

COYUNTURA

Pyme

ANIF Centro de
Estudios
Económicos
Asociación Nacional de Instituciones Financieras

Alternativas de financiamiento para las Pymes



Col. \$10.000

ISSN No. 2011-9755



7 709990 642735

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: anif@anif.org
www.anif.co

Director · Sergio Clavijo
Subdirector · Alejandro Vera
Secretaria General · Helena Hidalgo
Investigador Jefe · David Malagón
Investigadores · Álvaro Parga
y Sandra Zamora

Diseño y diagramación · Tatiana Herrera
Editora · Ximena Fidalgo
Impresión · Prensa Moderna

**Departamento Comercial
y de Mercadeo
Publimarch**
María Inés Vanegas
Gerente Comercial y de Mercadeo
E-mail: mivanegas@anif.com.co
comercial@anif.com.co
Celular: 310 561 71 97
Teléfonos: (051) 312 45 03
(051) 310 15 00 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

- 4 | Entorno empresarial en Colombia:
¿Qué nos dice el informe *Doing Business* 2013?

Actualidad Pyme

- 7 | Evolución reciente del financiamiento Pyme
Sandra Zamora
- 17 | Ingreso de las Pymes al mercado de valores: el “Segundo
Mercado” en Colombia y la experiencia internacional
Álvaro Parga
- 25 | El *factoring* como herramienta financiera para las Pymes
Santiago Bernal Uribe
- 33 | Políticas públicas e instrumentos de financiamiento para las
Pymes en Colombia
Luis Alberto Zuleta
- 38 | Desempeño, perspectivas y estímulos para la actividad industrial
Edgar Caicedo y María Alejandra Hernández

Coyuntura Sectorial

- 46 | Indicador Pyme Anif (IPA): primer semestre de 2013
- 48 | Dinámica y comportamiento del sector industrial en 2013
- 50 | Dinámica y comportamiento del comercio minorista en 2013
- 52 | Evaluación del potencial exportador de Colombia

Separata Especial EAN

- Métodos de gestión aplicados en la ejecución de proyectos
internos en Pymes
- Marketing virtual: Twitter como una herramienta de negocios

Notas Prácticas

- 59 | INNpula brinda respaldo económico a encadenamientos
productivos en los que participan Mipymes
- 60 | Consultas en internet sobre turismo en Colombia vienen de
Europa y Estados Unidos

Entrevista Pyme

- 61 | Catalina Ortiz Lalinde
Gerente general de iNNpula

Entorno empresarial en Colombia:

¿Qué nos dice el informe *Doing Business* 2013?

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* 2013, con cifras actualizadas a junio de 2012, ubicó a Colombia en el puesto 45 entre 185 países en el ranking mundial de facilidad para hacer negocios. Así, el país ocupó el tercer lugar en el ranking regional (32 países de América Latina y El Caribe), precedido por Chile y Perú (puestos 37 y 43, respectivamente), ver cuadro 1.

Este reporte enfatiza su análisis principalmente en la perspectiva de vida de las Pymes, teniendo en cuenta las regulaciones que influyen en su operación. Así, el informe clasifica las economías según diez áreas de regulación: i) apertura de empresas; ii) manejo de permisos de construcción; iii) obtención de electricidad; iv) registro de propiedades; v) obtención de crédito; vi) protección al inversionista; vii) pago de

impuestos; viii) comercio transfronterizo; ix) cumplimiento de contratos; y x) resolución de insolvencia.

En su versión de 2013, este reporte hizo un estudio de caso para tres países, con el fin de analizar su evolución en materia de regulación para facilitar la actividad empresarial en los últimos seis años. Esos tres países fueron Colombia, Letonia y Ruanda. Para Colombia, este análisis trajo como principal resultado que el ascenso del país del lugar 79 en 2006 al 45 en 2012, entre 185 países en el ranking mundial, fue consecuencia de la adopción de 25 reformas institucionales y regulatorias durante los últimos ocho años (ver cuadro 2). Dichas reformas, según el documento, han mejorado significativamente la calidad del “ambiente empresarial”.

A lo largo del período de análisis, variables como la apertura de empresas y la protección de inversionistas contaron con una evolución positiva significativa. En efecto, a nivel de apertura de empresas, Colombia pasó del puesto 90 al 61 gracias

Cuadro 1. Haciendo negocios: ranking entre 185 países (2011-2012)

Aspectos regulatorios	Colombia			Chile			Perú		
	2011	2012	Ascenso (+) Descenso (-)	2011	2012	Ascenso (+) Descenso (-)	2011	2012	Ascenso (+) Descenso (-)
Facilidad para hacer negocios	42	45	-3	39	37	2	41	43	-2
Apertura de empresas	65	61	4	27	32	-5	55	60	-5
Obtención de electricidad	134	134	Igual	41	40	1	82	77	5
Manejo de permisos de construcción	29	27	2	90	84	6	101	86	15
Registro de propiedades	51	52	-1	53	55	-2	22	19	3
Obtención de crédito	67	70	-3	48	53	-5	24	23	1
Protección al inversionista	5	6	-1	29	32	-3	17	13	4
Pago de impuestos	95	99	-4	45	36	9	85	85	Igual
Comercio transfronterizo	87	91	-4	62	48	14	56	60	-4
Cumplimiento de contratos	149	154	-5	67	70	-3	111	115	-4
Resolución de insolvencia	12	21	-9	110	98	12	100	106	-6

Fuente: Banco Mundial - Ranking *Doing Business* 2012-2013.

a que: i) el número de días para instaurar una empresa disminuyó de 43 a 13; y ii) los procedimientos requeridos para dicho proceso se redujeron de 13 a 8. Por su parte, en la protección al inversionista se destacan algunos marcos regulatorios como los establecidos mediante la Ley 964 de 2005 y el Decreto 3139 de 2006. Éstos favorecieron el desarrollo del mercado de capitales y la existencia de una mayor transparencia en la información reportada a inversionistas (permitiendo el ascenso de la posición 33 a la 6).

No obstante, el comportamiento más coyuntural del país en el ranking no fue satisfactorio. En el último año, Colombia perdió 3 puestos en el ranking mundial de facilidad para hacer negocios (del 42 al 45). De hecho, el país desmejoró en 7 de las 10 áreas regulatorias: registro de propiedades, obtención de crédito, protección al inversionista, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de insolvencia.

La principal caída de Colombia fue en la resolución de insolvencia (conocida anteriormente como cierre de una empresa), donde se perdieron 9 puestos, pasando del 12 al 21. Este descenso fue consecuencia de que los costos de este proceso, que representaban tan sólo el 1% de los bienes totales de la empresa en 2011, alcanzaron un 6% en 2012. Pero aun así, el país se encuentra por debajo del promedio de América Latina y el Caribe (17%) y específicamente del promedio de Chile y Perú (11%). Esto permite resaltar que, pese a la caída, el país todavía cuenta con un buen ranking en esta área.

Otro aspecto que presentó una disminución significativa en el último año fue el cumplimiento de contratos. Históricamente, el país ha mostrado un rezago en esta variable y en el último año esta tendencia se confirmó tras la baja de 5 puestos en el ranking, pasando del lugar 149 al 154 (mientras que Chile ocupó la posición 70 y Perú la 115). Además, en otras áreas donde el país no se ha caracterizado por tener un buen puntaje, como el pago de impuestos y el comercio transfronterizo, se observó un retroceso de cuatro puestos, del 95 al 99 y del 87 al 91, respectivamente (comparado con los puestos 36 y 28 de Chile y los 85 y 60 de Perú en la última medición).

Cuadro 2. Evolución de Colombia en el ranking mundial para hacer negocios (2006-2012)

Aspectos regulatorios*	2006	2012	Ascenso (+) Descenso (-)
Facilidad para hacer negocios	79	45	34
Apertura de empresas	90	61	29
Manejo de permisos de construcción	60	27	33
Registro de propiedades	56	52	4
Obtención de crédito	83	70	13
Protección al inversionista	33	6	27
Pago de impuestos	172	99	73
Comercio transfronterizo	128	91	37
Cumplimiento de contratos	141	154	-13
Resolución de insolvencia	26	21	5

*Obtención de electricidad no se incluyó entre los aspectos del informe de 2007.
Fuente: Banco Mundial - Ranking *Doing Business* 2007-2013.

Finalmente, en el caso de la obtención de crédito se dio un descenso del lugar 67 al 70, mientras que hubo una reducción de un puesto en la protección al inversionista y en el registro de propiedades.

Pese a lo anterior, un hecho positivo del último año fue el sostenimiento de la dinámica observada en años previos en la apertura de empresas, con un ascenso de 4 posiciones (del puesto 65 al 61). Esto se dio gracias a la reducción del número de procedimientos requeridos para esta actividad (de 9 a 8), del tiempo requerido (de 14 a 13 días) y de su costo como porcentaje del ingreso per cápita (bajó del 8% al 7.3%).

En síntesis, hemos visto cómo Colombia estructuralmente y en el mediano plazo ha venido haciendo progresos significativos para facilitar el desarrollo de actividades empresariales. En efecto, el informe *Doing Business* 2013 mostró que el país mejoró su posición en el ranking de facilidad para hacer negocios subiendo del lugar 79 en 2006 al número 45 entre 185 países en 2012. Sin embargo, la evaluación coyuntural del último año no resulta tan satisfactoria pues se perdieron 3 puestos respecto a lo observado en 2011. De hecho, en aspectos como el pago de impuestos, el comercio transfronterizo y el cumplimiento de contratos se muestra un retraso significativo si se compara con los valores registrados por Chile y Perú. Es en estos aspectos donde debería trabajarse en los próximos años para hacer del país un lugar más competitivo para hacer negocios en la región. ■

Evolución reciente del financiamiento Pyme

Por: Sandra Zamora*

La dimensión del financiamiento Pyme es un elemento clave para entender la evolución de las pequeñas y medianas empresas, dado que es precisamente a través de instrumentos financieros que éstas pueden ser más productivas y crecer en el largo plazo.

No obstante, pese a ser las Pymes uno de los principales motores del crecimiento económico y de generación de empleo, la falta de financiamiento o

de una estructura de deuda adecuada continúa siendo un gran obstáculo en el desarrollo de estas empresas.

Con el objetivo de analizar la actividad Pyme y su estructura de financiamiento, el pasado 24 de julio de 2013 se divulgaron los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP), liderada por Anif con el respaldo de Bancóldex, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco de la República.

Se trató de la quinceava lectura semestral (cubriendo 2006-2013), la cual fue realizada en los meses de mayo y junio de 2013, donde se indagó la opinión de 2.459 empresarios Pyme a nivel nacional de los sectores de industria, comercio y servicios (ver Anif, 2013a).

Los resultados de la última medición de la Encuesta sugieren que la demanda de crédito por parte de las pequeñas y medianas empresas en el segundo semestre de 2012 continuó estancada en niveles del 40%-50%. No obstante, se observa un leve descenso con respecto a lo observado en el segundo semestre de 2011 en los tres sectores anali-

zados en la Encuesta. Asimismo, la penetración de otros instrumentos de financiamiento Pyme como el *leasing* y el *factoring* continúa rezagada frente al referente internacional.

En el presente artículo se analizará la evolución reciente de los instrumentos de financiamiento utilizados por las Pymes en Colombia, así como las condiciones bajo las cuales las Pymes adquieren dicho financiamiento.

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



Demanda de crédito bancario

La cartera (incluyendo *leasing* y titulaciones) creció a ritmos del 13.4% real anual al corte de junio de 2013, manteniéndose en niveles cercanos al 11.8% alcanzado en diciembre de 2012. Esta evolución se explica principalmente por el mayor crecimiento de los créditos comerciales, que representan el 60% del total de la cartera (ver gráfico 1).

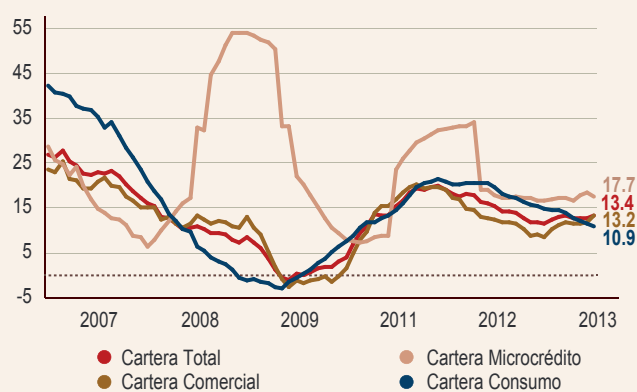
Este favorable ritmo en el crecimiento de la cartera se observa desde 2011, año en el que cerró con expansiones del 18% real anual. En ese entonces, preocupaba la aceleración del crédito de consumo (a ritmos del 20.6% real al cierre de 2011) y los elevados crecimientos de su saldo vencido (14.6% en la misma fecha). En contraste, el crédito comercial se expandía al 18% durante el mismo año y su saldo vencido se contraía al -7.8%.

Pese a la expansión en el volumen de la cartera, el número de empresas que acudieron a crédito bancario en los últimos años no se ha incrementado en igual magnitud. Entre 2010-2012 el número de empresas con crédito comercial creció en un 17%, mientras que el de empresas con microcrédito lo hizo en un 22%. Si bien estas cifras no permiten hacer una diferenciación clara por tamaño de empresa, pues una empresa pequeña también puede pedir un microcrédito y no existe un indicador exclusivo de cartera Pyme, es evidente que el crecimiento en el número de clientes de la cartera comercial y de microcrédito ha sido lento (ver gráfico 2).

En línea con estos resultados, la GEP muestra que históricamente la demanda de crédito por parte de las Pymes ha sido baja. En promedio, sólo un 52% de las empresas en industria, un 47% en comercio y un 44% en servicios solicitaron crédito bancario (ver gráfico 3).

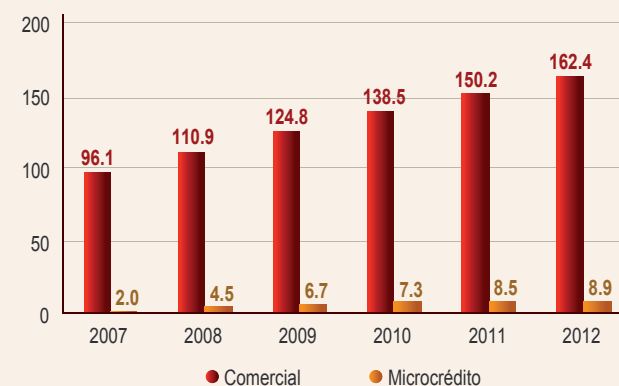
Incluso en períodos de mayor auge económico (2007-2008), dicha demanda no presentó incrementos importantes. El máximo

Gráfico 1. Evolución de la cartera y *leasing*
(Var % real anual)



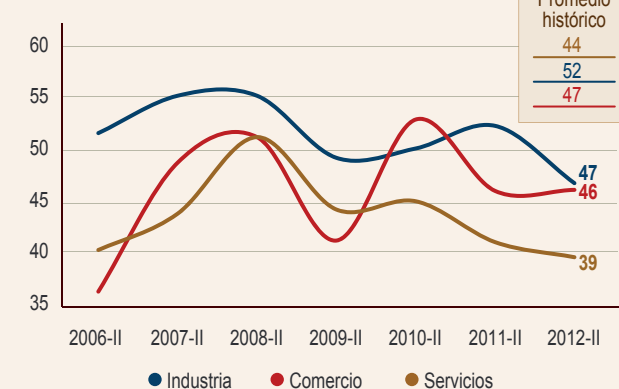
Fuente: cálculos Anif con base en Superintendencia Financiera.

Gráfico 2. Número de empresas con crédito
(Miles de empresas)



Fuente: Asobancaria (2013).

Gráfico 3. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero?
(% de respuestas afirmativas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

histórico en los tres sectores evaluados en la Encuesta se dio en el segundo semestre de 2008 cuando el porcentaje de Pymes que solicitaron crédito fue del 55% en industria y del 51% en comercio y servicios. En contraste, durante 2009, cuando se sintió con mayor fuerza el efecto de la crisis internacional, la demanda cayó a niveles del 41% (comercio) – 49% (industria).

En el actual contexto de desaceleración económica, la demanda de crédito también se ha visto afectada, inclusive por debajo de los niveles observados en 2009 en los sectores de industria y servicios. Durante el segundo semestre de 2012, un 47% de los empresarios industriales solicitó crédito, cifra que representa un descenso de 6 puntos porcentuales con respecto al año anterior. En el caso del comercio, el porcentaje de Pymes que demandaron crédito se mantuvo constante en un 46% en el mismo período, mientras que en el sector servicios ese porcentaje fue del 39%, 2 puntos porcentuales por debajo del año anterior.

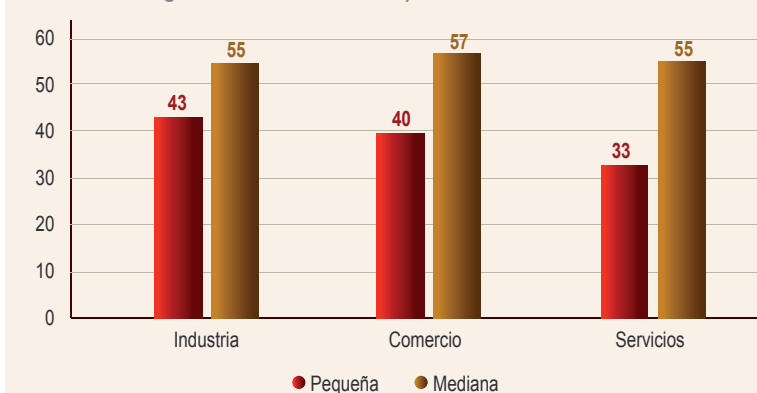
En estas cifras también existe una importante divergencia entre empresas pequeñas y medianas. Mientras que en el segundo semestre de 2012 un 55% de las empresas medianas industriales solicitó crédito, en las pequeñas este porcentaje fue tan sólo del 43%. En el caso del comercio, la diferencia es de un 57% (mediana) vs. un 40% (pequeña) y en servicios es aún más pronunciada con un 55% vs. un 33% (ver gráfico 4).

En cuanto a las tasas de aprobación, éstas se han man-

tenido altas en los tres macrosectores analizados, lo cual es consistente con el bajo número de empresas que solicitan crédito. En el histórico se observa que aunque en los sectores de industria y comercio éstas alcanzaron sus niveles más bajos (90%-92%) en medio de la crisis de 2009, aún conservaban niveles muy favorables. Recientemente, pese a la desaceleración en la demanda de crédito durante 2012-II, no se evidenciaron cambios significativos en los niveles de aproba-

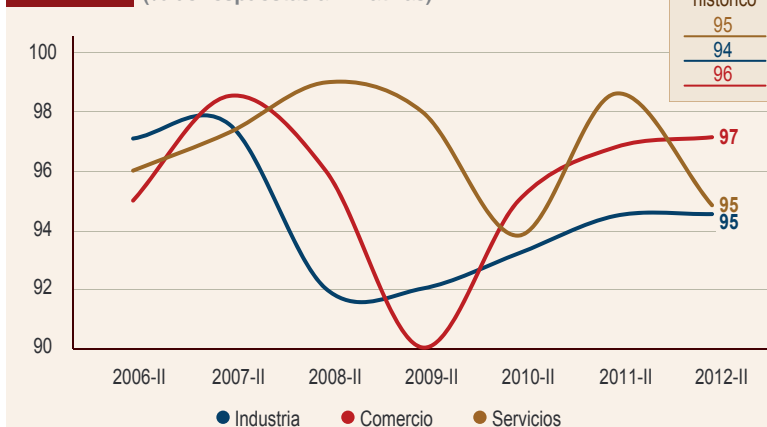
ción con respecto a los niveles históricos. De hecho, las tasas de aprobación en el segundo semestre de 2012 llegaron a un 95% en el caso de los sectores de industria y de servicios, y a un 97% en el caso de comercio (ver gráfico 5). Cabe anotar que para las empresas pequeñas las tasas de aprobación estuvieron por debajo de sus pares medianas en los sectores de industria (94% vs. 96%), comercio (96% vs. 99%) y servicios, donde se observa el mayor diferencial (93% vs. 97%).

Gráfico 4. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero?
(% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2012)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Gráfico 5. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado?
(% de respuestas afirmativas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Tasas de interés

El rápido incremento de la cartera en 2011, que como ya lo mencionamos cerró con expansiones del 16.6% real, mientras que su crecimiento llegó a bordear el 20% durante buena parte de dicho año, fue determinante para que el Banco de la República aumentara la tasa repo-central en 2011-2012 (totalizando alzas por 225pb, llevándola al 5.25% en febrero de 2012). Sin embargo, la desaceleración local, la reducción de la inflación y la debilidad internacional llevaron al Banco de la República a recortar su tasa en 200pb desde julio de 2012, ubicándola en el 3.25% en junio de 2013 (ver Anif, 2013b).

Dicho manejo monetario contracíclico fue reforzado a través de políticas microprudenciales por parte de la Superintendencia Financiera, particularmente en la modalidad de crédito de consumo. De esta manera, se logró un “aterrizaje suave”, con crecimientos de la cartera del 11.8% real al cierre de 2012 frente al 16.6% de 2011. No obstante, la desaceleración económica de finales de 2012 y principios de 2013 se ha reflejado en un aumento de la cartera vencida, la cual creció un 18.6% real en mayo de 2013 (vs. 14.6% promedio de 2012). En particular, en el crédito comercial la cartera vencida creció un 17% (vs. 5.9% promedio de 2012) y en el microcrédito un 51.7% (vs. 24.4% promedio de 2012).

En el caso específico de la cartera comercial, la política

monetaria se ha transmitido rápidamente al ser ésta una cartera de elevada rotación. Al cierre de 2010 el promedio de la tasa de interés en los desembolsos del crédito comercial ordinario (que en su mayoría está dirigido a Pymes) era del 10.5% y alcanzó un máximo del 12.3% en mayo de 2012. Una tendencia similar se observó en el crédito preferencial. Recientemente, la decisión del Banco de recortar su tasa ha llevado a una caída significativa en las tasas de los créditos comerciales que en mayo de 2013 alcanzaron un promedio del 9.8%, siendo éste el nivel más bajo de los últimos dos años (ver gráfico 6).

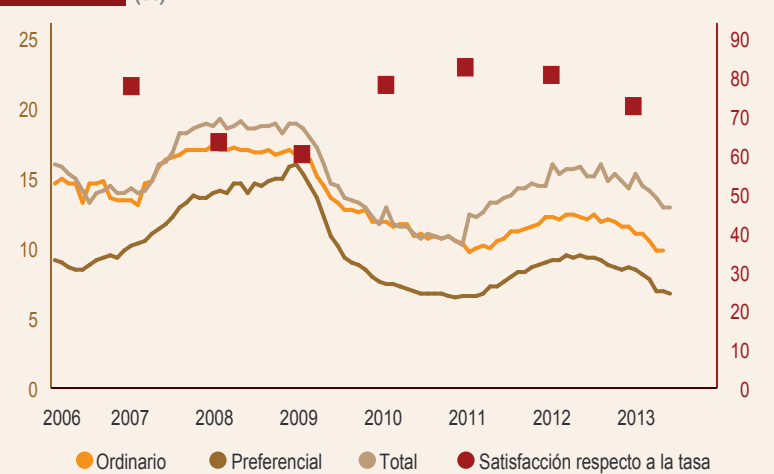
Una dinámica similar se observa en los resultados de la GEP, aunque la transmisión de la política monetaria parece ser más lenta dado que durante el último semestre de 2012 se reportó un leve encarecimiento del crédito. Pese a

esto, el rango de tasa de interés más común en los créditos otorgados a las pequeñas y medianas empresas continuó siendo hasta DTF+4 puntos en los tres sectores evaluados en la Encuesta (ver gráfico 7).

Particularmente, en industria se observa un leve encarecimiento del crédito, pues el porcentaje de créditos otorgados a una tasa mayor a DTF+8 se incrementó en 3 puntos. Por tamaño, se observa un mayor costo del crédito para las pequeñas empresas industriales, pues a un mayor porcentaje de éstas le fueron otorgados créditos a una tasa mayor a DTF+8 en comparación con sus pares medianas.

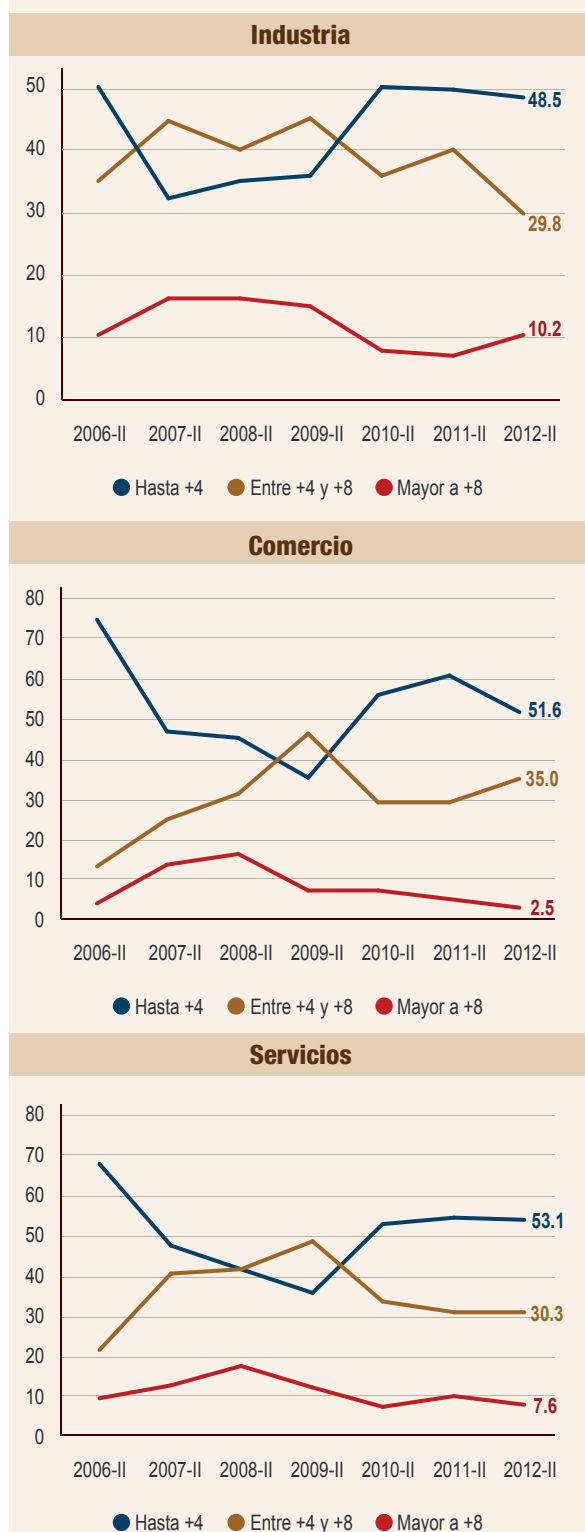
De forma similar, en comercio la proporción de créditos otorgados a DTF+4 se redujo en 9 puntos porcentuales y la de créditos a una tasa DTF+8 lo hizo en 2 puntos, lo cual se tradujo en un incremento en

Gráfico 6. Tasas activas crédito comercial vs. satisfacción de los empresarios
(%)



Fuente: cálculos Anif con base en Superintendencia Financiera y Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Gráfico 7. Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados a Pymes (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

los créditos otorgados a una tasa entre DTF+4 y DTF+8. También llama la atención que la tasa más común entre las pequeñas empresas del sector fuese menor a DTF+4, mientras que en las medianas lo fue entre DTF+4 y DTF+8.

En el sector servicios las tasas se mantuvieron relativamente estables con respecto a las observadas en el segundo semestre de 2011. Así, el rango de tasa más común fue hasta DTF+4 con un 53% de los créditos otorgados. Al analizar las tasas de los créditos por tamaño de empresa, no se observan diferencias significativas, lo que indica que las entidades financieras percibieron un riesgo similar en las pequeñas y medianas empresas del sector.

Finalmente, es interesante analizar cómo han percibido los empresarios Pyme las fluctuaciones en la política monetaria a través de los niveles de satisfacción que éstos manifiestan con respecto a la tasa de interés de los créditos. Según los resultados de la GEP, cuando la tasa de interés del crédito ordinario se encontraba alrededor del 13.4% en 2006, un 78% de los empresarios se declaraba satisfecho con la tasa. Un año después, cuando la tasa se había incrementado en cerca de 350pb, la satisfacción de los empresarios cayó al 63%. Asimismo, antes del incremento en tasas del Banco de la República, un 82% de los empresarios en 2010 se declaraba satisfecho con la tasa, mientras que dicho porcentaje cayó al 72% en los créditos otorgados en el segundo semestre de 2012. Por lo cual, para el cierre del año se podría esperar un incremento en los niveles de satisfacción, teniendo en cuenta la tendencia decreciente que se observa actualmente en las tasas de interés (ver gráfico 6).

Tasa de interés Pymes vs. grandes empresas

Diversos estudios han demostrado que el acceso a financiamiento por parte de las empresas se encuentra estrechamente relacionado en América Latina con factores endógenos como el tamaño de la empresa, su nivel de inserción en el mercado internacional y su capacidad exportadora (ver OECD, 2013). Sin embargo, también son decisivos factores exógenos a la empresa,



Actualidad Pyme

como la profundidad del mercado financiero local.

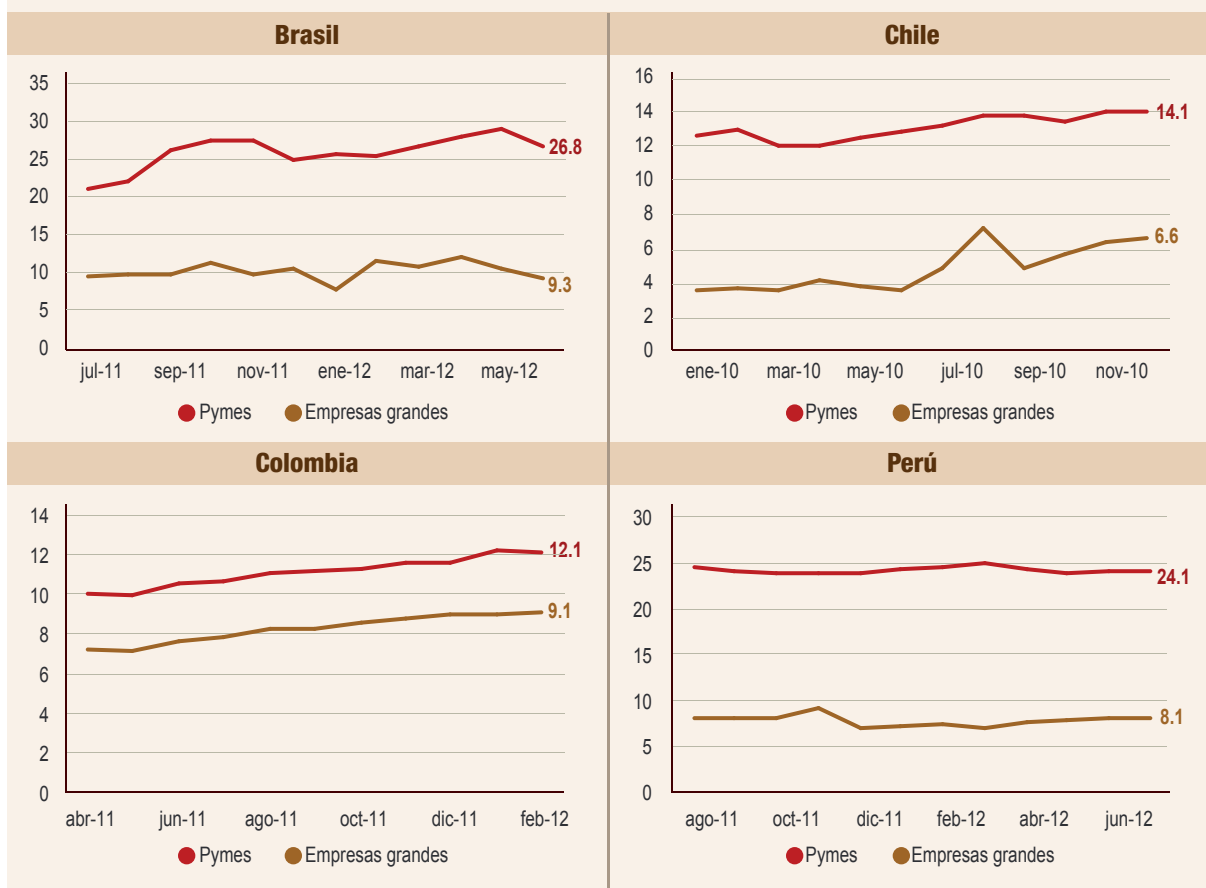
En este sentido, uno de los problemas que más persistente en el financiamiento empresarial es la brecha entre Pymes y grandes empresas. De hecho, las mayores diferencias se presentan en los plazos de los préstamos y en la tasas de interés. Como se observa en el gráfico 8, el diferencial en tasas de interés en Brasil es cercano a los 17 puntos porcentuales a favor de las grandes empresas, el segundo lugar lo ocupa Perú con un diferencial de hasta 16 puntos,



le sigue Chile con cerca de 7.5 puntos y, finalmente, Colombia presenta el menor diferencial con menos de 3 puntos.

Sin embargo, aunque Colombia exhibe un menor diferencial a nivel de tasas de interés, el crédito en el país es mucho más escaso, pues un menor porcentaje de empresas accede a este instrumento de financiamiento. De hecho, mientras que la profundidad financiera (cartera total/PIB) en Colombia alcanza apenas un 39%, en Chile ésta supera el 70% y en Brasil el 52%.

Gráfico 8. Tasas de interés de pequeñas y grandes empresas: crédito de largo plazo
(Más de un año madurez, %)



Nota: La definición de Pyme se realiza en función del monto del préstamo. Cada país utiliza una línea de corte distinta, por lo que los niveles de tasas de interés no son directamente comparables entre países.

Fuente: Centro de Desarrollo de la OCDE, con base en fuentes nacionales, (2012).

Fuentes de financiamiento alternativas

Además del crédito bancario, las Pymes también pueden usar fuentes de financiamiento alternativas como el *leasing* y el *factoring*. Por un lado, el *leasing* es un mecanismo que facilita el acceso a bienes de capital, especialmente para las Pymes que enfrentan restricciones en el financiamiento tradicional, al eliminar la necesidad de garantías, y al mismo tiempo promueve la inversión en capital fijo. Por su parte, el *factoring* es una herramienta que genera liquidez, lo que permite a las Pymes satisfacer sus necesidades de capital de trabajo más rápidamente, mejorar la rotación y la calidad de su cartera, y reducir su exposición crediticia.

No obstante, según los resultados de la GEP, un 54% de las Pymes en industria, un 56% en comercio y un 70% en servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2012. De hecho, los proveedores siguen siendo la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes, particularmente en el sector comercio (28%), pero también en industria (22%) y en servicios (14%).

En contraste, el uso de otras fuentes de financiamiento sigue siendo muy bajo. En el segundo semestre de 2008, un 7.8% de las Pymes usaba el *leasing*, dicho porcentaje se contrajo en 2009 durante la crisis y desde entonces ha

“Un 54% de las Pymes en industria, un 56% en comercio y un 70% en servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2012.”

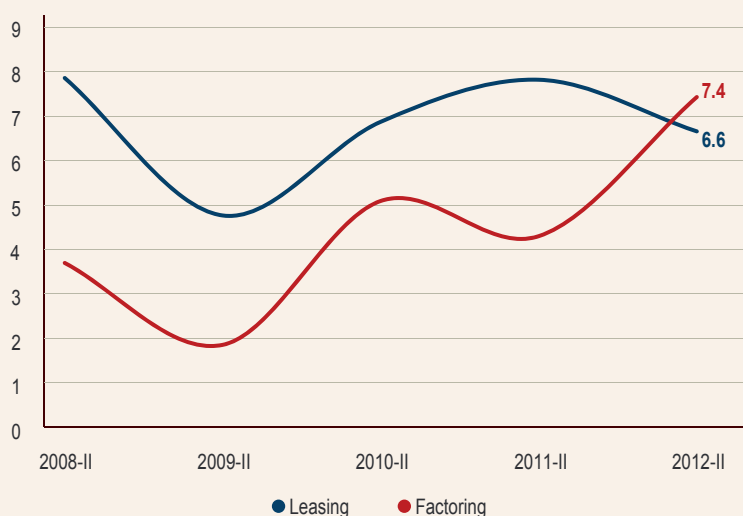
mostrado una leve tendencia al alza, aunque su participación continúa estancada en niveles inferiores al 7% (ver gráfico 9).

Estos resultados contrastan con las mayores tasas de penetración del *leasing* en las Mipymes de la Unión Europea, donde el *leasing* financiero representó un 16.7% del total de inversión en 2010. De

hecho, el 20.5% de las microempresas usa *leasing* para financiarse, el 33% en las pequeñas y el 43% en las medianas. Inclusive, en algunos países como Reino Unido y Francia el porcentaje de Mipymes que usa *leasing* llega a un 47% y un 40%, respectivamente (Leaseurope, 2011).

Por su parte, el uso del *factoring* parece tener un crecimiento más dinámico al pasar del 3.7% en 2008-II al 7.4% en 2012-II, lo cual va en línea con la reglamentación que se dio de esta actividad en 2008 (Ley 1231 de 2008). Sin embargo, dada la baja penetración de esta herramienta en las Pymes, la Encuesta en 2013 indagó sobre la razones por la cuales las pequeñas y medianas empresas no usan *factoring*. La más común es el desconocimiento

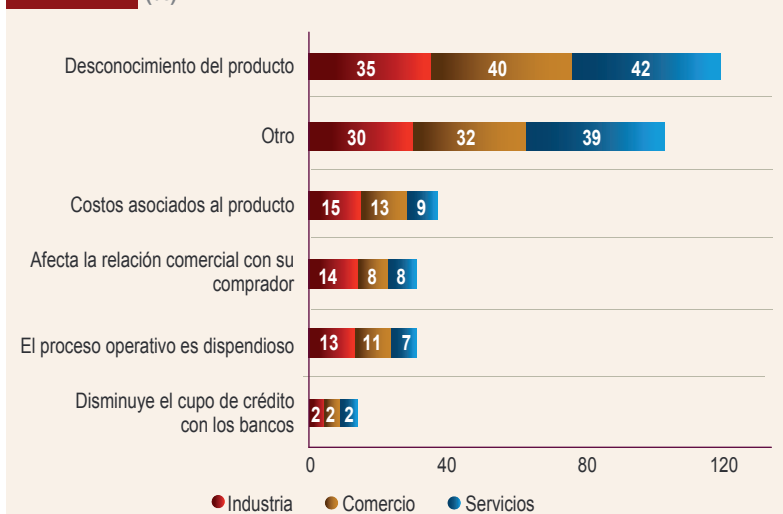
Gráfico 9. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?
(%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

del producto con un 35% de las respuestas en industria, un 40% en comercio y un 42% en servicios. Otros motivos como el costo del producto, la afectación de la relación de la empresa con el comprador y el proceso operativo obtuvieron en promedio menos del 15% de las respuestas. Esto indica que motivos diferentes a los tradicionales (otros) están impidiendo el mayor uso del *factoring* por parte de las Pymes, dado que esta categoría obtuvo en promedio un 34% de las respuestas (ver gráfico 10).

Gráfico 10. ¿Por qué razones su empresa no utiliza el *factoring*? (%)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Conclusiones

Hemos visto cómo las Pymes, en materia de financiamiento, aún se enfrentan a importantes restricciones, tanto de demanda como de oferta.

A nivel de crédito bancario, el dinamismo que se ha observado en la cartera comercial en los últimos años no se ha traducido en igual magnitud en un incremento en el número de empresas que solicitan crédito. Como lo muestran los resultados de la GEP, el porcentaje de Pymes que solicitaron crédito fue en promedio del 45% en el segundo semestre de 2012. Esto pese a que en los últimos años la política monetaria ha influido positivamente en las condiciones de los créditos otorgados a dichas empresas con tasas de interés más favorables.

Tampoco se observa un “despegue” en el uso de fuentes de financiamiento alternativas al crédito bancario tradicio-

nal. De hecho, el porcentaje de Pymes que recurren a *leasing* y a *factoring* se encuentra estancado en niveles inferiores al 8%. No obstante, cabe señalar que el *factoring* ha presentado una evolución más favorable.

De ahí la importancia de promover instrumentos de deuda adecuados para las Pymes y de fomentar un mayor uso de financiamiento externo por parte de estas empresas, entendiendo el financiamiento como

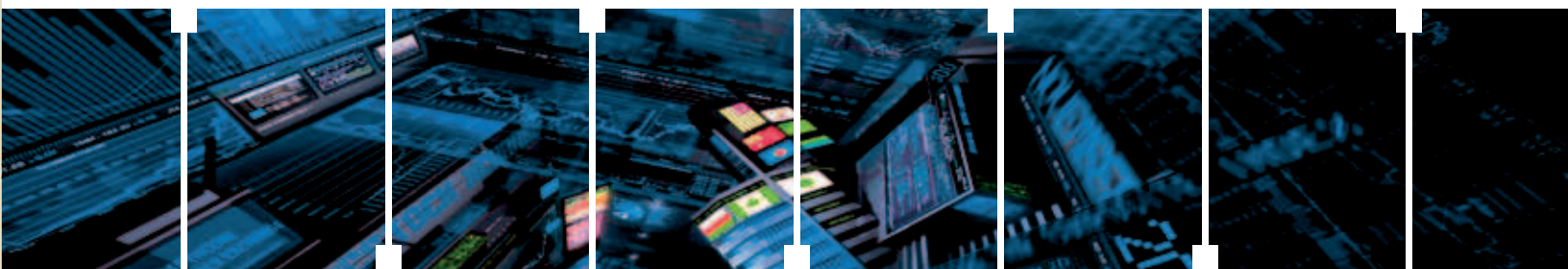
una herramienta que le ayuda a la empresa a crecer y a mantenerse competitiva en su negocio. Al respecto se destacan la recientemente aprobada Ley de Garantías Mobiliarias para facilitar el acceso de las Pymes a la banca y la iniciativa del Ministerio de Hacienda de vincular a las Pymes al mercado de capitales a través de un esquema de “Segundo Mercado” que les permita financiarse con mejores condiciones (ver Anif, 2013c).

Referencias

- Anif, 2013a, *Gran Encuesta Pyme Anif – Informe de resultados primer semestre de 2013*.
- Anif, 2013b, *Guía Empresarial Julio – Septiembre de 2013*.
- Anif, 2013b, *Comentario Económico del Día 18 de abril de 2013 – Ley de Garantías Mobiliarias e Impulso al Financiamiento Mipyme*.
- OECD, 2013, *Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de Pymes para el cambio estructural*.
- Leaseurope, 2011, *The use of leasing amongst European SMEs*.

Ingreso de las Pymes al mercado de valores: El “Segundo Mercado” en Colombia y la experiencia internacional

Por: Álvaro Parga*



De acuerdo con los resultados más recientes de la Gran Encuesta Pyme (GEP) de la lectura del primer semestre de 2013, solamente entre un 40% y un 50% de las pequeñas y medianas empresas accede a crédito bancario.

Además, cerca del 60% de estas compañías reportó no utilizar fuentes alternativas para su financiación, mostrando un bajo uso de mecanismos como el *leasing* y el *factoring* con cifras históricamente inferiores al 10%.

Bajo este contexto, recientemente el Gobierno Nacional ha mostrado una iniciativa dirigida a exponer ideas que faciliten el acceso de las Pymes al mercado de valores como una fuente alternativa de financiación. Así, el pasado mes de febrero de 2013, el Ministerio de Hacienda (MH) puso en circulación un borrador en el que se describen las ideas preliminares sobre la reforma normativa del “Segundo Mer-

cado” en el país. Dicho mercado se define actualmente como un segmento alternativo del mercado de títulos de renta fija, en el cual la emisión y la negociación de los títulos cuentan con menores exigencias regulatorias que las solicitadas en el mercado principal.

Colombia no es un país pionero en esta materia, mientras que a nivel internacional se han generado distintos esfuerzos por establecer mercados alternativos de valores. En Europa se destacan los casos del Alternative Investment Market (AIM) en Reino Unido y el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) en España. Por su parte, en América Latina se destacan los ejemplos de Bolsa Emergente de Chile, el Bovespa Mais en Brasil y

el reciente establecimiento del Mercado Alternativo de Valores (MAV) en Perú.

En esta medida, el presente artículo se dividirá en tres secciones. En la primera parte observaremos la experiencia internacional en mercados alternativos y las lecciones que pueden aplicarse en el caso colombiano. En segundo lugar, daremos una mirada al contexto del mercado de bonos corporativos en Colombia, teniendo en cuenta la participación del segmento denominado “Segundo Mercado” en sus emisiones. Como último punto analizaremos los puntos principales del borrador de Proyecto de Ley sobre Segundo Mercado elaborado por el MH, evaluando sus fortalezas y debilidades.

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

La experiencia internacional: del éxito europeo al lento despegue en América Latina

Han sido diversos los intentos a nivel mundial por consolidar estrategias que favorezcan el ingreso de las Pymes al mercado de valores. En algunos países europeos la expansión de dichos mercados ha sido considerable. En contraste, en América Latina la evolución de estos mecanismos ha sido precaria, caracterizada por contar con una baja participación de las Pymes.

El caso pionero a nivel europeo fue el Alternative Investment Market (AIM) en Reino Unido, el cual se constituyó como un mercado alternativo de emisión de acciones en 1995. Desde su fundación, el número de empresas listadas en este segmento se incrementó significativamente, pasando de 121 en 1995 a 1.086 al corte de agosto de 2013, lo que representa una tasa de crecimiento promedio del 21% anual (ver cuadro 1). Las bondades de este mercado no se limitan al crecimiento del número de empresas que han colocado acciones en este seg-

mento. Lo más relevante radica en que del total de compañías que lo componen, un 36% tiene un valor de mercado inferior o igual a los €\$10 millones.

Otro ejemplo a destacar en dicho continente es al MAB en España, con una creación más reciente (2009) y bajo un complejo escenario macroeconómico. En la actualidad lo componen 23 compañías del sector real, alcanzando todas ellas el rango de pequeñas o medianas empresas.

Es importante reconocer que la expansión de estos mercados en Europa se encuentra fundamentada en el ingreso de compañías que tenían un bajo valor de mercado. Además, contaban con una baja probabilidad de ingresar a los mercados de valores principales donde las exigencias de capital son mucho más altas.

¿Cuáles han sido las claves para el desarrollo del AIM y el MAB? La primera radica en la existencia de marcos regulatorios claros, que han permitido establecer balances adecuados entre los

relajamientos de información y las necesidades de liquidez de los inversionistas. Así, mientras por un lado las exigencias en el reporte de información resultan más “suaves” que en los mercados primarios, por otra parte, se mantienen medidas encaminadas al sostenimiento de la liquidez en el mercado (provisiones antifraude, requerimientos de capital mínimo y restricciones en las negociaciones de los valores emitidos).

Además, se han creado figuras regulatorias específicas con el fin de dar garantías a los inversionistas sobre la credibilidad de los emisores, como es el caso de los denominados intermediarios reputacionales en Reino Unido. Estos agentes cuentan con la función de respaldar la calidad y transparencia en los procedimientos de revelación de información de estas compañías en el mercado de valores, incluso incrementando la confianza de los inversionistas empleando su propia reputación de capital (ver Ministerio de Hacienda, 2013).

Cuadro 1. Número de empresas listadas en los mercados alternativos en el mundo

País	Mercado alternativo	Año de fundación	Número de empresas listadas*	Empresas listadas por año
 Reino Unido	AIM	1995	1.086	64
 España	MAB	2008	23	6
 Chile	Bolsa Emergente	2001	24	2
 Brasil	Bovespa Mais	2006	6	1

*Corte a julio 2013.

Fuentes: AIM, MAB, BCS, Bovespa y BVL.

Más allá de lo anterior, los logros alcanzados en materia del ingreso masivo de Pymes en el AIM y el MAB se explican por la creación de normas específicas dentro de su funcionamiento para motivar el ingreso de las Pymes al mercado de valores. Por medio de ellas, se le ha brindado acompañamiento, a nivel de educación financiera, a este tipo de empresas en el proceso de inscripción y emisión, al igual que se han relajado algunos requerimientos de acceso al mercado accionario. Además, las Pymes cuentan con asesorías en materia de financiamiento que permiten fortalecer su educación financiera a la hora de elegir sus fuentes, potenciar su crecimiento al momento de usar estos recursos, y hacer transiciones a los mercados primarios (ver Zamora, 2012).

Una última razón se refiere al establecimiento de incentivos tributarios y económicos para el ingreso de las empresas al mercado de valores. En este aspecto, el MAB y el gobierno español han mostrado una gran iniciativa, generando alivios tributarios a las compañías inversionistas y financiando los gastos asociados con la preparación de las compañías de mediana capitalización en su entrada al mercado de valores.

En comparación con lo observado en Europa, los ejemplos en América Latina no han sido

igual de positivos (ver cuadro 1). En primer lugar, tenemos la Bolsa Emergente de Chile, segmento especializado de la Bolsa de Comercio de Santiago dirigido a empresas de bajo tamaño, al cual hasta el momento se han logrado listar 24 empresas. Asimismo, el Bovespa Mais en Brasil, que también se estableció como un segmento del merca-



do de valores dirigido a Pymes, tampoco ha evidenciado una expansión significativa. En efecto, aquí sólo se ha logrado incluir a 6 Pymes en el mercado de valores desde su fundación en 2006.

La gran crítica que han recibido estos segmentos consiste en su lento crecimiento y, en el caso chileno, se ha recalcado el he-

cho de que sus relajamientos en requisitos frente al primer mercado no han motivado el ingreso masivo de empresas emergentes (Jimenez, 2007). Esto último se refleja en que la única empresa listada en sus primeros dos años fue Corpbanca que cuenta con una alta capitalización y ni siquiera pertenece al sector real.

Es necesario destacar que las dificultades para la consolidación de estos mercados alternativos en la región latinoamericana coinciden con las fortalezas observadas en los países europeos: i) falta de incentivos para generar el ingreso de las Pymes a estos mercados; ii) falta de desarrollo en la educación financiera de las empresas; iii) requerimientos de información constante que generan costos adicionales para las compañías; y iv) restricciones de información generadas por el bajo historial en el desempeño financiero de las Pymes.

Una vez hemos visto los esfuerzos a nivel internacional en la búsqueda de consolidar mercados alternativos que favorezcan el ingreso de Pymes al mercado de valores, pasaremos a analizar cuál es la situación actual del denominado “Segundo Mercado” en Colombia. Esto nos permitirá entender el contexto bajo el cual se presenta el proyecto de reforma del MH y cuáles son las motivaciones que lo rigen.

El mercado de renta fija corporativa en Colombia y el “Segundo Mercado”

En los últimos años, el mercado de renta fija corporativa en Colombia presentó una dinámica creciente aunque aún tiene una participación pequeña en la economía. De hecho, el stock de títulos de renta fija corporativa pasó de \$16 billones (un 4.2% del PIB) en 2006 a \$39 billones en 2012 (un 5.9% del PIB). Los flujos de emisión han promediado cerca de \$9 billones anuales durante 2006-2012. Particularmente, las emisiones de bonos corporativos se elevaron de \$4.7 billones en 2006 (1.2% del PIB) a un récord de \$13.8 millones en 2012 (2.5% del PIB), prácticamente duplicándose en cuestión de cuatro años, ver gráfico 1. Estas cifras se ubicaron por debajo de las registradas por Chile donde el stock de renta fija corporativa alcanzó el 12.4% del PIB (ver Anif-Credicorp, 2013).

Esta dinámica positiva se explica por los progresos generados al interior del marco regulatorio del sector financiero que vienen desde 2005 y lo que ello ha representado en términos de buscar horizontes de financiamiento de más largo plazo, especialmente para las compañías del sector real. Todo esto, a su vez, se ha visto favorecido por una mayor demanda institucional por bonos corporativos (ver Anif-Correal, 2010).

Bajo este contexto, el “Segundo Mercado” se establece como un segmento alternativo, constituido al interior del mercado de valores y reglamentado bajo la Resolución 400 de 1995 (hoy incluida en el Decreto 2555 de 2010). En este segmento, los procesos

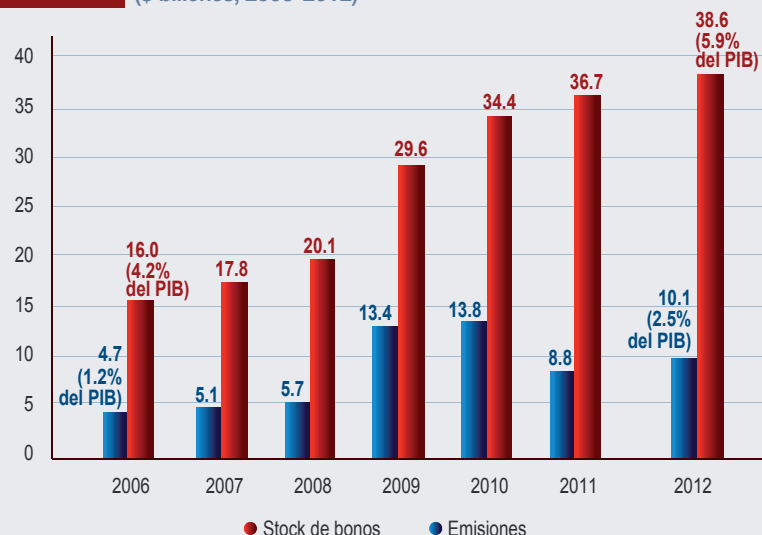
de originación y negociación de los títulos cuentan con unos requerimientos regulatorios mucho más flexibles que los exigidos al interior del mercado de valores tradicional.

Los relajamientos en los requisitos regulatorios se refieren, en primer lugar, al no cobro o reducción de las tarifas de algunos trámites establecidos para el ingreso al mercado de valores primario. Además, se relajan algunos de los requisitos establecidos para el ingreso al mercado, puesto que no resulta necesario contar con un monto mínimo de 2.000 SMLM para la emisión de bonos y papeles comerciales y tampoco se exige la tenencia de un representante de tenedores de bonos (ver cuadro 2).

No obstante, hasta el momento el desarrollo de este mercado alternativo ha sido muy pobre, pues, según el MH, solamente un 3% de las emisiones de bonos (correspondientes a \$0.3 billones) se canaliza a través de este mercado, con un acceso de las Pymes prácticamente nulo o limitado. Esta situación refleja el desaprovechamiento de un elemento que puede contribuir a la expansión del mercado de capitales e incrementar la inclusión financiera empresarial en el país.

De acuerdo con el borrador de reforma del “Segundo Mercado”, su falta de utilización se debe principalmente a la falta de historial financiero con que

Gráfico 1. Emisiones y stock de bonos corporativos en Colombia
(\$ billones, 2006-2012)



Fuente: BVC.

Cuadro 2. Diferencias entre el Primer y el “Segundo Mercado” en Colombia

Concepto	Mercado Principal	Mercado Secundario
Tiempo de respuesta de la SFC a la solicitud	30 días hábiles	10 días hábiles
Costo de inscripción en el RNVE	0.08 por mil del patrimonio del respectivo emisor	0.04 por mil del patrimonio del respectivo emisor
Derechos de oferta pública	0.35 por mil sobre el monto total de emisión	No habrá lugar al cobro de derechos por oferta pública
Monto mínimo de 2.000 SMLM para emisión de bonos y papeles comerciales	Sí	No
Representante de tenedores de bonos	Sí	No
Implementación de mecanismos de cobertura y apoyo crediticio en titularización de activos	Sí	No
Inscripción RNVE y autorización de la oferta pública	Luego de la evaluación, análisis y revisión de los documentos exigidos, mediante la resolución se autoriza la inscripción en el RNVE y su oferta pública	Los valores se entenderán inscritos en el RNVE remitiendo los documentos exigidos y autorizada su oferta pública

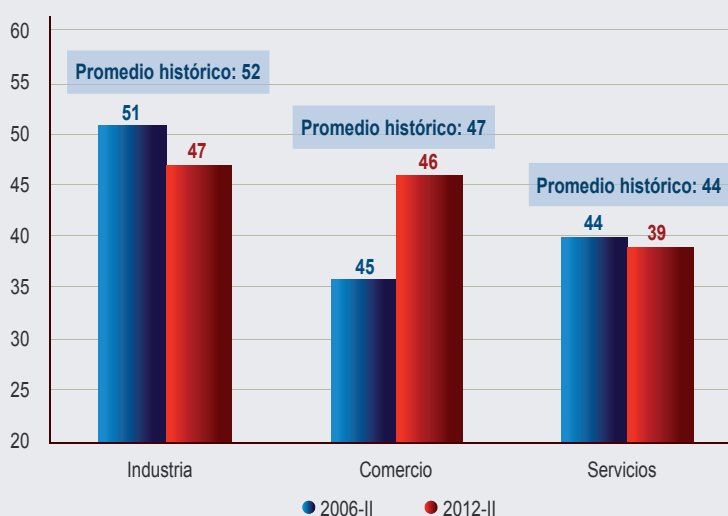
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

cuentan las empresas interesadas en participar por primera vez en el mercado de capitales. Esto genera dificultades relacionadas con asimetrías de información, en la medida en que los inversionistas no tienen un marco de referencia que les permita verificar la veracidad de la información reportada, generando escenarios de incertidumbre y desconfianza. Lo anterior limita las posibilidades de crecimiento y competitividad de las compañías al interior del mercado secundario.

A estas dificultades de información debe agregarse que el país se ha caracterizado por exhibir bajos niveles de acceso al sistema financiero por parte de las Pymes. De acuerdo con los resultados más recientes de la GEP, un porcentaje inferior al 50% de los empresarios de los tres macrosectores encuestados reportó haber solicitado crédito con el sector bancario (ver gráfico 2).

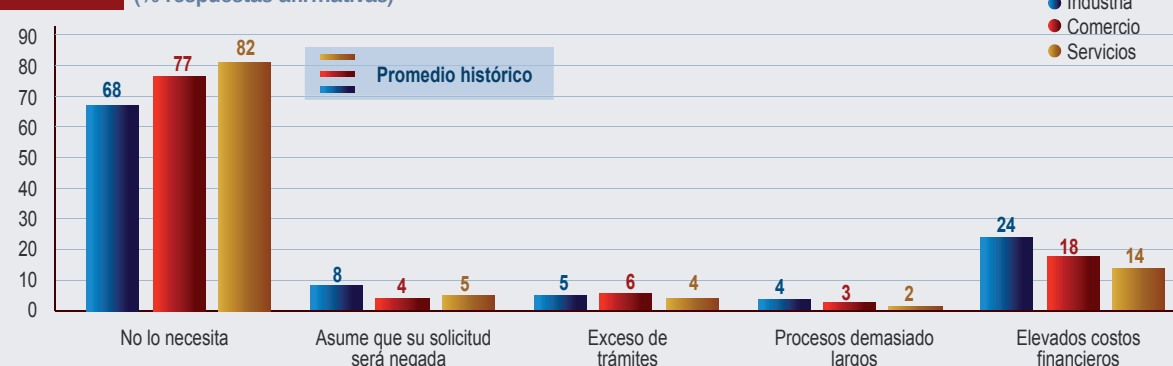
Esta última situación puede derivarse de la falta de interés por acceder al sistema bancario por parte de este tipo de compañías, ya que más del 60% de las empresas reporta no haber solicitado productos con el sistema financiero debido a que no lo necesitaban

(ver gráfico 3). También históricamente se ha detectado que mecanismos de financiamiento alternativo como el *leasing* y el *factoring* no han sido utilizados de manera significativa por parte de las Pymes, alcanzando históricamente niveles inferiores al 10%.

Gráfico 2. Pymes con acceso al sector bancario (%)

Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (2013-I).

Gráfico 3. ¿Por qué no solicitó crédito al sistema financiero?
(% respuestas afirmativas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif 2013-I.

En resumen, el contexto reciente del mercado de bonos corporativos en Colombia ha mostrado una evolución positiva, aunque su profundidad como porcentaje del PIB aún resulta baja si se compara con los niveles observados en Chile. El “Segundo Mercado”, que buscaba favorecer el ingreso de empresas emer-

gentes al mercado de valores, ha mostrado niveles de participación muy bajos. Las dificultades que han impedido su desarrollo se refieren principalmente a las asimetrías de información que caracterizan a este tipo de mercados y al bajo acceso que tienen las Pymes al mercado financiero, entendiendo esto último

como un factor de restricción en la demanda.

Ahora bien, a continuación entraremos a analizar de manera detallada el documento conceptual elaborado por el MH, observando las soluciones propuestas a las problemáticas que han caracterizado al “Segundo Mercado” en el país y evaluando su pertinencia.

La reforma normativa al “Segundo Mercado”: fortalezas y debilidades del documento conceptual elaborado por el MH

El documento sobre la reforma normativa al “Segundo Mercado”, elaborado por el MH, ahonda detalladamente en las dificultades de asimetrías de información que caracterizan a los mercados alternativos. Especialmente, resalta la falta de historial financiero con que cuentan las Pymes como una gran amenaza para el ingreso a gran escala de inversionistas. Esto último se traduce en que ante la existencia de incentivos por parte de las compañías para no revelar o incluso transmitir una información diferente sobre la situación de la

compañía, el inversionista carece de un marco de referencia para constatar su veracidad.

Lo anterior coincide con el hecho de que la naturaleza misma de las Pymes las reconoce como empresas que no se encuentran acostumbradas a realizar un reporte de información constante. Este tipo de exigencias puede desestimar el ingreso de este tipo de compañías, al generarles una serie de costos adicionales a los propios de su funcionamiento.

Muchos de los relajamientos existentes en la versión actual del “Segundo Mercado” preten-

dían solucionar esta falta de incentivos de las Pymes al afrontar costos al momento de ingresar al mercado de valores. Sin embargo, la baja cantidad de recursos canalizados en este segmento y la baja participación de empresas emergentes han evidenciado que estas medidas iniciales no fueron suficientes.

Entendiendo esto, el MH propone al interior del documento conceptual una serie de ajustes en el aspecto normativo, tomando como punto de referencia la experiencia internacional en esta materia (ver cuadro 3). El

primero de ellos se refiere al establecimiento de una definición más adecuada de inversionista profesional, con el fin de ajustar dicho concepto para que entidades como los fondos de pensiones y cesantías, que actualmente cuentan con una amplia experiencia en el manejo de portafolios de inversión, puedan tomar parte activa en el mercado. Ésta sería una herramienta para contrarrestar el bajo flujo de recursos transado en este mercado.

En segundo lugar, el documento define el tipo de emisión que sería adecuado para cada tipo de empresa. En esta medida, se considera que los papeles comerciales de corto plazo son el instrumento más adecuado para las emisiones de las pequeñas empresas, mientras que los títulos de deuda, los cuales alcanzan un plazo mucho mayor, deben dirigirse a aquellas compañías medianas y grandes, cuyo músculo financiero y aparato productivo son más sostenibles.

Sumado a esto, se sugiere la necesidad de establecer montos mínimos al valor de las inversiones realizadas por parte de

dichos inversionistas profesionales. Dicha medida iría encaminada a evitar que los títulos emitidos queden en manos de inversionistas con bajos estándares de conocimiento del mercado bursátil (ver Ministerio de Hacienda, 2013).

Otras temáticas relevantes tratadas al interior del borrador de reforma son los encaminadas a disminuir la tramitología en los procesos derivados de la entrega de información y la inscripción en el mercado de valores. Con ello se pretende evitar traumatismos operativos que desincentiven el listamiento en Bolsa de las empresas. En el mismo sentido, al interior del documento se menciona la posibilidad de que en algunos casos excepcionales la calificación de los títulos no sea obligatoria para el caso de los inversionistas institucionales.

Finalmente, se recalca la posibilidad de emplear para el caso colombiano algunas de las figuras normativas observadas en la experiencia internacional. Éste es el caso de los intermediarios reputacionales, los colocadores y las agencias calificadoras. Este

tipo de agentes ha jugado un papel clave en proveer soluciones a las asimetrías de información (intermediarios reputacionales) y contribuir a la liquidez del mercado (colocadores). Sin embargo, es importante resaltar que, en caso de llegar a ser empleadas, debe analizarse su viabilidad, ya que dichas figuras deben adaptarse a las necesidades y características del mercado local.

Aunque estos aspectos de información y de liquidez resultan condiciones fundamentales para la expansión de los mercados alternativos, existen otras condiciones que deben ser consideradas en su implementación y que no son mencionadas en el documento del MH. En efecto, los casos exitosos a nivel internacional evaluados previamente han demostrado que el establecimiento de estímulos económicos y tributarios a las empresas emergentes y la elaboración de procesos de educación financiera han jugado roles determinantes en la expansión de los mercados alternativos. En Colombia, dadas las restricciones existentes a nivel tributario, no se

Cuadro 3. Aspectos principales de la reforma al Segundo Mercado

Aspecto regulatorio	Objetivo
Definición de inversionista calificado.	Ajustar el concepto para que entidades como los fondos de pensiones y cesantías, que cuentan con una amplia experiencia en el manejo de portafolios de inversión, puedan tomar parte activa en el mercado.
Tipo de emisión.	-Papeles de corto plazo: pequeñas y medianas empresas -Papeles de largo plazo: grandes compañías.
Establecer montos mínimos de inversión para los inversionistas.	Evitar inversionistas de poca reputación y capitales especulativos.
Calificación no obligatoria.	Permitir la entrada de inversionistas institucionales.
Entrada de nuevas figuras normativas al mercado.	Intermediarios reputacionales, colocadores, agencias calificadoras.

Fuente: Ministerio de Hacienda- Documento conceptual: reforma normativa al "Segundo Mercado".



podría dar este tipo de gabelas fiscales, pero se podrían explorar mecanismos alternativos que generen incentivos para el ingreso de compañías emergentes al mercado de valores.

Asimismo, partiendo del hecho de que, de acuerdo con la GEP, el acceso de las Pymes al mercado financiero ha resultado históricamente bajo, alcanzando niveles inferiores al 50%, se generan retos al interior del país en materia de educación financiera. El ejemplo del MAB en España ha demostrado la importancia de tener procesos de seguimiento continuo a las Pymes para motivar su ingreso y sostenimiento en el mercado de valores.

En este sentido, el gobierno colombiano debería analizar

de qué manera puede realizar un acompañamiento a las empresas emergentes de manera que su papel no se limite únicamente a la entrada, sino a una presencia activa en el mercado bursátil, entendiendo los beneficios de esta actividad.

Como vimos, el documento conceptual del “Segundo Mercado” ofrece una primera aproximación adecuada al entendimiento de las dificultades de información que caracterizan a los mercados alternativos. Sin embargo, un eslabón muy importante para el éxito en el funcionamiento de dichos mercados (como lo ha mostrado la evidencia europea) radica en el desarrollo de incentivos económicos que motiven el ac-

ceso masivo de las empresas emergentes. Por ende, aunque el documento del MH resulta un punto de partida necesario para entender las dimensiones del problema y celebramos su elaboración, consideramos que la propuesta inicial requiere tener en cuenta estos aspectos adicionales, con el fin de que se incentive el uso del sector financiero por parte de las Pymes, incrementando la inclusión financiera al interior de dicho segmento. Esto último debería tener en cuenta las restricciones a nivel fiscal que caracterizan al país, las cuales impedirían desarrollar esquemas de incentivos tributarios como los observados en la experiencia europea.

Conclusiones

En síntesis, el MH puso en circulación un borrador de proyecto de ley que pretende la ampliación del “Segundo Mercado” y la inclusión masiva de las Pymes en el mercado de valores. Muchas de las dificultades que han surgido a través de la experiencia internacional en este tipo de mercados, especialmente las referidas a aspectos de información, son tenidas en cuenta en el borrador

del proyecto de ley de ampliación del “Segundo Mercado” en Colombia. Éstas se pretenden solucionar por medio de relajamientos en los requisitos de información y la entrada de nuevos agentes (como los usados en la experiencia europea) que proveerían liquidez y transparencia al mercado.

Sin embargo, el punto más relevante, que no se toca en profundidad y que requeriría

una mayor consideración para futuros análisis, consiste en la búsqueda de mecanismos para estimular el ingreso de las Pymes colombianas a este mercado. Lo anterior representa un enorme reto en materia de política pública a nivel de educación financiera e incentivos, si tenemos en cuenta el bajo historial de acceso al crédito por parte de las Pymes con cifras cercanas al 50%. ■

Referencias

- Anif-Correval (2013), “Ahorro e inversión. Crecimiento económico y vehículos de profundización financiera”, mayo de 2013.
- Anif-Correval (2010), “Mercado de capitales y alternativas de financiamiento en Colombia”, marzo de 2010.
- Jiménez, M. (2007), “Capital de riesgo financiero y mecanismos financieros de apoyo a la innovación en Brasil y Chile”, Cepal, División de desarrollo productivo y empresarial, julio de 2007.
- Ministerio de Hacienda (2013), Documento conceptual: “Reforma normativa Segundo Mercado”.
- Zamora, S. (2012), “Acceso de las Pymes al mercado de valores”, Coyuntura Pyme, edición 40, diciembre de 2012.



El *factoring* como herramienta financiera para las Pymes

Por: Santiago Bernal Uribe*

El conocimiento de herramientas financieras como el *factoring* es sin duda alguna un importante aspecto para impulsar la expansión de las empresas y, como es apenas obvio, para el desarrollo de estrategia financiera, aspecto clave para nuestras queridas Pymes.

En países como España, México, Chile o Brasil, el co-

nocimiento del *factoring* es bastante alto, tanto así que se considera para muchas empresas una herramienta prioritaria para su crecimiento y, por ende, más deseada que otras como el sobregiro, el crédito tradicional y, sobre todo, frente al capital de terceros o los préstamos no financieros que en nuestro país aún continúan presentándose

como opción, a pesar de su costo y riesgo.

Lo anterior, sin duda, ha sido un factor determinante para que estos países hayan logrado masificar el *factoring*, siendo ésta una opción que representa más del 12% (Chile) o hasta el 14% (España) del PIB de estas naciones, según lo expresado por sus asociaciones de *factoring*. Esta mis-

*Vicepresidente comercial de *Factoring* Bancolombia. E-mail: sabernal@bancolombia.com.co

ma situación se está viviendo en otros países, incluido Colombia, donde el *factoring* es cada vez más conocido y por ende más utilizado.

De acuerdo con Factors Chain International (cadena global de *factoring*), la región (América del Norte, Centroamérica y América del Sur) ha duplicado el volumen total

de operaciones de *factoring* en los últimos siete años (ver tabla 1).

Sin lugar a dudas, este magnífico crecimiento se ha dado con base en la gran cantidad de Pymes que han sobrepasado la barrera cultural de sentirse temerosas ante el *factoring* y, contrario a ello, han comprendido que la herra-

mienta le ofrece muchos beneficios a su empresa.

Así las cosas, considero fundamental en este artículo abordar dos asuntos relevantes para lograr mayor conocimiento del *factoring* en nuestras Pymes. Lo primero es mencionar sus beneficios, y lo segundo, plantear nuestro punto de vista sobre su futuro.

Tabla 1. Volumen total *factoring* por país
(Millones de euros)

Américas	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Estados Unidos	94.160	96.000	97.000	100.000	88.500	95.000	105.000
Brasil	20.050	20.054	21.060	22.055	29.640	49.050	45.623
Chile	9.500	11.300	14.620	15.800	14.500	16.422	21.500
México	7.100	8.150	9.200	9.550	2.120	14.538	21.074
Canadá	3.820	3.386	4.270	3.000	3.250	3.723	5.284
Colombia		100	2.030	2.100	2.392	2.784	4.990
Perú	95	563	648	875	758	2.712	2.461
Panamá	240	607	483	460	500	600	700
Argentina	275	333	362	355	335	350	475
Bolivia					18	18	35
Honduras						160	30
Total Américas	135.240	140.493	149.673	154.195	142.013	185.357	207.172
Total Mundo	1.016.148	1.133.143	1.300.666	1.324.650	1.283.559	1.648.229	2.015.413

Fuente: Factors Chain International.

Beneficios del *factoring*

El *factoring* es un mecanismo financiero práctico y sencillo, diferente de las opciones convencionales de crédito, a través del cual las empresas pueden, de una manera más flexible y eficaz, optimizar el estado de sus cuentas por cobrar o mejorar la gestión del capital de trabajo de su compañía. Esto quiere decir que por medio del *factoring*, es posible

mejorar los tiempos de venta frente a los clientes.

Tradicionalmente, se ha asociado el *factoring* con la liquidez; sin embargo, sus beneficios van mucho más allá de la simple obtención de un dinero inmediato para superar las presiones diarias de la necesidad de caja para nuestras Pymes. Es cierto que por medio del *factoring* las empresas pue-

den solucionar el desfase que tienen entre los días de pago a sus proveedores y el tiempo de cobro de cartera ante sus clientes, pero también es una herramienta que favorece la inclusión, el desarrollo de comunidades en cadenas asociativas, la eficiencia operativa, el ingreso al mercado internacional y el mejoramiento de los indicadores financieros.

Inclusión financiera

Una de las principales barreras para potenciar los indicadores de inclusión financiera es el grado de formalización de los negocios creados por los múltiples emprendedores colombianos. El *factoring* es una excelente opción para ingresar a estos interesantes emprendimientos en el sector financiero. Esto se logra puesto que la factura a descontar se convierte en uno de los elementos decisivos para que un factor acepte estructurar operaciones de *factoring* hasta por un monto determinado, a diferencia del crédito tradicional donde son los estados financieros de la compañía los que normalmente determinan su capacidad de endeudamiento.

Así las cosas, una factura por cobrar a un cliente importante, sumado a un proyecto de emprendimiento interesante y una relación sólida entre proveedor – comprador, puede ser la mezcla ideal para que sea completamente viable y exitosa una operación de *factoring*. Esto, sin importar que quien vende sea una compañía recién creada, una persona natural con establecimiento de comercio que está codificada como proveedor en una empresa reconocida o un proyecto de grado en la universidad que gracias a su innovación ha sido beneficiado con la adjudicación de un contrato donde el cliente es una gran empresa multinacional.

Igualmente, es importante añadir que no sólo la aproba-

ción de un monto determinado para las operaciones de *factoring* se hace según la revisión antes mencionada, sino también de acuerdo con su tamaño. De esta manera, una Pyme que puede acceder a un cupo de crédito por el estado de sus balances de \$50 millones por ejemplo, con *factoring* podría llegar a acceder a unos valores bastante superiores, pues depende netamente de su re-

lación con el cliente y la facturación que tenga con éste. Es por esto que si una compañía que recién empieza cuenta con facturas legalmente adecuadas a cargo de un cliente importante por valor de \$500 millones o más, puede acceder a un monto máximo de *factoring* por dicho valor, así sus estados financieros muestren lo contrario, lo que significa que sus estados financieros están fortalecidos

con sus cuentas por cobrar y, en consecuencia, su capacidad de crédito mejora. Lo anterior se logra dado que, sin lugar a dudas, es más fácil analizar una factura que un balance general y que el principal activo de nuestras Pymes pueden ser precisamente esas facturas que demuestran claramente la relación con un cliente importante.

En el país ya contamos con varios ejemplos de este tipo de



operaciones de *factoring*, donde emprendedores descuentan sus facturas derivadas de las arepas que venden a una cadena de supermercados o un estudiante de décimo semestre que realiza *factoring* con las facturas producto del aparato electrónico que inventó como tesis de grado y ahora vende a las compañías de teléfono para mejorar las instalaciones de internet de esta última a nivel nacional.

operaciones de *factoring*, donde emprendedores descuentan sus facturas derivadas de las arepas que venden a una cadena de supermercados o un estudiante de décimo semestre que realiza *factoring* con las facturas producto del aparato electrónico que inventó como tesis de grado y ahora vende a las compañías de teléfono para mejorar las instalaciones de internet de esta última a nivel nacional.

Desarrollo de comunidades

Definitivamente, uno de los grandes retos de las Pymes en Colombia es lograr comprar un mayor volumen a sus proveedores, pero a un mejor precio. El *factoring* facilita este tipo de situaciones, puesto que está enfocado en el desarrollo de comunidades y no solamente en operaciones puntuales de descuento de facturas cada cierto tiempo. Así las cosas, la expansión de la herramienta del *factoring* no puede ser alcanzada si se piensa que es un sustituto del crédito, sobregiro o prestamista en la calle, ya que su gran diferencia es que no se considera una herramienta individual, sino colectiva.

De esta manera, ya existen entidades, como por ejemplo

cooperativas de caficultores o papeleros, que se unen y al convertirse en grandes pagadores ante sus proveedores han acogido los productos de *factoring* como una herramienta para capturar mayores descuentos por pronto pago ante grandes proveedores o amplían sus fechas de pago con ellos, logrando aliviar el estrés de contar con el dinero diario para pagar sus insumos.

Lo anterior hace que un grupo de distribuidores conocidos pueda capturar un mejor nivel competitivo al comprar mayor volumen por menos precio, cosa que antes no era tan fácil, pues se podían unir pero sus proveedores no contaban con una herramienta fi-



nanciera que lograra traducir este esfuerzo de unión en un menor costo y a mejores plazos. Así las cosas, este tipo de comunidades, siendo en este caso los pagadores, puede beneficiarse también de las operaciones de *factoring* que realizan sus proveedores.

Eficiencia operativa

Entre las diferentes opciones para mejorar la eficiencia en una Pyme hay dos de ellas que claramente pueden ser alcanzadas por medio del *factoring*. La primera es el incremento en ventas, ya que al vender más, el inventario tiene una mayor rotación y, por ende, el gasto de almacenamiento disminuye por cada unidad vendida. La segunda alternativa es complementaria a la anterior, ya que esto se logra por intermedio de productos de *factoring* completamente electrónicos, lo cual reduce gastos de impresión y, sobre todo, tiempo en facturación y administración de las facturas

“Existen productos de *factoring* por medio de los cuales la empresa puede realizar el descuento de una factura ingresando en una página web y con un solo clic.”



en fuelles y fólderes. Hoy en día existen productos de *factoring* por medio de los cuales la empresa puede realizar el descuento de una factura ingresando en una página web y con un solo clic autorizando la transacción correspondiente.

En Colombia contamos con ejemplos de compañías que han aumentado su equipo de ventas, puesto que no requieren personal para administrar las facturas y varios contratas han logrado obtener el dinero para pagar la nómina sin necesidad del papel o las múltiples llamadas que antes realizaban a su cliente para insistir por un anticipo.

Ingreso al mercado internacional

Importar o exportar, desde o hacia nuevos mercados. Ese es un gran sueño de muchos de los empresarios colombianos. La pregunta es cómo empezar y con qué tipo de aliado financiero. En este caso, el *factoring* de importación y el *factoring* de exportación se convierten en una valiosa y novedosa alternativa para las Pymes que inician su tránsito en el comercio mundial. Es común que los clientes internacionales de los nuevos exportadores colombianos les soliciten a éstos múltiples documentos y condiciones para poder iniciar su relación comercial. Esto, sumado a la incertidumbre de iniciar o contar con una cartera en el exterior, donde no se sabe cómo y cuándo cobrar. El *factoring* de exportación es una gran alternativa para este tipo de compañías, ya que se entrega la labor de cobro a una entidad de *factoring*, haciendo que la

Pyme se dedique a producir y a vender, y no a cobrar. Además, el exportador colombiano recibe un apoyo ante su cliente en el exterior puesto que cuenta con una compañía de *factoring* que participa en sus operaciones internacionales.

Para los importadores, la situación es diferente, pero con similares beneficios, ya que pueden existir algunas inquietudes por parte de su proveedor en el exterior dado el supuesto riesgo país o el desconocimiento de la Pyme colombiana que importa. En este caso, al contar con una compañía de *factoring* reconocida y con acuerdos internacionales con otros factores en diversos países del mundo, el proveedor que hace la operación de *factoring* con el factor colombiano elimina sus riesgos en la venta a su cliente Pyme (importador colombiano), y la Pyme importador colombiano recibe un respaldo adicional

para concretar sus operaciones internacionales. Esto se logra gracias a la participación de la compañía de *factoring* en Colombia frente a las operaciones con su cliente, facilitando que el exportador inicie relaciones y pueda tranquilamente comenzar a venderle sus productos. En conclusión, el *factoring* de importación se convierte en el mecanismo que da tranquilidad y seguridad de pago a los proveedores internacionales para atender las necesidades de los importadores colombianos, con la participación de una empresa reconocida por factores o bancos internacionales.

Herramientas como ésta han sido aprovechadas por caficultores que exportan directamente su café ante los grandes compradores en Estados Unidos o Suiza por ejemplo, Pymes que han iniciado a exportar a Rusia o importadores que reciben insumos para sus textiles desde Perú.

Mejoramiento de indicadores financieros

Hasta el momento, la mayoría de los beneficios se ha relacionado con pequeñas empresas o emprendimientos que hasta ahora comienzan a desarrollarse, pero ¿cuál es el gran beneficio para las medianas empresas que participan en el juego de las grandes ligas? Sin lugar a dudas, el mejoramiento de sus indicadores financieros.

Gracias a la disminución del tiempo de recaudo en las cuen-

tas por cobrar de las empresas vendedoras y a los mayores plazos para el pago de las cuentas por pagar a proveedores en las compradoras, el *factoring* puede mejorar de manera sustancial los estados financieros de las Pymes. Por un lado, facilita la mejora del Flujo de Caja Libre (FCL), dado que equilibra la ecuación cuando hay una alta presión de pagar proveedores sin haber recolectado la carte-

ra de los clientes. En cuanto al balance general, al entregar la cartera, se reduce la cuenta de deudores comerciales (cartera) y complementado con el crecimiento del valor en la cuenta de proveedores, se mejora el indicador de ciclo del negocio (mejor tiempo de rotación). Finalmente, mejora la rentabilidad del activo neto y, por ende, aumenta la riqueza para el dueño, siendo éste el objeti-

vo básico desde el punto de vista financiero (ver gráfico 1).

Lo anterior puede sonar algo técnico, pero es fundamental para mejorar la estructura de la compañía, puesto que la pone a punto para seguir creciendo. Unos buenos estados financieros facilitan la consecución de nuevos clientes, proveedores, aliados del sector financiero, pero sobre todo marcan la pauta para que el dueño de la empresa realmente aumente el retorno de su inversión.

En resumen, y de forma más sencilla, con el *factoring* los proveedores pueden vender más, recoger el dinero más rápido e incluso los pagadores pueden pagar más tarde sin afectar a sus proveedores. Esto a su vez hace que aparezca dinero que puede ser invertido en más materia prima o simplemente que el costo de producir sea menor.

Gráfico 1. Efecto del *factoring* en los indicadores financieros



Fuente: autor.

El futuro del *factoring* en Colombia

Sin lugar a dudas, el potencial de crecimiento de esta herramienta financiera es inmenso y seguirá ganando participación en el país. Para lograrlo, es muy importante avanzar en los siguientes aspectos:

- **Incrementar el conocimiento del *factoring* por medio de programas de educación financiera.** En el futuro seguramente las Pymes del país podrán tener acceso a más artículos como éste, videos que expliquen el *factoring*, charlas para dar a conocer la herramienta y, sobre todo, recibir más ofertas para poder descontar facturas, las cuales podrán llegar por parte de sus clientes, bancos, compañías de *factoring*, agremiaciones, etc.
- **Impulsar el *factoring* electrónico.** En unos años seguramente se podrá realizar un descuento de facturas electrónicas y las operaciones serán aún más fáciles y ágiles que hoy en día. Entre menos manual sea el *factoring*, más seguidores tendrá, y el gasto de administrar facturas desaparecerá.
- **Desarrollar comunidades que se beneficien con el *factoring*.** El principal objetivo de esta herramienta financiera es facilitar que grupos de clientes y grupos de proveedores se unan para beneficiarse mutuamente. Actualmente, el *factoring* se visualiza como una opción individual para descontar una factura cada vez que se requiere liquidez, cuando realmente debe ser un programa constante entre un colectivo que busca beneficiarse para lograr el crecimiento de un sector económico.
- **Finalmente, es fundamental que las grandes empresas que les compran a las Pymes impulsen de una manera más decidida el *factoring*,** facilitando que sus facturas sean descontadas por sus proveedores, a través de herramientas financieras como ésta.

Por todo lo expresado anteriormente, en mi opinión el futuro de las Pymes en Colombia y su desarrollo estará muy ligado al *factoring*. Para lograrlo, quienes vibramos con el *factoring* debemos ser actores protagónicos para darlo a conocer y ofrecerlo sin descanso cada vez que nazca un emprendimiento en nuestro país. ■

Políticas públicas e instrumentos de financiamiento para las Pymes en Colombia

Por: Luis Alberto Zuleta J.*

Este artículo busca ilustrar al lector sobre el estado del arte acerca del mundo de las Pymes en el país, haciendo énfasis en el tema de financiamiento. Se basa en estudios anteriores del autor y de expertos sobre el tema¹.

Inicialmente se hace un breve repaso sobre las características de las empresas de menor tamaño y su papel en la economía colombiana, se hace una revisión sucinta del tema del financiamiento y un recuento de las principales políticas. Finalmente, se presentan algunas ideas sobre las perspectivas de estas empresas.

El mundo de las Pymes

En Colombia las Pymes se identifican por el número de empleos y el valor de los activos. Sin embargo, en muchos países se da mayor énfasis al valor anual de la producción que generan.

Desafortunadamente el Dane, que es nuestra principal fuente de información, no produce periódicamente estadísticas comparables sobre las principales variables relacionadas con la pequeña y mediana empresa. Tiene sí una excelente encuesta sobre microestablecimientos.



*Consultor-investigador asociado de Fedesarrollo. E-mail: lzuletaj@cable.net.co

¹Goldstein E. y Kulfas M.: "Alcances y limitaciones de las políticas de apoyo a las Pymes en América Latina". En: C. Ferraro (Compilador): "Apoyando a las Pymes: políticas de fomento en América Latina y el Caribe". Cepal- Aecid. (Dic. 2011). Zuleta L.A.: "Políticas e instituciones de apoyo a las Pymes en Colombia" En: C. Ferraro (Dic. 2011a). Zuleta J. L.A.: "Política pública e instrumentos de financiamiento a las Pymes en Colombia". En: C. Ferraro (Compilador): "Eliminando barreras: el financiamiento a las Pymes en América Latina" (Nov. 2011b).

Las empresas de menor tamaño en el país tienen dos rasgos relevantes en el universo de empresas: son las mayores generadoras de empleo y, de lejos, representan el mayor número de empresas, aunque concentradas principalmente en las microempresas (más del 90% de los establecimientos). La pequeña y la mediana empresa representan cerca del 4% de los establecimientos. Aunque la gran empresa es poco representativa en número, es fundamental en el valor agregado y la producción bruta que genera.

Una de las complejidades de estudiar el universo de empresas por tamaño es la variedad de sectores económicos que participan en todos los tamaños de empresas.

Utilizando el valor de los activos como criterio, prevalecen los siguientes sectores: comercio y reparación de vehículos, industria manufacturera, actividades inmobiliarias empresariales y de alquiler y construcción². En 2009 la pequeña empresa tenía una mediana de \$400 millones de activos, mientras que esta variable en la mediana empresa ascendía a los \$1.400 millones. Por su parte, las medianas empresas generan aproximadamente el 27% del empleo manufacturero y las pequeñas empresas el 14%.

Dado que este subsector de empresas participa en



“Colombia ha avanzado notablemente en enfrentar la problemática de las Pymes, al pasar de políticas de intervención a través de subsidios a las tasas y de líneas especiales de crédito en las décadas del setenta y el ochenta, a políticas que hacen más énfasis en la consolidación de los mercados.”

tantos sectores económicos y tiene como función principal ser proveedora de bienes y servicios de otras empresas, conforma una parte muy significativa de los eslabones de los distintos sectores.

Por lo tanto, orgánicamente tiene una función vital en la conformación y consolidación de *clusters* regionales y sectoriales, constituyéndose ésta posiblemente como su principal función en la economía.

Con el avance de Colombia en la celebración de tratados de libre comercio con distintas regiones del mundo, este papel de participante en *clusters* regionales adquiere mayor relevancia.

No obstante lo anterior, es importante tener claridad sobre la vulnerabilidad de las

empresas de menor tamaño en las fases del ciclo económico. Efectivamente, en la última crisis de mayor profundidad en el país iniciada en 1997, las Pymes se debilitaron significativamente y muchas de ellas desaparecieron³. Por fortuna esto no ocurrió en la crisis de 2009 dada la fortaleza relativa de la economía colombiana para hacer frente a la crisis internacional y, en particular, la fortaleza del sector financiero.

Debe destacarse que Colombia ha avanzado notablemente en enfrentar la problemática de las Pymes, al pasar de políticas de intervención a través de subsidios a las tasas y de líneas especiales de crédito en las décadas del setenta y el ochenta, a políticas que hacen más énfasis en la consolidación de los mercados, y en afrontar las mayores debilidades de este conjunto de empresas al hacer frente a aspectos críticos como capacitación, acceso a mercado, financiamiento y, en mayor medida, innovación.

²En este contexto, la encuesta de Anif sobre la pequeña y mediana empresa acierta en diferenciar empresas manufactureras, de comercio y de servicios.

³Zuleta L.A.: “La reactivación productiva del sector privado colombiano”. BID (Sept. 1999). Publicado por el Departamento Nacional de Planeación – Unidad de Análisis Macroeconómico. Archivos de Macroeconomía, Documento 134 (23 de marzo de 2000).

El financiamiento

A diferencia de otros países latinoamericanos, puede afirmarse que en Colombia existe un nivel creciente de competencia entre las empresas financieras privadas por atender este segmento de empresas.

Entre los bancos que sirven segmentos masivos debe destacarse la participación en el mercado de Pymes del Banco de Bogotá, Bancolombia, Banco Bilbao Viscalla Argentaria, Banco AV Villas, Banco de Occidente, Citibank y Banco Caja Social, que es tradicional en este segmento. Recientemente, se vienen consolidando entidades especializadas en microcrédito y crédito para Pymes, tanto bancos como compañías de financiamiento y compañías financieras. Pueden mencionarse los casos de Bancamia, Banco de la Mujer, Finamérica, Giros y Finanzas, Procredit Colombia y Coomeva.

En este contexto, Colombia no sólo cuenta con recursos de redescuento provenientes de banca de segundo piso, como ocurre en otros países, sino también con recursos de primer piso en las empresas mencionadas.

Una estrategia complementaria de participación del sector público y el sector privado en Colombia se ha dado a través de los recursos de redescuento de Bancóldex y de su complemento con las garantías de crédito otorgados por el Fondo Nacional de Garantías hasta por el 50% de los créditos.

Tanto el esquema de otorgamiento de garantías para crédito con recursos de las entidades financieras, como el de recursos de segundo piso de Bancóldex con un mecanismo de redescuentos automáticos, se han constituido en instrumentos exitosos para servir este segmento de empresas desde hace muchos años.

Debe destacarse que a finales de la década pasada, cerca del 55% de la cartera de los intermediarios financieros especializados en Pymes correspondía a créditos garantizados por el Fondo Nacional de Garantías. Con respecto a Bancóldex, puede comentarse que aproximadamente el 40% de los recursos de la institución se dirige a las Pymes (ver gráfico 1).

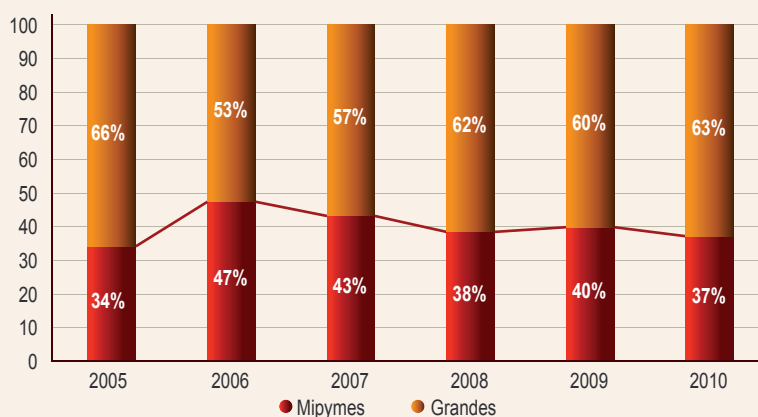
Por otra parte, los créditos de Bancóldex corresponden a un rango entre el 10% y el 15% del total del crédito desembolsado a las Pymes. Debe

destacarse también que se ha avanzado en la ampliación de plazos en este tipo de créditos.

Con respecto a los productos financieros, existe una mayor oferta liderada por Bancóldex y complementada por algunas de las entidades privadas en brindar a este segmento de empresas productos de *leasing* y *factoring*. Igualmente, se han venido desarrollando fondos de capital privado que también operan con empresas de menor tamaño.

Otro de los elementos que ha permitido mejorar el acceso de empresas de menor tamaño al financiamiento, es el crecimiento significativo en la cobertura geográfica de los establecimientos financieros en Colombia. Esto ha sido liderado inicialmente por la Banca de las Oportunidades, al incentivar la creación de los corresponsales bancarios que permiten a las personas naturales y a empresas de menor tamaño tener acceso

Gráfico 1. Evolución de la participación de los desembolsos de crédito de Bancóldex según tamaño de empresas (% , 2005-2010)



Fuente: Zuleta L.A. (2011b).

a alguno de los servicios financieros en sitios en los cuales no existían sucursales bancarias.

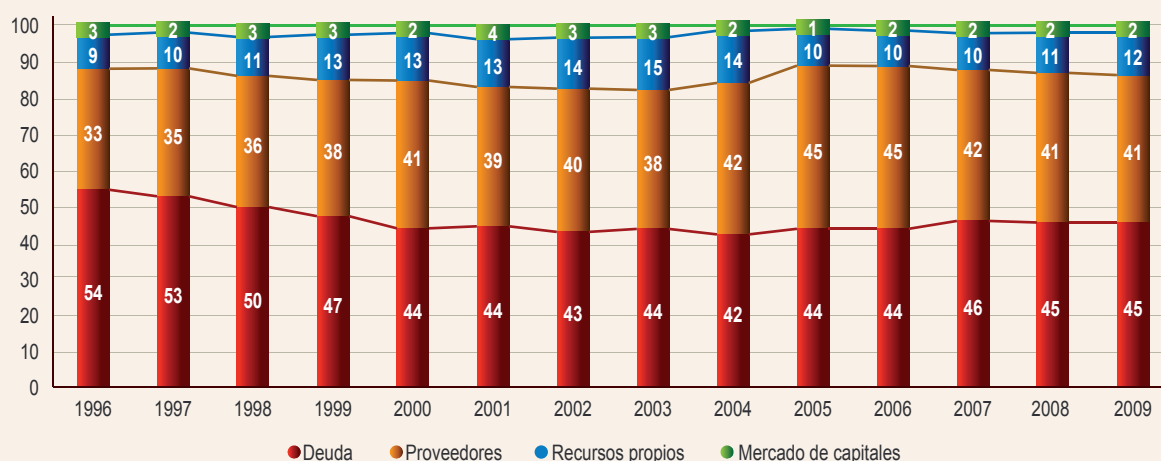
Pese a que el país ha venido avanzando en la oferta y diversificación de productos financieros para este tamaño de empresas, es importante resaltar que estamos aún en una etapa intermedia si nos comparamos con países como Brasil, México y Chile que han logrado identi-

ficar y especializar los servicios financieros de acuerdo con el nivel de desarrollo de cada empresa específica. Por supuesto, lograr este propósito requiere efectuar un diagnóstico adecuado de cada entidad y la evaluación del tipo de producto financiero o no financiero más apropiado para los proyectos y necesidades específicas. Éste es el papel de la banca de desarro-

llo en esos países y, en particular, de Corfo en Chile.

Por otra parte, es de destacar la precaria participación del mercado de capitales en el financiamiento de las Pymes. En contraste, la deuda y el crédito de proveedores se han constituido como las principales fuentes de financiamiento en este segmento de empresas (ver gráfico 2).

Gráfico 2. Evolución de la participación de las fuentes de financiamiento de las Pymes (%)



Fuente: Zuleta L.A. (2011b).

Las políticas

Como ya se ha indicado, Colombia ha evolucionado desde políticas de intervención a base de subsidios en las décadas del setenta y el ochenta hacia políticas de mercado en las décadas siguientes.

Sin embargo, en esta dirección general se han trastocado en el tiempo los objetivos de política, mezclando objetivos ligados al fomento de empresas pequeñas con objetivos más orientadores de la política productiva y de

la competitividad de la economía colombiana.

En este contexto, debe comentarse que se han diseñado instrumentos de política financieros y no financieros que no han tenido suficiente focalización y coordinación en el tiempo. Se presenta a continuación el mapa de los instrumentos de apoyo a las Pymes, tanto financieros como no financieros, para sustentar algunos comentarios (ver gráfico 3).

Uno de los corolarios derivados de la historia de los instrumentos de política consiste en la dificultad de diferenciar y focalizar los instrumentos de política relacionados con las microempresas y los de las Pymes. Algo similar puede decirse sobre la coordinación de instituciones que lideran instrumentos no financieros con las de los instrumentos financieros. Esta tarea es de gran importancia cuando se busca apoyar a las empresas según sus necesi-

Gráfico 3. Caracterización general de los instrumentos de apoyo a las Pymes

	Instrumento	Año creación	Objetivo	Focalización real	Cobertura sobre el total	Evaluación de impacto	Relación con otros instrumentos	Reestructuración anunciada
No financieros	Fomipyme	2000	Innovación	Microempresas	Baja	X	No	Mayor cobertura y relación con instrumentos financieros
	Incubadoras	1998	Creación empresas	Microempresas	Baja		No	Mayor cobertura y relación con instrumentos financieros
	Fondos Colciencias	Década 90	Investigación y desarrollo	Mediana y grande	Baja		Con Bancóldex	
	Fondo Emprender	2002	Proyectos emprendedores	Microempresas	Baja		No	Elevar nivel de emprendedores
	Proexport	1991	Agencia exportación	Todos los tamaños	Media	X	Financieros	
	Ley formalización	2010	Formalización	Mipymes				
Financieros	Bancóldex	1967	Financiación	Pymes	Alta		Financieros	Agencia de desarrollo
	FNG	1981	Otorgar garantías	Mipymes	Alta	X	Financieros	
	Banca de las Oportunidades	2006	Bancarización	Mipymes		X	Financieros	

Fuente: Zuleta L.A. (2011b).

dades específicas. También se resalta una inadecuada evaluación de los instrumentos para ajustar su operatividad.

Por otra parte, debe resaltar-se el bajo grado de coordinación entre las entidades públicas que son responsables del desarrollo de cada uno de estos instrumentos. No debe desconocerse, sin

embargo, la importante labor de Bancóldex en los últimos años en corregir estas deficiencias al buscar convertirse en una verdadera agencia de desarrollo que cumpla un cometido similar al de Corfo en Chile.

Debe resaltarse el Programa Innpulsa que busca adecuar los instrumentos existentes al nivel

de desarrollo de las empresas teniendo como foco el desarrollo productivo y la innovación.

Este propósito es una idea en desarrollo que requiere consolidación y estabilidad en el tiempo para lograr sus resultados. De ahí la importancia de evaluar persistentemente los logros de este programa.

Prospectiva

Un repaso de las estrategias seguidas por distintos países de América Latina para el fortalecimiento de las Pymes⁴ hace énfasis en los siguientes elementos críticos:

- Las Pymes hacen parte de una red de clientes y proveedores de empresas grandes.
- Una visión integradora convierte a las Pymes en sujetos

importantes de una estrategia de desarrollo de *clusters* sectoriales y regionales.

- El éxito de estas estrategias requiere de instrumentos de asociatividad entre las empresas.
- El núcleo del aprendizaje y la consolidación del desarrollo de estas empresas no pueden basarse exclusivamente en la capacitación tradicional, sino

que requieren una estrategia específica de innovación.

El acceso al financiamiento es de gran relevancia, pero no se restringe al crédito y a los productos financieros más novedosos, sino que se requiere desarrollar esquemas de financiamiento por proyectos según el grado de desarrollo de la empresa específica y sus necesidades. ■

⁴Goldstein E y Kulfas M. (2011), "Experiencias exitosas en innovación, inserción internacional e inclusión social: una mirada desde las Pymes". BID, Cepal, OEA (Sept. 2011).

Desempeño, perspectivas y estímulos para la actividad industrial

Por: Edgar Caicedo
María Alejandra Hernández*

El crecimiento anual del PIB de la industria nacional, luego de situarse en niveles históricos muy bajos en la crisis de finales de la década pasada, repuntó hasta el año 2011.

Esta recuperación se materializó en un ambiente de apreciación del tipo de cambio y cierre de las exportaciones a Venezuela. Sin embargo, en el último año y medio el PIB industrial se ha resentido, junto con el empleo industrial, las ventas locales y las exportaciones. Es importante anotar que el estancamiento industrial no es un fenómeno exclusivo de Colombia, lo es también a nivel mundial.

Entre las explicaciones más reiteradas sobre la actual debilidad de la actividad manufacturera, que vienen señalando los industriales y analistas del sector, tenemos: el debilitamiento de la demanda externa y local, la mayor competencia de las importaciones que afronta la producción



nacional¹, los elevados costos de algunas materias primas, incluida la energía², y el precario nivel de infraestructura, no sólo físico (vías, puertos, aeropuertos, etc.) sino también logístico, tecnológico, de comunicación y de producción del conocimiento. Este último factor de carácter estructural es quizás el que viene frenando con mayor fuerza el apuntalamiento de una mayor capacidad productiva y competitiva del país, al punto de que Colombia resulta mal posicionada en las clasificaciones internacionales de competitividad e innovación.³

De todas las grandes ramas económicas, la industria es el único sector que continúa con un crecimiento anual de la producción y el PIB en terreno ne-

*Los autores son en su orden Jefe (E) y profesional de la Sección de Estadística del Banco de la República. Se agradecen los comentarios de Jorge Toro, subgerente de Estudios Económicos del Banco de la República. E-mail: ecaicega@banrep.gov.co

¹Sobre estas dos razones que explican la debilidad de la industria véase: Parra D. y Torres J. E. (2012), "Comportamiento reciente de la producción Industrial colombiana", Informe sobre Inflación, diciembre, Banco de la República, Bogotá, Colombia.

²Las tarifas de energía que paga el sector industrial colombiano son las más costosas de Suramérica. Véase: <http://www2.osinerg.gob.pe/Tarifas/ComparaTarElecLatCompGLPGNV/TarifasElectricasLatinoamerica.pdf>

³Al respecto ver: Consejo Privado de Competitividad, Informe Nacional de Competitividad 2012-2013, Bogotá, Colombia.

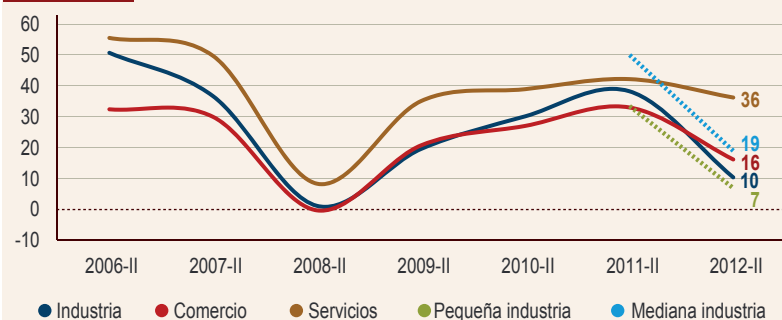
gativo. Este comportamiento adverso se refleja en los resultados de la última Gran Encuesta Pyme (GEP), siendo los empresarios industriales aquellos con la percepción más negativa

sobre la situación económica de la empresa. En el caso de las Pymes industriales, el peor balance de respuestas a esta pregunta recae en el segmento de pequeñas empresas (gráfico 1).

Al analizar las perspectivas sobre el futuro económico, encontramos que el mayor deterioro en las expectativas de ventas se localiza en las actividades manufacturera y comercial, siendo los pequeños industriales los más pesimistas de todos los encuestados (gráfico 2A). Cuando examinamos las expectativas de la producción industrial, se repite el mayor negativismo del segmento empresarial más pequeño (gráfico 2B).

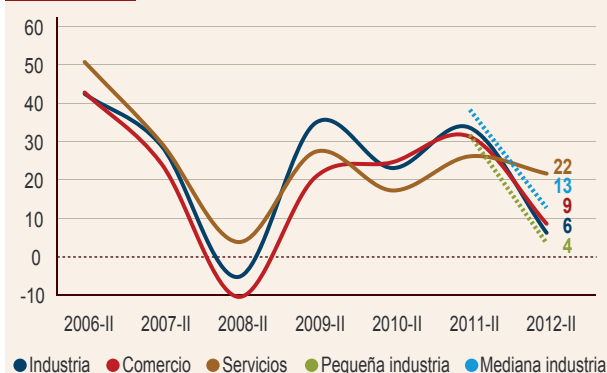
El panorama anterior no cambia al analizar el empleo, siendo la industria, y en especial la pequeña, junto con el comercio, los sectores que

Gráfico 1. Situación económica de la empresa
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Gráfico 2. A. Expectativas sobre ventas
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

Gráfico 2. B. Expectativas sobre producción industrial
(Balance de respuestas)

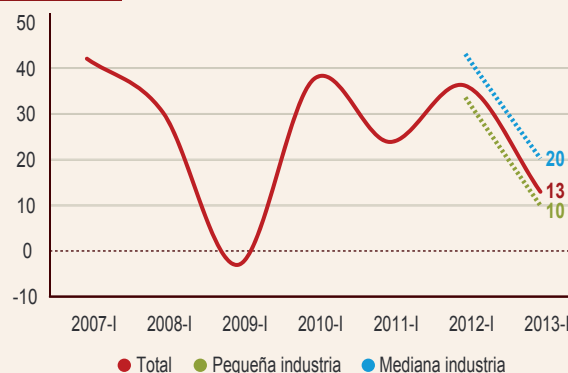
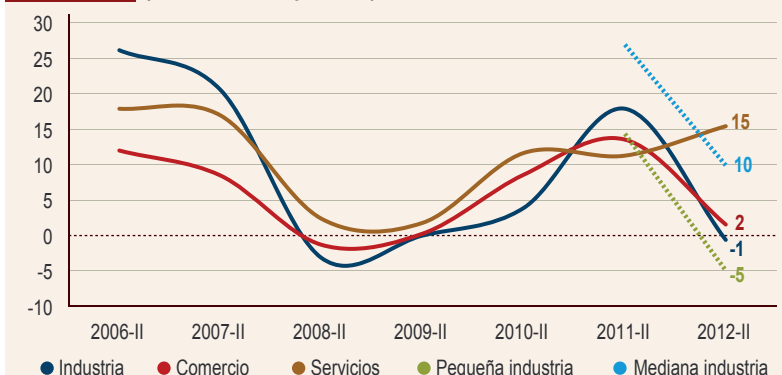


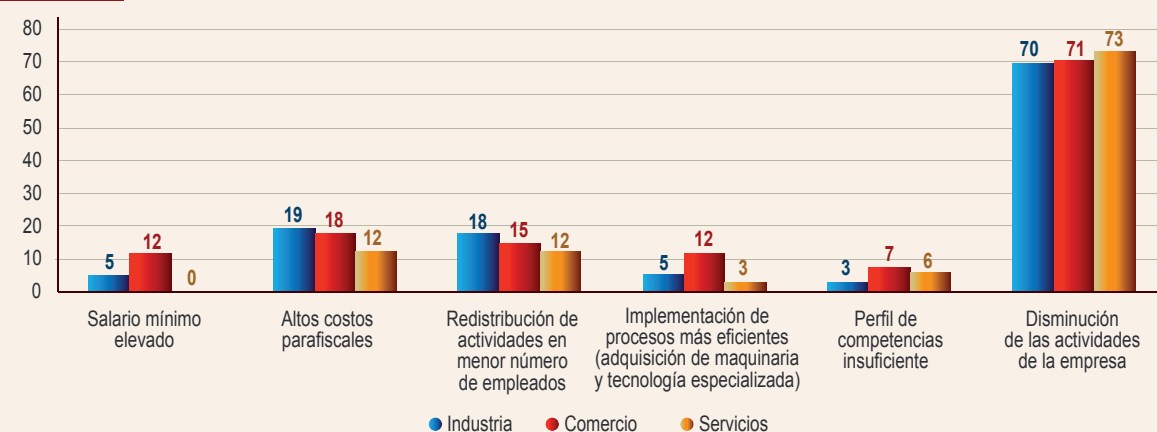
Gráfico 3. Situación actual del empleo
(Balance de respuestas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

muestran más deterioro en la generación de nuevos puestos de trabajo (gráfico 3). Por su parte, la destrucción de empleo se explica, principalmente, por el mal desempeño de la actividad productiva de las firmas, en lo cual coinciden todos los empresarios de los diferentes sectores (gráfico 4).

Además de los hechos estilizados y de coyuntura señalados arriba, el estancamiento

Gráfico 4. Factores que determinaron la decisión de disminuir el número de trabajadores de su empresa (%)

Fuente: Gran Encuesta Pyme Anif (I-2013).

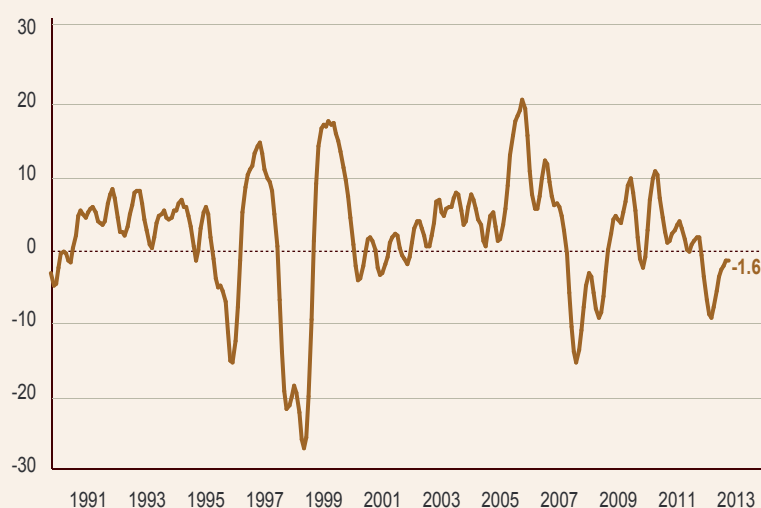
en la producción manufacturera y el empleo del sector también tendrían que ver con los grandes escollos para invertir e innovar, que vienen afectando sobre todo a la industria de menor escala. De acuerdo con los encuestados de la GEP, los mayores obstáculos para invertir e innovar son la falta de incentivos y de apoyo gubernamental, los altos costos de los arriendos, así como las dificultades para acceder a financiación. Dentro de las Pymes encontramos que el segmento de la pequeña industria tiene los mayores inconvenientes para invertir e innovar, por las dificultades para acceder a financiación y la falta de incentivos.

Aunque parecería que la industria en general tocó fondo, recientemente viene mostrando algunos síntomas de mejoría en los últimos meses. Lo anterior se concluye en el informe de la última Encuesta de Opinión Industrial Conjunta (EOIC) de la Andi, e incluso se

contempla una posible recuperación en el segundo semestre de 2013⁴.

Las observaciones de la Andi-EOIC son coincidentes con la evolución de la producción industrial en los últimos meses, cuyo crecimiento, aún negativo, comenzó a repuntar desde marzo pasado (gráfico 5). Igualmente, la percepción actual y

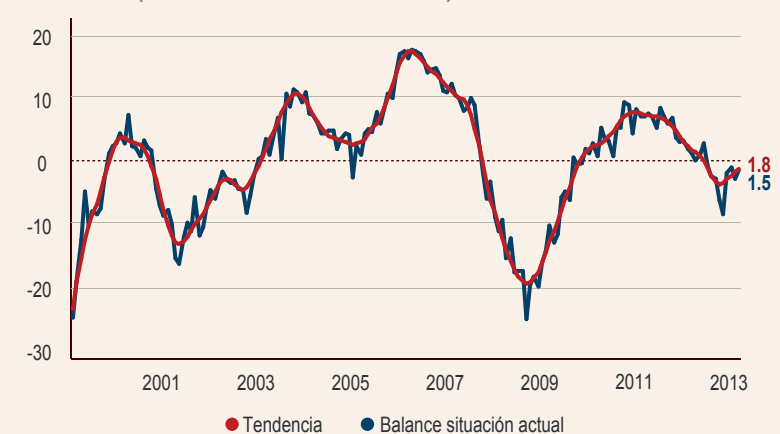
las expectativas cercanas de los industriales vienen mejorando como se deduce del índice de confianza de la industria de Fedesarrollo a julio (gráfico 6), cuyo cálculo resulta de analizar simultáneamente la situación actual de las existencias, el volumen de pedidos y las expectativas de producción; este indicador dejó de caer y retomó

Gráfico 5. IPI sin trilla de café
(Crecimiento mensual anualizado, abril de 2013)

Fuente: Dane.

⁴Ver: http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=559&Id=3&clase=8&Tipo=3.

Gráfico 6. Balance del Índice de Confianza de la Industria
(Con series desestacionalizadas)



Fuente: Fedesarrollo.

“La desaceleración de la actividad industrial se ha convertido en uno de los mayores retos, tanto para las autoridades económicas como para el sector en su totalidad.”

una senda ascendente a partir del segundo trimestre de 2013.

La desaceleración de la actividad industrial se ha convertido en uno de los mayores retos, tanto para las autoridades económicas como para el sector en su totalidad. La respuesta del gobierno se ha concentrado en diseñar una variedad de políticas e instrumentos para sacar a flote y posicionar a la industria sobre una senda de crecimiento sostenido. Entre ellas tenemos la reciente Reforma Tributaria, el Plan de Estímulo para la Productividad y el Empleo (PIPE), el Plan de Transformación Productiva (PTP) y la acentuación de políticas que vienen de anteriores administraciones como iNNpulsa y la Banca de las Oportunidades. La puesta en marcha de estas medidas estaría derivando en un posi-

ble quiebre hacia la recuperación industrial, como pareciera observarse últimamente.

La Reforma Tributaria de finales de 2012 redujo los costos a la nómina, eliminando a partir de mayo pasado el cobro del ICBF y el Sena a cargo del empleador, beneficiando expresamente a las empresas intensivas en mano de obra. Igualmente, se eliminará, a partir de 2014, el aporte a salud a cargo del empleador. Por otra parte, la Reforma redujo el Impuesto sobre la Renta del 33% al 25% y, en su lugar, creó la Contribución Empresarial para la Equidad (CREE), la cual sustituye los aportes parafiscales a Sena e ICBF que actualmente asumen los empresarios. La tarifa de este Impuesto sobre la Renta para la equidad será del 9 % para los años 2013, 2014 y 2015. A partir de 2016, dicha

carga impositiva caerá al 8.0%. Del monto recaudado del impuesto CREE, 2.2 puntos se destinarán al ICBF, 1.4 puntos al Sena y 4.4 puntos a salud⁵.

Asimismo, con la nueva Reforma Tributaria, los consumidores y diversos sectores productivos, en especial el agrícola, se han visto beneficiados con la reducción de los impuestos indirectos para algunos alimentos, combustibles, vehículos, servicios de restaurante, semillas, materias primas y maquinaria agrícola, entre otros.

Por otro lado, en abril de este año el gobierno anunció el Plan de Impulso a la Productividad y el Empleo (PIPE), cuya meta es incentivar el desarrollo empresarial del país, con una visión de mediano plazo, en sectores estratégicos como el industrial, agrícola, cons-

⁵El CREE se retendrá mensualmente como un anticipo del Impuesto sobre la Renta, gravando las utilidades de las empresas y no la nómina, y se le cobrará a los empresarios que contraten trabajadores que devenguen menos de 10 salarios mínimos mensuales legales vigentes. El punto adicional del CREE, que se cobrará en los tres primeros años, será destinado en un 40 % para financiar las instituciones de educación superior públicas, un 30 % para el régimen subsidiado en salud, y el restante 30 % para la inversión social en el sector agropecuario. Véase al respecto: Ley 1607 de 2012 de la Presidencia y el Decreto 862 de 2013 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

trucción, así como dinamizar la generación de empleo.

De los cerca de \$5 billones destinados al PIPE, un 50% tendrá como destino final la infraestructura y la construcción. La actividad manufacturera se beneficiará directamente, ya que se reducirá a cero, durante dos años, la tarifa de los aranceles para la importación de materias primas y bienes de capital que no se producen en el país.⁶ El PIPE también contempla un programa de \$800.000 millones, que a través de Bancóldex, apoyará la financiación para capital de trabajo y la inversión en activos, con condiciones preferenciales: bajas tasas, amplios plazos y extensos períodos de gracia. Adicionalmente, se dispondrá de \$40.000 millones dirigidos a fortalecer el programa iNNpulsa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. De este monto se dispondrán \$30.000 millones para capital semilla y para promover el crecimiento de cualquier tipo y tamaño de empresa. Los \$10.000 millones restantes fortalecerán el programa iNNpulsa Mipyme.

El PIPE también contempla medidas para apoyar la construcción y la agricultura. Para estimular la construcción, se lanzó la segunda fase de 100.000 viviendas con subsidios directos y tasas preferenciales, con una inversión de \$1.7 billones. La intención con este programa es beneficiar a 132.000 familias y generar empleo. El gobierno es-

tima que este programa estimulará un 25% de la actividad industrial. En materia agrícola, se destinarán recursos para la capitalización rural, subsidiar coberturas cambiarias, promover la tecnificación del sector lechero y realizar el tercer Censo Nacional Agropecuario, cuya necesidad es imperiosa, dado que hace más de cuatro décadas no se realiza.

“La actividad manufacturera se beneficiará directamente, ya que se reducirá a cero, durante dos años, la tarifa de los aranceles para la importación de materias primas y bienes de capital que no se producen en el país.”

El plan también contempla medidas de corte transversal que beneficiarán a todo el aparato productivo. Entre las más destacadas tenemos medidas anti-contrabando, modernización del estatuto aduanero para facilitar el comercio, en especial el fronterizo. Igualmente, se destinarán recursos para mejorar el parque automotor de carga, acelerando la chatarrización, y aumentar el pie fuerza de la Policía. En materia de infraestructura, el PIPE contempla una partida superior a los \$700.000 millones, que se

suman a las inversiones para mejorar las carreteras ya en marcha en diversas regiones del país. Para financiar con eficacia y alcanzar un comienzo de las obras de infraestructura más rápido, se crea la Financiera de Desarrollo Nacional.

Por su parte, el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 del Gobierno Nacional (Prosperidad para Todos) estableció que el Programa de Transformación Productiva (PTP), creado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en 2008, debería ser fortalecido y administrado por Bancóldex.⁷ EL PTP es un programa que viene fomentando la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación entre el sector público y el privado.

Desde la existencia del PTP se han atendido, al menos, 20 sectores de la economía colombiana, cuyas exportaciones crecieron en un 24%, pasando de US\$6.204 millones en 2010 a US\$7.683 millones en 2012. En lo corrido de este año a mayo, el valor de las exportaciones de los sectores incluidos en el PTP aumentó un 15%, siendo muy superior al crecimiento de las exportaciones no minero-energéticas del país (5.9%). En cuanto al empleo, se generaron casi 130.000 empleos en los sectores pertenecientes al programa entre 2011 y 2012, superando la meta de 100.000 nuevos empleos para estos dos años. Igualmente, en los tres pri-

⁶El Decreto 1703 del 15 de agosto de 2012 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, redujo a cero, inicialmente por un año, el arancel de 3.095 subpartidas correspondientes a materias primas y bienes de capital no producidos en Colombia.

⁷En septiembre de 2011, Bancóldex y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo suscribieron el convenio 187 de 2011, que creó el marco institucional para la administración del Programa de Transformación Productiva (PTP).



meros meses del año 2013 las actividades productivas del PTP generaron alrededor de 161.000 nuevos empleos, muy cerca de la meta total para todo el año (180.000). De la misma manera, la colocación de Inversión Extranjera Directa (IED) en los sectores PTP ascendió a US\$893.3 millones en 2012, con lo cual se supera la meta fijada en un 50% hasta el año 2014.⁸

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó la Unidad de Desarrollo e Innovación (iNNpula), que viene promoviendo la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico como motores para la competitividad y el desarrollo regional, tanto en la gran como en la pequeña y mediana industria. En el caso de las Pymes industriales, iNNpula desarrolló un programa bandera denominado Mipyme, el cual busca la innovación y el mejoramiento empresarial de nuevos productos o servicios y la modernización para el desarrollo de proveedores, distribuidores y encadenamientos productivos de la industria de menor escala, con más de dos años de operación. Finalmente, la Banca de las Oportunidades⁹ es un programa de Bancóldex que viene operando desde el año 2006 para promover y facilitar el acceso al crédito y a los demás servicios financieros por parte de las fami-

lias de menores ingresos, micro, pequeñas y medianas empresas.

Como corolario podemos afirmar que la industria, en los últimos dos años, ha sido el sector productivo con el desempeño más pobre, siendo sus empresarios los más pesimistas sobre la situación actual y el futuro cercano de la actividad económica. Dentro de la industria, el segmento de las pequeñas firmas es el que luce más golpeado. No obstante, desde el segundo trimestre de este año se viene presentando un quiebre en la tendencia declinante en producción, pedidos y expectativas industriales, lo cual estaría indicando que este sector ya tocó fondo y podría comenzar una fase de recuperación a partir del segundo semestre de 2013. Estos primeros síntomas de mejoría de la actividad manufactura están asociados con la implementación de una amplia gama de políticas dirigidas a recuperar la productividad, competitividad, ventas, exportaciones y el empleo de la economía y del sector industrial en particular.

Aunque el panorama cercano luzca menos desalentador para la industria, aún persisten varios riesgos que podrían frenar la actividad productiva en general y compensar negativamente las

iniciativas del gobierno para lograr el despegue de la industria hacia tasas de crecimiento altas y sostenidas. El entorno internacional podría comprometer la recuperación de la demanda interna y las exportaciones si efectivamente se comienza a retirar el estímulo monetario de Estados Unidos. De la misma forma, un posible ataque militar de Estados Unidos al régimen de Siria, así como la agudización de la crisis social y económica de Egipto, frenaría la recuperación económica mundial y local. Finalmente, la difícil situación fiscal de la Unión Europea, especialmente de la periferia, y las dudas sobre la capacidad de crecimiento de China en 2013, que aún persisten, siguen generando incertidumbre en los mercados internacionales.

En el frente interno, las reiteradas marchas y, sobre todo, el extenso paro campesino, minero y de transporte reciente, junto con el ciclo político de elecciones en 2014, pueden desembocar en desbalances fiscales por las demandas sociales y económicas que se negocien, restándole presupuesto a la inversión del gobierno. Por último, dependiendo del desenlace final, los resultados de los diálogos de paz con la guerrilla podrían derivar en una mayor o menor confianza inversionista. ■

⁸Véase al respecto: http://www.ptp.com.co/contenido/contenido_preview.aspx?conID=402&catID=643

⁹Fue creado mediante el Decreto 3078 de 2006 del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Indicador Pyme Anif (IPA):

primer semestre de 2013

<Corresponde al Comentario Económico del Día 5 de agosto de 2013>



El pasado 24 de julio se divulgaron los resultados de la Gran Encuesta Pyme (GEP), correspondientes al primer semestre de 2013. Así, la GEP completó 15 lecturas semestrales (2006-2013) a nivel nacional, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, Bancóldex y el Banco de la República. Por tercera ocasión se incluyen los resultados de la lectura con datos regionales estadísticamente significativos para las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y, por segunda vez, para Pereira con el apoyo de las cámaras de comercio de cada ciudad, Acopi Centro-Occidente y la Universidad Libre Seccional Pereira.

La encuesta fue realizada en los meses de marzo-junio de 2013, cubriendo la opinión de 2.459 empresarios Pyme, en los sectores de Industria, Comercio y Servicios.

Una forma de sintetizar dichos resultados es a través del Indicador Pyme Anif (IPA). Éste resume el clima económico de las Pymes a través de comparar

las variaciones en: i) el índice de situación económica; ii) el volumen de ventas; iii) las expectativas de desempeño; y iv) las expectativas de ventas (ambas para el siguiente semestre).

En la primera medición de 2013, el IPA alcanzó un valor de 57, ubicándose en el plano denominado como “bueno”. Así, este indicador presentó un descenso de 4 unidades

con respecto al valor reportado en la última medición de la Encuesta, retomando una tendencia negativa que no se observaba desde el período 2008-2009, como consecuencia de la crisis internacional. Adicionalmente, los resultados de la diferenciación por tamaño de empresa indican que las empresas pequeñas presentan una mayor afectación en su

situación económica, pues se ubican en el plano “regular” con un IPA de 55. En contraste, dicha variable fue de 63 en las medianas (ver gráfico adjunto).

Este comportamiento resultó consistente con el menor optimismo reportado por los empresarios Pyme. Sólo un 37% de los empresarios industriales afirmó que su situación mejoró durante el segundo semestre de 2012, un descenso de 14 puntos porcentuales en el último año. En el sector comercio el porcentaje de mejora alcanzó niveles del 40% (-8 puntos porcentuales con respecto al año anterior) y en servicios del 50% (-3 puntos).

A nivel de demanda también se observa una desaceleración importante. De hecho, las Pymes industriales han sido las más afectadas, pues el porcentaje de empresarios que vieron reducir sus ventas se incrementó de un 16% en 2011-II a un 28% en 2012-II. En comer-

“Un 37% de los empresarios industriales afirmó que su situación mejoró durante el segundo semestre de 2012, un descenso de 14 puntos porcentuales en el último año.”

cio dicha variable pasó del 20% al 25% en igual período y en servicios del 14% al 19%. Estos resultados van en línea con el menor ritmo en el crecimiento económico del país, el cual se ubicó en un 2.9% en el segundo semestre de 2012.

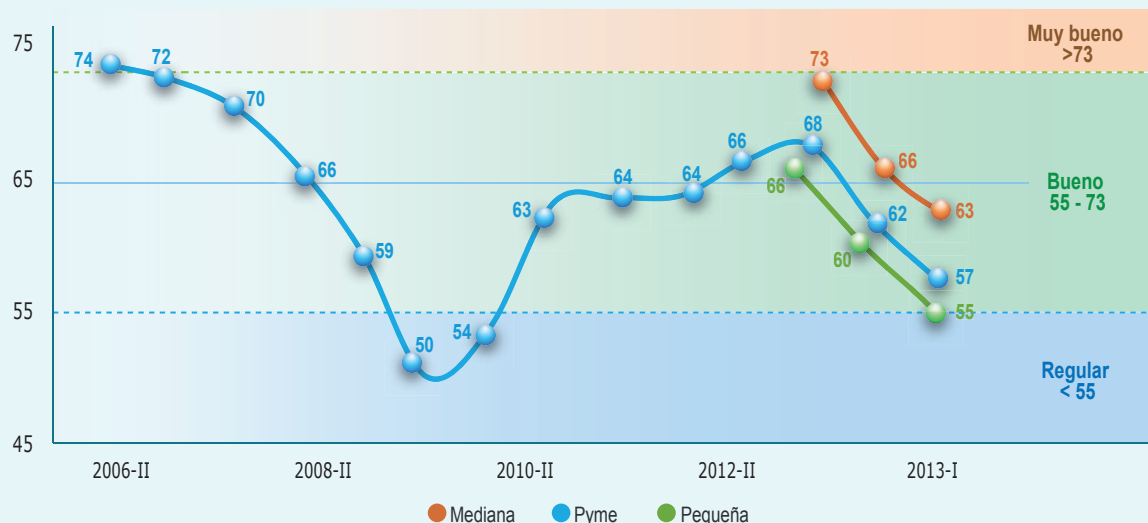
Pese a esto, las perspectivas de corto plazo de los empresarios se mantuvieron en el plano positivo. De cara al primer semestre de 2013, las cifras de la GEP indican que el 36% de los empresarios industriales esperaba un desempeño favorable frente al 47% de un año atrás; en el caso del comercio dicho

registro era del 36% y en el sector servicios del 43%. Ahora bien, tales expectativas probablemente se vieron cristalizadas, recordemos que el PIB-real creció un 4.5% anual durante el segundo trimestre de 2013, cifra levemente inferior a la observada un año atrás (5.4%). Sin embargo, allí hubo pobres desempeños en sectores con una importante participación Pyme como la industria (-2.0%), mientras que el comercio se mantuvo estable (4.1%).

En síntesis, aunque a nivel nacional el IPA se mantuvo en el plano denominado como “bueno” (57), los niveles de desaceleración que se observan en la actividad económica de las Pymes son cercanos a los reportados en el período de crisis internacional 2008-2009. Dicha desaceleración puede verse agravada para las Pymes por las debilidades con las que comenzó el año 2013 y el complejo entorno macrofinanciero internacional. ■

Indicador Pyme Anif - IPA

(Histórico de situación económica y ventas; y expectativas de desempeño general y ventas)



Fuente: Gran Encuesta Pyme I-2013.

Dinámica y comportamiento del sector industrial en 2013

<Corresponde al Comentario Económico del Día 12 de agosto de 2013>

Luego de que la producción de la industria manufacturera registrara un crecimiento nulo durante el año 2012, este mal comportamiento se acentuó durante los primeros siete meses del año 2013. En efecto, a julio la producción retrocedía -un 2.4% en su variación en doce meses. Por su parte, las ventas industriales se movieron en la misma línea cayendo un -1.9% a julio de 2013.



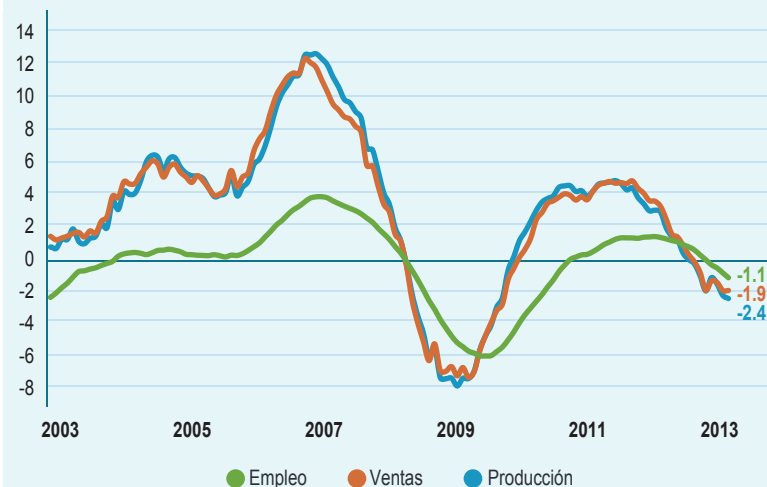
Finalmente, el empleo volvió a mostrar variaciones negativas desde marzo de 2013, luego de dos años de continuo crecimiento, y a julio de este año decrecía un -1.1% acumulado en doce meses (ver gráfico adjunto). Con esto se completan ocho meses de una “dolorosa” recesión industrial, donde la producción de las empresas manufactureras colombianas cae frente a los comporta-

mientos aceptables del sector en Chile (1.2 % variación en doce meses) y Perú (+2%). Sin embargo, el comportamiento industrial mensual de julio, en sus componentes de producción (+0.2%) y ventas (+1.3%), muestra señales de un cambio de tendencia positivo.

Las causas del pobre desempeño industrial, en lo corrido del año, son tanto de carácter coyuntural como estructural. En el plano coyuntural se des-

tacan: i) la persistente debilidad internacional que frena la demanda de manufacturas; y ii) la retracción, aunque cada vez menor, de la cadena petroquímica local. A nivel internacional, la demanda por bienes se ha visto afectada finalmente por un crecimiento económico mundial débil, caracterizado por una expansión *subpar* de Estados Unidos del orden del 1.6% en 2013, una Zona Euro creciendo levemente a tasas

Producción, ventas y empleo (Variación % en doce meses)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane-MMM.

cercanas al 0.3% en 2013 y las economías emergentes en plena desaceleración (China sólo crecería al 7.0% este año), ver *ALI* No. 83 de julio de 2013.

Sin embargo, como Anif ha venido insistiendo, son los factores estructurales los que más impiden al sector industrial crecer a tasas superiores a las del PIB, como ha ocurrido durante décadas en países ejemplo de industrializaciones aceleradas (Asia), ver *Comentario Económico del Día* 27 de noviembre de 2012. Dichos factores son: i) una Enfermedad Holandesa persistente y que ha presionado el tipo de cambio afectando la productividad sectorial, aunque este factor se espera que se empiece a disipar conforme el actual auge minero-energético llega a un fin anticipado (ver Clavijo, Vera y Fandiño, 2012); ii) la mala calidad de los servicios públicos de todo tipo (infraestructura, justicia, energía, etc.) que hacen aún más costosa la producción fuera de fábrica; y iii) unos costos

laborales elevados y un pobre nivel educativo que impiden el surgimiento de nuevos sectores industriales formales e intensivos en I&D.

Analizando el comportamiento sectorial, se observa que durante los últimos doce meses a julio, los sectores que ayudaron a evitar una caída más profunda de la producción industrial están relacionados con la producción de alimentos. De esta forma, los subsectores de lácteos y bebidas crecieron un 7.7% anual y un

“De un total de 48 subsectores analizados, 34 presentaron variaciones negativas durante el último año, mostrando con ello las dificultades coyunturales y estructurales a las que se enfrentan los industriales colombianos.”

1.7% respectivamente. La sorpresa positiva tiene que ver con la producción de electrodomésticos (3.4%) que sigue expandiéndose a pesar de que es un sector abierto al comercio y que compite con productores altamente eficientes de México y Asia.

Por su parte, dentro de los sectores que caen, se destacan por su importancia: plásticos (-4.4%); calzado (-5.3%); confecciones (-6.1%); y partes, piezas y accesorios (-22.9%). En suma, de un total de 48 subsectores analizados, 34 presentaron variaciones negativas durante el último año, mostrando con ello las dificultades coyunturales y estructurales a las que se enfrentan los industriales colombianos.

En síntesis, la industria ya completa varios meses de recesión, debido a problemas coyunturales (compleja situación externa y retracción de cadena petroquímica) y estructurales (Enfermedad Holandesa, deficiencia en la prestación de los servicios públicos más básicos, costos laborales elevados y educación deficiente). Sectorialmente se observa una caída de cerca del 71% de los subsectores industriales, aunque esto es en parte compensado por el buen comportamiento de la producción de alimentos y bebidas. El resultado del mes de julio muestra señales positivas para el segundo semestre del año, a lo que hay que sumar los efectos esperados del PIPE. Sin embargo, las causas de la retracción industrial requieren soluciones de largo plazo, por esto, Anif está proyectando un débil crecimiento del PIB industrial cercano al 0.3% al cierre de 2013. ■



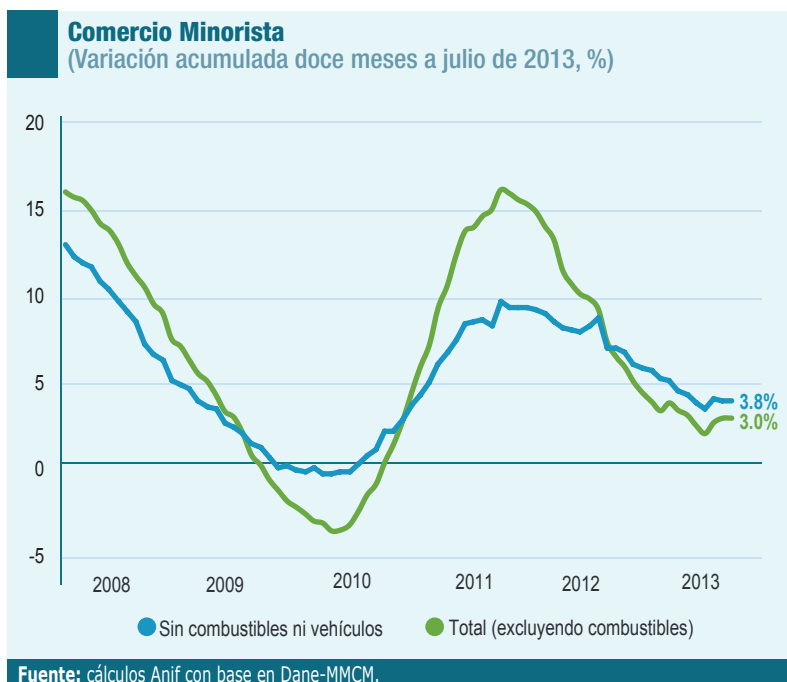
Dinámica y comportamiento del **comercio minorista** en 2013

<Corresponde al Comentario Económico del Día 26 de agosto de 2013>

Después de exhibir un comportamiento muy dinámico en 2011, el comercio minorista en Colombia ha presentado una importante desaceleración en 2012 y lo corrido de 2013. En efecto, según la Muestra Mensual de Comercio al por Menor (MMCM) del Dane, al corte de junio de 2011, las ventas del comercio crecían a tasas del 21% en el acumulado en doce meses. Sin embargo, éstas se desaceleraron a niveles del 5.6% al corte de junio de 2012, para luego crecer tan sólo al 1.7% en marzo de 2013.

Más recientemente, este sector ha repuntado levemente con tasas de crecimiento, todavía bajas, del 3.0% en el acumulado en doce meses a julio de 2013 (ver gráfico adjunto).

Este leve repunte al corte de julio de 2013 provino de: i) un crecimiento de la demanda por bienes durables (2.7% en doce meses vs. -0.6% al corte de marzo de 2013); y ii) el fortalecimiento de la confianza de los consumidores que se ubicó en 25.1 a julio de 2013 vs. el 14.8 de marzo de 2013, según la Encuesta de Opinión al Con-





sumidor de Fedesarrollo. En particular, este último punto muestra un crecimiento importante en la disponibilidad de los hogares para adquirir bienes durables (37.6 en el balance de respuestas a julio de 2013 vs. 22.9 un año atrás).

Por líneas de mercancías, las ventas del sector de muebles y equipos para oficina fueron las que más crecieron al expandirse un 20.3% en el acumulado en doce meses al corte de julio de 2013. Le siguieron calzado y artículos de cuero (6.2%), artículos de ferretería (6.2%), electrodomésticos y muebles para el hogar (4.9%) y productos de aseo personal y cosméticos (4.7%). La expansión de estos sectores evidencia el repunte de la demanda por bienes durables, el impulso de la construcción (en ferreterías) y las nuevas líneas de negocio (en aseo y cosméticos).

En contraste, libros (-2.9%), lubricantes (-2.9%), vehículos (-0.4%), repuestos para vehículos (-0.2%) y farmacéuticos (0.9%) exhibieron el peor desempeño en ventas al corte de julio de 2013. En este caso, los sectores conexos a las ventas de vehículos son los que registran las mayores caídas. Esto va en línea con la menor venta de automóviles que se estima caerá de 316.000 unidades en 2012 a cerca de 300.000 al cierre de 2013.

Por el lado del empleo, el sector ha tenido un buen desempeño. Esto se ve reflejado en el crecimiento del índice de personal ocupado que alcanzó niveles del 3.8% acumulado en doce meses a julio de 2013. El comercio ha sido uno de los jalonadores del empleo en meses recientes, ayudando a explicar parte de la reducción de la tasa de desempleo. No obstante, cabe recordar que dicha reducción se ha moderado en el año 2013, pues la tasa de desempleo sólo se estaría reduciendo 0.3 puntos porcentuales en 2013 (al 10.1%) frente a los 0.4pp de 2012 y los 0.95pp de 2011 (ver *Informe Semanal* No. 1178 de julio de 2013).

Por el lado de la demanda, se evidencia un leve crecimiento de consumo de los hogares que contrasta con un menor crecimiento de la cartera del consumo. En efecto, el consumo de los hogares creció un 4.4% real anual en el segundo trimestre de 2013 luego de crecer al 3.9% un año atrás. Por su parte, el crédito de consumo se expandió a tasas reales del 10.6% para julio de 2013 (vs. 17.1% de un año antes). Pero, en este caso, es de destacar que el indicador de calidad tradicional (cartera vencida/cartera bruta) se ubicó en niveles del 4.9% exhibiendo un comportamiento estable y apaciguando los te-

more de probables deterioros en la calidad de la cartera crediticia, especialmente en la de consumo, como resultado de sus aceleradas expansiones en 2011-2012.

En síntesis, luego de un mal arranque de año, las ventas del comercio minorista han tenido un leve repunte, logrando crecer al 3.0% acumulado en doce meses al corte de julio de 2013. Aquí, cabe destacar que la mayor confianza de los consumidores evidencia que en el segundo semestre del año los sectores de bienes durables deberían tener un repunte importante. Las perspectivas para el año 2013 (como un todo) indican que el comercio al por menor presentaría una leve recuperación frente a lo observado al cierre de 2012 (3.0%). En efecto, Anif estima que el sector crecerá al 4.1% en el acumulado en doce meses para el final del año 2013. Esto sería consecuencia principalmente de: i) un aumento de la demanda por bienes durables, contrarrestado por ii) el mantenimiento de las difíciles condiciones externas (ver *Informe Semanal* No. 1154 de enero de 2013). Así, jalonado por el comportamiento del comercio minorista, el PIB del sector pasaría de crecer al 4.1% real anual en 2012 hasta un 3.9%, estimado por Anif para el cierre de 2013. ■

Evaluación del potencial exportador de Colombia

<Corresponde al Informe Semanal No. 1184 de agosto 20 de 2013>

Durante la Administración Santos, se logró poner en operación el TLC con Estados Unidos, tras un rezago de cerca de seis años desde la culminación de su negociación en 2006. También se consolidaron los TLCs con EFTA, Canadá y la Zona Euro, al tiempo que estamos prontos a poner en operación los TLCs con Corea, Israel, Costa Rica y Panamá (Jiménez, 2011).

Infelizmente, Colombia no está bien posicionada para aprovechar dichos TLCs, debido a los elevados sobrecostos de transporte y laborales, resultantes de insospechados atrasos en la llamada “agenda interna” y de la alta rigidez laboral. Adicionalmente, Anif ha considerado un error haber acelerado las rebajas arancelarias unilateralmente, pasando del 12.2% al 6.6%, supuestamente para combatir la apreciación cambiaria por la vía de inducir mayores importaciones de insumos y maquinaria, ignorando las cuidadosas negociaciones sobre desgravamiento arancelario realizadas en los TLCs (ver *Informe Semanal* No. 1063 de marzo de 2011).

Pese a todo ello, Colombia sigue siendo el Nepal de Suramérica. En 2012, la relación (exportaciones + importaciones)/PIB se ubicó tan sólo en el 38% frente al 64% promedio de la región. Aun con las nego-

ciaciones adicionales, antes comentadas, Colombia sólo cuenta con 9 TLCs vigentes, mientras que Chile ya acumula 20, México y Perú 16 (cada uno) y hasta el propio Brasil registra 11 de ellos. Pero tal vez lo más preocupante es que Colombia ha continuado elevando su concentración exportadora, donde ahora los *commodities* representan el 76% del total frente al 50% de hace unos cinco años.

Todo lo anterior amerita realizar un balance sobre el aprovechamiento

(o desaprovechamiento) de los TLCs que tiene establecidos Colombia actualmente, tanto a nivel de cada TLC como de los diferentes sectores. Como veremos, este balance, cubriendo el período 2011-2012, resulta algo desalentador. Primero, la penetración respecto del PIB continúa estancada; segundo, la concentración sobre *commodities* es cada vez



más preocupante; y tercero, prácticamente sólo el potencial con Chile parece haber mejorado, pero con Mercosur se redujo. A nivel sectorial, y esto es algo contraintuitivo, los sec-

tores ganadores parecen ser calzado y cuero en mercado de exportaciones, pero también se han visto fuertemente amenazados en el mercado local por los bajísimos precios y el con-

trabando proveniente de Asia (triangulado por Panamá). Por último, algunos productos agrícolas muestran gran potencial, pero alimentos y metales han declinado en sus exportaciones.

Metodología de evaluación de los TLCs

La teoría económica de las “ventajas comparativas” señala que el comercio internacional beneficia a quienes se especializan en bienes y servicios, donde sus costos relativos son más bajos y, por lo tanto, su productividad es más elevada. Ello ocurre en sectores con un “costo laboral unitario” más bajo y donde la buena infraestructura reduce los costos del transporte. De aquí se concluye que un TLC no necesariamente beneficia a “todos los sectores por igual” (ver *Informe Semanal* No. 999 de octubre de 2009).

Dicho lo anterior, nuestro análisis se concentrará en: i) la dinámica del comercio bilateral entre los firmantes de cada TLC; ii) la canasta importadora de dichos países y su complementariedad con nuestra canasta exportadora; y iii) el tamaño del mercado de los competidores que enfrentamos.

Para ello, calcularemos la Balanza Comercial Relativa (BCR), midiendo allí el grado de competitividad sectorial. Dicha BCR arroja valores entre 1 y -1, pues corresponde al cociente entre la balanza comercial (ex-

portaciones–importaciones) y el comercio total (exportaciones + importaciones). A partir de allí podemos catalogar nuestro aparato productivo nacional como: i) exportador neto (verde), si las exportaciones representan más de dos terceras partes de los flujos totales de comercio (BCR mayor a 0.33); ii) importador neto (rojo), si las importaciones representan más de dos terceras partes de dichos flujos (BCR menor a -0.33); y iii) neutro comercialmente (amarillo) en caso contrario (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Potencial exportador de Colombia por TLC y sector (2012)

	Minero	Confecciones	Cuero y calzado	Ref. Petróleo	Alimentos	Agro	Metalúrgico	Químicos	Papel	Textilero	Plástico y caucho	Vehículos	2012	2011	
T. Norte			+			+				-		+	8	8	=
CAN			+			+							6	3	+
EFTA			+										1	0	+
U.E.													0	0	=
EE.UU.				-	-	+							0	1	-
Chile			+							+			0	-2	+
Canadá				+									-2	-3	+
G3			-			+							-2	-2	=
Mercosur		-											-5	-4	-
Panamá			+	+									12	10	+
Costa Rica						-	-						8	10	-
Corea				+									-2	-3	+
Israel		+	+										-3	-5	+
2012	13	9	8	5	5	0	-2	-3	-3	-3	-3	-5			
2011	13	9	3	4	6	-3	-1	-3	-3	-3	-3	-6			
=	=	=	+	+	-	+	-	=	=	=	=	+			

● Exportador Neto ● Neutro ● Importador Neto

Vigentes (T. Norte, CAN, EFTA, U.E., EE.UU., Chile, Canadá, G3, Mercosur)

No vigentes (Panamá, Costa Rica, Corea, Israel)

Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

Evaluación de los TLCs (2011-2012)

Durante los últimos doce meses a mayo de 2013, las exportaciones hacia Estados Unidos (US\$20.650 millones), la Zona Euro (US\$8.480 millones) y la CAN (US\$6.150 millones) se lograron elevar, aunque el grueso de los adicionales correspondió a exportación de *commodities* y, en el caso particular de la CAN, a productos de la agroindustria (ver gráfico 1). Las importaciones permanecieron estables, aunque las procedentes de Estados Unidos se elevaron un 16% anual en el primer año del TLC, alcanzando US\$15.530 millones (ver gráfico 2).

Nuestro análisis sectorial usa la métrica del potencial exportador, antes explicada (ver cuadro 1). Las variaciones de 2012 respecto de 2011 las mar-

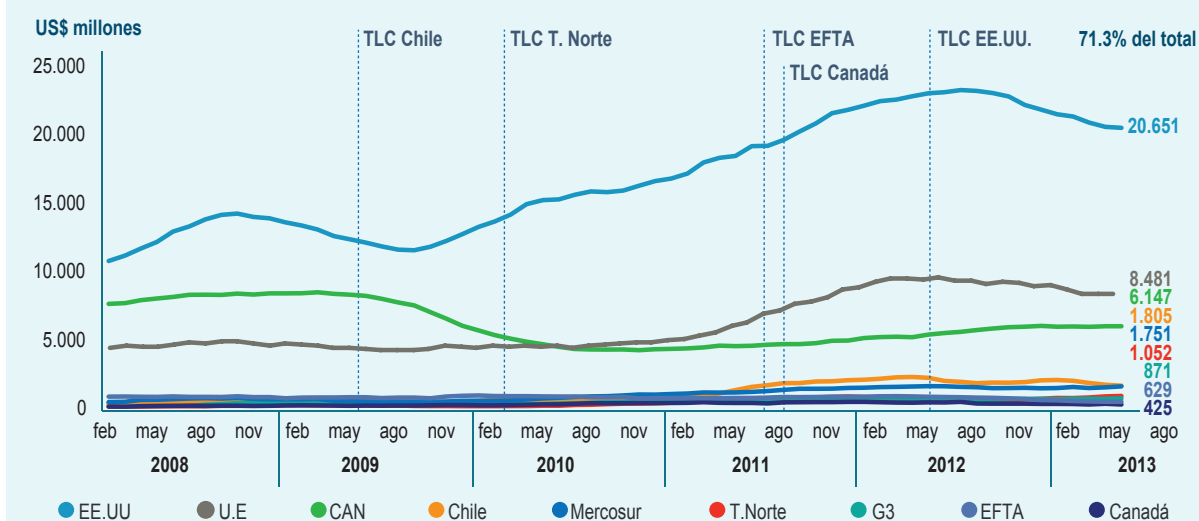


camos con dos signos positivos (++) cuando el sector haya pasado de rojo (importador neto) a verde (exportador neto), y con uno solo (+) cuando el tránsito haya sido de rojo a amarillo (neutro) o de amarillo a verde. Igualmente, denotamos las pérdidas exportadoras con dos signos negativos (--) al pasar de verde a rojo, y con uno solo (-) al pasar de verde a amarillo o de amarillo a rojo.

Dicho esto, encontramos que el TLC con el Triángulo del Norte de Centroamérica ha sido el de mayor potencial exportador para Colombia (ver cuadro 1). En 2012, éste mantuvo un balance de +8, gracias al potencial en casi todos los sectores, salvo agro, alimentos y textiles. También se beneficiaron vehículos (+), pero los textiles (-) salieron castigados.

De otra parte, la CAN mejoró su potencial exportador en 2012, aunque es evidente el ruido que ha representado Venezuela en este frente. Allí se mantuvieron ventajas para minería, confecciones, químicos, papel y textiles; curiosamente, el agro (++) registró ganancias, al igual que cuero y calzado (+). La ligera recupera-

Gráfico 1. Exportaciones por TLC vigente
(Acumulado en doce meses a mayo de 2013)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

ción del mercado venezolano explica que el balance se haya elevado de +3 a +6.

Estados Unidos, la Zona Euro y el EFTA continúan ofreciendo un potencial exportador medio a Colombia, según los resultados comerciales de 2012. Éstos registraron un balance neutro (entre 0 y +1), gracias a la ventaja de minería, confecciones, cuero y calzado, alimentos, agro y metalurgia. Sin embargo, prevalecen los riesgos para químicos, papel, plástico y caucho, y vehículos. El EFTA aumentó ligeramente su potencial (+1) gracias a cuero y calzado (+). Por su parte, el TLC con la Zona Euro sigue presentando un potencial en equilibrio (0) por el momento. En cambio, Estados Unidos lo redujo (-1), donde las ganancias en agro (+), por menores importaciones de cereales y algodón, resultaron insuficientes para compensar las pérdidas

“Estados Unidos, la Zona Euro y el EFTA continúan ofreciendo un potencial exportador medio a Colombia, según los resultados comerciales de 2012.”

en refinación de petróleo (-) y alimentos (-), incluyendo aquí la crisis cafetera y la mayor importación de torta de soya.

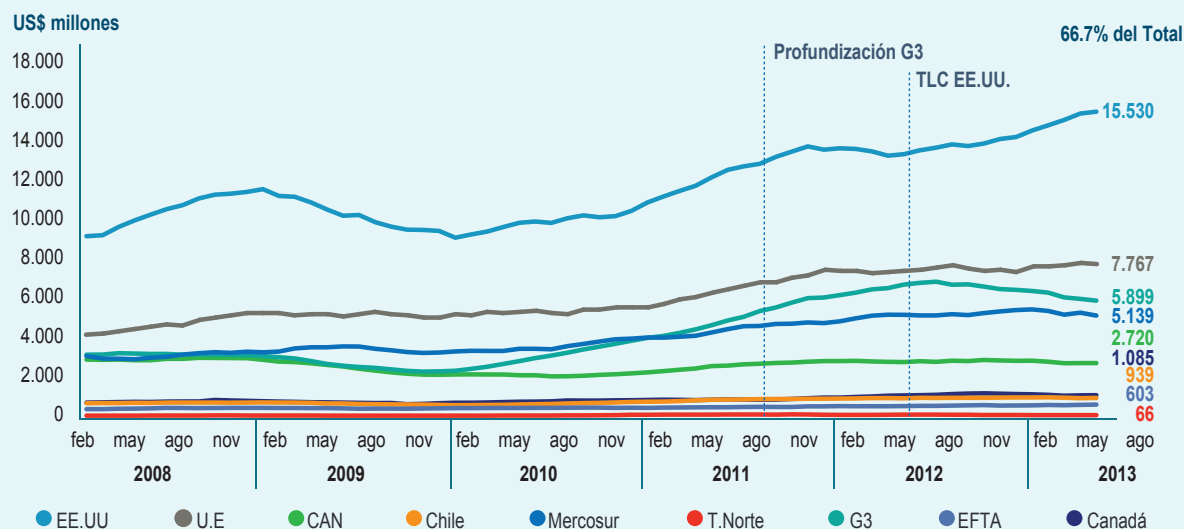
El potencial del TLC con Chile mejoró en 2012, al registrarse mayores exportaciones de textiles (+) (principalmente de ropa de tocador y cocina) y cuero y calzado (+). De hecho, su balance pasó de -2 en 2011 a 0 en 2012.

Los TLCs con Canadá y G3 continuaron representando riesgos de penetración importadora, ambos con balances de -2 en 2012. Sin embargo,

mantuvieron su potencial exportador en minería, confecciones, cuero y calzado, y alimentos. Pero se agravaron los riesgos en metales, químicos, vehículos y algo en papel, textiles, plástico y caucho, y agro. En el caso de Canadá, se logró reducir su balance de -3 en 2011 a -2 en 2012, gracias a la menor importación de gasolina. La situación con el G3 no sufrió alteraciones, pues las ganancias en agro (+), por la mayor exportación de cuero de reptiles y maíz, se vieron compensadas por las pérdidas en cuero y calzado (-). En lo referente a Mercosur, éste se consolidó como el TLC más riesgoso para Colombia, al elevar su negativo balance de -4 a -5 durante 2011-2012.

Los TLCs en fase de ratificación son más prometedores, como el de Panamá (+12) y Costa Rica (+8). Sin embargo, los TLCs firmados con Corea

Gráfico 2. Importaciones por TLC vigente
(Acumulado en doce meses a mayo de 2013)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane.

(-2) e Israel (-3) se perfilan como algo riesgosos.

A nivel sectorial, se observa que el mayor potencial exportador lo tienen minería (+13) y confecciones (+9). Las mayores ganancias se observan en cuero y calzado, al elevar su balance de +3 a +8 durante 2011-2012, donde la reapertura del mercado venezolano y el atractivo mercado chileno explican buen parte del resultado. Sin embargo, para el año 2013, las perspectivas de deterioro del mercado venezolano resultan altamente preocupantes. El sector de refinación de petróleo (+5) y el de alimentos (+5) arrojan un potencial me-

dio-alto, aunque con diversos resultados según cada TLC: en refinación del petróleo, Canadá (+) y Corea (+) ayudan a amortiguar la pérdida con Estados Unidos (-), pero en alimentos se observan pérdidas en ese último mercado.

El agro muestra un potencial medio-bajo (0), gracias a las mejoras con la CAN (++), por la reapertura de Venezuela. Con Estados Unidos (+) se observan menores importaciones de cereales y algodón, y el G3 (+) mejora por la exportación de cuero de reptiles y maíz.

Los sectores con riesgo moderado siguieron siendo

químicos, papel, textiles, y plástico y caucho, con balances de -3. También, el sector metalúrgico (-2) tomó esta condición, por amenazas del TLC con Costa Rica. Entre tanto, el sector de vehículos presenta el mayor riesgo de penetración de importaciones (con un balance de -5), pese a la ganancia en el Triángulo del Norte de Centroamérica (+). En este sentido, sorprende (positivamente) la reciente determinación de dar el salto hacia la fabricación total de automóviles en Colombia por parte de una empresa de Estados Unidos, cuyos resultados estaremos monitoreando.

Conclusiones

Hemos visto que el balance de los TLCs, para el período 2011-2012, es mixto. El valor exportado se mantuvo estable en los últimos doce meses a mayo de 2013. La mayoría de ellos continúa con niveles cercanos a los US\$2.000 millones (3% del valor de nuestras exportaciones) y sólo se resaltan las exportaciones a Estados Unidos (US\$20.650 millones), la Zona Euro (US\$8.480 millones) y la CAN (US\$6.150 millones). Repuntaron sí las importaciones desde Estados Unidos (+16% en dólares durante el primer año del TLC).

A nivel sectorial, el TLC con el Triángulo del Norte de Centroamérica (con un balance de +8) sigue siendo el de mayor potencial para Colombia. La

CAN dio un salto importante (de +3 a +6), gracias a la reapertura del mercado venezolano. El EFTA (+1), el de la Zona Euro (0) y el de Estados Unidos (0) mantuvieron su potencial medio, mientras que el TLC con Chile dejó de ser riesgoso (-2 a 0). No obstante, los TLCs con Cana-



dá (-2), G3 (-2) y Mercosur (-5) mantuvieron esta condición de riesgo penetrador. Entre tanto, cuero y calzado (+8) y agro (0) fueron los sectores ganadores durante 2012, mientras que alimentos (+5) y metalúrgico (-2) fueron los perdedores.

Si la idea es aprovechar las oportunidades que ofrecen estos TLCs y sobrellevar los riesgos que éstos presentan, se requiere urgentemente: i) avanzar más decididamente en “la agenda interna”, desarrollando políticas estructurales que disminuyan los costos laborales y mejoren la infraestructura; y ii) implementar políticas que promuevan la provisión de bienes públicos y su mejor gestión, especialmente en la Dian, Invima, ICA, puertos y aeropuertos. ■



INNpuls brinda respaldo económico a encadenamientos productivos en los que participan Mipymes

Por medio de la convocatoria CEP009-2013, iNNpuls busca asignar recursos de cofinanciación no reembolsables a proyectos orientados a incrementar la productividad y competitividad de las Mipymes pertenecientes a un encadenamiento vertical o transversal. Con ello, se brinda la posibilidad a este tipo de empresas de ampliar sus oportunidades de negocio en mercados donde ya existen cadenas productivas establecidas.

Esta convocatoria se dirige a empresas o entidades que ya tengan una relación directa (proveedores, distribuidores, afiliados, entre otros) y que puedan beneficiar al menos a dos Mipymes que hagan parte de la cadena de valor de una empresa ancla o pertenezcan a un *cluster*. Cabe resaltar que el monto máximo de cofinanciación es de \$700 millones y la convocatoria se encontrará abierta hasta agotar recursos.



<http://www.innpulsacolombia.com>

Nueva alternativa de pago para los exportadores colombianos a través de la compra de cartera internacional

Los empresarios del sector exportador interesados en mejorar su flujo de caja, su oferta de valor frente a la competencia, aumentar el plazo de venta de su producto a compradores en el exterior, el cupo de crédito a sus clientes y recibir su pago de contado, tienen en el producto compra de cartera internacional una alternativa para mitigar el riesgo en su negociación comercial y recibir su dinero de manera oportuna.

Con este mecanismo, dispuesto por Bancóldex, la entidad quiere solventar las necesi-

dades de pago de los empresarios del sector con la compra a los exportadores colombianos hasta del 100% del valor de su cartera internacional, respaldada con un aval o garantía emitida por un banco aliado en el exterior. Ésta también es una buena opción para el importador del producto colombiano en el exterior, ya que podrá recibir mejores plazos de pago, ampliar su cupo de crédito con su proveedor en Colombia y reducir sus necesidades de financiación.

<http://www.bancoldex.com/>

Consultas en internet sobre turismo en Colombia vienen de Europa y Estados Unidos



Expedia, la compañía de viajes catalogada como la más grande del mundo y a la que acceden 70 millones de usuarios al mes, hizo públicos los resultados de su estrategia de promoción sobre el país y tendencias alrededor de la misma. Expedia incluyó a Colombia dentro de sus páginas de búsqueda y reservas de destinos turísticos en 2009, año en el que certificó la visita de 71.200 viajeros internacionales. En 2012, esa cifra alcanzó los 196.196, lo que im-

plica un aumento del 64% en comparación con la cifra de hace cuatro años.

La compañía también reveló que los turistas que reservan a través de sus páginas vienen principalmente de Estados Unidos y Europa occidental. Sin embargo, hay gran potencial para crecer en otros mercados como China y Australia.

Proexport, la entidad dedicada a promocionar el turismo internacional en Colombia, trabaja con Expedia desde su llegada al país con el propósito de visibilizar en espacios digitales y redes sociales la oferta turística colombiana. La alianza, según la presidenta de Proexport, María Claudia Lacouture, “es muy importante porque nos da la posibilidad de estar a tono con una tendencia mundial: cada vez hay más consumidores digitales, es decir, que consultan las agencias virtuales y así deciden sobre su próximo viaje”.

<http://www.proexport.com.co/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo radica proyectos de ley que buscan el desarrollo empresarial

El pasado 18 de septiembre el ministro Sergio Díaz-Granados radicó ante el Congreso de la República cinco proyectos de ley que inciden directamente sobre el crecimiento de la economía y el desarrollo de las empresas del país. Dichos proyectos son: i) la reforma al régimen electoral de las cámaras de comercio, ii) la Ley Anticontrabando, iii) el Tratado de Libre Comercio con Costa Rica, iv) el tratado de inversiones con Singapur, y v) la implementación de Zonas Integrales para el Desarrollo Económico y Social (Zides).

Específicamente sobre la reforma a las cámaras de Comercio, el ministro comentó que tiene como principal meta brindar una mayor transparencia en los procesos de elección de las juntas directivas de estas entidades. Asimismo, ésta incluye objetivos complementarios como modificar la extensión de los períodos de los miembros de la junta directiva, fortalecer el régimen de responsabilidades e inhabilidades de los ocupantes de estos cargos y establecer controles para evitar la inscripción masiva de comerciantes informales, entre otros.

<http://www.mincit.gov.co>

Catalina

ORTIZ LALINDE

Gerente general de iNNpulsa



Entrevista Pyme

Dra. Ortiz, bienvenida a Coyuntura Pyme iNNpulsa fue creado para promover la innovación y el desarrollo empresarial en Colombia ¿En qué consiste el apoyo que brinda iNNpulsa a emprendedores y empresarios?



Catalina Ortiz Lalinde. Lo primero es observar la dirección que le hemos dado a iNNpulsa. El tema de la innovación se ha vuelto muy de moda últimamente, pero es importante recordar que la innovación

es un medio y no un fin en sí mismo. Con esto en mente, en especial en lo relacionado con esta unidad de desarrollo e innovación, nos enfocamos en que la innovación sirva para lo que llamamos crecimiento extraordinario,

es decir, crecimiento rápido, rentable y sostenido; con una o dos desviaciones estándar por encima del promedio. Si bien toda innovación y todo emprendimiento son importantes, iNNpulsa se concentra en encontrar, acompañar y

acelerar a aquellas empresas que muestran ese potencial. Éstas no necesariamente son mayoría en cantidad, sino aquellas que con su innovación generen externalidades muy importantes en términos de empleo y anticiclicidad.

Tenemos en este momento abiertas ocho convocatorias, pero es importante hablar de las tres tareas centrales en las que iNNpulsa se concentra. En primer lugar tenemos mentalidad y cultura. Siempre que se habla de este tema, las personas responden que les hace falta financiación, pero en la realidad, hemos observado que las barreras de mentalidad y cultura tienen más peso como inhibidor de la innovación y el emprendimiento que la misma financiación. Por esto, nuestra misión consiste en trabajar alrededor de este punto. En segundo lugar están las brechas de mercado, referidas a restricciones en financiamiento y asimetrías de información. La idea es identificarlas y crear herramientas para dinamizar oferta y demanda alrededor de estas brechas enfocadas al tema de innovación. Por último, el tercer aspecto se refiere a elaborar políticas dirigidas a las regiones.

Dentro del marco de estos tres aspectos tenemos convocatorias para mentalidad y cultura, convocatorias para el tema de la creación de una industria de financiación, porque Colombia carece de ella para la etapa temprana y para la innovación. En ese espacio tenemos abiertas convocatorias para innovación empre-

sarial en las Mipymes y para capital semilla, las cuales ya se cerraron y estamos a la espera de nuevos recursos para volverlas a abrir. Adicionalmente, acabamos de cerrar una propuesta muy interesante donde se busca compensar la falta de recursos del Estado con capital privado. Con ello se busca dinamizar esta industria haciendo un análisis de riesgo que favorezca el acompañamiento al inversionista privado.

“Hemos hecho mucho trabajo de fortalecimiento a las entidades de desarrollo empresarial en las regiones, para que nos ayuden a identificar y acelerar emprendimientos dinámicos.”

Con relación a esto último encontramos que, así como existen muy pocos fondos de capital de riesgo en Colombia, los de capital semilla son inexistentes. Por esto, decidimos destinar recursos no reembolsables de cofinanciación para la etapa preoperativa.

Consideramos que una de las razones que explican por qué no hay fondos semillas en el país es debido a su bajo tamaño y a que presentan dificultades de cierre. Así, la idea es que por medio de estos recursos se consoliden fondos de capital semilla en Colombia

que sean exitosos y dinamicen la creación de esta industria.

El mundo de los emprendimientos dinámicos con capacidad de ser financiados a través de la industria de capital privado es un aspecto muy reciente en Colombia. De hecho, cuando se llega a una región, la gente no tiene conocimiento sobre esto. Por ello, hemos hecho mucho trabajo de fortalecimiento a las entidades de desarrollo empresarial en las regiones, para que nos ayuden a identificar y acelerar emprendimientos dinámicos.

C.P. Vemos que iNNpulsa cuenta con diferentes convocatorias segmentadas por sectores y por tamaño de empresa. ¿Cómo se construyen estas convocatorias? ¿Cuáles han sido las más exitosas? ¿Y cuáles no han tenido la demanda esperada?

Catalina Ortiz Lalinde. Todas las convocatorias son abiertas, están en la web, y se rigen bajo la metodología de agotar recursos. Éstas se construyeron identificando dónde están las brechas del mercado, lo cual entendimos bien en lo referente al tema de capital semilla. En este sentido, observamos que entidades como el Sena cuentan con esquemas de capital semilla para emprendimiento más tradicionales. Sin embargo, estos esquemas se caracterizaban por tener brechas de financiación con las empresas que tuvieran potencial de crecimiento extraordinario, pero que presentaban restricciones de acceso

al crédito bancario, debido a su riesgo, tamaño y tiempo de constitución. Así, entendimos que un capital semilla que oscila entre los \$150 y \$350 millones nadie lo estaba ofreciendo, por lo que decidimos prestar estos recursos; primero con inversiones cercanas a \$9.600 millones, que posteriormente ascendieron a los \$15.600 millones, apoyando a 50 empresas con ese tipo de capital.

De esta manera, procuramos identificar dónde se requieren estos recursos, y esto lo hacemos dirigiéndonos a los lugares pertinentes, hablando con las empresas, y mirando la información pertinente a nivel de datos. Con base en esto, construimos las convocatorias, lo cual a su vez implica una serie de retos, pues se tiene que garantizar transparencia y evitar la captura por parte de los privados de este tipo de mecanismos. Esto desde luego no debe atender contra nuestra principal misión que consiste en tratar de contribuir a cerrar esa brecha de mercado.

Es importante mencionar que las convocatorias más exitosas han sido las de capital semilla indudablemente. Para dar una dimensión, estuvimos ligeramente por debajo de los \$16.000 millones adjudicados y nos solicitaron más de \$150.000 millones. Adicionalmente, los datos de la convocatoria de innovación empresarial para las Mipymes son parecidos.

Es importante aclarar que nosotros, a diferencia de otras entidades, no hemos tenido

problemas en la colocación de recursos. Por el contrario, todos los recursos que hemos puesto a disposición de las empresas y de las organizaciones han sido utilizados por ellas, lo cual indica que estamos impactando en lugares donde existen brechas de financiamiento. A pesar de las dificultades que acarrea la convocatoria estatal por sus requisitos y trámites, todas nuestras convocatorias han sido colocadas exitosamente.

C.P. Teniendo en cuenta toda la experiencia recorriendo el país en busca de alianzas y en la realización de convocatorias, ¿cuáles considera que son principales retos o dificultades para que los empresarios puedan innovar?

Catalina Ortiz Lalinde. Considero que hay varios, insistentemente en el aspecto de mentalidad y cultura. Pienso que nosotros, dentro de la forma como nos educan, nos inculcan

elementos inhibidores. Esto se resume en que nos enseñan a buscar trabajo y no a hacer empresa. A diferencia de esto, encontramos culturas innovadoras como la israelí, que es innovadora tanto en las grandes empresas, como a nivel de *startups*. Estas culturas se caracterizan por contar con muy poca jerarquía y parten del hecho de que cualquier persona puede dar un *feedback* para arriba. Considero que llegar a esto es uno de los principales retos que tenemos.

También tenemos el desafío de perder un poco el miedo y reconocer que somos capaces de hacer cosas extraordinarias. En Colombia se encuentran unos casos increíbles, donde las empresas no se dan cuenta de que están innovando. Un ejemplo de ello es Implantes San Pedro en Medellín, que empezó como un taller de mecánica en los ochenta en el auge del sicariato. En esa época mucha gente llegaba desmembrada, y los



Catalina Ortiz Lalinde (gerente general de Innpulsa) y Alejandro Vera (vicepresidente de Anif).



“Nosotros debemos desarrollar tolerancia al fracaso, porque no todo lo que uno se propone se alcanza en el primer intento y nosotros somos altísimamente intolerantes a fallar.”

heridos empezaban a arrumarse en la calle. El dueño de esta empresa, con sus elementos de mecánica, les brindaba auxilio médico a estas personas. Hoy en día Implantes San Pedro está exportando a todos los países. Estamos hablando de veinte años de historia de lograr meterse en el negocio, de hacer pruebas clínicas; pero digamos que es una empresa que empezó con lo más rudimentario que se pueda imaginar.

Considero que nos falta descubrir cómo pasar de lo rudimentario, aquello que podríamos llamar el “chiripazo”, a llegar a hacer de la innovación un concepto realmente riguroso, que se incluya dentro del ADN de la compañía y en la forma como está organizada. Esto es inde-

pendiente de que haya área de innovación al interior de la empresa; porque a veces la gente dice que ya nombró un gerente, y en realidad eso es lo de menos. Lo importante es tener esa cultura de poder ensayar, ya que una de nuestras grandes barreras es el tema del fracaso. Nosotros debemos desarrollar tolerancia al fracaso, porque no todo lo que uno se propone se alcanza en el primer intento y nosotros somos altísimamente intolerantes a fallar.

C.P. ¿Considera usted que hay diferencias entre la forma en la que innovan las empresas de acuerdo con su tamaño?

Catalina Ortiz Lalinde. No la he encontrado. Aunque consi-

dero que en Colombia, en efecto, ocurre que las grandes empresas tienen más excedentes y han estado más expuestas al diálogo, por lo que se les facilita el proceso de innovación. No obstante, también hemos encontrado innovaciones realmente interesantes en empresas recién creadas y en Mipymes. Identificamos casos donde este tipo de empresas lleva mucho tiempo con un nivel establecido de ventas y, repentinamente, en un cambio generacional o administrativo, la empresa toma un vuelco impresionante en términos de la manera de innovar en sus productos, servicios y modelo de negocios.

Aunque estamos a la espera de un estudio que nos suministre mayor información sobre este tema, podría concluir de manera preliminar que no existe evidencia de una diferencia clara que nos permita afirmar que las Mipymes innovan más en lo referente a sus productos y servicios, mientras que las grandes se enfocan en fortalecer su modelo de negocio, o algo por ese estilo.

C.P. Bajo este contexto, ¿qué papel ha jugado iNNpulsa en el desarrollo empresarial? ¿Dónde cree que se ha generado un mayor impacto económico?

Catalina Ortiz Lalinde. Primero que todo, es importante entender que iNNpulsa hace parte de la arquitectura institucional y la estrategia nacional de innovación. Es decir, este segmento no funciona si el sistema no funciona. Están esas

tres tareas ya mencionadas, resaltando el tema de mentalidad y cultura, puesto que a éste no se le llega con convocatorias. En este caso estamos innovando para innovar; todo el mundo habla del qué, pero resulta que el cómo es difícil.

Una de las acciones realizadas fue la creación de una agencia de noticias, ya que en Colombia las noticias sobre innovación y emprendimiento brillan por su ausencia en los medios. Si bien es cierto que de vez en cuando nombran el caso del emprendedor exitoso, realmente hace falta más información, bien escrita y bien reportada, que exponga la capacidad innovadora colombiana. Éste es el fin con el que nace la agencia de noticias, con la cual buscamos brindar más contenido sobre la innovación en todos los medios, y que ello no se limite al reporte de las actividades de iNNpulsa y el gobierno. Esto lo ganó por concurso la Agencia Efe de noticias y hoy en día producimos una noticia diaria sobre innovación y emprendimiento.

Con relación a esto, es importante mencionar que la semana pasada premiamos a una compañía que se llama *Id boost*. Uno de los fundadores es un chocoano maravilloso que se va para a Israel, y su empresa tiene todos los principios para poder hacer *crowdfunding*. Este empresario va a exponerse a uno de los ecosistemas más sofisticados del mundo en innova-

ción y emprendimiento. Todos los días nos encontramos casos de esos, pero nadie los conoce, son invisibles. Si uno pregunta, la gente dice que en Colombia no innovamos, lo cual resulta increíble, porque incluso hemos encontrado interés en la realización de cortos de cines y obras de teatro.

Nuestra idea es trabajar mucho en transmedia, porque consideramos que hay acciones que se pueden hacer directamente, como por ejemplo meternos a las empresas a crear cultura e innovación dentro de ellas. También nos concentramos en buscar cómo fijamos este tema dentro de la cultura de nuestra sociedad, como algo que podamos reconocer en nosotros mismos, queremos que la gente pueda afirmar que los colombianos somos innovadores y emprendedores. Esto es algo de lo que aún no estamos muy convencidos en la actualidad. Pareciera que aún tuviéramos una mentalidad parroquial, nos da miedo competir, y éste es un tema importantísimo, ya que debemos tener conciencia de que somos capaces de encontrar soluciones globales *made in Colombia*, que de verdad existen.



C.P. iNNpulsa ha venido liderando proyectos que buscan fortalecer el ecosistema de desarrollo empresarial en las regiones. En este sentido, ¿cuáles han sido los principales logros alcanzados en materia de innovación y emprendimiento al interior de las regiones? ¿Dónde persisten los principales retos?

Catalina Ortiz Lalinde. Medellín y Antioquia tienen diez años de un camino recorrido, porque aquí, insisto, esto no sale perfecto al primer intento. Para lograr afinar un tema de innovación usted tiene que avanzar un poco, mirar si lo que está haciendo vale la pena y escalar. Los antioqueños nos llevan diez años de haber sido constantes en el desarrollo de estrategias como Ruta N y comprometiendo vigencias futuras a través de EPM. Sin duda hay un camino trasegado, y lo que tenemos que hacer nosotros es utilizar esa experiencia de Medellín y Antioquia para aprender, y para que el resto del país pueda avanzar más rápido, son muchas las lecciones que podemos tomar de esta región. Muchas veces la gente me dice que se quiere exponer a un ecosistema de innovaciones; yo les digo vaya, expóngase al de Antioquia y aprenda lo bueno, lo malo, lo regular y lo feo, porque allá tienen de todo para lo que usted va a hacer.

Sumado a esto, Atlántico está tomándose el tema

bastante en serio, pero en general a las demás regiones todavía les falta un poco de ambición en este tema. Aunque es importante resaltar que en todas las regiones sin falta hay algo de innovación, como es el caso de Boyacá, que quiere crear su distrito tecnológico. De todas formas, falta un poco de avidez y de estrategia alrededor de cómo utilizar esto para impulsar el crecimiento empresarial extraordinario. Esto es lo que nosotros trabajamos con las regiones, porque uno llega a un departamento y dicen que cuentan con un plan de desarrollo, un plan que incluye tecnología e innovación. Sin embargo, cuando preguntas cuál es la estrategia que incentivan a esas empresas capaces de crecer de manera extraordinaria, se encuentra que esa no es una pregunta que ellos se hacen. Nosotros estamos trabajando mucho con ellos para que se hagan esos cuestionamientos.

Consideramos que hay muchas posibilidades. Una muestra de ello es que en Cauca la producción de fique está encontrando aplicaciones en diferentes frentes. Uno de ellos viene de *Tous*, la famosa compañía de carteras, que está mirando la posibilidad de utilizar fique para sus accesorios. Sumado a esto, se tienen opciones por el lado del sector de autopartes, puesto que el fique podría llegar a reemplazar un biopolímero necesario para empaques de repuestos. Incluso por el frente de la construcción, donde el fique tradicional de esta región podría utilizarse como malla para

hacer carreteras. Vemos que hay muchas opciones de negocio, pero hace falta agrupar y decidir en qué concentrarse. Se debe definir en qué tipo de productos me quiero enfocar, para luego darle un mayor grado de sofisticación a la oferta.

C.P. El país ya ha negociado importantes TLCs, incluyendo los cruciales con Estados Unidos y la Unión Europea. Recientemente, el gobierno anunció que ahora el énfasis será impulsar su gestión y aprovechamiento. Bajo este contexto de apertura comercial irreversible, ¿qué papel juegan los procesos de innovación y emprendimiento en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio generadas por este tipo de tratados? ¿Existe alguna política de iNNpulsa dirigida a este frente?

Catalina Ortiz Lalinde. Nosotros no hablamos de apro-

“Se debe admitir que el tema de los tratados de libre comercio firmados hace parte de la naturaleza del crecimiento empresarial extraordinario, puesto que en el tema de la innovación, si realmente se desea tener un negocio escalable, entonces se debe pensar en el mercado donde se realizará la venta.”

vechamiento comercial de los TLCs, porque la labor de internacionalización de la economía es de Proexport y eso llevaría a que todos estuviéramos en lo mismo. Pero, se debe admitir que el tema de los tratados de libre comercio firmados hace parte de la naturaleza del crecimiento empresarial extraordinario, puesto que en el tema de la innovación, si realmente se desea tener un negocio escalable, entonces se debe pensar en el mercado donde se realizará la venta. Es allí donde aparecen los 1.400 millones de consumidores posibles gracias a este tipo de acuerdos.

Respecto a políticas en este frente, tenemos un programa llamado Rutas Competitivas que en general ha obtenido respuestas positivas de las regiones. A pesar de que aún es muy temprano para hablar de impacto, se evidencian resultados preliminares muy alentadores. Como lo mencioné, previamente, en Cauca hemos estado trabajando en el fique. Desde aquí, estamos contribuyendo para que este departamento se enfoque en una iniciativa *cluster*, tratando de tener una mayor articulación de los actores. Éstos van desde entidades académicas, como la Universidad del Cauca, hasta los que han hecho toda la vida el fique tradicional de costal o el artesanal. Lo que nos importa en este aspecto es identificar los segmentos de negocio e impulsarlos, por lo cual apoyamos la realización de viajes al extranjero por parte de los empresarios, de modo que ellos pue-

dan identificar en qué parte del mundo está la demanda sofisticada para el producto que ellos tienen.

Esperamos que a través del programa de Rutas Competitivas, el objetivo principal sea dejarles a las empresas capacidad instalada regional para que logren mejorar la competitividad, la comprensión de estrategias y escogencias alrededor de sus segmentos de negocios. De esta manera procuramos, en lugar de realizar consultorías donde las personas posteriormente se terminen preguntando qué hacer, utilizar la plataforma de las cámaras de comercio. Estas entidades tienen que aportar dos personas, que son las que hacen el trabajo con la asesoría de un consultor. La idea es que con la colaboración de las cámaras, los empresarios mismos sean quienes aprendan a identificar segmentos de negocios estratégicos, hacer una buena evaluación de dónde está la demanda sofisticada e identifiquen cómo puede evolucionar su oferta para suplir esa demanda.

El proyecto de ruta competitiva consiste básicamente en realizar hojas de ruta de un segmento de negocios en cada departamento. Para explicarlo mejor, debemos ilustrar el caso de Tolima. Dado que Colombia es un país con una gran variedad de cosas muy lindas para ofrecer, este departamento, como muchos



“La idea es que con la colaboración de las cámaras, los empresarios mismos sean quienes aprendan a identificar segmentos de negocios estratégicos.”

otros, quería entrar en el mercado del turismo. Buscando el segmento óptimo para sus características, el departamento encontró que estaba desaprovechando la posibilidad de desarrollar turismo de naturaleza. Aunque al principio el foco del turismo estaba en municipios como Melgar, encontramos que el segmento de negocio para Tolima estaba en una nueva experiencia ofrecida por medio de fincas antiguas que tenían como valor agregado unas hermosas vistas hacia los nevados y volcanes de la zona.

Ésta es la dinámica de una ruta competitiva; identificar el segmento y definir qué debo hacer para llegar a ser realmente competitivo. Uno les muestra cómo se está moviendo el turismo en el mundo, les dice que la gente quiere ir cada vez menos a Melgar porque prefieren un sitio alejado en donde puedan caminar, para que con base en esto ellos encuentren

cuál es la dirección que deben tomar. Otro ejemplo de esto es Popayán con su turismo religioso.

Es decir, el objetivo es encontrar ese segmento de negocio en donde puedan competir y en donde puedan diferenciarse, porque también es importante que todas las regiones no estén ofreciendo los mismos productos y servicios. Esta modalidad de rutas competitivas la hemos aplicado

en varias ocasiones y con buenos resultados. El programa ya abarca doce departamentos, en los cuales ya estamos implementando la segunda ruta competitiva de este año. La meta actual es ampliar la cobertura a otros seis departamentos.

C.P. iNNpulsa es una entidad del sector público, pero tiene una fuerte articulación con el sector privado a nivel de las cámaras de comercio y otras entidades regionales como nos ha comentado. En este sentido, ¿podría describir cuáles son las principales alianzas que ustedes tienen para poder llegar a los empresarios?

Catalina Ortiz Lalinde. Lo primero es entender en qué parte de la cadena de valor estamos nosotros. Colciencias, por un lado, está enfocada en el tema de investigación y desarrollo, impulsando la investigación en Colombia. Entre tanto, nosotros estamos

muy al final de la cadena, en donde lo que necesitamos es lograr que la investigación, y lo que está pasando a nivel de generación de conocimiento, pueda generar más valor al interior del mercado.

Somos un programa especial de Bancóldex, pertenecemos al sector de comercio, industria y turismo; y lo que quisimos fue, en lugar de generar un montón de burocracia y que la plata no vaya a las empresas, trabajar a través de Bancóldex en sus oficinas regionales y a través de las cámaras de comercio. El día que nacimos, firmamos un acuerdo con las cámaras de comercio diciéndoles: ustedes son nuestro canal, un medio para llegar con nuestra oferta a las regiones, y eso ha funcionado

muy bien hasta el momento, tanto para las cámaras como para los empresarios de las regiones.

Sin embargo, es importante aclarar que nuestras alianzas no se limitan a las cámaras; es decir, sí las consideramos como un muy buen canal, pero nuestra oferta no recae solamente en ellas. De hecho, nos hemos acercado a entidades como Acopi y sus seccionales a nivel regional. Además, se acercan universidades y nos hablan de su trabajo, también estamos abiertos a trabajar con ellos.

C.P. ¿Cómo imagina el futuro de iNNpulsa? ¿Piensan focalizarse en el tema de innovación y desarrollo empresarial o van a aparecer unas nuevas líneas?

Catalina Ortiz Lalinde.

iNNpulsa básicamente es la unidad de desarrollo e innovación y el fondo iNNpulsa Mipyme. Considero que el futuro de iNNpulsa va a estar alrededor de esas tres tareas mencionadas: mentalidad y cultura, cerrar brechas de mercado, incluyendo la de financiación, y trabajar fuertemente con las regiones. Además tenemos un énfasis especial en la Mipyme, porque tenemos un fondo creado por la Ley de Mipyme, cuya gerente es Beatriz Daza.

Creo que en 17 meses, pasar de \$0 a \$170.000 millones entre los dos iNNpulsa fue todo un reto y también una satisfacción y un gran logro haber ido ganando reputación en este aspecto. Entonces, aunque el tiempo es muy corto para hablar de impactos, sí puedo decir que hemos alcanzado buenos resultados iniciales. Tenemos señales que nos llevan a pensar que estamos haciendo las cosas correctamente, complementando algo que en el sistema no existía anteriormente.

Dado que los ministerios, en su ADN, no son buenos para ejecutar debido a que hay muchas restricciones, entonces tuvimos que buscar vehículos para incrementar la agilidad en los procesos. Lo que resultó de esta búsqueda fue iNNpulsa, donde tenemos toda la transparencia y todos los principios de trabajar con recursos públicos, pero con la agilidad que da no estar bajo este régimen.

C.P. Dentro de los objetivos de iNNpulsa se busca incentivar nuevos vehículos de financia-



ción para mejorar la competitividad de empresas y emprendedores dinámicos. En esta medida, ¿qué papel juegan fuentes alternativas de financiamiento como el factoring y el leasing en el desarrollo de actividades de innovación? ¿A qué razones adjudica usted la baja utilización de estas fuentes, que según la Gran Encuesta Pyme son menores al 10%? ¿Es un tema referido a educación financiera o se requiere algo más?

Catalina Ortiz Lalinde. Creo que no hay una solución mágica para ello, ya que existe un aspecto de desconfianza con los bancos. La innovación se financia por medio de créditos no reembolsables o parcialmente reembolsables y de recuperación contingente. Es decir, en estos procesos de financiación juegan un papel clave el capital de riesgo y los recursos estatales que tiene unas condiciones especiales

Por lo tanto, la clave radica en la utilización de ejemplos de experiencias empresariales exitosas en la utilización de este tipo de herramientas financieras. Si demostramos con un par de fondos y de empresas que con ese tipo de financiación se puede salir adelante, dando apoyo a los procesos de innovación, es muy posible que los interesados comiencen a apreciar las bondades de este tipo de herramientas.

C.P. *¿Cómo hacemos para que existan esos ejemplos? ¿Es necesario que alguien tome el riesgo por primera vez?*



Catalina Ortiz Lalinde. Nosotros cuando vamos por las regiones contando qué hacemos, por lo general llevamos, dependiendo de la convocatoria a la que le queremos hacer énfasis, a personas que las hayan ganado o que sean beneficiarias. La idea precisamente es que sean ellas las que cuenten sus experiencias.

Existe mucho escepticismo con este tema, pero si yo traigo a una Mipyme que se ganó la convocatoria de innovación empresarial y dice “yo me presenté y la primera vez me devolvieron los papeles, pero luego me explicaron qué había hecho mal, me volví a presentar y gané la convocatoria. Desde el primer momento hasta que me entró el primer desembolso pasaron seis meses, y hoy en día estoy manejando los recursos”, entonces la gente que está escuchando este relato empieza a pensar que la persona que llevamos no es pagada por el gobierno. Tengamos en cuenta que en este ejemplo, además se habla de los tiempos de un año cero y que dichos tiempos los estamos reduciendo sustancialmente.

De todas formas, nosotros también les pedimos a los empresarios que cuenten lo malo, porque en el caso contrario, no resultaría creíble. Somos conscientes de que no somos perfectos y nos equivocamos y que aquí existe un aspecto de trámites, porque finalmente son recursos públicos donde se tienen que llenar un montón de requisitos para poder ser elegible para los recursos. No obstante, en la medida en que lo cuentan personas de la vida real, todo resulta más creíble, más teniendo en cuenta que nosotros no somos una entidad dedicada a la educación financiera como sí lo es Bancóldex.

Es muy interesante contar constantemente los casos de los que se han ganado las convocatorias, para generar confianza. Con ello se demuestra que sí es posible y que no todo es rosca o que siempre ganan los mismos. Hacer cinco cursos de educación financiera no reemplaza a las 30 o 40 personas que escuchan a ese empresario contar cuál fue su experiencia con iNNpulsa y que en 17 meses de funcionamiento ya hay beneficiarios recibiendo recursos.

A nivel personal



C.P. En Coyuntura Pyme también nos gusta conocer un poco más sobre la vida personal de los principales funcionarios del país. ¿Cuáles son sus hobbies?

Catalina Ortiz Lalinde. Mi *hobbie* es mi hijo de cinco años, vivo con tres hombres, mi marido, mi hijo y con el hijo mayor del primer matrimonio de mi marido, y la vida me alcanza para trabajar y estar con mi familia. Como tengo, de alguna manera, un hijo único, mi tiempo libre cada segundo que tengo se lo dedico a él, que es la máxima felicidad de la vida. También hago deporte, de hecho a veces me levanto a correr a las 5:30am, aunque antes de que naciera mi hijo corría maratones.

C.P. ¿Le queda tiempo para salir con su familia?

Catalina Ortiz Lalinde. Lo saco, soy muy disciplinada, llego a trabajar muy temprano para poder llegar a la casa a dormir a mi hijo. Igualmente, dejo al niño en la ruta por la mañana, no salgo almorzar, a veces no voy a cocteles, trato de no hacer mucho almuerzo por fuera de la oficina, sino almorzar en el trabajo para que me quede tiempo por la mañana y por la tarde. Sólo cuando es ineludible trabajo los fines de semana, y de resto trato de pasar tiempo con la familia, de nada nos sirve un país próspero con mamás que no ven a sus hijos.

C.P. Dra. Ortiz, muchas gracias por recibirnos en su oficina. ■