económico harán más demandante la tarea del FNG, en 2008 se inició una fase de fortalecimiento a través de una capitalización por \$40.000 millones y para 2009 se tiene prevista una nueva inyección de capital por \$50.000 millones.



Fuentes: Asobancaria y cálculos Anif.

Pero la relación entre la banca y las Pymes en Colombia ha ido más allá del crédito involucrando servicios de valor agregado que contribuyen a mejorar las capacidades productivas de estas empresas. Si bien en comparación con países como Chile o Argentina el portafolio de productos continúa siendo limitado, los esfuerzos de las entidades financieras por masificar los servicios transaccionales para la administración del negocio, los productos de apoyo en actividades de comercio exterior, los programas de formación empresarial y las consultorías ya están dando frutos. De acuerdo con los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif (patrocinada por el BID¹, Bancóldex y el Banco de la República), hoy en día cerca del 50% de las Pymes colombianas utiliza frecuentemente servicios electrónicos como transferencias y pagos de nómina. Entre el 15% y el 20% hace uso de productos relacionados con comercio exterior y menos del 5% aprovecha las alternativas disponibles para cubrirse del riesgo cambiario o de precios.

Ciclo económico y crédito Pyme

El período de gran impulso al crédito Pyme (2002-2006) estuvo caracterizado por un entorno macroeconómico estable, bajas tasas de interés y alta liquidez en los mercados financieros. En este contexto

tuvo lugar una sobreexpansión crediticia altamente influenciada por la dinámica del crédito de consumo que alcanzó tasas de crecimiento hasta de 50% anual a finales de 2006. Dados los riesgos sistémicos de dicha sobreexpansión, durante el primer semestre de 2007 las autoridades monetarias adoptaron diversas medidas para contraer la liquidez de la economía (elevamiento de la tasa repo, incremento del encaje medio efectivo y las provisiones anticíclicas) y asegurar un aterrizaje suave del crédito.

El impacto más evidente de dichas medidas se dio a nivel los desembolsos.



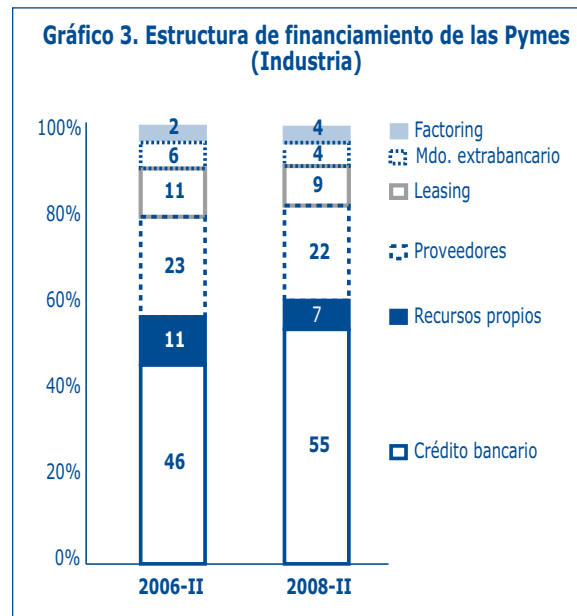
Fuentes: Superfinanciera y cálculos Anif.

¹Recursos del Fondo Coreano para la Reducción de la Pobreza.

En el caso del crédito ordinario (donde se encuentra clasificada la mayoría de los créditos para las Pymes), los desembolsos pasaron de crecer a tasas cercanas a 90% real a finales de 2006 y comienzos de 2007, a ritmos de 20% un año más tarde (ver gráfico 2). Sin embargo, cabe resaltar el hecho de que la desaceleración de los créditos a las Pymes fue menos pronunciada que la de los créditos a las micro y las grandes empresas, los cuales llegaron a registrar decrecimientos anuales durante los primeros meses de 2008.

En el segundo semestre de 2008 se reactivaron las colocaciones de crédito empresarial, especialmente para el segmento Pyme. Los desembolsos de créditos ordinarios alcanzaron un crecimiento real alrededor de 80% en diciembre de 2008, en tanto que los de microcréditos alcanzaron tasas superiores a 100% (en el Comentario Económico del Día 18 de febrero de 2008 se explican en detalle los determinantes de la evolución reciente del microcrédito en Colombia).

Es posible asociar el dinamismo del crédito a las Pymes con cambios observados en la estructura de financiamiento de estas empresas en el período 2006-2008. En el gráfico 3 se presentan los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif, según los cuales la participación del crédito bancario dentro de la estructura de capital de las pequeñas y medianas empresas (industria-



Fuente: Gran Encuesta Pyme.

les) pasó de 46% en el segundo semestre de 2006 a 55% en el segundo semestre de 2008. Esto ha ocurrido al mismo tiempo que la financiación por medio de recursos propios ha perdido importancia relativa, pasando de 11% a 7%. Por su parte, la utilización de fuentes de recursos como el *leasing*, el *factoring*, proveedores y el mercado extrabancario no registra cambios significativos durante los últimos dos años.

Desde el punto de vista de las Pymes, esta mayor inclinación hacia el crédito empresarial en el segundo semestre de 2008 puede obedecer a una menor disponibilidad de recursos internos para la financiación del capital de trabajo y las inver-

siones, debido a un entorno de menores ventas y de mayor acumulación de inventarios. Las tasas de interés no parecen ser un factor determinante, puesto que al comparar las tasas reales de los créditos ordinarios en el segundo semestre de 2006 con las del segundo semestre de 2008 no se encuentran significativas diferencias (9.2% y 9.0%, respectivamente).

Principales desafíos

A pesar de los avances logrados en los últimos años, todavía existen barreras que limitan el acceso al crédito por parte de las pequeñas empresas y la profundización de las relaciones bancarias con las medianas. Por una parte, se encuentran las limitaciones de orden regulatorio (impuesto a las transacciones financieras, tasas de usura, etc.) y jurídico (inseguridad legal y contractual); y por otra, se encuentran los obstáculos derivados de características inherentes a las Pymes (informalidad, disponibilidad/confiabilidad de los estados financieros, baja productividad, inadecuadas capacidades gerenciales, etc.). Indudablemente el mayor desafío del gobierno es lograr una verdadera transformación productiva de las Pymes, pues sólo así éstas lograrán ser mejores sujetos de crédito y tendrán mayores alternativas de financiación a mediano y largo plazo. Sin embargo, lograr mejoras sustanciales en temas es-

tructurales como la informalidad y la productividad empresarial no es una tarea fácil ni de corto plazo.

Donde se pueden esperar los mayores avances en los próximos años es por el lado de la oferta. Las entidades financieras tienen claros sus retos: profundizar en conocimiento sectorial; innovar en el diseño de productos y servicios especializados según los ciclos de los negocios (especialmente para cubrir necesidades de mediano y largo plazo); masificar el uso de instrumentos como el *factoring* dada la reciente reforma de su marco legal; perfeccionar los modelos comerciales de atención a las Pymes logrando mayor integralidad en la relación; y desarrollar programas que fortalezcan las capacidades empresariales y promuevan la utilización de alternativas de financiamiento más sofisticadas, entre otros.

Conclusiones

A lo largo de la última década el sistema financiero colombiano ha venido estrechando su relación con las pequeñas y medianas empresas. La banca para Pymes tiene un foco estratégico y ha desarrollado modelos eficientes que le han permitido expandir la base de clientes y asegurar su permanencia. Durante 2002-2008, la irri-

gación de recursos de crédito a las Pymes fue creciente, incluso en los momentos de menor liquidez en la economía. Esto es muy importante puesto que significa que el país está avanzando en la misma línea de países como Chile o Argentina, donde la bancarización de las Pymes constituye una tendencia de largo plazo. Si bien la ma-

duración de este proceso en nuestro país demandará mayor eficiencia bancaria y un marco regulatorio que impulse la competencia, es claro que el factor crítico será el éxito o fracaso de las políticas público-privadas de promoción (transformación productiva y modernización) de este importante segmento empresarial.

Importancia del uso de las TIC¹ en la productividad y competitividad de las Pymes en Colombia

María Angélica Lozano*

En los últimos años el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) se ha convertido en un factor determinante en el desarrollo de la productividad y competitividad de las Pymes. La adopción de las TIC permite que las pequeñas y medianas empresas obtengan mayores beneficios a través de la integración de procesos y la generación de valor agregado a los productos y servicios que éstas ofrecen. Así, estas tecnologías representan una oportunidad de desarrollo, expansión y diversificación en la producción de las Pymes como respuesta a un mercado en constante cambio, y al mismo tiempo, contribuyen a que se usen de una manera más eficiente los recursos de la sociedad, permitiendo con ello mayores niveles de consumo y producción y un crecimiento de la economía global.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el acceso a las tecnologías de información no es suficiente si la economía del país no está preparada para aprovechar plenamente los beneficios de su uso. En el caso particular de Colombia, la utilización de las TIC en los procesos productivos y administrativos de las Pymes es marginal e ineficiente, en parte por la falta de conocimiento y oportunidades de financiación de los empresarios que los puede llevar a no innovar y a no cambiar sus modelos y estrategias de negocio. Por lo anterior, en los

*Investigadora de Anif.

¹Las tecnologías de la información y las comunicaciones TIC son el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de voz, datos, texto, video e imágenes.

últimos años el Gobierno ha dirigido sus políticas y estrategias de uso y apropiación de las TIC hacia las micro, pequeñas y medianas empresas², ya que es en éste sector productivo donde se ubican las mayores oportunidades para reactivar la economía y generar un acelerado y sostenible crecimiento de la misma, por su gran potencial como generador de empleo y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa.³

¿Cuál es la situación actual de Colombia en materia de uso de TIC?

La literatura internacional destaca cuatro indicadores básicos que permiten evaluar de forma comparativa el grado de preparación de los países para aprovechar los beneficios de las TIC. Dichas mediciones son útiles para establecer la línea base que le permite a los gobiernos hacer seguimiento a los avances y resultados en materia de tecnología de la información. Las mediciones, además, permiten ajustar políticas que mejoren la competitividad y el uso y apropiación de las TIC.

Los indicadores son: índice de red disponible, índice de crecimiento competitivo, índice de preparación e índice de oportunidad digital. El cuadro 1 detalla el objeto de medición de cada uno de ellos, así como los resultados para Colombia en

los últimos años en que se han hecho mediciones para cada uno de los indicadores.

Las cifras presentadas evidencian la amplia brecha tecnológica que Colombia tiene con relación al resto del mundo; indicadores como el índice de preparación y el índice de red disponible reflejan las situaciones más críticas; países como Chile, Costa Rica, México y Uruguay no sólo están en una mejor posición que Colombia, sino que avanzan tecnológicamente más rápido gracias a que sus políticas apuntan al desarrollo de las TIC y de la competitividad.

Además de las dificultades en el ámbito nacional, la situación específica de las Pymes en avance tecnológico no es la más favorable. Según una encuesta realizada por Cisco⁴ en 2009 a 200 firmas, sólo el 37% de las Pymes en Colombia invierte en TIC y de acuerdo con las cifras de la Encuesta de Tecnología de Información 2007 del Dane, los microempresarios utilizan marginal-

²Al respecto, el Artículo 9 de la Ley 905 de 2004 establece: “El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo elaborará un plan de acción anual que incluya los programas, planes y acciones que deberá desarrollar el Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes”.

³Las Pymes aportan el 40% del PIB, emplean 7 de cada 10 trabajadores y 9 de cada 10 unidades empresariales se clasifican como tal. “Pymes abren la cumbre del BID” (2009). Periódico El Tiempo, 26 de marzo de 2009.

⁴El estudio se titula “Adopción y uso de las TIC en las Pymes”.

mente las TIC en sus procesos productivos y administrativos: el 1.9% de los microempresarios está en la red, el 13% usa computador y el 7.2% tiene acceso a Internet.

Otros datos interesantes que reflejan el uso de las TIC en las Pymes son los Indicadores Básicos de Tecnologías de Información y Comunicaciones elaborados por el Dane en el año 2006, los cuales muestran que la inversión de TIC sólo se concentra en tres herramientas: adquisición de computadores, uso de Internet y páginas web, dejando de lado otras herramientas como

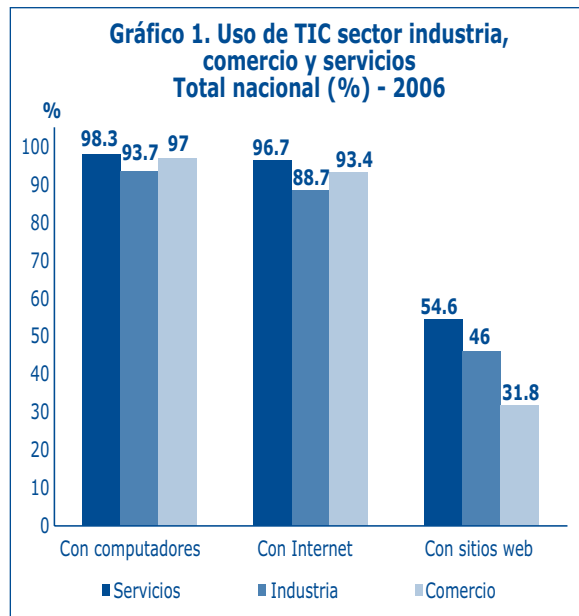
software, aplicativos informáticos; entre otras, que son útiles para el desarrollo, posicionamiento, competitividad y sostenimiento de las Pymes (ver gráfico 1).

Dado este panorama, se puede entonces deducir que Colombia no cuenta con las condiciones suficientes para obtener los plenos beneficios del uso de las TIC. La ausencia de infraestructura y conectividad, así como el entorno económico, social y cultural limitan la inversión y la apropiación de las herramientas tecnológicas y de comunicaciones en el país. En cuanto al

Cuadro 1. Indicadores sobre el grado de preparación de Colombia para aprovechar los beneficios de las TIC.

Indicador	¿Qué mide?	Posición
Índice de red disponible	El grado de preparación en una nación para aprovechar los beneficios de las TIC en todos los ámbitos de la sociedad. Se compone de tres subíndices: ambiente de la nación para el desarrollo de TIC, preparación de los actores relevantes de la nación (individuos, empresas y gobierno) y utilización de las TIC por parte de los actores.	Medición 2006: Puesto: 64 entre 122 países. Puntaje: 3.59 sobre un máximo de 7.0.
Índice de crecimiento competitivo	La capacidad de la economía nacional de cada país para alcanzar un crecimiento económico sostenible en el mediano plazo, controlando por el grado de desarrollo económico actual. Se compone de tres subíndices: tecnología, instituciones públicas y entorno macroeconómico.	Medición 2005: Puesto: 57 entre 117 países. Puntaje : 3.84 sobre un máximo de 7.0.
Índice de preparación	Evalúa la preparación para el uso de nuevas tecnologías a través de seis variables: infraestructura de conectividad y tecnología, entorno de negocios, entorno social y cultural, entorno legal, visión y política gubernamental y adopción de empresas y consumidores.	Medición 2007: Puesto: 53 entre 69 países. Puntaje: 4.69 sobre un máximo de 10.
Índice de oportunidad digital	Hace una evaluación comparativa entre los países, con relación a las TIC, con el fin de hacer seguimiento a las metas adquiridas en la Cumbre de la Sociedad de la Información. El índice de oportunidad digital se compone de once variables discriminadas en tres categorías: oportunidad, infraestructura y utilización.	Medición 2006: Puesto: 80 entre 180 países Puntaje: 0.45 sobre 1.

Fuente: www.colombiaplantic.org.



Fuente: Dane, Indicadores Básicos de Tecnologías de Información y Comunicaciones TIC, 2008.

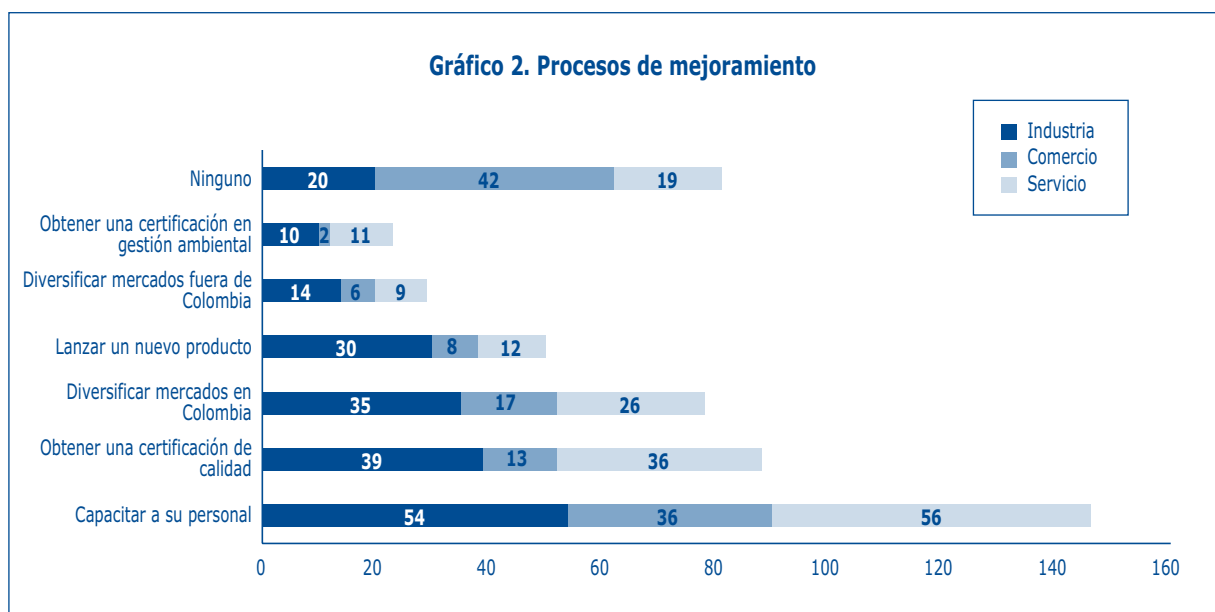
uso de las TIC por parte de las Pymes, la encuesta realizada por Cisco muestra que el desconocimiento de la tecnología y la falta de financiación son las principales barreras que tienen los empresarios para invertir en TIC. Adicionalmente, la investigación muestra que las inversiones de los empresarios en TIC son mínimas y se concentran en la compra de computadores y el uso de Internet, pasando por alto que la tecnología puede ser utilizada estratégicamente en la integralidad de los procesos de los negocios de tal forma que se desarrollen eficiencias y se genere valor agregado. Por tanto, se hace necesario que el gobierno y los empresarios hagan esfuerzos enfocados en iniciativas de capacitación y ofrecimiento de mejores opciones de financiamiento para la adopción de TIC.

¿Por qué es importante que los empresarios colombianos inviertan en TIC?

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme II del primer semestre de 2008 realizada por Anif muestran que los empresarios han desarrollado algunas acciones para mejorar su posición competitiva, particularmente orientadas hacia la capacitación de personal y la obtención de certificaciones de calidad.

Las diferencias entre las Pymes de los sectores comercial, industrial y de servicios son significativas; mientras que para las Pymes industriales es importante el tema de lanzar nuevos productos al mercado, para las comerciales y de servicios parece no serlo. Así mismo, los sectores de industria y de servicios son los que más acciones han puesto en marcha en comparación con el sector comercio, en el cual el 42% de las empresas no se ha preocupado por su transformación productiva (ver gráfico 2).

Estos resultados dejan en evidencia que a pesar de que algunas Pymes han adelantado acciones de mejoramiento en la competitividad, todavía falta que muchos empresarios se concienticen de que el uso de tecnologías que involucren telecomunicaciones pueden ser utilizadas de manera estratégica en los procesos de sus negocios, logrando de esta forma incrementar y diver-



Fuente: Gran Encuesta Pyme II 2008, Anif.

sificar la demanda⁵ y la comercialización de sus productos no sólo en Colombia sino fuera del país.

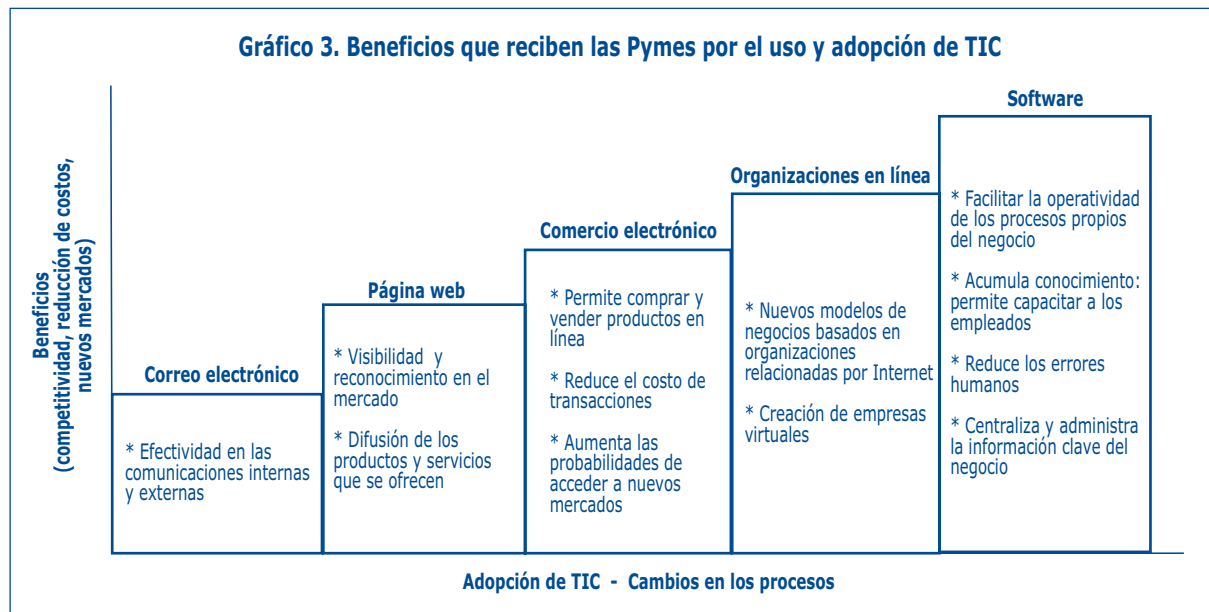
Por tanto, en el caso colombiano la inversión en TIC permite que las empresas Pymes estén a la vanguardia de los adelantos en tecnología y comunicaciones, incrementando de esta forma la productividad, la eficiencia, la competitividad y el valor de sus servicios y productos. Son múltiples los beneficios que los empresarios obtienen cuando invierten en TIC. El gráfico 3 presenta las ventajas del uso de algunas de las herramientas tecnológicas y de comunicaciones que las Pymes colombianas podrían adoptar para mejorar su modelo empresarial.

El gráfico anterior indica que a medida que las Pymes incluyan cambios organizativos y

de sofisticación en sus procesos administrativos y productivos, van a obtener mayores beneficios en sus negocios. Concretamente la adopción de herramientas tecnológicas como el correo electrónico, la página web, el comercio electrónico, las organizaciones en línea y la adquisición de *software* traen consigo los siguientes beneficios:

1. Generar valor en los productos y servicios.
2. Fortalecer la capacidad empresarial.
3. Aumentar la productividad.

⁵De acuerdo con los resultados de la Gran Encuesta Pyme II 2008, el principal problema que tienen las Pymes es la falta de demanda, el 27%, 30%, y 25% de las Pymes comerciales, industriales y de servicios encuestadas así lo manifestaron.

Gráfico 3. Beneficios que reciben las Pymes por el uso y adopción de TIC

Fuente: Gateway, servicios de consultoría estratégica, adaptación Anif.

4. Diversificar mercados dentro y fuera del país.
5. Competir e insertarse en mercados internacionales.
6. Capturar nuevos mercados y lanzar nuevos productos.
7. Posicionar la empresa.
8. Incrementar la demanda de productos.
9. Crear una imagen corporativa.
10. Divulgar y dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa.
11. Mejorar la operatividad de los procesos propios de la empresa.
12. Automatizar e integrar los procesos y reducir los errores humanos.
13. Reducir los costos de transacción.
14. Agilizar los procesos de comunicación internos y externos.
15. Centralizar y administrar eficientemente la información.
16. Acumular conocimiento con la adquisición y adopción de *software* especializados en las operaciones del negocio.

Es importante que los empresarios colombianos tengan en cuenta que para obtener este tipo de beneficios deben primero diseñar un plan estratégico que tome en cuenta como mínimo los siguientes elementos: el papel de las TIC dentro del desarrollo del negocio, la capacidad del personal para asumir y adoptar los cambios tecnológicos, el grado de utilización de las TIC en el sector, la manera como se verán afectados los ingresos por la inversión en TIC, y la identificación de los procesos en los cuales se reducirían costos al implementar TIC.

Si los empresarios no diseñan un plan estratégico antes de adoptar y apropiarse en sus empresas el uso de las TIC, muy probablemente sus firmas no contarán con la capacidad para asumir los beneficios de las innovaciones tecnológicas y estarán perdiendo la inversión en herramientas para las cuales no están preparados.

¿Cuáles son las acciones de política que el gobierno ha realizado para que las Pymes adopten y usen las TIC?

El Gobierno es consciente de que el sector Pyme es un sector clave en el crecimiento de la economía colombiana, por lo cual ha diseñado todo un sistema de apoyo que incluye mecanismos de protección, inyección de recursos públicos, entre otras estrategias que promueven el desarrollo de las economías de escala en las Pymes colombianas.

Sin lugar a dudas, uno de los pasos más importantes en este campo fue la expedición de la Ley 590, más conocida como Ley Mipyme, y su modificación a través de la Ley 905 de 2004, donde se dan los lineamientos para la definición de los diferentes segmentos empresariales, la creación de los consejos de Pymes, entre otras consideraciones. Para el actual gobierno, las Pymes han adquirido un papel importan-

te en la consecución de los objetivos económicos, a tal punto que el Plan de Desarrollo 2002-2006 formuló una estrategia de apoyo a este sector empresarial, basada en la eliminación de barreras al acceso a financiamiento y en el diseño de instrumentos financieros de apoyo a las firmas pertenecientes a este segmento.

Recientemente la Nación, en cabeza del Ministerio de Comunicaciones, formuló el Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PNTIC) 2008-2019 como una estrategia para fomentar la competitividad y la igualdad de oportunidades en Colombia. El objetivo del PNTIC es lograr que a 2019 “todos los colombianos se informen y se comuniquen haciendo uso efectivo y productivo de las TIC para mejorar la inclusión social y aumentar la competitividad”.

Esta estrategia comprende políticas, acciones y proyectos en ocho frentes: educación, salud, justicia, competitividad empresarial, comunidad, marco regulatorio, investigación, desarrollo e innovación, y gobierno en línea, los últimos cuatro frentes se consideran aspectos y factores transversales a los distintos grupos y sectores de la sociedad. El Plan tiene como objetivos de corto plazo mejorar la infraestructura, ayudar a la masificación de las TIC en las Mipymes y consolidar el proceso de gobierno en línea.

Dentro de las estrategias del PNTIC se encuentra también la promoción de la

utilización de TIC a través de la competencia en el mercado de las telecomunicaciones; sin embargo las microempresas, pequeñas y medianas empresas aún presentan problemas de uso y apropiación de las TIC, lo cual se traduce en una “brecha digital” con las grandes empresas. Dada esta situación, el Gobierno tiene en la mira masificar el uso de las TIC en las Mipymes, ya que éstas representan el 98% de las empresas en Colombia y generan cerca del 85% del empleo. Concretamente el Ministerio de Comunicaciones presentó el Programa Mipyme Digital, el cual pretende cofinanciar e implementar propuestas de proyectos presentados por proveedores TIC para posteriormente dar a conocer los casos exitosos y promover que otros empresarios tomen la decisión de invertir en TIC con el acompañamiento de las empresas proveedoras de tecnología del país.

Por último, de manera complementaria a todo este conjunto de acciones y medidas que el país ha puesto en marcha para promover el uso eficiente de las TIC, el Ministerio de Comunicaciones presentó ante el Congreso de la República un proyecto de ley en el cual se definen los principios y los conceptos básicos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Con este proyecto de ley se busca promover la utilización de las TIC en las distintas actividades productivas y

del gobierno, con el ánimo de incrementar la productividad, la competitividad y la inclusión en el país.

Conclusiones

Resulta evidente que en Colombia el nivel de información y capacitación sobre nuevas tecnologías y procesos de adaptación tecnológica es muy deficiente en el sector de las Pymes. A esta situación se le suma que el país no cuenta con todas las condiciones necesarias para aprovechar completamente los beneficios de las TIC; la infraestructura y la conectividad están ausentes en muchos de los sectores de la economía.

Para contrarrestar estas deficiencias en infraestructura, tecnología y comunicaciones, el Gobierno ha formulado políticas y estrategias dirigidas al uso y adopción de las TIC en los sectores productivos, con lo cual se esperan resultados positivos en un corto plazo. En ese orden de ideas, las acciones de la Nación y del sector privado deberían contribuir a que se masifique el uso de las TIC, de tal forma que las Pymes mejoren la operatividad de sus procesos, expandan el valor agregado en productos y servicios, sean eficientes, competitivas, productivas, y logren insertarse en el mercado internacional.