

COYUNTURA

Dyme

ANIF Centro de Estudios Económicos
Asociación Nacional de Instituciones Financieras

AGENDA COMERCIAL DE COLOMBIA:

OPORTUNIDADES Y RIESGOS
PARA LAS EMPRESAS



Col. \$10.000

ISSN No. 2011-9755

www.anif.co

ISSN No. 2011-9755

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



Calle 70 A No.7-86

Teléfonos: 543 3055 - 310 2041 - 310 2752 - 310 3868

Línea gratuita 01 800 0119907

Fax: 235 5947 - 312 4550 - 755 0076

Correo electrónico: eventos@anif.org

www.anif.co

Director · Sergio Clavijo

Subdirector · Alejandro Vera

Investigadores · Ana María Zuluaga,

Manuel Pinilla Henao y Sandra Zamora

Diseño y diagramación · Tatiana Herrera

Editora · Ximena Fidalgo

Impresión · Prerensa Moderna Impresores S.A.

Departamento Comercial y Mercadeo

Publimarch

María Inés Vanegas, gerente general

mivanegas@anif.com.co / comercial@anif.com.co.

Bogotá, Cali y costa Atlántica,

Bucaramanga y Eje Cafetero:

PBX: 310 1500 ext. 122 - 113

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.

S Secciones

Editorial

3

Entorno empresarial en Colombia:
¿Qué nos dice el informe *Doing Business 2012*?

Actualidad Pyme

7

Las Pymes de cara a los TLCs
Sandra Zamora

17

El sector turismo, motor de la economía mundial y nacional
Manuel Pinilla Henao

27

EL TLC con la Unión Europea y su efecto en las Pymes
Ana María Zuluaga

41

El TLC con EE.UU: retos y oportunidades para Pymes
José Francisco Mafla
José Alejandro Quintero

47

Los seis retos de las Pymes colombianas para el acceso
a los mercados internacionales
Juan Felipe Mejía

Coyuntura Sectorial

55

Evolución del financiamiento Pyme en Colombia

57

Auge minero-energético: admoniciones para Colombia

59

Bancarización, tasa de usura y mercado extrabancario

61

Comercio al por menor: cierre de 2011 y perspectivas para 2012

63

Tamaño, formalización y productividad de las Pymes:
lecciones de Europa para América Latina

Separata Especial EAN

Pymes transformadoras
Promesa del sector metalmeccánico

Medición del costo de los recursos propios (K_e)
Un reto para las empresas colombianas

Notas Prácticas

65

Convocatorias abiertas a las Pymes para promover
el desarrollo tecnológico y los encadenamientos productivos

Entrevista Pyme

67

Juan Carlos Durán
Presidente del Fondo Nacional de Garantías

Entorno empresarial en Colombia: ¿Qué nos dice el informe *Doing Business* 2012?

El Banco Mundial elabora anualmente un reporte acerca de las regulaciones que afectan el clima de los negocios en diferentes países del mundo. En éste se evidencian los obstáculos más importantes para el desarrollo de actividades empresariales.



El informe *Doing Business* 2012, con cifras actualizadas a junio de 2011, ubicó a Colombia en el puesto 42 en el ranking mundial de facilidad para hacer negocios (entre 183 países), lo cual significó una mejoría de cinco lugares respecto al resultado del año anterior (puesto 47). Como se observa en el cuadro adjunto, Colombia ocupó el tercer lugar en el ranking regional (18 países de América Latina), precedido por Chile y Perú (puestos 39 y 41, respectivamente).

Según el reporte, la investigación enfatiza principalmente en la perspectiva de vida de las Pymes de acuerdo con las regulaciones que influyen en su operación. Así, el informe clasifica las economías según diez áreas de regulación: i) apertura de una empresa; ii) manejo de permisos de construcción; iii) obtención de electricidad; iv) registro de propiedades; v) obtención de crédito; vi) protección de inversores; vii) pago de impuestos; viii) comercio transfronterizo; ix) cumplimiento de contratos; y x) resolución de la insolvencia.

Dada la importancia que, para el caso particular de las Pymes, tienen las dimensiones relacionadas con el capital humano, el tema financiero y de comercio exterior, vale la pena dar una mirada a los principales hallazgos del informe en estos frentes.

Así, es satisfactorio constatar que Colombia se encuentra entre las doce economías que más mejoraron en facilidad para hacer negocios entre la medición de 2011 y la de 2012. En efecto, el país presentó mejoras en cuatro de las diez áreas regulatorias medidas por el *Doing Business* 2012: apertura de un negocio, registro de propiedades, pago de impuestos y resolución de la insolvencia.

Uno de los principales saltos de Colombia tuvo que ver con el área de pago de impuestos. Esto se debe a la reducción en el tiempo requerido para preparar, presentar y pagar los impuestos. En este caso, el número de horas (por año) necesarias para realizar dichos trámites (193) está por debajo del promedio de América Latina (382) y muy cerca de los países de la OECD (186). De esta manera, Colombia ascendió 25 puestos en la clasificación, al pasar del puesto 120 en el *Doing Business* 2011 al 95 en el de 2012. En este aspecto es importante señalar que, durante los últimos años, en materia de trámites tributarios se reportaron avances gracias a la incorporación de nuevas tecnologías para la declaración y el pago de impuestos de manera electrónica, así como la aprobación de una Reforma Tributaria, según Ley 1430 de 2010. Como lo ha venido comentando Anif, los componentes de esta reforma tuvieron que ver con:

Haciendo negocios: ranking entre 183 países (2011-2012)

Temas	Colombia			Chile			Perú		
	2012	2011	Ascenso (+) Descenso (-)	2012	2011	Ascenso (+) Descenso (-)	2012	2011	Ascenso (+) Descenso (-)
Facilidad para hacer negocios	42	47	5	39	41	2	41	39	-2
Apertura de un negocio	65	73	8	27	62	35	55	53	-2
Obtención de electricidad	134	131	-3	41	41	Igual	82	83	1
Manejo de permisos de construcción	29	29	Igual	90	87	-3	101	96	-5
Registro de propiedades	51	54	3	53	46	-7	22	24	2
Obtención de crédito	67	64	-3	48	75	27	24	21	-3
Protección a los inversionistas	5	5	Igual	29	28	-1	17	21	4
Pago de impuestos	95	120	25	45	42	-3	85	93	8
Comercio transfronterizo	87	83	-4	62	59	-3	56	56	Igual
Cumplimiento de contratos	149	149	Igual	67	66	-1	111	110	-1
Cierre de una empresa	12	29	17	110	96	-14	100	102	2

Fuente: Banco Mundial - Ranking Doing Business 2012.

i) la eliminación gradual del 4X1.000; ii) el desmonte de la exención tributaria del 30% por reinversión de utilidades para los años 2012-2013; y iii) el desmonte de la sobretasa del 20% al consumo de energía que venía pagando el sector industrial.

En el indicador de resolución de la insolvencia (antes llamado facilidad para el cierre de una empresa), el país subió 17 posiciones (del puesto 29 al 12 entre 2011-2012). Allí los costos representan tan sólo el 1% de los bienes totales de la empresa, por debajo del promedio de América Latina (16%) y de los países de la OECD (9%). Adicionalmente, la tasa de recuperación (centavos por dólar recuperados por los solicitantes de una empresa insolvente) es del 82% para Colombia, mientras que para América Latina es sólo del 30% y para los países de la OECD es del 68%. En el caso de apertura de un negocio y registro de propiedades, el país escaló 8 y 3 posiciones respectivamente entre la medición de 2011 y la de 2012.

Si bien en términos de progreso relativo estos resultados son positivos para Colombia, el informe deja claro que en aspectos tan importantes como la obtención de electricidad, consecución de crédito y el comercio transfronterizo el país no ha avanzado lo suficiente en los últimos años. Por el contrario, en dichas áreas ha presentado retrocesos con respecto a los resultados de 2011. Por esta razón, los empresarios continúan enfrentando limitaciones para desarrollar sus actividades.

Destacamos el área de comercio exterior donde el país ocupó una regular posición 87 frente a 183

países, descendiendo cuatro posiciones con respecto a la medición de 2011. A pesar de que el tiempo para exportar (14 días), es decir el tiempo requerido para cumplir con todos los procedimientos exigidos para exportar, fue menor que el promedio de América Latina (18), el costo de exportación (US\$2.270 por contenedor) superó con creces los US\$1.257 de América Latina y los US\$1.032 de los países de la OECD. En este aspecto, Anif insiste en que uno de los mayores atrasos estructurales que enfrenta Colombia se refiere a su precaria dotación de infraestructura de transporte, lo que genera sobrecostos de hasta el 18% para el país que se evidencian en los mayores costos para los exportadores.

En síntesis, hemos visto cómo Colombia ha venido haciendo progresos significativos en materia de medidas pro-mercado durante los años recientes. Ello le permitió ubicarse en la posición 42 entre 183 países y ocupar el tercer puesto en la región. Si bien los resultados del *Doing Business* 2012 reconocen avances en algunos frentes, éstos continúan evidenciando la necesidad de implementar reformas en temas estructurales que mejoren el clima de los negocios y le permitan al país continuar ganando en competitividad a nivel internacional. Esto es de suma importancia dada la creciente agenda comercial negociada que implica comercio en ambas vías, donde la capacidad competitiva del país determinará qué sectores se expanden y cuáles se contraen. Así, en lo que se refiere a competitividad, Colombia debe enfocarse en superar sus barreras en materia de infraestructura. ■

Las Pymes de cara a los TLCs

<Sandra Zamora*>

En medio de una turbulencia internacional desafiante, ocasionada por la prolongada crisis económica (2007-2012), las economías desarrolladas, después de casi treinta años de expansión económica ininterrumpida, enfrentan su peor recesión con importantes desequilibrios fiscales, hogares sobreendeudados y sistemas financieros “retraídos”.

En cambio, por primera vez en décadas América Latina y Colombia no tienen graves problemas fiscales y financieros a nivel macroeconómico. Específicamente, Colombia presentó una excelente tasa de crecimiento, cercana al 6%, al cierre de 2011, y un segmento Pyme con buenas perspectivas a nivel agregado.

El objetivo de este pequeño artículo será identificar, en medio del buen desempeño económico general en Colombia y del segmento Pyme en particular, las potencialidades que se abren para las pequeñas y medianas empresas de cara a los TLCs fir-

mados para el país. Como veremos, estos TLCs representan oportunidades dentro de las llamadas exportaciones no tradicionales. La tarea de las Pymes será prepararse productivamente para aprovechar las oportunidades sectoriales y minimizar los riesgos. La tarea del gobierno es reducir los sobrecostos en que incurren los empresarios nacionales por tener una precaria infraestructura de transporte y altos costos laborales.

*Investigadora Anif.
E-mail: szamora@anif.com.co



Ciclo económico de 2011 y perspectivas para 2012

Las economías de la región han sido exitosas evitando el contagio ante la creciente incertidumbre internacional. Mientras que en 2009 la Zona Euro se contraía al -4.3% real anual y Estados Unidos al -3.5%, Latinoamérica sólo lo hacía al -1.7%, y en particular Colombia crecía al 1.5%. Así, durante el período 2005-2011, el país mantuvo un crecimiento promedio del PIB real del 4.7% anual.

En 2011, Colombia logró un crecimiento excepcional del 5.9% real anual, frente al 4% alcanzado en 2010 (ver gráfico 1). Éste es el mejor registro observado desde 2007 cuando la economía creció en un 6.9%. La expansión fue impulsada por sectores como la minería que se aceleró de un 12.3% en 2010 a un 14.3% en 2011, consistente con el auge minero-energético que vive el país. Lo anterior, pese a los problemas generados

por la ola invernal, específicamente las lluvias que afectaron la extracción de carbón, y los problemas de movilización en la extracción del sector petrolero.

Otros sectores que lideraron el crecimiento de la economía en 2011 fueron transporte y comunicaciones, que creció al 6.9% real, y comercio y turismo al 5.9%. Sobre este último cabe mencionar que 2011 fue uno de los mejores años para el comercio al por menor, el cual se expandió al 10.3% anual. Esto obedeció a la mayor demanda de bienes durables y al fortalecimiento de la confianza de los consumidores. Por ramas comerciales, muebles y equipo para oficina fue el sector con mayor crecimiento (31.5%), seguido por vehículos (23.1%) y calzado y artículos de cuero (19.8%), ver Anif, 2012a.

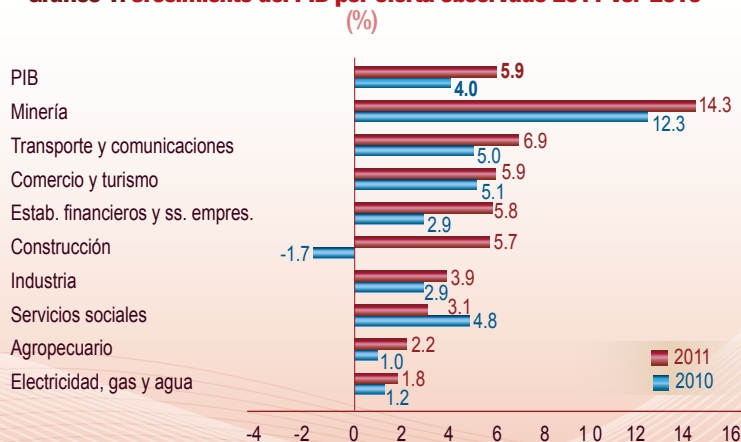
El sector de establecimientos financieros creció al 5.8%

real anual, impulsado por márgenes financieros favorables y el dinamismo en el volumen de cartera crediticia que en 2011 registró una expansión del 18% real anual. Por su parte, el sector de construcción se reactivó al pasar de una contracción del -1.7% en 2010 a crecer al 5.7% en 2011, lo cual se explica por el repunte de las obras civiles que crecieron al 6.5%.

Entre tanto, la industria sigue siendo un factor de preocupación con un crecimiento de sólo un 3.9% real anual. Pese a que en los últimos dos años este sector ha mostrado señales de recuperación, frente a la marcada desaceleración de 2008-2009 cuando registró una contracción promedio del -1.7% real anual, la industria continúa perdiendo participación en la producción total de la economía. En 2007 su participación

“En 2011, Colombia logró un crecimiento excepcional del 5.9% real anual, frente al 4% alcanzado en 2010. Éste es el mejor registro observado desde 2007 cuando la economía creció en un 6.9%.”

Gráfico 1. Crecimiento del PIB por oferta observado 2011 vs. 2010



Fuente: Dane.

era de un 14.2% frente a un 12.7% en 2011. De otro lado, en el sector de servicios sociales también se observa una marcada desaceleración, al pasar de un crecimiento del 4.8% en 2010 a un 3.1% en 2011.

Los sectores menos dinámicos fueron electricidad, gas y agua (1.8%), donde se hicieron evidentes los problemas de la precaria infraestructura (oleoductos y gaseoductos) y agricultura (2.2%), como re-

sultado de los daños provocados por la ola invernal.

Para el año 2012 Anif prevé una ligera desaceleración de la economía hacia el 5%, teniendo en cuenta que: i) sectores como agricultura, comercio e industria han comenzado a moderar su crecimiento; y ii) hay riesgos de contaminación internacional debido a la crisis de la Zona Euro, la debilidad de Estados Unidos y la desaceleración de China. En particular, en abril

de 2012 la inversión en China cayó a su menor nivel en casi una década y ya se habla de un “pinchazo” de la burbuja hipotecaria, donde en los primeros meses de 2012 se han registrado caídas en los precios de la vivienda en 27 de las 70 principales ciudades de ese país. De ahí que el crecimiento del PIB de China en 2012 se perfila hacia un 7.5%, alejándose del 8% observado en las últimas décadas (ver Anif, 2012b).

¿Cómo va el segmento Pyme?

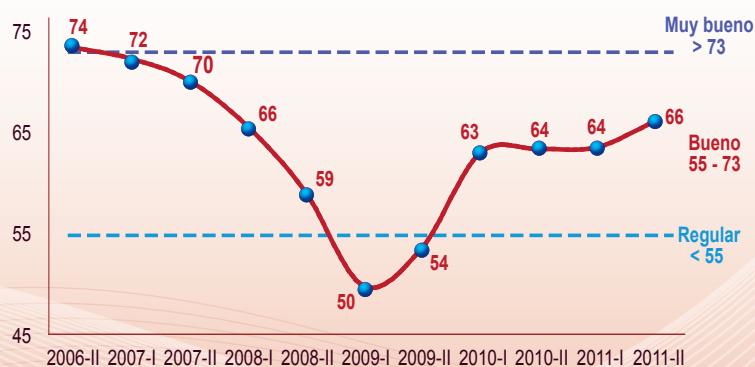
En medio de este entorno macroeconómico desafiante y al mismo tiempo lleno de oportunidades, es pertinente analizar el desempeño de las Pymes durante el año 2011. La Gran Encuesta Pyme (GEP), liderada por Anif y patrocinada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (con recursos del Fondo Coreano para la Pobreza), el

Banco de la República y Bancóldex, en su lectura del segundo semestre de 2011 muestra buenos resultados del segmento en línea con la dinámica agregada de la economía, aunque ya hay señales de alerta.

En efecto, el Indicador Pyme Anif (IPA), que mide el clima de los negocios en las Pymes en materia de situación eco-

nómica, ventas y expectativas, alcanzó un valor de 66, ubicándose en el plano denominado como “bueno” (ver gráfico 2). En los últimos dos semestres este indicador se había ubicado en 64 y en el primer semestre de 2010 llegó a 63. Ahora, el relativo estancamiento del IPA se explica por una moderación de las perspectivas favo-

Gráfico 2. Indicador Pyme Anif - IPA
(Histórico de situación económica y ventas;
y expectativas de desempeño general y ventas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif II-2011.

“ La Gran Encuesta Pyme, en su lectura del segundo semestre de 2011, muestra buenos resultados del segmento en línea con la dinámica agregada de la economía, aunque ya hay señales de alerta. ”



rables de las Pymes frente a su situación actual, pese al mayor optimismo en sus respuestas con respecto al futuro inmediato. Así, aunque 2011 fue un buen año para las Pymes, consistente con el crecimiento de la economía en el período, aún no se observa una mejoría hacia el plano “muy bueno” de los años 2006 y 2007.

Respecto a la situación económica general, se observa un repunte favorable frente a los niveles de 2009. Sin embargo, en el caso del sector industrial, el balance de respuestas (diferencia entre las respuestas positivas y negativas) comienza a estabilizarse. En este sector, el balance de respuestas a la pregunta sobre situación económica general fue de 20, presentando un incremento de 4 puntos con respecto al nivel en el que se encontraba hace un año, pero por debajo de su promedio histórico de 23. El sector de servicios continúa repuntando, llegando a un balance de 34 en la misma pregunta, y el sector de comercio muestra una recuperación más pronunciada,

superando su promedio histórico, en línea con la dinámica del comercio al por menor durante 2011 (ver gráfico 3).

Asimismo, aunque el nivel de ventas de los tres macrosectores se incrementó con respecto al primer semestre de 2011, éste continúa muy por debajo del promedio histórico (ver gráfico 4). En el gráfico 5 se observa una situación similar en el nivel de pedidos, pero además preocupa que en el sector de servicios éstos se mantengan a la baja.

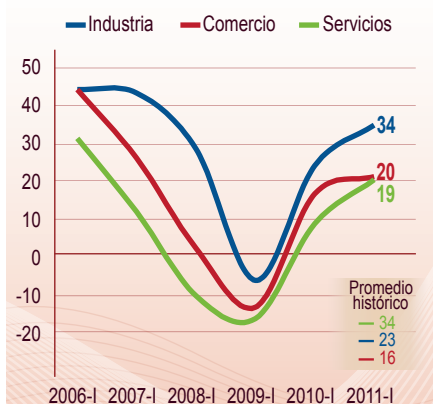
Otra señal de alerta se observa en los márgenes de rentabilidad (ver gráfico 6). Si bien en los sectores de comercio e industria estos márgenes tradicionalmente no han sido muy altos, en el primer semestre de 2011 continuaron estancados en -7, muy por debajo de su promedio histórico. En la industria, por ejemplo, los empresarios manifiestan que los principales problemas son la falta de demanda (26% del total de empresarios del sector) y el costo de los insumos (16%), mientras

que el principal problema que enfrentan las Pymes del sector de comercio es la competencia de las grandes superficies (32%). En el sector de servicios la situación de márgenes es más preocupante. El balance de respuestas regresó al plano negativo, 18 puntos por debajo de su promedio. Aquí la competencia (29%) es el mayor problema para las Pymes del sector.

En este contexto de buen desempeño, pero con algunas señales de alerta, se inició un año 2012 donde el ambiente económico será menos dinámico que el de 2011. Esto se evidencia en las proyecciones de crecimiento (5% vs. 5.9% de 2011), donde algunos indicadores líderes (en industria, comercio y agro) ya empiezan a mostrar moderación. En el segmento Pyme, las perspectivas lucen favorables. Pero, un aspecto importante será la posibilidad de aprovechar o no las oportunidades que traen los TLCs que ya están vigentes.

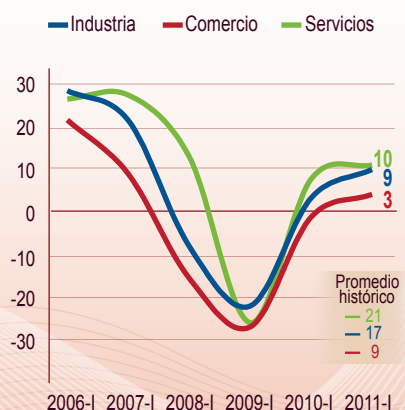
Actualmente las cifras muestran que, al corte del primer semestre de 2011, sólo un 29%

Gráfico 3. Situación económica general
(Balance de respuestas)



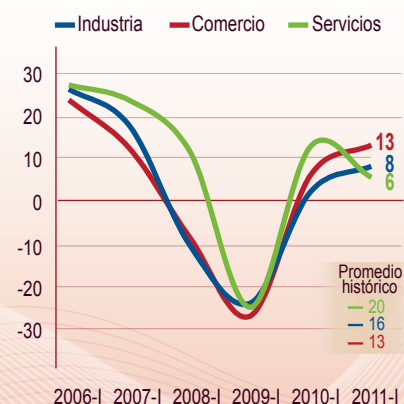
Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif II-2011.

Gráfico 4. Ventas
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif II-2011.

Gráfico 5. Pedidos
(Balance de respuestas)

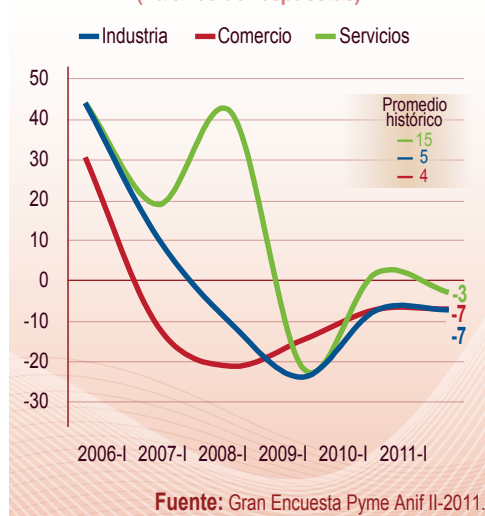


Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif II-2011.

de las Pymes industriales exportaba y en servicios lo hacía un 13%. En el sector industrial los principales socios comerciales eran Ecuador (40% de las exportaciones), Venezuela (25%), Estados Unidos (20%) y Perú, Bolivia y Chile (18%). De forma similar, en el sector de servicios los principales socios eran Estados Unidos (29%), Ecuador (27%), Venezuela (23%) y Unión Europea (19%).

Por ello, resulta vital analizar las posibilidades

Gráfico 6. Márgenes
(Balance de respuestas)



de aprovechamiento de la agenda comercial que ha negociado el país en el segmento Pyme. Esto será fundamental para dinamizar y profundizar las exportaciones no tradicionales. Como veremos en la siguiente sección, existen muchas oportunidades a nivel sectorial donde las Pymes pueden tener ventajas. Pero también es necesario que se realicen las tareas pendientes en materia de infraestructura, logística y flexibilización laboral.

Comercio exterior de Colombia

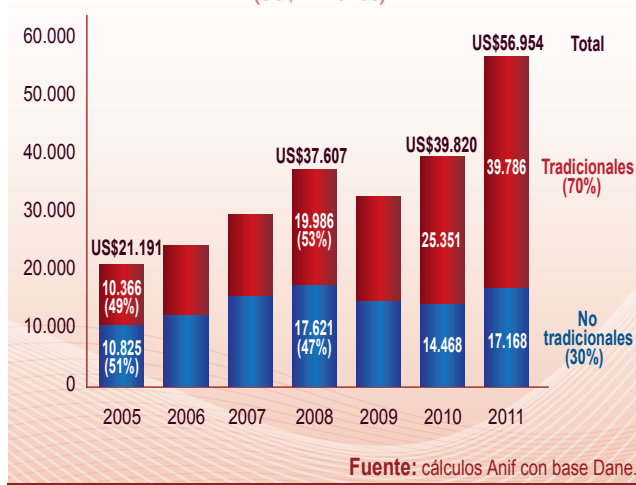
2011 fue un año excepcional para las exportaciones colombianas. A diciembre de ese año mostraron un incremento del 43% anual en dólares y en los primeros meses de 2012 (enero-marzo) han seguido una tendencia similar, con un incremento promedio del 40% anual. Este auge obedece principalmente a las exportaciones tradicionales. En efecto, en 2011 éstas crecieron a tasas promedio del 47% anual. Dentro de las exportaciones tradicionales el petróleo representa un 70.3%, el carbón un 21.1%, el café un 6.6% y el ferroníquel un 2.1%.

Entre tanto, aunque las exportaciones no tradicionales crecieron al 19% anual a diciembre de 2011, se debe tener en cuenta que éstas vienen de crecimientos negativos

durante los años 2009 y 2010. Por consiguiente, parte de su repunte responde a un efecto estadístico. De hecho, las exportaciones no tradicionales se han estancado en niveles

de US\$17.168 millones al cierre de 2011, cifra inferior a los US\$17.621 de 2008 antes del colapso de las exportaciones con Venezuela (ver gráfico 7). De éstas, el 20.8% corresponde al sector metalúrgico, a químicos un 17.8%, agro un 13.2%, alimentos un 12.6%, plástico y caucho un 4.4% y otros sectores representan un 31.2% (ver gráfico 8).

Gráfico 7. Colombia: exportaciones tradicionales y no tradicionales
(US\$ millones)





Anif ha hecho énfasis en la involución de las exportaciones colombianas. Después de un largo período cuasi monoexportador (1920-1960), en los años 1956-1974 Colombia hizo un esfuerzo por diversificar las exportaciones no tradicionales (flores, banano, cueros, textiles y confecciones), las cuales llegaron a representar cerca del 50% del total exportado. Sin embargo, en los años ochenta con la llegada de las exportaciones de carbón y petróleo, el país fue perdiendo este esfuerzo diversificador. Hoy en día las exportaciones tradicionales de *commodities* han vuelto a representar un 70% del total, generando una peligrosa dependencia de dichos productos, con precios volátiles (ver Anif, 2012c).

Por ello, resulta vital promover las exportaciones no tradi-

“Hoy en día las exportaciones tradicionales de *commodities* han vuelto a representar un 70% del total, generando una peligrosa dependencia de dichos productos, con precios volátiles.”

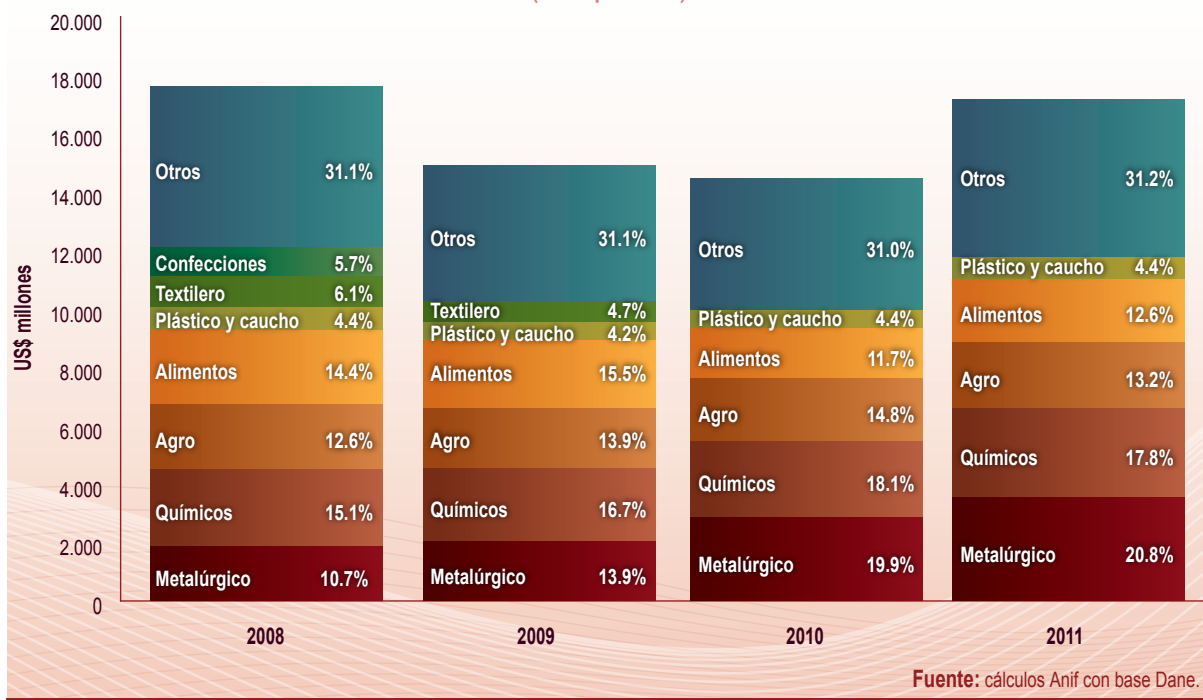
cionales, que es donde se van a ver las ventajas de los TLCs ya firmados y operando. Y es aquí donde las Pymes tienen oportunidades de crecimiento. Para aprovecharlas ampliamente, las empresas Pyme podrían: i) insertarse dentro de los sectores que tendrán mayores ventajas de cara a los TLCs (exportando directamente o uniéndose a una cadena o clúster de exportación); o ii) aprovechar temas puntuales de los tratados firmados (como es el caso de los capítulos de compras públicas),

tema que no se profundizará en este artículo.

Con respecto al primer punto, Anif ha hecho un análisis en el frente sectorial para identificar cuál es el potencial sectorial exportador de Colombia con los TLCs que se encuentran vigentes, y cuáles podrían ser los sectores riesgosos, recordando que dichos TLCs pueden tener tanto efectos positivos como negativos sobre la economía.

El gráfico 9 muestra el potencial exportador del país para

Gráfico 8. Exportaciones no tradicionales por producto
(Participación %)



los ocho TLCs que se encuentran vigentes y el de la Zona Euro (aún en proceso de aprobación). El tratado con el Triángulo del Norte de Centroamérica muestra el mayor potencial exportador por sectores, con un balance de +8. Además, este mercado tiene un potencial de 29 millones de consumidores.

Asimismo, los mercados CAN (+3) y EFTA (cero) ofrecen un potencial exportador medio. Aunque se tienen ventajas en los sectores de minería, confecciones y algo en refinación de petróleo y alimentos, existen riesgos en cuero y calzado, plástico y caucho y vehículos. Por el contrario, los TLCs con Canadá, Chile, G3 y Mercosur tienen un balance negativo y representan un mayor riesgo de penetración de allá para acá. En el caso de Estados Unidos, el balance

es de +1, con ventajas exportadoras en minería, confecciones, cuero y calzado, alimentos y metales, pero desventajas en químicos, papel, vehículos, plástico y caucho. Por su parte, un TLC con la Zona Euro tendría un balance neutro.

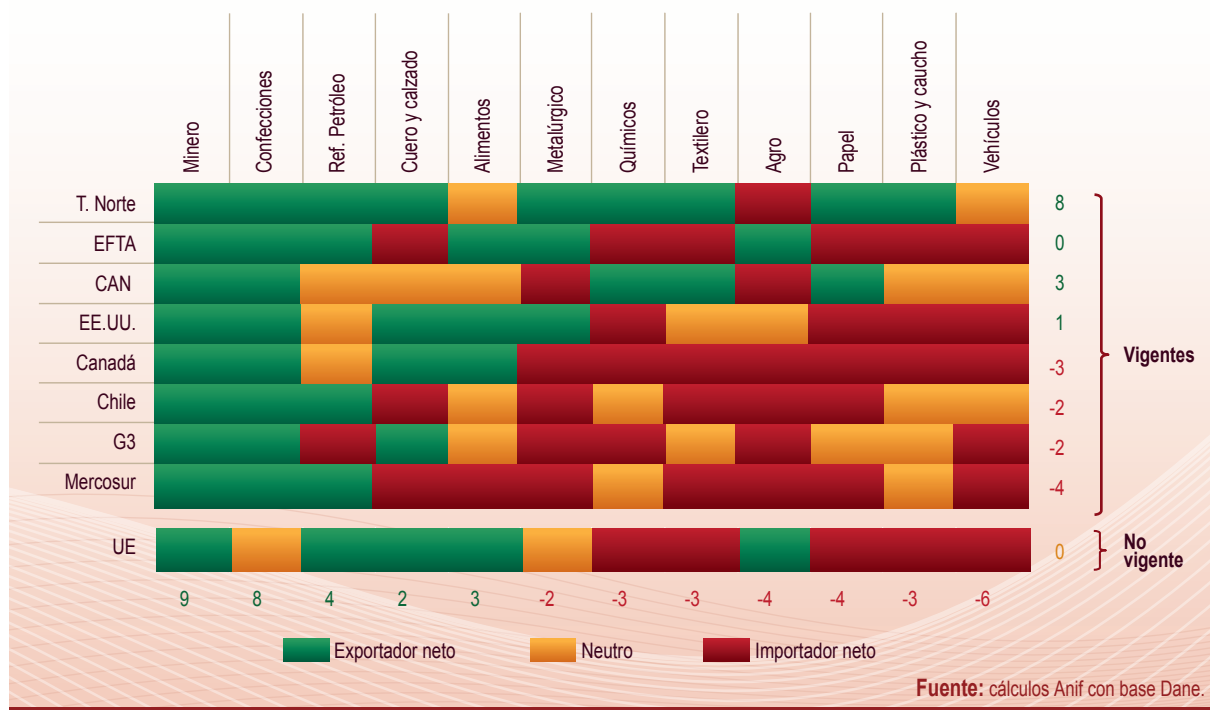
A nivel sectorial, el mayor potencial exportador lo muestran minería (+9) y confecciones (+8), y el mayor riesgo de penetración está en vehículos (-6), esto sin contabilizar el TLC con Corea del Sur.

Así, el segmento Pyme tiene una guía inicial de dónde están las potencialidades, pero también los riesgos sectoriales del país de cara a los TLCs. Claramente, esto no significa que se deba cambiar de sector. Pero lo que sí se debe tener claro es que la dinámica agenda comercial del país implica

unas oportunidades que serán materializadas si las Pymes se preparan para asumirlas, y unas amenazas (importaciones baratas) que las Pymes también deben prepararse productivamente para enfrentar.

Por último, dichas oportunidades derivadas de los TLCs sólo serán una realidad si se superan las tareas pendientes que el país tiene en varios frentes: i) desatrasar la precaria infraestructura de transporte, que representa sobrecostos para los empresarios de cerca del 18% (según el BID); ii) diseñar políticas positivas en materia logística (que implican coordinación entre entidades como la Dian, la policía, el ICA y el Invima); y iii) flexibilizar el mercado laboral, donde los sobrecostos laborales de hasta el 60% reducen la competitividad del empresariado formal.

Gráfico 9. Colombia: potencial exportador por TLC y producto



Conclusiones

La economía colombiana en 2011 creció al 5.9% real anual, una cifra excepcional teniendo en cuenta los daños generados por la ola invernal y los problemas en las economías desarrolladas, producto de la crisis internacional. Para el año 2012, Anif prevé una ligera desaceleración y pronostica un crecimiento del 5%, lo que obedece a que sectores como agricultura, comercio e industria han comenzado a moderar su crecimiento y al riesgo latente de contagio internacional.

En línea con lo anterior, los resultados de la GEP dejan ver el buen momento por el que atraviesan las Pymes del país. Esto en cuanto a su situación económica, ventas y perspectivas hacia el segundo semestre de 2011. Sin embargo, no se deben dejar a un lado factores crecientes de alerta como: i) los niveles de ventas y pedidos que continúan por debajo de su promedio histórico; y ii) el detrimento de los márgenes de rentabilidad.

En esta buena coyuntura, aparece la agenda comercial



del país (a través de los TLCs firmados) como una oportunidad de generar mejores niveles de desempeño del segmento. Aquí, aunque ya hay evidencia de elevado crecimiento de las exportaciones tradicionales (*commodities*), llegando a casi US\$60.000 millones (70% del total), las oportunidades vía TLCs surgen es para los sectores no tradicionales, donde las Pymes pueden jugar un papel importante.

Si bien las Pymes en Colombia no han sido tradicionalmente un segmento exportador, los TLCs son una oportunidad de

apertura para el sector, ya sea buscando negocios en otros países o involucrándose en una cadena o clúster exportador. Pero esto también es un llamado a las Pymes de todos los sectores para identificar los potenciales riesgos y/o beneficios que tendrían los tratados sobre su negocio. Aquí es claro que habrá sectores beneficiados (por ejemplo, minería y confecciones), pero también sectores con altos riesgos (vehículos principalmente).

Así, aunque las perspectivas son buenas en el segmento, la agenda comercial del país abre nuevas oportunidades y desafíos para las pequeñas y medianas empresas. La tarea de estos empresarios será prepararse para abrir nuevos mercados o para competir en el mercado local con las importaciones. La tarea del gobierno será desatrasar la infraestructura y flexibilizar el mercado laboral, para reducir sobrecostos que hacen más vulnerable al empresariado local en un mundo globalizado. ■

Referencias

- Anif (2012a), "Comercio al por menor: cierre de 2011 y perspectivas para 2012", Comentario Económico del Día 3 de mayo de 2012.
- Anif (2012b), "Burbuja hipotecaria China y contagio internacional", Comentario Económico del Día 23 de mayo de 2012.
- Anif (2012c), "Colombia: el Nepal de Suramérica y su involución exportadora", Informe Semanal No. 1119 de abril de 2012.



El sector Turismo,

<Manuel Pinilla Henao*>

motor de la economía mundial y nacional

El turismo es el tercer sector más importante a nivel mundial, contribuyendo directamente con un 2.9% del PIB global (9% sumando aportes indirectos), ver gráfico 1. Se estima que aproximadamente 250 millones de personas trabajan en este sector, es decir 1 de cada 12 trabajadores en el mundo.

Durante la década pasada el turismo visto a escala global mantuvo un crecimiento sostenido. Pese a acontecimientos coyunturales como el 11 de septiembre de 2001, la guerra de Irak en 2003 y la crisis financiera

de 2009, su tasa de crecimiento se mantuvo cercana al 5%. Asimismo, durante el año 2011, aunque la recesión volvió a manifestarse en la economía global, el turismo se expandió un 4.4%.

En volumen de pasajeros, tanto el año 2010 (938 millones, +6.6%) como el año 2011 (980 millones, +4.5) compensaron el bajonazo presentado en 2009, donde sólo se registraron 880 millones de turistas en el globo (OMT, 2012).

Para 2012, la actual crisis fiscal y financiera en la Unión Europea, la desaceleración del

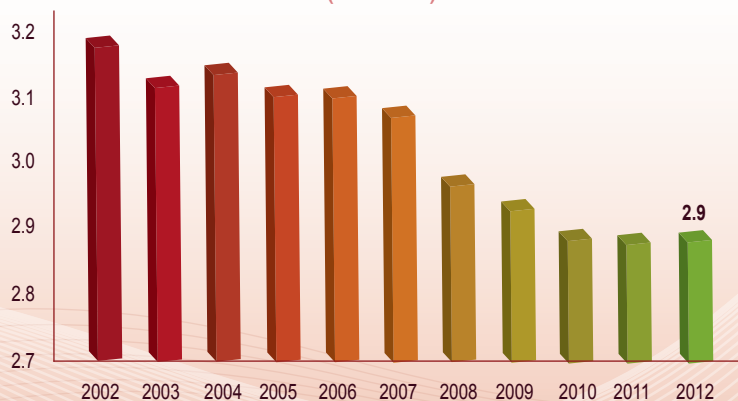
ritmo de crecimiento de Estados Unidos y una menor dinámica de las economías emergentes jugarán un papel importante en la desaceleración de este sector. No obstante, el panorama no es del todo desalentador. Es así como para los primeros dos meses del año el volumen de turistas se incrementó en 7 millones de personas (5.6%) y según la Organización Mundial del Turismo, la tendencia se mantendrá

*Investigador Anif.
E-mail: mpinilla@anif.com.co

por el resto de año. La meta es lograr un crecimiento del sector alrededor del 3.5%, llegando a un volumen histórico de viajeros cercano a los 1.020 millones de pasajeros internacionales.

En particular, Asia se catapultará como el principal destino turístico incrementando su volumen en más del 10%. Seguido por América del Sur con el 6% y África con el 7.0%. En contraste, Oriente Medio se mantendrá en un bajo nivel creciendo a sólo el 1%.

Gráfico 1. Contribución directa del sector turismo al PIB mundial
(% del total)



Fuente: WTTC, 2012.

Colombia dentro del turismo en América Latina

Para el año 2011, en América Latina la contribución directa del sector turismo al PIB de la región fue de US\$133.8 billones, es decir un 3.2% del total (8.6%, sumando aportes indirectos) y generó 5.6 millones de empleos directos (ver gráfico 2). Esta cifra significa que es la cuarta región del mundo que más contribuye al sector luego de América del Norte, la Unión Europea y el noreste asiático. El ocio (82.6%) es el motivo más importante de visita. Para el año 2012 el sector proyecta un aumento de la contribución directa tanto al PIB como al empleo regional en un 6.5% y un 5.1% respectivamente.

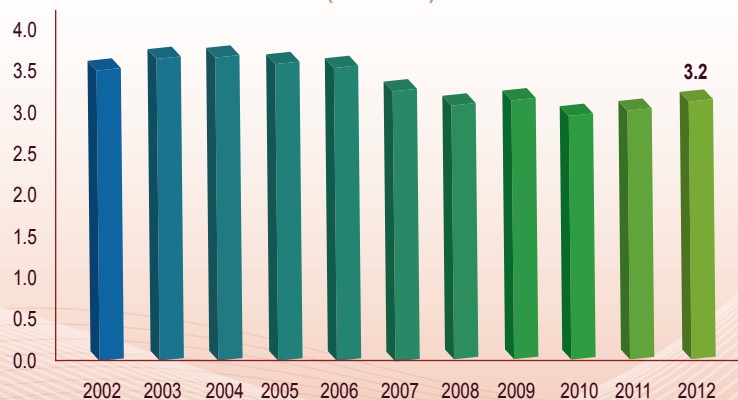
Por su parte, aunque Colombia ha dado pasos significativos en la construcción de alianzas entre el sector público y privado que lleven a una explotación sostenible y eficiente de algunas zonas del país

privilegiadas para el turismo, el rezago en infraestructura y logística de transporte es significativo frente a la región. Por ejemplo, analizando los factores que miden qué tan atractivo es realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo

en Colombia, se observa que el factor que tiene la más baja calificación es el de infraestructura y ambiente para los negocios (3.3 sobre 7), según el Foro Económico Mundial 2011.

En este aspecto, Colombia presenta deficiencias principalmente en lo relacionado con la

Gráfico 2. Contribución directa del sector turismo al PIB de América Latina
(% del total)



Fuente: WTTC, 2012.

infraestructura de transporte, que nos ponen en niveles de interconexión similares a los de Honduras y Belice (ver Anif, 2009). Así, en materia de competitividad de viajes y turismo, el país se ubica en la posición 11 de 21 en América Latina, siendo superado ampliamente por sus pares regionales (Chile, Perú y Brasil) y por algunos países centroamericanos (ver gráfico 3).

En América Latina, los indicadores macroeconómicos del turismo, elaborados por la Cepal, muestran a Colombia muy por debajo del promedio en términos de apertura turística. Específicamente, tanto la estimación de la serie correspondiente a la suma del consumo de los turistas extranjeros en Colombia, como la de gasto de los colombianos en las mismas actividades en otros países da como resultado un 2.0% del PIB de 2008, distribuido equitativamente entre las

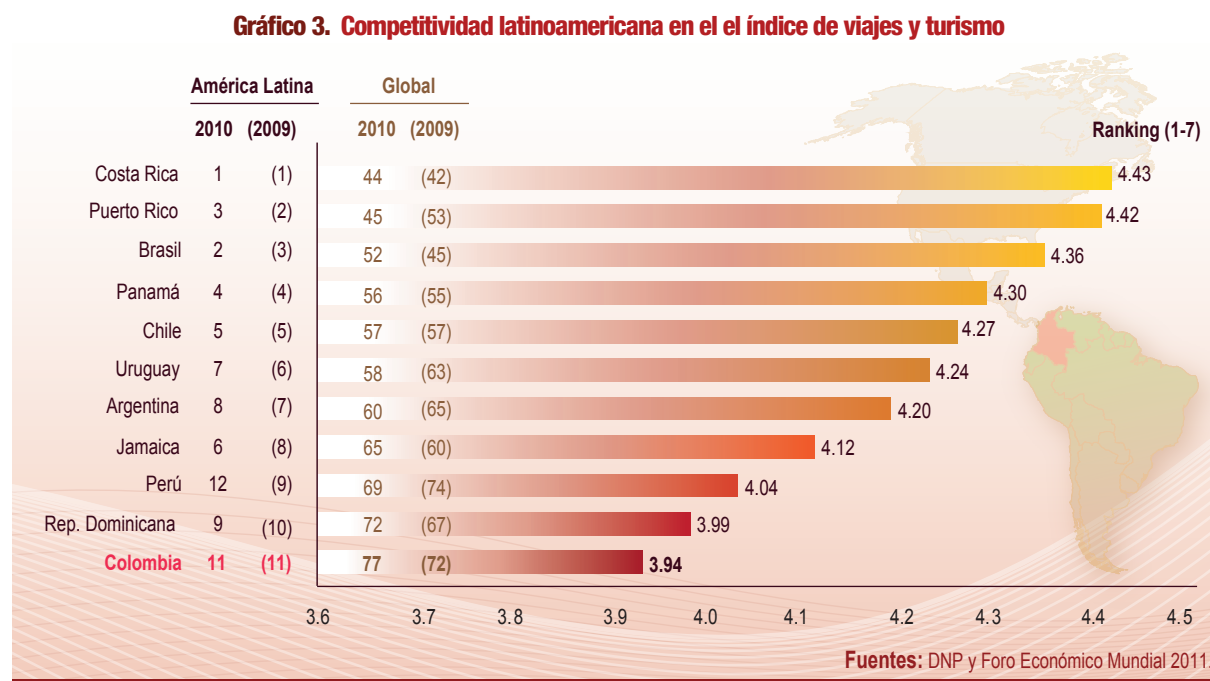
dos series, siendo el antepenúltimo país luego de Brasil (1.2%) y Venezuela (1.1%), ver gráfico 4.

Igualmente, con el fin de medir la vocación turística de un país se establece la relación entre el consumo turístico en el país sobre la exportación de bienes y servicios. Para Colombia (7,0%), al igual que Ecuador (4.3%) y Argentina (6.7%), se ha presentado un descenso desde el año 2000, lo cual significa que el movimiento de divisas asociado al turismo receptor está disminuyendo más rápidamente que el volumen de bienes exportados. Al mantener un ritmo regional semejante en cuanto a ventas externas, la pérdida relativa de vocación turística en el tiempo es el resultado de un ritmo de gasto de turistas extranjeros menor al de los demás países.

Finalmente, la relación entre el consumo turístico receptor y

las remesas es importante para realizar estudios comparados, en términos físicos y monetarios, de dos importantes corrientes internacionales: el turismo y los movimientos migratorios, cuyos flujos han adquirido una importancia notable en varios países latinoamericanos. El resultado histórico de la anterior relación muestra luego de un descenso desde el año 1993, una estabilización a partir del año 1999 para la región. Al igual que Perú y Ecuador, en Colombia el motivo fundamental ha sido una alta migración al exterior de personas con el fin de obtener recursos y enviarlos a su país de origen. En el país, a diferencia de Venezuela y Brasil, el flujo migratorio se estabilizó y la relación se fue equilibrando conforme el turismo empezó a incrementarse y las condiciones en el mundo desarrollado dejaron de ser tan atractivas.

Gráfico 3. Competitividad latinoamericana en el índice de viajes y turismo

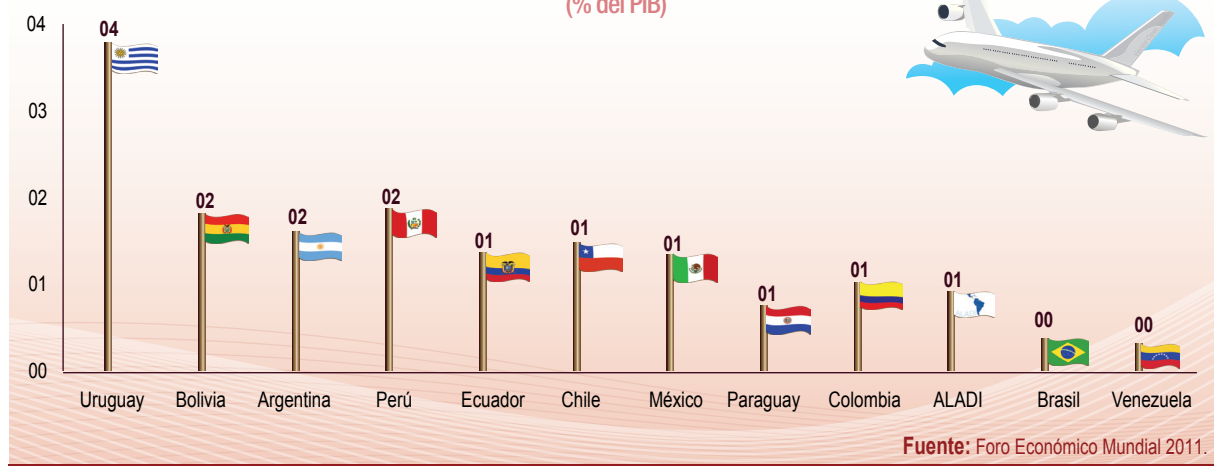


Al parecer, luego de hacer numerosos esfuerzos por motivar el despegue del sector turismo, Colombia todavía se encuentra bastante rezagada bajo los estándares de la región. De igual manera, la evidencia muestra que el ritmo en el

crecimiento del sector es relativamente lento frente a países como Argentina y Uruguay. Sin embargo, la perspectiva futura no es negativa. El país cuenta con el privilegio de tener las características geográficas para ser un líder mundial en este

sector, razón por la cual se hace necesario cubrir el rezago en infraestructura de transporte y fortalecer el marco institucional que permita la mejora en eficiencia, estandarización, calidad y sostenibilidad ambiental del sector.

Gráfico 4. Consumo del turismo receptor
(% del PIB)



Dinámica del sector turismo en Colombia

El sector turismo participó con un 2.8% en el agregado de la economía colombiana, es decir una contribución de 0.1 puntos porcentuales sobre el crecimiento de la economía como un todo en 2011 (5.9% real). El empleo del sector, que corresponde al 26.4% de la población total ocupada, mantuvo su tendencia alcista en lo corrido del tercer mes del año 2012 (3.3%).

En términos comerciales, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el país cuenta con una balanza exportadora positiva de sólo un

0.2% del PIB (consumo de turistas extranjeros en Colombia menos consumo de turistas colombianos en el exterior). Sumando bienes y servicios, esta cifra deja al turismo como el tercer sector generador de divisas (US\$3.000 millones), luego del petróleo y el carbón, estando por encima de productos históricos nacionales como el café, las flores y el banano.

De esta forma, para el año 2011 se registró una entrada de 1.6 millones de visitantes extranjeros (+5.5%), ver gráfico 5. Estos visitantes eran en su mayoría provenientes de las Amé-

ricas (75.4%) y Europa (16.9%). Específicamente por país, Estados Unidos contribuye con el 9% del total, seguido por Venezuela (19%), Ecuador (9%) y Brasil (8%). Sobre este último cabe mencionar que su crecimiento anual fue el más contundente con un 42.1%. Igualmente, el turismo doméstico ha empezado a cobrar importancia en las finanzas regionales y en lo corrido del año aumentó un 15%.

Durante 2011, aunque el sector se dividió fundamentalmente entre ocio (52.5%) y negocios (38.7%), las razones que jalaron el incremento

en el flujo de viajes correspondieron a la expansión en negocios (46.7%), eventos (39.5%) y trabajo (20.8%). En efecto, el principal motivo de viaje de no residentes fue negocios (54.1%) y ocio (34.9%). En cuanto al tipo de transporte, se movilizaron por vía aérea 2.8 millones de personas extranjeras (+13%), por vía marítima (cruceros) 0.3 millones de personas (+6.5) a octubre de 2011, y transporte terrestre 0.13 millones de personas al segundo trimestre de 2011.

Las ciudades que más albergaron a los residentes extranjeros durante el año pasado fueron Bogotá con un 54.5% del total (861.727 personas), Cartagena con un 11.2% (177.896 personas) y Medellín con el 10%. En particular, la capital del país concentra el 20.1% de la oferta nacional de prestadores de servicios turísticos (14.732 entidades) seguido por Antioquia (10.8%) y Bolívar (6.8%).

La ocupación hotelera nacional mantuvo una dinámica positiva, cerrando en un 51.8% para diciembre de 2011 (+1.5 pps). De igual manera, en lo corrido de los primeros tres meses del año este indicador ha continuado expandiéndose y actualmente se ubica en un 52.6%, siendo el valor más alto desde principios de 2009 (ver gráfico 6). Las ciudades con mayor ocupación son Bogotá con el 61.4% del total de habitaciones disponibles, Cartagena con el 60.0% y San Andrés con el 56.5%. Por el contrario, Norte de Santander (39.4%) y Boyacá (35.7%) son los departamentos con menor ocupación hotelera.

Este incremento en el turismo extranjero y doméstico ha elevado los ingresos del sector en los últimos años, aunque todavía hay cuellos de botella por resolver. En efecto, por el lado de ingresos, el Dane sólo cuenta con la muestra mensual de hoteles. En ésta se observa que los ingresos reales de este tipo de es-

tablecimientos crecieron durante lo corrido del año a una tasa del 7.4% anual al corte de diciembre de 2011. Lo cual es una cifra significativa si se tiene en cuenta que el promedio de los cuatros años anteriores fue del 1.8%. Adicionalmente, en lo corrido del año 2012 la crisis internacional no ha marchitado el crecimiento del año

Gráfico 5. Viajeros extranjeros que llegan a Colombia
(millones)

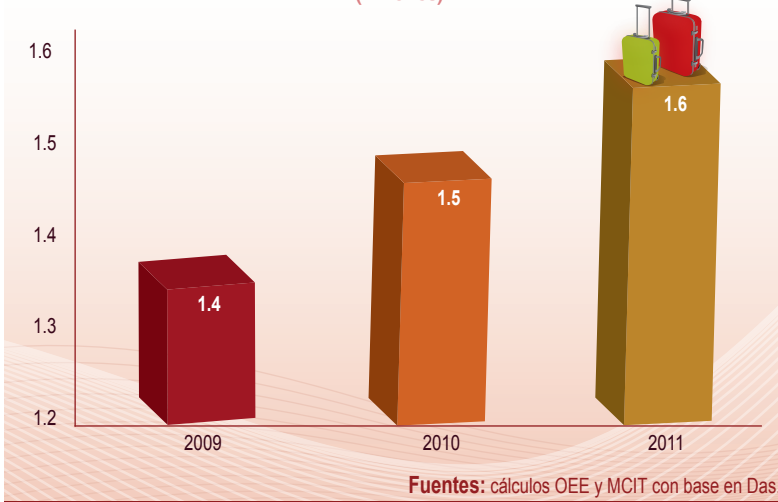
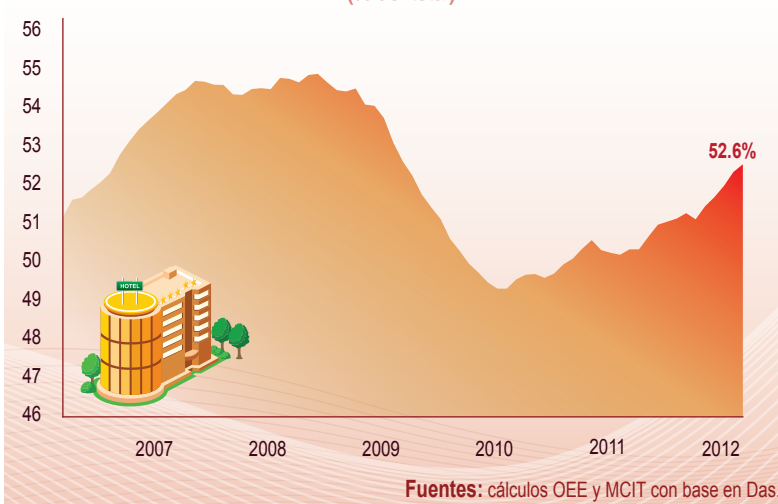


Gráfico 6. Ocupación por habitaciones en Colombia
(% del total)



pasado y para el mes de marzo se registró un sorprendente crecimiento del 9.3%

No obstante, con el fin de obtener los datos de ingresos solamente de agentes provenientes del extranjero, es conveniente inferirlos por el rubro de “viajes”, reportado en la balanza de pagos del Banco de la República. Dichos viajes muestran ingresos proyectados por exportaciones de más de US\$2.300 millones en 2011, con un crecimiento del 13% frente a 2010.

Eventos como la VI Cumbre de las Américas, los numerosos encuentros del sector minero-energético y la llegada de nuevos empresarios, buscando oportunidades económicas gracias a los acuerdos comerciales recientemente firmados, han permitido que el declive mundial no afecte el porcentaje de extranjeros que vienen por motivos de negocios (49% al corte de marzo de 2012). A su vez, se resalta que la tarifa promedio en hoteles sólo se ha incrementado en un 1%,

lo cual se enmarca dentro de la estabilidad de precios que se viene presentando desde principios del año 2010.

Según el Ministerio de Industria y Comercio la meta a 2014 es lograr US\$4.000 millones en ingresos y 4 millones de visitantes extranjeros. Además se planea expandir la inversión en el sector en \$157.000 millones y así llegar a una cifra récord de \$420.000 millones en el cuatrienio 2010-2014. Para esto, el gobierno ha diseñado un plan en el que se incluyen siete estrategias: buen gobierno, infraestructura turística, conectividad, productividad empresarial, competitividad en destinos y productos, promoción y mercadeo, y estudio e investigación aplicados.

Adicionalmente, en línea con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el Gobierno Central se propuso incrementar el número de plazas de alojamiento, de acuerdo con las expectativas de aumento de inversionistas y empresarios norteamericanos principalmente en puertos y centros empresariales. Por

esta razón, en el año 2011 el área aprobada bajo licencias de construcción hotelera subió un 20.7%, donde Bogotá tuvo el 25.4%, Bolívar un 22.6% y Magdalena un 9.4% de éstas.

Así, Colombia está buscando convertirse en un destino turístico de talla mundial. La reciente mejora en la percepción de seguridad, la eliminación de advertencias a los viajeros extranjeros y la consecución de macroeventos internacionales han ayudado a elevar el número de visitantes al país. Sin embargo, queda una tarea amplia por realizar. La carencia de una buena infraestructura es uno de los principales cuellos de botella para este sector. Adicionalmente, se debe procurar no sólo por una formalización sino una estandarización de los servicios turísticos. La idea, además de capacitar a los empresarios para la sostenibilidad financiera del negocio, es introducir la conciencia de un mercado globalizado que demanda servicios de calidad, completos y ambientalmente sustentables.



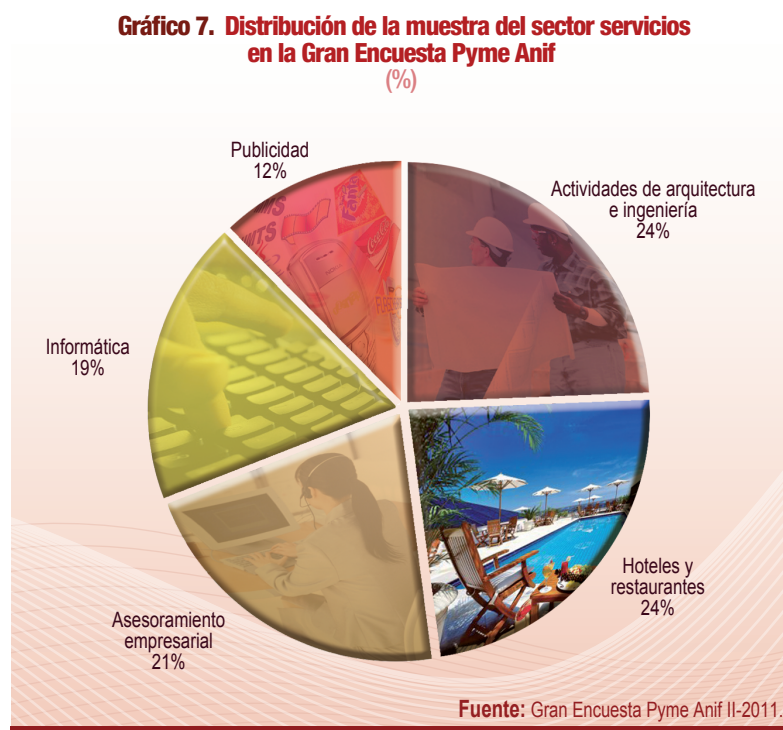
Las Pymes en el sector turismo

A partir de la Gran Encuesta Pyme, elaborada por Anif semestralmente, se obtiene información acerca de la percepción empresarial de las pequeñas (1-50 empleados) y medianas (51-200 empleados) empresas del subsector turismo, cuya participación es alrededor del 24% del sector servicios.

Al corte del segundo semestre de 2011, el subsector se encontraba dividido entre un 76.3%, correspondiente a empresas pequeñas, y un 23.7%, correspondiente a empresas medianas. Siendo el 51.3% del total establecimientos de alojamiento y el 36.3% restaurantes. Para esta entrega, las empresas se encuentran en su mayoría distribuidas en Medellín (23.8%), Bogotá (22.5%) y Cartagena (8.8%).

Dentro del macrosector de servicios, el segundo subsector con opiniones más positivas fue el turismo. En efecto, al consultar la apreciación de la economía, en general, luego de 3 años de una sostenida percepción aceptable, el 50% de los empresarios del turismo califica la situación como mejor y sólo el 17.5% como peor. De igual manera, su volumen de ventas (+24.5pps) y pedidos (+18.0pps) mantuvieron una dinámica creciente.

En términos de empleo, sólo el 17.5% de la empresas dedicadas a alguna actividad de turismo contrató de manera directa su personal. Desde 2010, conforme la demanda del sector



fue aumentando al igual que las exigencias en los servicios prestados, la necesidad de tener personal entrenado motivó la contratación a término indefinido de sus empleados.

Financieramente, las empresas del subsector de turismo, a pesar de mantener unos costos estables (40% contestó estabilidad) y unos ingresos crecientes, tienen unos márgenes que disminuyeron levemente. Para el caso específico de los establecimientos de alojamiento, parece que la competencia tarifaria (40% señaló a ésta como el principal problema) ha llevado a que marginalmente se perciba un ingreso menor. No obstante,

como la cantidad de visitantes ha aumentado, la utilidad al final del período mejoró notablemente. Y así lo ha percibido el sistema financiero que ha aprobado el 93% de los créditos solicitados por el 35% de las empresas que contestaron haberlo necesitado. Dichos recursos les han servido para remodelaciones y adecuaciones de sus instalaciones (73.1% del total).

Por último, en el corto plazo los empresarios del subsector de turismo, en línea con el aumento de la actividad comercial que genera el TLC con Estados Unidos y el propósito del gobierno Santos de convertir las principales ciu-

dades en centros de reunión para eventos multilaterales, aumentaron su perspectiva favorable sobre el desempeño de su negocio (56.3% contestó positivamente). De esta manera, a pesar de la crisis externa que azota al mundo desarrollado, la apreciación futura de los empresarios se apalanca en una excelente percepción de ventas (61.3%) y pedidos (61%) para realizar nuevas inversiones. Específicamente, los empresarios planean mejorar la capacitación de su personal (26.3%) y obtener certificaciones de calidad (22.5%) que hagan que su actividad empresarial alcance parámetros internacionales.

El subsector de turismo dentro de las Pymes ha sido uno de los más beneficiados gracias al buen entorno macroeconómico nacional. Sin embargo, de cara a la firma de nuevos tratados de libre comercio, este tipo de empresas será altamente exigido tanto en demanda como en calidad del servicio. Por esta razón, se hace necesario avanzar en la diversificación de mercados, a través de alianzas con organizaciones regionales, apertura de mercados y trabajo en conjunto con el Gobierno Nacional. Adicionalmente, aparte de las ineludibles mejoras en logística e infraestructura, es fundamental capacitar a los prestadores de servicios en temas como mercadeo, recursos humanos, administración, certificación internacional, contabilidad y, principalmente, en formalización de su estructura empresarial.

Conclusiones

La dinámica del turismo, al ser el tercer sector más importante de la economía en el mundo, ha permanecido en buenos niveles pese a los vaivenes financieros y políticos de los principales estados. De esta manera, el sector ha logrado sobrepasar eventos coyunturales consolidándose por su capacidad de generar ingresos y empleo en el globo. Actualmente, aunque el mundo financiero desarrollado se encuentra en recesión, los efectos desaceleradores sobre el sector no son lo suficientemente fuertes para afectar contundentemente su tasa de crecimiento para el año 2012 (+3.5%).

En términos regionales, América Latina ha ido sobrepasando sus rezagos socio-políticos para consolidarse como la cuarta franja turística del mundo. Dentro de su enfoque, principalmente centrado en el ocio, será una de las zonas jalonadoras del crecimiento mundial del turismo, tanto en empleo (+5.1%) como en ingresos (6.1%).

Dentro de la región, Colombia todavía avanza a un ritmo más lento que los demás países. Al parecer, luego de hacer numerosos esfuerzos para motivar el despegue

del sector turismo, el país aún se encuentra bastante rezagado bajo los estándares de la región en términos de infraestructura y vocación turística.

Sin embargo, la perspectiva futura no es negativa. La reciente mejora en la percepción de seguridad, la eliminación de advertencias a los viajeros extranjeros y la consecución de macroeventos internacionales han ayudado a elevar el número de visitantes al país. A pesar de la carencia de una buena infraestructura, eficiencia logística e informalidad, el gobierno está buscando el fortalecimiento del sector, tanto para las grandes empresas como para las Pymes.

La reciente entrada en vigencia de nuevos tratados de libre comercio dará un impulso notable al desempeño del sector, fundamentalmente para el turismo de negocios. No obstante, las necesidades de calidad, sostenibilidad y demanda también serán crecientes. Por ello, más allá de las campañas de marca-país, la Administración Santos debería enfocarse en la solución de este tipo de obstáculos que enfrenta el sector, para convertirse en un gran generador de ingresos y empleo. ■

Referencias

- World Travel and Tourism Council (2012). *Travel and Tourism Impact*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012). *Informe de Turismo 2011*.
- Anif (2009), "Infraestructura y políticas anticíclicas", *Comentario Económico del Día 3 de diciembre de 2009*.

EL TLC con la Unión Europea

y su efecto en las Pymes

Desde hace una década, los temas sobre integración comercial han cobrado cada vez mayor relevancia en la coyuntura económica colombiana.

Recientemente, la cuestión central ha sido el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos gracias a su ratificación y entrada en vigencia el pasado 15 de mayo.

La discusión hace énfasis en la exposición y análisis de los beneficios vs. los costos para el aparato productivo en general y los consumidores. Pero ¿qué ocurre con las Pymes en el TLC que Colombia y Perú firmaron con la Unión Europea (UE)?

<Ana María Zuluaga*>

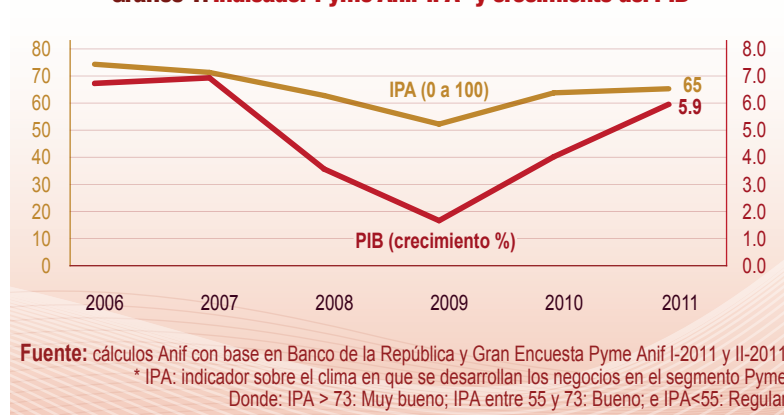
Cómo están las Pymes colombianas frente a la UE

La economía colombiana y el segmento Pyme presentan un buen comportamiento en los últimos años. El Indicador Pyme Anif (IPA) revela que el clima económico y de los negocios para las Pymes es bueno y ha venido mejorando desde 2009 hasta la actualidad. A su vez, las pequeñas y medianas empresas se encuentran en una econo-

mía que ha obtenido resultados positivos a pesar de la crisis internacional actual (2008-2012), donde se puede observar una tendencia positiva en su crecimiento al pasar del 1.7% en 2009 a un 5.9% en el crecimiento del PIB en 2011 (ver gráfico 1) y donde el pronóstico de crecimiento que Anif tiene es del 5% para 2012 y 2013.

“El Indicador Pyme Anif (IPA) revela que el clima económico y de los negocios para las Pymes es bueno y ha venido mejorando desde 2009 hasta la actualidad.”

Grafico 1. Indicador Pyme Anif-IPA* y crecimiento del PIB



*Investigadora Anif. E-mail: azuluaga@anif.com.co



En materia comercial, las preferencias arancelarias con la UE se rigen por el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP PLUS), en donde se tienen en cuenta preferencias comerciales unilaterales y temporales, las cuales son vigentes hasta el año 2015. Este sistema utilizado por los países desarrollados busca aumentar los ingresos de los países en desarrollo, al promover la industrialización y el crecimiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el gráfico 2 se puede ver

que los principales sectores con alta proporción de bienes exportables a la UE son curtiembres (33% del total) y químicos básicos (8.6%). En contraste, los sectores Pyme que tienen mayores exportaciones a Estados Unidos son marroquinería (71%), tejidos de punto (33.4%), confecciones (27.6%) y químicos básicos (22.2%). El gráfico 3 muestra que los sectores Pyme que reciben mayores importaciones desde la UE son calzado (40.7% del total), marroquinería (34.2%) y farmacéuticos y medicamentos

(38.9%). Desde Estados Unidos se importa maquinaria y equipo general (42.3% del total), químicos básicos (43.5%), productos cárnicos (42.5%) y otros químicos (40.6%). La situación descrita de las Pymes a nivel comercial y las nuevas demandas presentes a nivel internacional revelan las oportunidades de crecimiento que tienen los segmentos Pyme dentro de sectores como confecciones, informática, textiles y marroquinería. Esto al tener la posibilidad de diversificar sus exportaciones hacia la UE.

Gráfico 2. Exportaciones por sector Pyme a la UE y EE.UU
(% acumulado en doce meses a mayo de 2011)

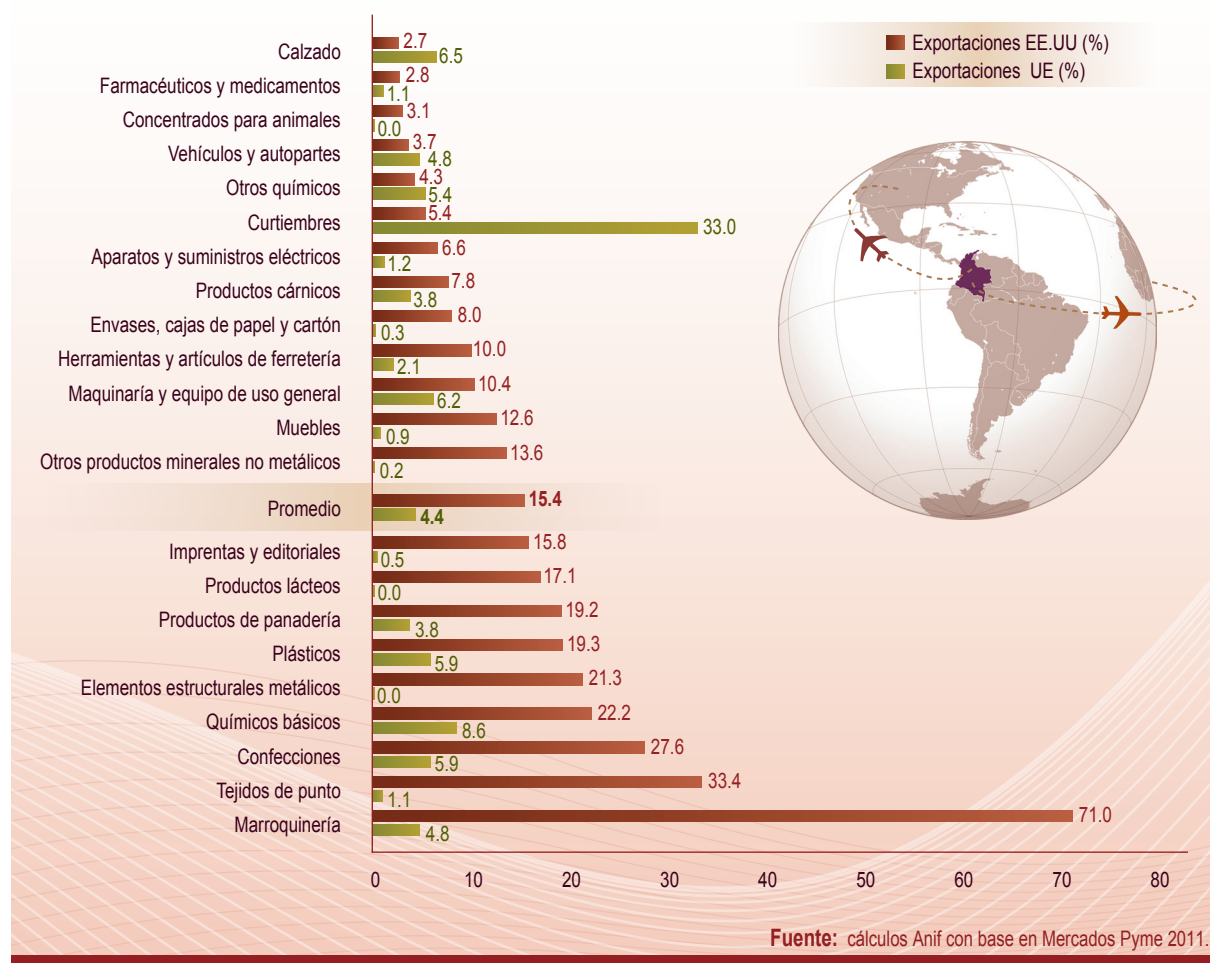
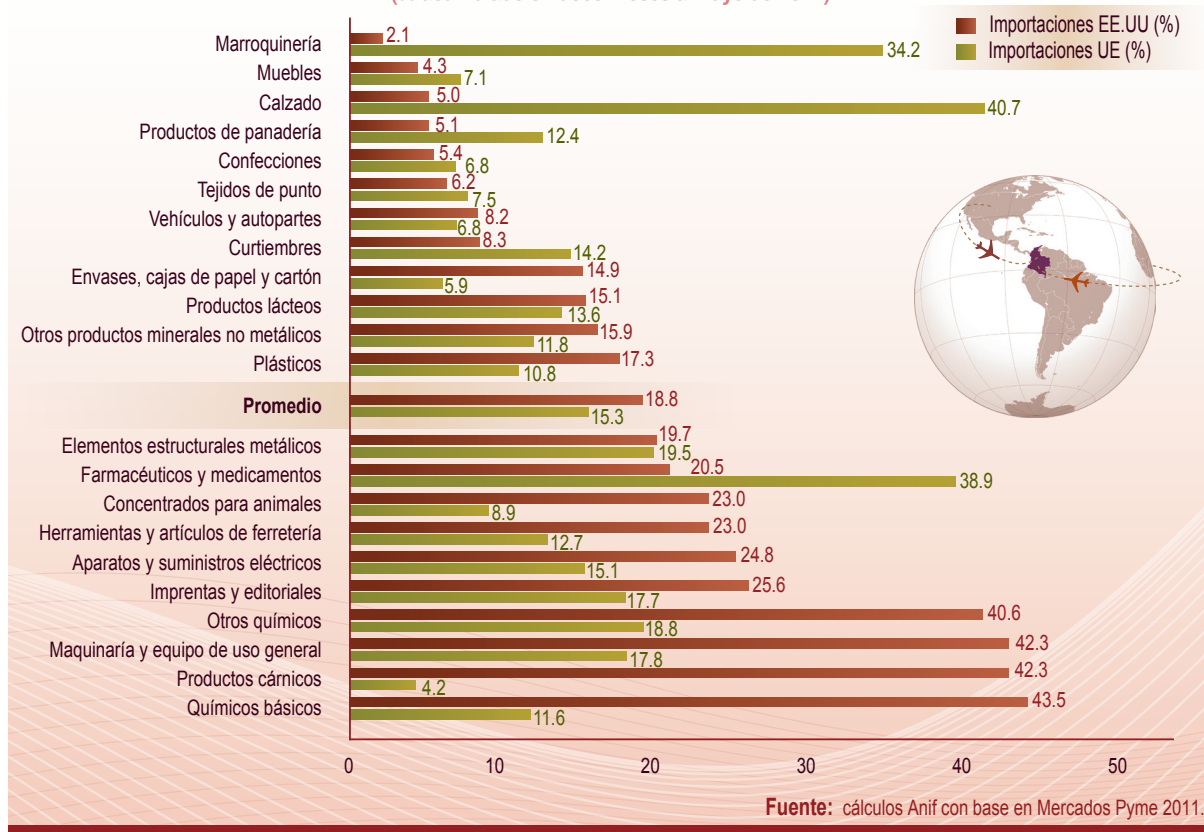


Gráfico 3. Importaciones por sector Pyme a la UE y EE.UU
(% acumulado en doce meses a mayo de 2011)



¿Qué se quiere para las Pymes con el TLC con la UE?

Las Mipymes conforman el 99% de los establecimientos comerciales y generan cerca del 60%-80% del empleo en Colombia. Sin embargo, su baja productividad obedece, entre otros factores, a la precaria infraestructura del país, las rigideces del mercado laboral y un régimen tributario complejo (ver Anif, 2012b). Es así como con la expansión del mercado que ofrecería el TLC con la UE se puede promover la competitividad de los productos, el crecimiento en el tamaño y la productividad de las Pymes colombianas.

Luego de aproximadamente dos años, en mayo de 2010 finalizó la negociación del TLC con la UE. Los objetivos principales que se establecieron en este acuerdo para la actividad de las Pymes fueron: i) incentivar, facilitar y promover la investigación, innovación, transferencia y actividades de desarrollo tecnológico para las Pymes; ii) proteger los derechos de los trabajadores aplicando la legislación laboral de cada parte de acuerdo con los Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo de la OIT (en particular, los trabajadores pertenecien-

tes a las Pymes colombianas que viajen o migren a realizar sus actividades tendrán la misma protección legal que se les otorga a los trabajadores nacionales en materia de condiciones laborales); iii) fortalecer las instituciones nacionales, la infraestructura, las capacidades técnicas y de equipamiento, así como las capacidades en el manejo de recursos humanos y comunicaciones; y iv) promover el desarrollo e internacionalización de las Pymes con el fin de aumentar la formalización (laboral y empresarial) y reducir la pobreza.



Los aspectos generales del TLC con la UE que afectan a las Pymes se pueden definir en materia de: i) importaciones y su eliminación de aranceles; ii) programas de asistencia técnica y garantías no discriminatorias sobre el establecimiento; y iii) acceso a los mercados europeos.

Al entrar en vigencia el acuerdo, el 65% de las mercancías que importan las Pymes desde la UE estará libre de aranceles. Al pasar cinco años, dicho porcentaje ascenderá al 84.5%, luego de siete años el 95% de las mercancías tendrá desgravación y en el décimo año de implementación del TLC se tendrá una eliminación completa de aranceles. La importancia de estos niveles de desgravación sobre las importaciones para las Pymes es la oportunidad de poder importar bienes de capital, insumos o bienes intermedios a menores precios.

Con el objetivo presente de cooperación, se está desarro-

llando en la actualidad el programa de Asistencia Técnica y Fortalecimiento de las Capacidades Comerciales (ATFCC) con la UE, en donde se destinan cerca de €5.4 millones (el 18.5% los pone Colombia y el resto la UE). El programa busca fortalecer las instituciones que hacen parte del comercio exterior de las partes involucradas, la infraestructura, las capacidades técnicas, de equipamiento y de comunicaciones de las Pymes. De igual forma, las Pymes podrán obtener beneficios de las enseñanzas internacionales en materia de procesos técnicos y de comunicación adecuada (como el manejo de una lengua no nativa), y el seguimiento de medidas sanitarias y fitosanitarias adecuadas.

Además, se constituye una garantía sobre el establecimiento y acceso al mercado para las inversiones y actividades de servicios en la UE.

Los beneficios se centran en asegurar el trato no discriminatorio y no menos favorable por ser establecimientos Pyme extranjeros.

Esta transparencia en las reglas de juego y cooperación se pueden traducir en el aumento en el flujo de inversión de las Pymes colombianas y en el crecimiento de la demanda indirecta de sus bienes y servicios, asociada a las grandes empresas colombianas o a las empresas extranjeras. Lo anterior permite mejorar la competitividad de las Pymes en relación a las Pymes de México y Chile que ya tienen acuerdos vigentes con la UE (se especifica en una sección posterior). A su vez, mantenerse en igualdad de condiciones de competencia con otros países latinoamericanos (Perú, Panamá y Centroamérica), los cuales han firmado acuerdos comerciales con la misma región en los últimos años.

Oportunidades del TLC: especificación por sectores Pyme

Es importante conocer los efectos sectoriales del acuerdo ya que permite que cada Pyme identifique cuáles son las oportunidades específicas que tiene de acuerdo con sus actividades.

Industria



Se flexibilizó la cantidad de productos que son restringidos por el SGP PLUS. Las Pymes obtendrán el acceso sin aranceles del 99% de sus bienes industriales a la UE, como son: elec-

trodomésticos, metalmecánica y manufacturas de plástico. Lo mismo pasará con productos con valor agregado en relación al diseño y calidad como: textiles, confecciones, artes

gráficas, muebles, cestería, artesanía, bisutería, cuero, calzado y marroquinería, etc. Esto se refleja en el aumento de la competitividad de las Pymes, ya que crecen las posibilidades

de exportación e incorporación de factores productivos de terceros países.

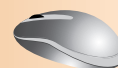
Los sectores de productos de caucho y plásticos, sustancias y productos químicos tendrán una norma más flexible que la vigente en el SGP PLUS para los productos plásticos y petroquímicos. En particular, se puede resaltar el pacto de un cupo de 15.000 toneladas al año para productos laminados de plásticos, el cual puede ser

aumentado si se utiliza el 75% del monto.

Para los sectores de productos textiles, prendas de vestir, cuero, calzado y marroquinería se plantea una nueva regla que permite la importación de fibras e hilados de terceros países, pero la elaboración de los hilados y las telas debe ser en los países parte del acuerdo. Esto con el fin de no perder la característica de originalidad del producto, y con esto, los benefi-

cios de libres aranceles. También se implementan flexibilidades para la importación de hilados elastoméricos y entorchados de terceros países. Para los “tejidos a forma” se logró flexibilizar la exportación de algunos de los principales productos que producen las Pymes de este sector: panties, medias, fajas, etc. El monto de estas exportaciones podrá ascender a 605 toneladas al año, 20 veces más de lo que se exportaba en 2010.

Servicios



Se da la oportunidad de subcontratación de Pymes colombianas por parte de grandes empresas de servicios de la UE en sectores como telecomunicaciones, transporte, salud, entre otros. Los sectores Pyme beneficiados por la tercerización son: traducción, procesamiento de datos, servicios de informática, diseño y desarrollo de software.

También se establecen y consolidan las políticas guber-

naméntales que quieren promover el sector de informática y las Pymes. De esta forma se aumentan las posibilidades para conseguir inversiones permanentes nacionales o internacionales para capacitar la fuerza laboral y fortalecer la infraestructura de telecomunicaciones.

De manera paralela se establecen facilidades para la exportación de servicios sin que una Pyme deba desplazarse o instalarse en el territorio

de la UE. Los segmentos Pyme que más pueden aprovechar esta regulación son aquellos que cuentan con un capital de trabajo bajo y que prestan sus servicios por pedido. Con esto, las Pymes de servicios cuentan con un marco regulatorio más sencillo que les permite conocer directamente el mercado objetivo y ahorrar costos relacionados con el análisis de mercado, promoción y ventas.

Comercio



El acuerdo establece los criterios para garantizar que sólo los bienes originarios de las partes en acuerdo reciban las preferencias arancelarias pactadas.

Se puede especificar que al interior del sector de alimentos y bebidas, para los productos cárnicos, se establecieron reglas transversales, en donde

la característica de origen del bien se mantiene si el animal es nacido y criado en algún territorio de las partes en acuerdo, y en cambio el sacrificio no concede al insumo la propiedad de origen.

Para los productos lácteos, se acordaron plazos de desgravación gradual de hasta 15 años

con la UE, como se hizo con el TLC con Estados Unidos, y adicionalmente recursos por €30 millones para asistencia técnica. Se tendrán a la vez unos contingentes de libre acceso que representan una cantidad reducida en relación a la producción nacional de leche. Así, para el caso de leche en polvo descre-



mada, el contingente dado por Colombia representa el 0.5% de la producción total de leche líquida. Los aranceles a los lácteos por fuera del contingente se desgravarán gradualmente desde el 96%, en comparación con el 33% pactado en el TLC con Estados Unidos. Un tema

clave es la eliminación de los subsidios a la exportación de productos lácteos que beneficia a las Pymes ya que tendrán unos precios internacionales más competitivos.

El sector de bienes agrícolas obtuvo un acceso preferente para los productos derivados

del azúcar, cacao y las variedades de frutas y hortalizas. Es así como las Pymes de alimentos tienen una oportunidad para incrementar sus exportaciones al ofrecer productos como verduras y frutas con un valor agregado, como es la característica orgánica.

Contratación pública



Se acuerdan procedimientos de contratación y cooperación rigurosos y no discriminatorios, los cuales permiten que las Pymes tengan un contacto directo con el área de contratación pública europea que representa un mercado de €377 billones.

Las Pymes contarán con una reserva en las contrataciones públicas por montos de

US\$200.000, la cual se amplió en un 60%, y su acceso a las compras públicas será mayor a cualquiera pactado en un acuerdo comercial con los países de nuestra región. Tendrán acceso a las contrataciones en sectores como transporte y distribución de gas, electricidad, transporte urbano, agua potable, ferroviario y aeropuertos,

en donde las Pymes pueden ser proveedoras de insumos o conseguir la tercerización.

Los procesos de contratación y de cooperación, así como las condiciones de participación, permiten obtener una igualdad de oportunidades con relación a las grandes empresas, estabilidad y una garantía de pago “fija”.

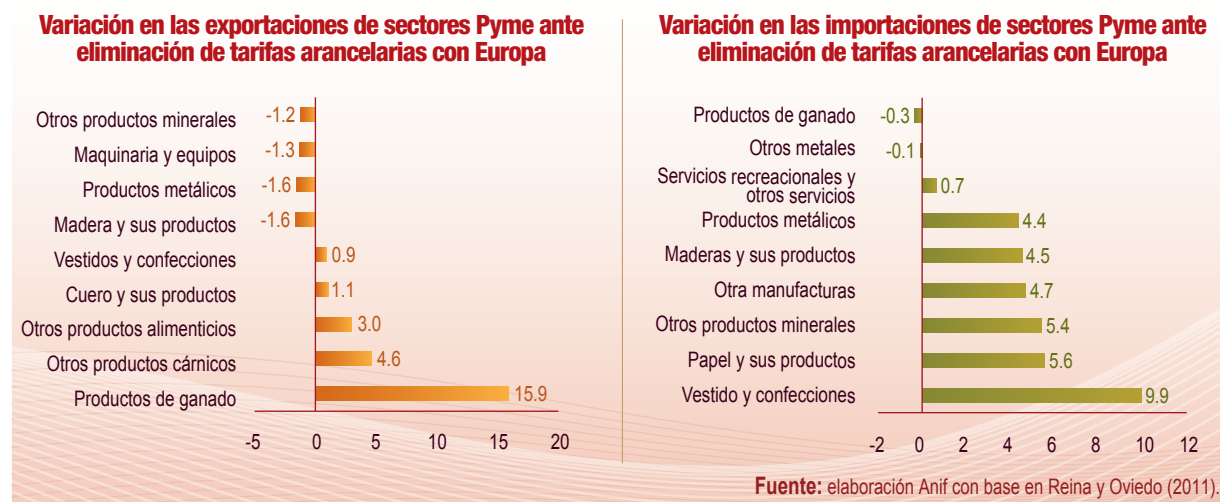
¿Qué pueden esperar las Pymes luego de la implementación del acuerdo?

Según la Simulación de Eliminación de Tarifas Arancelarias Colombia-Unión Europea (UE), realizada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en 2009, la eliminación de los aranceles e impuestos al comercio entre Colombia y la UE representaría un crecimiento de la economía del 0.46%, un crecimiento de las exportaciones del 0.71% y de las importaciones del 1.73%.

¿Cómo se ven afectadas las Pymes colombianas con esta reducción total de aranceles? La aproximación a esta cuestión parte de conocer el comportamiento de sectores que son predominantemente Pyme. El gráfico 4 muestra las variaciones en el crecimiento de los componentes de la balanza comercial que tendrían sectores con presencia de pequeñas y medianas empresas.

Se destaca un crecimiento en las exportaciones de productos cárnicos y ganado aproximado al 20%, del sector de cuero del 1.05% y de confecciones del 0.89%. A su vez, se espera una caída porcentual entre un 1.64% y un 1.22% en las exportaciones de productos de madera, metálicos, maquinaria y equipos, y otros minerales. En materia de importaciones, se puede identificar un creci-

Gráfico 4.



miento de éstas para las confecciones y vestidos del 9.93%; para productos de papel del 5.57%, otras manufacturas del 4.7%, productos de madera del 4.53% y productos metálicos del 4.38%. Sólo cae la variación de las importaciones de productos de ganado y otros metales (en menos de un 1%).

El dinamismo a nivel sectorial y la complementariedad de productos y servicios en este

acuerdo son abordados por Reina y Oviedo (2011). Su análisis permite identificar cuáles son los productos que tienen una mayor complementariedad potencial entre Colombia y la UE, en donde se identifican los sectores con ventaja competitiva de cada parte del acuerdo y se comparan con aquellos sectores que tienen vocación importadora. El cuadro 1 muestra los sectores Pyme en los que Colombia tiene

ventaja competitiva y la UE tiene vocación importadora: productos cárnicos, productos de papel y cartón, productos de perfumería y tocador, plásticos en formas no primarias, materias de curtientes y colorantes. Por su parte, los principales sectores Pyme en los que la UE es competitiva y Colombia tiene una vocación importadora son: materias y productos químicos, farmacéuticos y maquinaria y equipo. Así,

Cuadro 1. Complementariedad entre Colombia y la UE de sus sectores Pyme o con alguna participación Pyme

Sector	Segmento específico	Colombia tiene ventaja competitiva y la UE tiene capacidad importadora	UE tiene ventaja competitiva y Colombia tiene capacidad importadora
Comercio-Industria	Productos cárnicos	X	
Comercio-Industria	Productos de papel y cartón	X	
Comercio	Productos de perfumería y tocador	X	X
Industria	Plásticos en formas no primarias	X	X
Industria	Materias de curtientes y colorantes	X	X
Comercio-Industria	Productos y preparados comestibles diversos	X	X
Industria	Materias y productos químicos		X
Industria	Productos químicos orgánicos		X
Industria	Maquinaria y equipo		X
Comercio	Productos medicinales y farmacéuticos		X
Industria	Calzado		X

Fuente: elaboración Anif con base en Reina y Oviedo (2011).



se benefician los sectores Pyme de alimentos y de temas relacionados con las confecciones y el calzado, lo cual va acorde con las normas y disposiciones establecidas en el documento del acuerdo. Los consumidores colombianos se beneficiarán del aumento de la oferta de bienes y servicios Pyme de manufacturas, productos de madera, metálicos y minerales.

Se puede establecer un análisis alternativo con relación a los sectores que se verán favorecidos con este acuerdo. El gráfico 2 muestra que, en promedio, los productos y servicios Pyme son más competitivos en Estados Unidos: el nivel de exportaciones promedio de los sectores Pyme que van a Estados Unidos es del 15.36% en comparación con un 4.4% de exportaciones promedio que se dirigen a la UE. Esta situación se puede justificar, en parte, porque hacia Estados Unidos no se tienen tantas barreras arancelarias y se tienen establecidas unas relaciones de comercio más directas y claras. En este sentido, se podría decir que los productos y servicios Pyme que están yendo en grandes cantidades hacia Estados Unidos en comparación con lo que se va al viejo continente, se volverán más competitivos (Reina y Oviedo, 2011) con el TLC con la UE, dada la disminución de aranceles pactada en la negociación del tratado, sus objetivos de cooperación y la experiencia comercial que tienen las Pymes al relacionarse con un país desarrollado, haciendo que las exportaciones Pyme hacia la UE aumenten su nivel.

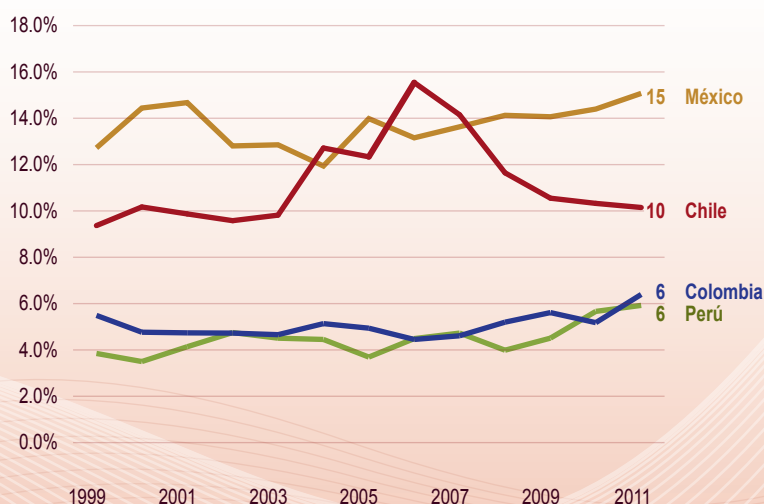


Experiencias latinoamericanas

Los intereses para lograr una integración comercial y beneficios para las Pymes en materia de desarrollo e internacionalización no son únicos de Colombia. A nivel latinoamericano, la UE también cuenta con acuerdos comerciales. De acuerdo con las características de la economía colombiana, a continuación se referencian los resultados de los TLCs que han firmado México y Chile, economías que pueden ser comparables a la colombiana.

México: ya son once años desde la entrada en vigor de su acuerdo de libre comercio con la UE. El crecimiento de las Mipymes de 1999 a 2009 fue del 81%. En cuanto a los componentes de balanza comercial de México con la UE, se puede ver que las exportaciones hacia la UE desde 1999 (antes de la entrada en vigencia del acuerdo) hasta 2011 han aumentado en un 229% y las importaciones desde la UE han crecido en un 125%. El 28.9% de las

Gráfico 5 . Exportaciones latinoamericanas hacia la Unión Europea
(Nivel de exportaciones por país sobre total latinoamericano)

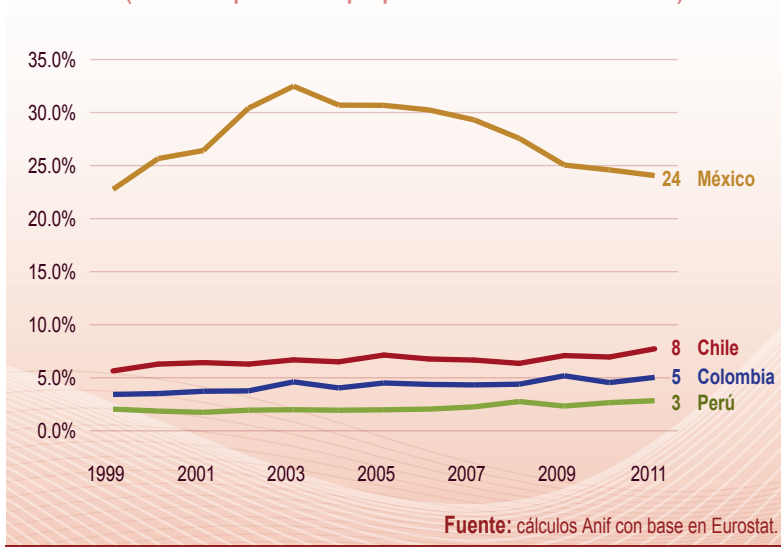


Fuente: cálculos Anif con base en Eurostat.

exportaciones en 2008 fue de Mipymes. El gráfico 5 muestra el éxito en exportaciones que se ha tenido luego de la implementación del TLC con la UE.

Chile: luego de ocho años de entrada en vigor de su TLC con la UE, la diversificación de bienes y servicios exportables se ha dado al aumentar en un 15.35% los bienes exportables y llegar en 2008 a una cantidad de 2.270 productos. Al hablar de empresas exportadoras, éstas han crecido en un 24.8% desde la entrada en vigencia del acuerdo hasta ubicarse en 2.238 empresas en el año 2008. Se resalta que para 2008, aproximadamente el 50% de las empresas exportadoras a la UE eran Pymes. Por último, sus exportaciones hacia la UE crecieron un 123%, al pasar de €4.991 millones en 2002 a €10.958 millones en 2011, y para la misma fecha sus importaciones crecieron un 141%.

Gráfico 6. Importaciones latinoamericanas desde la Unión Europea
(Nivel de importaciones por país sobre total latinoamericano)



Es así como las exportaciones de países como México y en especial Chile se han incrementado y consolidado luego de la firma del TLC con la UE, a pesar de la actual crisis internacional que enfrenta el mundo. Algunos de los factores clave de éxi-

to en las exportaciones y en el mantenimiento o disminución de las importaciones desde la UE (ver gráficos 5 y 6 respectivamente) son: i) oportunidades de creación de Pymes, y ii) la formalización laboral que traen consigo estos acuerdos.

La otra vía del TLC

Anif viene mencionando que todo análisis de los tratados de libre comercio debe contener los efectos positivos y los negativos. En este caso, las Pymes colombianas enfrentan cuatro retos a la hora de la implementación del TLC con la UE.

Para mejorar la competitividad de Colombia y sus productos, es necesario modernizar la infraestructura y flexibilizar el mercado laboral para permitir la formalización de las Pymes (ver Anif, 2012a). Estos dos

retos que afectan a las Pymes deben estar como prioridad en la “Agenda Interna”, para que no se corra el riesgo de apertura en un solo sentido, donde las Pymes se enfrentan a unos

grandes costos de transporte y encuentran que el costo de oportunidad de formalizarse asociado a las rigideces laborales es muy alto, optando por seguir en la informalidad.

“ Para mejorar la competitividad de Colombia y sus productos, es necesario modernizar la infraestructura y flexibilizar el mercado laboral para permitir la formalización de las Pymes. ”

El gobierno y las Pymes deben encaminar sus acciones hacia la mejora de la productividad de estas empresas, para aprovechar las grandes oportunidades que ofrece el TLC. Por ejemplo, poder abastecer los nuevos mercados con los requerimientos de calidad establecidos. La productividad de las Pymes mejora si el go-

bierno atiende los temas de: una precaria infraestructura del país, las rigideces del mercado laboral y un régimen tributario complejo. Pero adicionalmente, las Pymes desde adentro deben atacar algunas de las razones para no exportar (ver gráfico 7). Al conocer los procedimientos de exportación específicos de este acuer-

do, las Pymes deben buscar alternativas para que su bien se vuelva exportable y enfocar sus acciones de mejoramiento (ver gráficos 8 y 9) en: i) certificaciones de calidad y ambientales que cumplan con los estándares establecidos en el acuerdo; ii) capacitar a los trabajadores de todos los niveles en el comercio exterior; y

Gráfico 7. Razones de las Pymes colombianas para no exportar

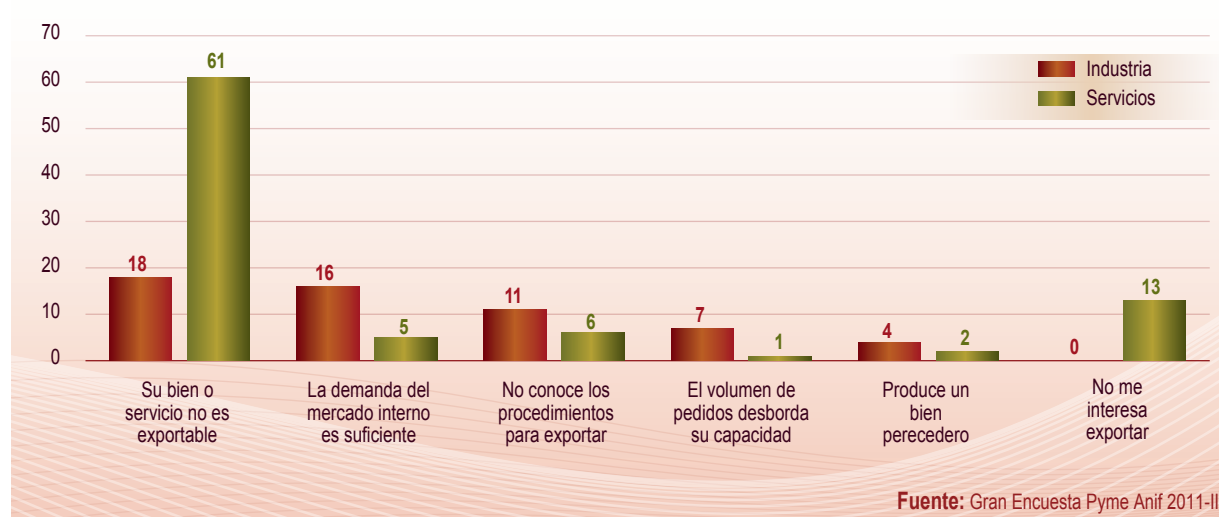
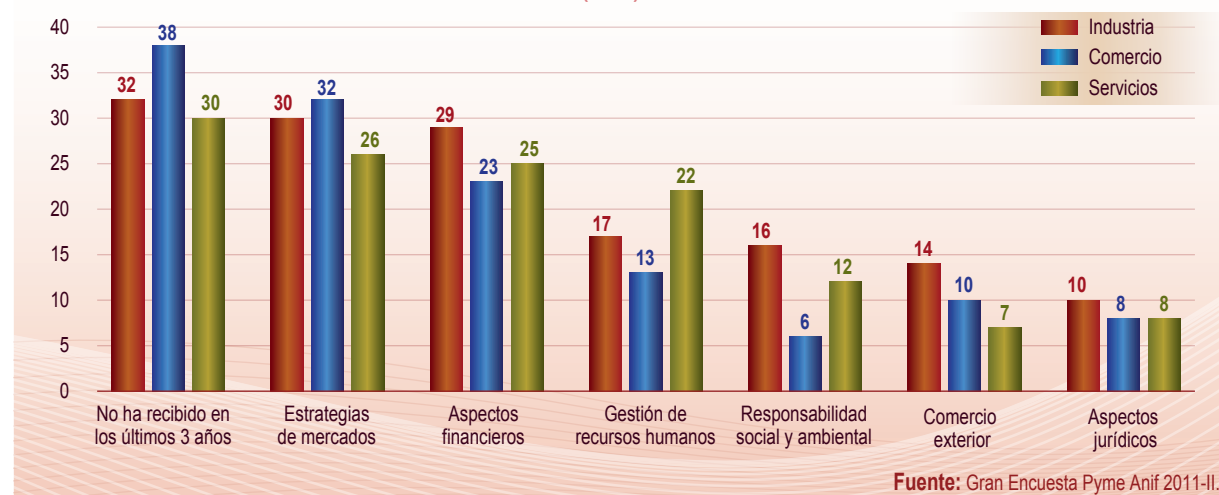


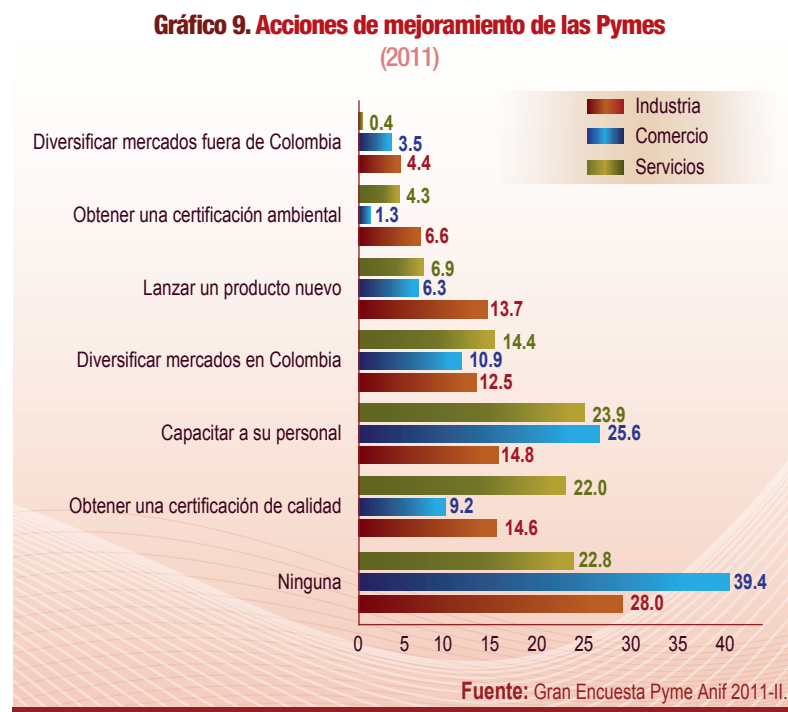
Gráfico 8. Principales áreas de capacitación de gerente durante los últimos tres años de las Pymes (2010)



iii) diversificar mercados fuera de Colombia.

La alta dependencia de las exportaciones asociada al auge minero-energético muestra una política comercial dirigida al desarrollo de este sector y donde los recursos de capital se han focalizado en él. Sin embargo, en el contexto de los TLCs es importante incentivar la llegada de capitales al sector Pyme como se realizó exitosamente en Chile. En este sentido, las actividades Pyme pueden convertirse en un motor de desarrollo de la economía en el largo plazo al poder tener productos y servicios exportables, diversificados y con ventaja competitiva.

Por último, las Pymes deben tener en cuenta las características y los estándares de calidad de sus productos de exportación e importación en el día a día, con el fin de establecer relaciones comerciales de largo plazo. Lo anterior para evitar que ocurran hechos



como la pérdida de maquinaria y equipos importados desde la UE porque se realizó un pedido que no está adecuado a las condiciones del entorno colombiano: clima, estándares

en las unidades métricas, etc. De esta forma, cada parte involucrada en el tratado debe buscar transar bienes con características y calidad adecuadas a cada entorno.

Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas son uno de los objetivos clave del TLC con la UE. Se busca promover su actividad e impulsar el desarrollo económico sostenible para Colombia al fortalecerlas, ya que son la gran mayoría de empresas colombianas. A su vez, al fomentar la moderni-

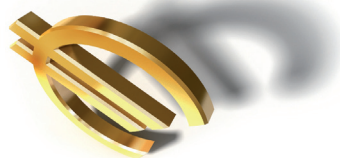
zación tecnológica, la transferencia tecnológica, la innovación y la competitividad, se generan nuevas oportunidades de comercio e inversión para las Pymes, lo cual es una herramienta para disminuir la inequidad empresarial, aumentar la competitividad de sus productos y mejorar la

formalización laboral de estas empresas.

Los estudios con eliminación de tarifas y “complementariedad potencial” muestran efectos positivos en el crecimiento de las exportaciones e importaciones de los sectores de calzado, manufacturas, productos cárnicos, productos

de papel y cartón, productos de perfumería y tocador, plásticos en formas no primarias, materias de curtientes y colorantes. Los productos y servicios Pyme que están yendo en grandes cantidades hacia Estados Unidos se pueden volver más competitivos al ir también a la UE.

La experiencia internacional de países como México y en especial Chile refleja un incremento y consolidación del comercio exterior luego de la firma del TLC con la UE. Sin embargo, para que las Pymes puedan obtener los beneficios descritos con la implementación del acuerdo, se debe hacer frente a cuatro retos principales que las amenazan: competitividad, productividad,



“Se debe hacer frente a cuatro retos principales que las amenazan: competitividad, productividad, diversificación, y calidad y estándares adecuados.”

diversificación, y calidad y estándares “adecuados”.

El pasado 16 de marzo, los países europeos dieron el aval a este acuerdo multipartito. Ahora se espera para este año la aprobación temporal del acuerdo por parte del Parlamento Europeo en sesión plenaria, ya que la aprobación en los parlamentos nacionales puede tomar años. En últimas, el marco legal está establecido. El Estado debe acompañar a las Pymes en estos “nuevos” procesos de apertura económica al modernizar la infraestructura, flexibilizar el mercado laboral y promover los productos Pyme con ventaja competitiva. Paralelamente, es deber de las Pymes aprovechar desde “adentro” las oportunidades que abre el TLC con la UE. ■

Referencias

- Anif (2012a), “Colombia: apertura comercial, competitividad y TLCs”, Informe Semanal No. 1124 de mayo de 2012.
- Anif (2012b), “Tamaño, formalización y productividad de las Pymes: lecciones de Europa para América Latina”, Comentario Económico del Día 16 de mayo de 2012.
- DNP (2009), “Simulación Eliminación Tarifas Arancelarias Colombia-Unión Europea”, Dirección de Estudio Económicos.
- El Espectador (2012), “Europa da luz verde a firma de TLC entre la UE y Colombia”, Economía, 16 de mayo de 2012. Disponible en: <http://www.elespectador.com/economia/articulo-332716-europa-da-luz-verde-firma-de-tlc-entre-ue-y-colombia>
- Observatorio Pyme (2011), Información general sobre las Pymes en México. Disponible en: <http://www.observatoriopyme.com/encuestas-y-estudios/cifras-de-pymes/>
- Proexport (2009), El Sistema Generalizado de Preferencias – SGP. Disponible en: <http://antiguoproexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10429DocumentNo8467.PDF>
- Reina M. y Oviedo S. (2011), “Colombia y el TLC con la Unión Europea”, Friedrich Ebert Stiftung, Policy Paper 4.
- Unión Europea, Colombia y Perú (2010), “Acuerdo comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú”. Disponible en: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=18028>

El TLC con EE.UU: retos y oportunidades para Pymes

<José Francisco Mafla*
José Alejandro Quintero** >



Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son uno de los sectores más inquietos por la entrada en vigor del TLC con Estados Unidos el pasado 15 de mayo. Esta preocupación se debe, en gran medida, al hecho indiscutible que deberán enfrentarse a un escenario económico mucho más exigente en el cual la competitividad va a jugar un rol fundamental. Por esta razón, surge como una pregunta inevitable el posible resultado que va a traer para las Pymes la entrada en vigor de este tratado. Por una parte ¿va a ser positivo el TLC para las Pymes y permitirá

que el sector crezca y mejore sus condiciones, o, por el contrario, va a generar un escenario de competencia tan agresivo que las impacte negativamente con posibles consecuencias catastróficas?

La importancia de las Pymes es incuestionable: al analizar los datos económicos disponibles sobre las Pymes, se observa que, de acuerdo con el censo del año 2005, el 31% del empleo del país fue generado por aquellas empresas comprendidas en un rango de 10 y 200 trabajadores. Por otro lado, la información estadística sobre las Pymes tam-

bién deja ver que, en medio de la crisis del año 2009, más de 600 Pymes experimentaban un crecimiento positivo en sus ventas, lo cual es prueba de la solidez e importancia que tienen estas empresas para el desarrollo económico del país.

Si bien el TLC con Estados Unidos trae retos para las Pymes, tales como la reducción inmediata de aranceles y el aumento

*Asociado Brigard & Urrutia.
E-mail: jmafla@bu.com.co

**Asociado Brigard & Urrutia
E-mail: jqintero@bu.com.co



de la competencia de productos de origen estadounidense, también trae oportunidades reales para estas empresas. De acuerdo con el Ministerio de Industria y Comercio, cerca del 80% de la oferta exportable colombiana se encuentra comprendida dentro de los bienes que a partir del 15 de mayo pueden entrar con un arancel del 0% al mercado estadounidense. Entre estos

bienes se encuentran textiles, cosméticos, algunos tipos de calzado y algunas preparaciones químicas, los cuales son de gran importancia para el negocio de las Pymes.

Lo anterior sin contar las grandes oportunidades que tienen las Pymes a raíz del TLC en otros sectores no tradicionales como el de compras públicas o del Estado en Estados Unidos,

lo cual abre las puertas para que las Pymes puedan competir en pie de igualdad con la industria estadounidense en calidad de proveedores de las entidades gubernamentales de este país.

A continuación destacamos cada una de las oportunidades que actualmente existen para las Pymes en cada uno de los sectores mencionados:

1. Oportunidades para las Pymes en el acceso a mercados y en el comercio de bienes

Para el año 2011, el 38% de las exportaciones totales colombianas tuvo como destino a Estados Unidos. Esta cifra equivale, según cálculos del Ministerio de Comercio, a la suma de US\$21.700 millones, lo cual evidencia la importancia relativa que tiene el mercado estadounidense para el comercio exterior de las empresas colombianas. Con la entrada en vigor del TLC se espera que este

comercio se dinamice, creando con ello 380.000 nuevos puestos de trabajo según las cifras del gobierno colombiano.

Sin embargo, para que las Pymes puedan beneficiarse de las nuevas ventajas que trae el TLC para la conquista del mercado estadounidense de bienes, es necesario que conozcan las condiciones bajo las cuales se negoció el acceso al mercado estadouniden-

se de los bienes colombianos, las cuales se pueden resumir así: 1) condiciones del cronograma de desgravación para el tipo de bien que se pretende exportar; 2) conocimiento de las reglas de origen aplicables, y 3) conocimiento de los reglamentos técnicos y/o medidas sanitarias y fitosanitarias aplicables al tipo de bien. A continuación se explican cada una de ellas.

a. Conocimiento del cronograma de desgravación

El TLC, como la gran mayoría de acuerdos comerciales suscritos por Colombia, contempla un cronograma de desgravación en el cual se relaciona el tipo de bien cubierto por el tratado y la manera como se efectuará la eliminación gradual de los aranceles para ese tipo de bien. El TLC suscrito entre Colombia y Estados Unidos contempla 17 categorías de desgravación den-

tro de las cuales se ubica cada uno de los bienes para los cuales se negociaron las preferencias arancelarias, estando la mayoría de éstos comprendidos dentro de la categoría "A" o de desgravación inmediata y dentro de la cual se cuentan bienes como textiles y confecciones, cosméticos y productos químicos.

Estos bienes categoría "A" pueden ingresar al territorio

de Estados Unidos a partir del 15 de mayo con una tarifa del 0% de aranceles, siempre y cuando las Pymes sean conscientes de los dos requisitos restantes que seguidamente se mencionan.

Para otro tipo de bienes pertenecientes a otras categorías de desgravación, es importante tener en cuenta que el desmonte de los aranceles

se hará de manera gradual y conforme a las reglas establecidas en el tratado. Por ejemplo, en el caso de algunos tipos de calzado pertenecientes a la categoría de desgravación “C”, como el calzado deportivo, se acordó una desgravación a 10 años a partir de la entrada en

vigencia del TLC y tomando como base de partida el arancel aplicable en Estados Unidos al momento de la negociación, el cual era del 20% para este tipo de bien.

Un ejemplo ayudará mejor a ilustrar cómo se deben manejar los productos compren-

didos bajo esta categoría de desgravación (como se observa en el cuadro 1).

Lo anterior significa que un exportador colombiano no podrá esperar a importar dicho bien con el 0% de aranceles sino hasta el año 10 después de la entrada en vigencia del TLC.

Cuadro 1. Cómo manejar los productos comprendidos bajo la categoría de desgravación (Categoría “C”)

Tipo de bien	Tasa base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Calzado clasificable bajo la subpartida 64041190	20%	18%	16%	14%	12%	10%	8%	6%	4%	2%	0%

Fuente: Brigard & Urrutia Abogados.

b. Conocimiento de las reglas de origen aplicables

El estudio especializado de las reglas de origen de los tratados comerciales en Colombia es una disciplina relativamente nueva. Aun cuando su aplicación en los tratados de integración comercial ha sido necesaria para evitar fenómenos de triangulación comercial por parte de países que no son parte del tratado, no es sino hasta tiempos recientes que los empresarios han empezado a tomar conciencia de su importancia, en especial teniendo en cuenta el auge de tratados de libre comercio que está viviendo el país.

Las reglas de origen son el conjunto de criterios, condiciones, requisitos o procedimientos que deben cumplir los bienes exportados/importados para ser considerados originarios de uno de los países parte de un tratado

de libre comercio y así acceder a las preferencias arancelarias contempladas en el acuerdo.

El TLC Colombia–Estados Unidos, a diferencia de otros tratados de libre comercio cele-

“ El TLC Colombia–Estados Unidos, contempla reglas de origen bastante provechosas para las Pymes colombianas. ”



brados por Estados Unidos con otros países (tal como el NAF-TA), contempla reglas de origen bastante provechosas para las Pymes colombianas en cuanto al porcentaje de componente originario que se debe incorporar a las mercancías para ser consideradas como de “origen colombiano”. Entre las normas de origen que contempla el TLC se encuentran desde algunas que exigen la obligación de incorporar un mínimo de contenido regional para ciertos productos (por ejemplo: del 35% al 45% en algunos casos), hasta aquellas que exigen un cambio de clasificación arancelaria en el bien final procesado en cualquiera de los estados parte y que se obtiene a partir de materiales no originarios.

A manera de ejemplo, en el caso de cierto tipo de calzado se

requiere que el procesamiento de las materias primas para su elaboración involucre un cambio de partida dentro del arancel de aduanas, además de un mínimo de contenido regional del 20% para ser considerado como de “origen colombiano”. En caso dado que dicho calzado no cumpla con ambas condiciones, no podrá gozar de las preferencias arancelarias del TLC.

La obligatoriedad de conocer las reglas de origen para cada tipo de producto cobijado por el TLC supone un reto para las Pymes en lo que respecta a los cambios e innovaciones de procesos que deberán llevar a cabo para garantizar que sus productos se encuentren amparados por las preferencias de origen del TLC. Sin embargo, una vez se

logre acreditar el origen de los productos producidos por las Pymes ante las autoridades de Estados Unidos en el momento de ingreso de la mercancía, será posible acceder a las preferencias arancelarias establecidas para dicho tipo de producto, satisfaciendo así la creciente demanda de productos colombianos en el mercado estadounidense.

c. Conocimiento de los reglamentos técnicos y/o de las medidas sanitarias y fitosanitarias aplicables al producto

Estados Unidos, al igual que Colombia, regula las características técnicas y sanitarias/fitosanitarias que debe cumplir cualquier producto que quiera ser comercializado dentro de su territorio. Estas reglamentaciones van desde la información que debe contener el etiquetado de algunos de los productos que ingresen al país (por ejemplo, textiles y confecciones) hasta el contenido que deben tener determinados bienes para ser considerados aptos para el consumo humano (por ejemplo, Ley del Plomo para determinados productos).

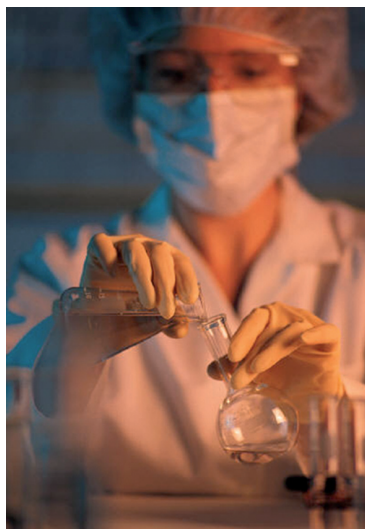
En Estados Unidos existen diversas agencias federales encargadas de expedir las distintas regulaciones técnicas y sanitarias/fitosanitarias que regulan el acceso a mercado de los productos provenientes del resto del mundo. Entre estas agencias se encuentran la Food and Drug Administration o FDA (www.fda.gov), el Animal and

Plant Health Inspection Service o APHIS (www.aphis.usda.gov), ambas encargadas de los controles sanitarios/fitosanitarios que deben cumplir los productos, y la Federal Trade Commission o FTC (www.ftc.gov), encargada de expedir la normatividad sobre etiquetado para algunos productos, entre otras. Además, a estas agencias se suma el U.S. Customs Service o servicio de aduanas es-

tadounidense (www.cbp.gov), encargado de verificar que la mercancía que ingrese al territorio norteamericano cumpla con todos los requisitos que la ley estadounidense ordena.

Las Pymes deben tener en cuenta en el momento de aprovechar los beneficios que ofrece el TLC que todo producto que quieran vender a Estados Unidos debe cumplir con toda la reglamentación técnica y sanitaria que se le exige a los productos locales, ya que de lo contrario sus productos no podrán ser vendidos en el mercado de Estados Unidos.

Es importante resaltar que, de acuerdo con las cifras manejadas por las empresas estadounidenses, cerca del 22% de todas las aprehensiones de mercancías importadas que se hacen en los puertos de Estados Unidos se encuentra relacionado con el incumplimiento de reglamentos técnicos que tienen que ver con etiquetado, cuya violación da lugar a



otro número de sanciones, tal y como se evidencia en el cuadro 2, cuya información puede ser consultada en el sitio web de la FTC (www.ftc.gov).

En este sentido, es importante para la competitividad de las Pymes que quieran aprovechar los beneficios del TLC asegurarse a qué tipo de reglamentos técnicos y/o sanitarios/fitosanitarios está sujeto el producto que se pretende exportar.

Cuadro 2.

Empresa	Violación	Sanción
Wal-Mart Stores, Inc.	No reveló el país de origen en su catálogo en internet.	Orden judicial de revelar el país de origen.
Cabot Hosiery Mills, Inc.	No registró el contenido de las fibras en la etiqueta de medias.	US\$10.000 de multa.
K Mart Corporation	Etiqueta engañosa de camisas para hombre importadas en lo que respecta al contenido de fibra.	US\$130.000 de multa.
Diamond Rug & Carpet Mills, Inc.	Etiquetó de manera falsa algunas alfombras como si tuvieran algún contenido de fibra.	Encontrado culpable penalmente y pago de una multa de US\$100.000. Orden judicial de revelar correctamente la información.

Fuente: <http://www.ftc.gov/os/statutes/textile/textcases.shtml>. Traducción libre.

2. Oportunidades para las Pymes en el mercado de compras públicas de Estados Unidos

Una de las grandes ventajas del TLC para las Pymes es el nuevo tratamiento preferencial que establece el capítulo de Compras Públicas (Capítulo 9) para las empresas colombianas. Si bien los capítulos de compras públicas han sido usuales en algunos TLCs suscritos por Colombia, tales como el TLC Colombia-Chile, Colombia-México y Colombia-Canadá, el tamaño que tiene el mercado de compras públicas en Estados Unidos y la calidad de los bienes que éste demanda lo hacen especialmente atractivo para las Pymes colombianas.

El capítulo de Compras Públicas regula lo relativo a las compras que realizan las agencias y entidades del Gobierno Federal de Estados Unidos y algunos estados de la Unión para llevar a cabo sus labores administrativas diarias. De acuerdo con las cifras manejadas por

las autoridades estadounidenses, el mercado de compras públicas asciende alrededor de US\$500.000 millones al año, aproximadamente el doble del PIB colombiano, lo cual lo convierte en uno de los mercados más grandes del mundo. Con el capítulo de Compras Públicas se abre un nuevo mercado de grandes dimensiones para venderles productos (y también servicios y proyectos de construcción) a las agencias y entidades del Gobierno Federal que requieren bienes típicamente producidos por Pymes, tales como las manufacturas y semi-manufacturas.

El principal cambio que introduce el capítulo de Compras Públicas para las empresas colombianas es la adopción del principio de Trato Nacional (TN) en materia de compras del Estado, lo cual significa que las Pymes y demás empresas co-

lombianas pueden participar en condiciones de igualdad con las empresas norteamericanas en los procesos licitatorios que adelanten las agencias estadounidenses para llevar a cabo la adquisición de bienes y servicios, siempre y cuando se cumplan las disposiciones que establece el TLC y las normas aplicables. Es importante recordar que la regulación norteamericana aplicable sobre la materia (Buy American Act, entre otras) apoya la producción nacional de bienes finales dentro de un límite de precio establecido del 6% por encima del precio del bien o servicio ofrecido por un oferente extranjero, lo cual en la práctica se traduce que por debajo de dicho límite no puedan participar proveedores extranjeros.

Con la introducción del principio de TN en materia de contratación pública norteamericana (Public Procurement)



para las empresas colombianas, la diferencia entre ofertas colombianas y estadounidenses hechas por las entidades del nivel federal y algunos estados en sus procesos de contratación pública desaparece, siempre y cuando se cumplan los requisitos que establece el TLC, los cuales son, entre otros:

a) Los valores de la contratación que realicen tanto las agencias federales norteamericanas como los estados que adhirieron al tratado deben encontrarse cubiertos por las disposiciones del TLC, cuyos valores deben superar los umbrales establecidos en el capítulo de Compras Públicas del TLC. Por ejemplo, en el caso de contrataciones que efectúen las agencias federales, los umbrales son los siguientes para el año 2012:

- En el caso de la contratación de bienes y servicios el umbral es de US\$77.494.
- En el caso de servicios de construcción el umbral es de US\$7.777.000.

Los anteriores umbrales se ajustan periódicamente de acuerdo con las fórmulas que contempla el TLC, estando el valor de toda contratación que se encuentre por debajo de éstos no cubierta por el tratado.

b) La agencia federal o el estado que realice la contratación debe ser uno de aquellos que se encuentran contemplados o que adhirieron al TLC:

El TLC establece dentro de los anexos aplicables al capítulo de Compras Públicas una lista de 78 entidades del Gobierno Federal y 8 estados federados que se encuentran obligados a aplicar el TLC en materia de

“ La oportunidad que abre el capítulo de Compras Públicas para las Pymes exige que se establezcan unos planes de trabajo y de estrategia claros. ”

compras públicas. Entre las primeras se encuentran el Departamento de Defensa, la NASA y el Departamento de Energía, entre otros. Los segundos comprenden los estados de Arkansas, Colorado, Florida, Illinois, Mississippi, Nueva York, Texas y Utah, además de Puerto Rico, estando cualquier contratación que haga una agencia o territorio distinto a los mencionados, no cubierta por el TLC.

La oportunidad que abre el capítulo de Compras Públicas para las Pymes exige que se establezcan unos planes de trabajo y de estrategia claros y eficientes a través de los

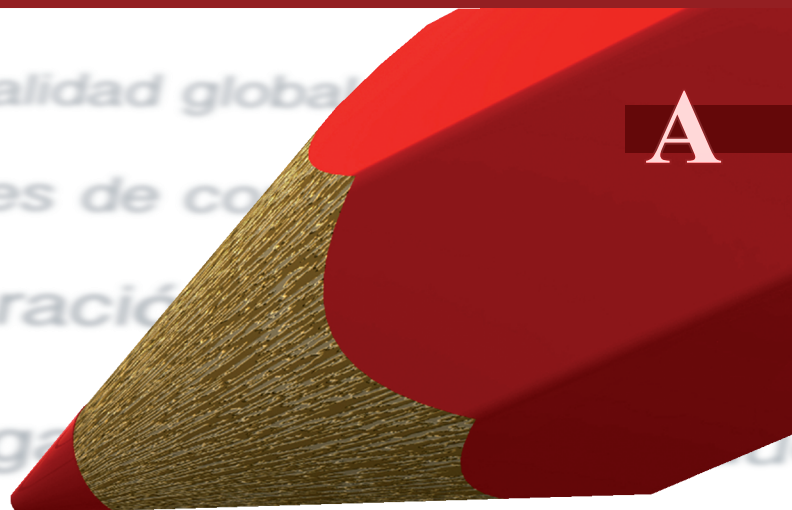
cuales estas empresas conozcan en detalle el régimen de compras públicas en Estados Unidos, identifiquen sus debilidades y fortalezas y busquen crear alianzas en Colombia y en Estados Unidos para enfrentar los retos que se avecinan y que permitan mejorar la competitividad. Adicionalmente, las Pymes deben propender por la creación de redes de integración y cooperación entre los diferentes gremios, con el fin de obtener una disminución en el precio de las materias primas y por ende se aumente su capacidad productiva.

Conclusiones

El TLC ofrece la oportunidad de, previo el cumplimiento de ciertos requisitos y supuestos, participar en igualdad de condiciones en los procesos licitatorios y de acceso a mercado para las Pymes. Una oportunidad así, de acceder a un mercado de tales proporciones, no se puede desaprovechar. Esto implicará, por ejemplo, la necesidad de adquirir nuevos equipos o de renovar los equipos existentes, así como la instalación de mejores sistemas de comunicación. Este tipo de medidas,

entre otras, permitirán que las Pymes se encuentren en capacidad de obtener grandes utilidades sin tener que incurrir en costos elevados.

Así pues, la entrada en vigor del TLC con Estados Unidos sin duda trae retos, pero también iguales o mayores oportunidades, para lo cual es necesario adoptar medidas y planes concretos y claros que permitan a las Pymes acceder a estos nuevos mercados de manera preferente y estable, y competir de manera efectiva ante el nuevo orden comercial. ■



Los seis retos de las Pymes colombianas para el acceso a los mercados internacionales

<Juan Felipe Mejía Mejía* >

El interés que ha generado en el país la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos genera varias reflexiones importantes. En primera instancia, la suscripción del acuerdo es una muestra inequívoca de la creciente inserción de Colombia en los mercados internacionales: contamos con una política comercial activa, enfocada en un proceso de diversificación

de los destinos de exportación colombianos. En segundo lugar, la materialización del acuerdo debe conducir a una reflexión por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas nacionales: la globalización no es un paradigma, es una realidad. Es hora ya de mirar este proceso más que como una amenaza, como un escenario lógico y natural de los negocios y, en ese sentido, aprovechar al máximo

las oportunidades que ofrece. En tercer lugar, debe motivar a que consideremos que Colombia es un país rezagado frente a otros de referencia (tales como México, Chile y Perú) en lo que a apertura comercial y número de acuerdos comerciales se refiere.

*Ph.D. Decano, Escuela de Economía y Finanzas, Universidad EAFIT.
E-mail: jfmejia@eafit.edu.co

Mientras que los dos primeros países en cuestión hacen parte de 17 acuerdos de libre comercio, Perú ha suscrito 10 y Colombia sólo 8, tal y como puede observarse en el cuadro 1.

Reconociendo la larga espera y ansiedad generadas por el proceso de negociación, suscripción y ratificación del tratado con Estados Unidos, resulta entonces interesante toda la atención que ha acaparado un solo acuerdo comercial. El país requiere no sólo éste, sino muchos otros TLCs. La razón fundamental es que debemos lograr que un mayor número de mercados internacionales garantice una estabilidad a los exportadores colombianos en las reglas del juego asociadas al comercio y las inversiones. Es claro que si el país no cuenta con estos acuerdos, estará en desventaja frente a otras economías que sí los poseen.

Según cifras de la Comisión Económica para América Latina (Cepal), el 90% de las empresas en cuatro países de América La-

“ El 90% de las empresas en cuatro países de América Latina y el Caribe son Mipymes. ”

Cuadro 1. Acuerdos comerciales suscritos por Chile, Colombia, México y Perú

	Acuerdos multilaterales	Acuerdos de libre comercio	Uniones aduaneras	Acuerdos de alcance parcial
 Chile	1	17	0	7
 México	1	17	0	7
 Perú	1	10	1	6
 Colombia	1	8	1	7

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior, Organización de los Estados Americanos, 2012

tina y el Caribe son Mipymes. En el estudio en mención, el análisis se realizó tomando como referencia cuatro economías: Argentina, Brasil, Chile y México. Aunque se evidencia que son muy importantes generadoras de empleo (el 61% del total), su participación en el PIB es de aproximadamente el 28% y en las exportaciones, de únicamente el 8%. Lo anterior, de acuerdo con el análisis de la Cepal, refleja bajos niveles de productividad y una muy baja participación en

los mercados internacionales. Se requieren entonces esfuerzos muy importantes para que las Mipymes logren beneficiarse de la globalización y la apertura comercial. El cuadro 2 permite apreciar las cifras anteriormente señaladas.

Asumiendo entonces la globalización como un *fait accompli*, pasemos ahora a revisar los seis principales retos que afrontan las Pymes colombianas en el proceso de inserción en los mercados internacionales.

Cuadro 2. Participación de los distintos tipos de empresas en el empleo, el PIB y las exportaciones. Países seleccionados: Argentina, Brasil, Chile y México

	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas
 Empleo	30.4	16.7	14.2	38.7
 PIB	7.3	9.8	11.4	71.7
 Exportaciones	0.2	1.8	6.4	91.6

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Reto número uno: desarrollar una mentalidad global



Distintos estudios sugieren que los administradores de empresas y cuadros directivos que logran desarrollar una orientación internacional son menos temerosos frente a los mercados internacionales y están más dispuestos a tener experiencias internacionales e, incluso, a interactuar con otras culturas y aprender otros idiomas (Wild, Wild y Han, 2010). Se requiere en-

tonces que no solamente los directivos, sino toda la organización, se permee de esta mentalidad global. Entender que la globalización no sólo genera riesgos, sino también inmensas oportunidades que otros países y empresas están aprovechando. Y que la tarea entonces se asocia con entender cómo integrarse, de forma práctica y efectiva, con los mercados internacionales.

Vemos además en la práctica nuevas organizaciones que, desde su nacimiento, buscan alcanzar una ventaja competitiva significativa en distintos países: las llamadas *Born-Global Companies*. Se trata muchas veces de compañías jóvenes y pequeñas que buscan internacionalizarse desde su más temprana edad (Wild, Wild y Han, 2010).

Reto número dos: mejorar los niveles de competitividad



Existen diversas aproximaciones y un interesante debate teórico en torno al tema de la competitividad. Paul Krugman, Premio Nobel de Economía 2008, hace énfasis en que la competitividad es un asunto asociado a la productividad nacional. Michael Porter, por su parte, hace alusión a la capacidad de las firmas de un país de utilizar los recursos de los que disponen de una forma que les permita ser competitivas en los mercados internacionales. El

Foro Económico Mundial, en su Reporte Global de Competitividad, define la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país.

Es claro que la economía colombiana se encuentra rezagada en términos de infraestructura física, capital humano e innovación, sólo por mencionar algunos pilares de la competitividad. Sin embargo, mientras se to-

man los correctivos del caso, las Pymes colombianas están llamadas a realizar una tarea muy importante en términos de elevar su productividad y, por ende, su competitividad. ¿Cómo se mejora la productividad? Utilizando de forma más eficiente la mano de obra, el capital físico y el capital humano disponibles (Lora y Pagés, 2010, pág.4). Además, la productividad se fundamenta en el progreso tecnológico y en la innovación.

Reto número tres: promover la integración productiva



La asociatividad, entendida como la cooperación entre las Pymes, es de la mayor importancia para aprovechar de forma efectiva los benefi-

cios derivados de los acuerdos de libre comercio y de la creciente internacionalización de la economía colombiana. De acuerdo con diversos es-

tudios realizados, las estrategias de integración productiva pueden materializarse en el marco de redes (acciones colectivas entre empresas), *clús-*



ters y programas de desarrollo territorial (Dini, Ferraro y Galsaly, 2007). Se ha demostrado además que la cooperación horizontal entre pequeñas y medianas empresas contribuye a lo que Albert Berry, profesor emérito en Economía de la Universidad de Toronto, denomina eficiencia colectiva. Las ventajas de la asociatividad están vinculadas al aprovechamiento de economías de escala, en materia de compras y ventas; así como a la difusión de información sobre tecnología, mercados y la división del trabajo (Berry, 1997, pág.8). Trae consigo además ventajas importantes en materia de procesos de innovación, así

“Las ventajas de la asociatividad están vinculadas al aprovechamiento de economías de escala, en materia de compras y ventas; así como a la difusión de información.”

como el fortalecimiento de las capacidades de negociación.

Experiencias emblemáticas como la de los *clústers* en Italia, así como el caso de diversas formas de integración en países latinoamericanos, demuestran

la importancia de la asociatividad. En Colombia, el Programa de Desarrollo Empresarial (Prodes), liderado por la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Acopi), cumple una muy importante labor en este sentido. A nivel regional, una buena práctica que amerita ser destacada es la del programa Medellín Ciudad Clúster, en el marco del cual las empresas intervenidas han logrado significativos incrementos de sus índices de productividad.

Finalmente, debe señalarse cómo la interacción entre las Pymes y las grandes empresas es de igual forma muy importante, por ejemplo, a través de mecanismos de subcontratación.

Reto número cuatro: agregar valor a los productos, a través de la innovación



La innovación no puede ni debe ser un proceso exclusivo de las grandes empresas. Estudios realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación Fundes en más de 400 Pymes de Argentina, Chile, Colombia y Costa Rica demuestran que son precisamente las Pymes que incorporan actividades de investigación y desarrollo las más exitosas en materia exportadora (Milesi y Aggio, 2008). La innovación debe entenderse como la generación de nuevo conocimiento, nuevos productos y nuevas formas de producción.

En su acertado diagnóstico, el Consejo Privado de Competitividad (CPC) hace énfasis en el gran rezago de la economía colombiana en materia de ciencia, tecnología e innovación. De forma paralela al análisis del CPC, cifras y estadísticas analizadas en reconocidos informes, tales como el Reporte Global de Competitividad o el Anuario Mundial de Competitividad, señalan que el país evidencia enormes limitaciones no sólo en términos de los recursos que se dedican a investigación y desarrollo como porcentaje del PIB, sino ade-

más en indicadores clave para la innovación.

Las estadísticas son muy preocupantes en materia del número de investigadores por millón de habitantes, la producción y publicación de artículos científicos de primer nivel, y el registro de patentes, sólo por mencionar algunos aspectos (CPC, 2011). Otro factor que han revelado los estudios realizados es que las empresas colombianas identifican con frecuencia la innovación con la compra de maquinaria y equipo, mas no con la creación de nuevos productos y procesos. Lo anterior debe ser motivo de

reflexión, teniendo en cuenta la creciente concentración de nuestras exportaciones en productos tradicionales y la urgente necesidad de diversificar la oferta exportadora del país. La tan anhelada transformación productiva y el cambio estructural de la economía no pueden llevarse a cabo sin un capital humano calificado y sin una apuesta decisiva, por la innovación y la generación de productos y servicios con valor agregado, tanto por parte del sector público como del privado.

El estudio anteriormente referenciado del BID y Fundes señala que las limitaciones de las políticas científicas y tecnológicas, las dificultades para el acceso a financiamiento, la facilidad de que las invenciones sean imitadas y la escasez

de talento humano calificado son algunos de los más importantes obstáculos que limitan el potencial innovador de las Pymes en los cuatro países de referencia, incluyendo Colombia. Un aspecto alentador, tal y como lo señala el Informe Nacional de Competitividad 2011-2012, es el marco institucional desarrollado durante los últimos años y que busca promocionar las actividades de ciencia, tecnología e innovación. De igual forma, se espera que la decisión de canalizar un 10% de los recursos originados en las regalías a potencializar estas actividades tenga un impacto positivo sobre la base empresarial colombiana, la generación de productos con valor agregado y la competitividad exportadora.



“ Para el año 2011, el 80% del valor de las exportaciones colombianas estuvo representado por las ventas de productos primarios. ”

Reto número cinco: diversificar productos y mercados de exportación



La teoría económica hace alusión a distintos problemas que se derivan para una economía caracterizada por una estructura exportadora concentrada: vulnerabilidad a declives agudos en los términos de intercambio, riesgos asociados a la volatilidad de los ingresos por divisas y el hecho de que la concentración de exportaciones puede perjudicar el crecimiento económico de un país. Diversificar las exportaciones no significa dejar de exportar materias primas: se trata de

un mecanismo de política que puede contribuir a estabilizar los ingresos de exportación. Lo anterior es especialmente requerido en aquellos países donde la participación de las materias primas en la oferta exportadora es particularmente pronunciada. Esta descripción refleja de forma muy acertada la situación del comercio exterior colombiano: para el año 2011, el 80% del valor de las exportaciones colombianas estuvo representado por las ventas de productos primarios.

La diversificación de productos de exportación puede ser de carácter vertical u horizontal. La primera categoría se relaciona con un movimiento entre diferentes categorías de productos: pasar, por ejemplo, de exportar una materia prima a una manufactura, agregando valor al producto. La segunda implica una ampliación de la oferta exportadora, esta vez dentro de la misma categoría de bienes (Agosin, 2007). Adicionalmente, se pueden diversificar

las exportaciones ajustando la participación de los distintos productos en la oferta exportadora, o agregando nuevos productos. De forma paralela a la diversificación de productos, el tema de diversificación de mercados también es de gran importancia, en la medida en que permite a las em-

“El tema de diversificación de mercados también es de gran importancia, en la medida en que permite a las empresas diversificar su riesgo.”

presas diversificar su riesgo. Experiencias como la dramática caída del comercio bilateral con Venezuela durante los últimos años y su impacto negativo para muchas empresas colombianas, debido a la gran dependencia con respecto a este destino de exportación, son prueba de lo anterior.

Reto número seis: realizar estudios de inteligencia de mercados



Para lograr una inserción exitosa en los mercados internacionales, es de vital importancia estudiar cuidadosamente el mercado que se desea penetrar, antes de tomar una decisión en materia de exportación o cualquier otra estrategia de internacionalización. Los aspectos más importantes que deben tenerse en cuenta al momento de evaluar un destino de exportación están relacionados con el tamaño y estructura del mercado, la demanda potencial del producto, las condiciones de acceso y los canales de comercialización. Los estudios de mercado suelen contener además información de gran utilidad relacionada con los patrones de consumo, la mentalidad y las tendencias del producto en cuestión.

Llevar a cabo esta evaluación del entorno de negocios en el país (legislación aplicable al producto, instituciones regu-



ladoras), el costo de transporte, el tamaño y tasa de crecimiento del mercado, así como la receptividad que tendrá el producto es de inmensa ayuda para cualquier empresa al momento de realizar negocios internacionales (Wild, Wild y Han, 2010). Lo importante entonces es que los

cuadros directivos de las Pymes colombianas sean conscientes de que una decisión de exportación o internacionalización debe basarse en un análisis riguroso previo, con base en el cual se debe proceder a formular una estrategia para aproximarse a ese mercado.

En Colombia, distintas instituciones apoyan de forma muy importante a las empresas en la tarea de evaluar posibilidades para sus productos en los mercados internacionales: además de los estudios de mercado realizados por Proexport, las cámaras de comercio binacionales y las oficinas de información comercial adscritas a las embajadas suelen suministrar información de mucha utilidad. De igual forma, instituciones internacionales como el Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI), adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores de Holanda, ofrecen con frecuencia estudios de mercado y manuales de forma gratuita, disponibles en sus páginas web. Es de gran



importancia entonces aprovechar todos los mecanismos y herramientas que ofrecen las entidades promotoras del comercio exterior, tanto colombianas como internacionales.

Lograr una inserción exitosa de las Pymes colombianas en el mercado global es de la mayor trascendencia para la economía nacional. Su peso en materia de generación de empleo así como su partici-

pación en el PIB son indicadores que demuestran esta importancia. A nivel nacional, contamos con una estructura institucional muy importante y una serie de programas al servicio de las Pymes que pueden y deben ayudar en este propósito: instancias gubernamentales como el Ministerio de Comercio; Industria y Turismo; Proexport; Bancoldex; el Fondo Nacional de Garantías; las cámaras de comercio y Acoopi, por mencionar algunos. Por su parte, la tarea de las Pymes colombianas debe enfocarse en implementar un proceso decidido de mejoramiento de su productividad, a través de la incorporación de tecnología e innovación, con el objetivo de mejorar su competitividad exportadora. ■

Referencias

- Agosin M. R. (2007), *Export Diversification and Growth in Emerging Economies*, Working Papers, University of Chile, Department of Economics, 1-35.
- Berry A. (1997), *SME Competitiveness: The Power of Networking and Subcontracting*, International Monetary Fund, No. 105, Washington D.C.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - Cepal (2010), *La hora de la igualdad: brechas por cerrar, caminos por abrir*, Documento de Trabajo, Santiago de Chile.
- Consejo Privado de Competitividad – CPC (2011), *Informe Nacional de Competitividad 2011-2012*, Bogotá D.C.
- Dini M., Ferraro C. y Gasaly C. (2007), *Lecciones aprendidas y buenas prácticas en el desarrollo de los Proyectos de Integración Productiva*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.
- Milesi D. y Aggio C. (2008), *Éxito exportador, innovación e impacto social: un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.
- Wild et al. (2010), *International Business: The Challenges of Globalization*, New Jersey, USA: Prentice Hall.

Evolución del financiamiento Pyme en Colombia

<Corresponde al Comentario Económico del Día 26 de marzo de 2012>

Tradicionalmente se ha hablado de los bajos niveles de profundidad financiera del país. En particular, la relación cartera/PIB registró un 37% al cierre de 2011, mientras que en países como Chile este indicador supera el 90%.



En cuanto a inclusión financiera, al tercer trimestre de 2011, sólo el 63.1% de la población adulta en Colombia tenía al menos un producto financiero. Dicho indicador en economías desarrolladas llega al 93%. En ese mismo período, el número de empresas con al menos un producto financiero ascendió a 504.000 (creciendo sólo al 6.2% frente al mismo período de 2010), de las cuales 148.000 contaban con un crédito comercial y 8.000 con un microcrédito.

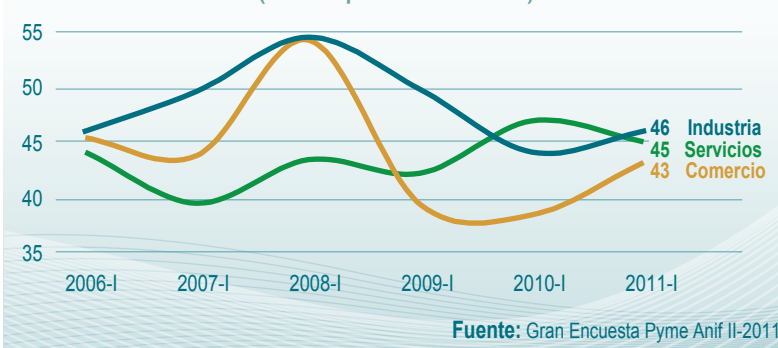
Sobre los bajos niveles de bancarización en Colombia han jugado un papel importante el cobro del Impuesto a las Transacciones Financieras (vigente hasta 2018 por cuenta de la Ley 1430 de 2010), el impuesto patrimonial (afectando la tenen-

cia de activos financieros), el control sobre las tasas de interés (incluyendo la tasa usura) y ahora el control a las tarifas de los servicios financieros (Decreto 4809 de diciembre de 2011). Estos elementos inciden negativamente en la bancarización y terminan por generar una retracción bancaria (ver *Comen-*

tario Económico del Día 31 de enero de 2012).

En este contexto resulta útil analizar qué ocurre en el segmento Pyme. En materia de acceso al crédito bancario, los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP) indican que, en el primer semestre de 2011, el 46% de las Pymes en el sector

Gráfico 1. ¿Solicitó crédito al sistema financiero?
(% de respuestas afirmativas)



industrial solicitó crédito al sistema financiero, el 45% en el sector de servicios y el 43% en el comercial, ver gráfico 1. Al mismo tiempo, las tasas de aprobación de dichos créditos se mantuvieron por encima del 93%. Estos resultados van en línea con el crecimiento de la cartera comercial y de consumo, que fue del 14.8% y el 20.6% real anual en 2011, respectivamente.

Cabe destacar que las tasas de interés de los créditos a las Pymes mantienen una tendencia a la baja. Sólo el 5% de los créditos otorgados en el sector comercio se aprobó a tasas superiores a DTF+8 puntos, el 7% en industria y el 11% en servicios. El rango de aprobación más común sigue siendo hasta DTF+4 puntos.

La GEP revela que entre el 50% y el 55% de los empresarios no solicitó crédito bancario. Ahora bien, no está claro si ello ocurre de forma voluntaria o si existe “racionamiento crediticio” para las Pymes más pequeñas. Un estudio reciente (Árbeláez *et al.*, 2010) encuentra evidencia de racionamiento de crédito para empresas pequeñas en el país. Dicho estudio muestra que la financiación a través de recursos internos creció de manera acelerada durante 1996-2008, lo cual es tomado como evidencia de restricción al financiamiento. Las empresas de menor tamaño, a diferencia de las grandes, financian más su actividad con recursos propios y con proveedores que con crédito financiero. Sin embargo, esto podría ser una decisión autónoma de las pequeñas firmas y no

necesariamente evidencia de “restricción crediticia”.

Algo similar ocurre en el resto de América Latina. Según la CAF (2011), sólo entre el 13% y 19% de las empresas pequeñas de la región usa crédito bancario para financiarse. Estas empresas financian el 65% de su inversión y capital de trabajo con recursos propios.

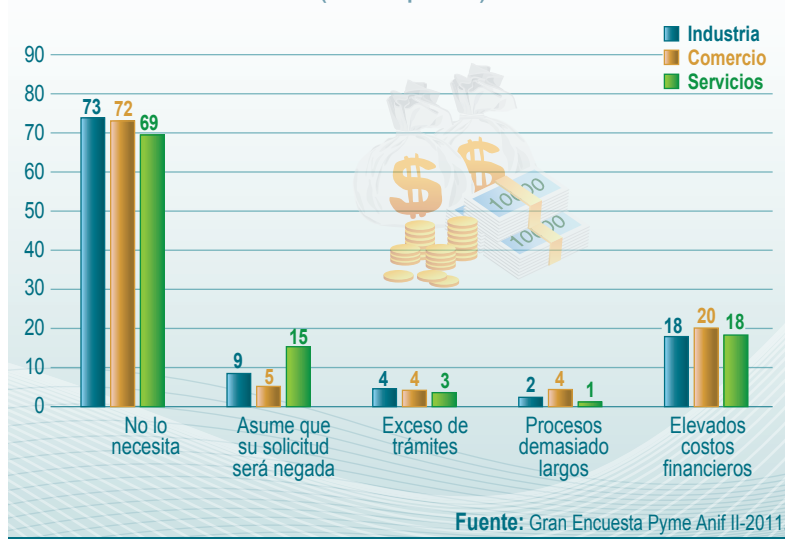
La propia GEP revela que, según los empresarios Pyme colombianos, la principal razón para no solicitar crédito es que no lo necesitan (entre el 69% y el 73% del total), ver gráfico 2. En la misma línea, cifras de la *Enterprise Survey 2010* muestran que en ese año el 65.2% de las pequeñas empresas y el 53% de las medianas no solicitaron crédito. De hecho, entre el 64.2% y el 67.6% manifestó que no lo hizo porque no lo necesitaba (ver *Comentario Económico del Día* 10 de octubre de 2011). Así, estas cifras

también dan a entender que las empresas Pyme terminan financiando su actividad principalmente con recursos propios o a través de otras fuentes con menores requisitos-trámites (como los proveedores), disminuyendo su demanda y necesidad por crédito bancario de más difícil consecución.

En síntesis,

pese a la expansión del crédito comercial en los últimos años, Colombia aún presenta niveles bajos de profundización financiera y bancarización. Como vimos, se requiere profundizar sobre las razones por las cuales sólo cerca de un 50% de las Pymes en Colombia solicita crédito. Según la GEP, ello es así por “voluntad” y no necesariamente por “restricción crediticia”, lo cual bien puede sustentarse en la importante holgura que se ha abierto respecto de la tasa de usura durante 2010-2012. ■

Gráfico 2. No solicitó crédito al sistema financiero porque:
(% de respuestas)



Auge minero-energético: admoniciones para Colombia

<Corresponde al Comentario Económico del Día 26 de abril de 2012>



Al igual que ocurrió con los descubrimientos petroleros de Caño Limón (1982) o los de Cusiana-Cupiagua (1991), Colombia está tratando de idear mecanismos de ahorro-inversión que permitan “sembrar” la actual bonanza minero-energética hacia el mediano plazo.

Ojalá que en esta ocasión los resultados sí resulten diferentes, pues de lo contrario nuestro país seguirá bastante rezagado respecto del crecimiento verdaderamente dinámico que muestra el mundo emergente, como en el caso de Asia.

Ya no se trata de admoniciones de simples “criollos” sino de voces autorizadas a nivel mundial como la de Jeffrey Sachs, quien visitó el país con ocasión del Congreso Colombiano de Infraestructura celebrado en Cartagena a finales de 2011. Si bien América Latina, en general, y Colombia, en particular, han logrado una especie de semiseparación en materia de crecimiento respecto a lo ocurrido en el mundo desarrollado durante esta Gran Recesión (2007-2012), ello ha ocurrido con base en términos de intercambio anormal-

mente favorables, lo cual esconde cambios estructurales en la composición del crecimiento que no jugarán a favor de la región de forma duradera.

Mencionaba Sachs que el mundo experimenta crecimientos “a tres velocidades”. Los países desarrollados muestran agotamientos estructurales y cambios poblacionales que afectan negativamente sus ganancias en productividad. En

segundo lugar aparece un grupo de países en desarrollo que han logrado importantes avances en su ingreso per cápita, lo cual implica multiplicadores de consumo al interior de sus mercados, como los de China, India, Malasia o Indonesia. Estos países, a su vez, han impulsado mercados exportadores de *commodities*, los cuales tienen “su cuarto de hora”, la mayoría de ellos situados en América Latina (Chile, Perú, Brasil y Colombia). Por último, figuran una serie de países pobres y excluidos de este ciclo de globalización, focalizados en África, especialmente en la zona del Sahel.

Colombia se destaca dentro de ese segundo grupo, con buenas posibilidades de “sembrar” su actual bonanza (ver gráfico 1). Sin embargo, su “ventana de oportunidades” tendrá corta duración (2012-2016). Esto debido a que la

Gráfico 1. Relación de términos de intercambio de Colombia



Fuente: Banco de la República.

presión poblacional y los daños ecológicos están generando una tensión que pronto alterará el relativo equilibrio que existía entre las fuentes de energía y la estructura productiva (lo que se denomina la era del “antropoceno”). Así, estos temas del calentamiento global ya no son retórica de “hippies” y ONGs, sino que estos fenómenos se están manifestando a través del impacto sobre grandes porciones de la población afectadas por inundaciones o sequías prolongadas.

Así, Colombia estará enfrentando tres grandes desafíos en su posicionamiento mundial durante el período 2012-2016. El primer desafío tiene que ver con *realizar ganancias en competitividad* que permitan acelerar nuestro crecimiento de forma sostenida a niveles del 6% anual (por quinquenios), aun en coyunturas de afectación de los términos de intercambio. Según el Foro Económico Global, Colombia todavía ocupa el puesto 68 entre 142 países, resultado de grandes atrasos en dotación de infraestructura y de deficiente calidad educativa.

Para superar el atraso en infraestructura, Colombia requiere invertir el equivalente al 6% del PIB por año, al menos durante una década de forma continua. Esto, a su vez, exige asignar recursos extraordinarios a tal fin, donde el 10% de Ecopetrol sería un buen “case” inicial (ver *Informe Semanal* No. 1119 de abril de 2012). Para superar la deficiente calidad educativa, donde Colombia fue 58 entre 65 países en las pruebas PISA, se requiere presupuesto adicional y replanteamiento de la orientación en la educación, especialmente en ciencia y tecnología.

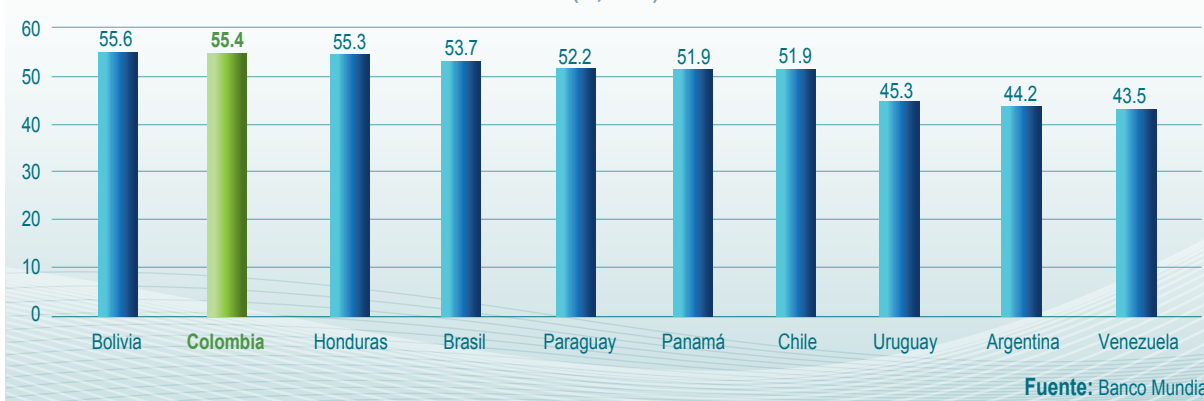
El segundo desafío tiene que ver con lograr mayor equidad social y de oportunidades. Un estudio reciente del Banco Mundial muestra a Colombia como uno de los países más inequitativos del mundo (Möller, 2012-ver gráfico 2). Superar este problema exige trabajo en muchos frentes, iniciando por la redistribución de la tierra productiva (en lo cual viene acertando la Administración Santos) y siguiendo por impulsar una reformar tri-

butaria que promueva el empleo frente al capital.

El tercer desafío es de carácter global, pues se refiere a cómo enfrentar los choques climáticos. El narcotráfico, la minería ilegal, la deforestación abierta atentan contra el equilibrio climático de forma aguda. Los años 2010-2011 revelaron los daños que todo ello puede causarle a los hogares y a la infraestructura del país, luego ha llegado la hora de tomar en serio estas admoniciones.

Colombia debe “sembrar” su actual bonanza minero-energética bajo la forma de dotación de infraestructura, pues después se cerrará esa oportunidad y arriesgamos con quedarnos con una estructura desindustrializada y donde la exportación de *commodities* ya no será una opción de aceleración del crecimiento. Esto mismo, dicho por “criollos”, no parece tener mayor validez, luego aprovechemos que estas admoniciones provienen de la Universidad de Columbia, en cabeza de Jeffrey Sachs, para hacerles caso de una vez por todas. ■

Gráfico 2. Índice Gini para América Latina
(%, 2010)



Bancarización, tasa de usura y mercado extrabancario

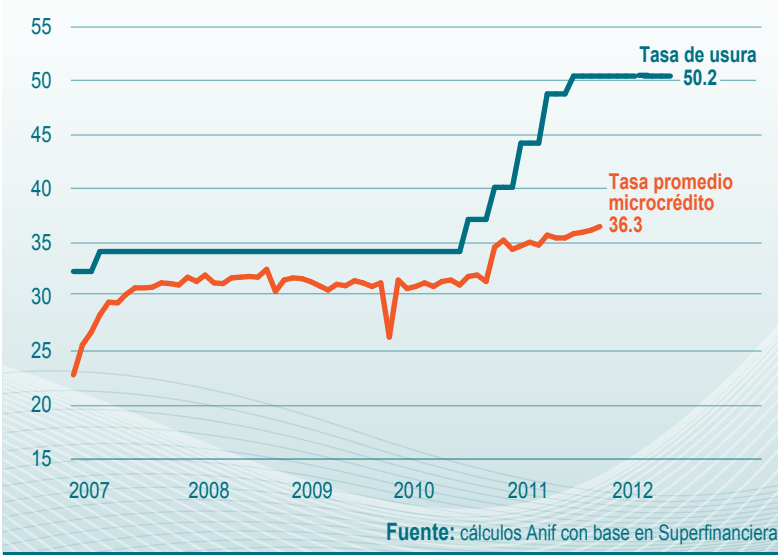
<Corresponde al Comentario Económico del Día 22 de marzo de 2012>

En 2010, el presidente Santos anunció dos importantes políticas tendientes a profundizar la bancarización en Colombia. Por una parte, se comprometió a desmontar el 4x1.000, medida que infortunadamente llegará de manera tardía en 2018.

De otra parte, Santos anunció que, a pesar de las dificultades que implica desmontar la Ley de Usura, estaría comprometido a abrirle espacio a los créditos más riesgosos a través de buscar una mayor holgura en la fijación de dichas tasas. Todo esto con el fin de lograr, simultáneamente, un mayor acceso a servicios financieros de la población más vulnerable y combatir la pobreza extrema.

Efectivamente, la Administración Santos en lo corrido de su gobierno ha cumplido lo prometido en cuanto a tasas de usura (ver gráfico 1). Después

Gráfico 1. Tasas de interés y de usura: microcrédito
(%)



de un período de tres años de congelamiento (2007-2010) en el que la tasa de usura de los microcréditos permaneció constante en un 33.9%, ésta se elevó progresivamente hasta llegar, en octubre de 2011, al 50.18% con una vigencia hasta septiembre de 2012. En el caso del tope a la tasa de interés cobrada en los créditos de consumo y comercial, éste pasó del 21.32% en diciembre de 2011 al 29.88% para el período enero-marzo de 2012.

Durante 2011, las tasas de mercado del microcrédito permanecieron en niveles del 34%-36% anual, alejándose del techo de usura en cerca de 14 puntos porcentuales. Los beneficios de dicha holgura en tasas de interés son evidentes: el número de microempresarios que han accedido a crédito por primera vez fue de 603.750 para 2011, con un acumulado de 2.8 millones para el período 2006-2011. También se ha observado un incremento en el volumen prestado. Por ejemplo, al corte de enero de 2012, se observaban incrementos en la cartera microcrediticia del 38.8% anual (34% real anual). Asimismo, el comportamiento de la calidad de la cartera de esta modalidad crediticia se redujo del 4.6% al 4.1% en el último año al corte de enero de 2012. Sin embargo, el Banco de la República (BR) ha hecho bien en elevar sus tasas de referencia y la Superintendencia Financiera sus políticas macroprudenciales para enfriar una posible sobreexpansión crediticia.

En el caso del crédito de consumo, la tasa de interés había descendido unos 310 pbs du-

rante 2010, a niveles del 16.6%. Sin embargo, ésta presentó incrementos sostenidos durante 2011 y para enero de 2012 alcanzaba niveles del 20.4%. Pero, aun así, dicha tasa representaba una holgura de 951pbs frente a la tasa de usura (ver gráfico 2). Probablemente dicha holgura ha jugado un papel importante a la hora de explicar volúmenes crediticios que crecen de forma sostenida a tasas, algo preocupantes, del 20.5% real anual a enero de 2012. En este frente es útil estar en guardia contra el conocido fenómeno del “*ever-green*”, donde se refinancian automáticamente los créditos para evitar que éstos caigan en vencimiento.

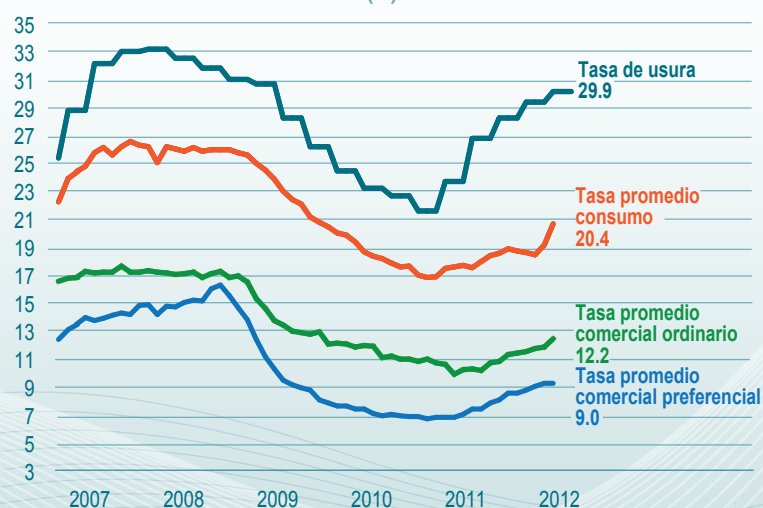
¿Qué implicaciones ha tenido todo esto sobre el mercado extrabancario?

Asobancaria señala que un 63.1% de la población adulta estaba bancarizada a septiembre de 2011, pero ello sólo im-

plicaría ganancias de 1 punto porcentual en el último año. Sin embargo, la relación crédito/PIB saltó del 33% al 37% durante 2011, con penetraciones especiales en microcrédito y consumo (ahora del 11% del PIB)

El problema es que desconocemos cifras recientes de los préstamos realizados por redes de amigos, las casas de empeño o el gota a gota. Según Econometría (2007), los hogares pagaban tasas de interés del 16% a los bancos, del 20.7% a las ONGs; del 22.8% a las cooperativas, del 68.3% a los amigos, del 80.2% a la empresa empleadora, del 213.8% a las casas de empeño y del 280% a los agiotistas. Sería bien importante actualizar estas mediciones para poder extraer conclusiones más robustas sobre el papel que ha jugado la ampliación de la holgura en lo referente a la tasa de usura, donde la Administración Santos ha honrado su palabra. ■

Gráfico 2. Tasa de interés y de usura: consumo y comercial (%)

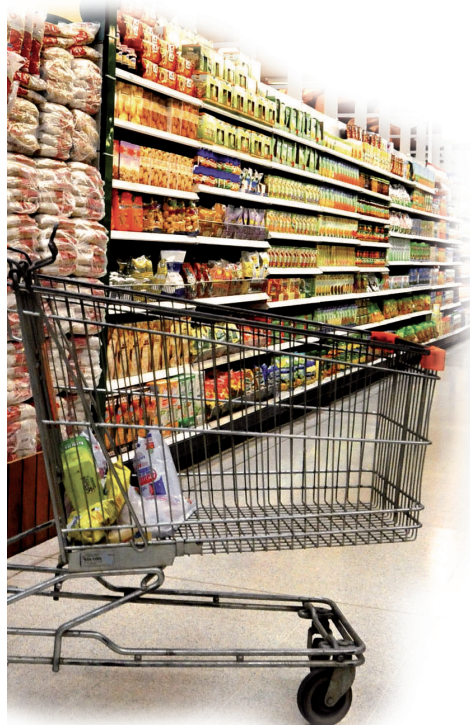


Fuente: cálculos Anif con base en Superfinanciera.

Comercio al por menor:

cierre de 2011 y perspectivas para 2012

<Corresponde al Comentario Económico del Día 3 de mayo de 2012>



El balance del sector de comercio al por menor fue muy positivo al cierre del año 2011. Según el Dane, dicho sector creció al 10.3% anual el año anterior, cifra cercana al 13.6% con que finalizó 2010. En particular, el impulso provino de una robusta demanda por bienes durables y un fortalecimiento de la confianza de los consumidores.

Por ramas comerciales, muebles y equipo para oficina fue el sector con mayor crecimiento (31.5% anual). Le siguieron vehículos (23.1%), calzado y artículos de cuero (19.8%) y artículos de ferretería (18.5%) (ver gráfico 1). Los grandes almacenes e hipermercados también exhibieron una buena dinámica al corte del cuarto trimestre de 2011. En este caso, bienes como calzado y artículos de cuero (29.2%), productos textiles y prendas de vestir (17.8%) y muebles y electrodomésticos (14.1%) fueron los protagonistas. Por el contrario, los sec-

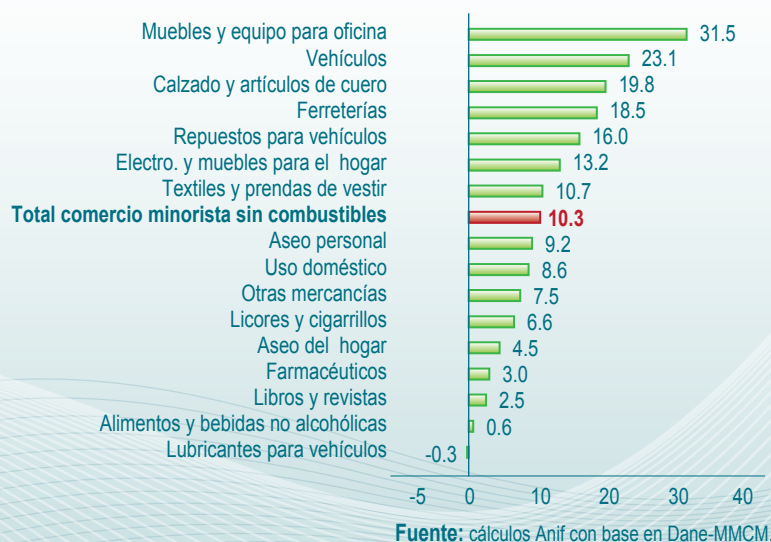
tores de alimentos y bebidas no alcohólicas, productos farmacéuticos y libros, papelería y revistas registraron los desempeños más bajos en ambos canales de comercialización. A nivel de demanda, el consumo de los hogares creció al 6.5% real anual durante 2011, cuando un año atrás lo hacía al 5.0%.

Por el lado de la confianza de los consumidores, de acuerdo con la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) de Fedesarrollo a diciembre de 2011, la percepción de los hogares sobre su situación económica, la situación económica del país y la disponibilidad para adqui-

rir bienes durables fue favorable. El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) cerró el año 2011 en un nivel de 29.8, cifra que se compara positivamente con el 16.7 registrado al final de 2010. Cabe destacar que el ICC inició el año 2012 con un balance aún más positivo (32.7), con lo que se completaron tres meses de incremento en la confianza.

El empleo y la dinámica del crédito de consumo también fueron importantes para el buen desempeño del sector. Por el lado del empleo, el comercio fue una de las actividades económicas que más generó puestos de trabajo du-

Gráfico 1. Ventas reales minoristas por grupo de mercancías
(Var. % acumulado en doce meses a diciembre de 2011)



rante el año 2011. En efecto, durante todo el año contribuyó con un poco más del 25% del total de ocupados a nivel nacional. En el plano crediticio, el crédito de consumo se expandió a tasas reales del 21% al finalizar el año 2011, mientras que el indicador de calidad tradicional (cartera vencida/cartera bruta) se estabilizó en niveles del 4.2%. Así, los hogares tuvieron facilidad de apalanca-

miento para comprar bienes a los comerciantes.

Las perspectivas para el año 2012 indican que el comercio al por menor desacelerará su ritmo de crecimiento, en línea con unas menores ventas de bienes durables (ver gráfico 2). En efecto, Anif estima que el comercio minorista crecerá al 9.1% anual al final del año 2012. Esto sería consecuencia de una moderación

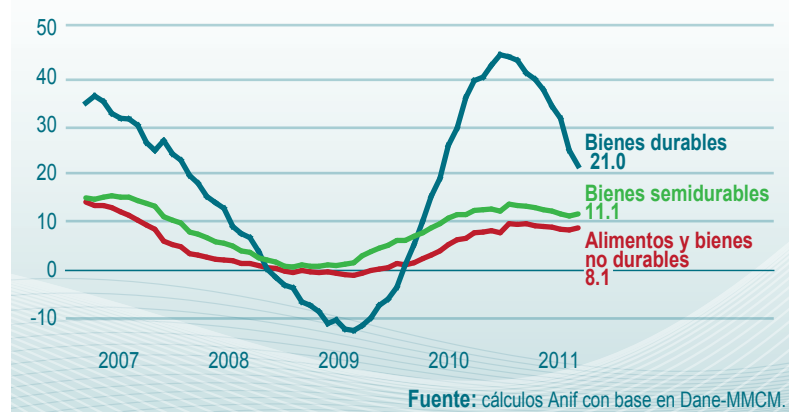
en la demanda y la confianza de los hogares en respuesta al apretón monetario del Banco de la República (BR), que ha elevado su tasa de interés de referencia del 3% al 5.25% en el último año, y a las difíciles condiciones externas (ver *Informe Semanal* No. 1105 de enero de 2012). Así, el comportamiento del comercio iría en línea con el del PIB total, que pasaría de crecer al 5.9% en 2011 a un estimado del 5% al cierre de 2012.

Los sectores líderes en las ventas de comercio en el año 2012 serían: muebles y equipos para oficina (33.7%), calzado y artículos de cuero (13.4%) y muebles y electrodomésticos (11.8%). Por su parte, los sectores que seguirían con un ritmo de crecimiento más lento serían: alimentos y bebidas no alcohólicas (2.1%), productos farmacéuticos (2.5%) y productos de aseo del hogar (5.7%).

En síntesis,

el año 2011 fue uno de los mejores años para el comercio al por menor al crecer a tasas del 10.3% anual. Para el año 2012 esperamos una leve desaceleración en su ritmo de crecimiento, a tasas todavía saludables del 9.1%. Eso sería consistente con el comportamiento del PIB del comercio que creció al 5.9% anual en 2011, y se expandiría al 5.4% en el año 2012. Los factores que impulsaron el sector en el año 2011 deberían moderarse en 2012, reduciendo la confianza de los consumidores y la demanda. Aquí jugarían un rol importante las medidas del BR y el complicado panorama externo. ■

Gráfico 2. Ventas minoristas por tipo de bienes
(Var. % acumulado en doce meses a diciembre de 2011)





Tamaño, formalización y productividad de las Pymes:

lecciones de Europa para América Latina

<Corresponde al Comentario Económico del Día 16 de mayo de 2012>

La grave crisis de la periferia europea tiene en sus raíces la pérdida de competitividad de su aparato productivo, tal vez con la notable excepción de Alemania y de las grandes firmas de tecnología de Francia. El grueso de dichas firmas europeas es de tamaño mediano y pequeño, lo cual les ha impedido explotar los beneficios de las “economías de escala-alcance”.

En el caso de Grecia, por ejemplo, un tercio de las empresas manufactureras son microempresas con menos de 10 trabajadores. En Portugal sólo el 19% de las firmas tienen más de 250 trabajadores. España carece de grandes firmas manufactureras y en Italia priman las empresas familiares, con ventajas de “creatividad”, pero con imposibilidad de conquistar los grandes mercados. Así, no sorprende saber que las firmas europeas con menos

de 20 trabajadores reportan productividades inferiores en un 50% a las obtenidas por firmas europeas con más de 250 trabajadores. Con frecuencia ocurre que las estrictas regulaciones del mercado laboral y del comercio internacional explican dichas diferencias en productividad (ver *The Economist*, marzo 3 de 2012).

¿Qué ocurre en este frente en América Latina? Si bien la región ha sido exitosa en evitar el “contagio” de la actual crisis internacional, preocupa su

bajo potencial de crecimiento respecto de Asia (5% vs. 8%) y sus bajas ganancias en productividad. El BID reporta a Chile como el único país de la región que aumentó su productividad respecto a la de Estados Unidos durante 1960-2005. En el caso de Colombia se abrió una brecha de productividad de un -17% durante ese mismo período (ver gráfico adjunto).

En América Latina también ocurre que las grandes empresas tienden a ser más productivas que las Pymes, luego resulta

interesante indagar las razones de ello. En primer lugar aparece la capacitación del personal, la innovación productiva y el papel de las certificaciones de calidad, donde el tamaño juega a favor. En segundo término figura el acceso al crédito y, en el caso de las firmas más grandes, el acceso al mercado de capitales (emisión de bonos y/o acciones), lo cual permite abaratar el “costo de uso del capital”, tal como viene ocurriendo en Colombia (ver *Comentario Económico del Día* 6 de marzo de 2012). Ahora bien, en Colombia ocurren factores negativos que afectan transversalmente a todas las firmas, tales como los topes en la tasa de usura y el gravamen a los movimientos financieros. Sin embargo, el gravamen a los activos (impuesto patrimonial) afecta más seriamente a las firmas grandes.

Céspedes *et al.* (2011) han encontrado que la elevada informalidad en Colombia frena el crecimiento de la productividad, precisamente por inhibir los factores arriba mencionados (capacitación, innovación, calidad, crédito, etc.). De hecho, las micro y pequeñas empresas informales reportan productividades que son un quinto de las observadas en firmas formales.

Dado que las Pymes generan entre un 60%-80% del empleo total en Colombia, pues resulta fundamental trabajar en políticas pro-crecimiento-formalización. Aquí cabe recordar que la experiencia de Europa nos dice que la sobre-regulación afecta más que proporcionalmente a



las Pymes, luego se debe evitar que las firmas quieran seguir siendo pequeñas para “arbitrar” el marco regulatorio a su favor (Garicano *et al.* 2012).

Anif ha venido señalando que la baja productividad de nuestras firmas obedece a problemas de carácter estructural, incluyendo: i) la precaria infraestructura del país; ii) las rigideces del mercado laboral que se evidencian en los altos costos de despido, el salario mínimo y los sobrecostos no salariales del orden del 60%; y iii) un régimen tributario complejo que destruye el flujo de caja de las Pymes

por cuenta del sistema de retenciones. Así, para no repetir el error de Europa en materia de rezago y pequeñez de las firmas, es crucial avanzar en estos frentes para promover la formalización y crecimiento en el tamaño de las firmas, pues de lo contrario ellas tampoco podrán aprovechar la expansión del mercado que supuestamente ofrecerán los nuevos TLCs con Estados Unidos y Europa. En palabras del Premio Nobel de Economía del año 2008, Paul Krugman: “La productividad no es todo, pero en el largo plazo es casi todo”. ■

SEPARATA ESPECIAL



Gestión Emprendimiento e Innovación

www.ean.edu.co

Universidad Ean

ganó la bolsa millonaria

Andrés Felipe Ortiz, estudiante de primer semestre de la Especialización en Gestión de Portafolios en Inversión y Valoración de Empresas de la Universidad EAN, ganó el primer lugar en el Concurso la Bolsa Millonaria, organizado por la Bolsa de Valores de Colombia. Luego de un mes de competencia, el portafolio constituido por el estudiante, con una alta concentración en las acciones de Ecopetrol, Isagen y Valorem, obtuvo una rentabilidad del 23.68%, la más alta en el concurso.

El premio son \$10 millones para ser invertidos en la Bolsa de Valores de Colombia -BVC- y una beca para tomar cursos en la BVC.

Para el profesor de la Universidad EAN, Édgar Jiménez, los buenos resultados de los estudiantes eanistas que participan en el concurso la Bolsa Millonaria obedecen, además de una excelente formación técnica financiera, al trabajo en el laboratorio financiero, que cuenta con las últimas tecnologías para el análisis de los mercados y acceso

directo a la información a través de Bloomberg.

Por otra parte, para Adriana Cárdenas, directora de Educación de la Bolsa de Valores de Colombia, esta experiencia es un acercamiento entre la academia y el sector empresarial para generar crecimiento y una experiencia real entre los estudiantes. En su opinión, el primer puesto que nuevamente ocupa la Universidad EAN es una participación destacada dado el acompañamiento de los docentes.



“El primer lugar de la Universidad EAN es el resultado de la formación en administración que tiene un proceso que busca alto desempeño en el mundo del mercado de valores”

► Foto: Universidad Ean.
Andrés Felipe Ortiz, ganador del Concurso la Bolsa Millonaria.



Universidad Ean desarrolla investigación sobre las Pymes cundinamarquesas

La Cámara de Comercio de Facatativá y la Universidad EAN, a través de su grupo de investigación Entorno Económico, realizaron una investigación de factibilidad exportadora para los pequeños productores de las regiones de Gualivá (vía Alto del Vino – Villeta) y Magdalena Centro (vía Facatativá – San Juan de Río Seco) en Cundinamarca.

El estudio dio como resultado que los principales problemas que afrontan los pequeños productores, empresarios y Pymes del departamento de Cundinamarca están principalmente ligados a la carencia de estructuras financieras sólidas, al bajo grado de tecnificación en sus procesos de producción y a la baja generación de valor agregado.

Los resultados obtenidos por el estudio se constituyen en un insumo de gran importancia para el diseño de estrategias necesarias para afrontar los retos de las nuevas condiciones comerciales generadas a partir de la firma de tratados de libre comercio.



Pymes transformadoras Promesa del sector metalmecánico

<Luz Marina Sánchez *
José Divitt Velosa**>

Introducción

La dinámica del sector metalmecánico se ha mantenido de forma creciente en los últimos tiempos. Luego de años negativos como 2008, la tendencia ha cambiado y la esperanza de tratados de libre comercio con Chile- 2009, Canadá-2011 y ahora Estados Unidos-2012 abren la posibilidad de crecimiento a las Pymes de este sector, principalmente para las que tienen que ver con la fabricación de productos intermedios y partes para otros sectores.

A principios de 2011, el sector había importado US\$885

millones, lo que significó un crecimiento del 45.2% respecto al mismo período del año anterior; y las exportaciones de la industria alcanzaron US\$930.5 millones, lo que representó una variación de aproximadamente el 33%. Esto indica una balanza positiva, donde las Pymes son las que mejor pueden aprovechar este crecimiento.

Según un estudio realizado a finales de 2010, por Business Monitor Latin America en siete países la-

tinoamericanos, las Pymes más optimistas son las colombianas, ya que un 81% consideraba que la situación mejoraría en los siguientes doce meses, frente a un 79% que fue el promedio regional (Carrillo, 2011).

*Ingeniera industrial, Magister en Administración y PhD en Ciencias Empresariales. Docente titular de Ingeniería de Producción con más de veinte años de experiencia en asesoría, docencia e investigación, autora de libros de ingeniería. Correo-e: lusanchez@ean.edu.co. Celular: 3115443704.

**Ingeniero mecánico, Magister en Administración y Magister en Ingeniería. Docente asociado de Ingeniería de Producción. Con más de ocho años de experiencia en asesoría, docencia e investigación, autor de libros de ingeniería. Correo-e: jvelosa@ean.edu.co. Celular: 3134523265



El sector metalmeccánico en Colombia

A pesar de que el país no tiene recursos naturales propios para cubrir la demanda interna y que importa más del 70% de la materia prima destinada a la metalmeccánica, esta cadena productiva representa el 12% del Producto Interno Bruto (PIB) industrial de Colombia, convirtiéndose en uno de los dos sectores más importantes del país junto con el de alimentos.

Como se puede observar en el gráfico 1, entre los años 2003 a 2005 el crecimiento del sector metalmeccánico fue superior al del PIB total. Ese mismo comportamiento empezó a evidenciarse nuevamente a partir del año 2009 y se espera que esta tendencia se mantenga.

Según el Departamento Nacional de Estadísticas – Dane², en el país existen registradas alrededor de 635 empresas transformadoras dedicadas a la actividad metalmeccánica, distribuidas principalmente en los centros productivos del país: Bogotá, Medellín, Cali y, en menor proporción, en la costa Atlántica, Santander y Norte de Santander.³ En el gráfico 2 se observa que desde el año 2002 las empresas dedicadas a la fabricación de productos elaborados de metal D28 han crecido significativamente frente a las otras dos actividades: fabricación de

productos metalúrgicos básicos (D27) y fabricación de maquinaria y equipo (D29).

El segmento de productos de herramientas y artículos para el hogar y ferretería es el que reporta los índices más altos de producción en la cadena, concentrando también los mayores registros en materia

de ocupación laboral y número de empresas dedicadas a la actividad, mientras que los artículos para oficina, maquinaria para construcción, para el comercio y para minería tienen los niveles más bajos.

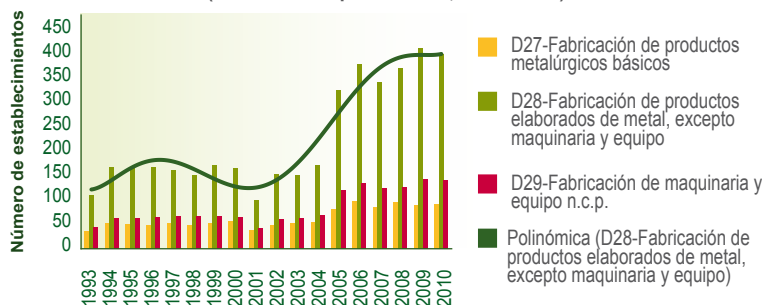
Colombia es hoy importador de productos semiprocesados del sector metalmeccánico

Gráfico 1. Tasa de crecimiento del PIB productos metalúrgicos básicos y el PIB total



Fuente: Benchmark, 2012

Gráfico 2. Número de establecimientos por actividad económica (subsectores representativos; 1993 -2010)



Fuente: los autores con datos de BPRBenchmark.

¹Reporte Sectorial – Metalmeccánico BPRBenchmark, 2012

²La Andí reveló en un documento alusivo a Expometálica 2005, que la cadena para ese año estaba compuesta por cerca de 1.600 empresas que aportan el 12% del PIB.

³Para 1998, estudios económicos revelaron que la composición de la cadena por tamaño de empresa estaba distribuida así: 79.4% de los establecimientos eran pequeñas empresas, 17.1% medianas y 3.4% grandes compañías. Análisis de Cadenas Productivas. Cadena Metalmeccánica. DNP 2004.

y exportador de materiales ferrosos y no ferrosos. Las importaciones de metales han tenido un aumento considerable, y las exportaciones una reducción. Sin embargo, la balanza sigue siendo positiva, como se mencionó anteriormente. Es de suponer que las importaciones están fuertemente relaciona-

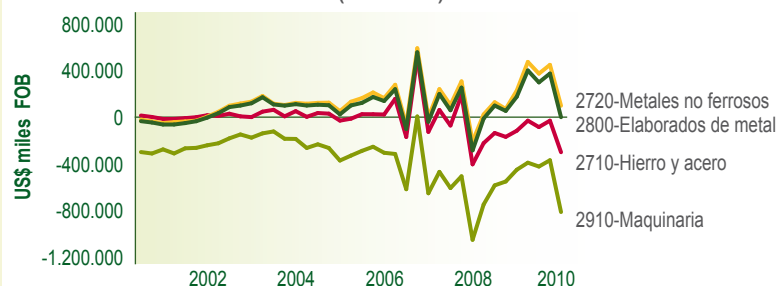
das con el impulso que ha generado la inversión directa en el país. Sectores como el petrolero y la minería local han hecho que las materias primas sean transformadas y utilizadas en el mercado interno.

Como se puede evidenciar en el gráfico 3, las empresas dedicadas a los materiales no ferro-

sos han tenido un crecimiento sostenido, mientras que las empresas de elaborados de metal y las dedicadas al hierro y el acero no evidencian una dirección clara. Pero lo más inquietante es la tendencia de maquinaria y equipo, que año a año está más distante del equilibrio, ya que el país no ha entrado en la dinámica de desarrollar tecnologías propias en esta línea y se ha centrado en la manufactura de piezas y partes semielaboradas. Por ello es en esta actividad donde se espera, de alguna forma, evidenciar el grado de innovación y desarrollo de la ingeniería en las empresas colombianas.

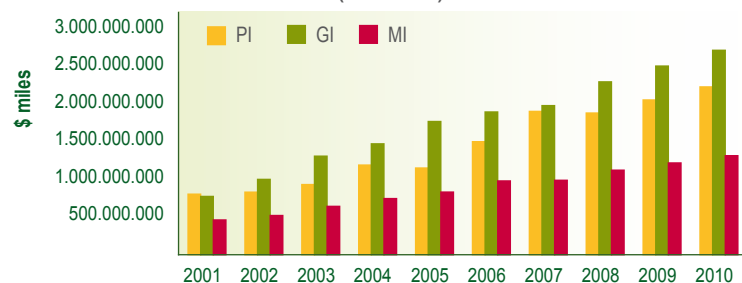
En el gráfico 4 se observa el crecimiento sostenido de todas las empresas, independiente de su tamaño. Sin embargo, son las medianas industrias (MI) las que más generan producción industrial con una tendencia creciente. En ellas se concentra para 2009 el 43.3% del total de la producción, seguidas de la gran industria (GI), con el 35.5%, y el 21.1% de la pequeña (PI). Esto significa que es principalmente sobre este tipo de empresa que se deben generar estrategias sostenidas de crecimiento, caracterizar sus procesos y fortalecer sus necesidades de desarrollo desde el área sectorial, académica o estatal.

**Gráfico 3. Balanza comercial de algunas actividades económicas
Sector metalmeccánico exportador
(2001-2010)**



Fuente: Benchmark, 2012

**Gráfico 4. Producción industrial metalmeccánica por tamaño de empresa,
según escala de personal
(2001-2010)**



Fuente: los autores con datos del Dane.

Cadena productiva

La cadena del sector metal-mecánico inicia con los procesos de extracción, refinamiento y fundición de los minerales, que dependen mucho de los recursos naturales de una región y cuyo fin es obtener metales libres de impurezas. Este primer paso requiere de tecnología y recursos, por ello muchas de las materias primas especializadas provienen de las importaciones de países con más experiencia en este proceso. La segunda fase es lograr por medio de procesos de manufactura como el mecanizado, la fundición, el trefilado, la laminación o la forja, productos procesados para otros sectores con un gran componente de valor agregado. Esta parte de la cadena tiene gran importancia desde el punto de vista innovador, de gestión tecnológica y estratégica, y es allí donde estas pequeñas y medianas empresas pueden marcar un factor decisivo.

El principal producto de importación de la lista de demanda es el laminado en caliente (Hot Rolled HR) que se transforma para obtener productos de laminado en frío (Cold Rolled CR). En Colombia casi todo el acero comercial lo produce Acerías Paz de Río, por lo tanto, uno de los mayores esfuerzos del sector apunta hoy a concentrar y dirigir mayores inversiones para aumentar la producción nacional de laminado en frío, para al menos en este sentido sustituir las importaciones.

Para las Pymes los procesos de manufactura tradicionales de desprendimiento de metal, conformación y unión utilizan tecnologías convencionales y con bajo o muy poco desarrollo científico. Otros procesos como las aplicaciones del láser en corte, medición, calibración y corte con agua o mecanizado de alta velocidad que requieren el uso de tecnologías avanzadas y que ya son utilizados en empresas de talla mundial, están muy lejos de ser implementados en las Pymes colombianas, lo que genera otro reto importante para el sector.

“ En Colombia casi todo el acero comercial lo produce Acerías Paz de Río, por lo tanto, uno de los mayores esfuerzos del sector apunta hoy a concentrar y dirigir mayores inversiones para aumentar la producción nacional. ”



METALMECÁNICO



Oportunidades del sector

Según la Andi, “el crecimiento de la industria se debe en parte a la inversión para modernizarse y al crecimiento de otros sectores como la construcción y las obras públicas, que está en expansión” (Andi, 2012). Otro elemento fundamental es el anuncio del presidente Santos de destinar el 10% del Sistema General de Regalías en el país, con el fin de garantizar recursos para los empresarios interesa-

dos en desarrollar sus negocios y darle un impulso a estos a través de la innovación tecnológica constante que garantice para las Pymes colombianas competitividad en los mercados a nivel mundial. (Latinpymes, 2011)

Estos esfuerzos muestran un panorama muy alentador para los negocios en el sector. Sin embargo, las empresas deben modernizar su aparato productivo y prepararse para enfren-

tarse mercados cada vez más competitivos. Aspectos como los procesos de transferencia de tecnología, la automatización de procesos y el uso de software para los procesos de gestión empresarial y de producción se convierten en vitales para el desarrollo del sector.

Desde esta perspectiva es importante que las empresas se concentren en los siguientes aspectos:

Establecer la forma como la empresa desea competir o ser reconocida en el mercado



De acuerdo con esto la empresa podría utilizar alguna de las siguientes prioridades: diferenciación, costo, flexibilidad o tiempo. Las características de la empresa, pero también las acciones que debe seguir en el futuro, dependen del tipo de prioridad seleccionada. En este sentido una empresa puede tener más de un tipo de prioridad, lo que la lleva a enfocar sus esfuerzos en varias direcciones, genera mayor desgaste y adicionalmente puede confundir al mercado. A continuación se explica cada una de las prioridades que puede seguir la empresa. Diferenciación: hace referencia a la entrega de un producto de alta calidad, en donde se destacan diseños innovadores, altos niveles de servicio y exclusividad en el tipo de producto, se tiende a fabricar en

bajos volúmenes y el cliente está dispuesto a pagar por la singularidad que le permite el producto (Porter, 2001). Con este tipo de estrategia se espera un alto margen por cada producto ya que no se proyectan grandes volúmenes de venta. Costos: se busca entregar productos con bajo precio de venta, lo que implica bajos costos de producción, para un mercado masivo. En esta dimensión lo que diferencia al producto de su competencia es el bajo costo, usualmente no hay ninguna otra diferenciación competitiva. Se espera un bajo margen de utilidad por cada producto, pero se compensa con altos niveles de demanda (Ave-lla, 1999). Flexibilidad: hace referencia a la capacidad que tiene la empresa para adaptarse a una serie de condiciones específicas

establecidas por el cliente. Estas condiciones pueden ser de tres tipos: la cantidad, es decir la capacidad de adaptarse rápidamente para aumentar o disminuir el volumen de producción, en los requerimientos de diseño, o la capacidad de adaptarse a las condiciones específicas que requiere el cliente del producto y en la variedad de referencias (Hill, 2000). Tiempo: hace referencia a la velocidad y en este sentido se consideran tres aspectos: el tiempo de entrega, es decir hacer promesas con tiempos inferiores a los de la competencia; el cumplimiento en las promesas de entrega y la velocidad en el desarrollo de nuevos productos, o sea la capacidad de innovación que presente la empresa frente a sus competidores (Miller J. G.; Roth).

Establecer el nivel de capacidad tecnológica de la empresa

En este sentido se busca definir en qué nivel se encuentra la empresa en lo que se refiere a diseño y manufactura y de este modo definir si se encuentra en el nivel necesario para enfrentar la prioridad competitiva que haya seleccionado. Una vez medida esa capacidad, se concentrará en mejorar aquellos aspectos necesarios para alinearse con la prioridad y de esta forma llegar a los niveles de competitividad que requiere para enfrentar el mercado.

Conclusión

Las Pymes transformadoras del sector metalmecánico han tenido un fuerte aumento en número y en aporte en la producción nacional en los últimos años. Unidas a las esperanzas de las locomotoras del presidente Juan Manuel Santos, hacen que los ojos de muchos analistas e inversores en innovación y tecnología se centren en buscar el impulso a este tipo de empresas. Sin embargo, para poder dar el salto es importante que las políticas gubernamentales, los gremios, pero especialmente las propias empresas, se decidan a llevar a cabo el proceso de transformación estratégica y tecnológica que requieren para insertarse en los mercados globales. ■



Bibliografía

- Andi (2012), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de http://www.andi.com.co/pages/noticias/noticia_detalle.aspx?IdNews=275
- Avella L. (1999), Focal Points in Manufacturing Strategic Planning in Spain Comparison with American and other European Manufacturers, *International Journal of Operation & Production Management*, University of Oviedo, Oviedo-Asturias, Spain, Vol. 19, No. 12., págs. 1292-1317.
- Banco de la República (2012), Banco de la República.
- Recuperado el 10 de mayo de 2012, de www.banrep.gov.co/economia/flujo/C1flujoinv.xls
- Benchmarck B. (2012). BPR Benchmarck - Reportes Sectoriales Metalmecánico, Bogotá D.C.: Benchmarck.
- Carrillo J. (2011), Mercado de dinero. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de [Mercadodedinero.com.co/Pymes/pymes-de-colombia-son-optimistas-frente-al-2011.html](http://www.mercadodedinero.com.co/Pymes/pymes-de-colombia-son-optimistas-frente-al-2011.html)
- Hill T.J. (2000). *Manufacturing strategy-Text and cases*. McGraw Hill.
- Latinpymes (mayo de 2011), Latinpymes-Centro de Desarrollo Empresarial. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de site/2011/05/la-innovacion-tecnologica-un-punto-clave-para-el-desarrollo-de-las-pymes-del-pais/
- Miller J. G. y Roth A. V. (1994), "A Taxonomy of Manufacturing Strategies", *Management Science*, March. Vol. 40, No. 3.
- Porter M. (1991), *La ventaja competitiva de las naciones*, Argentina, Ediciones B. Argentina, 1991.

Convenios internacionales

El pasado 16 de mayo de 2012 la Universidad EAN firmó un Acuerdo de Cooperación Académica con la Università degli Studi di Genova, con el objeto de establecer relaciones de cooperación y de asistencia recíproca de carácter académico, fomentar la movilidad docente, estudiantil y de personal técnico-administrativo, y potenciar la cooperación en el campo de la investigación científica.

El pasado 18 de mayo de 2012 la Universidad EAN firmó un anexo al Acuerdo de Cooperación Académica con el Instituto Superior de Gestión de París, ISG, con el fin de otorgar a los estudiantes de Maestría de la Universidad EAN, la posibilidad de obtener la doble titulación de sus programas con el MBA Internacional del ISG en París, Francia.



► Università degli Studi di Genova.

Participación en eventos internacionales



II Conferencia Internacional de la Unesco en Suiza

El pasado mes de mayo 2012, la Universidad EAN participó en la II Conferencia de la Unesco en Lausana-Suiza sobre la temática: “Technologies for Sustainable Development: A Way to Reduce Poverty”. La doctora Elizabeth León Velásquez presentó el trabajo de investigación sobre “Trends of Environmental Practices toward Corporate Sustainability in Colombia”.

Conferencia Anual de la Air And Waste Management Association (AWMA) en Estados Unidos

Del 19 al 22 de junio de 2012, el doctor Juan Felipe Franco, profesor asociado y director del Programa Ingeniería Ambiental de la Facultad de Ingeniería, estará representando a la Universidad EAN en la Conferencia Anual de la Air and Waste Management Association (AWMA) en San Antonio (Estados Unidos), un evento de talla mundial que este año se realiza en su versión número 105. El trabajo a presentar se titula “Urban Air Pollution in Bogota, Colombia: An Environmental Justice Perspective” y hace parte de una de las investigaciones que adelanta el Grupo de Gestión Ambiental de la Universidad EAN.



Medición del costo de los recursos propios (K_e)

Un reto para las empresas colombianas

<Martha Lucía Pachón Palacios*>

Introducción

El cálculo del costo de los recursos propios (también llamado rentabilidad exigida a las acciones) permite establecer cuánto valen los fondos utilizados para desarrollar un proyecto, inversión o empresa, teniendo en cuenta que los fondos provienen del inversionista y/o accionista.

El costo de los recursos propios (K_e) es la rentabilidad que un inversionista exige a las acciones (empresa), proyecto o inversión por encima de la renta fija sin riesgo. Estos fondos entregados por el inversionista a la empresa son un costo para ella porque con el desarrollo de su operación deben ser

multiplicados para generar un beneficio al inversionista.

Establecer el valor del costo de los recursos propios ha sido un tema importante en las finanzas. Autores como Gordon y Shapiro (1956); Modigliani y Miller (1958); Sharpe (1964); Ross (1976); Cotner y Fletcher (2002); y Fernández y Carabias

*Administradora de empresas de la Universidad Externado de Colombia, especialista en Finanzas de la Universidad del Rosario y magíster en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana. Con experiencia como docente en la Universidad del Rosario, la Universidad Javeriana y la Universidad Externado de Colombia en asignaturas del área financiera. Coautora del libro titulado *Una aproximación a los estudios de futuro* publicado por la Universidad Externado de Colombia en el año 2004. Actualmente, docente asociado de la Universidad EAN en la Facultad de Postgrados y autora de la investigación en revisión para publicación "Modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios". Adicionalmente, con amplia experiencia en el sector financiero en el área financiera.
E-mail: mlpachon@ean.edu.co

(2006), recopilados en la investigación “Modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios” (en proceso de publicación 2012 Universidad EAN), han formulado teorías y realizado pruebas empíricas para tratar de expresar en modelos, metodologías y fórmulas matemáticas diferentes formas de llegar al cálculo de estos recursos.

La importancia se debe a que el cálculo equivocado del costo de los recursos propios puede originar la exigencia inadecuada, por parte de los inversionistas, de rentabilidades en empresas y proyectos en donde no son posibles los niveles de rentabilidad exigidos, es decir que el inadecuado cálculo de los recursos propios puede ocasionar que el inversionista exija rentabilidades por encima o por debajo de las que puede cumplir un determinado proyecto o empresa, ocasionando el desperdicio de recursos o sobrecostos.

Si para calcular la viabilidad de un proyecto o inversión las empresas miden equivocadamente el costo de los recursos propios, sea por encima de su valor real o por de bajo, pueden descartar proyectos que en definitiva eran viables, proyectos que pueden contribuir a la generación de rentabilidades dentro de la organización y a su vez al crecimiento del país.

Una característica fundamental que tienen en común los diferentes autores y estudios que han tratado de calcular el costo de los recursos propios es que el factor primordial para llegar a un verdadero valor es el riesgo. “Las organizaciones de todos los tipos y tamaños enfrentan factores internos y externos e influencias

“ En un mundo de alta competencia, en donde los cambios son constantes, las empresas deben estar cada día mejor preparadas para asumir retos y una de las formas para lograrlo es conociendo cómo sus riesgos influyen al momento de tomar decisiones. ”

que hacen incierto el cuándo y si sí van a alcanzar sus objetivos. El efecto que dicha incertidumbre tiene en los objetivos de la organización es el riesgo”, ISO 31000 (2009).

Identificar los riesgos tanto internos (dentro de la empresa) como externos que afectan a una empresa, inversión o proyecto no sólo contribuye

a la medición del costo de los recursos propios (rentabilidad exigida por el inversionista), sino que permite que la empresa plantee las estrategias necesarias para establecer medidas que le permitan minimizar y controlar sus riesgos.

En un mundo de alta competencia, en donde los cambios son constantes, las empresas deben estar cada día mejor preparadas para asumir retos y una de las formas para lograrlo es conociendo cómo sus riesgos influyen al momento de tomar decisiones.

En el año 2011 se aplicó una metodología a 30 empresas de Colombia para calcular el costo de los recursos propios y para establecer los factores de riesgo que tienen en cuenta al momento de tomar sus decisiones. La investigación “Modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios” (en proceso de publicación 2012 Universidad EAN) desarrolla una encuesta dirigida a las organizaciones y aplicada directamente a personas del nivel directivo de las áreas Financiera, de Proyectos y de Estrategia, quienes son considerados como las personas dentro de la organización que toman decisiones principalmente de inversión y financiación, y establece con estos criterios cuál es la cuantificación de los riesgos y la importancia de cada uno de ellos dentro de la organización.

Con este estudio se concluye que las categorías de riesgos que influyen en las decisiones de las empresas encuestadas son:



1 Riesgo financiero: El riesgo de pérdidas por la insuficiencia de recursos para el volumen de operaciones. Incertidumbre en las operaciones financieras.



2 Riesgo tecnológico: El riesgo de pérdidas resultantes de una falta de adecuación o falla en los procesos o sistemas internos. Riesgo vinculado a fallas en seguridad y continuidad operativa de los procesos y sistemas informáticos. Problemas en la calidad de la información.



3 Riesgo estructura organizacional: El riesgo de obtener pérdidas porque la cultura organizacional influye en la agilidad de los procesos y en la toma de decisiones. Por la inadecuada capacitación del personal. Errores humanos.



4 Riesgo político-social: El riesgo de pérdidas por los hechos políticos o sociales exógenos a la empresa que afectan su actividad. Las fallas en los servicios públicos, la ocurrencia de desastres naturales, atentados y actos delictivos. Las fallas en servicios críticos provistos por terceros.



5 Riesgo de competencia: Riesgo de pérdidas derivadas de la presencia en el mercado de empresas que prestan servicios o vendan productos afines a los de la empresa. Mayores ventajas tienen las otras empresas del sector.



6 Riesgo económico: Es el riesgo de obtener pérdidas producto de factores inherentes a la economía, como son la inflación, tratados internacionales, aranceles, globalización, entre otros.

Con los resultados de la encuesta y mediante una metodología multicriterio, Analytical Hierarchical Process (AHP), se integran los elementos que constituyen la medición del riesgo privado, se establece la prima de riesgo y se calcula del costo de los recursos propios.

Análisis de los datos

La metodología fue aplicada a 30 empresas colombianas tomadas del listado de las 3.000 empresas más grandes de Colombia, en términos del total de activos, según la base de datos de la Superintendencia de Sociedades del año 2009.

La influencia de las categorías de riesgo en cada una de las empresas a las que se les aplicó el modelo se encuentra en el cuadro 1.









La prima de riesgo y el costo de los recursos propios de cada una de las 30 empresas junto con el sector al cual pertenecen, en orden de la más riesgosa a la menos riesgosa, se encuentra en el cuadro 2.

En el cuadro 2 se evidencia que la empresa que tiene un mayor riesgo es la empresa O con una prima de riesgo equivalente al 9.04%, que se encuentra ubicada en el sector de Fabricación de automóviles, seguida de la empresa L con una prima de riesgo del 5.06%, del sector de Radio y televisión.

Las empresas de menor riesgo son B y W, con una prima de riesgo del 2.50% y el 2.53% respectivamente; la primera es del sector Fabricación de cemento, hormigón, yeso y cal, y la segunda al sector Fabricación de cartón, papel y productos derivados.

Entre mayor riesgo tiene la empresa, mayor exigibilidad en rentabilidad, es decir que el costo de los recursos propios debe ser superior. En el cuadro 2 se observa que la empresa X tiene una prima de riesgo del 4.28% superior a la empresa S del 3.76%, por lo tanto el costo de los recursos propios de X es superior al de S, 12.5% y 12% respectivamente.

Cuadro 1. Ponderación de la categoría de riesgos por empresa

Categoría de riesgos							
 Empresas	 Riesgo financiero	 Riesgo tecnológico	 Riesgo estructura organizacional	 Riesgo político-social	 Riesgo de competencia	 Riesgo económico	 Prima de riesgo ponderación
A	3.03%	1.6%	1.29%	3.78%	3.07%	2.69%	2.58%
B	2.27%	1.6%	2.97%	1.89%	3.07%	3.23%	2.5%
C	4.55%	1.6%	1.48%	3.78%	4.09%	1.29%	2.8%
D	2.27%	3.2%	2.97%	1.89%	6.14%	1.08%	2.92%
E	1.14%	3.2%	1.48%	7.56%	3.07%	6.45%	3.82%
F	4.55%	1.6%	5.93%	2.52%	2.05%	1.61%	3.04%
G	2.84%	5.34%	2.47%	3.15%	2.27%	1.19%	2.88%
H	4.55%	3.2%	2.97%	3.78%	1.23%	3.23%	3.16%
I	1.82%	1.6%	1.98%	3.78%	4.09%	2.15%	2.57%
J	2.27%	6.41%	5.93%	1.89%	2.05%	1.61%	3.36%
K	1.52%	1.6%	2.97%	3.78%	3.07%	3.23%	2.69%
L	9.09%	6.41%	5.93%	0.95%	1.53%	6.45%	5.06%
M	1.52%	1.6%	2.97%	3.78%	6.14%	1.61%	2.94%
N	4.55%	6.41%	5.93%	1.26%	3.07%	1.08%	3.71%
Ñ	4.55%	1.28%	2.97%	1.89%	3.07%	2.15%	2.65%
O	15.16%	1.88%	1.85%	1.4%	1.7%	32.25%	9.04%
P	2.27%	6.41%	5.93%	1.89%	2.05%	1.61%	3.36%
Q	1.82%	1.6%	1.48%	7.56%	3.07%	3.23%	3.13%
R	1.14%	6.41%	5.93%	7.56%	3.07%	1.29%	4.23%
S	1.52%	6.41%	2.97%	7.56%	3.07%	1.08%	3.76%
T	2.27%	3.2%	3.71%	3.15%	2.05%	1.61%	2.67%
U	4.55%	3.2%	2.97%	1.89%	3.07%	1.08%	2.79%
V	2.27%	1.6%	2.97%	3.78%	3.07%	1.61%	2.55%
W	2.27%	3.2%	1.48%	2.52%	2.45%	3.23%	2.53%
X	3.03%	2.14%	5.93%	1.26%	12.27%	1.08%	4.28%
Y	1.82%	3.2%	5.93%	2.52%	2.45%	1.61%	2.92%
Z	6.06%	1.28%	1.98%	1.89%	2.45%	4.3%	2.99%
AA	1.52%	3.2%	2.97%	3.78%	3.07%	1.61%	2.69%
AB	1.52%	3.2%	2.97%	3.78%	2.05%	3.23%	2.79%
AC	227%	6.41%	0.74%	3.78%	6.14%	2.15%	3.58%
Promedio							3.33%

Fuente: elaboración propia, basado en Saaty (2001).

Cuadro 2. Prima de riesgo, costo de los recursos propios y sector por empresa, de la más riesgosa a la menos riesgosa

Sector al cual pertenece la empresa	Empresas	Prima de riesgo ponderación	TES	KE
Fabricación de vehículos automotores y sus partes	O	9.04%	8.21%	17.3%
Radio y televisión	L	5.06%	8.21%	13.3%
Fabricación de telas y actividades relacionadas	X	4.28%	8.21%	12.5%
Compañía de financiamiento comercial	R	4.23%	8.21%	12.4%
Fabricación de telas y actividades relacionadas	E	3.82%	8.21%	12,00%
Construcción	S	3.76%	8.21%	12,00%
Productora de alimentos (lácteos)	N	3.71%	8.21%	11.9%
Geología, análisis de perforación de pozos petroleros	AC	3.58%	8.21%	11.8%
Fabricación de productos químicos (fibras químicas)	J	3.36%	8.21%	11.6%
Fabricación de productos químicos (aseo)	P	3.36%	8.21%	11.6%
Fabricación de maquinaria y equipo (electrodomésticos)	H	3.16%	8.21%	11.4%
Educación (universidad)	Q	3.13%	8.21%	11.3%
Fabricación de cartón, papel y derivados	F	3.04%	8.21%	11.3%
Comercio al por menor (hipermercados)	Z	2.99%	8.21%	11.2%
Comisionista de bolsa	M	2.94%	8.21%	11.1%
Fabricación de productos químicos (belleza)	D	2.92%	8.21%	11.1%
Industria metalmeccánica y sus derivados (acero)	Y	2.92%	8.21%	11.1%
Fabricación de productos de cemento, hormigón, yeso y cal	G	2.88%	8.21%	11.1%
Telefonía y redes (celulares)	C	2.8%	8.21%	11,00%
Construcción	U	2.79%	8.21%	11,00%
Productora de alimentos (chocolate y otros)	AB	2.79%	8.21%	11,00%
Fabricación de maquinaria y equipo (maquinaria pesada, amarilla)	K	2.69%	8.21%	10.9%
Productora de alimentos (grasas)	AA	2.69%	8.21%	10.9%
Salud (hospital)	T	2.67%	8.21%	10.9%
Fabricación de vehículos automotores y sus partes	Ñ	2.65%	8.21%	10.9%
Comercio al por menor (hipermercados)	A	2.58%	8.21%	10.8%
Preparación de madera y fabricación de productos de madera	I	2.57%	8.21%	10.8%
Actividades diversas de inversión y servicios financieros	V	2.55%	8.21%	10.8%
Fabricación de productos de cemento, hormigón, yeso y cal	W	2.53%	8.21%	10.7%
Fabricación de cartón, papel y derivados	B	2.5%	8.21%	10.7%

Fuente: elaboración propia, basado en Saaty (2001).

Conclusiones

Si se calcula el costo de los recursos propios teniendo en cuenta los riesgos internos y externos, por medio de la identificación de las principales categorías de riesgos inherentes a las empresas, capturando la información directamente de las empresas, es de esperar que la toma de decisiones para la viabilidad o no de proyectos y empresas sea más acertada que simplemente aplicando modelos que basan su estimación en el comportamiento de las rentabilidades de las empresas con respecto a la rentabilidad del mercado y no con relación a los riesgos de la organización.

Para las empresas es tan importante conocer y controlar sus riesgos que el 30% de las 30 empresas participó activamente contando la experiencia que han tenido dentro de la organización para estructurar la Gestión Integral de Riesgos. Adicionalmente, el 100% de los participantes mostró interés por el tema de riesgos y por la alternativa de medir la rentabilidad de los accionistas con base en los riesgos inherentes a la empresa y no por los movimientos de los precios de las acciones en la Bolsa.

Las 30 empresas participantes han iniciado procesos para la medición, control y seguimiento de los riesgos, la mitad de la muestra de una manera avanzada y el resto inició su proceso en el transcurso de los últimos dos años.

Los sectores que se destacan como los más riesgosos dentro de las 30 empresas a las cuales se les aplicó la metodología, y por consiguiente los recursos aportados por los inversionistas son más costosos, o en otras palabras la exigencia de mayores rentabilidades por parte de los socios, son: el Automotriz, Radio y Televisión, y el Textilero.

De las 30 empresas la que presenta los niveles más bajos de riesgo es una perteneciente a la Fabricación de cemento, hormigón, yeso y cal, y en segundo lugar la empresa que pertenece al sector de Fabricación de cartón, papel y productos derivados. Para estas dos empresas el riesgo más significativo es el riesgo político-social.

El riesgo que menos preocupa a los gerentes financieros, de proyectos y/o riesgos, según las 30 empresas estudiadas, y que para ellos tiene la menor influencia en el momento de toma de decisiones en la organización es el catalogado como riesgo de estructura organizacional, con una participación del 12% del total de las seis categorías de riesgos.

La categoría de riesgos que más afecta a las 30 empresas y que es una constante preocupación dentro de la organización es la de los riesgos agrupados en Riesgo de competencia con un 23% de participación sobre el total de las categorías, en donde el factor más significativo dentro de ella es el aumento de los pre-

cios de la materia prima (23%) siendo acorde con la encuesta de los TOP 10 más importantes riesgos a nivel mundial (Corporate Executive Board 2010), seguido de la disminución de los precios de venta (15%), la entrada de nuevas empresas (13%) y la disminución de los volúmenes de ventas (11%).

La segunda categoría de mayor influencia dentro de las 30 empresas es la de Riesgos financieros, con un 20% sobre el total. Los riesgos más significativos dentro de la categoría son rentabilidad (35%), la lenta recuperación de cartera (21%) y la liquidez (19%).

Las demás categorías para las 30 empresas se comportan así: 17% riesgo económico, en donde se destaca como principal factor de riesgo la inflación (24%), seguido de la devaluación (21%) y disminución del PIB (14%); los tratados de libre comercio son el 12% junto con la globalización (11%); 15% riesgo político-social, siendo el factor más importante la falta de vías aptas para el transporte terrestre (23%) y las tarifas impositivas (15%); 13% riesgo tecnológico, siendo el factor más influyente la falta de eficiencia en los procesos (19%) y 12% riesgo de estructura organizacional, influyendo la falta de recurso humano altamente calificado (14%), la alta rotación de personal (13%) y la falta de planes de sucesión para el relevo generacional (11%).

Con los datos actuales, que permiten evidenciar la gran preocupación de los empresarios por los factores de riesgo que generan la competencia, se puede afirmar que es importante revisar las condiciones de los tratados de libre comercio con otros países para no causar traumas en estas 30 empresas colombianas estudiadas, ya que son sensibles al aumento de los precios de las materias primas y la entrada de nuevos competidores.

Por otro lado, teniendo en cuenta que la segunda categoría de riesgos que preocupa a las empresas es el riesgo financiero, es importante que la economía continúe con la liquidez actual para facilitar la obtención de recursos para el desarrollo de las operaciones de las organizaciones. No obstante, con anuncios que hace el Banco de la República, como el de subir las tasas de interés en los próximos meses, el men-

saje que reciben las empresas es que el dinero se pone más costoso, afectando la rentabilidad de las empresas, uno de los principales riesgos de la categoría financiera.

Adicionalmente, aunque los riesgos clasificados en la categoría de riesgo político-social tienen una menor influencia que los anteriores (15% sobre el total de las categorías), no deja de ser preocupante para las 30 empresas los estragos ocasionados por las lluvias, que han contribuido al desbordamiento de los ríos, el derrumbe de carreteras y caos en las vías colombianas, que unidos a su denuncia de la falta de vías aptas para el transporte terrestre, originan una alerta por lo que pueda pasar en los próximos meses si sigue lloviendo.

Lo preocupante de esta situación es que se generan mayores costos de transporte que se ven reflejados en los precios ofrecidos a sus clientes y, sino, en bajas rentabilidades.

Un factor que cada vez es menos preocupante para las 30 empresas es el riesgo que generan los secuestros y los grupos armados fuera de la ley. Las políticas de seguridad del gobierno pasado y la continuidad de esta medida durante el nuevo gobierno, a pesar de que la delincuencia continúa, han permitido que los empresarios ya no vean este riesgo como uno de los más importantes.

Las principales divisiones de categorías de riesgos realizadas por las 30 empresas estudiadas son los riesgos inherentes a la estrategia, operación, talento humano y en un solo grupo social-político-económico.

Se recomienda para futuras investigaciones concentrar la muestra en un solo sector, diseñar la encuesta de tal forma que agrupe los riesgos en las categorías exclusivas para el sector escogido y de acuerdo con los sistemas integrales de riesgos existentes y más utilizados en Colombia. ■

Bibliografía

- Arnott R. D. y Bernstein P.L. (2002), "What Risk Premium is 'Normal?', *Financial Analysts Journal*, Vol. 58, No. 2, 64-84.
- Bartley J. W. (1982), "Accounting for the Cost of Capital: An Empirical Examination", *Journal of Business Finance and Accounting*, B(2), 239-254.
- Berumen S. y Llamazares F. (2007), La utilidad de los métodos de decisión multicriterio (como el AHP) en un entorno de competitividad creciente, Grupo de Investigación Competitividad y Desarrollo Local en la Economía Global, Cuadernos de Administración, Universidad Externado de Colombia, Julio-Diciembre, 2007, Bogotá.
- Canada J., Sullivan W. y White J. (1997), *Análisis de la inversión de capital para ingeniería y administración*, Prentice Hall, 483-508.
- Corner J. y Fletcher H. (2000), "Computing the Cost of Capital for Privately Held Firm", *American Business Review*, June, 2000; 18, 2; ABI/Inform Global.

- Damodaran A. (2008), What is the Riskfree Rate? A Search for the Basic Building Blok, Stern School of Business, New York University, December, 2008.
- Díaz G. y Quintana V. (2009), “Factores para evaluar la viabilidad de proyectos de conservación de edificaciones esenciales, no productivas, en zonas sísmicas”, Artículo de Investigación, Departamento de Ingeniería Civil, Facultad de Construcciones, Universidad del Oriente, Santiago de Cuba, Cuba.
- Enterprise Risk Management Framework (COSO ERM), (2005).
- Fama E.F. y French K.R. (2002), “The Equity Risk Premium”, *Journal of Finance*, 57 No. 2, 637-659.
- Fernández P. y Del Campo J. (2010), Market Risk Premium used in 2010 by Analysts and Companies: a Survey with 2,400 Answers, IESE Business School, May, 2010.
- Federation of European Risk Management Associations FERMA (2009), Standard of Risk Management.
- Gordon M. and Shapiro E. (1956), “Capital Equipment Analysis: The Required Rate of Profit”, *Management Science*, October, 1956.
- Jiménez L. y De La Torre C. (2008), Valoración de riesgos de un proyecto utilizando el proceso jerárquico de análisis, Área de Matemáticas, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Castilla – La Mancha.
- Martínez E. (2007), Aplicación del proceso jerárquico de análisis en la selección de la localización de una Pyme, Anuario Jurídico y Económico Escurialense, Real Centro Universitario, San Lorenzo del Escorial.
- Mayfield E. S. (2004), “Estimating the Market Risk Premium”, *Journal of Financial Economics*.
- Modigliani F. y Miller M. (1958), “The Cost of Capital Corporate Finance and the Theory of Investment”, *The American Economic Review*, XLVIII, 261-297, June, 1958.
- Olmos I., Sánchez L. y Bernardi B. (2009), Cálculo del costo de capital para una muestra de empresas utilizando el proceso de jerarquía analítica para el cálculo del costo del patrimonio, Universidad del Norte, Bogotá.
- Organization for Standardization, ISO 31000 (2009), Risk Management. Principles and guideline.
- Pachón M. L. y Camargo R. (2004), Una aproximación a los estudios de futuro, Universidad Externado de Colombia, junio, 2004.
- Pachón, M. L. (2012), Modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios. En proceso de publicación Universidad EAN.
- Restrepo L. F., Vélez R., Méndez C., Rivera H. y Mendoza L. (2009), Aproximación a una metodología para la identificación de componentes que crean condiciones para la perdurabilidad en empresas colombianas, Documentos de Investigación, Facultad de Administración, Universidad del Rosario.
- Rosillo J. (2009), Modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Sharpe W. F. (1964), “Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk”, *The Journal of Finance*, Vol XIX Nº 3, 425-442, September, 1964.
- Saaty T. (1994), Fundamentals of Decision Making and Priority Theory, RWS Publications, Pittsburg.
- Saaty T. (2001), *Decision Making for Leaders, The Analytic Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*, RWS Publications, Pittsburg.
- Yepes A. y Vivas A. (2010), Contrastación empírica del modelo alternativo para calcular el costo de los recursos propios elaborado por Jorge Rosillo, trabajo de grado, Facultad de Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Convocatorias abiertas a las Pymes para promover el desarrollo tecnológico y los encadenamientos productivos

La unidad de desarrollo e innovación empresarial Innpulsa abre dos convocatorias para destinar recursos no reembolsables, que promuevan las actividades Pyme a nivel tecnológico y de encadenamiento productivo. En el primer caso, se cuenta con un presupuesto de \$28.000 millones que serán asignados al desarrollo de aplicaciones basadas en Internet en dos líneas temáticas: i) desarrollo de proveedores/distribuidores con miras a atender las necesidades puntuales de fortalecimiento empresarial, promover la conectividad y apoyar el uso de las TICs en Mipymes;

y ii) encadenamientos productivos, en este caso los proponentes pueden ser gremios, cámaras de comercio, confederaciones de empresarios u organismos representantes del clúster.

La segunda convocatoria busca apoyar los encadenamientos productivos de las Mipymes a nivel nacional. El programa cuenta con un presupuesto de \$12.196 millones. Estos recursos de cofinanciación serán asignados a proyectos que procuren la innovación, el fomento y la promoción, mediante el mejoramiento de la calidad y productividad de las Mipymes

www.innpulsacolombia.com

La Superintendencia de Sociedades presentó un proyecto de reforma sobre las garantías para los créditos Pyme

Luis Guillermo Vélez, superintendente de Sociedades, presentó al Congreso un proyecto de reforma de garantías para los créditos a las Pymes. Dada la dificultad para obtener la aprobación de un crédito, que en ocasiones encuentran estas empresas, el proyecto plantea que las pequeñas y medianas empresas puedan usar como garantía las cuentas por cobrar, los productos futuros y el inventario. Adicionalmente se quiere mejorar los procesos de cobro a los acreedores.

www.supersociedades.gov.co



Servicios de arbitraje gratuito para las Pymes en la Cámara de Comercio de Bogotá

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y su Centro de Arbitraje y Conciliación (CAC) establecieron un servicio gratuito de arbitraje para las Mipymes que quieran resolver algún pleito jurídico con proveedores, empresas grandes, otras Mipymes o personas naturales, cuando el valor de éste no exceda los \$50 millones.

El CAC cuenta con árbitros especializados en diferentes áreas del derecho que se relacionan con la actividad Pyme: civil, comercial, propiedad intelectual, telecomunicaciones, económico y financiero, entre otros. Para acceder a este servicio permanente, se debe llenar un formulario de solicitud que cualquier Pyme puede conseguir en los centros comunitarios de la CCB. La próxima fecha límite que tiene el CAC para recibir los casos es el 26 de septiembre de 2012.

www.caccb.org.co

El gobierno anuncia \$32.000 millones en tecnología para las Pymes

En el marco del evento Mipyme digital realizado en Bogotá el 24 y 25 de mayo, se anunció la entrega de recursos por valor de \$32.000 millones que se invertirán en infraestructura tecnológica con el fin de promover el desarrollo de las Mipymes. Este programa, respaldado por Bancoldex, surge por la debilidad percibida en tecnología dentro del segmento. Se estima que del total de Mipymes existentes (97% de 1.6 millones de empresas totales en el país), sólo el 7% tiene una conexión permanente a Internet en sus actividades productivas.

De esta forma, se espera avanzar en el bajo nivel tecnológico de las Pymes en su cadena productiva y en el desarrollo de tecnología que mejore la cadena de suministros, el contacto con los clientes, sus ventas, entre otros aspectos. Los recursos se entregarán a grupos Pyme y agremiaciones con el fin de crear programas y aplicaciones tecnológicas que impulsen económicamente a estas empresas.

www.bancoldex.com

Las Pymes podrán contar de nuevo con beneficios tributarios al *leasing*

La Ley de Libranzas (Ley 1527 de 2012) sancionada por el presidente Santos permite que las Pymes puedan acceder nuevamente a los beneficios tributarios y contables en contratos de *leasing*. Tales beneficios habían expirado el 31 de diciembre

de 2011. De esta forma, cuando una empresa acuda a este tipo de financiamiento para el desarrollo de sus proyectos y/o actividades, el valor pagado por cuota de capital y costos de financiamiento podrá ser deducido en su totalidad para efectos fiscales.

<http://www.fenalco.com.co/contenido/2753>