

INFORME DE COYUNTURA

PYME



Empleados con voz y, sobre todo, con voto	3
---	---

Un buen panorama:

Lo que nos dicen los datos y la importancia de gestionar la información	9
--	---

El financiamiento a las Pymes: ¿cómo vamos?	20
--	----

Análisis de los factores que inciden en la liquidación de las Pymes colombianas	29
--	----

CONTENIDO

EDUCACIÓN SERVICIOS INDUSTRIA



EDICIÓN 31
2009

Presentación

El Informe de Coyuntura Pyme es una de las pocas publicaciones del país dedicadas al análisis del impacto que diferentes fenómenos tienen sobre el desempeño del segmento Pyme. Su creación, en el año 2003, la constituye en una publicación pionera en el estudio de este segmento. Con esta edición se completan 31 ediciones.

Conscientes de la importancia que reviste este tema para el desarrollo del país, y con el fin de fortalecer el alcance e impacto de esta revista, Anif buscó un aliado que permitiera articular mejor las realidades nacionales de las Pymes con la investigación de punta que en el país e internacionalmente está ocurriendo. Por esto, a partir de este número la Universidad EAN y Anif aúnan esfuerzos y experiencia.

Anif cuenta ahora con la experiencia de la Universidad EAN, que con su modelo académico está fomentando vocaciones empresariales y fortaleciendo el espíritu emprendedor de sus alumnos. Así, a partir de este número, los profesores e investigadores de la Universidad EAN, una de las instituciones más cercanas a la realidad de las Pymes en el país, contribuirán con su conocimiento a este Informe de Coyuntura Pyme. El objetivo de esta alianza es abrir espacios para que académicos, empresarios y expertos aporten con sus artículos conocimientos sobre el tema Pyme, el cual ha estado en la agenda de investigación de Anif desde su fundación hace 35 años.

Este Informe se caracteriza por tener elementos de carácter analítico - prospectivo con el fin de ofrecer tanto a los lectores especializados en el sector como a aquellos interesados en el tema, análisis completos sobre las dinámicas del segmento Pyme. Los lectores del Informe podrán encontrar artículos de alta calidad, ágiles y útiles, que les permitan tener herramientas para mejorar su conocimiento del segmento. Como algo novedoso y gracias a la alianza con la EAN, aquellos lectores interesados en aplicar el conocimiento inmerso en nuestra revista podrán acercarse a los Grupos de Investigación de la EAN para articularlo.

Confiamos que este esfuerzo conjunto mejore el conocimiento que existe sobre este importante grupo de empresas.

Sergio Clavijo
Presidente
Anif

Jorge E. Silva Duarte
Rector
Universidad EAN

INFORME DE COYUNTURA

PYME



Año 2009

Coyuntura Pyme es una publicación de la Asociación
Nacional de Instituciones Financieras - Anif

Director · Sergio Clavijo

Subdirector · Carlos Ignacio Rojas

Investigador Jefe · Alejandro Vera

Investigadores · Angélica Lozano, Karen Erazo

Producción Electrónica · Tatiana Herrera, Luz Stella Sánchez

Editora · Ximena Fidalgo

Impresión ·

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 28 de octubre 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.

Empleados con voz y, sobre todo, con voto

Germán García Niño, MBA¹
Carlos Largacha-Martínez, Ph²

Casos exitosos de Gerencia Humanista en Colombia y Brasil

Hemos preguntado a nuestros alumnos ¿qué porcentaje del total de empleados de una compañía trabaja al 100% de su potencial? Consideran que sólo el 15% de los empleados lo hace al 100%³. ¿Creen que será un problema de la gerencia por falta de control, o será todo lo contrario?

Aunque no hay una única respuesta a esta realidad, en este artículo queremos resumir las aproximaciones de tres empresas que apoyan la idea de que entre menos control exista, mejores resultados obtienen las empresas y la mayoría de empleados trabaja con todo su potencial.

Estas empresas se caracterizan porque nadie está pendiente del horario de sus

¹Profesor catedrático de historia empresarial y geopolítica del Cesa. Investigador asociado de la Universidad EAN. MBA y especialización en Recursos Humanos de la Universidad de los Andes, Licenciado en Filosofía y Letras de la Universidad de la Salle.

²Vicerrector de Investigación de la Universidad EAN, Ph.D. en Estudios Internacionales y Sociología Cuántica de la Universidad de Miami, con estudios en alta dirección en I+D+i en la Universidad de Harvard. Desde hace más de cinco años está investigando el tema de Gerencia Humanista. Pertenecer a la red global Humanistic Management Network, liderada por Ernst von Kimakowitz, Michael Pirson y Heiko Spitzack, profesores de la Universidad de St.Gallen (Suiza) y la Universidad de Harvard (Estados Unidos). La Universidad EAN hace parte de esta red desde 2009.

³Esta cifra no es estadísticamente representativa. La encuesta se ha realizado a más de 200 estudiantes de la Universidad Javeriana (posgrado), la Universidad de los Andes (pregrado), la Universidad Sergio Arboleda (posgrado), el Colegio Nueva Granada y la EAN (pregrado). El promedio es de 15% con una desviación estándar que tiende a cero.

empleados, no existe una pirámide jerárquica, los empleados forman parte de la junta directiva y en conjunto toman las decisiones estratégicas de la empresa (aun las financieras, de mercadeo, inversión y laborales). Otra característica interesante de estas empresas es que mantienen una visión crítica del sistema educativo universitario, buscando apoyar iniciativas de educación no-formal.⁴

La primera empresa pertenece a uno de los sectores más competitivos, vigilados y regulados: las fiducias. Esta pequeña compañía ocupó en 2008 el puesto 19 por sus ingresos entre un total de 50 empresas y el puesto 11 en rentabilidad sobre patrimonio (28.83%), por encima de la empresa más grande del sector; el cuarto puesto en crecimiento en ventas (36.12%) y el quinto por crecimiento del patrimonio (21.39%).⁵ Estos indicadores cobran sentido si se comparan con los obtenidos en 2004, cuando el crecimiento en activos, utilidades y patrimonio era negativo, así como la rentabilidad sobre ingresos, activos y patrimonio. A partir de 2005, fecha en la cual se da un giro en el modelo gerencial, y hasta 2008, no existe un solo indicador negativo.

La segunda empresa pertenece al sector de muebles y decoración, un sector muy competitivo y con bajos márgenes de ganancia, pero que a pesar de ello, ya cuenta con cuatro locales, dos ubicados en exclusivos centros comerciales y otros dos en puntos estratégicos de Bogotá.

¿Qué tienen en común dos empresas tan disímiles? Su modelo gerencial centrado

en la gente. En ambas empresas prima el factor humano. Y no se trata de dar buen trato, un salario justo, instalaciones bonitas, o un ambiente laxo donde cada empleado es dueño del manejo de su tiempo. Su gran fortaleza radica en que sus empleados son tenidos en cuenta en las decisiones que toma la compañía. No es algo que esté escrito en la visión o la misión, o en el manual de procedimientos o en su página en internet. Ni siquiera lo tienen por escrito. Ambas empresas rechazan la idea de tener una planeación estratégica en sentido estricto.

En la empresa de muebles y decoración celebran una reunión cada semana, a la cual asiste la mayor parte del personal. Lo curioso es que la reunión no es obligatoria para la mayoría, pero allí están sagradamente cada ocho días. Es el evento al cual todos quieren asistir. Allí se toman las decisiones estratégicas de la empresa y los empleados participan. Sus opiniones no sólo son tenidas en cuenta sino que tienen voto. En esas reuniones han nacido los planes de expansión, la forma de organizarse internamente, las ideas innovadoras, las propuestas de nuevos productos, la promoción de personal o la contratación de nuevos empleados y, por supuesto, también se toman las decisiones cuando alguien

⁴ El Modelo Educativo de la Universidad EAN que incluye currículo flexible y pedagogías activas trasciende los modelos tradicionales educativos.

⁵ Fuente, base de datos Benchmark BPR Asociados, 2009.

tiene que salir de la empresa. Tener voz, pero sobre todo voto, marca la gran diferencia en estas empresas.

La gerencia en ambas compañías, en donde los gerentes son los mismos dueños, está convencida de sus bondades. Un nuevo empleado que llega a estas empresas con las “taras” de sus anteriores empleos, o con las “mañas” de la universidad tradicional, le cuesta adaptarse. Un empleado nuevo (con mente tradicional) esperará que le indiquen sus funciones, sus horarios, le presenten a sus jefes y a sus subordinados, lo “paseen” por la compañía, le presenten la secretaria que lo asistirá y seguramente esperará dirigirse a sus jefes con reverencia y a sus subordinados con autoridad.

En la compañía fiduciaria, el primer día de trabajo para un empleado nuevo es traumático. Ese día nadie lo determina, nadie le muestra la empresa, nadie lo presenta, nadie le dice cuáles serán sus funciones, ni siquiera le ofrecen un tinto. Pasa el día y nadie le habla. Pero todo está planeado a propósito para romperle sus paradigmas. Si resiste la prueba y no sale corriendo ese mismo día, ingresará a una empresa donde la figura del empleado egocéntrico se acaba y da inicio a una vida laboral de trabajo en equipo. Ahora hace parte, no de una empresa, sino de un comando-matricial.⁶

Esta empresa fiduciaria irónicamente no tiene presupuesto, en la tarjeta personal no existe el cargo de “Presidente”, en la puerta del líder de la organización simplemente está su nombre, su asistente comenzó

sirviendo tintos y ahora es profesional y la sala de juntas se parece más a un bar de la zona rosa de Bogotá.

Tener voz, tener voto, ser parte de un equipo, no seguir manuales, disponer de su horario y sentirse un ser humano que es tenido en cuenta, marcan la gran diferencia con el resto de las empresas. En general a estas empresas no les interesa ser las mejores financieramente.⁷ Pueden o no serlo. Lo que les importa no es la rentabilidad financiera sino la sostenibilidad. Lo que si podemos decir es que son las empresas más sostenibles del mercado, en un sentido amplio de la palabra. Son mucho más que “socialmente responsables”. Son empresas con alta ciudadanía organizacional.

⁶No es fácil describir en poco espacio la “Estrategia de Comando” de la Fiduciaria, así como su esquema matricial de gestión. Lo que queremos resaltar de la palabra comando es su naturaleza sistémica. Es decir, un comando tiene una alta capacidad de aprendizaje, lo cual le ayuda a tener conocimientos de la mayoría de las áreas y acciones de la empresa. Visto desde una perspectiva humanista, un “líder comando” es aquel empleado empoderado que arriesga, utiliza su intuición y no espera a que le den órdenes. La gestión matricial, que está en desarrollo todavía, busca una organización holística, horizontalizada y con alta capacidad de innovación.

⁷Para resaltar este punto, en la empresa de muebles-accesorios con diseño, dos veces en los últimos años han tenido auditorías financieras. Después de realizarles la “prueba ácida” concluyeron que la empresa estaba quebrada. No sólo siguen funcionando, sino que acaban de abrir otro punto de venta. La toma de decisiones es mucho más intuitiva que analítica. “No nos importan tanto las utilidades como la satisfacción personal” nos dijo en una entrevista la alta gerencia de la empresa.

Esto lo ha demostrado Semco, una empresa brasilera con más de cincuenta años de creación, que tiene todas las características antes mencionadas de las empresas colombianas, y que crece entre 20% y 40% al año en sus diez unidades de negocio, con casi 5.000 empleados, tasa de rotación de menos del 1% y ventas por casi U\$300 millones al año.⁸ En Semco tampoco hay presupuesto, no hay secretarías, la asistencia a las reuniones es voluntaria y tienen un comité de innovación llamado “¿Te has vuelto loco?”

¿Cómo llamar este modelo gerencial? ¿Gerencia participativa, humanista, cuántica, social, caritativa, de responsabilidad social, del nuevo milenio, global? Llámela como quiera, pero si es empresario, tome nota. En un país como Colombia, con una de la tasas más elevadas de desempleo e inequidad de América Latina, con una creciente brecha entre ricos y pobres y con los graves problemas sociales que aquejan al país, que bueno que surjan empresarios que rompan paradigmas laborales y que en lugar de buscar resquicios en las leyes laborales para pagar menos, terminen vinculando a sus empleados en las decisiones estratégicas de sus empresas. ¿Qué se necesita para que un gerente tradicional, pero con ganas de innovar, cambie su modelo mental de “command & control” por uno participativo?

Un grupo de profesores y ex empleados de una de las consultoras más importantes a nivel global han venido trabajando estas

ideas⁹. Impulsados por la actual crisis global, decidieron escribir cinco libros para ayudar a cambiar el paradigma gerencial. El primero, ya publicado, tiene la participación de dos premios Nobel y varios presidentes de importantes empresas y organizaciones.¹⁰ El segundo libro, *Humanistic Management in Practice*¹¹, quiere acallar las voces de quienes dicen que el discurso es muy bonito, pero que no funciona. Además, y creemos que es uno de los aportes más relevantes, quieren buscar respuestas al siguiente interrogante ¿por qué no calan estos casos exitosos en la gerencia y sí lo hacen casos como el de General Electric, donde el presidente despidió al 10% de los empleados menos productivos cada año? ¿Por qué controlar es la moda y no delegar? ¿Por qué la burocracia le gana a la libertad responsable? Porque es muy difícil renunciar al poder.

⁸Para mayor información sobre este caso ver las obras de Ricardo Semler, presidente y dueño mayoritario de Semco, entre ellas *Contra la corriente* (1993) y *El fin de semana de siete días* (2003). Además el caso de estudio “Managing without Managers”, Harvard Business School.

⁹De hecho, no son nuevas. El gobierno en Atenas, en la antigua Grecia, ha sido uno de los más democráticos y humanistas en la historia. Robert Owen en el siglo XVIII en Inglaterra y el estudio Hawthorne a principios de siglo XX son algunos ejemplos.

¹⁰El título del libro es *Humanism in Business* (2009). Ver www.humanetwork.org para un resumen del libro y una relación de los proyectos editoriales y de consultoría.

¹¹Este libro será publicado a finales del año 2009. Uno de los capítulos de este libro trata sobre el estudio de caso de la empresa Semco, escrito por Carlos Largacha-Martínez, como parte del Grupo de Investigación Articulada de la Universidad EAN “Innovación y Gestión”.

El modelo mental occidental está basado en una propuesta jerárquica, burocrática (en el sentido estricto de la palabra), en donde el poder está asociado al rol dentro de la organización. Es decir, el poder es “dado” por el organigrama, mas no por la gente a su líder. Ricardo Semler afirma¹² “se necesita tener fe y ceder el control”. Jorge Morales, consultor y ex gerente de Homecenter, dice que para delegar se necesita confianza, la cual es inversamente proporcional a la vulnerabilidad que uno percibe frente a la acción de delegar a determinada persona. Ceder el control requiere humildad, mucha confianza, es decir, baja o nula vulnerabilidad. Los gerentes que se aferran al poder de su rol son los que sienten una gran vulnerabilidad para ceder el control. Les da miedo y creen que la empresa va a ser un caos, que se les va “a salir de control”. Todo lo contrario, o por lo menos esto es lo que demuestran Acción Fiduciaria, Area Loft y Semco, entre muchas otras.¹³

¿Se pueden hacer estos cambios? Claro. Lo que no se puede es hacerlo de tajo, sin la preparación cultural necesaria. Puede ser rápido o lento, pero es fundamental comenzar a revelar los modelos mentales de la empresa, en especial aquellos que son barreras paradigmáticas del cambio. Si el esquema mental de un gerente tradicional que entra a una de estas empresas es el de planear y presupuestar, él o ella deben ser conscientes de su necesidad de controlar a través de indicadores. Ese es su modelo mental. Pasar a uno de no planeación, no

presupuestación y, sobre todo, no indicadores “racionales”, requiere de un trabajo colegiado.¹⁴ A esto se refiere Peter Senge, quien sostiene que para llegar a la quinta disciplina, es decir a organizaciones inteligentes, es necesario trabajar en descubrir los modelos mentales de la alta gerencia para saber si potencian o limitan el cambio y la innovación.

Para terminar, ¿no le gustaría a usted, como gerente, disminuir la tasa de rotación en su empresa? ¿Cuánto le cuesta a su empresa que los mejores talentos se vayan? ¿Cuánto le cuesta una alta rotación en los mandos medios? Los dueños de las tres empresas aquí descritas comentan que a su alta dirección le han ofrecido “mejores” trabajos pero no los han aceptado. La competencia, con modelo mental tradicional, en promedio, ve un “buen trabajo” como algo relacionado principalmente con el sueldo.

¹²En el año 2007, en el Encuentro Global de Líderes en Dubai. Ver AMEinfo. El video se encuentra también en Youtube.

¹³Revisar los casos de W.L.Gore (Estados Unidos) o de Irizar (España). El caso de Indupalma en Colombia tiene bastantes elementos de los que se trabajan en este artículo, aunque el contexto es diferente por ser una empresa palmera ubicada en una zona compleja.

¹⁴David Bohm sugiere que para que exista un diálogo verdadero deben “suspenderse, literalmente, los supuestos [o modelos mentales]”. Ver “La quinta disciplina”, Peter Senge; “Wholeness and the Implicate Order”, David Bohm, quien utiliza la mecánica cuántica para mostrar lo relevante de los modelos mentales complejos.

La Gerencia Humanista lo ve como realización personal. Ellos saben, como lo dijo Fredrick Herzberg, que un mal salario desmotiva, pero un buen salario no motiva.¹⁵ Por eso se inventaron el coaching, porque en Estados Unidos encontraron que la alta dirección en las empresas no estaba motivada al 100%. Producían bastante pero hacían parte del

15% que mencionamos al inicio de este artículo. Imagínese lo que harían si estuvieran realmente motivados.

¹⁵En una conversación coloquial con la esposa de uno de los altos ejecutivos de un banco europeo nos contó: “La dicha del bono de diciembre le dura como unos dos meses, no más. De ahí en adelante...”

Un buen panorama: Lo que nos dicen los datos y la importancia de gestionar la información

Willington Ortiz Rojas¹

En las siguientes líneas, usted encontrará información que puede considerar relevante, o no, para su empresa. Datos que tocan diferentes aspectos del entorno ampliado de su organización y que pretenden acercarlo, aun cuando de manera parcial, al panorama próximo del sector empresarial colombiano. Los asuntos que se tocan en este artículo son una breve muestra de la información que el Observatorio Empresarial Colombiano analiza constantemente para entregar información actualizada, veraz y pertinente a la comunidad empresarial, académica y de gobierno, convencidos de que el *“conocimiento es el factor clave”* para el éxito de la organización en nuestra nueva y cambiante sociedad.

Luego de tocar fondo

Hoy, cuando no pocos “expertos” en asuntos económicos en todo el mundo anuncian la llegada del final de la última gran recesión mundial, se escuchan otras buenas nuevas para la economía colombiana, que hablan, entre otros, de un entorno nacional más favorable para hacer negocios, de una mejora consistente de la aptitud emprendedora y empresarial de sus ciudadanos, y de la disminución, o al menos, no

¹Economista e investigador asociado a la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad EAN.

aumento de la corrupción durante el 2007 y 2008; incluso, hay quienes afirman que Colombia, luego de tocar fondo, sería una de las primeras economías en salir totalmente de la recesión en América Latina.

Todas estas buenas noticias pueden llevar a un excesivo entusiasmo hacia el futuro, más en un país que parece gustar de los extremos. Pero con todo, no se puede negar que algunas de estas noticias reflejan hechos concretos que afectan y afectarán positivamente el bienestar de la economía colombiana. Revisemos entonces algunos datos que den cuenta sobre la bondad de tales noticias, que nos indiquen en qué grado son realmente buenas, y cómo podrían ser aprovechadas por la Pyme colombiana.

En tiempos de crisis lo recomendable es gastar. Esto es cierto para los gobiernos que tienen la responsabilidad de dirigir una economía nacional, pero como podrá usted deducir, no es una recomendación que pueda

generalizarse a todos los agentes de una economía en tiempos de crisis; resulta difícil, por ejemplo, convencer a los empresarios de que inviertan precisamente cuando el acceso a la financiación se torna más costoso, cuando la demanda de muchos productos cae tanto en los mercados nacionales como en los internacionales, y en general, cuando la confianza está seriamente afectada.

Pues bien, Colombia apostó por mandar mensajes de confianza en tiempos de crisis, y algunos resultados son evidentes (aun cuando es prematuro juzgar los resultados finales de las acciones tomadas en la crisis). Según el informe Doing Business 2010 del Banco Mundial (2009), Colombia es el séptimo país más reformador para facilitar el desarrollo de los negocios en el mundo durante los años 2008 y 2009 (ver gráfico 1). Este no es un resultado nominal, pues la metodología del Doing Business clasifica las economías según el número e impacto cuantificable de sus reformas, para lo cual selec-

Gráfico 1. Los diez principales reformadores en 2008/09

Economía	Apertura de una empresa	Manejo de permisos de construcción	Empleo de trabajadores	Registro de propiedades	Obtención de crédito	Protección de inversores	Pago de impuestos	Comercio transfronterizo	Cumplimiento de contratos	Cierre de una empresa
Rwanda	✓		✓	✓	✓	✓		✓		✓
República Kirguisa	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		
ERY Macedonia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Belarús	✓	✓	✓	✓			✓	✓		
Emiratos Árabes Unidos	✓	✓						✓		
Moldova	✓			✓			✓			
Colombia	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓
Tayikistán	✓	✓			✓	✓				✓
Egipto, Rep. Árabe	✓	✓			✓				✓	
Liberia	✓	✓						✓		

Fuentes: Banco Mundial 2009, Informe Doing Business 2010.

ciona las economías que primero implantaron reformas que mejoraron la facilidad de hacer negocios en tres o más de las áreas analizadas por Doing Business y luego las clasifican según su progreso respecto del año anterior. El esfuerzo realizado por Colombia le valió que se ubicara en el puesto 37 de las economías con mejor ambiente para hacer negocios entre 183 países evaluados, un incremento de 12 posiciones con respecto al año anterior cuando ocupó el puesto 49 (ver gráfico 2).

Esto claramente es bueno para la economía colombiana, pero, ¿lo será para las empresas ya constituidas? ¿Acaso esto no supone que ahora es más fácil que surjan nuevas empresas, potenciales competidoras? Esto también es cierto (según la Cámara de Comercio de Bogotá, para el período enero-septiembre de 2008 se habían constituido 41.654 nuevas empresas sólo en la capital), pero no es necesariamente malo para las empresas constituidas, pues muchas de estas nuevas empresas llegan a cubrir deficiencias en los procesos entre firmas y de éstas con sus clientes, ayudando a consolidar un conglomerado de empresas más eficiente y estable. Esto es cierto, al menos en la teoría, pero en la práctica miremos que nos puede estar indicando la actividad emprendedora colombiana al respecto.

Una generación de empresarios hace su apuesta

El Global Entrepreneurship Monitor -GEM- es el sistema de medición de la

actividad emprendedora de mayor alcance e influencia en el mundo y se viene realizando en Colombia de manera permanente desde el año 2006; en su más reciente informe para el año 2008 incluye interesantes observaciones, la más notoria quizá, es que Colombia presenta el tercer índice más alto de la Tasa de Actividad Emprendedora (24.5%) -TEA- (por sus siglas en inglés), después de Perú y Bolivia, y entre una muestra de 43 economías de todos los continentes, esto quiere decir que aproximadamente 6.5 millones de personas se encuentran en el proceso de creación de una nueva empresa en Colombia (ver gráfico 3). Si usted es de los que observan este tipo de información y piensa que es apenas natural, pues la necesidad es la madre del emprendimiento, puede estar en lo cierto, pues gran parte del emprendimiento en los tres países andinos que dominan el ranking está asociado a la necesidad y provee como regla general ingresos de subsistencia para los emprendedores. Pero también es cierto que los emprendimientos motivados por la explotación de oportunidades emprendedoras de mayor calidad han aumentado en el país, pasando de 12.57% en 2007 a 13.89% en 2008 según GEM.

El informe también indica que el porcentaje de empresas que participan en actividades de media o alta tecnología (7.42%) es, junto con Uruguay, uno de los más altos en América Latina, y que el número de los emprendimientos que esperan crear 19 o más puestos de trabajo en el mismo período (4.31%) es el más alto de todo el mundo.

**Gráfico 2. Ranking mundial Doing Business
mejor entorno para hacer negocios**

Clasificación				Clasificación				Clasificación			
DB 2010		Economía	2010	DB 2010		Economía	2010	DB 2010		Economía	2010
DB 2009				DB 2009				DB 2009			
1	1	Singapur	3	63	64	Kazajstan	3	125	120	Nigeria	1
2	2	Nueva Zelanda	0	64	53	Luxemburgo	1	126	124	Buthán	0
3	3	Hong Kong, China	3	65	60	Omán	2	127	130	Micronesia, Est. Fed.	0
4	4	Estados Unidos	0	66	54	Namibia	0	128	125	Marruecos	1
5	6	Reino Unido	2	67	143	Rwanda	7	129	127	Brasil	1
6	5	Dinamarca	0	68	59	Las Bahamas	2	130	128	Lesotho	0
7	7	Irlanda	1	69	73	Túnez	2	131	126	Tanzania	0
8	8	Canadá	0	70	62	San Vicente y las Granadinas	4	132	131	Malawi	2
9	9	Australia	0	71	77	Montenegro	4	133	132	India	1
10	10	Noruega	1	72	72	Polonia	4	134	144	Madagascar	1
11	16	Georgia	2	73	63	Turquía	1	135	140	Mozambique	2
12	12	Tailandia	1	74	66	República Checa	3	136	134	Argelia	4
13	15	Arabia Saudita	2	75	67	Jamaica	1	137	142	Irán, Rep. Islámica	4
14	11	Islandia	1	76	70	Saint Kitts y Nevis	1	138	133	Ecuador	0
15	13	Japón	0	77	83	Panamá	2	139	137	Ribera Occidental y Gaza	2
16	14	Finlandia	1	78	74	Italia	0	140	135	Bambia	0
17	24	Mauricio	6	79	79	Kiribati	0	141	136	Honduras	3
18	17	Suecia	0	80	75	Belize	0	142	146	Ucrania	1
19	23	Corea	2	81	78	Trinidad y Tobago	0	143	138	República Árabe Siria	1
20	18	Bahrein	1	82	89	Albania	3	144	141	Filipinas	3
21	19	Suiza	0	83	76	Dominica	0	145	139	Camboya	0
22	20	Bélgica	2	84	81	El Salvador	0	146	147	Cabo Verde	2
23	21	Malasia	2	85	85	Pakistán	1	147	155	Burkina Faso	5
24	22	Estonia	2	86	102	República Dominicana	1	148	156	Sierra Leona	5
25	27	Alemania	2	87	71	Maldivas	0	149	159	Liberia	3
26	25	Lituania	1	88	90	Serbia	2	150	145	Uzbekistán	2
27	30	Letonia	2	89	86	China	1	151	154	Haití	2
28	26	Austria	0	90	99	Zambia	1	152	154	Tayikistán	5
29	29	Israel	1	91	88	Granada	2	153	150	Irak	0
30	28	Países Bajos	1	92	87	Ghana	1	154	149	Sudán	2
31	31	Francia	2	93	91	Viet Nam	2	155	148	Suriname	0
32	69	Macedonia, ERY	7	94	108	Moldova	3	156	162	Malí	5
33	47	Emiratos Árabes Unidos	3	95	84	Kenya	1	157	152	Senegal	1
34	32	Sudáfrica	1	96	94	Brunei Darussalam	1	158	151	Gabón	0
35	33	Puerto Rico	0	97	92	Palau	0	159	160	Zimbabue	1
36	34	Santa Lucía	1	98	93	Islas Marshall	0	160	168	Afganistán	3
37	49	Colombia	8	99	103	Yemen, Rep.	3	161	158	Bolivia	0
38	38	Azerbaiyán	2	100	104	Jordania	6	162	153	Comoras	0
39	37	Qatar	0	101	98	Guyana	2	163	157	Djibouti	1
40	36	Chipre	0	102	95	Papua Nueva Guinea	1	164	173	Tímor-Leste	1
41	80	República Kirguisa	7	103	110	Croacia	1	165	166	Togo	2
42	35	República Eslovaca	1	104	96	Islas Salomón	0	166	166	Mauritania	0
43	50	Armenia	3	105	97	Sri Lanka	1	167	165	Lao RDP	1
44	42	Bulgaria	2	106	116	Egipto, Rep. Árabe	4	168	163	Costa de Marfil	0
45	39	Botswana	2	107	111	Etiopía	3	169	170	Angola	3
46	61	Taiwán, China	2	108	101	Líbano	2	170	169	Guinea Ecuatorial	0
47	41	Hungría	1	109	100	Grecia	1	171	167	Camerún	3
48	48	Portugal	4	110	117	Guatemala	4	172	172	Benin	2
49	40	Chile	0	111	105	Seychelles	0	173	171	Guinea	0
50	44	Antigua y Barbuda	0	112	106	Uganda	1	174	174	Níger	1
51	55	México	2	113	107	Kosovo	1	175	175	Eritrea	0
52	46	Tonga	1	114	109	Uruguay	1	176	177	Burundi	0
53	58	Eslovenia	2	115	114	Swazilandia	0	177	178	Venezuela	0
54	43	Fiji	1	116	119	Bosnia y Herzegovina	1	178	176	Chad	0
55	45	Rumania	1	117	113	Nicaragua	0	179	179	República del Congo	0
56	65	Perú	6	118	112	Argentina	1	180	180	Santo Tomé y Príncipe	0
57	68	Samo	2	119	115	Bangladesh	3	181	181	Guinea-Bissau	1
58	82	Belarús	6	120	118	Federación Rusa	3	182	182	Congo, Rep. Dem.	1
59	57	Vanuatu	1	121	121	Costa Rica	1	183	183	República Centroafricana	1
60	56	Mongolia	0	122	129	Indonesia	3				
61	52	Kuwait	2	123	123	Nepal	1				
62	51	España	1	124	122	Paraguay	1				

Fuentes: Banco Mundial 2009, Informe Doing Business 2010.

Gráfico 3. Principales indicadores de dinámica emprendedora de los países GEM 2008

País	Emprendedores Nacionales	Número Empresarios	Tasa de Actividad Emprendedora TAE
Bolivia	17,39	14.26	29.82
Perú	19.74	6.78	25.57
Colombia	13.82	11.73	24.52
Angola	19.30	4.13	22.71
Rep. Dominicana	11.66	9.83	20.35
Ecuador	8.71	9.08	17.18
Argentina	0.47	0.49	16.54
Jamaica	0.04	7.07	15.63
Macedonia	7.19	7.72	14.47
Egipto	7.88	5.46	13.11
México	9.26	4.01	13.09
Chile	8.19	5.03	12.97
Brasil	2.93	9.29	12.02
Uruguay	7.75	4.39	11.90
India	6.90	4.93	11.49
Estados Unidos	5.86	5.01	10.76
Islandia	6.50	3.64	10.05
Corea	3.54	6.50	9.99
Grecia	5.26	4.61	9.86
Irán	5.89	3.36	9.18
Bosnia y Herzegovina	6.42	2.66	9.02
Noruega	5.03	3.95	8.70
Sudáfrica	5.69	2.13	7.76
Serbia	3.97	3.62	7.59
Irlanda	3.32	4.32	7.59
Croacia	4.91	2.75	7.59
Finlandia	4.12	3.34	7.34
España	3.26	3.91	7.03
Hungría	3.84	2.80	6.61
Letonia	3.88	2.75	6.53
Israel	3.49	3.14	6.45
Eslovenia	4.06	2.40	6.40
Turquía	3.19	3.01	5.96
Reino Unido	3.13	2.89	5.91
Francia	3.78	1.90	5.64
Japón	3.18	2.28	5.42
Holanda	2.07	3.19	5.20
Italia	1.99	2.70	4.62
Dinamarca	2.27	2.26	4.44
Rumania	2.54	1.56	3.98
Alemania	2.43	1.46	3.77
Rusia	1.73	1.99	3.49
Bélgica	2.02	0.00	2.05

Fuentes: GEM, Global Entrepreneurship Monitor: Reporte anual Colombia 2008.

No todo es color de rosa: Algunos factores de la ineficiencia

Todo este proceso tiene lugar en un ambiente de corrupción institucional que disminuye, o para ser justos, no aumenta como en muchos de los países de América del Sur, al menos es lo que se deduce al considerar los resultados del Informe Global de Corrupción elaborado anualmente por la ONG Transparencia Internacional (2009), donde el Índice de Percepción de la Corrupción en el país descendió levemente, pasando de 3.9 en el año 2006 a 3.8 en los años 2007 y 2008 (ver gráfico 4). Este índice se evalúa para 180 países e indica el grado de corrupción en el sector público, según la percepción de empresarios y analistas del país, siendo 10 la percepción de ausencia de corrupción y 0 la percepción de muy corrupto. Este tema de la corrupción resulta especialmente relevante, según la revista Cambio (Edición No. 848, 1 al 7 de octubre), la corrupción en materia de contratación pública rodea los \$4 billones, cifra que duplicaría el costo anual de seguridad democrática, y superaría en \$700.000 millones las reservas por \$3.2 billones para contingencias: reparación a víctimas de la violencia, reliquidación de pensiones, pago de deudas por bonos pensionales y pago de sentencias judiciales. También comenta la revista Cambio, que con la misma suma podrían darse 152.113 subsidios de vivienda para personas marginadas, a razón de un poco más de \$11.5 millones cada uno.

**Gráfico 4. Índice de Percepción de la Corrupción
2008 de Transparencia Internacional**

1	Dinamarca	9.3	36	Malta	5.8	72	México	3.6	109	Argentina	2.9	147	Kenya	2.1
1	Suecia	9.3	39	Taiwán	5.7	72	China	3.6	109	Vanuatu	2.9	151	Laos	2.0
1	Nueva Zelandia	9.3	40	Corea del Sur	5.6	72	Surinam	3.6	109	Islas Salomón	2.9	151	Ecuador	2.0
4	Singapur	9.2	41	Mauricio	5.5	72	Trinidad y Tobago	3.6	109	Moldova	2.9	151	Papua Nueva Guinea	2.0
5	Finlandia	9.0	41	Omán	5.5	72	Swazilandia	3.6	115	Mauritania	2.8	151	Tayikistán	2.0
5	Suiza	9.0	43	Macao	5.4	80	Burkina Faso	3.5	115	Maldivas	2.8	151	República Centrafricana	2.0
7	Islandia	8.9	43	Bahrein	5.4	80	Brasil	3.5	115	Níger	2.8	151	Côte d'Ivoire	2.0
7	Países Bajos	8.9	45	Bhután	5.2	80	Arabia Saudita	3.5	115	Malawi	2.8	151	Belarús	2.0
9	Australia	8.7	45	República Checa	5.2	80	Tailandia	3.5	115	Zambia	2.8	121	Azerbaiyán	1.9
9	Canadá	8.7	47	Malasia	5.1	80	Marruecos	3.5	115	Egipto	2.8	121	Burundi	1.9
11	Luxemburgo	8.3	47	Costa Rica	5.1	85	Senegal	3.4	121	Vietnam	2.7	121	República del Congo	1.9
12	Austria	8.1	47	Hungría	5.1	85	Panamá	3.4	121	Nigeria	2.7	121	Sierra Leona	1.9
12	Hong Kong	8.1	47	Jordania	5.1	85	Serbia	3.4	121	Santo Tomé y Príncipe	2.7	121	Venezuela	1.9
14	Alemania	7.9	47	Cabo Verde	5.1	85	Montenegro	3.4	121	Nepal	2.7	126	Guinea-Bissau	1.9
14	Noruega	7.9	52	Eslovaquia	5.0	85	Madagascar	3.4	126	Indonesia	2.6	126	Angola	1.9
16	Irlanda	7.7	52	Letonia	5.0	85	Albania	3.4	126	Honduras	2.6	126	Gambia	1.9
16	Reino Unido	7.7	54	Sudáfrica	4.9	85	India	3.4	126	Etiopía	2.6	126	Uzbekistán	1.9
18	EE.UU.	7.3	55	Seychelles	4.8	92	Argelia	3.2	126	Uganda	2.6	126	Turkmenistán	1.8
18	Japón	7.3	55	Italia	4.8	92	Bosnia y Herzegovina	3.2	126	Guyana	2.6	126	Zimbabwe	1.8
18	Bélgica	7.3	57	Grecia	4.7	92	Sri Lanka	3.2	126	Libia	2.6	126	Camboya	1.8
21	Santa Lucía	7.1	58	Turquía	4.6	92	Lesotho	3.2	126	Eritrea	2.6	126	Kirguistán	1.8
22	Barbados	7.0	58	Lituania	4.6	96	Gabón	3.1	126	Mozambique	2.6	134	República Democrática del Congo	1.8
23	Francia	6.9	58	Polonia	4.6	96	Mali	3.1	134	Pakistán	2.5	134	Guinea Ecuatorial	1.7
23	Chile	6.9	61	Namibia	4.5	96	Jamaica	3.1	134	Comores	2.5	134	Guinea	1.6
23	Uruguay	6.9	62	Samoa	4.4	96	Guatemala	3.1	134	Ucrania	2.5	134	Chad	1.6
26	Eslovenia	6.7	62	Croacia	4.4	96	Benin	3.1	138	Paraguay	2.4	138	Sudán	1.6
27	Estonia	6.6	62	Túnez	4.4	96	Kiribati	3.1	138	Liberia	2.4	141	Afganistán	1.5
28	España	6.5	65	Kuwait	4.3	102	Tanzania	3.0	138	Tonga	2.4	141	Haití	1.4
28	Qatar	6.5	65	Cuba	4.3	102	Libano	3.0	141	Yemen	2.3	141	Irak	1.4
28	San Vicente y las Granadinas	6.5	67	Ghana	3.9	102	Rwanda	3.0	141	Camerún	2.3	141	Myanmar	1.3
31	Chipre	6.4	67	Georgia	3.9	102	República Dominicana	3.0	141	Irán	2.3	141	Somalia	1.3
32	Portugal	6.1	67	El Salvador	3.9	102	Bolivia	3.0	145	Filipinas	2.3	145		
33	Israel	6.0	70	Rumania	3.8	102	Djibouti	3.0	145	Kazajstán	2.2	145		
33	Dominica	6.0	70	Colombia	3.8	102	Mongolia	3.0	147	Timor-Leste	2.2	147		
35	Emiratos Árabes Unidos	5.9	72	Bulgaria	3.6	109	Armenia	2.9	147	Siria	2.1	147		
36	Botswana	5.8	72	Macedonia	3.6	109	Belice	2.9	147	Bangladesh	2.1	147		
36	Puerto Rico	5.8	72	E x R. Y. de Perú	3.6				147	Rusia	2.1			

Fuentes: Transparencia Internacional 2009: Índice de percepción de la corrupción 2008.

Lo anterior nos pone en un punto crítico, pues la corrupción en Colombia parece no aumentar, lo que es bueno, pero se encuentra en un nivel demasiado alto, lo que se traduce en prácticas que deterioran la confianza y el ambiente de negocios, además de que suman importantes costos a la actividad económica. La corrupción es un fenómeno asociado a asimetrías de información, donde los que la practican manejan información privilegiada que desconoce el resto de la sociedad, para tomar una ventaja frente al resto de participantes que podrían presentar una alternativa igual o más eficiente. Claro que no es necesario que una economía sea corrupta para realizar prácticas socialmente ineficientes. Para ver un ejemplo, retomemos el informe Doing Business 2010, el cual incluye dentro de sus variables de evaluación el cumplimiento de los contratos, esto es, la facilidad o dificultad para hacer cumplir contratos comerciales, lo que se mide haciendo seguimiento a la evolución de una disputa en el pago y estableciendo el tiempo, costo y el número de procedimientos que se requieren desde el momento en que se establece una demanda legal hasta el momento del pago final.

El cumplimiento de los contratos es uno de los pocos indicadores del Doing Business en los que el país no tuvo una mejoría, de hecho presentó un retroceso. Si bien el número de trámites para hacer cumplir un contrato (34) es inferior a la media para América Latina y el Caribe (39.7) y cercana a la de los países de la OECD (30.6), es en lo único en que se acercan, pues el costo en días para Colombia es de 1.346, en contraste con el promedio para América Latina y el Caribe de 707 días y de la OECD de 462.2 días (ver gráfico 5); así mismo, el costo pecuniario, medido como un porcentaje de la cantidad demandada, es para Colombia de 52.6%, cuando en América Latina y el Caribe llega a 31.3% y en los países de la OECD apenas al 19.2%. Estos resultados son muy dicentes de la parsimonia legal que caracteriza algunas instancias legales en el país. Otro indicador en el cual Colombia ha perdido terreno es el de los contratos por trabajadores, los cuales muestran dificultades en la contratación y en la rigidez de los horarios, aun cuando sus resultados son mejores que para el promedio de América Latina, el Caribe y la OECD, con excepción de los costos por redundancia, los cuales sí superan todos los promedios regionales.

Gráfico 5. Indicador Doing Business - Cumplimiento de Contratos

Indicador	Nacionales	Empresarios	Emprendedora
Procedimientos (número)	34	39.7	30.6
Tiempo (días)	1.346	707.0	462.4
Costo (% de cantidad de mandada)	52.6	31.3	19.2

Fuentes: Banco Mundial 2009, Informe Doing Business 2010.

Estos resultados de ineficiencia pueden estar incentivando el hecho de que las nuevas empresas en Colombia no se formalicen. Según el informe GEM, únicamente el 16.6% de las nuevas empresas, menores a 42 meses de fundadas, se registró formalmente. Lo que resulta particularmente preocupante al considerar las alternativas y estrategias que las empresas colombianas están adoptando en materia de eficiencia. Adicionalmente, el mismo informe GEM ubica a Colombia a partir de 2008 como una economía impulsada principalmente por la eficiencia y no por los factores como en los años anteriores. Lo que significa que nuestra economía se caracteriza por presentar economías de escala en sus sectores industriales y manufactureros, en que los niveles de institucionalidad juegan un papel importante en los mercados y en que estos últimos están especialmente orientados a sectores dinámicos con algún grado de sofisticación, incluyendo los mercados de factores como el trabajo.

Todas estas condiciones discutidas hacen parte del entorno económico de una empresa típica en Colombia, pero también lo hacen, y quizás de manera más sentida, los resultados industriales como la producción, las ventas y el empleo, los cuales disminuyeron en un 6.5%, 6.8% y 6.3% respectivamente en el pasado mes de julio, según la Encuesta Mensual Manufacturera del Dane. Estos resultados definitivamente negativos se atemperan con otros más alentadores, pero menos visibles, como por ejemplo que el número de sectores

que registraron crecimiento positivo en el nivel de producción mostró un incremento respecto al mes anterior. Según la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta realizada por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia -Andi-, para el mes de julio, 16 de los 48 sectores presentaron una variación positiva en la producción real, frente a 9 sectores con mejor desempeño en el mes de junio. La causa de estos resultados, además de incluir las secuelas de la recesión financiera global, incluye, como bien se sabe, un gran componente de política transfronteriza con nuestros principales socios en la región.

Una política macroeconómica coherente

Por otra parte, la política macroeconómica ha jugado un importante papel durante la crisis financiera y ahora marca claramente el rumbo para el cierre del segundo semestre del año. Si bien el Banco de la República incrementó a partir de julio de 2008 su principal tasa de referencia en 10%, buscando, entre otros objetivos, controlar la escalada del crédito de consumo, durante lo corrido de 2009 el Banco Central ya ha disminuido en 6% dicha tasa, y durante el presente mes anunció una caída de 50 puntos adicionales (medio punto porcentual), dejando la tasa de referencia en 4%. ¿Qué quiere decir esto? Según la Junta Directiva del Emisor, la reducción busca afianzar la recuperación de la economía y disminuir los posibles efectos negativos de las restric-

ciones que se han presentado al comercio y de la apreciación del peso. Adicionalmente, es una respuesta a la baja inflación anual, que en agosto disminuyó por décimo mes consecutivo, ubicándose en 3.13%. Esto tiene impactos en los eventuales resultados de las negociaciones del salario mínimo de 2010 que desde ya tienen lugar entre empresarios, gobierno y centrales obreras.

Por su parte, los consumidores y los industriales empiezan a sentirse más confiados sobre el futuro, según lo señalan las Encuestas de Opinión del Consumidor y Empresarial desarrolladas por Fedesarrollo para el pasado mes de agosto y julio respectivamente. En el caso de los consumidores, el índice de confianza en agosto subió 5.8% con respecto al mes anterior, mientras que el Índice de Confianza Industrial mejoró 7%, aun cuando se mantiene todavía en valores negativos.

Las implicaciones del entorno de puertas hacia adentro

Si lo anterior hace parte del entorno de la empresa, es importante también mirar hacia el interior. En esta tarea nos resulta útil recurrir a los resultados arrojados por la aplicación del Modelo de Modernización de las Organizaciones -MMGO-, desarrollado por un grupo multidisciplinario de la Universidad EAN y aplicado a más de cien empresas en Bogotá y otras regiones. Este modelo constituye un reconocido instrumento en la evaluación de la capacidad

gerencial de las empresas colombianas basándose en el análisis de quince factores organizacionales.²

Análisis agrupados de los datos demuestran que existen tres factores fundamentales a considerar para explicar las diferencias en los grados de modernidad de las Pymes en materia de gestión, estos son: planeación y estrategia, gestión humana, y comunicación e información.

Dos de los factores importantes en la modernización de una Pyme tienen que ver directamente con uno de los temas centrales de este artículo: la información, la cual resulta fundamental para la definición de la planeación estratégica de la empresa y, desde luego, es irrenunciable para los procesos de comunicación, quienes guardan una estrecha relación entre la información y la planeación.

Bien, todas estas buenas noticias, y no tan buenas, externas e internas, afectan de una u otra manera las posibilidades de éxito de cualquier empresa. ¿Cómo debe enfrentarse a este entorno siempre cambiante la dirección estratégica de la Pyme? La respuesta no es fácil, pero sí incluye con seguridad que cual-

²Análisis del entorno económico, planeación estratégica, gestión de mercados, cultura organizacional, estructura organizacional, gestión de producción, finanzas, gestión humana, exportaciones, importaciones, logística, asociatividad, comunicación e información, innovación y conocimiento, y medio ambiente.

quiera que sea la estrategia, debe garantizar el mayor nivel de eficiencia posible, tanto en costos en el manejo y adquisición de la información, como en la utilidad práctica que la misma pueda tener para la empresa. Y suponiendo, como cabría esperar en la realidad, que la típica Pyme colombiana tiene dificultades para dirigir inversiones a la adquisición y asimilación de información.

En este sentido se deben destacar dos aspectos importantes: primero, que todo en el mundo de la empresa está vinculado de una u otra manera; lo que afecta a algunos terminará afectando a todos para bien o para mal; y en segundo lugar, que la información que puede resultar relevante para la toma de decisiones de las Pymes usualmente desborda su capacidad para asimilarla y utilizarla, colocándola en una posición desventajosa frente a la competencia. Una alternativa para salvar esta situación está en buscar alianzas que le permitan acceder al conocimiento aprovechando, de nuevo, las economías que surgen de la escala, y es aquí donde el Observatorio Empresarial Colombiano hace su mayor apuesta, al ofrecer el espacio para integrar esfuerzos de diferentes centros de investigación, agremiaciones, gobierno, academia y empresarios para fomentar el desarrollo empresarial colombiano.

Y es que los beneficios de la información resultan de ciertas habilidades y recursos que se asocian mejor a la escala y la especialización; tienen mayor posibilidad, a largo plazo, los metódicos procesos

de información, las detalladas y sofisticadas técnicas de manejo de datos, estadísticas o econométricas o las complejas tareas de prospectiva, que los instintos e intuiciones de un empresario Pyme promedio. Por lo que una de las formas para dar alcance a los requerimientos de información es mediante el uso de los servicios del Observatorio, como una estructura permanente de monitoreo, continua y estandarizada. En este artículo se pretende exhortar a los empresarios a hacer uso sistemático de las fuentes de información y análisis antes discutidas, y específicamente del Observatorio Empresarial Colombiano como referentes a la hora de formular las alternativas estratégicas de la empresa, estableciendo así condiciones de negociación más aventajadas, o al menos informadas, frente a los demás actores.

El Observatorio Empresarial Colombiano

Un aliado estratégico de la Pyme colombiana. El Observatorio Empresarial Colombiano es una iniciativa de la Universidad EAN con el apoyo de la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias Acopi, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia Andi, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras Anif y del Departamento Administrativo Nacional de Estadística Dane. Este observatorio inició sus actividades desde septiembre de 2005 bajo el nombre de Observatorio de la Pyme Colombiana, buscando generar

información pertinente, actualizada y eficaz para contribuir a los procesos de toma de decisión de las pequeñas y medianas empresas colombianas. A la fecha el Observatorio ha publicado libros de análisis estructural de los sectores industriales, así como diversos artículos y estadísticas de aspectos coyunturales de la Pyme.

Durante el tiempo que ha operado el Observatorio se ha consolidado un equipo de investigadores y cooperadores, así como las alianzas entre la universidad, los gremios y las instituciones del gobierno, logrando niveles de especialización y escala que difícilmente una única organización en particular podría obtener. Es aquí donde radica el valor de los observatorios, en las economías externas y sistemáticas que genera tanto a las empresas, como a otras instituciones de gobierno y académicas. En particular, las alianzas establecidas para dar forma al Observatorio Empresarial Colombiano buscan explotar las capacidades de sus socios para representar el sentir de los empresarios. Es así como se exploran nuevas estrategias para recoger las expectativas y necesidades de las empresas afiliadas a Acopi, mediante la aplicación de encuestas conjuntas y periódicas. Similar estrategia se espera lograr con la reciente participación de Anif, la Andi y la integración con otros observatorios.

El Observatorio Empresarial Colombiano no sólo busca atender las necesidades expresas de información estratégica del empresario, busca también generar argu-

mentos y motivaciones para la propuesta y/o formulación de políticas de fomento para la Pyme y, en general, el desarrollo de mercados más transparentes y competitivos, apoyando así la labor de representatividad de los gremios y otras entidades de gobierno e impulso empresarial. El Observatorio Empresarial Colombiano busca proveer al empresario, al empleado público y al académico de información veraz, completa, pertinente y en el lenguaje adecuado para la toma de decisiones estratégicas informadas, que lleven a la acción y promuevan un mayor desarrollo de la actividad empresarial colombiana.

Buscando constantemente reducir los costos de transacción para las Pymes mediante recursos libres, así como apoyar la elaboración de estrategias de las empresas y las instituciones de gobierno, el Observatorio Empresarial Colombiano pone al servicio de sus usuarios una serie de herramientas e indicadores coyunturales y estructurales, evaluados y actualizados permanentemente, así como canales y redes de interacción, virtuales y presenciales. Parte de estos recursos están disponibles ya en el sitio <http://observatorio.ean.edu.co>.

Para el primer semestre de 2010, el Observatorio espera ofrecer la totalidad de sus servicios libres vía web y ampliar su campo de observación hacia la dimensión sociocultural-empresarial, de la mano del programa de Estudios y Gestión Cultural de la Universidad EAN y de otros socios estratégicos.

El financiamiento a las Pymes: ¿cómo vamos?

Karen Erazo¹

Evolución de la Banca para Pymes

El objetivo del presente artículo es dar a conocer la tendencia actual y los desafíos de política en el financiamiento de las Pymes. Hace una década, sólo unas pocas entidades especializadas tenían a las Pymes como objetivo de su negocio; para el grueso de las entidades, éstas eran prácticamente desconocidas. Hoy son escasas las entidades que aún no han penetrado este segmento empresarial. De hecho, muchas de ellas continúan viendo este segmento como un nicho de mercado prioritario. Así, durante el período 2003-2008, el saldo de esta cartera se cuadruplicó, llegando a los \$22.3 billones (5% del PIB) a finales de 2008 y aumentando su participación del 12% al 20% del total de la cartera.

La época del auge (2003-2007) fue aprovechada tanto por el sector financiero como por el propio gobierno para fortalecer las bases de políticas de otorgamiento crediticio más ágiles para el segmento Pyme. Alrededor de la Banca de las Oportunidades se fueron concretando importantes políticas de bancarización, donde inclusive los bancos más grandes, tanto locales como extranjeros, se vincularon de forma muy dinámica. Este programa ha generado incentivos a las entidades financieras para mejorar el acceso al crédito. Por ejemplo, durante el período 2006-2009 se crearon numerosos “corresponsales no bancarios” en 244 municipios, dejando sin cobertura financiera a sólo 65 de los 1.101 municipios del país.

¹Investigadora de Anif.

A su vez, Bancóldex ha jugado un papel central en este proceso al acelerar su transformación en banco de desarrollo y revitalizar su mecanismo de redescuento a favor de las Pymes. Por ejemplo, sus desembolsos hacia este segmento se elevaron del 8% al 47% del total durante el período 2002-2008. Del total de \$1.6 billones desembolsados por Bancóldex en el primer semestre de 2009, las MiPymes participaron con el 5.7%.

La innovación más reciente ha estado liderada por la línea “aProgresar”, la cual es una estructura de tasas de interés que consulta las necesidades de los empresarios y apoya los procesos de modernización mediante colocaciones de mediano y largo plazo. Durante el primer semestre de 2009, el programa “aProgresar” desembolsó \$440.185 millones de los cuales el 50.1% se destinó al segmento de la mediana empresa, representados en 891 proyectos de modernización. Por su parte, en el segmento de la pequeña empresa se colocaron \$184.431 millones, representados en 1.140 proyectos de modernización. Por último, el 52% de los recursos de esta línea de Bancóldex se concentró en un plazo superior a cinco años.

Otro puntal de esta arquitectura financiera volcada al servicio de las Pymes ha sido el Fondo Nacional de Garantías (FNG), dado que la falta de colaterales crediticios había sido un obstáculo estructural. Pues bien, durante el año 2008 el valor de los créditos empresariales respaldados por el

FNG superó los \$5 billones, prácticamente el doble del valor movilizado en 2005. Dado el viraje hacia épocas más riesgosas durante 2009-2010, con buen tino el FNG inició en 2008 una etapa de recapitalización por valor de \$40.000 millones y se espera lograr otra inyección de capital por \$50.000 millones al finalizar 2009, con el fin de cumplir sus metas de crecimiento. En efecto, en el acumulado entre enero y julio de 2009, el FNG ha respaldado créditos empresariales por valor de \$2.7 billones frente a los \$2.1 billones del mismo período en el año 2008.

Pero la relación entre la Banca y las pequeñas y medianas empresas en Colombia ha ido más allá del crédito. Se ha logrado crear una cadena de diversos servicios a favor de las Pymes, lo cual les ha permitido mejorar su productividad empresarial. En particular, se han logrado masificar los servicios transaccionales, los apoyos en actividades de comercio exterior, los programas de formación empresarial y las consultorías técnicas. Los resultados de la última medición de la Gran Encuesta Pyme liderada por Anif con el respaldo del BID², el Banco de la República y Bancóldex, indican que más del 50% de las Pymes colombianas accede al crédito bancario. Un 20% se financia con proveedores, pero sólo pequeños porcentajes utilizan diferen-

²Con recursos del Fondo Coreano para la Reducción de la Pobreza.

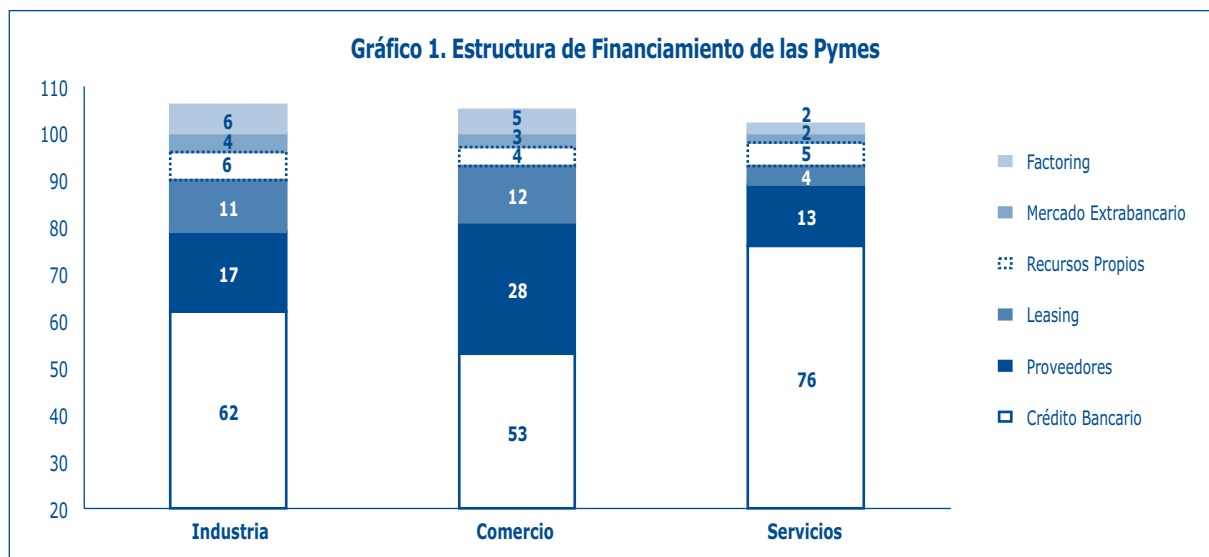
tes fuentes de financiamiento (ver gráfico 1). A pesar de estos progresos, Colombia aún dista de haber generado una red de servicios para las Pymes como los que hoy se observan en Chile o Argentina.

¿Cómo va el crédito Pyme en medio de la recesión internacional?

La recesión internacional actual (2008-2009) pone a prueba la favorable evolución del segmento Pyme por dos vías. Como lo ha venido comentando Anif, de una parte se espera que las mayores tasas de desempleo conlleven un deterioro de la cartera especialmente la vinculada al consumo y al capital de trabajo de las Pymes. Si la reacción de la banca es hacia la retracción del crédito, entonces el segmento Pyme enfrentará el

riesgo de una “profecía autocumplida”, pues sin crédito les resultará imposible cruzar el puente hacia la recuperación que se avizora para el año 2010. De otra parte, dicha crisis internacional fue el resultado, en buena medida, de la falta de una adecuada regulación y supervisión bancaria. Será entonces clave que las nuevas reglamentaciones no vayan a terminar por obstruir el canal crediticio del segmento Pyme, usualmente asociado a niveles de riesgo que superan el promedio del mercado (ver *Informe Semanal* No. 966 de marzo de 2009).

En este sentido, resulta satisfactorio registrar cómo el sector financiero colombiano ha podido acompañar al sector productivo colombiano durante todo este período 2008-2009. En efecto, al corte de julio de 2009, el total de la cartera crecía a ritmos de 6% real anual, en momentos en que la



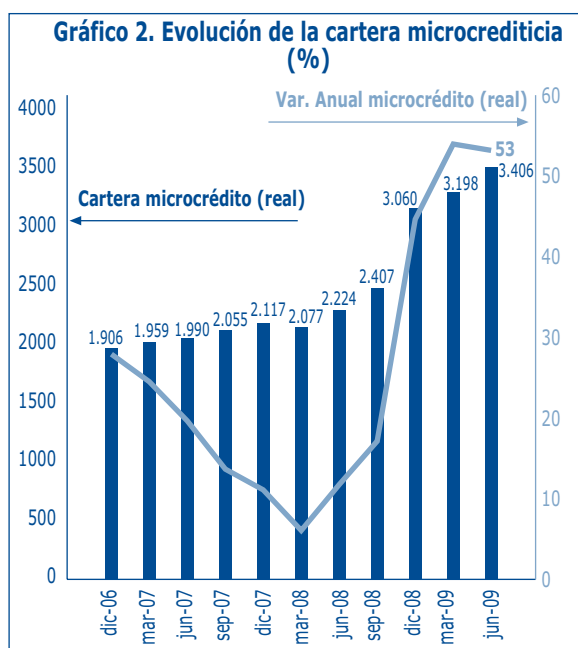
Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

economía se contraía a ritmos de -1% anual. Más satisfactorio aun resulta constatar que los pequeños productores no han estado desamparados y, por el contrario, registran expansiones en su cartera del orden de 50% real anual, ver gráfico 2.

Por otra parte, las entidades de segundo piso como Bancóldex están apoyando la estrategia de transformación productiva y de diversificación de mercados liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la actual coyuntura económica a través de una estrategia orientada a facilitar la financiación de las inversiones necesarias para adaptar la oferta exportable u obtener las certificaciones que faciliten el acceso a otros mercados, así como diversificar los destinos de exporta-

ción. Adicionalmente se han creado diferentes opciones de crédito, las cuales han sido ampliadas con el propósito de atender las necesidades coyunturales de los micro, pequeños, medianos y grandes empresarios. Tal es el caso del programa “aProgresar”, que dispone de recursos por aproximadamente \$640.000 millones a mediano y largo plazo para las Mypymes en condiciones financieras competitivas. Actualmente existen cupos especiales para suplir las necesidades de capital de trabajo, reprogramación de pasivos, desarrollo empresarial, entre otros. Adicionalmente, el FNG, mediante un convenio de riesgo compartido con Bancóldex, dispone de una garantía por el 70% del valor del crédito, máximo por US\$ 300.000.

Esta armonización entre el sector financiero y el productivo se ha logrado gracias a la solidez del sector bancario colombiano en 2007-2009, en medio de la peor crisis internacional de las tres últimas décadas. Ello se refleja en los resultados del primer semestre de la Gran Encuesta Pyme Anif, la cual muestra que el 27% de los empresarios entrevistados pertenecientes al sector industria identificó la falta de demanda como el principal problema para el desarrollo de sus actividades, dejando en el quinto lugar el capital de trabajo insuficiente. Un año atrás el mayor inconveniente reportado por estos empresarios se relacionaba con la rotación de cartera y la debilidad de la demanda se ubicaba en el cuarto lugar. Al igual que en el sector industrial, el 21% de las Pymes comerciales consultadas señaló

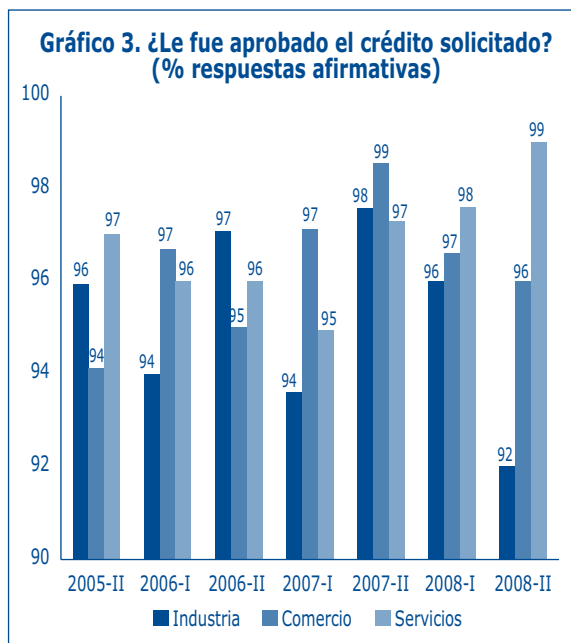


Fuente: Superintendencia financiera y cálculos Anif.

la baja demanda como el principal problema que enfrentaron durante el segundo semestre de 2008. En cuanto al sector de servicios, los resultados de la Encuesta señalan una situación similar a la presentada en los macrosectores de industria y comercio con un porcentaje de entrevistados de 31%.

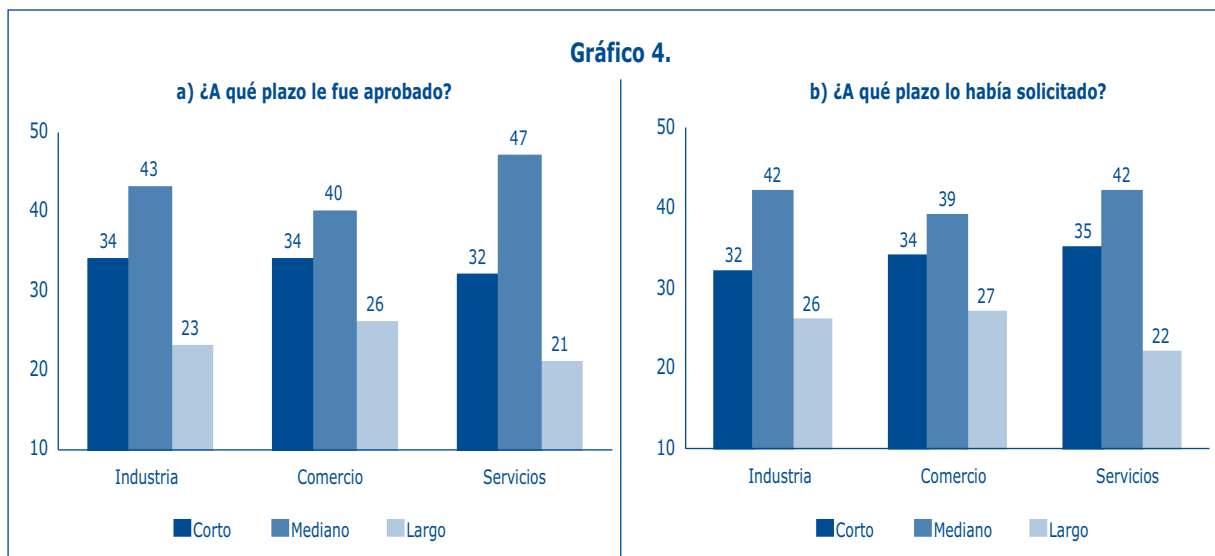
Otro indicador de la Encuesta que evidencia claramente el acompañamiento del sector financiero al sector productivo en el ciclo actual de la economía es la satisfacción expresada por los empresarios consultados con respecto a la tasa de aprobación de los créditos y a las condiciones de los préstamos aprobados versus los solicitados. En promedio, el 95% de las Pymes respondió afirmativamente a la pregunta ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (ver gráfico 3). Por otro lado, alrededor del 40% de los créditos fue solicitado a mediano plazo (entre 1 y 3 años) y un porcentaje similar (incluso ligeramente superior) fue concedido bajo esta condición. Siguiendo a los créditos ya mencionados, se encuentran los créditos a corto plazo (menos de un año) con cerca de una tercera parte de las solicitudes y las aprobaciones. En la porción de préstamos a largo plazo (más de 3 años) se observaron pequeñas diferencias entre los porcentajes de solicitud y los de otorgamiento, pues en algunos casos las entidades financieras prefirieron acortar el período de vida de los créditos (ver gráfico 4).

Sin embargo, el adecuado flujo de crédito a las pequeñas y medianas empresas ha



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

venido acompañado por un encarecimiento de la deuda. Dada la mayor percepción de riesgo del sistema financiero, las tasas de interés de los créditos a las Pymes sufrieron un incremento. Según los resultados de la última medición de la Encuesta, el rango de tasa más común en los créditos otorgados al sector industrial y de servicios durante el segundo semestre de 2008 fue DTF+4 a DTF+8 puntos (en la medición anterior la mayoría de los créditos tenía tasas inferiores a DTF+4 puntos). Sorprende que en el sector comercio, donde la situación actual parece ser más negativa, el 45% de los empresarios continúe indicando que el crédito obtenido tiene una tasa de interés menor a DTF+4 puntos.



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

Restricciones al financiamiento

Existen importantes restricciones tanto institucionales como de política al otorgamiento de préstamos al segmento Pyme, sin embargo, éstas no son consideradas aún como limitantes. Por el lado de la oferta, el estudio sobre financiamiento bancario para pequeñas y medianas empresas realizado por el Banco Mundial en 2008 revela que entre los obstáculos que enfrentan los establecimientos de crédito para ampliar el acceso a productos financieros de este segmento empresarial se encuentran las características inherentes de las Pymes, las normas, el ambiente legal y contractual y las políticas económicas del gobierno.

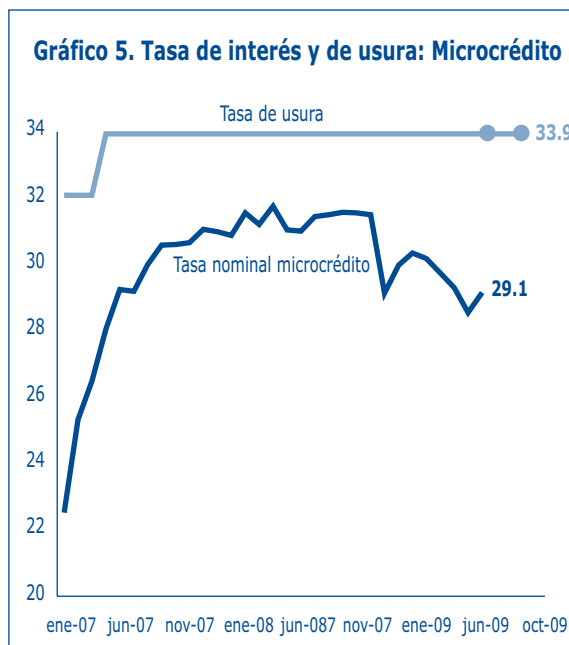
La informalidad se sitúa como una característica inherente de las Pymes, por lo tanto

el sistema financiero no cuenta con suficiente información para dimensionar adecuadamente el tamaño del mercado Pyme. Esto se presenta porque las pequeñas y medianas empresas no tienen incentivos para formalizarse debido a que esta situación les atribuye ciertos “beneficios” tributarios y parafiscales. Sin embargo, la informalidad reduce la probabilidad de tener acceso al financiamiento y a los programas del gobierno que apoyan el desarrollo de las Pymes. La disponibilidad y la falta de confianza de estados financieros, las habilidades de gestión y las estructuras familiares también entran dentro del grupo de características inherentes que restringen el acceso al financiamiento.

Uno de los principales obstáculos que enfrenta Colombia tiene que ver con la existencia y manejo de los límites a las tasas

de interés. En abril de 2007 se fijó la tasa de usura para microcréditos en 33.9%, la cual se mantuvo inalterada en momentos en que la política monetaria elevó el resto de las tasas de interés ante la necesidad de controlar los rebrotes inflacionarios. Por ejemplo, mientras que la tasa de usura estaba constante en 33.9%, la tasa de colocación del microcrédito tuvo que elevarse de 28% anual en abril de 2007 a 32.1% en noviembre de 2008, su máximo histórico, para poder absorber los mayores costos del fondeo. Durante el período abril-septiembre de 2009 la tasa de préstamos de los microcréditos fue descendiendo a niveles de 30% anual, a pesar del riesgo creciente que ha enfrentado el sector por cuenta de la desaceleración económica y el repunte del desempleo. Ello ha permitido que dicha tasa de préstamo se aleje del techo de usura en casi 400 pb, transmitiendo en casi un 50% la reducción de tasas adoptada por el BR (ver gráfico 5). Dados los mayores riesgos y costos implícitos en el otorgamiento de créditos a los micro y pequeños empresarios, la rigidez con que se maneja el esquema de tasas de usura en Colombia constituye un serio obstáculo a la penetración bancaria en nuestro país.

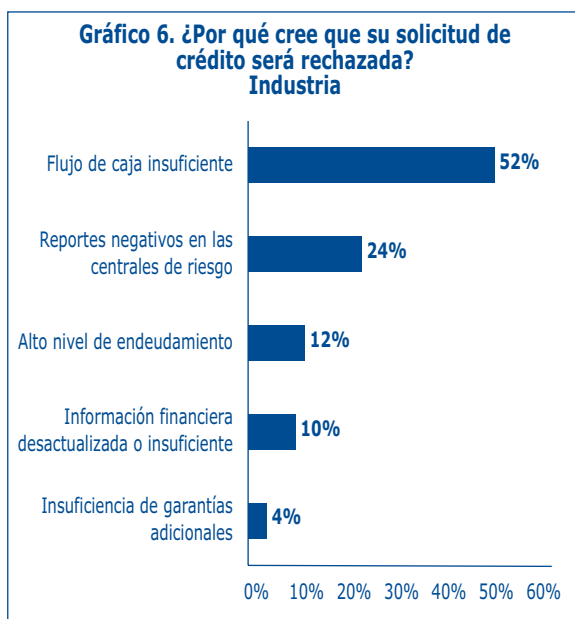
Por el lado de la demanda, los resultados del módulo de financiamiento de la Gran Encuesta Pyme Anif del primer semestre de 2009 evidencian la estructura financiera de las Pymes. El 43% de los empresarios pertenecientes al sector industrial y comercial considera que el mayor obstáculo para acceder a un crédito del sistema financiero son los elevados costos financieros, las tasas de



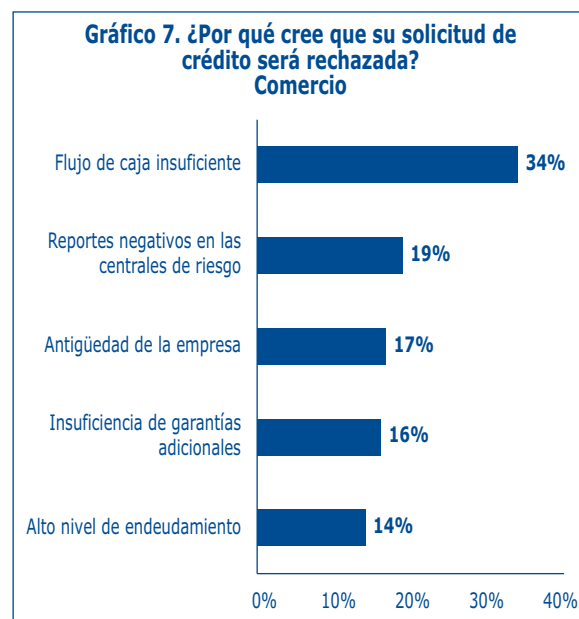
Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

interés y las comisiones. Con un 21% se sitúa como segundo mayor obstáculo percibido los requisitos exigentes por parte del intermediario financiero. El sector de servicios presenta una percepción similar, aunque los porcentajes difieren ligeramente; los elevados costos financieros fueron elegidos como el mayor obstáculo por el 44% de las Pymes entrevistadas, mientras que los requisitos exigidos por el intermediario financiero cuentan con 26% de las respuestas.

Dentro de las Pymes industriales que no solicitaron crédito al sistema financiero, el 79% considera que no lo necesita y el 6% de ellas asume que su solicitud será negada. Cuando se indagó las razones de esta creencia, el 52% de los empresarios considera que tiene un flujo de caja insu-



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

ficiente y el 24% tiene reportes negativos en las centrales de riesgo (ver gráfico 6). En cuanto al sector comercio, el 79% no solicitó crédito al sistema financiero porque considera que no lo necesita, mientras que un 3% cree que su solicitud será rechazada (ver gráfico 7). Al igual que en el sector servicios, el 34% de las empresas comerciales considera que tiene un flujo de caja insuficiente, seguido por un 19% de empresas que tienen reportes negativos en las centrales de riesgo y el 17% que considera que la antigüedad de la empresa es un factor decisivo en el otorgamiento del crédito. El sector servicios muestra el mayor porcentaje de Pymes que no solicitan crédito porque consideran que no lo necesitan (82%) y tan sólo el 2% de

los empresarios lo hace porque asumen que su solicitud de crédito será rechazada.

Desafíos de política

En Colombia todavía existen dificultades de tipo regulatorio; además, la estructura de la demanda de crédito por parte de las Pymes requiere que el gobierno, las empresas y el sector financiero trabajen para solucionar diversos problemas. Sin ir muy lejos, las características de las microempresas requieren el uso de *tecnologías especializadas*, diferentes a las que ha venido aplicando el grueso del sector financiero respecto al segmento Pyme. Esto quiere decir que se requiere trabajar no sólo en ampliar la financiación a las Pymes, sino

particularmente en lograr un mayor acceso al crédito por parte de las microempresas.

El mayor desafío que enfrenta el gobierno es lograr una verdadera transformación productiva de las Pymes. Sólo de esa forma dichas empresas llegarán a ser mejores sujetos de crédito. Es claro que alcanzar avances sustantivos en formalidad requiere de leyes que tienen que ver con arreglos laborales difíciles de “socializar” e impulsar en el Congreso, pero será la única forma de lograrlo.

Donde cabe esperar mayores progresos en el corto plazo es por el lado de la oferta de recursos. 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; masificar el uso de nuevos instrumentos, tales como el *factoring*; perfeccionar los modelos comerciales de atención a las Pymes, y desarrollar programas que fortalezcan las capacidades empresariales.

Análisis de los factores que inciden en la liquidación de las Pymes colombianas

María Angélica Lozano¹

Introducción

En la literatura económica-empresarial abundan los estudios que demuestran que el tamaño y la antigüedad de una empresa están inversamente relacionados con la probabilidad de ser liquidada. Así, en la medida en que las empresas crecen y se establecen en el mercado, se van fortaleciendo. En el ámbito de crédito, es común utilizar la antigüedad de una empresa como indicador de riesgo: a mayor antigüedad, menor riesgo para la entidad crediticia. De allí que sea de vital importancia conocer las razones por las cuales las empresas se liquidan. El presente artículo pretende contribuir a este entendimiento, y por ello tiene como objetivo analizar los factores que inciden en la liquidación de las Pymes en Colombia. Para ello, se tuvieron en cuenta los resultados de las diferentes mediciones de la Gran Encuesta Pyme de Anif

y un estudio elaborado por la Cámara de Comercio de Bogotá en el cual se expone la dinámica de liquidación de las empresas, así como también los principales resultados de la encuesta que se aplicó a 579 empresas liquidadas entre 2004 y 2008.

¿Qué nos dicen los resultados de la Gran Encuesta Pyme?

La información de la Gran Encuesta Pyme 2009- I liderada por Anif muestra una radiografía de los principales factores que pueden tener efectos sobre el desempeño y la estabilidad económica de las Pymes en el mercado. En esta sección, se hace especial énfasis en tres factores que dan una idea

¹ Investigadora de Anif.

sobre el estado actual de las empresas de este segmento; el primero, los principales problemas que los empresarios enfrentaron para el desarrollo de sus actividades, el segundo, la situación del empleo, y el tercero, los márgenes de ganancias.

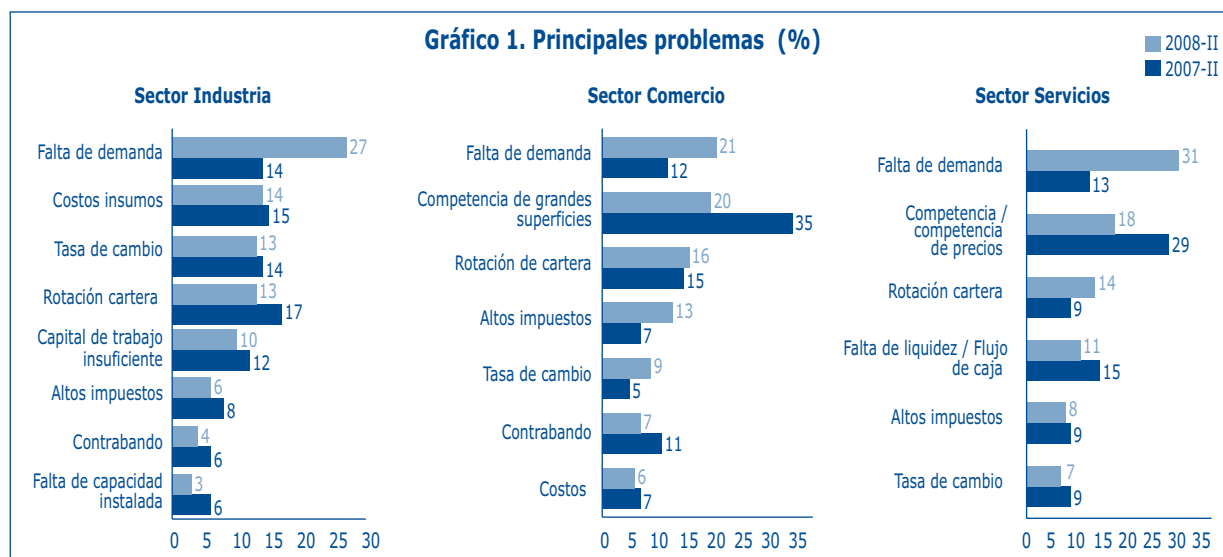
Principales problemas que enfrentaron los empresarios

Los resultados de la Encuesta reflejan en general un deterioro de las percepciones y las expectativas de los empresarios Pyme acerca de sus negocios como producto de la desaceleración económica, el crecimiento del desempleo y la contracción en el consumo de los hogares vividos durante 2008 y 2009.

Cuando se les preguntó a los empresarios sobre cuáles eran los principales problemas que enfrentaban sus negocios, respondieron al unísono que el principal

inconveniente que tuvieron en el segundo semestre de 2008 era la falta de demanda, reflejando así los efectos cascada de la crisis financiera mundial que llegaron a golpear la situación económica en nuestro país. En concreto, el 31% de los empresarios del sector de servicios identificó este problema como su mayor obstáculo, seguido por los industriales (27%) y los de comercio (21%) (gráfico 1).

Ahora bien, al analizar los resultados por sector, resalta que en el sector de industria el 14% de los empresarios señaló el costo de los insumos como el segundo problema para el desarrollo de sus actividades. Estos resultados están en línea con la reducción de los márgenes de ganancias (el balance de respuestas fue -5), la cual ha sido efecto del incremento en los costos de los insumos y del debilitamiento de la demanda.



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

En el sector de comercio, históricamente las lecturas de la encuesta mostraban que el mayor obstáculo indicado por estas empresas había sido la competencia de las grandes superficies. Sin embargo, para la medición del segundo semestre de 2008, este obstáculo cayó al segundo lugar (20% de los consultados), seguido por los problemas asociados con la rotación de cartera (16%) y la carga tributaria (13%).

En el caso de las Pymes del sector servicios, en segundo lugar se ubicó la intensa competencia, especialmente la relacionada con precios (18% de las respuestas). Dos años atrás éste había sido el principal problema con una participación de 45%. En tercer y cuarto lugar se ubicaron las dificultades asociadas con la rotación de cartera y la falta de liquidez (14% y 11% respectivamente).

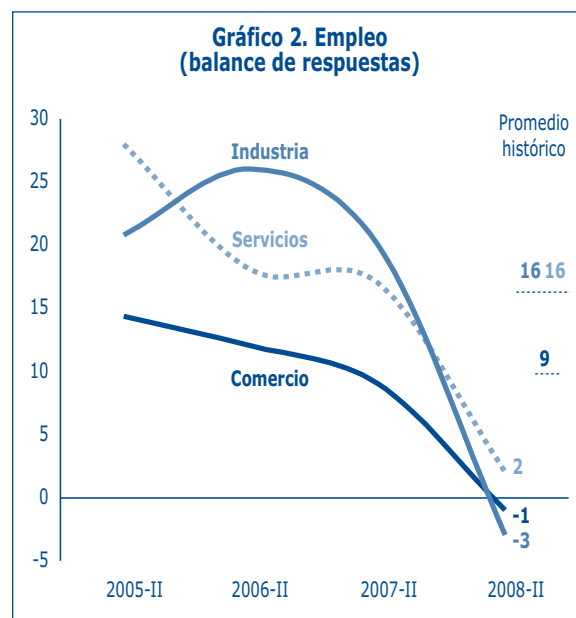
Situación del empleo

Otro factor que refleja la situación de las Pymes su desempeño y estabilidad en el mercado- es la creación o destrucción de puestos de trabajo. Los resultados de la encuesta al respecto son preocupantes. Las Pymes del sector industrial y de comercio mostraron balances negativos en sus respuestas (-3 y -1, respectivamente) lo cual indica que para el segundo semestre de 2008 la proporción de Pymes de estos dos sectores que redujo su planta de personal fue superior con relación a aquellas que fueron capaces de generar nuevos puestos de trabajo. En el caso de las Pymes del sector servicios,

el balance de respuestas se ubicó en el plano positivo (2) aunque bastante lejos del promedio histórico (16) (gráfico 2).

A nivel de subsectores de la industria, se observa que los empresarios de los subsectores de productos minerales no metálicos, muebles, y productos textiles fueron los que más disminuyeron el número de empleados. Entre tanto, en el sector de comercio, el subsector comercio de artículos de uso doméstico mostró una fuerte contracción del número de empleados en comparación con otros subsectores como alimentos y bebidas y productos farmacéuticos, perfumería y tocador.

Por su parte, en el sector servicios, las Pymes del subsector de hoteles y restaurantes fueron las más afectados; sin embargo,



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

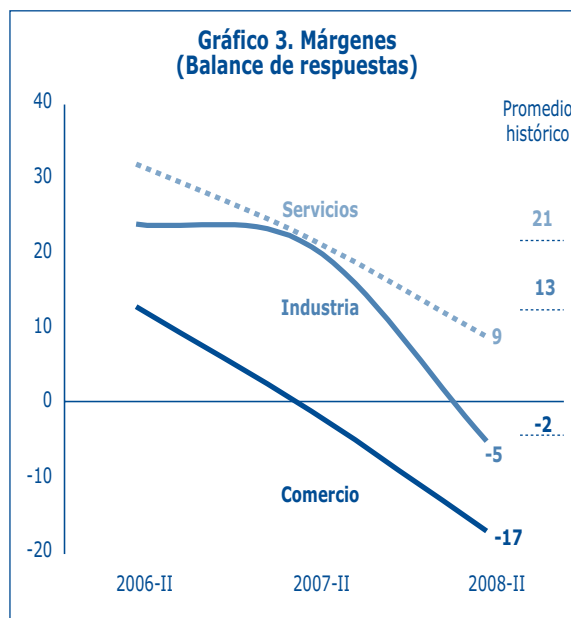
según las últimas cifras del Dane esta rama de la actividad tuvo un repunte en 2009 al registrar para el trimestre móvil mayo-julio el mayor número de ocupados (26%), por lo que muy probablemente hayan cambiado las percepciones de los empresarios para el año 2009.

Márgenes de ganancias

Los márgenes de ganancias son otro indicador clave que refleja la situación de las Pymes. Al respecto se observa que, efectivamente, la reducción en el volumen de ventas, el incremento de los costos de producción y la situación económica del país afectaron negativamente las utilidades de las Pymes. Incluso los balances de respuestas reportados por los tres sectores son los más bajos desde el inicio de la Gran Encuesta Pyme en 2006.

Para el segundo semestre de 2008, el balance de respuestas de las Pymes industriales se ubicó por primera vez en el plano negativo (-5), lo cual refleja un deterioro fuerte en este indicador si se compara con el promedio histórico que corresponde a un balance de respuestas positivo (13). Estos resultados concuerdan perfectamente con las cifras reportadas por el Dane, las cuales indican que el sector de la industria se contrajo en 2.0% durante 2008 (gráfico 3).

A nivel de subsectores se observa que las Pymes relacionadas con la actividad textil; el cuero, calzado y marroquinería; alimentos



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

y bebidas; y productos metálicos obtuvieron para esta pregunta balances negativos en las respuestas que fluctuaron entre -10 y -24. En cambio, el subsector de sustancias y productos químicos fue el que obtuvo mayores utilidades, al reportar un balance positivo de respuestas equivalente a 8.

En cuanto a las Pymes del sector de comercio, los empresarios señalaron una contracción en sus márgenes de utilidad. Los subsectores más afectados fueron los de productos farmacéuticos y los relacionados con los productos de ferretería, cerrajería y vidrio.

Finalmente, las Pymes del sector de servicios al igual que los sectores de industria y comercio reportaron márgenes

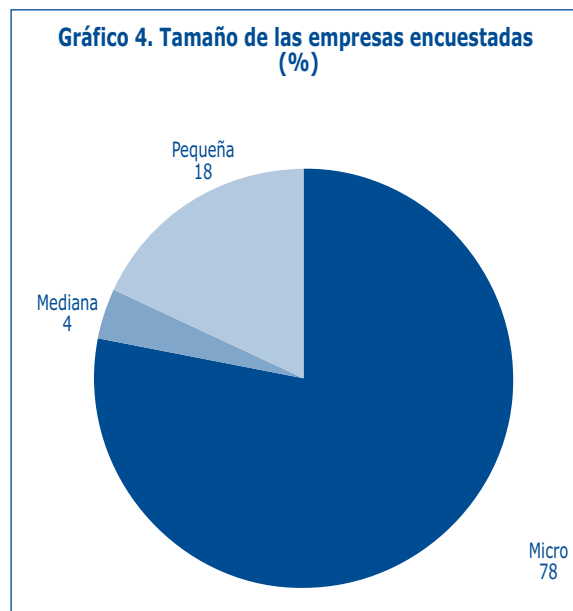
negativos. Se destaca la reducción del margen del subsector de hoteles y restaurantes con 24 respuestas positivas frente a 20 negativas.

El caso de las Pymes bogotanas

La Cámara de Comercio de Bogotá lideró una encuesta orientada a encontrar las causas de la liquidación de empresas en Bogotá. Se entrevistaron 579 empresas liquidadas en los años 2004-2008 de un total de 17.956 empresas. Los principales resultados se resumen a continuación.

Perfil de las empresas

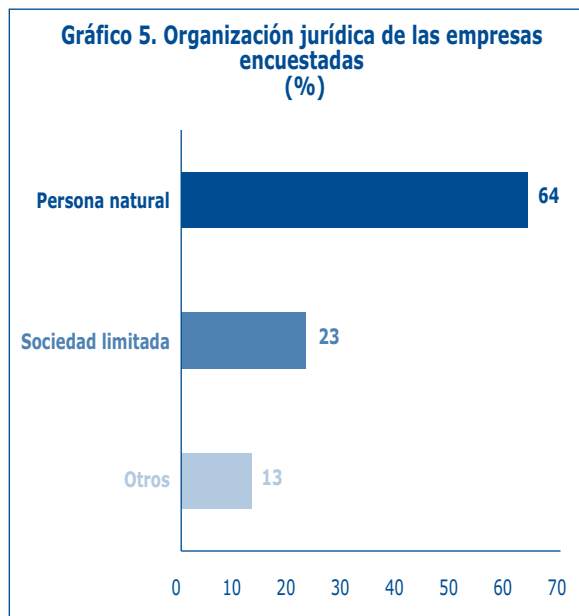
El 78% de las empresas que se liquidaron en el período de estudio correspondió a microempresas, lo que indica que este segmento es el más débil a los cambios coyunturales. El estudio señala que entre los principales problemas que enfrenta este segmento microempresarial se encuentra la falta de capacitación y conocimiento en temas de gestión. Por su parte, el 22% de las empresas entrevistadas correspondió a Pymes, en las cuales se identificó que los empresarios tienen un mayor nivel de capacitación y acceso a la información sobre la dinámica y la situación del entorno económico en que se desarrolla su actividad (gráfico 4). Sin embargo, los problemas de ese tipo de empresas están más orientados hacia la falta de liquidez, conflictos con los socios y saldos en la cartera.



Fuente: Encuesta sobre las causas de liquidación de Empresas de Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá, 2008.

Por otro lado, se encontró que la mayor cantidad de empresas que se liquidan en Bogotá corresponde a empresas creadas como personas naturales (64%). Estas empresas se caracterizan por tener un perfil de bajos niveles de inversión, así como también grandes problemas relacionados con los márgenes de utilidad y el acceso al crédito. En segundo lugar se encuentran las empresas constituidas como sociedades limitadas (23%) y en tercer lugar otras formas de organización jurídica con una participación de 13% (gráfico 5).

A nivel sectorial, se halló que en la ciudad 80 de cada 100 empresas relacionadas con actividades de servicios se liquidan, de las cuales 37 hacen parte del sector comercio y reparación de automoto-



Fuente: Encuesta sobre las causas de liquidación de Empresas de Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá, 2008.

res. Les sigue las empresas industriales con un 14% de participación.

Otro hallazgo importante de la encuesta fue el indicador de la edad de las empresas, con el cual se determina su capacidad, adaptación y sostenibilidad. Bajo los resultados de este indicador fue posible construir tres grupos de análisis que se caracterizan por tener los siguientes elementos:

Empresas de menos de 3 años: estas empresas se caracterizan por una baja capacidad, adaptación y sostenibilidad en el mercado. Generalmente son microempresas, creadas como persona natural de los sectores de comercio, transporte y comunicaciones que no tienen la suficiente experiencia ni capacidad técnica y gerencial para competir. Los resultados de la encuesta

mostraron que un 54% de las empresas liquidadas pertenece a este rango de edad.

Empresas entre 4 y 7 años: en este grupo se encuentra la mayor cantidad de pequeñas empresas creadas como persona natural y sociedades limitadas. Estas empresas se dedican a actividades comerciales, servicios sociales y salud, transporte y comunicaciones. El 21% de las empresas encuestadas corresponde a este tipo de empresas.

Empresas de más de 8 años: se trata empresas que ya habían encontrado cierto posicionamiento en el mercado, pero que por motivos de liquidez o problemas con los socios tuvieron que ser liquidadas. A este segmento pertenecen sociedades de tamaño pequeño, mediano y grande. La encuesta empresarial señala que en Bogotá el 25% de las empresas liquidadas hace parte de este grupo.

Uno de los principales problemas que enfrentan las empresas es la falta de formación empresarial y experiencia previa de los dueños o administradores. En efecto, el 66% de los administradores o propietarios de las empresas que se liquidaron no era profesional, mientras que el 44% contaba con alguna formación universitaria y de posgrado. Con relación a la experiencia empresarial se encontró que el 60% de los empresarios no contaba con experiencia en gestión empresarial. Así mismo se encontró que a mayor tamaño de la empresa mayor experiencia del empresario. Por ejemplo, en el segmento microempresarial, dos de cada tres empresarios que iniciaron su negocio no tenían experiencia previa, mientras que en

las medianas y grandes empresas la relación cambia a uno de cada tres.

En línea con lo anterior, los empresarios también destacaron que contar con una mano de obra calificada es fundamental para competir y mantenerse en el mercado. Sin embargo, el 51% de los empresarios no buscó personal calificado. Del 42% de los empresarios que sí buscaron mano de obra calificada, el 89% la encontró y consideró que fue de fácil acceso. El 11% restante corresponde a los empresarios que no encontraron mano de obra calificada, y que destacaron como principales obstáculos en su búsqueda: la baja calificación y la falta de experiencia, la falta de disponibilidad y los altos costos del recurso humano calificado.

Factores que inciden en la liquidación

Además del perfil descrito anteriormente, la encuesta realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá analiza los principales problemas que encontraron los empresarios desde el inicio de sus negocios hasta su posterior liquidación.

Al respecto, se identificó que la mayoría de empresarios conoce el negocio, más no tiene los suficientes conocimientos y preparación para orientar y gerenciar. Generalmente, los empresarios en Bogotá imitan o adaptan un modelo de negocio de un producto o servicio para posteriormente recibir asesoría.

No obstante, una tercera parte de los empresarios encontró dificultades al momento

de crear sus empresas. Estas dificultades están asociadas con el financiamiento, el desconocimiento de las normas legales y la inexperiencia en la temática empresarial (gráfico 6). En particular se halló que las dificultades de financiamiento afectan en mayor medida a las microempresas de servicios, concretamente aquellas dedicadas al comercio al por mayor y al por menor así como las empresas de hoteles y restaurantes.

Por otro lado, la capacidad de las empresas para insertarse en el mercado externo es limitada. Sólo el 4% de las empresas liquidadas tenía orientación hacia el mercado internacional, mientras que el 80% tenía como objetivo el mercado bogotano. Esto sin lugar a duda refleja el bajo conocimiento de las empresas sobre los acuerdos comerciales así



Fuente: Encuesta sobre las causas de liquidación de Empresas de Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá, 2008.

como el vacío que existe en las estrategias de mercadeo y marketing que deben seguir las Pymes para lograr posicionarse en el comercio exterior (ver Pymes exportadoras: evolución y políticas de internacionalización en Informe Coyuntura Pyme, Edición II -2009).

Una vez los empresarios toman la decisión de liquidar sus empresas, se encontró que las principales razones por las cuales decidieron cerrar sus puertas fueron de tres tipos: económicas, administrativas y de entorno (gráfico 7).

Al igual que los resultados de la Gran Encuesta Pyme, los empresarios respondieron que entre las razones económicas estaba la baja demanda. También se destacan la baja rentabilidad y la falta de liquidez. Entre las razones administrativas, los em-

presarios resaltaron la inexperiencia en el manejo de la empresa y los problemas con la administración del recurso humano. En cuanto a las principales razones del entorno para liquidar las empresas sobresalieron: el contrabando, la competencia desleal, la informalidad, los impuestos y la inseguridad.

Finalmente, los resultados de la encuesta recalcan que una cuarta parte de los empresarios que liquidaron sus empresas no realizó medidas correctivas para mitigar los problemas a los cuales se enfrentaban. Esto se refleja en el alto porcentaje de empresas que no solicitaron asesoría para evitar la liquidación (78%). Tan sólo el 19% de los empresarios decide acudir a algún tipo de asesoría, que en la mayoría de las veces proviene de expertos y asesores especializados y en segundo lugar de la experiencia de los amigos.

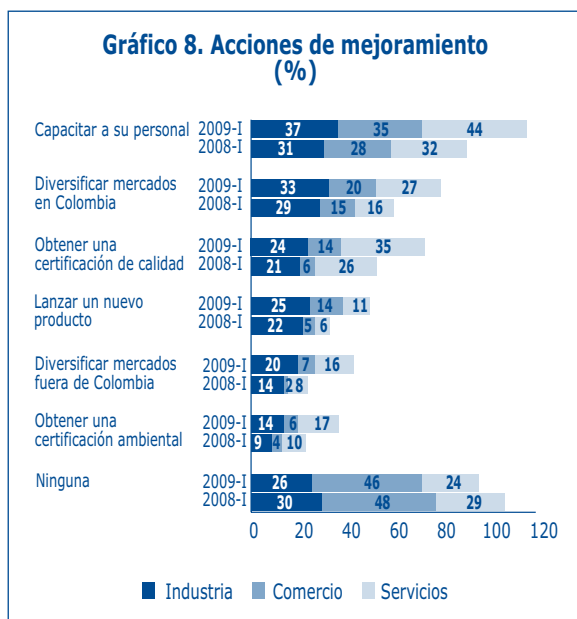


Fuente: Encuesta sobre las causas de liquidación de Empresas de Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá, 2008.

Acciones para evitar el cierre de las empresas

El módulo de acciones de mejoramiento de la Gran Encuesta Pyme permite evidenciar las acciones que desarrollaron las Pymes como una forma de enfrentar la fase de desaceleración económica por la que atraviesa actualmente la economía.

La medición de 2009-I señala que el porcentaje de Pymes que desarrolló alguna acción de mejoramiento se incrementó con respecto a la lectura del año anterior, (gráfico 8). La capacitación del personal se ubica



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2009-I.

como la principal acción de mejoramiento que realizan las Pymes, seguida por la diversificación de mercados en Colombia y por la obtención de una certificación de calidad.

A nivel sectorial, se observa que en las Pymes industriales las acciones relacionadas con el lanzamiento de nuevos productos y la diversificación de mercados en Colombia tienen un alto grado de participación (25% y 33% respectivamente). Entre tanto, las Pymes de servicios se dedicaron a orientar sus esfuerzos en la obtención de certificaciones de calidad (35%) y de medio ambiente (17%). Las Pymes de comercio son las menos dinámicas en adelantar procesos de mejoramiento. Se observa tanto para 2008-I como para 2009-I un elevado porcentaje de empresas de este sector que no adelantó ninguna acción para mejorar su competitividad en el mercado (48% y 46% para cada medición).

Paralelamente, la Encuesta sobre las Causas de la Liquidación de Empresas en Bogotá muestra que las acciones orientadas hacia capacitación y entrenamiento de emprendedores y empresarios son un factor fundamental para la sostenibilidad de las empresas. Los empresarios creen conveniente la utilización de servicios de asesoría y emprendimiento como una labor clave para reducir los factores de riesgo que están llevando a la liquidación de las empresas en Bogotá.

Por otro lado, para enfrentar la falta de liquidez, los empresarios consideran indispensable que el sistema financiero facilite el acceso al crédito con tasas de interés bajas y plazos de financiamiento considerables. Así mismo, afirman que requieren del soporte de un capital de trabajo sólido y preparado que fortalezca el despegue y sostenimiento de sus empresas dentro del mercado. Para esto, es necesario que los empresarios reciban continuamente asesorías técnicas para elaborar planes estratégicos financieros y de mercadeo orientados a mejorar las finanzas y la competitividad de sus empresas.

Por último, los empresarios califican como muy importante mejorar la calidad de los productos o servicios, así como la ampliación del número de clientes a través del acceso de nuevos canales de distribución. En este sentido, la participación en ferias, eventos comerciales y asesorías para exportar productos cobran bastante importancia.

En síntesis, se observa que en las dos encuestas la capacitación de personal es un

tema esencial para el continuo mejoramiento y éxito de las empresas. Igualmente, el conocimiento de los procesos, una gestión administrativa adecuada, el asesoramiento financiero y la puesta en marcha de estrategias de mercadeo para posicionar los productos y servicios son factores determinantes para garantizar la competitividad y la permanencia de las empresas en el mercado interno y externo.

Conclusiones

Al cotejar los resultados de dos encuestas diferentes con universos disímiles, los resultados de la Gran Encuesta Pyme y la Encuesta Empresarial sobre las Causas de la Liquidación de Empresas van de la mano. Si bien la Gran Encuesta Pyme no tiene un módulo dedicado a la liquidación de las empresas, las percepciones de los empresarios muestran signos de lo que está ocurriendo actualmente en el segmento Pyme con relación a su desempeño económico y estabilidad en el mercado.

En efecto, las respuestas de los empresarios a esta encuesta revelan un deterioro en la percepción y expectativas de la situación de sus negocios como producto de la desaceleración económica del país. En particular, la encuesta destaca la debilidad de la demanda, los altos costos de producción, la baja rentabilidad de los negocios y la baja generación de puestos de trabajo como factores que muestran señales negativas del desempeño económico de las Pymes colombianas.

Entre tanto la encuesta empresarial elaborada por la Cámara de Comercio de Bogotá resalta la caída en las ventas, la baja rentabilidad, la falta de liquidez, el entorno económico, y la falta de conocimiento gerencial como los principales factores que incidieron en la liquidación de 574 empresas en Bogotá. Estos resultados van en línea con la dinámica de la creación y destrucción de empresas en la capital, donde anualmente se crean en promedio 53.000 empresas, pero al mismo tiempo se liquidan unas 16.000.

La preocupación que surge de esta comparación es que las condiciones están dadas para que, en lo que resta de 2009 y el año 2010, se puedan ver incrementos importantes en la liquidación de las empresas, especialmente en el segmento micro y pequeño. Si las respuestas a las perspectivas se concretan, se concretarán liquidaciones. Por lo anterior, conviene recalcar la importancia de que las Pymes adelanten acciones de mejoramiento, con el fin de enfrentar la fase actual de desaceleración económica y lograr condiciones para competir y evitar procesos de liquidación.

De la misma manera, es pertinente que se promueva en los empresarios un mayor conocimiento y uso de los programas de apoyo empresarial que ofrecen entidades como las cámaras de comercio, Proexport, Acopi, la Superintendencia de Sociedades, Fenalco, entre otras.