

02.27.2023

COLOMBIA

small firm

DIARIES

Informe País

DATOS DE "SMALL FIRM DAIRIES"

Por Rachael Eplee, Michelle Kempis, and Timothy Ogden



TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción	3
2. Descripción general de la muestra	5
3. Visión General de las Finanzas de la Empresa	10
ENFOQUE en Empresas Lideradas por Mujeres	19
4. Acceso Financiero	27
5. Digitalización	46
6. Formalización	51
7. Empleo	57
ENFOQUE de Servicios de Desarrollo Empresarial	69
8. Prácticas Empresariales	79
9. Aspiraciones y Crecimiento	85
Créditos	95
Acerca del Estudio	95
Referencias	95

1. Introducción

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

“Small Firm Diaries” es una iniciativa de investigación global para comprender el papel de las pequeñas empresas de bajos ingresos en la reducción de la pobreza, las barreras al crecimiento y la productividad que limitan su contribución a las economías locales. El estudio utiliza diarios financieros, un proceso de recolección de datos cuantitativos y cualitativos de alta frecuencia. En cada país, un equipo de investigadores en terreno contratados localmente visitó una muestra de propietarios de pequeñas empresas semanalmente durante un año, recopilando datos sobre los flujos financieros y las decisiones detrás de esos flujos. De 2021 a 2023, el proyecto estuvo activo en 7 países: Colombia, Etiopía, Kenia, Nigeria, Indonesia, Fiji y Uganda. Para obtener más detalles sobre la metodología del estudio, consulte “Metodología y Proceso: una introducción a Small Firm Diaries”, disponible en smallfirmdiaries.org.

La metodología de diarios financieros nos permite explorar áreas cruciales de información sobre empresas que son parte central de las economías en localidades de bajos ingresos con un gran nivel de detalle. Por ejemplo, utilizamos datos de alta frecuencia para observar la volatilidad que enfrentan las empresas, además de combinar datos de encuestas sobre aspiraciones con medidas de crecimiento basadas en datos financieros.

Mediante el seguimiento de los flujos de caja y testimonios de los propietarios, el estudio “Small Firm Diaries” ofrece información sobre un segmento de economías de bajos ingresos que, hasta ahora, ha sido poco estudiado y comprendido. “Small Firm Diaries” intenta abordar varios puntos ciegos: los que existen entre las grandes empresas formales y las empresas familiares que no son empleadores y que son el foco de las microfinanzas; entre los datos de grandes encuestas representativas a nivel nacional y los datos de estudios enfocados en casos de negocios individuales. Nuestro objetivo en este estudio es informar a las políticas y prácticas de una amplia variedad de actores: los proveedores de servicios financieros, las organizaciones de apoyo empresarial, los que formulan políticas gubernamentales, los proveedores de financiamiento y otros investigadores pueden usar los datos y los hallazgos del proyecto “Small Firm Diaries” para comprender de manera profunda y abordar los desafíos de las pequeñas empresas en países de bajos y medianos ingresos.

PROPÓSITO DE ESTE INFORME

El Informe País de Colombia presenta datos sobre temas de estudio relevantes, incluido el acceso financiero, las aspiraciones y la gestión de empleados, además de compartir hallazgos sobre un subconjunto de empresas que participaron en programas de capacitación empresarial y sobre empresas manejadas por mujeres. Este informe pretende ser una descripción general de los datos recopilados durante el estudio. Este informe puede actualizarse con un análisis adicional en profundidad en el futuro. También publicaremos análisis más detallados sobre temas específicos y

perfiles de firmas individuales. La versión actual de este informe y cualquier informe adicional que utilice datos de la muestra de Colombia se publicarán en smallfirmdiaries.org.

2. Descripción general de la muestra

RESUMEN

En esta sección, brindamos una descripción general de las muestras correspondientes a “Small Firm Diaries” Colombia, las cuales incluyen variables como el género, la ubicación y la distribución sectorial junto con una descripción general de los flujos de efectivo de las empresas.

En Colombia, la recopilación de datos comenzó en mayo de 2021 y finalizó en mayo de 2022. Reclutamos 174 empresas para participar en el estudio a lo largo de tres sitios de investigación: Bogotá, Cali y Barranquilla. Nuestra muestra final contiene 122 empresas, distribuidas de manera más o menos uniforme entre las ciudades. En este contexto, fue difícil obtener una definición objetiva y transversal respecto de la propiedad de la empresa, ya que el estudio permitió a los participantes definir quién era el dueño de la empresa. Según las respuestas obtenidas, el 31% de las empresas son propiedad de mujeres (el protocolo del estudio fijó un piso de 30% de empresas con una mujer propietaria), mientras que el 23% son copropiedad de un hombre y una mujer; las empresas restantes son propiedad de hombres. Como se detalla en la descripción general de la metodología de “Small Firm Diaries”, el estudio se limitó a empresas en tres industrias: manufactura ligera, procesamiento agrícola y servicios. En Colombia, la mitad de las empresas se dedican a manufactura a pequeña escala (por ejemplo, carpintería, trabajos en metal y materiales de construcción) ; 36% a servicios (por ejemplo, impresión, reparación y mantenimiento, y preparación de alimentos) ; y 12% en procesamiento agrícola (por ejemplo, artículos de cuero, conservación de alimentos).

METODOLOGÍA DE MUESTREO

El proyecto de “Small Firm Diaries” fue diseñado para dar tribuna a un tipo de empresas las cuales se encuentran poco estudiadas y menos entendidas: empresas que han contratado empleados (distinción importante entre tipos de pequeñas empresas en países de altos ingresos) pero que aún no han alcanzado un tamaño suficiente para necesitar administración profesional (por ejemplo, empleados cuya única responsabilidad es gestionar a otros empleados). Además, el estudio se enfoca en empresas que pertenecen a barrios de bajos ingresos donde los propietarios, empleados y clientes en su mayoría se encuentran bordeando la línea de la pobreza.

En otras palabras, “Small Firm Diaries” (el proyecto) se centró en empresas más grandes que las que han sido el foco del movimiento mundial de las microfinanzas, que suelen ser empresas que no tienen (y nunca llegarán a tener) empleados, y aquellas que son más formales, tienen mayores ingresos y están más integradas a la economía y al sistema financiero. Para obtener más detalles sobre la motivación del estudio y su metodología, consulte la descripción general de la metodología de “Small Firm Diaries”.

Los sitios para el estudio (Bogotá, Cali y Barranquilla) fueron seleccionados en conjunto con socios y asesores locales con el fin de brindar una visión representativa de las diversas economías

regionales de Colombia. Posteriormente, dentro de cada ciudad, trabajamos para identificar localidades que cumplieran con los criterios del estudio y que tuvieran una concentración considerable de pequeñas empresas. Para reclutar empresas, el equipo en terreno visitó cada localidad seleccionada para realizar un censo inicial, enumerando y registrando los detalles de miles de empresas potencialmente elegibles. Se registraron características como el sector empresarial, el sexo del propietario de la empresa, la cantidad de empleados (según lo informado por el propietario) y el nivel de interés en participar en el estudio. A partir de los resultados del censo, procedimos a seleccionar un conjunto de empresas que nos permitió cumplir con los objetivos del estudio en términos de número de empleados, industria y propiedad.

Los investigadores en terreno retornaron a las empresas seleccionadas para recopilar información adicional sobre la historia de la empresa, los tipos de empleados, los patrones de ingresos y la estructura de propiedad de la empresa. Estos datos se utilizaron para preparar la muestra final. Cabe señalar que muy pocas empresas que fueron invitadas a participar en el estudio rechazaron la oportunidad.

RESULTADOS DEL MUESTREO

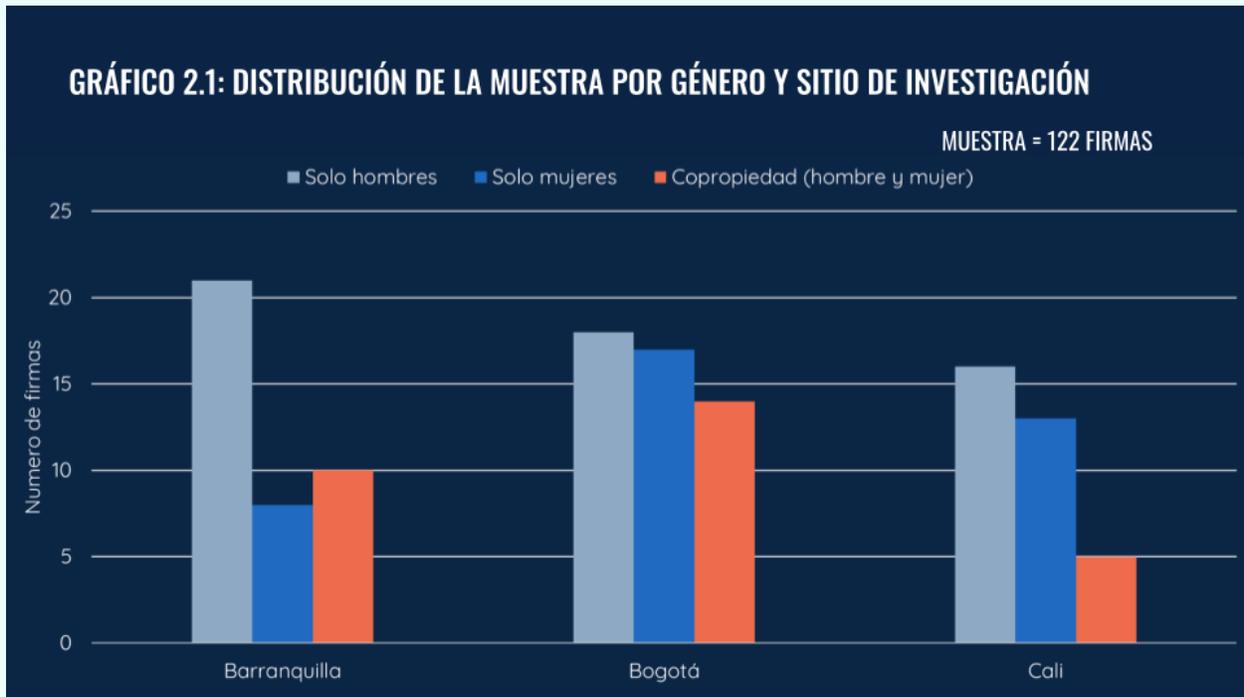
Iniciamos el estudio con 174 empresas: 58 empresas de Bogotá, 61 empresas de Barranquilla y 55 empresas de Cali. De las 174 empresas, 47 (27%) abandonaron el estudio en diferentes puntos, lo que resultó en 127 empresas activas. Adicionalmente, en nuestro proceso de limpieza, eliminamos 5 empresas que nuestros investigadores en terreno identificaron como "no confiables". Finalmente, quedaron 122 empresas para nuestro análisis, lo que representa el 70% de la muestra inicial.

TABLA 2.1: RESULTADOS DEL MUESTREO

Total de Firmas	Firmas que Abandonaron	Muestra Final para el Análisis
174	47 (27%)	122 (70%)

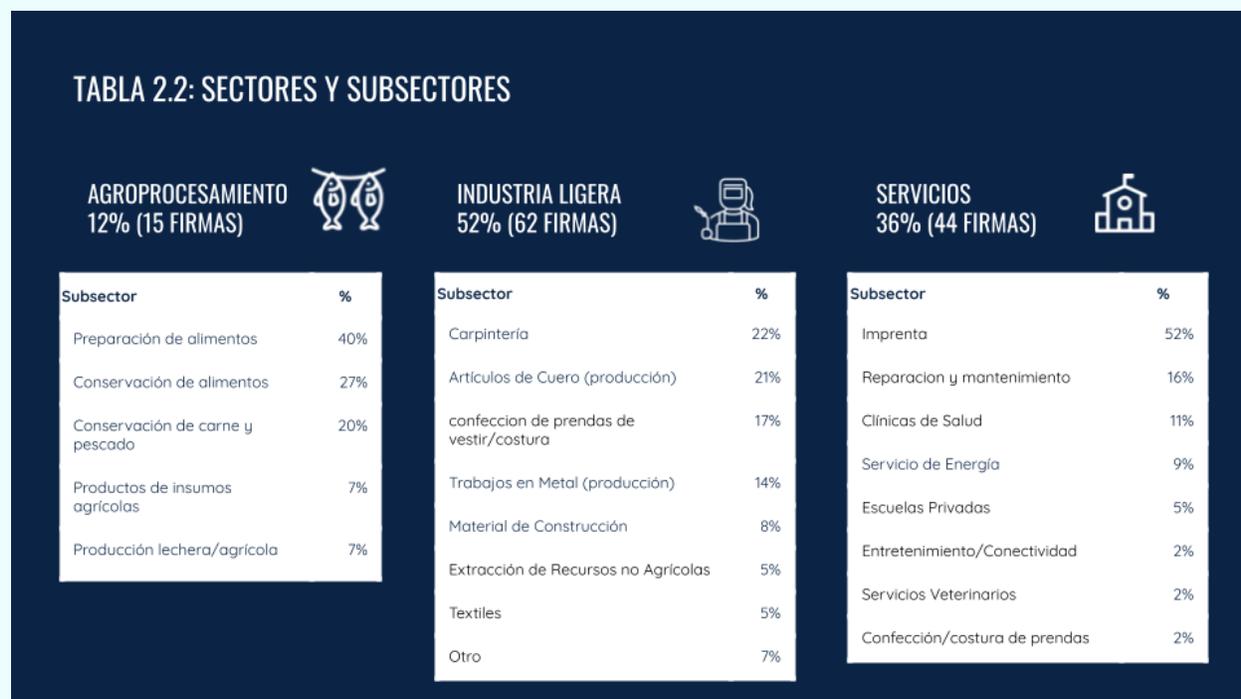
Ubicación geográfica

Nuestra muestra final consta de empresas ubicadas en tres ciudades principales. La mayoría se encuentra en Bogotá, donde existe una proporción más equilibrada de empresas por grupo de género en comparación a las otras ciudades. En Bogotá, del total de 49 empresas, 18 son dirigidas por hombres, 17 son dirigidas por mujeres y 14 son copropiedades (hombres y mujeres). En Barranquilla, de las 39 empresas, 21 son dirigidas por hombres, 10 son copropiedades y 8 son dirigidas por mujeres. En Cali, de las 34 empresas, 16 son dirigidas por hombres, 13 son dirigidas por mujeres y 5 son copropiedades.



Industria

Seleccionamos empresas de tres sectores específicos: procesamiento agrícola, industria ligera y servicios. El 36% de las empresas están en el sector de servicios, incluyendo actividades tales como impresión, reparación y mantenimiento, clínicas de salud y escuelas privadas. La industria ligera (incluida la carpintería, la metalurgia y los materiales de construcción) constituye la mitad del total de empresas. El 12% restante se encuentran en el sector de procesamiento agrícola (preparación de alimentos, conservación de alimentos, conservación de carne y pescado, productos de insumos agrícolas y producción agrícola/láctea).



Flujos de Caja

El proyecto “Small Firm Diaries” se centra particularmente en el papel que juegan las pequeñas empresas en la disminución de la pobreza y el crecimiento inclusivo. Sin embargo, la utilización de parámetros de ingresos o ganancias para definir una muestra *ex ante* es un tanto más complejo. Lo que la investigación ha descubierto sobre las empresas que componen este estudio es que los ingresos y las ganancias de estas poseen una variabilidad considerable, por lo mismo, utilizar los ingresos anuales o de corto plazo como parámetros de manera intercambiable no sea lo más recomendable. Tampoco tenemos la certeza de que las estimaciones de los propietarios sobre los ingresos o ganancias anuales de sus empresas sean precisas. Sin embargo, estas medidas son importantes para entender las empresas que componen el estudio. Aquí presentamos la distribución de ingresos, gastos y márgenes operativos de la muestra (ver recuadro) con base en los datos recopilados durante el estudio.

MÁRGENES OPERATIVOS COMO APROXIMACIÓN DE GANANCIAS

Medir las ganancias de las empresas en ausencia de mecanismos y prácticas contables es una tarea compleja. Los estándares contables exigen que las medidas de ganancias incluyan valores de activos amortizados, préstamos y compromisos futuros (sin mencionar el uso de flujo de caja o devengo), algo que va mucho más allá de la capacidad de medición de un estudio como el nuestro. Dado eso, nuestras medidas no se enfocan en la “ganancia” como se define formalmente, sino en los márgenes operativos: ingresos mensuales menos gastos mensuales. Cabe destacar que nuestra medida de gastos excluye cualquier pago que los propietarios se hagan a sí mismos; también excluimos cualquier medida de valor del tiempo de los propietarios.

El ingreso mediano anual y el margen operativo mediano anual de las empresas participantes es de COP 85,8 millones y COP 30,6 millones, respectivamente. Sin embargo, dada la variabilidad mes a mes en estas cifras (consulte la Sección 3 en Finanzas de la Empresa), creemos que es mucho más instructivo centrarse en las medidas mensuales.

Las empresas que formaron parte de nuestro estudio tuvieron ingresos medianos mensuales de COP 8,5 millones. Esto, por supuesto, hace más difuso aún las diferencias entre las empresas y la distribución de ingresos. Más de la mitad (56%) de nuestra muestra tiene un ingreso mediano mensual inferior a COP 10 millones, mientras que el 33% de nuestra muestra tiene un ingreso mediano mensual inferior a COP 5 millones.

El Margen Operativo mediano mensual de las empresas fue de COP 2.885.500. De todas las empresas, el 89% (109) tuvo márgenes medianos mensuales positivos. Si bien la mayoría de las empresas poseen márgenes operativos positivos, estos márgenes son relativamente escasos. Tres cuartas partes de las empresas muestreadas con margen mensual mediano positivo (85) tienen un margen operativo mensual mediano inferior a COP 6 millones, mientras que la mitad tiene un margen operativo mensual mediano inferior a COP 3,3 millones. Solo el 8% de las empresas posee un margen operativo mensual superior a COP 12 millones. Las 13 empresas de nuestra muestra que tuvieron un margen operativo mensual mediano negativo oscilaron entre COP 27.000 y COP 6,1 millones en pérdidas. El desempeño financiero se describe con más detalle en la siguiente sección.

3. Visión General de las Finanzas de la Empresa

RESUMEN

Los datos recopilados utilizando la metodología de “Small Firm Diaries” nos permiten tener una visión detallada de las finanzas semanales de una empresa, así como también de su desempeño durante todo el año. Por lo general, hemos usado cifras mensuales para entender los flujos de efectivo de una empresa de forma resumida. En parte, esto se debe a la dificultad que tienen las empresas para registrar con precisión todos los flujos informados: las empresas a menudo agrupan varios días de ingresos o transacciones en lugar de mantenerlos separados, o no siempre tienen certeza del día exacto en que se realizó o recibió un pago.

En esta sección, analizamos los flujos de efectivo mensuales de nuestras empresas en detalle y exploramos la existencia de patrones demográficos significativos que expliquen estos flujos de efectivo. También presentamos nuestra métrica de crecimiento preferida: la pendiente lineal de los ingresos mensuales. Para esta medida, la mayor parte de la muestra evidencia pocos cambios durante el año (no indica un crecimiento rápido ni tampoco grandes caídas), lo que en sí mismo es significativo dado el contexto del estudio en medio de una pandemia global. Dado que los flujos de efectivo de las pequeñas empresas raramente son lineales, exploramos extensamente la volatilidad de estos flujos. Para medir la volatilidad en las empresas, usamos el coeficiente de variación o CV. Nuestras firmas experimentan una volatilidad significativa en ingresos y gastos, además de niveles extremadamente altos de variabilidad en los márgenes operativos. El crecimiento en sí mismo puede causar altos niveles de volatilidad. De acuerdo con nuestra medida de crecimiento general, encontramos que en este caso la volatilidad no está impulsada por el crecimiento. De hecho, es más probable que las empresas con mayor volatilidad tengan tasas de crecimiento más bajas.

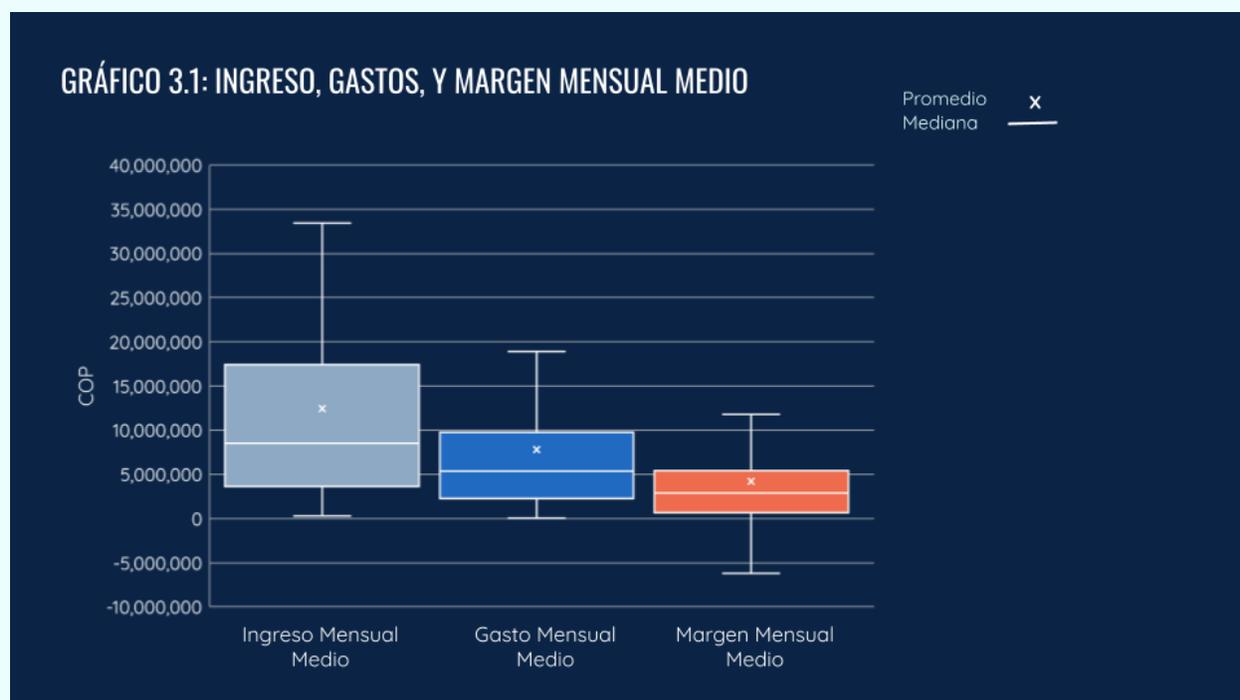
DATOS DE DESEMPEÑO FINANCIERO

Ingresos, Gastos, y Margen Operativo

La mediana de los ingresos mensuales de nuestras empresas en la muestra oscila entre COP 290.000 y COP 33 millones. La mitad tiene una mediana de ingresos mensuales de COP 8 millones o menos, y alrededor del 75% registran COP 16 millones o menos.

El rango de distribución de los gastos mensuales medianos de nuestras empresas en la muestra es más estrecho que el de los ingresos: de COP 73.000 a COP 18,9 millones. La mitad de las empresas tienen un gasto mediano mensual de COP 5 millones o menos, y alrededor del 75% tienen un gasto mediano mensual de COP 9 millones o menos.

Con respecto al margen operativo, la mitad de nuestras empresas tienen un margen mensual mediano entre COP 560.000 y COP 4,7 millones. La mayoría de nuestras empresas tienen márgenes operativos inferiores a los 5 millones de pesos mensuales. 13 empresas muestran un margen mensual mediano negativo, llegando a COP 6 millones de margen mensual mediano negativo.



Si bien las medianas son útiles para comprender el tamaño de las pequeñas empresas, a su vez opacan uno de los hallazgos clave del estudio: la gran volatilidad que experimentan las empresas de un mes a otro. El coeficiente de variación (CV) es una medida utilizada para entender mejor la dispersión de los datos, especialmente cuando se comparan diferentes temas con diferentes rangos de valores. El CV mediano de los ingresos mensuales es de 0,52. Para comprender mejor el concepto de CV, considere el caso de una empresa en particular como se ve en Gráfico 3.2.



El ingreso promedio mensual de esta empresa es aproximadamente 46 millones de COP; sin embargo, rara vez la cifra mensual real se encuentra dentro del rango de 10 millones de COP de dicho promedio. Específicamente la desviación estándar nos dice que los ingresos mensuales tienden a estar alrededor de COP 20 millones del promedio. Las desviaciones estándar son difíciles de comparar entre empresas que pueden tener tamaños significativamente distintos en términos de ingresos mensuales.

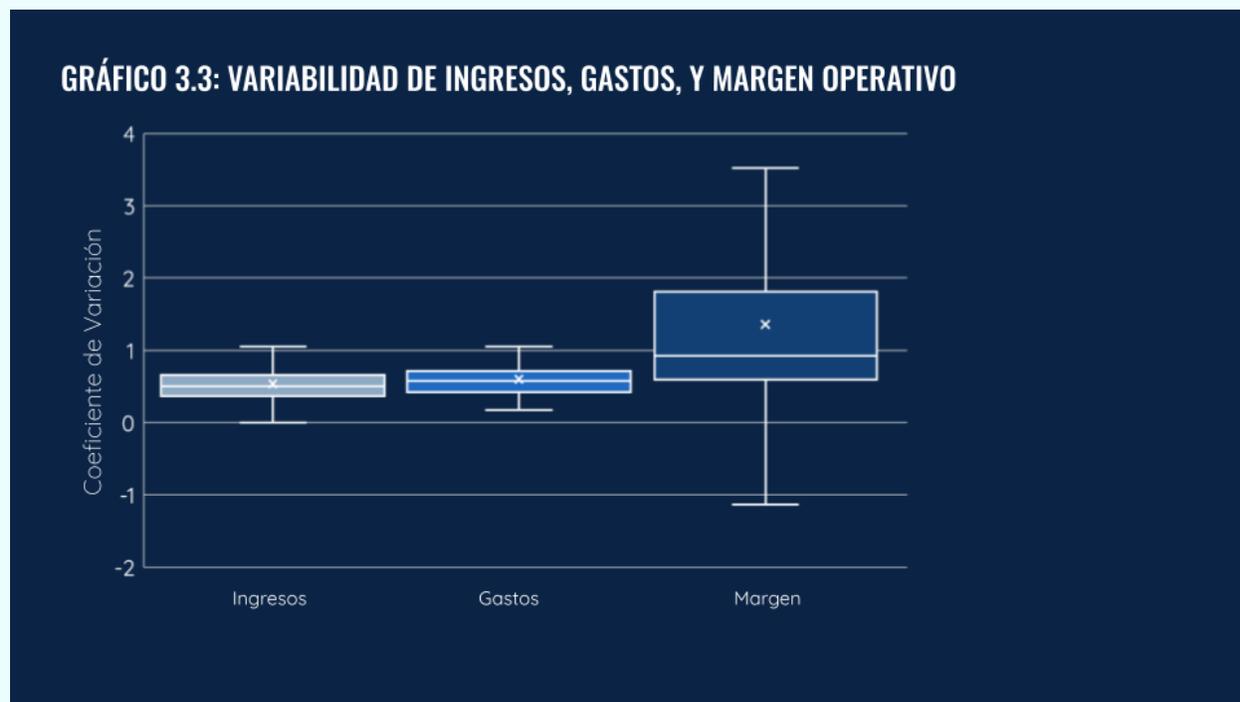
Aquí es donde entra el CV. El CV se obtiene dividiendo la desviación estándar por la media, lo cual nos dice qué tan distantes están los datos respecto de la media, expresado como una proporción del valor medio.

Por ejemplo, si la empresa de dermatocósmica tiene un CV de ingresos con valor de 0,47, significa que, en promedio, los ingresos mensuales son aproximadamente un 47 % mayores o menores que el ingreso mensual promedio. Esto refleja la alta volatilidad de los ingresos mensuales de esa empresa. El CV mediano de los ingresos mensuales de todas las empresas del estudio es de 0,52, lo que significa que, en promedio, los ingresos mensuales del conjunto de todas las empresas tienden a ser 52 % más altos o más bajos que sus ingresos mensuales promedio.

Si bien queda mucho análisis por realizar, vemos muy poca evidencia en nuestros datos de que la volatilidad de los ingresos sea planificada, deseada o predecible. Por lo tanto, un tema importante para “Small Firm Diaries” son los desafíos que enfrentan las empresas al administrar estos niveles de volatilidad.

Existen dos principales formas en que una empresa puede gestionar la volatilidad de los ingresos. Una empresa que tiene reservas de capital de trabajo o acceso inmediato al crédito podría simplemente ignorar la volatilidad de los ingresos y mantener los gastos constantes, recurriendo al capital de trabajo o al crédito cuando los ingresos sean bajos y amortizar esas cuentas cuando los ingresos sean altos. Mientras que una empresa sin esas herramientas debería ajustar los gastos en la medida de lo posible (algunos gastos pueden ser fijos) para igualar los ingresos. En nuestros datos vemos que la variabilidad de los gastos es muy similar a la de los ingresos, con un CV mediano de gasto mensual de 0,57.

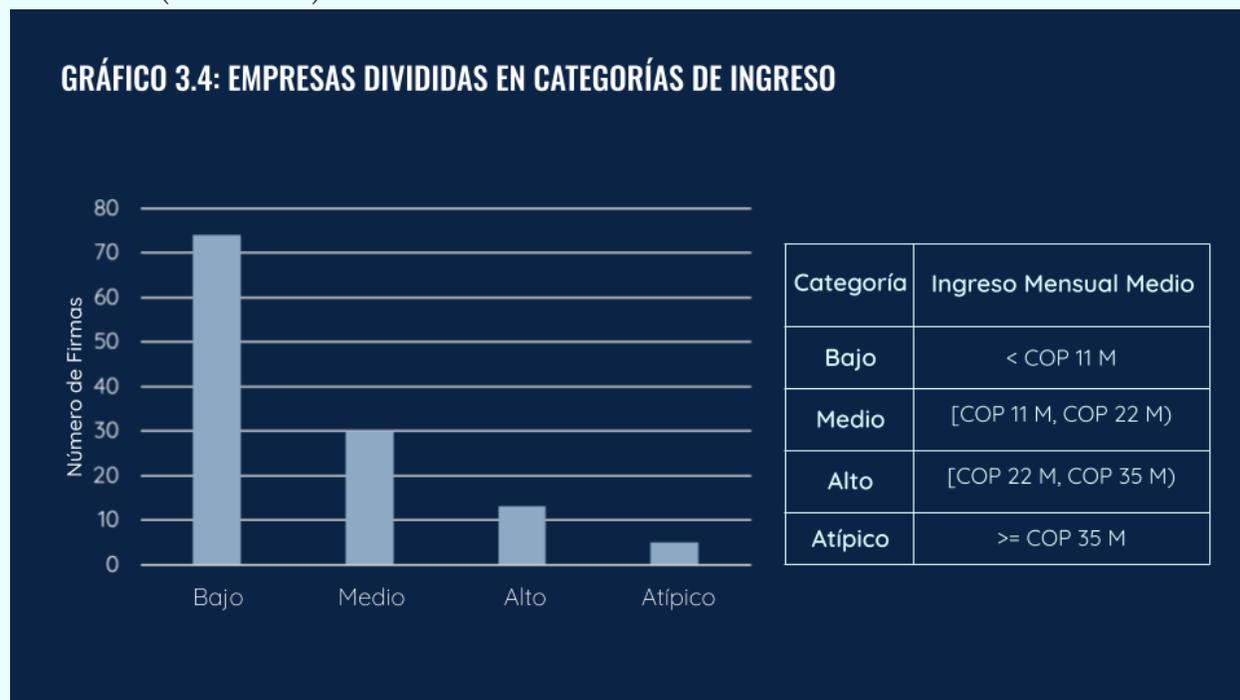
Las empresas no son capaces de igualar perfectamente la volatilidad de los ingresos manejando los gastos hacia arriba y hacia abajo. La volatilidad del margen operativo es mucho mayor (el CV mediano del margen mensual es 1,02), pero también tiene un rango más alto (lo que indica que las empresas tienen distinta capacidad para administrar los gastos) (Gráfico 3.3).¹



¹ Ninguna medida de volatilidad es perfecta, incluido el CV. La mayor volatilidad del margen operativo se debe en parte a que los márgenes operativos son necesariamente menores que los ingresos, lo que hace que la media sea más baja.

Género e Industria

Para comprender mejor cómo nuestra muestra varía según los niveles de ingresos, utilizamos la distribución de ingresos mensuales mediana de la muestra para categorizar nuestras empresas en cuatro grupos: empresas de ingresos bajos, medios, altos y atípicos (límites exactos en la tabla a continuación). La mayoría de nuestras empresas suelen tener ingresos inferiores a 11 millones de COP al mes (~2500 USD).²



Grandes diferencias de género persisten en Colombia (y en todo el mundo) en lo que respecta a la propiedad, el tamaño, los ingresos y la riqueza de las empresas. Por ejemplo, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en promedio, el 65,7% de las empresas con actividad económica en Colombia reportaron a un hombre como propietario o representante legal. Sin embargo, esta brecha aumenta en las grandes empresas, donde se informó que la propiedad de mujeres era solo del 20%. El promedio mundial de empresas con participación femenina en la propiedad es del 32,9 %, según informa el Banco Mundial. Estas brechas de género también se manifiestan en Colombia y en el mundo en términos de tamaño de empresa, utilidades y acceso al crédito, entre otros parámetros.

De acuerdo con estos antecedentes, en el proyecto buscamos específicamente que al menos un tercio de nuestra muestra estuviera compuesta por empresas de propiedad de mujeres para poder conocer mejor el desempeño, los desafíos y los éxitos de este tipo de pequeñas empresas en Colombia. En última instancia, nos sorprendió un poco ver que existen pocas brechas de género significativas en nuestra muestra. Esto se discute con más detalle en la sección de género. Aquí nos

² En contexto, el PIB per cápita en Colombia es de 6.100 USD, pero los salarios mínimos mensuales son de 287 USD.

centraremos solo en las medidas básicas del tamaño y las operaciones de la empresa.

La distribución de las empresas en las categorías de ingresos ilustradas anteriormente es casi igual entre géneros. Alrededor del 60% de los hombres, mujeres y empresas de propiedad conjunta poseen ingresos bajos. Las mujeres están un poco más representadas entre las empresas con altos ingresos, donde alrededor del 15% generalmente obtienen ingresos mensuales "altos" en comparación con menos del 10% de los hombres. Sin embargo, ninguna empresa liderada por mujeres "se sale de la norma" en términos de ingresos. Existe una brecha significativa entre las empresas propiedad de mujeres y las empresas propiedad de hombres en términos del margen operativo mensual mediano, pero la diferencia total está impulsada por la parte superior e inferior de las distribuciones: existen algunas empresas propiedad de mujeres que tienen márgenes operativos significativamente negativos, mientras que hay algunas empresas propiedad de hombres que tienen márgenes operativos positivos mucho más altos que otras empresas. Cuando comparamos solo las empresas con márgenes operativos positivos, las empresas propiedad de hombres tienen márgenes operativos mensuales medianos de COP 3.2M en comparación con COP 2.7M para las empresas propiedad de mujeres. Es de destacar que las empresas propiedad de mujeres tienen un número mediano más alto de empleados mensuales, que analizamos en las secciones de Empleo y Género de este informe.

GRÁFICO 3.5: DISTRIBUCIÓN DE CATEGORÍAS DE INGRESO POR GÉNERO



Creemos que la paridad general entre hombres y mujeres en nuestra muestra es en gran parte una función de los criterios de selección de nuestro estudio: las mujeres que inician y son propietarias de empresas con empleados, son las que ya han superado muchas de las brechas de género que existen y son las responsables de la sobrerrepresentación de las mujeres en las microempresas. Según la encuesta ANIF (2021), el 44% de las microempresas comerciales colombianas son propiedad de mujeres, en comparación con el 25% y el 17% de las pequeñas y medianas empresas,

respectivamente. Sin embargo, dados los límites superiores de nuestro criterio de selección, es probable que las brechas de género vuelvan a surgir entre empresas más grandes que las incluidas en “Small Firm Diaries”.

Si bien hubo menos expectativas *ex ante* de brechas en la industria que de una brecha de género, también vemos que no hay diferencias significativas entre las empresas en las tres industrias que estudiamos. Ninguna empresa de procesamiento agrícola tiene ingresos "fuera de la norma" y una alta proporción de estas empresas tiene ingresos "medios", mientras que las industrias de servicios y manufactura ligera tienen una proporción levemente más alta en los segmentos de ingresos "altos". También encontramos diferencias mínimas en términos de margen operativo. En todas las industrias existen empresas que salen de la norma en ambos extremos (negativo y positivo) del rango de margen operativo, sin embargo, la mayoría de las empresas tienen márgenes mensuales medianos entre -1M COP y 5M COP.



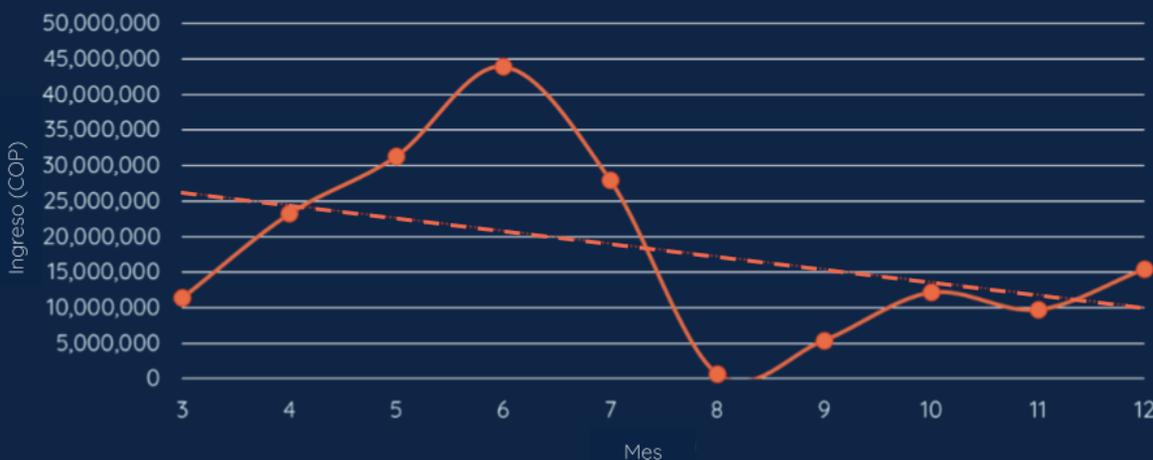
Crecimiento

Medir el crecimiento (por ingresos o margen operativo) es un desafío en un entorno con una volatilidad tan alta. Por ejemplo, la comparación de los ingresos o márgenes del primer mes con los del último mes es muy sensible a meses inusualmente altos o bajos. Para medir mejor la dirección del cambio, mientras tomamos en cuenta la volatilidad mes a mes, utilizamos la pendiente para un mejor ajuste lineal de los ingresos mensuales. Para hacerlo, hicimos regresiones de los totales de ingresos mensuales para encontrar el mejor ajuste, como si los ingresos mensuales fueran más consistentes.

Vemos una empresa como ejemplo a continuación, que muestra los ingresos mensuales de los

meses 3 a 12 (no hemos tomado en cuenta los primeros 2 meses como parte del proceso de limpieza de la muestra). Si sólo comparamos los datos de los meses 3 y 12, podríamos clasificar a esta empresa como "que crece", ya que los ingresos en el mes 12 fueron un 36% más altos que los ingresos en el mes 3. Sin embargo, esto sería una simplificación excesiva de los altos niveles de volatilidad que experimentó la empresa a lo largo del año, evidenciados por el punto más alto en el mes 6 y el mínimo en el mes 8. Tomar el promedio del cambio mensual (es decir, ¿cuánto ha crecido esta empresa entre el mes 3 y el mes 4?) implicaría clasificar de manera errónea la alta volatilidad para el crecimiento. El cambio mensual promedio de esta firma es 93%; es decir, en promedio, los ingresos de la empresa crecen un 93% de un mes a otro. Una vez más, al observar el gráfico, podemos ver que se trata de una sobreestimación del crecimiento sostenido de sus ingresos. Debido a deficiencias como esta en las otras mediciones, hemos optado por observar la pendiente de la tendencia de los ingresos mensuales para (1) contabilizar los meses sin ingresos (por ejemplo, debido a cierres temporales) y (2) aprovechar el valor de nuestros datos durante el año completo en lugar de comparar dos puntos de datos particulares, como el mes 3 y el mes 12. La línea de mejor ajuste para esta empresa muestra una pendiente negativa de -1,8 millones de COP, lo que sugiere una disminución promedio en los ingresos mensuales de 1,8 millones de COP (\$375 USD). Utilizando la pendiente, categorizamos a la empresa como "que no crece".

GRÁFICO 3.7: INGRESO MENSUAL DE EMPRESA SELECCIONADA, MESES 3-12



Usando esta métrica, encontramos que la mayoría de las empresas no presentan muchos cambios en el transcurso del año. La mitad de nuestras empresas se encuentran levemente en declive (-500.000 COP a 0 COP de ingresos mensuales) o levemente en aumento (0 COP a 500.000 COP). Las empresas restantes se encuentran esparcidas a lo largo de la distribución.



La medida de crecimiento ayuda a confirmar que las medidas de volatilidad de los ingresos y los márgenes operativos no se deben simplemente a que las empresas están creciendo (una empresa de rápido crecimiento mostraría un CV alto).

En cambio, encontramos que existe una relación negativa muy débil entre la variabilidad de los ingresos y el crecimiento de los mismos.

ENFOQUE en Empresas Lideradas por Mujeres

RESUMEN

A lo largo del Informe País de Colombia hemos discutido los datos desagregados por género. En esta sección resumimos los diversos análisis de las diferencias y similitudes entre las empresas propiedad de hombres y mujeres en el estudio, y profundizamos aún más en las motivaciones empresariales y la confianza que tienen las mujeres propietarias en nuestra muestra.

Como se señaló al comienzo del informe, en las medidas más básicas de ingresos, no observamos diferencias significativas entre las empresas propiedad de hombres y mujeres. Existe una brecha en el margen operativo mediano, pero la diferencia total está impulsada por la parte superior e inferior de las distribuciones: hay algunas empresas propiedad de mujeres que tienen márgenes operativos significativamente negativos, mientras que hay algunas empresas propiedad de hombres que tienen márgenes operativos positivos mucho más altos que otras empresas. Creemos que la paridad general entre hombres y mujeres en nuestra muestra es en gran parte una función de los criterios de selección para nuestro estudio: las mujeres que crean y son propietarias de empresas con empleados son aquellas que ya han superado muchas de las brechas de género existentes, lo cual influye en que las mujeres se encuentren sobrerrepresentadas entre las microempresas. Sin embargo, en algunas medidas podemos observar diferencias notables. Por ejemplo, vemos diferencias entre las empresas dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres en cuanto a las formas de medir el éxito y las estrategias para hacer frente a la competencia. Las mujeres en nuestro estudio también muestran métodos más estructurados para administrar sus negocios que los hombres, y sus empresas muestran mayores niveles de formalización, niveles medianos más altos de integración financiera formal y una mayor adopción de marketing e investigación estratégica.

Debemos decir claramente desde el principio que nuestra muestra no es representativa de las pequeñas empresas lideradas por hombres o mujeres en Colombia, ni mucho menos a nivel mundial. Los hallazgos que explicamos aquí no deben extrapolarse a otros contextos o a la totalidad del sector. Sin embargo, creemos que estas comparaciones ayudan a dar luz a áreas que requieren un mayor estudio, así como también evaluar enfoques de género que estén en sintonía con los desafíos de las pequeñas empresas.

DESCRIPCIÓN GENERAL

A lo largo de este informe, analizamos el papel que desempeña el género en los aspectos centrales de la gestión de una pequeña empresa. A continuación, se presenta un resumen de los puntos abordados en las demás secciones de este informe.

Finanzas de la Empresa

Usando la mediana de los ingresos mensuales para agrupar nuestras empresas en categorías, no hemos encontrado una diferencia significativa entre la distribución de las empresas propiedad de hombres y mujeres: alrededor del 60% de las empresas propiedad de hombres, mujeres y copropietarios poseen bajos ingresos. Las mujeres se encuentran un poco más representadas entre los que ganan más, donde alrededor del 15% de las empresas dirigidas por mujeres suelen obtener ingresos mensuales "altos" en comparación con menos del 10% de las empresas dirigidas por hombres.

Si bien existe una brecha entre las empresas propiedad de mujeres y de hombres en términos del margen operativo mensual mediano, la diferencia se debe en gran medida a las empresas "atípicas" (fuera de la norma) en ambos grupos. Cuando comparamos solo empresas con márgenes operativos positivos, las empresas propiedad de hombres tienen márgenes operativos mensuales medianos de COP 3,2 millones en comparación con COP 2,7 millones para las empresas propiedad de mujeres, en parte debido a que algunas empresas propiedad de hombres tienen márgenes operativos significativamente más altos que el resto de la muestra.

Servicios de Desarrollo Empresarial

Las mujeres propietarias de empresas tienen más probabilidades de haber recibido capacitación en desarrollo empresarial y constituyen una proporción mayor de nuestra muestra total de empresas "BDS" en comparación con las empresas propiedad de hombres (la muestra de BDS es 30% propiedad de mujeres, 20% propiedad de hombres y 50% copropiedad de al menos un hombre y una mujer). Significativamente más mujeres que hombres han recibido capacitación vocacional, de marketing y de contabilidad.

Acceso Financiero

En contraste con las tendencias mundiales, es más probable que los hombres propietarios de empresas no estén bancarizados (38%), mientras que sólo alrededor de una cuarta parte de las empresas de propiedad o copropiedad de mujeres no están bancarizadas. Las propietarias de empresas también utilizan sus cuentas bancarias para una mayor parte de sus negocios: el porcentaje mediano del valor de transacción a través de una cuenta bancaria es del 50% para las mujeres, en comparación con el 33% para los hombres.

Las mujeres propietarias de empresas tienen más probabilidades de separar sus finanzas que los hombres propietarios de empresas: el 85% y el 76% tienen cuentas separadas para sus negocios, respectivamente. Las propietarias de empresas dicen que necesitan préstamos con una frecuencia

un poco mayor que sus contrapartes masculinas, aunque muy pocos propietarios de ambos géneros informan que necesitan préstamos "constantemente" o "a menudo".

Digitalización

No hemos encontrado diferencias significativas en la proporción de mujeres y hombres que han adoptado la tecnología para sus negocios.

Formalización

Según la percepción de los propios dueños de empresas, las empresas propiedad de mujeres son formales en mayor proporción que las empresas propiedad de hombres.

Empleo

Las empresas propiedad de mujeres tienen un número mediano más alto de empleados mensuales.

Prácticas Comerciales

En el índice de prácticas comerciales de McKenzie y Woodruff, las mujeres de nuestra muestra suelen tener una puntuación más alta que los hombres. Las empresas propiedad de hombres tienen una puntuación mediana de 0,50, mientras que la mitad de las empresas oscilan entre 0,35 y 0,63. Las empresas propiedad de mujeres tienen una puntuación media levemente más alta de 0,54, mientras que la mitad de las empresas oscilan entre 0,42 y 0,71. Entre nuestras firmas, el mantenimiento de registros fue el conjunto de prácticas más común, siendo las mujeres las que reportaron hacerlo de manera más frecuente (86% de mujeres frente a 74% de hombres). Las prácticas en la categoría de control de inventarios también son bastante comunes (un número similar de empresas informó implementar la prevención del daño de inventario al igual que el seguimiento de la rentabilidad del producto), aunque en este caso es más probable que los hombres lo reporten, en comparación con las mujeres propietarias (60% de mujeres frente a 75% de hombres).

Aspiraciones

En nuestra muestra no vimos diferencias significativas entre mujeres y hombres en cuanto a aspiraciones o tasas de crecimiento.

CONFIANZA Y DESEMPEÑO EMPRESARIAL: UNA MIRADA MÁS CERCANA

Uno de nuestros objetivos es entender si los propietarios de empresas (hombres y mujeres) tienen distintas motivaciones para iniciar un negocio que pueda afectar sus prácticas de gestión y desempeño. La mayoría de los propietarios expresó haber iniciado su negocio debido al deseo de independencia, pasión por el área de trabajo y deseo de mayores ingresos y contactos familiares.

No encontramos diferencias significativas entre las respuestas de hombres y mujeres como para ser consideradas.

A pesar de tener motivaciones similares para abrir un negocio, cuando les preguntamos a los dueños de las empresas qué harían para obtener ingresos si no estuvieran administrando su empresa actual (Gráfico W.1), las mujeres expresaron que sería más probable que aceptaran un trabajo formal, mientras que los hombres dijeron que sería más probable que intentaran iniciar una nueva pequeña empresa. Existen varias explicaciones posibles para esta disparidad, entre ellas, que a las mujeres les resulte más difícil conseguir el capital necesario para iniciar una nueva empresa, o que las mujeres que han dirigido empresas tengan más posibilidades de empleo en el sector formal debido a los mismos factores que les permitieron iniciar y administrar una pequeña empresa. La disparidad también podría explicarse porque las mujeres tienen menos confianza en sus habilidades empresariales; si este fuera el caso, su falta de confianza no se basaría en el desempeño administrativo (como se señaló en la sección 8 sobre prácticas comerciales, las mujeres obtienen puntajes más altos en el índice de Prácticas Comerciales), ni se traduce en una mayor aversión al riesgo (no encontramos diferencia significativa en la tolerancia al riesgo de las empresas propiedad de mujeres en comparación con las empresas propiedad de hombres³).

GRÁFICO W.1: ALTERNATIVAS DE LA PROPIEDAD DE SU PROPIA PEQUEÑA EMPRESA

Si no estuviera dirigiendo este negocio, ¿qué haría para generar ingresos?



³Les preguntamos a las empresas: “Si tuviera que elegir entre no obtener ingresos durante un mes o un tercio menos de ingresos durante tres meses, ¿cuál elegiría?” y consideramos a las empresas dispuestas a no generar ingresos durante un mes como más tolerantes al riesgo.

Al profundizar en los niveles de confianza, cuando se les preguntó sobre prácticas comerciales específicas, las mujeres informaron los mismos niveles de confianza que los hombres. Por ejemplo, alrededor de un tercio de hombres y mujeres reportaron una “habilidad muy alta” para administrar cuentas financieras, aunque las mujeres reportaron dedicar más tiempo a actividades comerciales como contabilidad y estrategia (Gráfico W.2).

GRÁFICO W.2: USO DEL TIEMPO

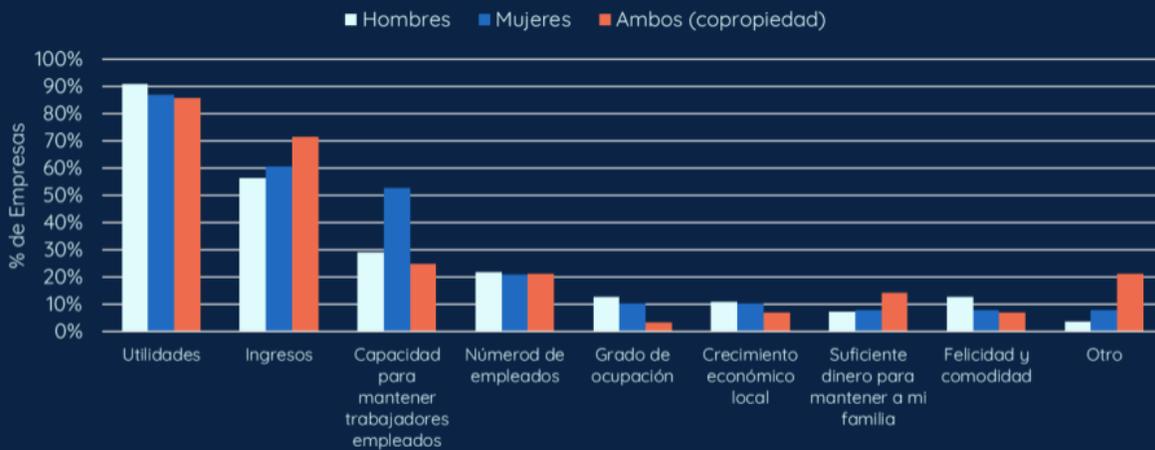
¿A qué actividades de la siguiente lista dedicó usted algo de tiempo en las últimas dos semanas?



Dejando a un lado las medidas de confianza, también queríamos saber si los propietarios miden el rendimiento de manera distinta y si eso afecta la forma en que administran sus negocios. Cuando les preguntamos a las empresas cómo miden el desempeño comercial, las ganancias son la métrica más importante tanto para hombres como para mujeres. Sin embargo, una mayor proporción de mujeres que de hombres (52% frente a 30%) mencionó la capacidad de su empresa para mantener a los trabajadores empleados como una métrica de éxito (Gráfico W.3).

GRÁFICO W.3: MÉTRICAS DEL ÉXITO EMPRESARIAL

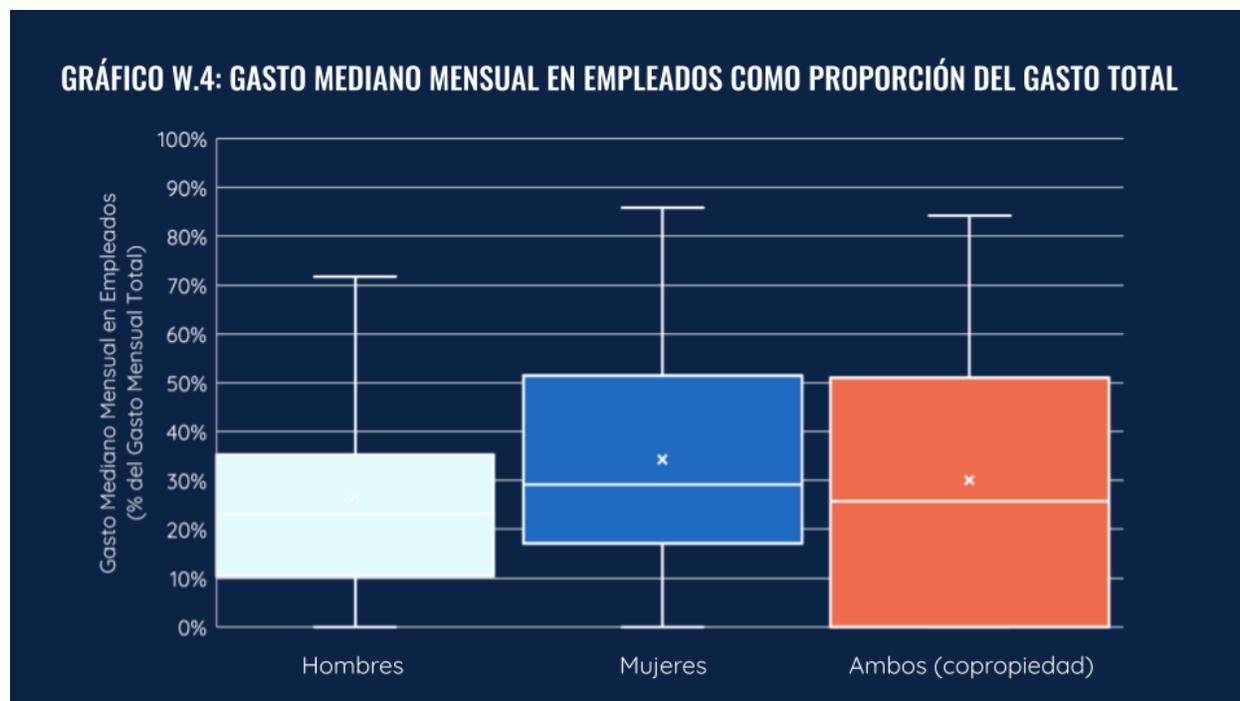
¿Cómo mide usted cómo le está yendo a su negocio?



Al observar nuestros datos de flujo de efectivo, vemos que los pagos de los empleados generalmente representan un porcentaje ligeramente más alto de los gastos mensuales para las empresas propiedad de mujeres que para las empresas propiedad de hombres (la proporción promedio de pago de los empleados respecto de los gastos mensuales fue del 29% frente al 22%). Sin embargo, las empresas propiedad de mujeres están sesgadas a la derecha: para la mitad de las empresas propiedad de mujeres, los pagos de los empleados suelen representar entre el 20% y el 50% de sus gastos mensuales. Por otro lado, para la mitad de las empresas propiedad de hombres, los pagos de los empleados suelen representar entre el 10% y el 35% de sus gastos mensuales (Gráfico W.4).

Cualitativamente, observamos numerosos ejemplos de mujeres propietarias de negocios que usan su posición para emplear y crear oportunidades para otras mujeres:

“Todas, todas nuestras empleadas en nuestra empresa, somos mujeres, desde la parte de la gerencia (mi mamá que es la socia), a las colaboradoras. Y también buscamos los proveedores y las proveedoras que fuesen emprendimientos o asociaciones de productores, principalmente, también de mujeres.” - Empresaria mujer, firma de procesamiento agrícola



En resumen, como en otras secciones de este informe, encontramos pocas diferencias entre las empresas propiedad de hombres y mujeres en términos de motivaciones empresariales. A su vez, encontramos que las mujeres tienen menos probabilidades de abrir otro negocio, en el caso de no administrar su negocio actual. Sin embargo, este nivel de escepticismo no se refleja en sus prácticas comerciales actuales o niveles de confianza. Vemos que más mujeres que hombres propietarios de empresas miden su desempeño en función de su capacidad para mantener a sus trabajadores empleados, además de medir su desempeño en ganancias. Esta métrica de desempeño se traduce

en un mayor gasto en empleados, lo que contribuye a márgenes operativos más bajos que las empresas propiedad de hombres, esto ocurre a pesar de considerar motivaciones, prácticas comerciales y niveles de confianza similares.

4. Acceso Financiero

RESUMEN

Un enfoque de política importante durante la última década ha sido el atraer a más personas al sector financiero formal, impulsado por los hallazgos que indican que la mitad del mundo aún “no tiene servicios bancarios”. En esta sección, exploramos cuán “bancarizadas” están nuestras empresas en términos de propiedad de cuentas para luego profundizar en el nivel de integración de las empresas en el sistema financiero formal, observando el uso de dichas cuentas, la separación de las finanzas y el acceso al crédito. Los hallazgos que aquí se muestran son una versión abreviada del “Issue Brief” sobre acceso financiero que se encuentra en smallfirmdiaries.org.

Encontramos que el 68% de las empresas en nuestra muestra poseen cuentas bancarias y las usaron al menos una vez. Utilizando el porcentaje del valor de las transacciones a través de una cuenta bancaria para categorizar el nivel de integración financiera de una empresa, vemos que el 33% de nuestra muestra no está bancarizada, el 26% está marginalmente integrada (menos del 20% de la actividad es a través de una cuenta bancaria), el 17% está parcialmente integrada, y el 24% se encuentra altamente integrada (más del 70% de la actividad es a través de cuentas bancarias) al sistema financiero formal. También encontramos que las empresas suelen utilizar su cuenta bancaria para transacciones de mayor valor, tanto en gastos como ingresos. Sin embargo, incluso las empresas que poseen una cuenta bancaria suelen pagar a sus empleados en efectivo debido a que generalmente así lo prefieren los empleados. En términos de separación de las finanzas, poco más del 80% de nuestra muestra total (incluidas las empresas que no tienen servicios bancarios) informan que mantienen cuentas separadas específicas para sus negocios.

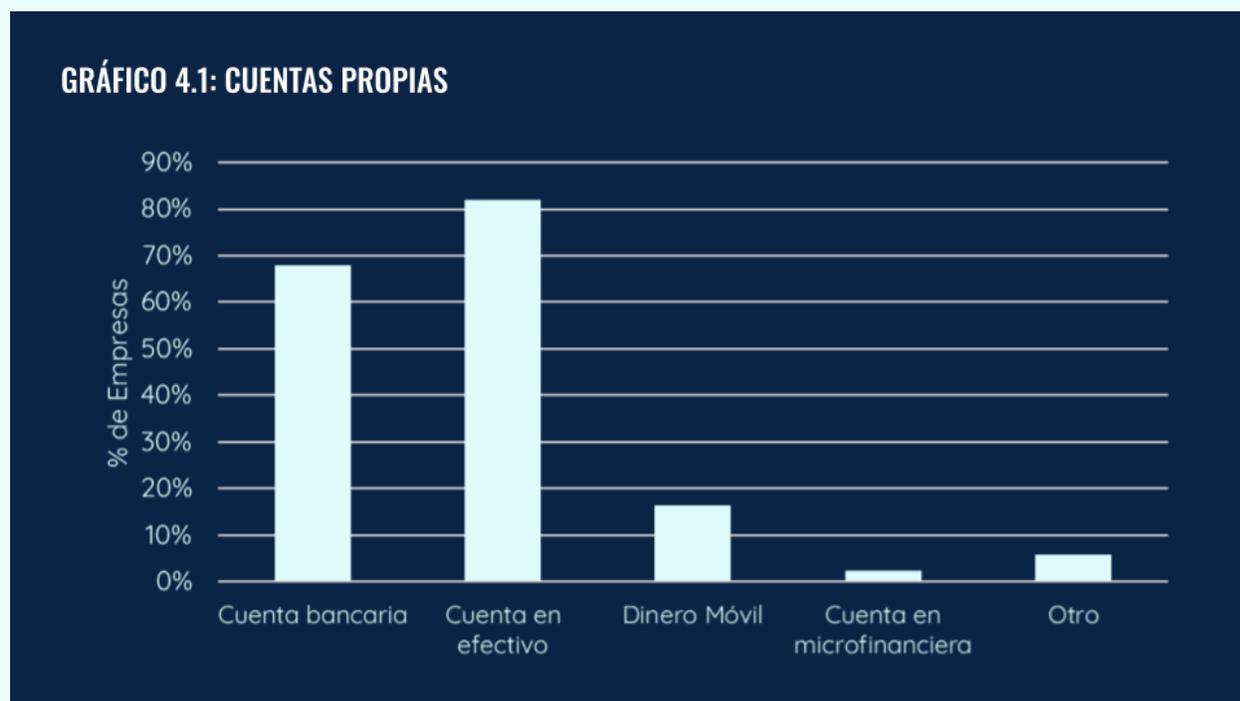
Menos de la mitad (43%) de nuestras empresas informaron haber adquirido algún préstamo de cualquier tipo durante el estudio, siendo los bancos comerciales la fuente de préstamo más común. No hemos encontrado que estar integrado en el sistema formal sea necesariamente un requisito para acceder al crédito bancario: el 20% de las empresas no bancarizadas reportan tener un préstamo bancario comercial. Las razones del uso de los préstamos variaron a lo largo de la muestra, siendo las necesidades más populares hacer frente a los flujos de efectivo, realizar una inversión o ampliar el inventario. Una mirada más profunda sobre lo que las empresas consideran una inversión arrojó que en la mayoría de los casos una “inversión” es una gran compra de materias primas e inventario. Por lo tanto, creemos que la gran mayoría del interés que existe en préstamos es para fines de capital de trabajo.

Dada esta necesidad de capital de trabajo, exploramos el uso del financiamiento de la cadena de suministro, incluida la obtención y concesión de créditos. Alrededor del 40% de nuestras empresas utilizan el financiamiento de la cadena de suministro. De estos, una mayor proporción de usuarios otorga crédito en lugar de tomar crédito.

NIVEL DE BANCARIZACIÓN

Los esfuerzos para atraer a más personas al sistema bancario formal han dado sus frutos en muchas partes del mundo, como se muestra en el “Global Findex” de 2021, con el número de personas sin servicios bancarios reducido a la mitad a nivel mundial; en Colombia el número de personas mayores de 15 años que no tienen cuenta asciende al 40%.

Originalmente, las mediciones de la inclusión financiera formal se centraban en la titularidad de una cuenta, pero los investigadores se dieron cuenta de que el simple hecho de poseer una cuenta no significaba mucho si la cuenta se usa rara vez o nunca. Más recientemente, las medidas de inclusión han intentado incorporar niveles de uso, no solo de propiedad. En nuestra muestra, el 70% de las empresas poseen cuentas bancarias. También podemos ver si la cuenta bancaria se utilizó alguna vez durante el estudio. A diferencia de muchas medidas de propiedad y uso de cuentas bancarias de los hogares, no hemos observado una brecha significativa: el 68% de todas las empresas usan sus cuentas bancarias al menos una vez. (Gráfica 4.1)



La utilización de una cuenta bancaria al menos una vez es una mejor medida que sólo la propiedad de esta; sin embargo, esto no es suficiente para comprender qué tan integrada está una empresa en el sistema financiero formal. La metodología de “Small Firm Diaries” nos permite registrar todos los flujos financieros de la empresa participante, independientemente de la forma (transferencia bancaria, efectivo) o tipo de cuentas (cuenta bancaria, billetera móvil o caja de efectivo) que se utilicen. También preguntamos si el propietario de una empresa separa las finanzas de la empresa y del hogar, además del deseo y la satisfacción que existe con las cuentas formales. Todos estos datos nos permiten construir una medida novedosa que no solo incorpora si una empresa está “bancarizada”, sino también el grado en que está integrada en el sistema financiero formal.

Específicamente, usamos tanto la propiedad de la cuenta como el porcentaje del valor de las transacciones a través de una cuenta bancaria para categorizar la integración financiera de una empresa.

Usando esta medida vemos que el 33% de nuestra muestra no está bancarizada, el 26% está marginalmente integrada (menos del 20% de la actividad es a través de una cuenta bancaria), el 17% está parcialmente integrada y el 24% está altamente integrada (más del 70% de la actividad) al sistema financiero formal.

En resumen, existen dos dimensiones importantes para integrar con más firmeza a las pequeñas empresas en el sistema bancario formal: 1) reducir la porción de empresas (~30 %) que aún no están bancarizadas y que operan esencialmente fuera de las finanzas formales, 2) aumentar la utilización de financiamiento formal en empresas (nuevamente ~30%) que utilizan financiación formal pero solamente para menos de la mitad de su actividad financiera. Probablemente sea mucho más fácil aumentar la utilización en empresas que ya forman parte del sistema que incorporar al sistema a las que están fuera de él. Es probable que lo primero se pueda abordar mediante ajustes en el marketing y diseño de productos; lo último probablemente requiera intervenciones más significativas y potencialmente cambios de política.

Una segunda métrica clave para comprender las finanzas de las pequeñas empresas es el grado en que los propietarios separan sus finanzas de las finanzas del hogar. Esta es una práctica comercial fundamental que ha demostrado ser importante para el desempeño de la empresa y, obviamente, es importante para comprender los datos administrativos sobre las cuentas de las pequeñas empresas. Un poco más del 80% de nuestra muestra total (incluidas las empresas que no están bancarizadas) reportan que mantienen cuentas separadas específicas para sus negocios. Respecto a las empresas que no tienen cuenta bancaria, el 76% mantiene sus finanzas comerciales separadas. Lo hacen mediante el mantenimiento de una caja de efectivo (72%), aunque algunos también utilizan billeteras móviles (15%); el uso de servicios financieros digitales se analiza con más detalle en la Sección 6. La propiedad y el uso de una cuenta bancaria no parece ser un indicador claro de la separación de las finanzas. Casi el 15% de las empresas que cumplen con los criterios básicos para ser bancarizadas mezclan las finanzas del hogar y de la empresa. El tamaño de la empresa (en términos de ingresos) es un mejor indicador: el 100% de las empresas en nuestro segmento de ingresos más alto separa las finanzas, mientras que solo el 80% de las que se encuentran en los dos niveles inferiores de segmentación de ingresos lo hacen. Curiosamente, las empresas propiedad de mujeres y copropiedad (más del 85%) tienen más probabilidades de separar sus finanzas que las empresas de propiedad exclusiva de hombres (76%). Esto puede reflejar una dinámica de género en el hogar donde las mujeres corren un mayor riesgo de perder el control de los fondos que son mezclados.

No hemos preguntado a los propietarios ni hemos verificado el estado legal de las cuentas bancarias de las que nos hablaron. Sin embargo, sí preguntamos a los propietarios sobre sus registros y sus percepciones sobre si la empresa es formal. Oficialmente, muchos bancos requieren una identificación fiscal para registrar una cuenta bancaria comercial. Dado que menos de un tercio de

las empresas tienen una identificación fiscal, suponemos que la gran mayoría de las cuentas no están registradas legalmente a nombre de la empresa, sino a nombre del propietario. Existe una interacción importante entre la separación de las finanzas, la integración en el sistema financiero y las autopercepciones de las empresas sobre la formalidad: las empresas que están más integradas tienen más probabilidades de separar sus finanzas y de percibirse a sí mismas como formales. Por ejemplo, $\frac{3}{4}$ de las empresas que tienen registros fiscales tienen una cuenta comercial separada, y el 90% de las empresas que perciben que sus empresas son formales tienen una cuenta bancaria comercial separada.

INTEGRACIÓN FINANCIERA FORMAL

En esta sección examinamos cómo las empresas difieren según los niveles de integración financiera formal según el género, el sector, la formalidad y los ingresos. También examinamos las diferentes formas en que las empresas utilizan sus cuentas bancarias en términos de ingresos y gastos.

En general, las empresas altamente integradas tienen mayores ingresos que las empresas menos integradas. Sin embargo, no existe una alineación estricta entre la integración y los ingresos. Existen algunos ingresos de empresas altamente integradas que se encuentran entre los más bajos de la muestra. Dado esto, existe una oportunidad de aumentar significativamente la integración de empresas enfocándose en el extremo inferior de la distribución de ingresos.

TABLA 4.1: PARÁMETROS DE INGRESOS EN LOS NIVELES DE INTEGRACIÓN FINANCIERA

Level of Integration	Mínimo	Mediana	Maximo	Desviación Estándar
Alto	COP .8 M	COP 14.3 M	COP 70.0 M	COP 15.5 M
Parcial	COP 1.0 M	COP 12.0 M	COP 50.0 M	COP 11.5 M
Marginal	COP 1.0 M	COP 10.1 M	COP 67.1 M	COP 12.8 M
No bancarizado	COP .3 M	COP 3.4 M	COP 13.3 M	COP 3.7 M

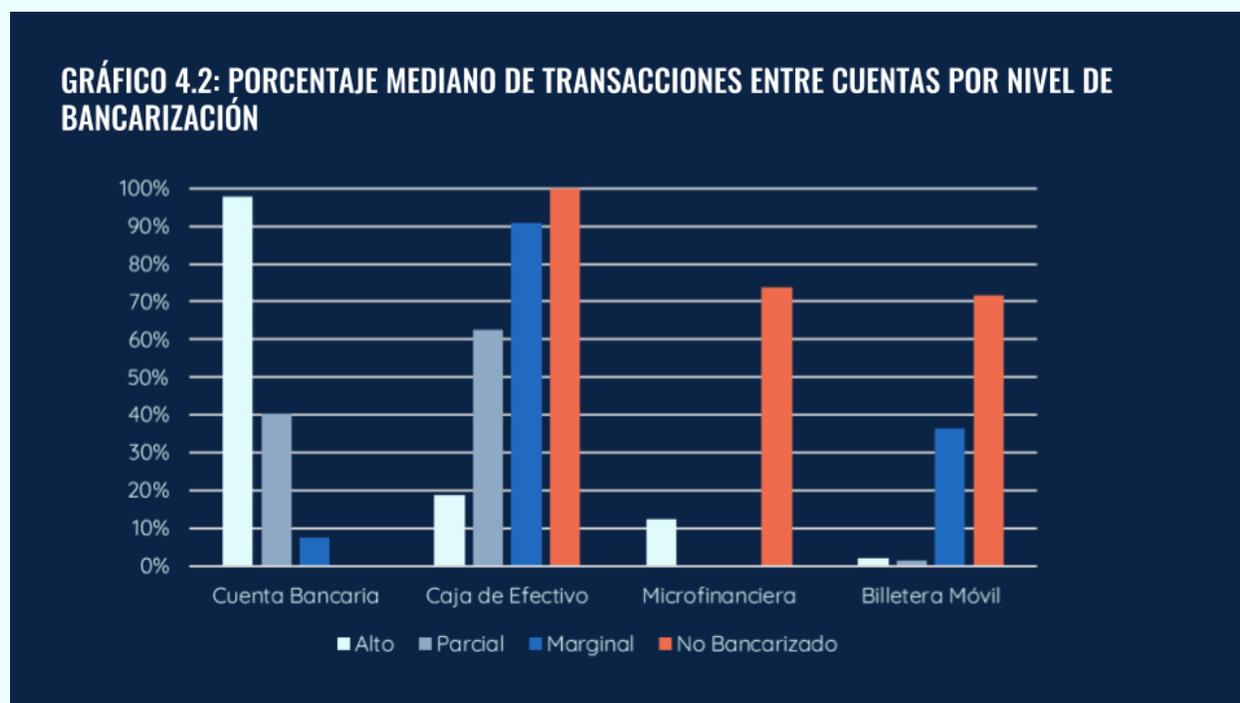
Utilizando nuestra medida de crecimiento, pendiente de la línea de mejor ajuste lineal del margen operativo mensual, examinamos la relación entre el crecimiento y la integración financiera formal, sin embargo, no hemos encontrado patrones claros.

Como se muestra en la Tabla 4.2, solo el 40% de las empresas altamente integradas “crecen”, en comparación con más de la mitad de las empresas marginalmente integradas.

TABLA 4.2: NIVEL DE INTEGRACIÓN FINANCIERA, LAS ‘QUE CRECEN’ VS LAS ‘QUE NO CRECEN’

Nivel de Integración	Que crece (%)	Que no crece (%)
Alto	40%	60%
Parcial	52%	48%
Marginal	59%	41%
No bancarizado	41%	59%

También examinamos cómo las empresas en diferentes niveles de integración usan sus cuentas y encontramos que las empresas pequeñas tienden a concentrar su uso en un solo tipo de cuenta. Obviamente, las empresas altamente integradas canalizan la mayor parte de sus negocios a través de cuentas bancarias. Para el caso de empresas no bancarizadas y empresas marginalmente integradas que no usan cuentas bancarias o las usan muy poco, estas consolidan su uso en un solo tipo de cuenta alternativa en lugar de distribuir su actividad utilizando distintas herramientas. Las empresas no bancarizadas consolidan principalmente su uso en efectivo/caja de efectivo; sin embargo existen empresas no bancarizadas que usan billeteras móviles como su forma de cuenta dominante, usándolas para 2/3 de sus flujos. Existen 2 empresas que utilizan una cuenta en una IMF (institución microfinanciera), nuevamente usando esa cuenta para el 80% de sus flujos. Por el contrario, las empresas que están al menos marginalmente integradas no utilizan billeteras móviles ni IMFs para ninguno de sus negocios; las cuentas bancarias son un sustituto puro de estos otros tipos de cuentas. (Gráfico 4.2)



Encontramos que las empresas en todos los niveles de integración utilizan cuentas bancarias para sus transacciones de mayor valor. El valor mediano de transacción por empresa a través de una cuenta bancaria es de ~500.000 COP, mientras que el valor utilizando una caja registradora es de ~400.000 COP. Esto se debe en parte a las empresas no bancarizadas, que dependen principalmente de las cajas registradoras y, por lo general, realizan transacciones de menor valor (~300 000 COP) que las empresas bancarizadas (~500 000 COP).

Para confirmar las implicaciones del patrón de consolidación, analizamos qué tipos de transacciones realizaron las empresas con cada cuenta. Hay poca diferencia entre ingresos y gastos en términos del valor que fluye a través de los diferentes tipos de cuentas. Sin embargo, empresas de todos los tamaños y niveles de integración utilizan las cuentas bancarias con mucha menor frecuencia para pagar a sus empleados (Gráfico 4.3). Estos pagos son en efectivo y provienen de cajas registradoras. La única excepción a esto son las empresas altamente integradas que utilizan cuentas bancarias para más del 90% de sus flujos (Gráfico 4.4). Este patrón de pagar a los empleados y administrar los pagos de los empleados en efectivo probablemente proviene de las preferencias de los empleados, aunque no tenemos datos sobre las preferencias de los empleados que puedan responder a esta pregunta de manera definitiva. El hecho de que las empresas más integradas utilicen cuentas bancarias para los pagos de los empleados puede ser indicativo de que, una vez que las empresas están profundamente integradas en el sistema financiero, esto también puede “atraer” a los empleados al sistema financiero formal.

GRÁFICO 4.3: PAGOS A EMPLEADOS POR TIPO DE CUENTA

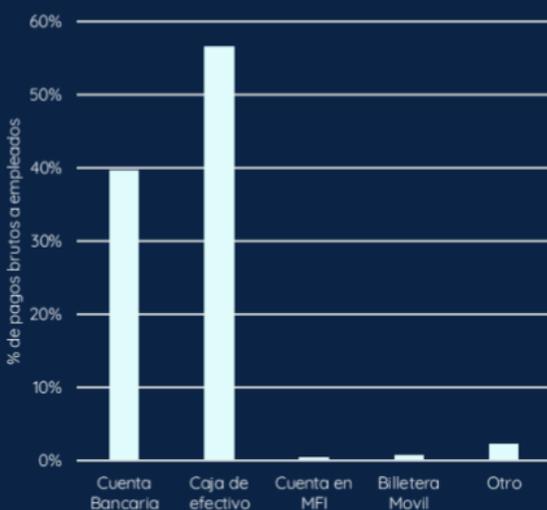
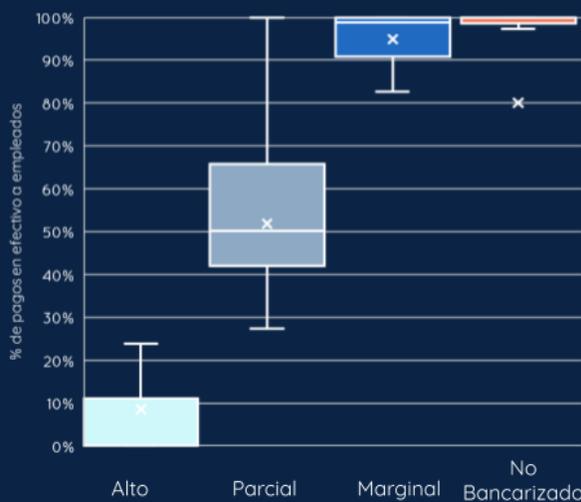


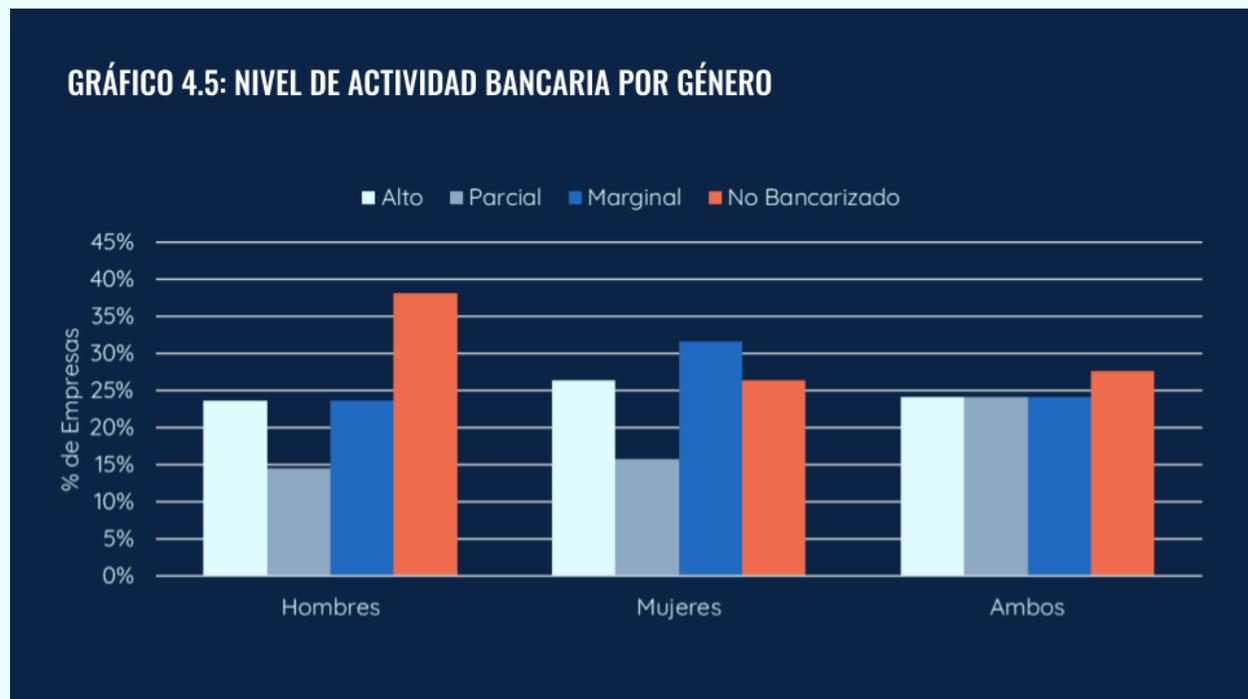
GRÁFICO 4.4: PAGOS EN EFECTIVO A EMPLEADOS POR NIVEL DE INTEGRACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS



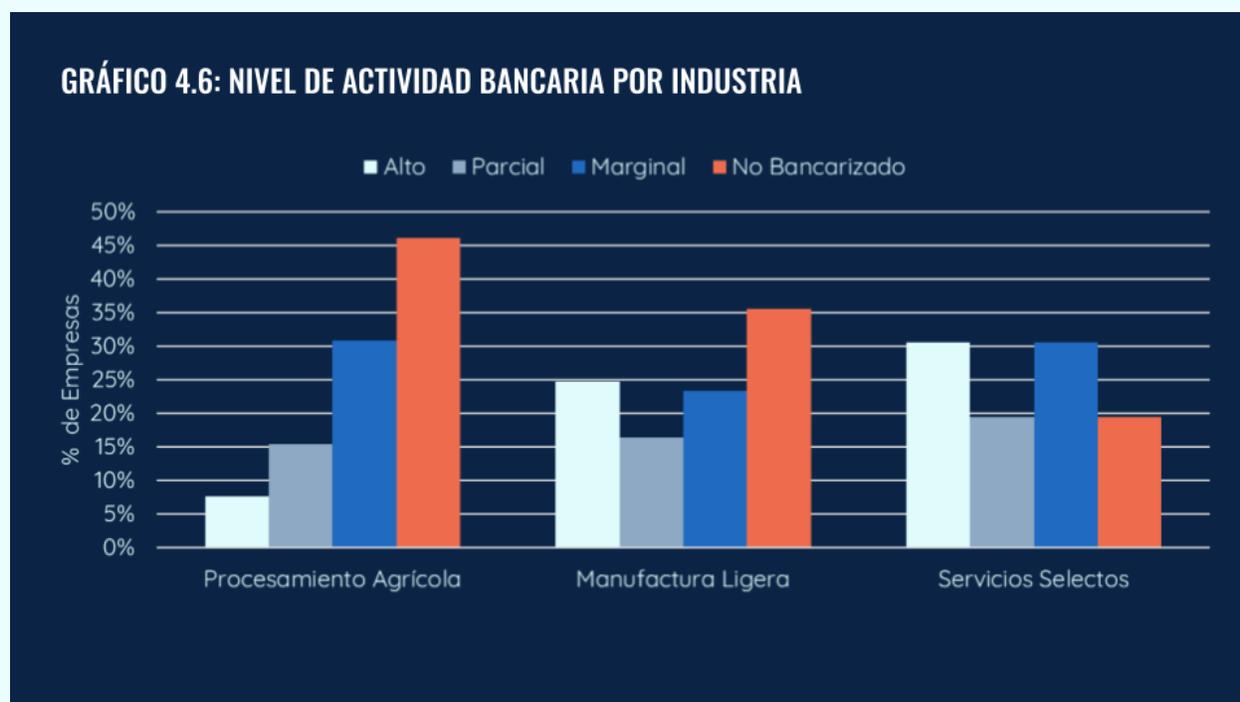
INTEGRACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA/DUEÑO

Los hombres propietarios de empresas tienen las tasas más altas de no-bancarización, con un 38%. Por el contrario, solo alrededor de una cuarta parte de las empresas propiedad de mujeres y copropietarias no están bancarizadas. Las propietarias de empresas también utilizan sus cuentas bancarias para la mayor parte de sus negocios: el porcentaje mediano del valor de transacción a través de una cuenta bancaria es del 50% para las mujeres, en comparación con el 33% para los hombres.

Nuestros resultados aquí varían en comparación con las tendencias globales, así como de los datos nacionales. Findex 2021 informó que los hombres estaban bancarizados a un nivel más alto que las mujeres, 64% frente a 56%. Es probable que la diferencia en nuestra muestra se deba al sesgo de muestreo: las mujeres contenidas en nuestra muestra son aquellas que ya han superado barreras para iniciar y administrar empresas con empleados.

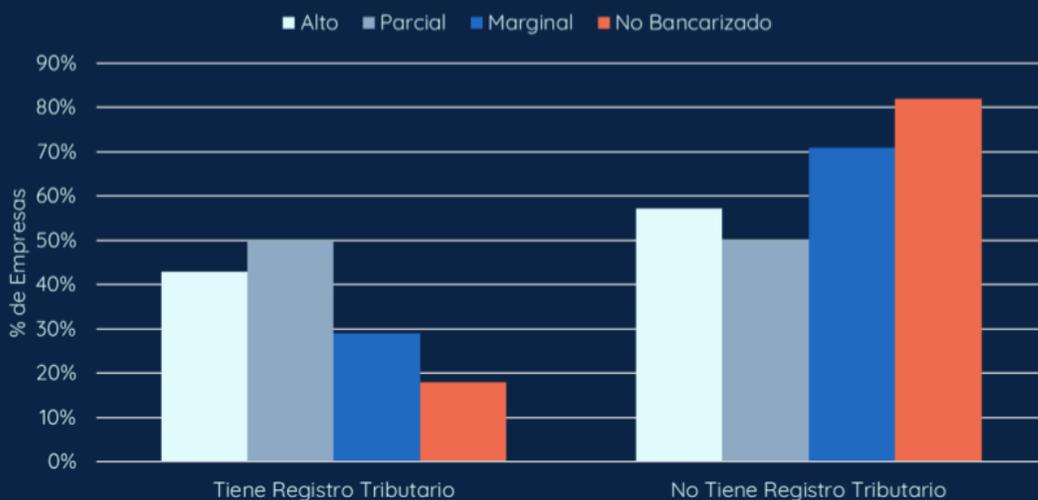


En cuanto a la industria, las empresas de procesamiento agrícola se encuentran no bancarizadas a tasas más altas que las de manufactura ligera y servicios (Gráfico 4.6). Estas firmas también tienen los niveles más bajos de actividad bancaria. Los servicios tienen la proporción más baja de empresas no bancarizadas y la proporción más alta de empresas altamente integradas. El porcentaje mediano del valor que fluye a través de una cuenta bancaria es significativamente más bajo para las empresas de procesamiento agrícola, con un 18%, en comparación con el 61% y el 57% para las empresas de servicios y de manufactura ligera, respectivamente.



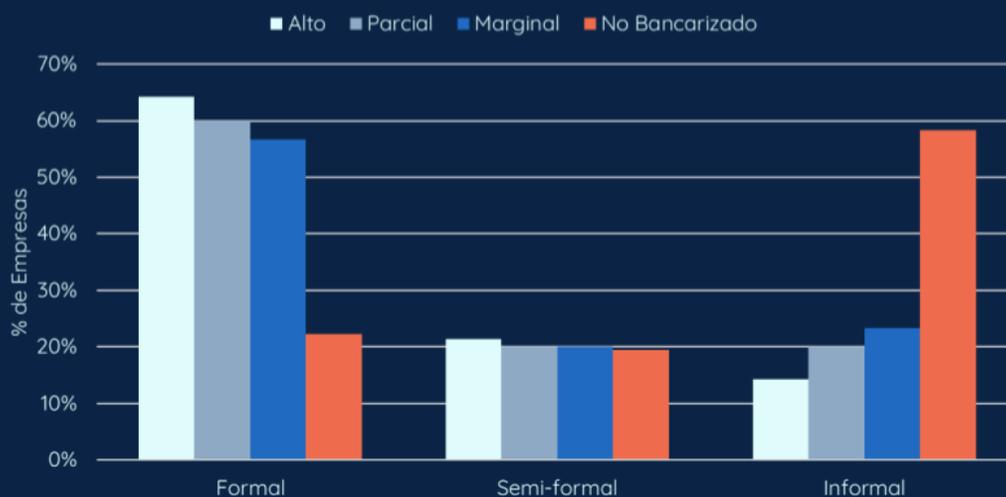
En cuanto a la formalización, encontramos que, si bien es mucho menos probable que las empresas con registro tributario no estén bancarizadas, tener un registro tributario no necesariamente predice el nivel de integración en el sistema financiero, ya que es más probable que las empresas parcialmente integradas tengan registro tributario (Gráfico 4.7).

GRÁFICO 4.7: PORCENTAJE DE EMPRESAS CON REGISTRO TRIBUTARIO POR NIVEL DE ACTIVIDAD BANCARIA



El gráfico 4.8 muestra que existe una estrecha correlación entre el nivel de integración y las percepciones de las propias empresas sobre su formalidad.

GRÁFICO 4.8: ESTATUS SUBJETIVO DE FORMALIZACIÓN POR NIVEL DE ACTIVIDAD BANCARIA



CRÉDITO

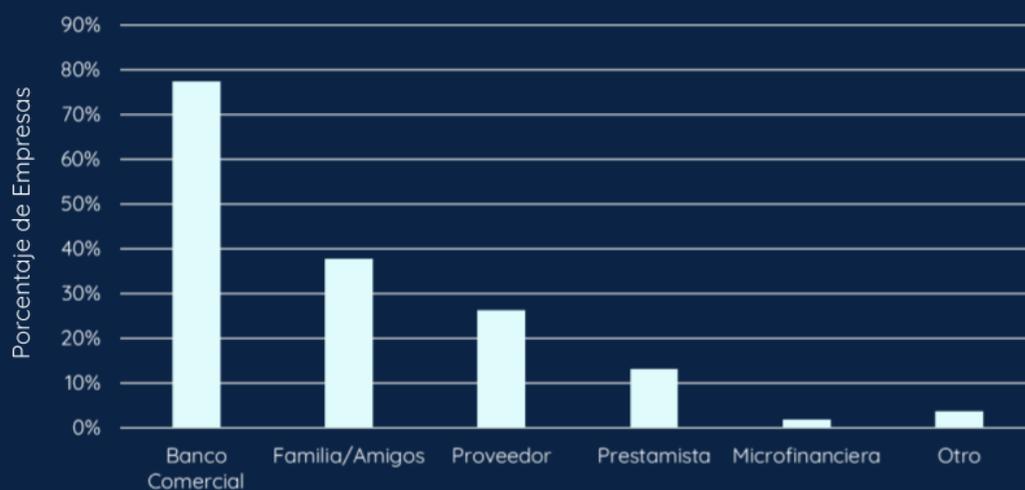
Acceso al Crédito

En “Small Firm Diaries”, estábamos ansiosos por comprender de mejor manera el acceso al crédito, las necesidades y los distintos comportamientos de las pequeñas empresas. ¿Son estas empresas “beneficiarias graduadas” de programas de microfinanzas? ¿Tenían acceso al crédito de manera previa? Si es así, ¿de dónde procedía el crédito? ¿Qué tan grande barrera fue el acceso al crédito para su crecimiento y aspiraciones? Las respuestas a estas preguntas resultaron sorprendentes, especialmente dado lo que observamos en términos del número de empresas que están parcial o altamente integradas al sistema financiero formal.

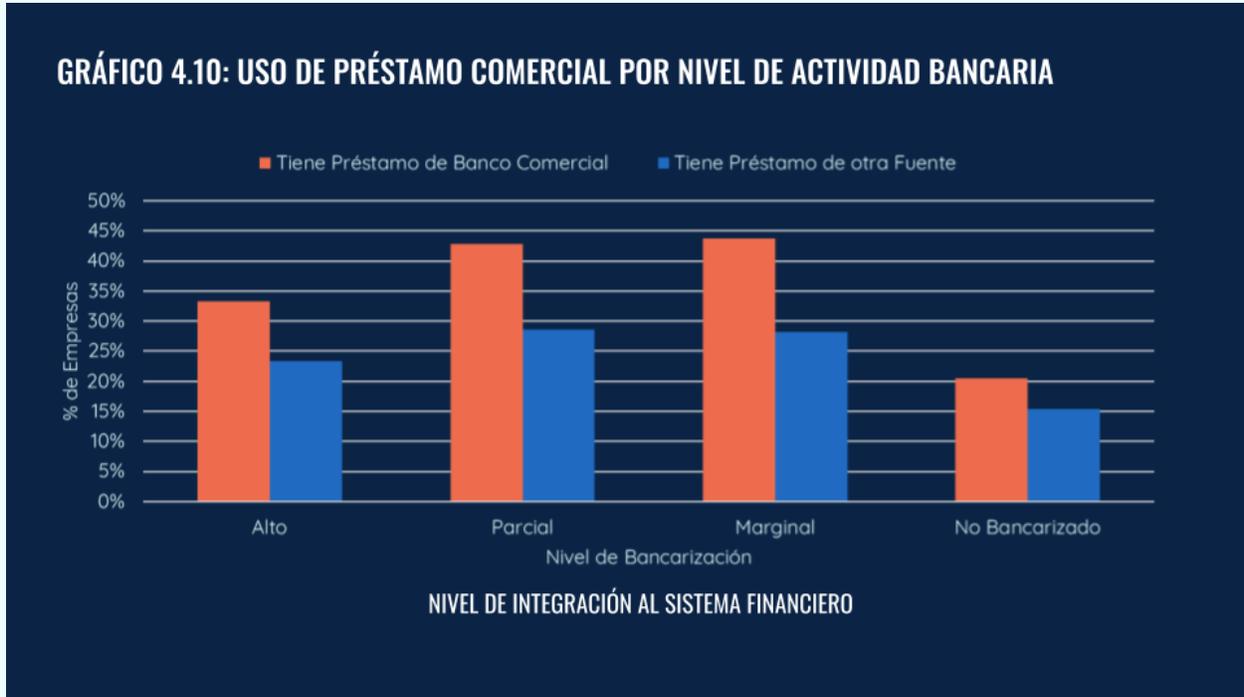
Menos de la mitad (43%) de nuestras empresas informaron haber obtenido algún préstamo de cualquier tipo durante el estudio. Una proporción más alta de mujeres propietarias (55%) tomó préstamos en comparación con hombres propietarios de empresas (40%). Hubo diferencias mínimas entre las industrias: las empresas de servicios fueron las más propensas a tomar un préstamo (45%), en comparación con el 40% de las empresas de manufactura ligera y el 38% de procesamiento agrícola.

Los bancos comerciales son la fuente de crédito más común en Colombia (ver Gráfico 4.9). En otros países de “Small Firm Diaries” encontramos que las empresas dependen de préstamos adquiridos con los proveedores o de amigos y familiares con más frecuencia que los préstamos bancarios. Curiosamente, a pesar de poder obtener préstamos de instituciones financieras, ninguna de nuestras empresas obtuvo un préstamo de una IMF o algún prestamista de dinero móvil.

GRÁFICO 4.9: FUENTES DE PRÉSTAMOS



Estar integrado al sistema formal no es un requisito previo para acceder al crédito bancario. Las empresas marginalmente integradas tienen la tasa más alta de endeudamiento con los bancos; incluso el 20% de nuestras empresas no bancarizadas reportan tener un préstamo bancario comercial. (Gráfico 4.10)

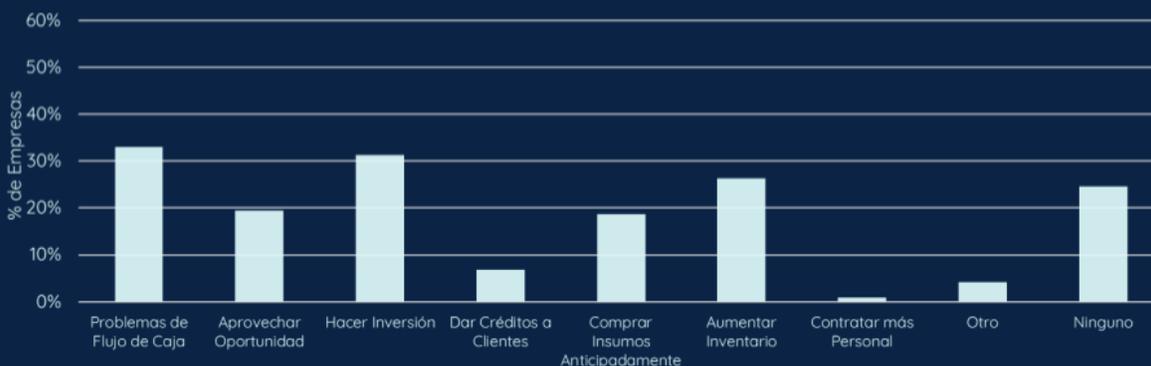


Uso del crédito

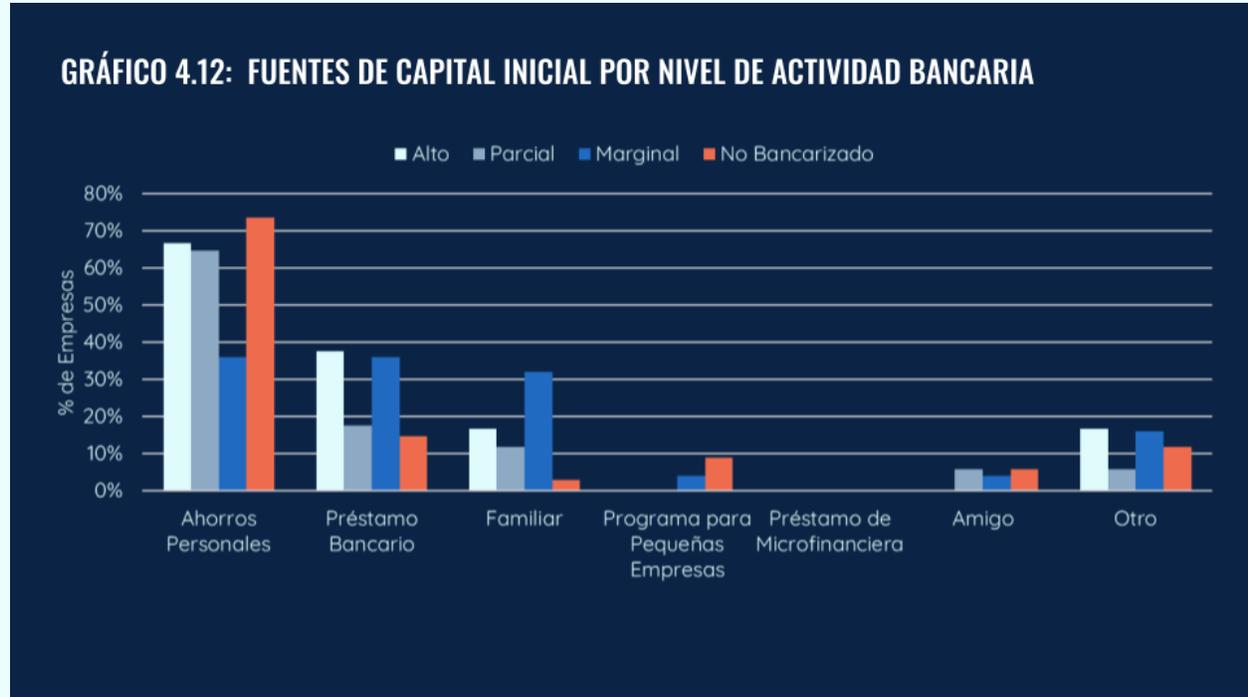
Durante el estudio, les preguntamos a los propietarios de las empresas para qué usan o querrían usar un préstamo, proporcionando una variedad de opciones. Las respuestas posibles no son totalmente excluyentes entre sí; por ejemplo, el propietario de una empresa podría responder "abordar los problemas de flujo de efectivo" y "comprar insumos por adelantado". Aún así, menos de un tercio de las empresas eligió alguna categoría en particular (Gráfico 4.11). Las opciones más populares (abordar problemas de flujo de caja, hacer una inversión y ampliar inventario) fueron de interés para un poco más de empresas en comparación con las que dijeron que no querían tomar préstamos.

Sin embargo, es importante no exagerar la interpretación del deseo de "inversión". A modo de verificación respecto de lo que quieren decir las empresas cuando dicen "hacer una inversión", también observamos los informes de estas empresas sobre los "activos" adquiridos durante el estudio. La mayoría de estas inversiones en activos fueron materias primas/inventario, al contrario de bienes de capital (como maquinaria o mejores instalaciones). También observamos que la mayoría de las compras grandes también son para materias primas/inventario. Creemos, por lo tanto, que la mayoría del interés expresado en préstamos es para fines de capital de trabajo (es decir, una combinación entre abordar problemas de flujo de caja, dar crédito a los clientes, comprar insumos por adelantado, ampliar el inventario y al menos en parte hacer una inversión).

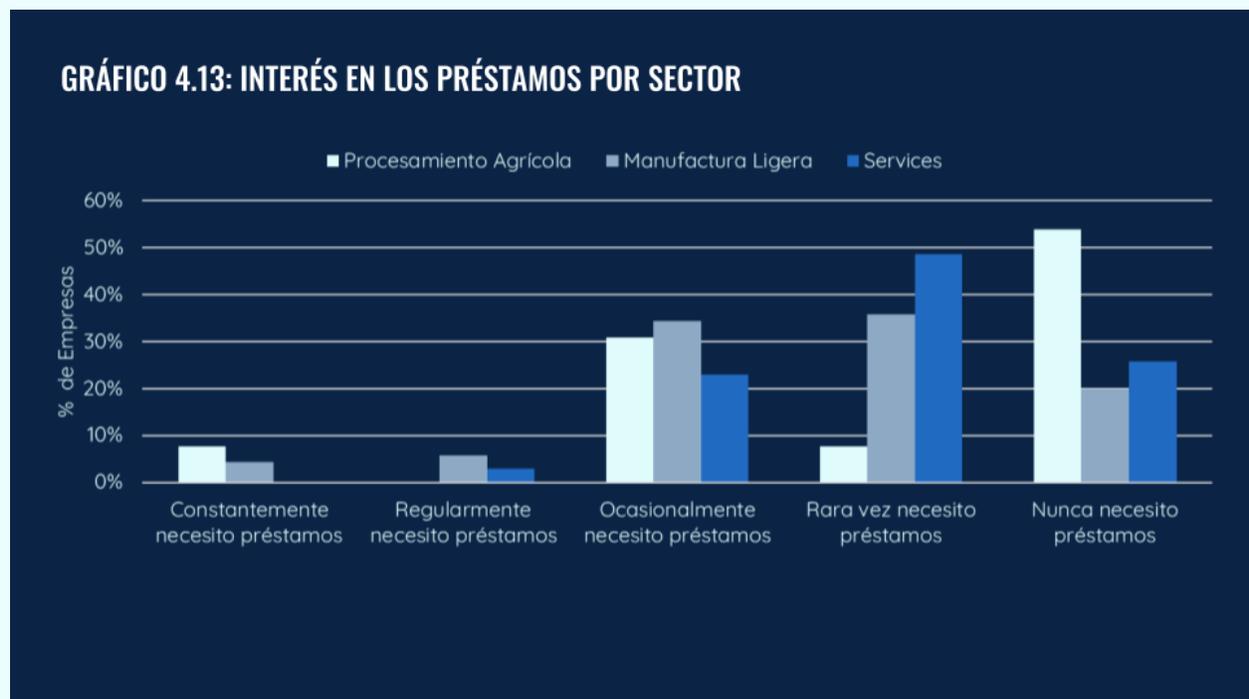
GRÁFICO 4.11: USOS DESEADOS DE LOS PRÉSTAMOS



En línea con el bajo uso de crédito durante el período del estudio, las empresas también informaron un bajo uso de cualquier forma de crédito, en particular, incluidos los préstamos de IMF para iniciar sus negocios. Independientemente de la actividad bancaria, la mayoría de los propietarios de empresas utilizaron sus propios ahorros como capital inicial. (Gráfico 4.12)



La mayoría de las empresas reportan un deseo relativamente bajo de acceder activamente al crédito, y solo dan cuenta de una necesidad ocasional, rara o inexistente para adquirir un préstamo. En el Gráfico 4.13, más del 50% de las empresas de procesamiento agrícola informan que nunca necesitaron un préstamo. Las empresas de manufactura ligera en su mayoría necesitan préstamos de vez en cuando o rara vez, mientras que casi el 50% de las empresas de servicios rara vez necesitan un préstamo, a su vez ~25% nunca necesitan un préstamo. En general, las mujeres señalan que necesitan préstamos con una frecuencia un poco mayor que los hombres, aunque muy pocas empresas (independientemente del género del propietario) informan que necesitan préstamos constantemente o con frecuencia.



También preguntamos a las empresas acerca de las barreras percibidas la cuales les impiden acceder al crédito. No encontramos fuertes tendencias: ninguna de las barreras proporcionadas como opción fue citada por más de la mitad de las empresas, sin importar de la manera en que estuvieran segmentadas. En particular, menos de un tercio de las empresas expresó que no había crédito disponible. El exceso de papeleo fue la principal barrera citada por quienes usan préstamos informales; mientras que para aquellos que usan préstamos formales, es más probable que el costo sea citado como una barrera. (Gráfico 4.14)

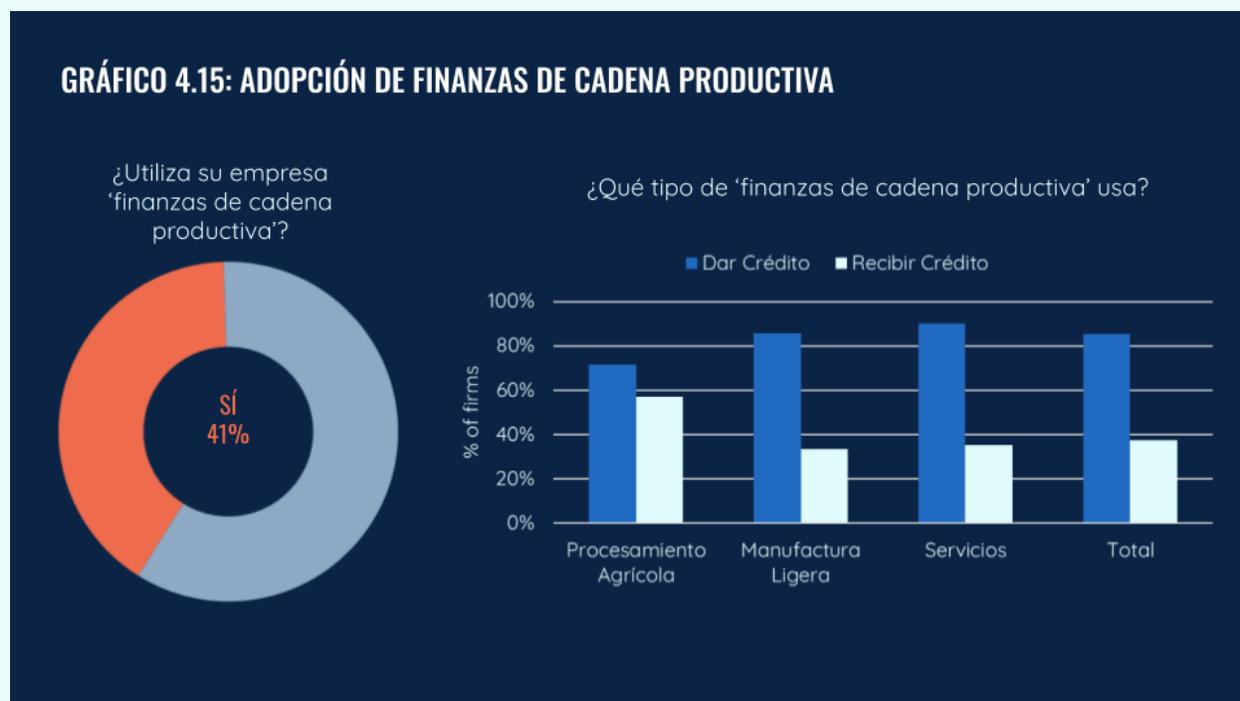


En lugar de observar las percepciones de las empresas acerca de las barreras al crédito, también podemos observar otras características para ver qué empresas tienen menos probabilidades de utilizar crédito. Según el nivel de formalidad percibido de una empresa, dos tercios de las empresas percibidas informales no poseen préstamos, en contraste con aproximadamente la mitad de las empresas formales y semiformales. Entre las empresas percibidas formales y semiformales vemos diferencias en la tasa de uso de "préstamos informales". El 40% de las empresas semiformales adquirieron uno durante el estudio, en comparación con sólo el 20% de las empresas formales. De manera similar a la medida de integración financiera formal anterior, el nivel de formalidad percibida de una empresa puede ser resultado de su nivel de utilización de préstamos de instituciones financieras y no al inverso.

Financiamiento de la Cadena de Suministro

Dado lo que vemos respecto del interés de las empresas en usar el crédito para capital de trabajo y gestión de liquidez, es particularmente interesante comprender los distintos aspectos del financiamiento de la cadena de suministro para las pequeñas empresas. Intentamos obtener una imagen más completa del financiamiento de la cadena de suministro, ya que nos ayuda a entender mejor las herramientas, los desafíos y las oportunidades en torno a la gestión del capital de trabajo y la liquidez para las pequeñas empresas. Definimos el financiamiento de la cadena de suministro de manera amplia para incluir tanto los flujos financieros como las transferencias monetarias o de otro tipo, y descubrimos que alrededor del 40% de nuestras empresas efectivamente utilizan el financiamiento de la cadena de suministro. Dada la flexibilidad o la informalidad, creemos que nuestras medidas de los flujos financieros de la cadena de suministro están subestimadas: es probable que haya un intercambio más frecuente de liquidez de esta manera, y nuestras medidas pueden considerarse como un límite inferior.

Podemos separar la utilización del financiamiento de la cadena de suministro en dos categorías: obtener crédito y dar crédito. Sobre la base de las complicaciones que enfrentan las empresas en cuanto a liquidez, a primera vista sorprende que las empresas otorguen crédito (transfiriendo liquidez a los clientes) más de lo que lo reciben (Gráfico 4.15). Sin embargo, es probable que estas empresas atiendan a clientes de bajos ingresos que tienen desafíos de liquidez aún mayores que ellos. Por lo tanto, si bien estas empresas tienen restricciones de liquidez, al brindar liquidez a sus clientes pasan a desempeñar un papel muy importante en la vida financiera de los hogares y localidades de bajos ingresos. El uso general del financiamiento de la cadena de suministro es bastante similar en todas las industrias, por su parte, las empresas de procesamiento agrícola reciben más crédito y otorgan menos crédito que las de manufactura ligera o servicios.



Las empresas observan una variedad de ventajas en el financiamiento de la cadena de suministro en comparación con otras fuentes de crédito (Gráfico 4.16). Es de destacar que aquellos que no toman prestado de los proveedores perciben que esto fortalece las relaciones al doble de la tasa de los prestatarios reales. Por supuesto que hay riesgos así como ventajas asociadas. Tanto los no usuarios como los usuarios del financiamiento de la cadena de suministro creen que representa un riesgo para sus relaciones con proveedores y clientes (Gráfico 4.17).

GRÁFICO 4.16: VENTAJAS DE LAS FINANZAS DE CADENA PRODUCTIVA

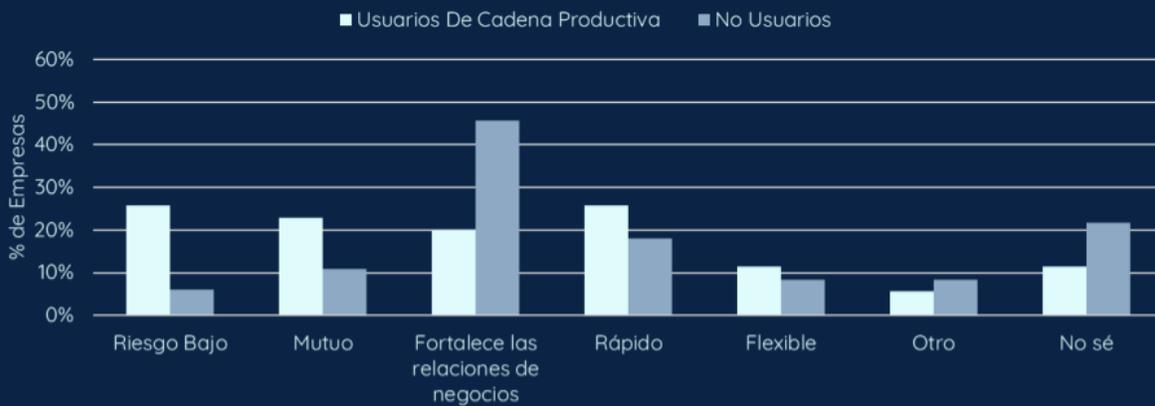
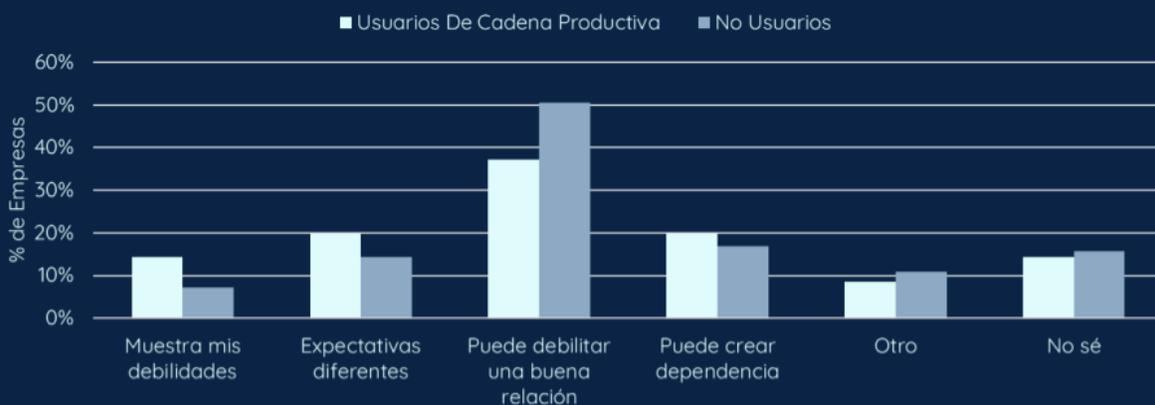


GRÁFICO 4.17: DESVENTAJAS DE LAS FINANZAS DE CADENA PRODUCTIVA



En general, el financiamiento de la cadena de suministro parece ser una oportunidad subexplotada para apoyar a las pequeñas empresas y sus clientes. Utilizar el conocimiento de los proveedores puede resolver uno de los principales desafíos de los préstamos comerciales: comprender el riesgo crediticio en el contexto de información limitada e incompleta. Proporcionar liquidez a los proveedores para mejorar su capacidad de otorgamiento de crédito o recopilar información de los proveedores para suscribir préstamos de capital de trabajo a las propias empresas probablemente también se traspasaría esa liquidez al permitir que estas ofrezcan más crédito del que ya ofrecen.

5. Digitalización

RESUMEN

En esta sección, examinamos la adopción de tecnología para las empresas de nuestra muestra, específicamente el dinero móvil y los servicios financieros digitales en general. Aquí usamos el término "dinero móvil" o "carteras móviles" solo para las cuentas de pago a las que se accede a través de un teléfono móvil. Usamos Servicios Financieros Digitales (SFD) como un término general que incluye servicios bancarios y de pagos prestados a través de Internet (a los que se puede acceder a través de un teléfono inteligente o un computador portátil), aplicaciones bancarias a las que se accede a través de un teléfono inteligente y lo que podría denominarse "alternativas tradicionales" al efectivo como lo son las tarjetas de crédito y débito, las cuales permiten pagos que no son en efectivo (en lugar de simplemente usarse para retirar efectivo de un cajero automático).

Si bien el dinero móvil se ha extendido a más de 50 países, queda claro que el este de África y el sur de Asia representan casos atípicos en lugar de modelos para el resto del mundo. Esto se debe en parte a que una gran cantidad de proveedores de servicios rápidamente reconocieron el potencial provocado por el rápido crecimiento del dinero móvil en ciertos países, lo que llevó a la expansión de los SFD. Sin embargo, las sutiles distinciones entre los términos (que a menudo se usan indistintamente), dificultan las investigaciones ya que los usuarios no siempre diferencian entre los tipos de servicios. Como resultado, si bien ofrecemos categorizaciones y estadísticas propias, a lo largo de esta sección tratamos de ser lo más claro posibles respecto de las preguntas que hemos hecho, en caso de que otros categoricen o analicen las respuestas de manera diferente.

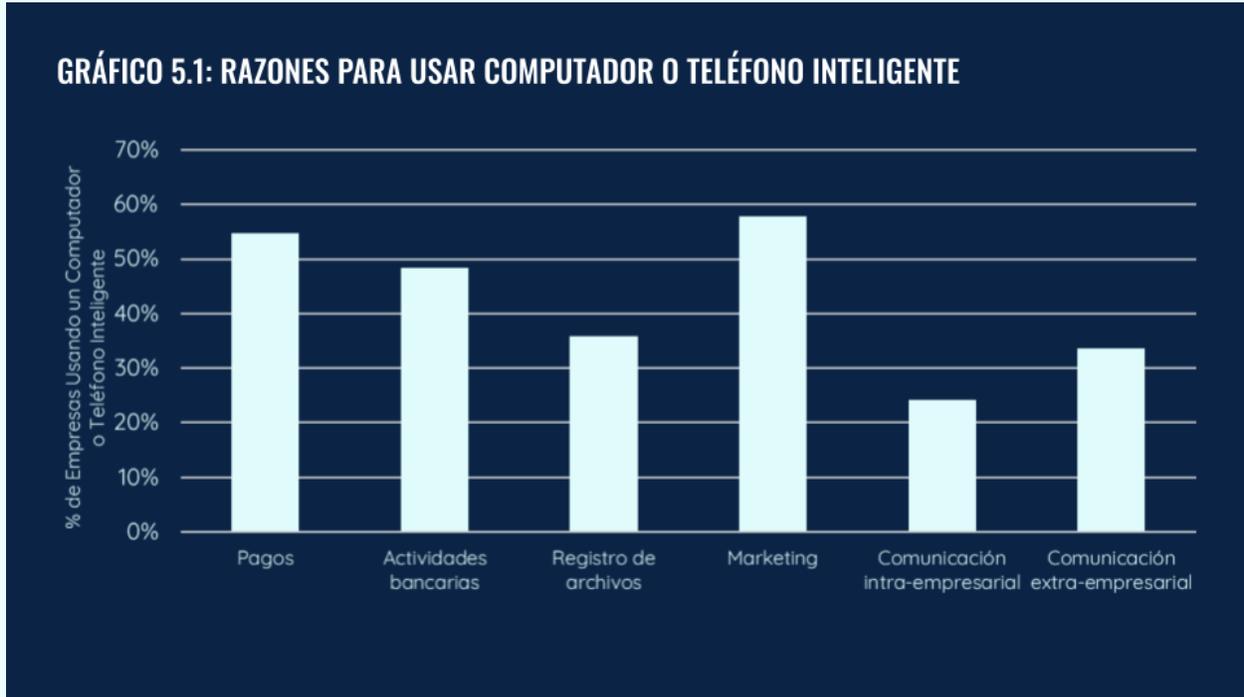
Los servicios financieros digitales ofrecen la posibilidad de incorporar a los hogares y las empresas al sistema financiero formal. Los SFD también hacen posible la creación de modelos comerciales para brindar servicios financieros a clientes, los cuales han sido considerados costosos o poco rentables por ciertos proveedores. Por lo tanto, un área clave de investigación para "Small Firm Diaries" fue el grado en el que las pequeñas empresas utilizan los SFD, las razones de su uso y los factores que podrían inducirlos a usar SFD con mayor frecuencia.

En resumen, hemos encontrado que las pequeñas empresas son por lo general usuarios competentes de tecnología, pero a su vez hacen poco uso del dinero móvil. Grandes segmentos de la muestra evidenciaron un uso relativamente pequeño de SFD, pero a la vez una fuerte disposición para aumentar el uso significativamente. Para obtener más detalles sobre la adopción digital, lea nuestro resumen de "Financial Access", disponible en smallfirmdiaries.org.

USO DE TECNOLOGIA

Los teléfonos inteligentes son herramientas importantes para la mayoría de las empresas de nuestra muestra. Más de las tres cuartas partes de nuestras empresas utilizan un teléfono

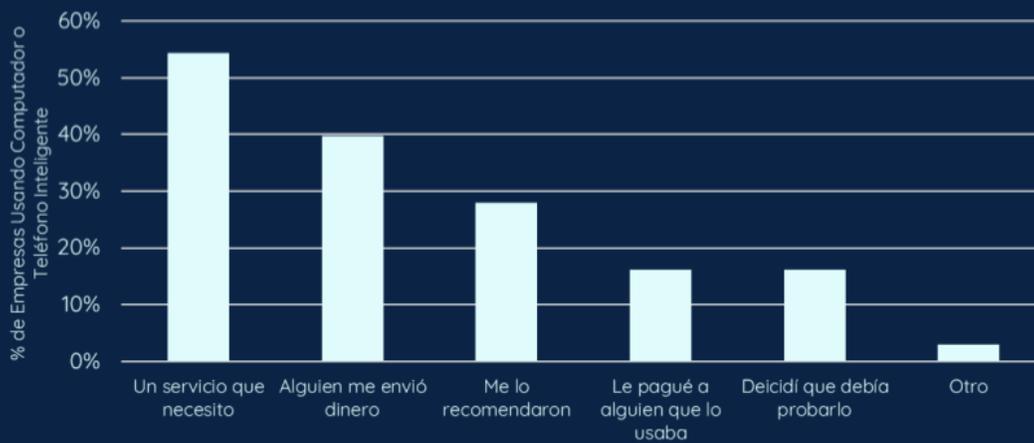
inteligente o una computadora, o ambos para sus negocios. Casi todas las empresas que usan una computadora también usan un teléfono inteligente para sus negocios. De estas empresas, alrededor de las tres cuartas partes utilizan estas herramientas para pagos y/u operaciones bancarias (Gráfico 5.1). Hay 27 empresas que han reportado utilizar teléfonos inteligentes o computadoras en sus negocios, pero que no realizan operaciones bancarias ni pagos. Estas empresas usan esta tecnología para marketing, mantenimiento de registros y mensajería.



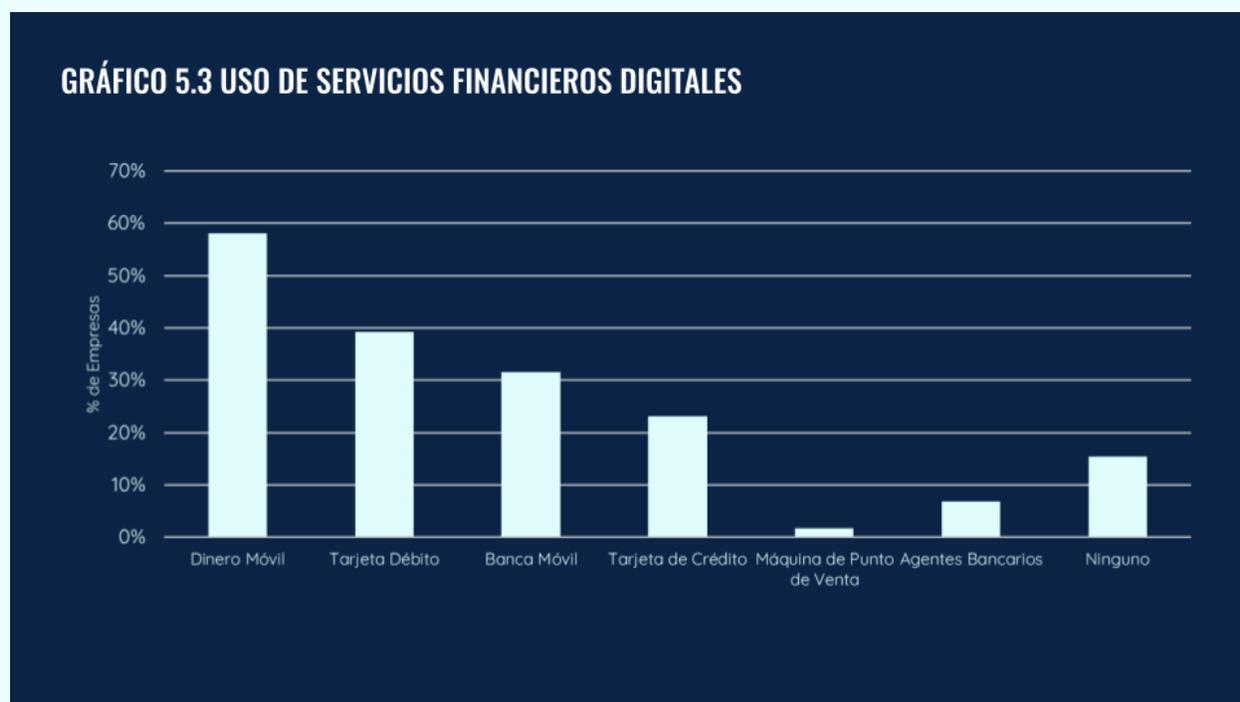
En una encuesta separada sobre actitudes frente a la adopción de la tecnología, preguntamos a las empresas qué les impide usar la tecnología de manera más amplia. Más de la mitad de las empresas informaron que el costo es una barrera para el uso de la tecnología, mientras que alrededor de un tercio señaló habilidades tecnológicas como una barrera. Curiosamente, menos del 10% de las empresas reportaron preocupaciones sobre la privacidad y el fraude.

También les preguntamos a las empresas que usan un teléfono inteligente/computadora con fines comerciales por qué habían comenzado a usar la herramienta. La respuesta más común fue la iniciativa propia: las empresas ven las herramientas digitales como algo que beneficia a su negocio. De acuerdo con los patrones de adopción digital de muchas otras encuestas, la segunda razón citada con más frecuencia (en el agregado) fue el convencimiento por parte de usuarios existentes, ya sea que recibieron un pago digital o una solicitud de pago digital, o bien una recomendación de un colega de confianza (Gráfico 5.2).

GRÁFICO 5.2: RAZONES PARA ADOPTAR EL USO DEL COMPUTADOR O TELÉFONO INTELIGENTE

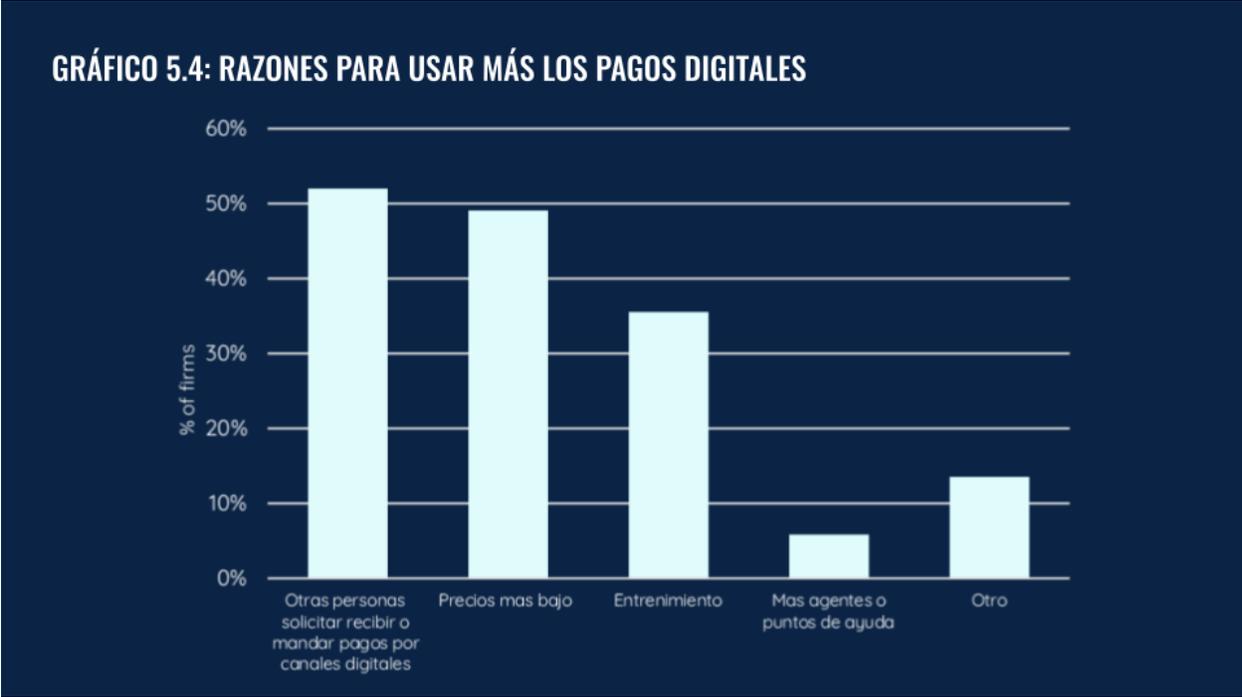


Además del uso general de la tecnología, hemos preguntado específicamente a todas las empresas qué formas de servicios financieros digitales utilizan en general, no solo para negocios, independientemente de si reportan la utilización de un teléfono inteligente/computadora. Existe una gran disparidad entre las herramientas: las terminales de punto de venta y las tarjetas de crédito, elementos básicos del abandono del efectivo en los países de altos ingresos, se usan mucho menos que el dinero móvil, la banca móvil y las tarjetas de débito (que están más vinculadas al efectivo que las tarjetas de crédito) (Gráfico 5.3).



También les preguntamos a los usuarios de SFD qué clase de desafíos han experimentado. Menos de una quinta parte de nuestra muestra de usuarios de SFD informó haber experimentado problemas con los servicios. El problema más común informado varió según los niveles de integración financiera. Las empresas con una integración financiera alta o parcial experimentaron en su mayoría depósitos faltantes o retrasados y tarifas sorprendidas. Si bien las empresas marginalmente integradas también se vieron afectadas por depósitos faltantes y retrasados, también experimentaron fraude y robo de fondos. Las empresas no bancarizadas solo informaron la pérdida de acceso al sistema como un problema.

En un conjunto de preguntas sobre las actitudes frente a la adopción de la tecnología, preguntamos qué cambios en los pagos digitales, específicamente, harían aumentar su uso (Chart 5.4). La mitad de las empresas informaron que otras personas (como proveedores o clientes) requieren enviar o recibir un pago digital, y precios más bajos como razones para usar más los pagos digitales. Un tercio de las empresas también señaló que la capacitación las alentaría a usar más los servicios.



6. Formalización

RESUMEN

Durante muchos años, las políticas y programas orientados hacia las microempresas y pequeñas empresas se han enfatizado en la formalización. Se estableció que la formalización era un paso clave para el crecimiento y el acceso al financiamiento. Sin embargo, pocos programas enfatizados en la formalización parecieron tener un efecto considerable en el número de empresas que buscan formalizarse; mientras tanto, otros estudios pusieron en duda los beneficios de la formalización para las empresas. A su vez, también quedó claro que era mejor considerar la formalización como un espectro en lugar de algo binario. En la mayoría de los países existen una variedad de registros, licencias e interacciones con instituciones financieras y estatales que forman parte del proceso total de formalización.

Dado el enfoque de muestreo que implementamos en “Small Firms Diaries”, a priori no estaba claro si las empresas participantes serían formales o informales, y cuáles serían sus percepciones acerca de la formalización. En esta sección, analizamos los niveles de formalización reportados por las empresas, las percepciones de lo que significa estar formalizado, las barreras a la formalización y las ventajas y desventajas de la formalización. Finalmente, analizamos si los niveles de formalización real o percibida se encuentran fuertemente correlacionados con otros comportamientos o resultados de la empresa.

NIVEL DE FORMALIZACION

En Colombia, las empresas deben tener al menos un registro fiscal para ser consideradas formales por el gobierno. Dentro de nuestra muestra, menos de un tercio de nuestras empresas tienen registro fiscal.

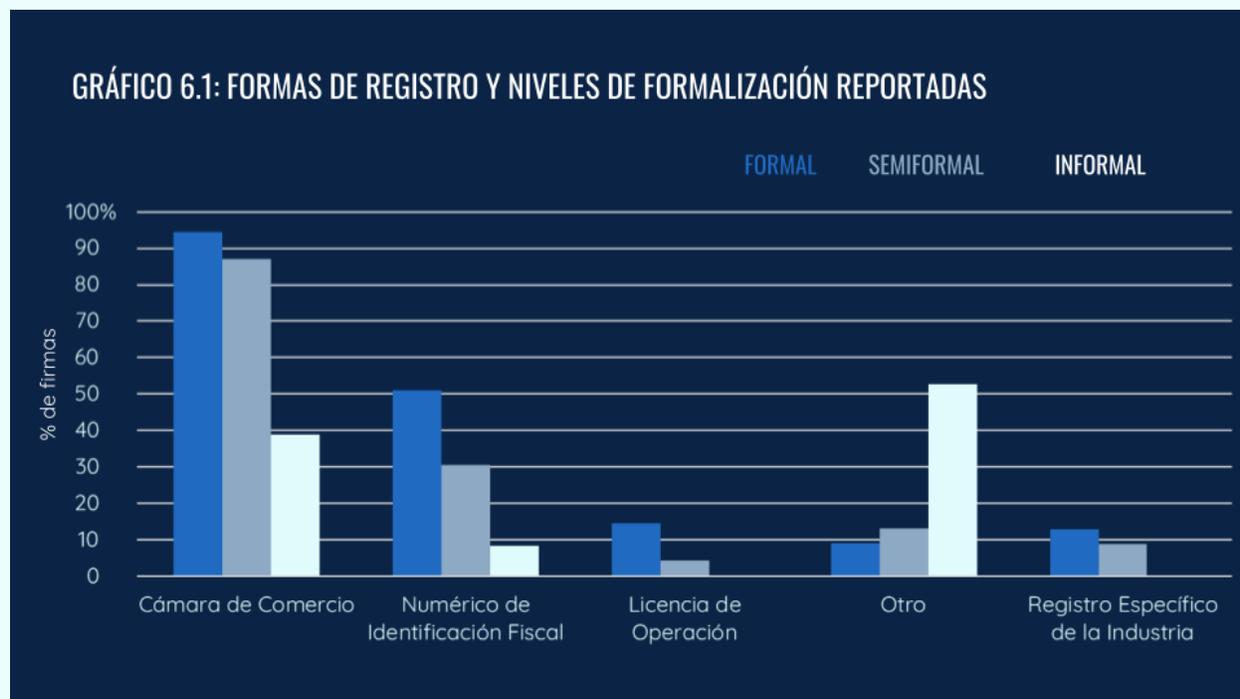
En Colombia, existe un proceso separado de registro en las Cámaras de Comercio locales los cuales sirven como importantes intermediarios entre las pequeñas empresas y los recursos públicos y privados. El registro brinda acceso al desarrollo comercial y servicios legales, así como algunos beneficios fiscales. El registro en la Cámara de Comercio es mucho más común que el registro fiscal, con más del 70% de las empresas que lo informan. Más del 10% de las empresas no tenían ninguna otra forma de registro formal.

TABLA 6.1: NIVELES REPORTADOS DE FORMALIZACIÓN

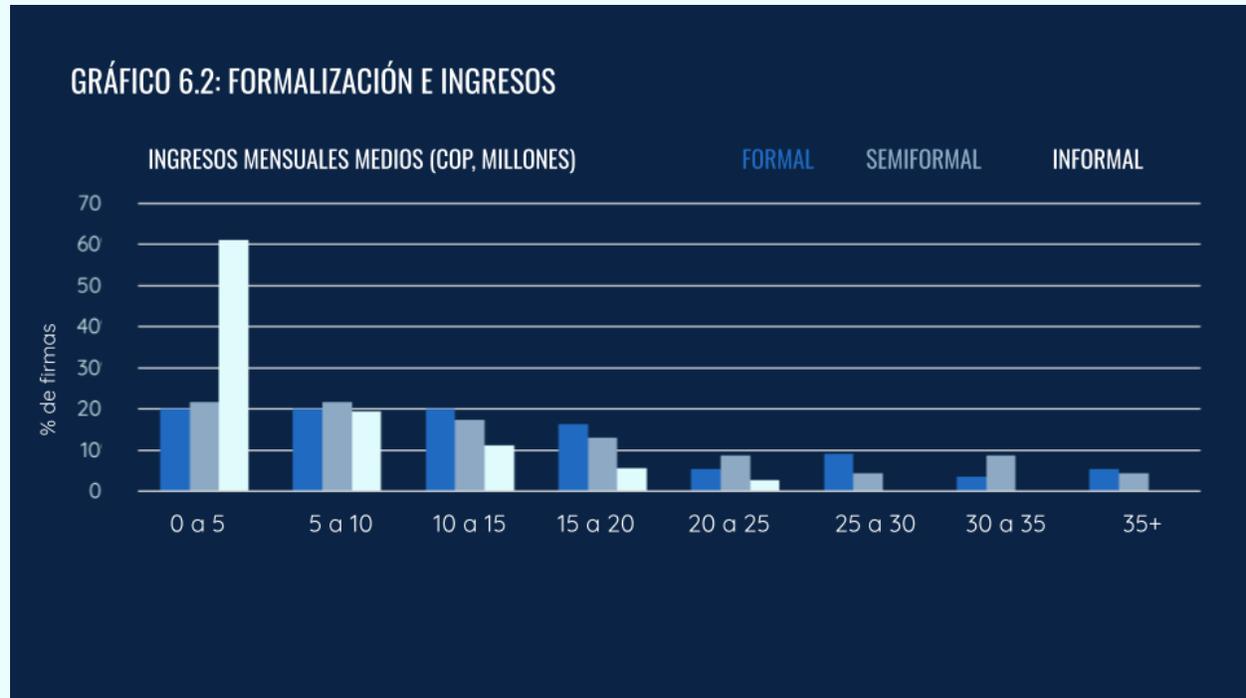
Nivel de formalización	Porcentaje
Formal	47%
Semi-Formal	19%
Informal	31%

PERCEPCIONES COMPARADAS CON FORMALIZACIÓN OFICIAL

Sin embargo, las empresas claramente no sienten que el registro fiscal sea necesario para ser consideradas formales. Casi la mitad de la muestra se consideró formal en base a otros registros, como por ejemplo el de la Cámara de Comercio. Al mismo tiempo, varias empresas no consideraban que el registro fiscal fuese suficiente para ser formales: el 30% de las empresas que se consideran semiformales y casi el 10% de las empresas que se consideran informales también tenían registro fiscal.



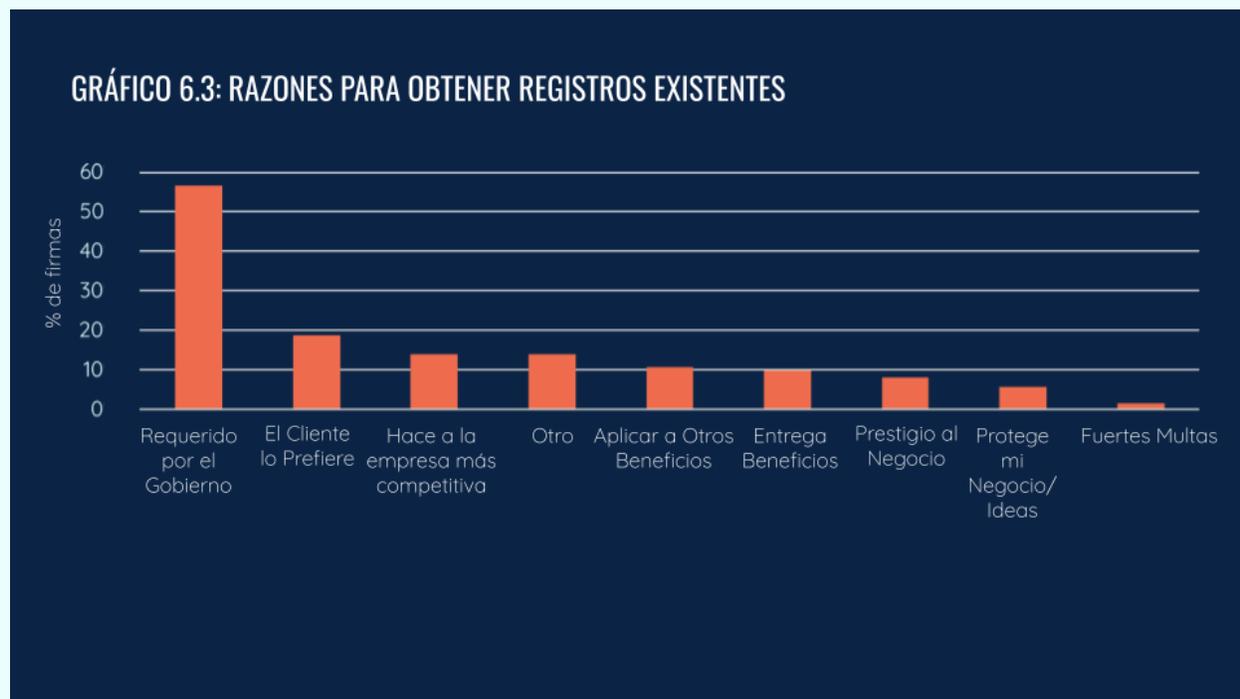
Como era de esperar, la mayor parte de las empresas que reportaron ser informales fueron las de menores ingresos: el 60% de ellas gana menos de 5 millones de pesos (COP) mensuales. Las empresas de servicios fueron las más propensas a reportar que eran formales, al igual que las empresas que son propiedad de mujeres. Si bien esto puede resultar sorprendente, al igual que con otros aspectos de las empresas de propiedad de mujeres en la muestra, creemos que es muy probable que se deba a un efecto de selección: las mujeres que tienen la capacidad de iniciar y mantener empresas con empleados son un grupo altamente seleccionado que tiene mejor acceso a la economía formal y al sistema financiero.



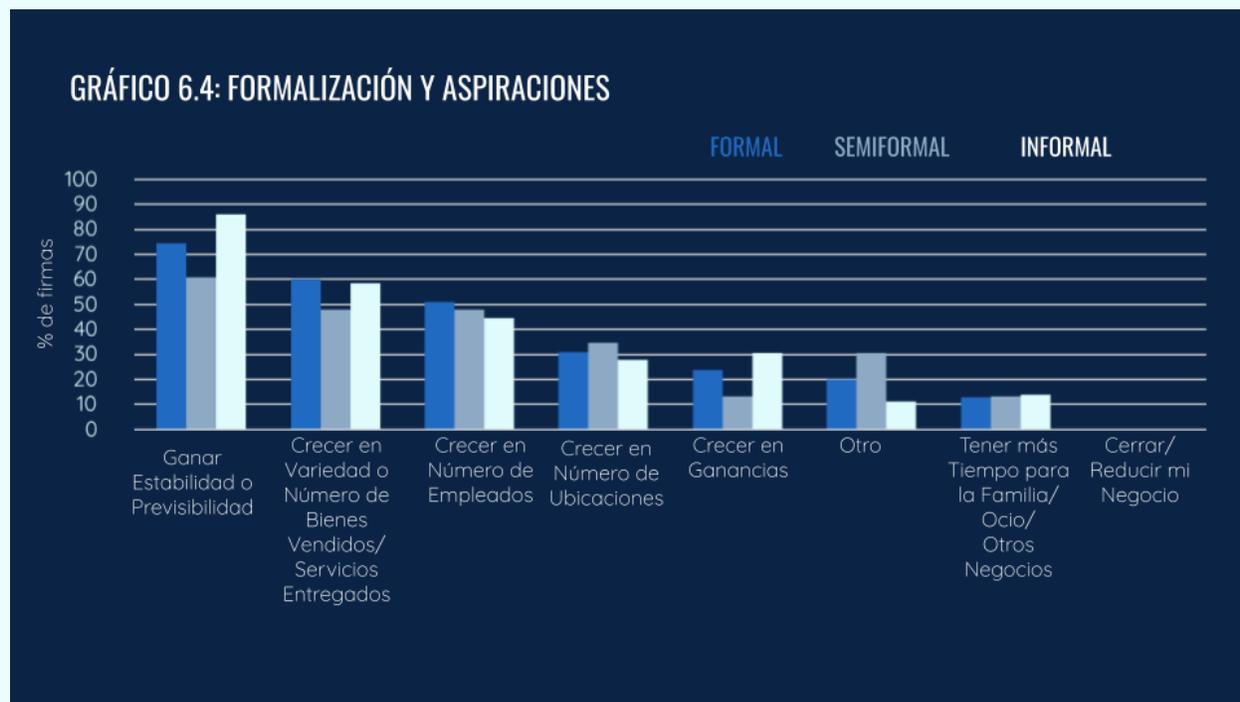
RAZONES POR FORMALIZARSE

La razón principal por la que las empresas tienen un registro es porque "el gobierno o una autoridad local les dijo que era necesario". Otros incentivos, como los beneficios o el prestigio, no parecen ser un factor importante.

Mientras tanto, las razones para no registrarse son en gran medida esperadas: costo directo de registro, obligación tributaria, tiempo y papeleo. Aun así, estas razones fueron reportadas por menos de una cuarta parte de las empresas. Solo alrededor del 10% de las empresas informaron que no sabían cómo registrarse.



La formalización tampoco parece ser un factor de aspiración. Las empresas formales e informales reportaron aspiraciones de crecimiento en niveles similares (para todas las formas de crecimiento; consulte la Sección 9 para obtener más información sobre las aspiraciones de las empresas). Si bien las empresas informales son ligeramente más propensas a señalar “estabilidad” como una aspiración de 5 años para sus negocios, la estabilidad también es la aspiración más común entre las empresas formales.



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FORMALIZACIÓN

Preguntamos sobre las ventajas de la formalización a las empresas que se identifican a sí mismas como formales o semiformales. A continuación, algunos ejemplos de respuestas comunes entregadas por las empresas:

- **La capacidad de acceder a mercados más grandes:** “Te permite crecer, ser formal abre puertas para ser proveedor de grandes empresas”. - *Propietaria de una empresa formal de producción de materiales de construcción en Barranquilla*
- **Acceso a financiamiento:** “Facilidad para acceder a préstamos y emisiones estatales” - *Propietario de una imprenta formal en Bogotá*
- **Mayor credibilidad:** “Mejora la credibilidad, la confianza, por este medio se garantiza un servicio de calidad y los usuarios lo prefieren así”. - *Propietario de una escuela privada formal en Cali*

Por otro lado, las empresas auto percibidas como formales o semiformales mencionaron las siguientes desventajas:

- **Impuestos:** “Los altos costos de impuestos y aranceles” - *Propietario de una empresa semiformal de preparación de alimentos en Cali*
- **Costos administrativos:** “[...] por los requisitos a cumplir a veces hay que contratar asesores costosos” - *Dueño de una empresa formal de conservación de alimentos en Barranquilla*
- **Sin beneficio inherente:** “En sí mismo, no se da ninguna garantía y hay que pagar mucho solo por un papel”. - *Propietario de una carpintería formal en Barranquilla*

Las percepciones de las empresas informales sobre las ventajas y desventajas de la formalización (o la falta de ella) reflejaron las de las empresas más formalizadas. La formalización permite el acceso a ciertos programas gubernamentales y oportunidades de financiamiento, pero es costosa, demasiado costosa para justificar dar el paso.

Sin embargo, el nivel de formalización real o percibido de las empresas no cambió sus percepciones respecto de las barreras para el éxito de sus negocios, excepto en unos pocos casos. Tanto para las empresas formales como para las informales, los crecientes costos y los problemas en la cadena de suministro representaron los mayores desafíos. Mientras tanto, y en porcentajes similares, las empresas formales e informales reportaron el acceso a financiamiento como una barrera. Las empresas que se consideran a sí mismas semiformales percibieron el acceso al financiamiento como una barrera aún más grande, lo que sugiere que se encuentran "atrapadas en el medio" entre acuerdos de financiamiento formales e informales.

7. Empleo

RESUMEN

Aumentar el número y la calidad de los puestos de trabajo es una de las principales prioridades en la mayoría de los países en desarrollo. La OIT estima que las MIPYMES (definidas como empresas de 0 a 250 empleados) generan más del 50% de los puestos de trabajo en la mayoría de los países, y hasta el 90% de los puestos de trabajo en otros⁴. En Colombia, un estudio de la AINF afirma que las MIPYMES conforman el 99% de las empresas del país, generando alrededor del 79% del empleo y aportando el 40% del Producto Interno Bruto⁵.

Sin embargo, entender estos niveles de empleo de manera más profunda (exactamente cuántos puestos de trabajo existen, cuánto pagan, la proporción de ellos en los distintos tamaños de empresas) es muy difícil. Las estimaciones de la cantidad de empleos que brindan las MIPYME generalmente provienen de encuestas de hogares (lo cual no es ideal para comprender el empleo a nivel de empresa), y las pocas que provienen de encuestas a empresas contienen una serie de desafíos con relación al muestreo y estimación. Ninguna de estas estimaciones revela información sobre la naturaleza de los puestos de trabajo, tampoco importantes medidas acerca de la calidad del trabajo como lo son los niveles de pago, la permanencia y los resultados asociados a estos.

Un objetivo clave de “Small Firm Diaries” es ofrecer información sobre el empleo en las pequeñas empresas, que incluye una mejor comprensión de quiénes son los empleados que componen las pequeñas empresas y la calidad de los puestos de trabajo en los distintos sectores. El estudio incorpora datos sobre el empleo desde la perspectiva de la empresa y del empleado. Desde la perspectiva de la empresa recopilamos datos sobre el número de empleados, las personas empleadas, si se les paga en moneda u otra vía, y el mecanismo de pago, entre otras características. También implementamos una encuesta para propietarios sobre sus prácticas y desafíos en la gestión de sus empleados. Desde la perspectiva del empleado, encuestamos a un empleado por empresa para entender mejor los ingresos de su hogar, su historial laboral, entre otras cosas.

“Small Firm Diaries” nos revela datos importantes sobre el empleo en las pequeñas empresas:

- El número de puestos de trabajo en una empresa cambia de un mes a otro.
- Las personas que ocupan esos puestos cambian con frecuencia.
- Los empleados pertenecen en gran medida de un grupo característico cuyos ingresos provienen únicamente de trabajar en pequeñas empresas (por ejemplo, los empleados no

⁴ Organización Internacional del Trabajo (OIT). "The power of small: How SMEs are driving job creation and inclusive growth." Consultado el 14 de Febrero de 2023. <https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/Employment/SMEs#power-of-small>.

⁵ Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). "Retos y oportunidades de las pymes en Colombia." Consultado el 14 de Febrero de 2023. <https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>

son administradores de otras microempresas, ni tampoco trabajan ocasionalmente en empresas más grandes cuando no se encuentran empleados en la pequeña empresa).

- El salario de los empleados varía incluso durante los meses en que se encuentran trabajando en la pequeña empresa.

Estos hechos sugieren que las encuestas de hogares, así como las encuestas de empresas que se realizan una sola vez omiten detalles importantes para las políticas sobre el empleo de las MIPYME, la principal fuente de empleo para los países en desarrollo.

NÚMERO DE EMPLEADOS

Establecer quién califica como empleado es un desafío importante para medir el empleo en países donde una gran cantidad de empresas no son completamente formales; por su parte, este fenómeno representa un problema cada vez mayor en países de altos ingresos, donde proliferan los trabajadores contratistas y el trabajo en plataformas (por ejemplo, aplicaciones telefónicas de transporte y envíos). Dado que sólo alrededor de un tercio de nuestras empresas tienen registro fiscal, sumado a la naturaleza del mercado laboral colombiano (consulte el cuadro de referencia a continuación), diseñamos el estudio para permitir que los propietarios de las empresas definan quién es un "empleado" de acuerdo con su propia perspectiva, en lugar de una definición externa. En nuestro censo inicial, hemos preguntado a los propietarios cuántos "empleados" tienen (a su vez, les pedimos específicamente que excluyeran a los "trabajadores ocasionales", como las personas contratadas de forma excepcional para, por ejemplo, entregar un producto a un cliente), y luego en cada visita, les pedimos proporcionar una lista de los empleados que trabajan en la empresa.

EL MERCADO DEL TRABAJO EN COLOMBIA

El *Código Sustantivo del Trabajo* estipula cuatro tipos de arreglos formales que constituyen una relación empleado-empendedor en Colombia. Estos obligan legalmente al empleador a pagar al menos el salario mínimo y contribuir a la pensión, salud y riesgos laborales dentro del Sistema de Seguridad Social:

1. Los contratos permanentes o de duración indefinida son acuerdos verbales o escritos sin fecha de finalización estipulada.
2. Los contratos de plazo fijo son acuerdos escritos con un límite de tiempo específico. El plazo no puede exceder los tres años.
3. Los contratos temporales son acuerdos verbales o escritos para trabajos temporales que no pueden exceder de un mes.

4. Los contratos por obras o servicios son aquellos en los que se contrata a una persona para realizar una obra o servicio determinado sin estipular un plazo.

El contrato de prestación de servicios, que no es formalmente un contrato de trabajo regido por la ley laboral sino un contrato civil, es ampliamente utilizado en el mercado laboral colombiano. En este tipo de contrato, el contratista asume el riesgo y las obligaciones de cubrir los costos de la seguridad social y no tiene derecho a las protecciones que posee un empleado. Legalmente, los contratistas tienen autonomía técnica y directiva, lo que los exime de cumplir con un horario de trabajo y otras obligaciones. Sin embargo, en ocasiones se ha desvirtuado su propósito y ha pasado a convertirse en un mecanismo para contratar mano de obra menos costosa, ya que los costos de la seguridad social se transfieren en su totalidad al contratista. Según datos del Sistema Integral de Seguridad Social, en 2022, más de 2 millones de personas se encontraban registradas como trabajadores autónomos.

Según el DANE, existen más de 13 millones de trabajadores informales, que representan casi el 60% de los trabajadores del país. Este número incluye a los empleados que trabajan en empresas que: no están inscritas en la Cámara de Comercio, no tienen actualizado su registro mercantil, emplean a menos de cinco personas, o que no pagan cuotas mensuales asociadas a la seguridad social. De acuerdo con esta definición, prácticamente todos los empleados en nuestro estudio estarían clasificados como informales.

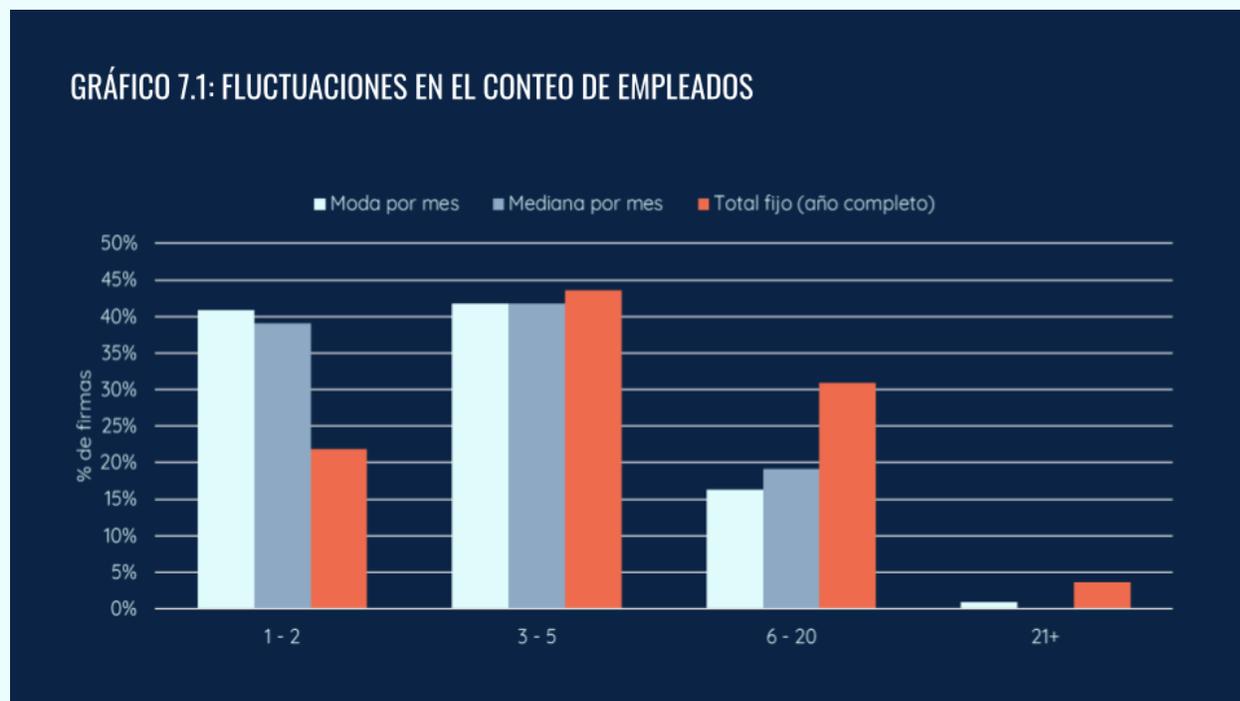
Usamos las respuestas de nuestro censo para seleccionar la muestra de empresas que declararon tener entre 1 y 20 empleados (no familiares). Luego pudimos comparar este número con los informes de pago semanales de los empleados durante el estudio. Encontramos poca relación entre la cantidad de empleados informados inicialmente y la cantidad de personas pagadas cada mes. Además, descubrimos que la cantidad de trabajos proporcionados cada mes fluctuó, y la cantidad de personas que ocuparon cada uno de esos trabajos fluctuó aún más.

La distribución del empleo informado en el censo de referencia se muestra en la Tabla 7.1.

TABLA 7.1: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO REPORTADO DE EMPLEADOS DE LA ENCUESTA DE BASE

Empleados reportados	Numero de firmas	% de firmas
1 a 2	17	14%
3 a 5	48	39%
6 a 20	55	45%
20+	2	2%

Sin embargo, según los pagos de los empleados, casi todas las empresas están más cerca del límite inferior de participación en nuestro estudio (incluidas algunas que informaron empleados en el censo, pero nunca registraron pagos a empleados durante el estudio). En un mes determinado, las empresas pagaron en promedio de tres a cinco empleados (esto sucede independiente del género del propietario; no encontramos diferencias significativas entre las empresas propiedad de hombres y mujeres). Sin embargo, los empleados cambiaron con frecuencia durante el estudio: en promedio, las empresas pagaron a seis personas fijas durante el año. La cantidad promedio de empleados pagados también contrasta con el hecho de que la cantidad de empleados pagados en un mes determinado fluctuó con frecuencia. En el Gráfico 7.1, mostramos el desglose de las empresas en cuatro categorías por número de empleados según la mediana del número de empleados en un mes y el número total de personas fijas pagadas durante el año. El sesgo hacia la derecha en la distribución de la categoría total de empleados ilustra que las empresas tienen más empleados de los que pagan mensualmente, lo que indica una cantidad significativa de rotación de empleados.



La alta rotación se confirma aún más al analizar los datos desde la perspectiva del empleado. En general, solo a 1 de cada 5 empleados se les paga 8 meses o más en un período de 10 meses. El 60% de los empleados trabaja en la misma empresa por un periodo inferior a 5 meses. La rotación es particularmente alta en las empresas de procesamiento agrícola, tal vez como era de esperar, donde menos de la mitad de los empleados trabajan más de 3 meses dentro de un período de 10 meses. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta rotación no se debe a la "estacionalidad": las empresas no muestran máximos significativos en el empleo total durante meses específicos.

TABLA 7.2: NÚMERO DE MESES PAGADOS A UN SOLO EMPLEADO

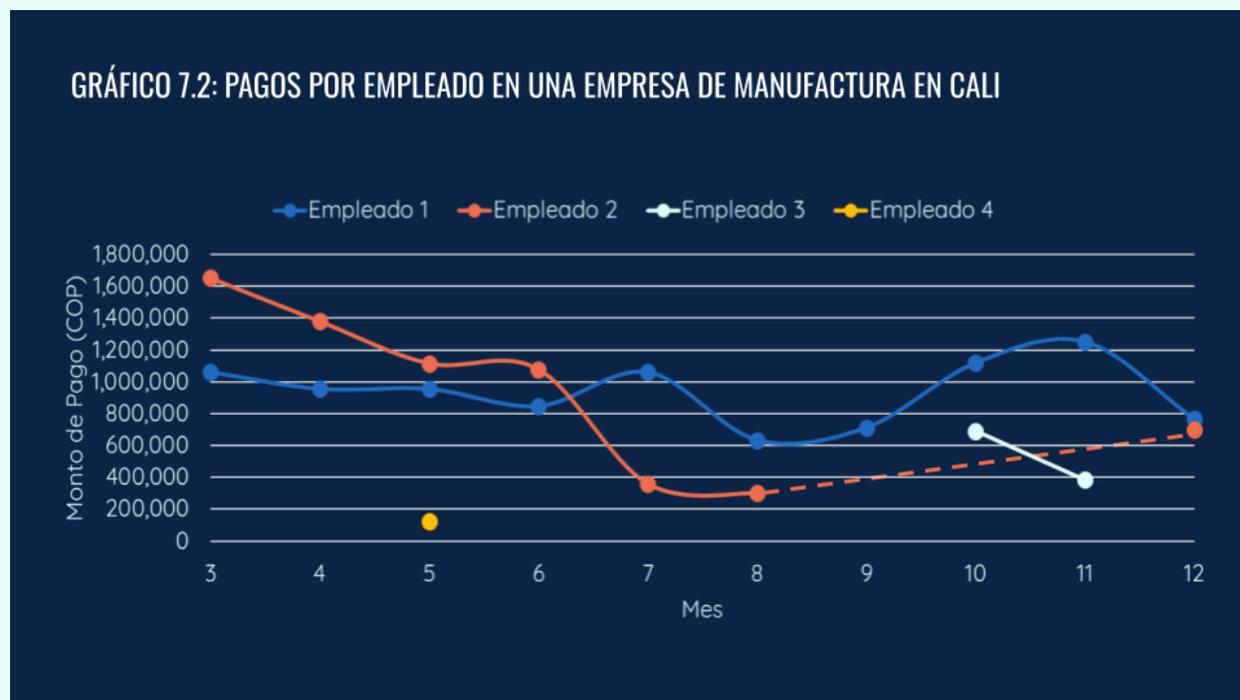
Número de meses pagados a un solo empleado	Número de empleados	% de empleados
1 mes	154	23%
2 a 4 meses	251	37%
5 a 7 meses	129	19%
8 a 10 meses	142	21%

Si bien la mayoría de los empleados tienen “corta vida” laboral, más de la mitad de las empresas de nuestro estudio tienen al menos un empleado "principal", definido como un empleado al que se le paga durante 8 meses o más en un período de 10 meses.

TABLA 7.3: NÚMERO MÁXIMO DE MESES PAGADOS A UN SOLO EMPLEADO

Número máximo de meses pagados a un solo empleado	Numero de firmas	% de firmas
1 mes	5	5%
2 a 4 meses	23	21%
5 a 7 meses	22	20%
8 a 10 meses	60	55%

Para comprender mejor los aspectos del empleo, a continuación se muestra un ejemplo de una sola empresa. Durante 1 mes del estudio (mes 5), la empresa alcanza su máximo de empleo y paga a 3 trabajadores. Durante 8 de los meses del estudio (Meses 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11 y 12) la empresa paga a 2 trabajadores (aunque no son las mismas 2 personas de un mes a otro). Durante 1 mes del estudio (mes 9) la empresa paga sólo a 1 trabajador. La línea azul muestra al único empleado "principal" de la empresa, a quien se le pagó durante los 10 meses, mientras que los otros empleados tienen períodos de empleo más breves, de 7 meses, 2 meses y 1 mes respectivamente.



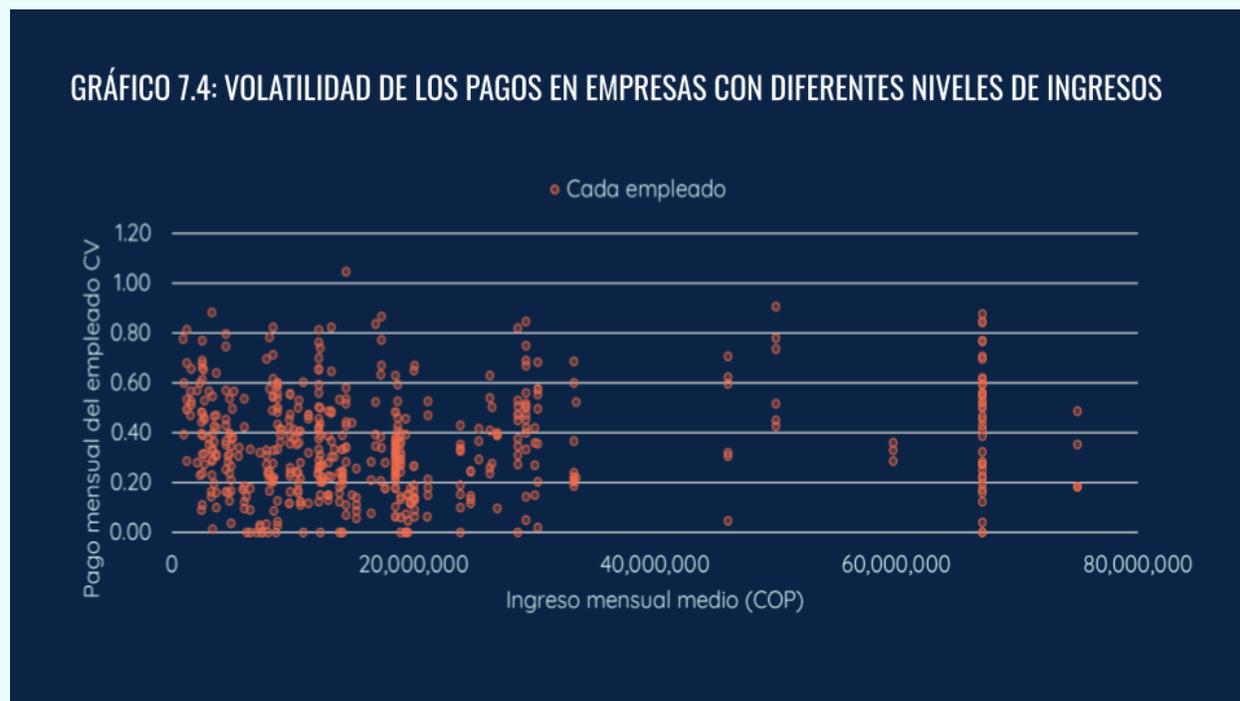
PAGOS A LOS EMPLEADOS

Los arreglos de pago más comunes son los salarios informales (50% de los empleados) y el pago por unidad (27% de los empleados). El 77 % del valor total del pago y el 89 % de los pagos individuales se realizan en efectivo, medidos por el valor total del pago y el monto total del pago, respectivamente.

La característica más importante que descubrimos respecto del pago de los empleados es cuánto cambia el pago mes a mes, incluso mientras permanecen en el mismo trabajo. Independientemente de cuántos meses se les pagó, los empleados se enfrentan a niveles similares de volatilidad de pago: por ejemplo, los empleados a los que se les paga durante más de 7 meses no tienen menos probabilidades de ver grandes fluctuaciones en su pago mensual que los empleados a los que solo se les paga durante 3 meses. El gráfico 7.3 muestra el rango de CV de los pagos de cada empleado por el número de meses que se les pagó; tanto los niveles de volatilidad como la dispersión del CV son similares en cada número de meses pagados.



Es fácil imaginar las razones por las que la volatilidad de los pagos de los empleados es mayor para las pequeñas empresas. Es probable que las empresas más grandes y establecidas tengan mejores sistemas y puedan hacer frente a la demanda fluctuante de mejor manera; podría decirse que las empresas más grandes tienen más trabajadores en el margen que son contratados (o despedidos) para hacer frente a los máximos de demanda, mientras que las empresas pequeñas con menores presupuestos traspasan la volatilidad a sus empleados regulares. Sin embargo, para las empresas de nuestra muestra no vemos ninguna relación entre la volatilidad decreciente y el tamaño de la empresa (gráfico 7.4), lo que implica que cualquier estabilización de los pagos de los empleados se produce cuando las empresas alcanzan un tamaño mucho mayor que el representado en nuestra muestra.



Hay una serie de factores que influyen en la volatilidad de los pagos a los empleados. La primera y más obvia es que, como lo refleja la volatilidad en los ingresos de las empresas, las empresas demandan distintos niveles de mano de obra mes a mes. Obviamente, esto se transmite al 25% de los trabajadores a quienes se les paga por unidad, pero los datos sugieren que casi todos los salarios de los trabajadores están sujetos a las fluctuaciones de la demanda. De hecho, el análisis preliminar sugiere que las empresas recortan los gastos laborales de inmediato, con pagos mensuales más bajos a los empleados que se corresponden directamente con ingresos mensuales más bajos (en lugar de un retraso de uno o más meses).

Sin embargo, parte de la volatilidad se debe a decisiones tomadas por los propietarios y trabajadores, independientemente de la demanda. Los dueños de las empresas a veces emiten pagos parciales a los empleados cuando les falta efectivo para el negocio. Curiosamente, sin embargo, esta práctica no es sólo unilateral donde los propietarios de las empresas ejercen poder sobre sus trabajadores. Algunos empleados usan a sus empleadores como un mecanismo de ahorro

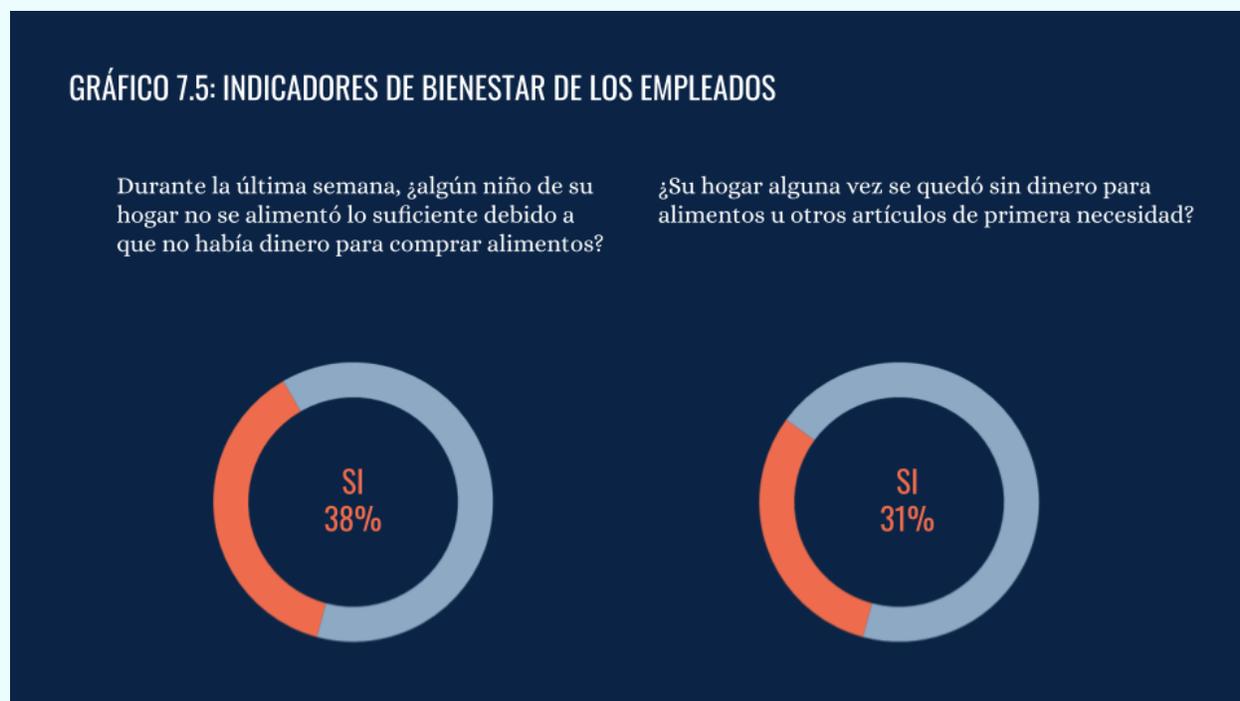
a corto plazo, pidiendo que se les pague cuando lo necesitan, en lugar de hacerlo cuando corresponde. También vemos casos anecdóticos de empleadores que prestan dinero a los empleados cuando el empleado necesita efectivo que aún no ha ganado.

EMPLEADOS

¿Quiénes son los empleados de las pequeñas empresas? ¿Dónde se ubican en la distribución del ingreso? ¿Anteriormente fueron propietarios de microempresas o trabajaron en empresas más grandes?

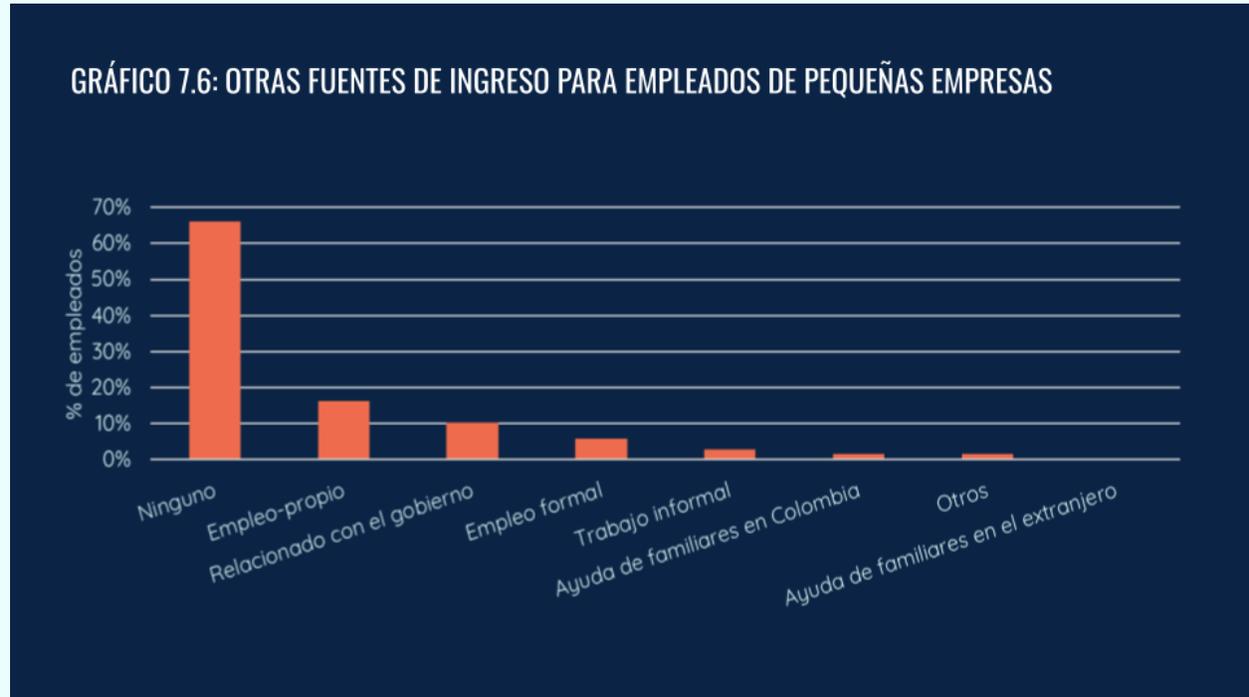
En cada empresa, le pedimos al propietario que nos permitiera entrevistar a un empleado sobre su trabajo en la empresa. Pudimos entrevistar exitosamente a 62 empleados (51% de la muestra). Cada empleado que dio su consentimiento para una entrevista completó una versión ligeramente modificada del “Progress out of Poverty Index” (Índice de Avance para salir de la Pobreza) como indicador del ingreso relativo de los empleados de las pequeñas empresas. Dada la ubicación de las empresas (en localidades de bajos ingresos), esperábamos que los empleados provinieran de hogares de bajos ingresos.

De hecho, como vemos en la Gráfica 7.5, aproximadamente un tercio de los empleados informaron dificultades presupuestarias que indican una condición de bajos ingresos, incluido un 38% que informó que un niño en su hogar no se habría alimentado lo suficiente durante la última semana.⁶



⁶ Si bien esperábamos que los propietarios de las empresas nominaran a empleados mejor pagados y con mayor antigüedad para participar de nuestras encuestas, aquellos que respondieron las encuestas no fueron significativamente diferentes de otros empleados incluidos en nuestros datos.

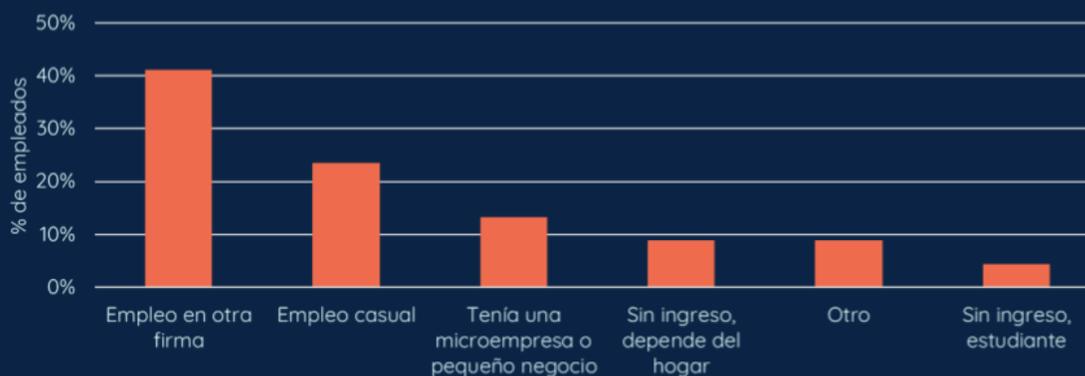
La volatilidad de los ingresos de los empleados en el estudio parece ser muy importante para sus hogares. Como se muestra en el Gráfico 7.6, casi el 70 % de los empleados informa que no tiene otra fuente de ingresos, por lo que su hogar debe hacer frente a la volatilidad del empleo utilizando otros medios. Es importante tener en cuenta que no observamos empleados moviéndose entre el empleo en una pequeña empresa y otras opciones en el mercado laboral.



Como podemos ver en nuestros datos, los empleados de las pequeñas empresas provienen de un grupo laboral particular (Gráfico 7.7). Cuando finaliza un trabajo en una empresa, los empleados se trasladan a otra empresa pequeña: el 40% de los empleados (el grupo más grande) informó haber trabajado en otra empresa antes de su trabajo en la empresa actual. Si bien nuestra encuesta no especificó el tamaño de otras empresas en las que los trabajadores se desempeñaron anteriormente, nuestras visitas en terreno, además de conversaciones con los propietarios y empleados nos llevan a inferir que las "otras empresas" eran empresas de tamaño similar en la misma industria y localidad. Es particularmente interesante que pocos empleados (menos del 15 %) informen haber sido propietarios de una microempresa. Esto sugiere que la mano de obra para las pequeñas empresas no proviene de la población objetivo de las microfinanzas. Si bien algunos empleados nos dijeron que habían contemplado abrir un negocio, particularmente aquellos en industrias como la carpintería o la marroquinería, también expresaron reticencia debido al riesgo que implicaría tener un negocio propio.

GRÁFICO 7.7: FUENTES ANTERIORES DE INGRESO PARA EMPLEADOS DE PEQUEÑAS EMPRESAS

Antes de trabajar en esta pequeña empresa, ¿Cuál era su fuente de ingreso?



ENFOQUE de Servicios de Desarrollo Empresarial

RESUMEN

Una intervención bastante común para apoyar a las micro y pequeñas empresas es la capacitación empresarial. Esto puede abarcar desde cursos en línea hasta las denominadas “incubadoras de negocios”. Todas estas políticas se basan en la creencia de que una barrera importante para el éxito de las empresas es que los propietarios no poseen las habilidades y el conocimiento necesarios para administrar un negocio rentable y en crecimiento. En la sección de Prácticas Comerciales analizamos las prácticas comerciales de las empresas participantes en nuestro estudio y descubrimos que, si bien algunas pueden alcanzar un nivel de prácticas comerciales y de gestión relativamente alto dado el tamaño y el tipo de empresa que estudiamos, aún existe espacio para mejorar.

Sin embargo, esto no significa necesariamente que la inversión adicional en capacitación para las pequeñas empresas sea una política adecuada. Si bien existe evidencia de que estas prácticas conducen a mejores resultados comerciales, la evidencia de que los programas de capacitación se traducen en la incorporación de mejores prácticas no es tan clara. La evidencia más reciente sugiere que los programas de capacitación pueden tener efectos levemente positivos a bajo costo (así como también hay espacio para mejorar las prácticas comerciales de las empresas). Sin embargo, existe mucho espacio para mejorar en los programas de capacitación. Hay varias preguntas importantes que responder, entre ellas:

- ¿Qué tipo de capacitación (presencial, en línea, basado en experiencias, etc.) funciona mejor para los distintos tipos de empresas?
- ¿Qué habilidades y prácticas son las que más necesitan los diferentes tipos de empresas?
- ¿Existen habilidades y prácticas generales que pueden ser menos adecuadas para empresas de ciertos tamaños, en distintas etapas o contextos?

Si bien “Small Firm Diaries” no está configurado para proporcionar respuestas definitivas a estas preguntas, la investigación efectuada puede proporcionar información importante sobre estos temas. En nuestra muestra, reclutamos específicamente un subconjunto de empresas que han participado previamente en programas de capacitación empresarial. Nos referimos a estas firmas como firmas “BDS”, firmas que han recibido servicios de desarrollo empresarial (Business Development Services en inglés). Es importante tener en cuenta que los datos presentados aquí son relevantes para comprender las experiencias de capacitación y las necesidades de las empresas, sin embargo “Small Firm Diaries” no aborda la causalidad: no tenemos datos sobre si, por ejemplo, las empresas con mejores prácticas efectivamente buscaron capacitación en el pasado, o bien la capacitación los indujo a adoptar mejores prácticas.

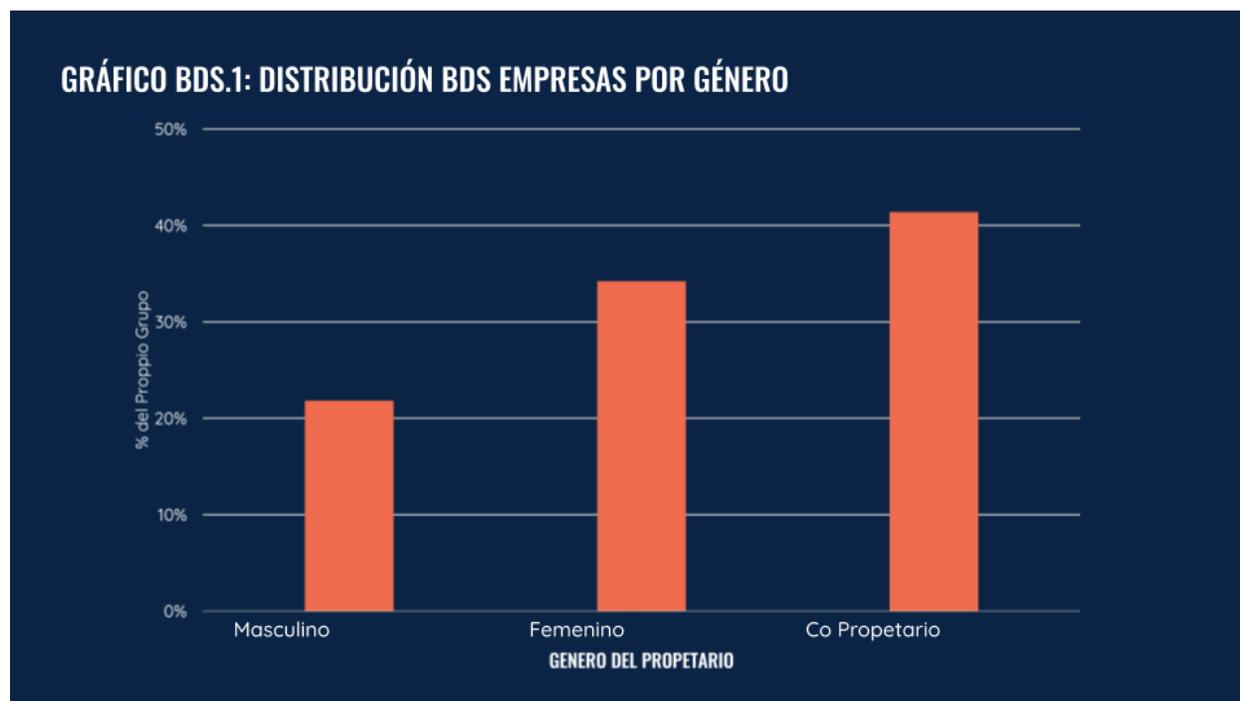
Encontramos que las empresas que han participado en al menos un programa de capacitación tienen ingresos más altos y estables, así como también mejores márgenes operativos, en

comparación con las empresas que no son “BDS”. Sin embargo, los participantes no crecieron a un ritmo más rápido. Es más probable que las empresas “BDS” hayan implementado prácticas comerciales básicas, como la separación de las finanzas y el registro comercial. Estas empresas también obtienen una puntuación más alta en el índice de prácticas comerciales de McKenzie y Woodruff. Sin embargo, su capacidad para retener empleados es similar a la de las empresas que no son “BDS”. Ambos grupos también tienen aspiraciones similares y reportan las mismas barreras para el éxito.

Por último, exploramos políticas alternativas a la capacitación, además de áreas deseadas para la capacitación en el futuro. Encontramos que la mayoría de nuestras empresas, incluidas aquellas que tienen capacitación formal, atribuyen sus prácticas y habilidades a la experiencia en el trabajo. En términos de capacitación adicional, tanto las empresas “BDS” como las que no son “BDS” están interesadas en aprender sobre marketing.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA DE EMPRESAS BDS

En general, el 30% de nuestra muestra informó haber recibido capacitación en desarrollo empresarial en algún momento previo al estudio. Estas empresas se encuentran distribuidas de manera homogénea entre las industrias, pero no estaban distribuidas de la misma forma en relación al género. La mayor parte de las empresas que participaron en la capacitación son copropietarias (propietarios de ambos sexos, generalmente marido y mujer). Las empresas propiedad de mujeres constituyen un tercio de nuestra muestra de “BDS”, en comparación con solo una quinta parte de los hombres (Gráfico BDS.1).

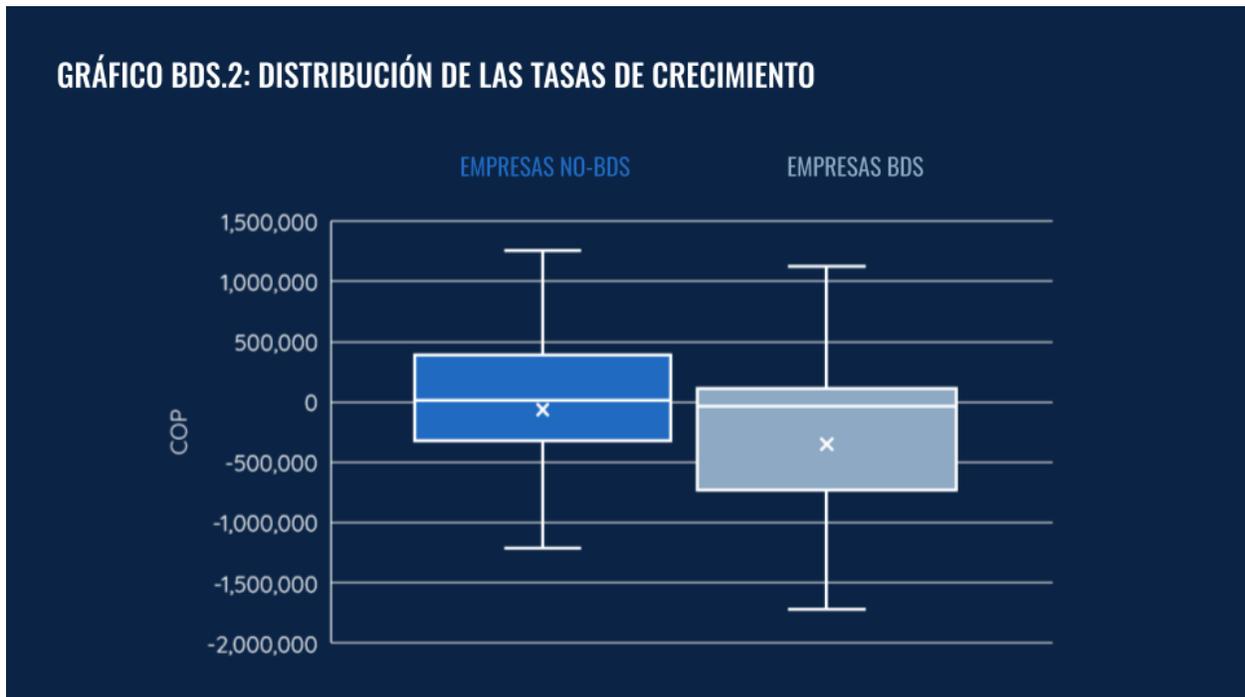


Nuestras firmas “BDS” tienen ingresos medianos y márgenes operativos más altos que las firmas que no son “BDS” (Tabla BDS.1). También poseen una menor variabilidad en ingresos, gastos y márgenes en comparación con las empresas que no son “BDS”. El CV medio de los márgenes operativos mensuales de las empresas “BDS” es 1,03 en comparación con 1,93 para las empresas que no son “BDS”.

TABLA BDS.1: RESUMEN COMPARATIVO

Mediana Mensual	Ingresos	Gastos	Margen Operativo	CV del Margen Operativo
Empresa BDS	COP 11.700.750	COP 6.742.208	COP 3.574.805	1,03
Empresa no BDS	COP 6.560.000	COP 3.935.000	COP 2.456.000	1,93

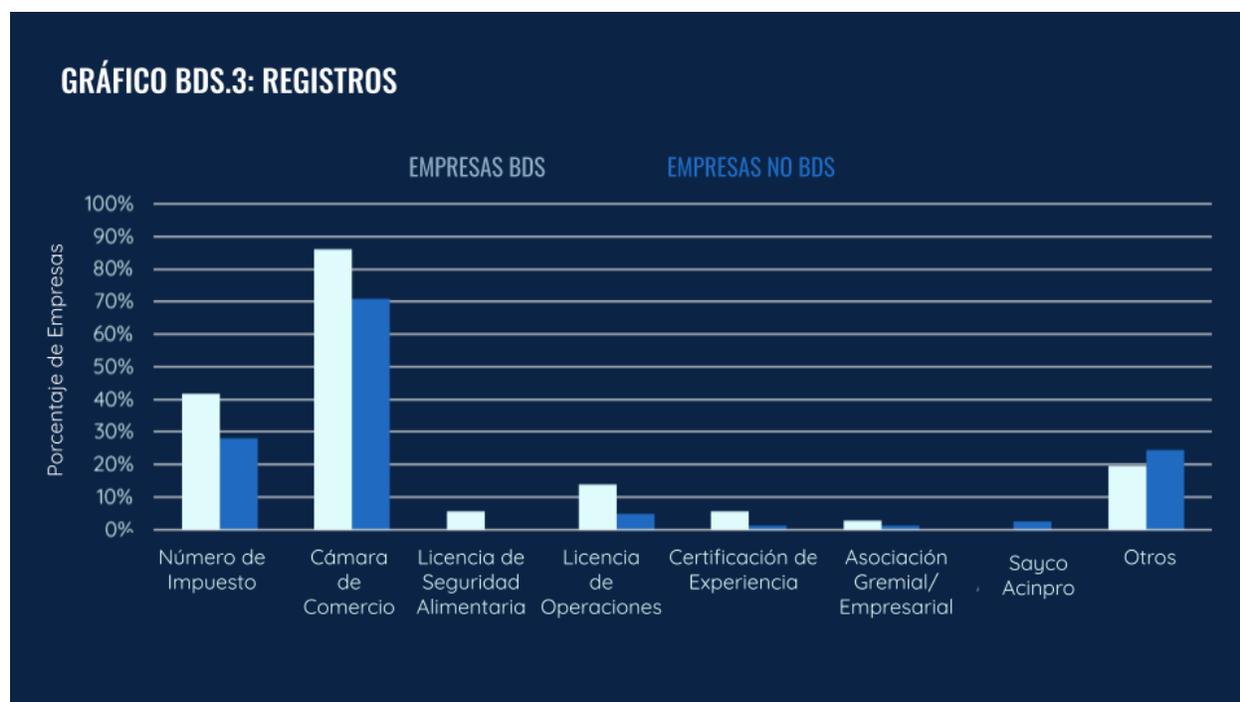
A pesar de la mayor estabilidad de los márgenes, no encontramos que las empresas “BDS” estén creciendo más rápido que las empresas que no son “BDS”. Al medir la pendiente de la línea de mejor ajuste del margen operativo mensual, la pendiente mediana y promedio de las empresas “BDS” es más negativa que la de las empresas no “BDS” (Gráfico BDS.2).



PRÁCTICAS Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Una de las prácticas empresariales más fundamentales que se enseña a las pequeñas empresas en los cursos de desarrollo es la separación de las finanzas empresariales. En nuestra muestra, el 82% de las empresas tienen cuentas comerciales separadas. Las firmas “BDS” separan las finanzas a tasas más altas que las firmas que no son “BDS” (95% vs. 78%). En términos más generales, las empresas “BDS” poseen cuentas bancarias en mayor proporción que las empresas que no son “BDS” (84 % frente a 65 %).

Además de la separación de las finanzas, muchos programas de capacitación empresarial ayudan a las empresas a registrar sus negocios para que puedan, en teoría, beneficiarse de la formalización. Como se muestra en el Gráfico BDS.3., hay más empresas “BDS” registradas ante las autoridades fiscales y la cámara de comercio que empresas que no son “BDS”. Aparte de los registros, las empresas “BDS” también se perciben a sí mismas como "formales" en tasas más altas que las empresas que no son “BDS”: el 60% de las empresas “BDS” se consideran formales en comparación con el 40% de las empresas que no son “BDS”. Exploramos más medidas en torno a la formalización en la sección Formalización de este informe.



La gestión de empleados es otra piedra angular de una empresa exitosa. En la sección de Empleados del informe, detallamos los altos niveles de rotación que existen en las pequeñas empresas. La retención de empleados puede ser un área importante para abordar los programas de capacitación empresarial. En este contexto, vemos poca diferencia en los niveles de rotación entre las empresas que no son “BDS” y las “BDS”. La Tabla BDS 2. muestra que aproximadamente la mitad de las empresas “BDS” y no “BDS” pagan al menos a un empleado durante los 8 a 10 meses del estudio, las

empresas restantes no tuvieron ningún empleado que permaneciera en la empresa durante toda la duración del estudio.

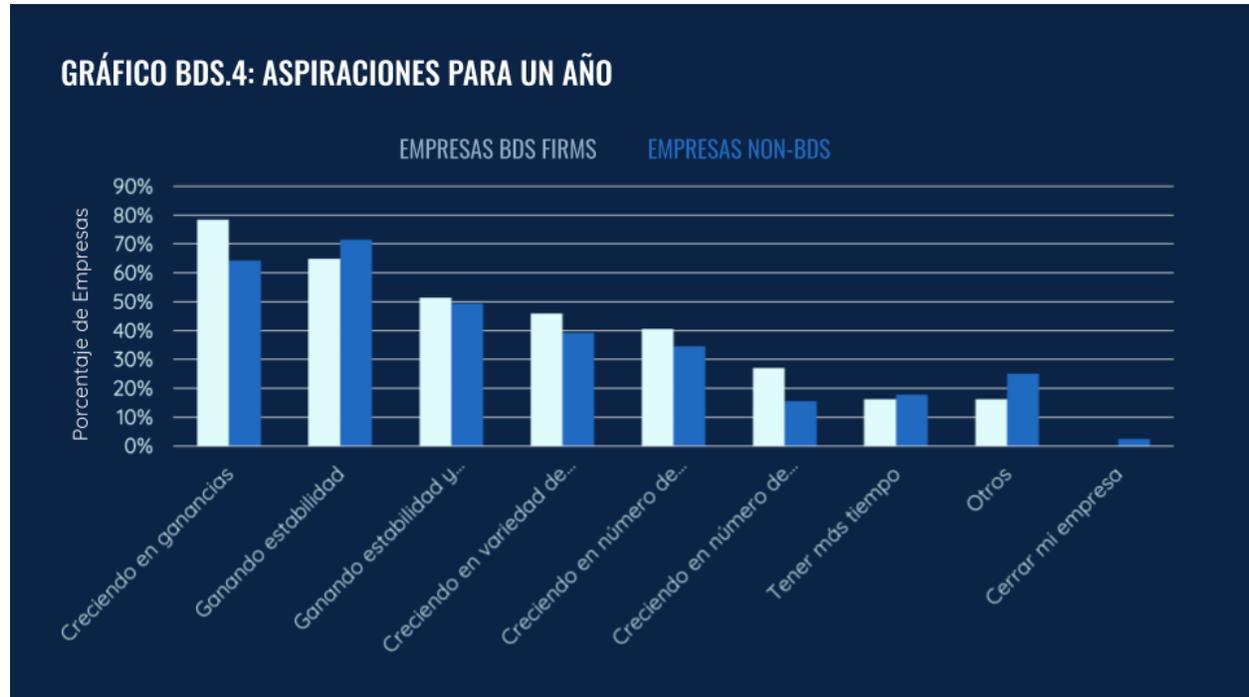
TABLA BDS.2: COMPARACIÓN DE ROTACIÓN DE EMPLEADOS

Número máximo de meses pagados a un solo empleado	% de empresa no BDS	% de empresas BDS
1 mes	6%	0%
2 a 4 meses	21%	21%
5 a 7 meses	17%	27%
8 a 10 meses	56%	52%

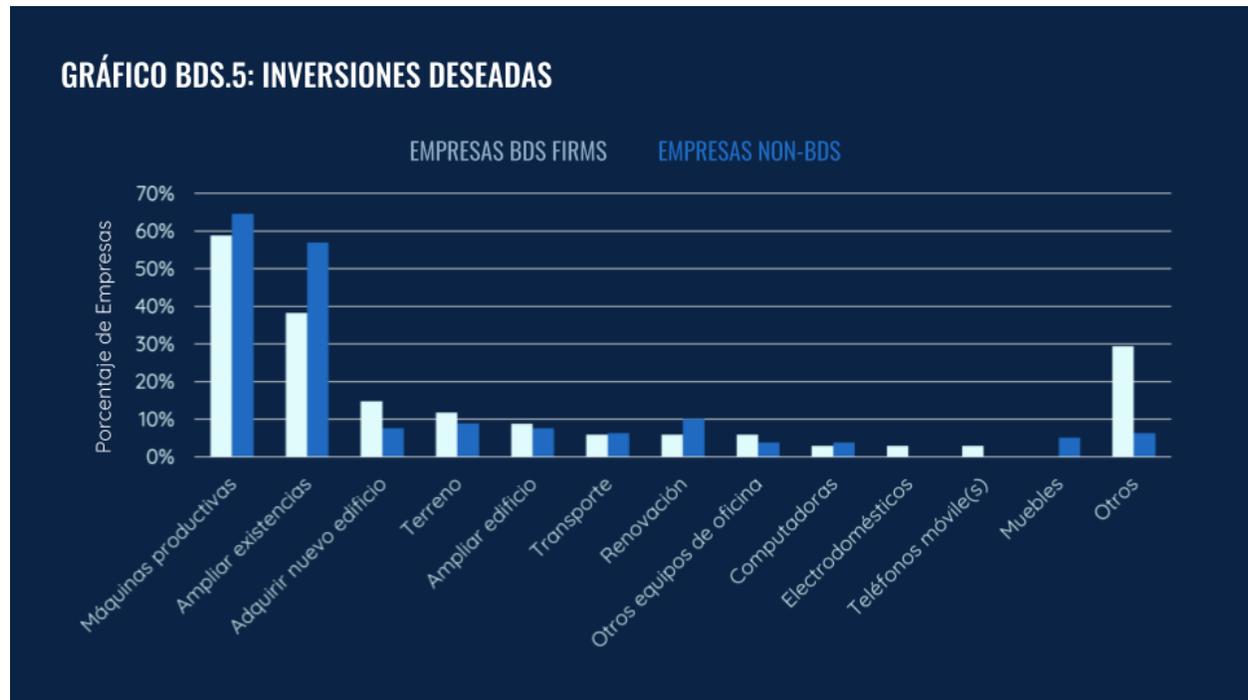
Para explorar las prácticas comerciales de manera más general, utilizamos el índice de prácticas comerciales de McKenzie y Woodruff. Los detalles sobre lo que contiene este índice se incluyen en la sección Prácticas comerciales. Encontramos que nuestras empresas “BDS” obtienen una puntuación más alta en este índice, con una mediana de 0,62, en comparación con 0,5 para las empresas que no son “BDS”.

ASPIRACIONES

En la sección 9 de este reporte,, exploramos la intersección entre el deseo de aumentar las ganancias y el deseo de ganar estabilidad. Las empresas “BDS” reportan deseos de aumentar sus ganancias a una tasa más alta que las empresas no “BDS”, mientras que el caso contrario sucede con el deseo de estabilidad (Gráfico BDS.4), aunque la mayoría de las empresas en ambas categorías aspiran al crecimiento y la estabilidad.



Para crecer, el sentido común comercial sugiere que es necesario invertir en activos para aumentar la productividad. Como se ve en el Gráfico BDS.5, cuando se pregunta sobre las inversiones, se pueden observar diferencias notables: es mucho menos probable que las empresas “BDS” reporten expansión de inventarios. A su vez, estas eligen "otros" a tasas mucho más altas. Estas “otras” opciones incluyen inversiones en I&D, así como marketing y publicidad. También preguntamos sobre las barreras que enfrentan las empresas para realizar este tipo de inversiones y encontramos que ambas categorías de empresas reportan barreras similares.



ÁREAS DE INTERÉS PARA LA CAPACITACIÓN

Preguntamos a las empresas qué temas habían cubierto sus programas de capacitación. Los temas más comunes fueron; elaboración de planes de negocios, formación profesional y marketing (Gráfico BDS.6). Muchas más mujeres que hombres han recibido capacitación vocacional, de marketing y de contabilidad. Cuando preguntamos sobre qué temas en los que habían recibido capacitación fueron los más útiles, la mayor proporción de empresas (una cuarta parte) señaló capacitación vocacional y de marketing.

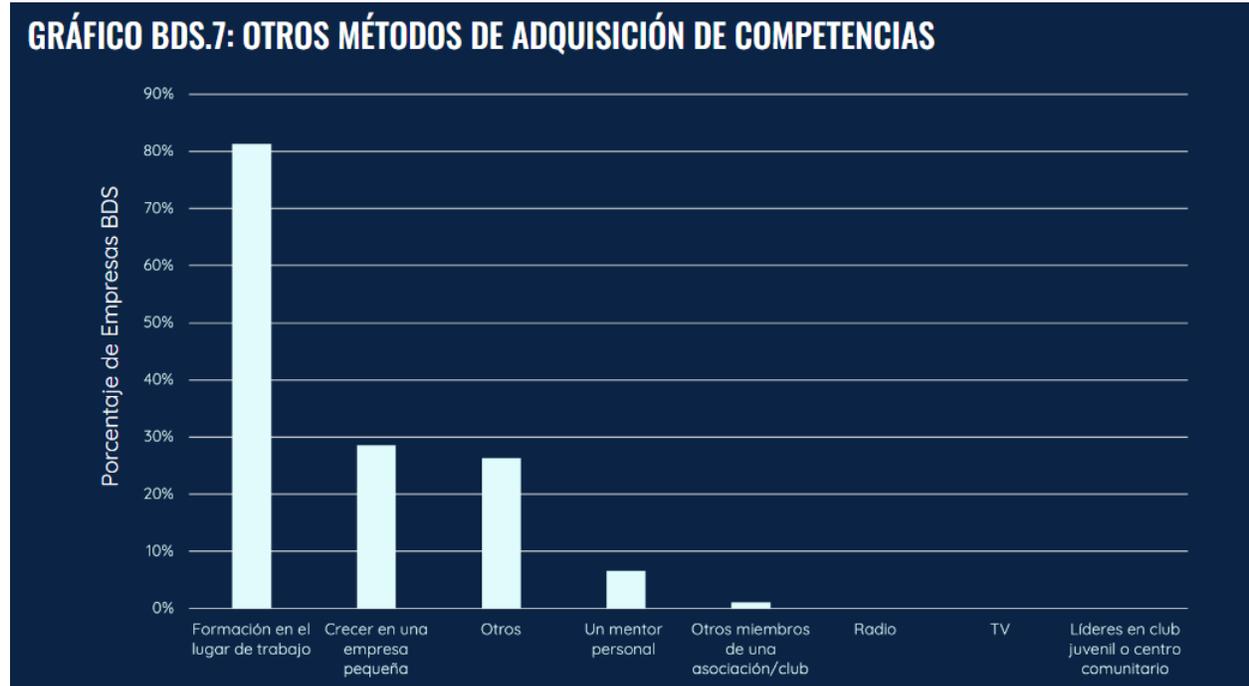
GRÁFICO BDS.6: TEMAS CUBIERTOS EN LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN (TODA LA MUESTRA)

Entre las empresas que informaron haber asistido alguna vez a un curso de capacitación, ¿qué temas se trataron en el curso?

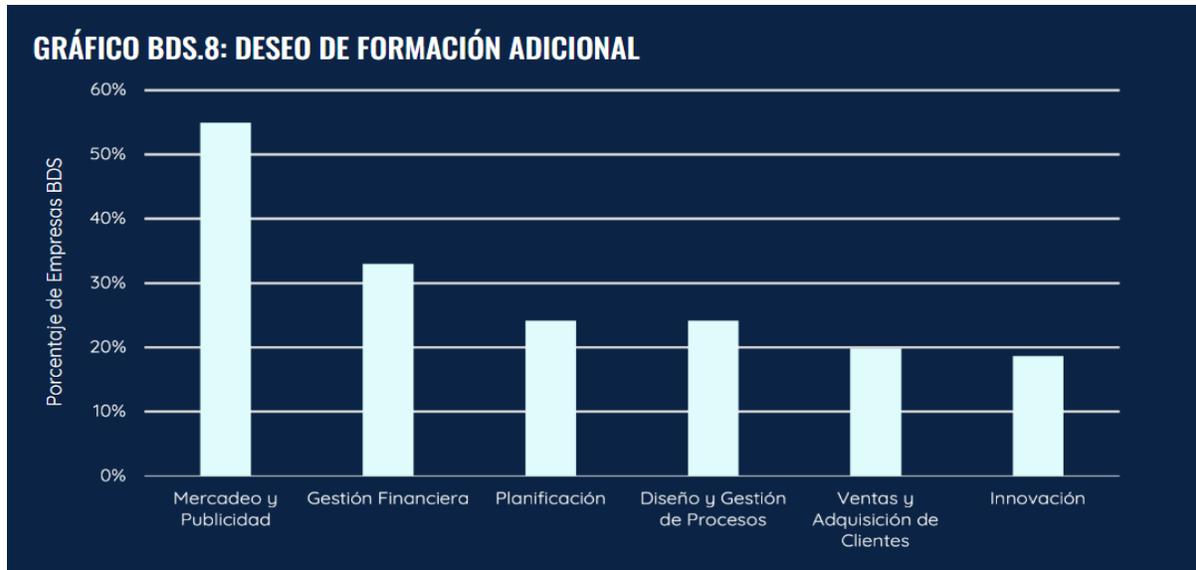
¿Qué temas se trataron en el curso?



Fuera de los cursos de capacitación comercial, la mayoría de nuestras empresas informan que la mayor parte de sus habilidades comerciales se obtuvieron a través de la capacitación en el trabajo. Alrededor de un tercio de la muestra son propietarios de empresas de segunda generación y crecieron en un entorno familiar de microempresa. En este mismo tercio, existe una mayor proporción de mujeres propietarias de empresas que de hombres propietarios de empresas (40% frente a 15%) (Gráfico BDS.7).



En cuanto a las áreas de formación futura, la mayoría de las empresas desean formación en marketing y publicidad, seguidas de gestión financiera. Las áreas de interés para futuras capacitaciones son similares en las empresas “BDS” y no “BDS”. La principal diferencia es una mayor preferencia en gestión financiera de las empresas que no son “BDS”, y que las empresas “BDS” están más interesadas en la capacitación en relación con el manejo de impuestos, como se muestra en el Gráfico BDS.8. Sorprendentemente, menos del 10% de las empresas manifestaron una preferencia por la capacitación en contabilidad, obtención de capital, registro de empresas y administración de trabajadores.



8. Prácticas Empresariales

RESUMEN

Los dos pilares principales de los programas dirigidos a apoyar a las pequeñas empresas son el acceso al crédito y la capacitación empresarial. Yendo más allá de la narrativa contenida en las microfinanzas, la suposición predominante es que la mayoría de las pequeñas empresas, en particular las pequeñas empresas creadas por personas de ingresos bajos o medios, desconocen o no implementan prácticas empresariales y de gestión que las ayudarían a prosperar y crecer. Investigaciones más grandes que las de “Small Firm Diaries” han encontrado que existen prácticas de gestión que tienen un impacto material considerable en el desempeño de la empresa, además existe un gran número de empresas que no utilizan estas prácticas.⁷ La investigación sobre prácticas empresariales y de gestión en empresas del tamaño que estudiamos en “Small Firm Diaries” es poco común, sin embargo, McKenzie y Woodruff reunieron encuestas de micro y pequeñas empresas de siete países en desarrollo las cuales se realizaron con otros fines, pero que incluían datos sobre prácticas de negocios. En ese estudio se demuestra que estas prácticas (como la contabilidad, la gestión de inventario y el marketing) son tan importantes para las pequeñas empresas como lo son para las empresas más grandes en base a múltiples parámetros de medición.⁸

Dada la evidencia sobre la importancia de las prácticas comerciales y el enfoque en los programas de capacitación empresarial (ver la Sección de BDS que discute acerca de las empresas de la muestra que recibieron servicios de capacitación empresarial/desarrollo empresarial), además de la relativa escasez de información sobre este segmento, estamos interesados en comprender mejor las prácticas de las pequeñas empresas. Para hacerlo, utilizamos el inventario de prácticas empresariales creado por McKenzie y Woodruff, y seguimos sus cálculos para obtener un puntaje de índice basado en las prácticas en uso.

Como se señaló anteriormente en la Sección 3 sobre las finanzas de la empresa, la práctica empresarial más básica y esencial es la separación de las finanzas de la empresa y las finanzas del hogar. Al inicio del estudio, encontramos que el 82% de las empresas efectivamente separan sus finanzas. Más allá de eso, encontramos una variación significativa entre las empresas en términos de las prácticas empresariales que emplean. Utilizando el Índice de Prácticas Empresariales de McKenzie y Woodruff, nuestra muestra varía entre 0,08 a 1, con la mayoría de las empresas agrupadas entre 0,2 y 0,7, y la mitad de ellas entre 0,42 y 0,67. De acuerdo con los hallazgos de McKenzie y Woodruff, las puntuaciones más altas se correlacionan con mayores ingresos mensuales. Es de destacar que las mujeres de nuestra muestra suelen obtener una puntuación más

⁷ Nicholas Bloom & John Van Reenen, 2007. "Measuring and Explaining Management Practices Across Firms and Countries," *The Quarterly Journal of Economics*, MIT Press, vol. 122(4), pages 1351-1408, November; Bloom, Nicholas, and John Van Reenen. 2010. "Why Do Management Practices Differ across Firms and Countries?" *Journal of Economic Perspectives*, 24 (1): 203-24.; Bloom, Nicholas & Eifert, Benjamin & Mahajan, Aprajit & McKenzie, David & Roberts, John. (2011). Does Management Matter? Evidence from India. *Quarterly Journal of Economics*. 128. 10.1093/qje/qjs044.

⁸ David McKenzie & Christopher Woodruff, 2017. "Business Practices in Small Firms in Developing Countries," *Management Science*, vol 63(9), pages 2967-2981.

alta que los hombres (consulte la sección sobre Género para obtener más detalles sobre las diferencias de género en “Small Firm Diaries”).

En cuanto a prácticas específicas, las más comunes están relacionadas con la mantención de registros; Las prácticas de control de inventario también son empleadas por alrededor de tres cuartas partes de las empresas. Las prácticas de marketing y planificación fueron mucho menos comunes. Encontramos que menos de la mitad de las empresas de nuestra muestra han utilizado alguna de las prácticas estándar de marketing.

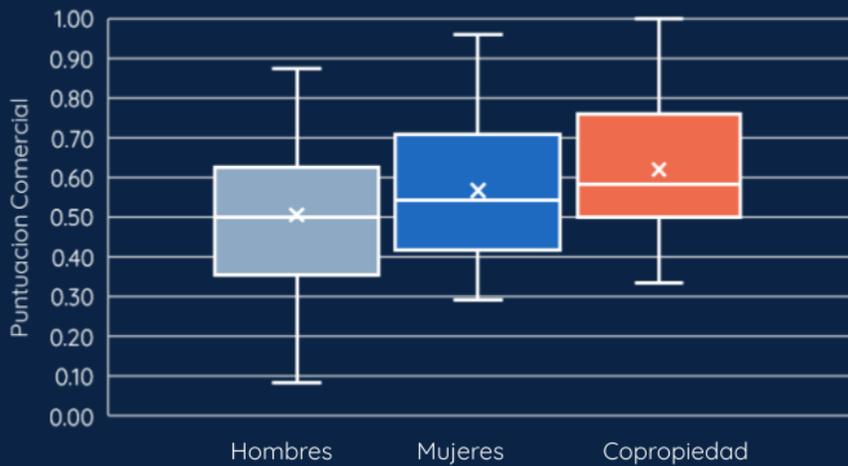
INDICADOR DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES

En la puntuación del índice de prácticas empresariales de McKenzie y Woodruff, nuestra muestra oscila entre 0,08 y 1, mientras que la mayoría de las empresas (75%) tienen una puntuación entre 0,20 y 0,70 (Gráfico 8.1).

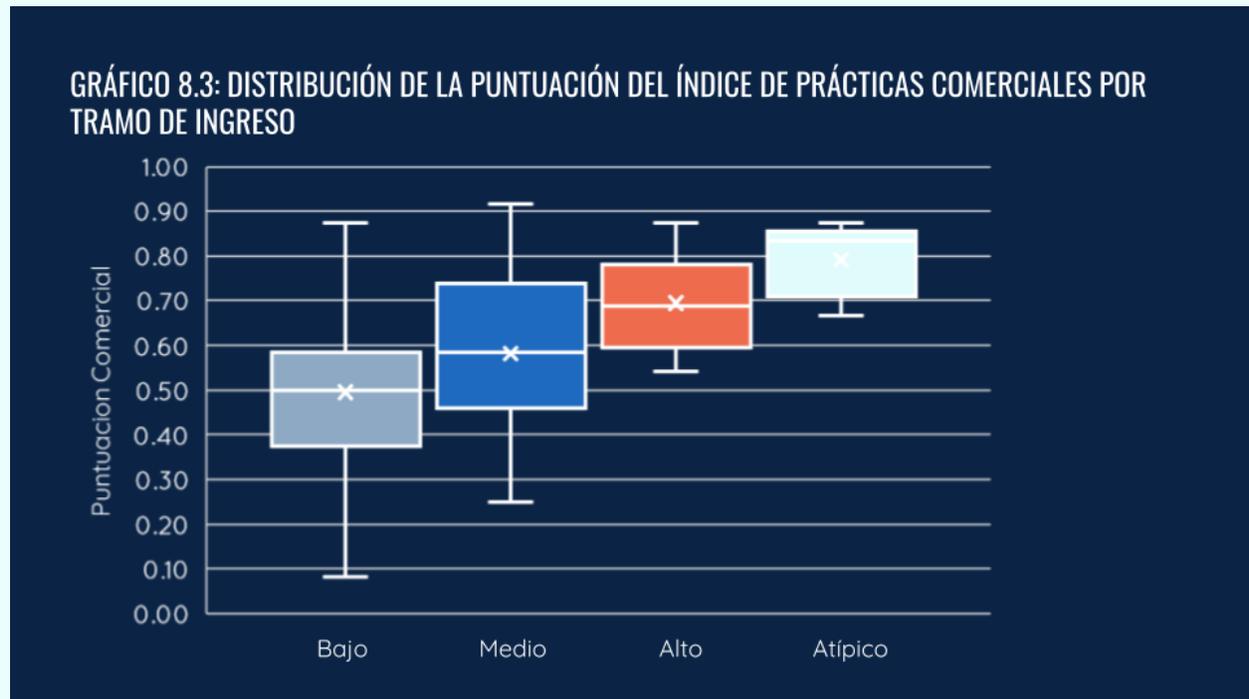


Al analizar la distribución del índice por género (Gráfico 8.2), las empresas propiedad de hombres tienen una puntuación media de 0,50, mientras que la mitad de las empresas oscilan entre 0,35 y 0,63. Las empresas propiedad de mujeres tienen una puntuación media ligeramente más alta de 0,54, mientras que la mitad de las empresas oscilan entre 0,42 y 0,71. Las empresas de copropiedad tienen una puntuación media más alta de 0,58, mientras que la mitad de las empresas oscilan entre 0,50 y 0,76. En el estudio original, que comprende encuestas de 7 países (distintos de los países contenidos en “Small Firm Diaries”), la puntuación media es 0,39.

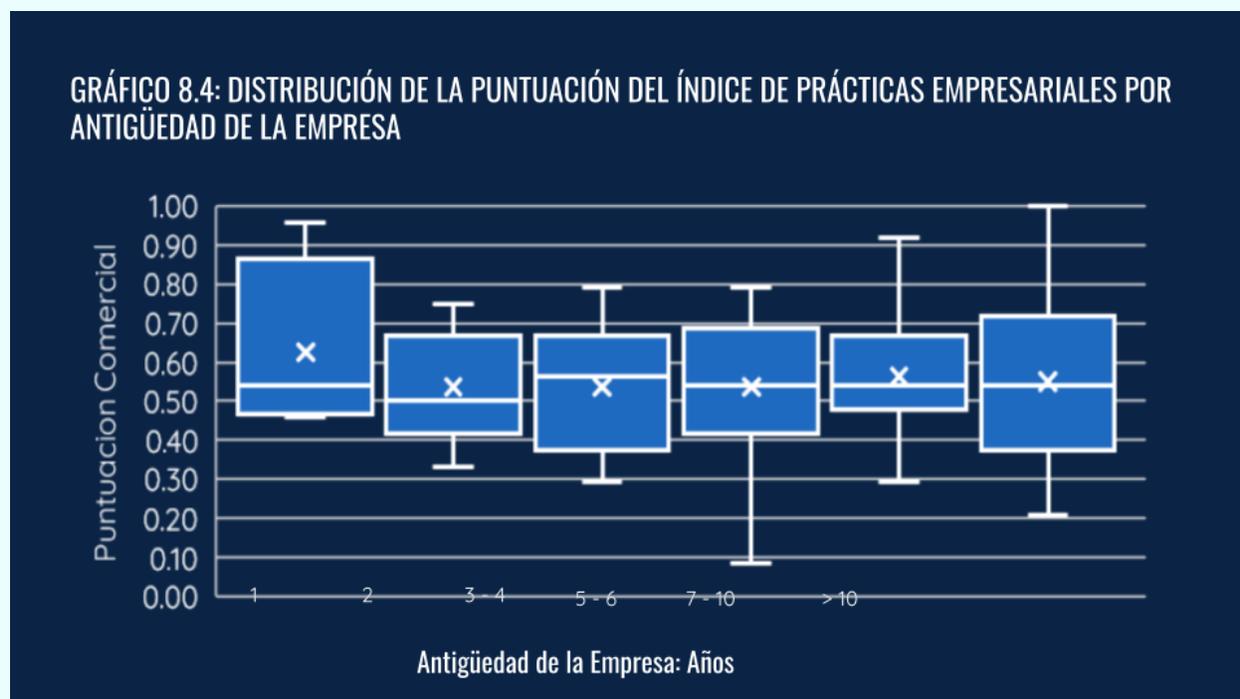
GRÁFICO 8.2: DISTRIBUCIÓN DE LA PUNTUACIÓN DEL ÍNDICE DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES POR GÉNERO



Además, analizamos la relación entre los ingresos y la distribución del puntaje de los índices empresariales en nuestra muestra: el puntaje medio de los índices aumenta con el incremento en los niveles de ingresos. La puntuación media de las empresas en nuestro grupo de ingresos más bajos (consulte la Sección 3 sobre finanzas de la empresa) es 0,50, y la mitad de las empresas oscilan entre 0,38 y 0,58. Las empresas de ingresos medios tienen una puntuación media más alta de 0,58, mientras que las empresas de ingresos altos tienen una puntuación media de 0,69. Las empresas de ingresos más altos (de valores atípicos o fuera de la norma) muestran la puntuación empresarial mediana más alta de 0,83 (consulte el Gráfico 8.3 para ver la distribución de las puntuaciones). Desafortunadamente, no podemos establecer si estas prácticas llevaron a las empresas a crecer en ingresos o si las empresas adoptaron estas prácticas por el hecho de tener gran tamaño.



Utilizando nuestra métrica de crecimiento, hemos encontrado puntuaciones medias similares para las empresas que crecen y las que no crecen. El Gráfico 8.4 muestra que no hay un efecto de aprendizaje significativo: las empresas de mayor antigüedad tienen puntajes similares a las empresas más jóvenes (aunque es posible que las empresas que implementan mejores prácticas empresariales crezcan hasta sobrepasar el tamaño establecido en nuestros criterios de muestreo, por lo que solo estaríamos observando empresas que aplican buenas prácticas como modo de sobrevivencia, pero que no crecen más allá de su tamaño actual).



PRÁCTICAS COMERCIALES EN DETALLE

Las 26 prácticas comerciales monitoreadas por McKenzie y Woodruff se dividen en cuatro categorías: marketing, control de inventario, mantenimiento de registros y planificación financiera. Los datos revelan que el control de existencias es el conjunto de prácticas más común mientras que la planificación financiera es la menos común.

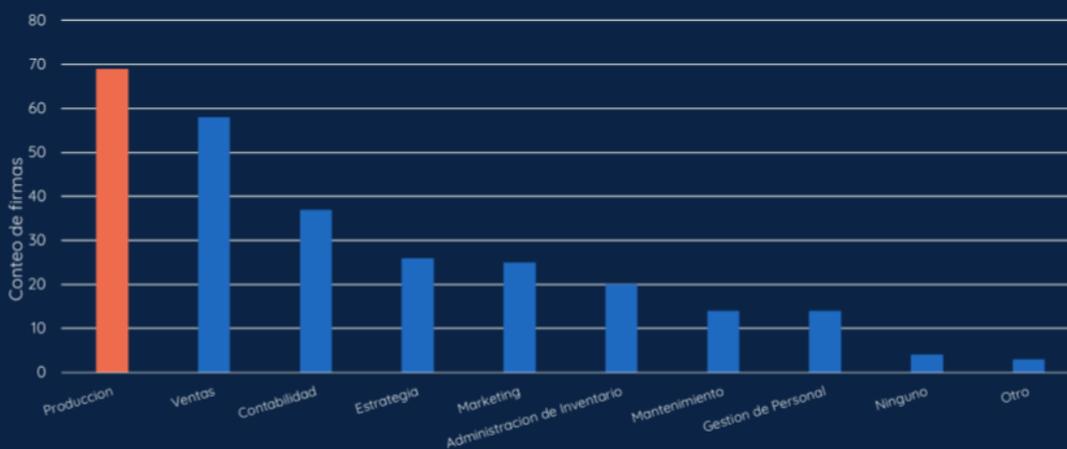
Entre nuestras firmas, el mantenimiento de registros fue el conjunto de prácticas más común. Por ejemplo, aproximadamente el 80% de las empresas reportaron que mantienen registros comerciales escritos (en comparación con menos de la mitad en otras encuestas), siendo las mujeres las más propensas a informar que lo hacen (86% de mujeres frente a 74% de hombres). Tener conocimiento de qué productos son los más rentables (también dentro de la categoría de mantenimiento de registros) fue la práctica específica más común. Las prácticas en la categoría de control de inventarios también son bastante comunes (un número similar de empresas informaron que procuran evitar que se agoten los productos además de monitorear la rentabilidad de sus

productos), aunque en este caso es más probable que dichas prácticas sean reportadas por propietarios hombres que propietarias mujeres (60% de mujeres frente a 75% de hombres). Las prácticas de marketing y planificación financiera son mucho menos comunes. Solo un tercio de las empresas informaron que alguna vez han contactado a un ex cliente para saber por qué dejaron de comprar; menos del 25% informó realizar proyecciones de presupuesto para el año siguiente (aunque nuestros hallazgos respecto a la volatilidad indican que esta práctica no tendría necesariamente un impacto positivo).

Preguntamos por separado acerca del uso del tiempo en relación con las tareas comerciales y de gestión. Como era de esperar, dado el tamaño de las empresas, la tarea más común que realizan los propietarios tiene relación con la producción: estas son empresas donde los propietarios son trabajadores y administradores a la vez. Las otras dos tareas más comunes que los propietarios reportaron realizar fueron ventas y contabilidad/registros (ver Gráfico 8.5). Dado que las empresas reportan prácticas de marketing y publicidad a tasas relativamente bajas, esto probablemente sugiere que los propietarios sienten la necesidad de tratar personalmente con los clientes, cuando su tiempo podría ser más utilizado de mejor manera en tareas de marketing más estratégicas.

GRÁFICO 8.5 :TIEMPO DEDICADO POR EL PROPIETARIO DE LA EMPRESA EN PRÁCTICAS COMERCIALES Y DE GESTIÓN

¿A qué actividades dedicaste tiempo en las últimas dos semanas?



9. Aspiraciones y Crecimiento

RESUMEN

En la literatura, gran parte de la discusión sobre desarrollo y pobreza respecto de las MIPYME se ha centrado en si las empresas crecen o no, y por qué. El trabajo global sobre microfinanzas y microempresas ha demostrado de manera concluyente que la gran mayoría de las microempresas nunca crecen lo suficiente como para contratar a un empleado; de hecho, parece que la mayoría no aspira a crecer y considera a la microempresa como una alternativa (y quizás una segunda mejor alternativa) al empleo asalariado. En los países de altos ingresos existe una clase determinada de pequeñas empresas que existen como una alternativa al empleo asalariado para los propietarios, a pesar de que los propietarios de estas empresas no tengan metas de crecimiento. Una motivación central para “Small Firm Diaries” fue descubrir más sobre el crecimiento y las perspectivas de las pequeñas empresas, incluidas sus aspiraciones de crecimiento. Para indagar acerca de las aspiraciones de las empresas, preguntamos específicamente sobre sus objetivos para el año siguiente y los próximos cinco años. También preguntamos sobre las barreras al crecimiento, la propensión a invertir y otras preguntas relacionadas. Para medir el crecimiento, usamos la pendiente del mejor ajuste lineal para el margen operativo mensual. También analizamos datos cuantitativos en relación a grandes compras e inversiones, márgenes operativos negativos y más para intentar dilucidar el tipo de elecciones que realizan las empresas relacionadas con el crecimiento. Finalmente, observamos el contraste entre las empresas que lograron crecer durante el estudio y las que no lo hicieron con el fin de buscar patrones significativos.

La mayoría de las empresas en “Small Firm Diaries” no crecieron (ni disminuyeron su tamaño) significativamente según nuestra medida de crecimiento, aunque resulta importante recordar que el estudio ocurrió durante un año difícil y complicado, en que la economía mundial estaba comenzando a recuperarse del impacto de la pandemia, y a la vez luchando para hacer frente a las interrupciones del suministro, las huelgas de trabajadores, la invasión rusa en Ucrania y el significativo aumento de la inflación. No obstante, no consideramos que la falta generalizada de crecimiento se haya reflejado en una ausencia de aspiraciones de crecimiento. Aproximadamente el 70% de las empresas del estudio nos dijeron que aspiraban a crecer (en al menos una de las distintas medidas de crecimiento). Quizás el hallazgo más importante sobre las aspiraciones, no fue sobre el crecimiento sino sobre las aspiraciones a lograr estabilidad en el negocio.

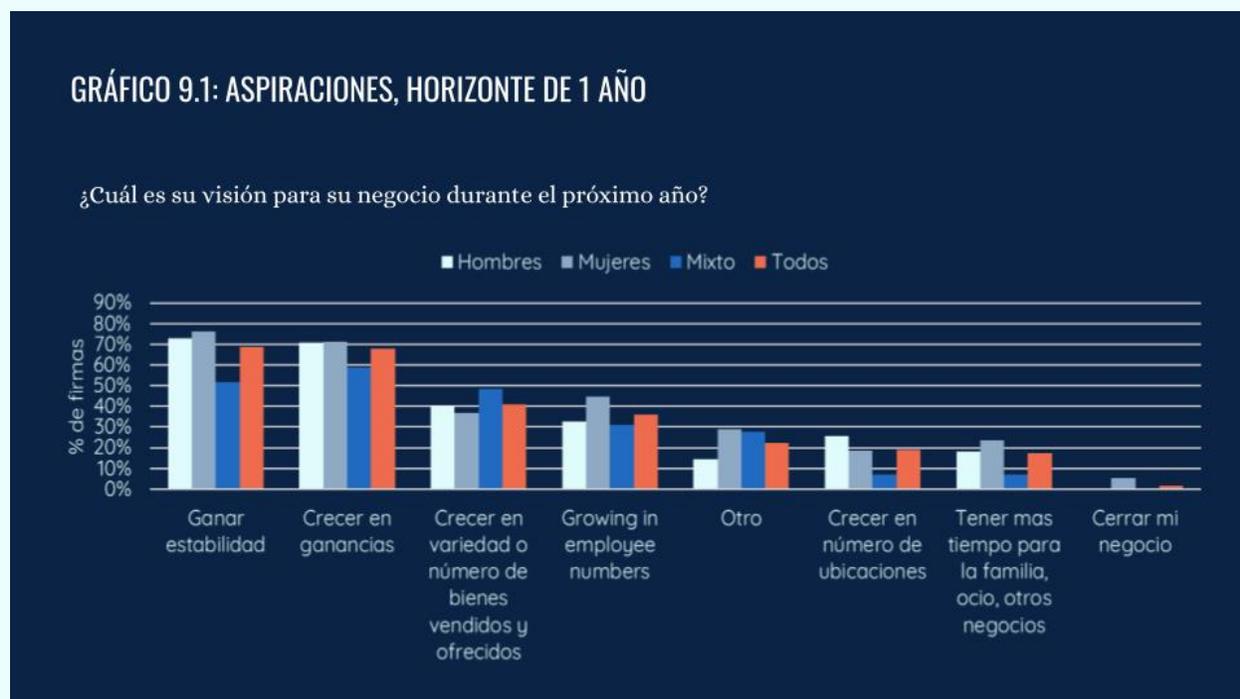
Casi el 70% de las empresas señala que aspiran a aumentar los niveles de estabilidad. Como sugieren las cifras, las empresas no consideran que el crecimiento y la estabilidad sean objetivos opuestos. De hecho, más del 70% de las empresas que aspiran al crecimiento aspiran también a ser estables. Este gran segmento contrasta de manera directa con la clásica dualidad existente en estos negocios (por ejemplo, emprendedor reacio frente a emprendedor entusiasta; emprendedor que sobrevive frente a emprendedor en constante crecimiento). Creemos que uno de los hallazgos más importantes de “Small Firm Diaries” es la existencia de esta gran categoría que denominamos

"Emprendedores de estabilidad" (consulte el resumen global de "Stability Entrepreneurs" para obtener más información sobre este tema, publicado en smallfirmdiaries.org).

Al revisar nuestros datos, en la mayoría de las medidas no encontramos diferencias significativas entre las empresas que crecieron y las que no crecieron en el transcurso del estudio. Cabe destacar que las empresas aspiran a invertir en materias primas tanto como en maquinaria productiva. Cuando se trata de preferencias, la gran mayoría de los grandes gastos son para obtener materias primas, mientras que muchos de los gastos que las empresas denominan "inversiones" son de hecho también para costear materias primas. Productores y no productores identifican barreras y desafíos similares. La estrategia principal de todas las empresas para hacer frente a los desafíos es intentar ahorrar.

EMPRENDEDORES DE ESTABILIDAD

Cerca de la mitad del año en que se implementó el estudio, le preguntamos a las empresas sobre su visión para el año siguiente y los próximos cinco años, proporcionándoles una variedad de opciones relacionadas con el crecimiento, así como también algunas opciones para identificar si existían aspiraciones al crecimiento: estabilidad, cerrar el negocio, dedicar menos tiempo al negocio. Diseñamos la pregunta de tal modo que “estabilidad” y “crecimiento” fuesen aspiraciones opuestas. Sin embargo, los datos muestran que los propietarios de las empresas no consideran que la estabilidad y el crecimiento se encuentren en oposición, sino que más bien se complementan entre sí. El crecimiento de las ganancias y la estabilidad fueron las dos respuestas más comunes para cada tipo de empresa, sin diferencias significativas entre las empresas en función del género de los propietarios (ver Gráfico 9.1), de la industria, la ubicación o el tamaño. Preguntamos sobre las aspiraciones para el año siguiente y durante los próximos 5 años porque pensamos que sería probable, dadas las interrupciones debido al COVID, que las empresas aspiren a una estabilidad a corto plazo y al crecimiento a largo plazo, o viceversa. Existen algunas diferencias particulares entre los horizontes temporales. El deseo de estabilidad se mantuvo de manera transversal con alrededor del 70% de las empresas que aspiran a una mayor estabilidad durante el año siguiente y durante 5 años. Sin embargo, la aspiración de crecimiento de las ganancias durante 5 años se reduce a más de la mitad, mientras que el deseo de crecimiento en otras métricas (empleados, ubicaciones, variedad de oferta) aumenta en el horizonte de 5 años.



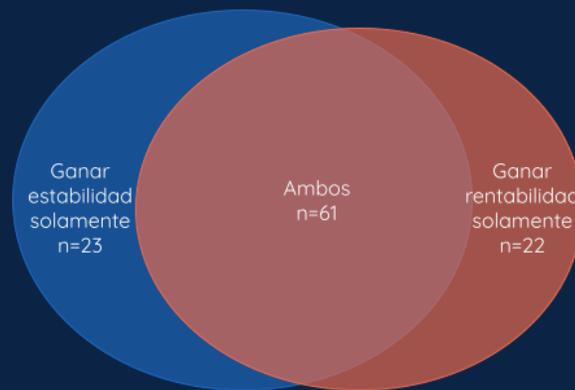
De las empresas que aspiran a la estabilidad o al crecimiento de las ganancias, más del 70% aspiran a ambos, lo que demuestra no solo que estas aspiraciones no son mutuamente excluyentes, sino que aspirar a ambos es la respuesta más común. De hecho, de los que dijeron aspirar a la

estabilidad, el 70% también eligió al menos una forma de crecimiento (ganancias, cantidad de bienes ofrecidos, número de empleados, múltiples ubicaciones).

La popularización de Schumpeter de la palabra emprendedor enfatizó la aspiración de crear y hacer crecer algo nuevo, no solo operar una pequeña empresa. Según esa definición, nuestras empresas califican como emprendedores: asumen riesgos en un entorno volátil para desarrollar sus negocios y aspiran a hacerlos crecer a corto y largo plazo. Sin embargo, al mismo tiempo tienen un deseo significativo de lograr una mayor estabilidad en lugar de asumir un riesgo adicional al que ya enfrentan. Esta categoría de “Emprendedores de Estabilidad” es el grupo más grande de empresas en “Small Firm Diaries”.

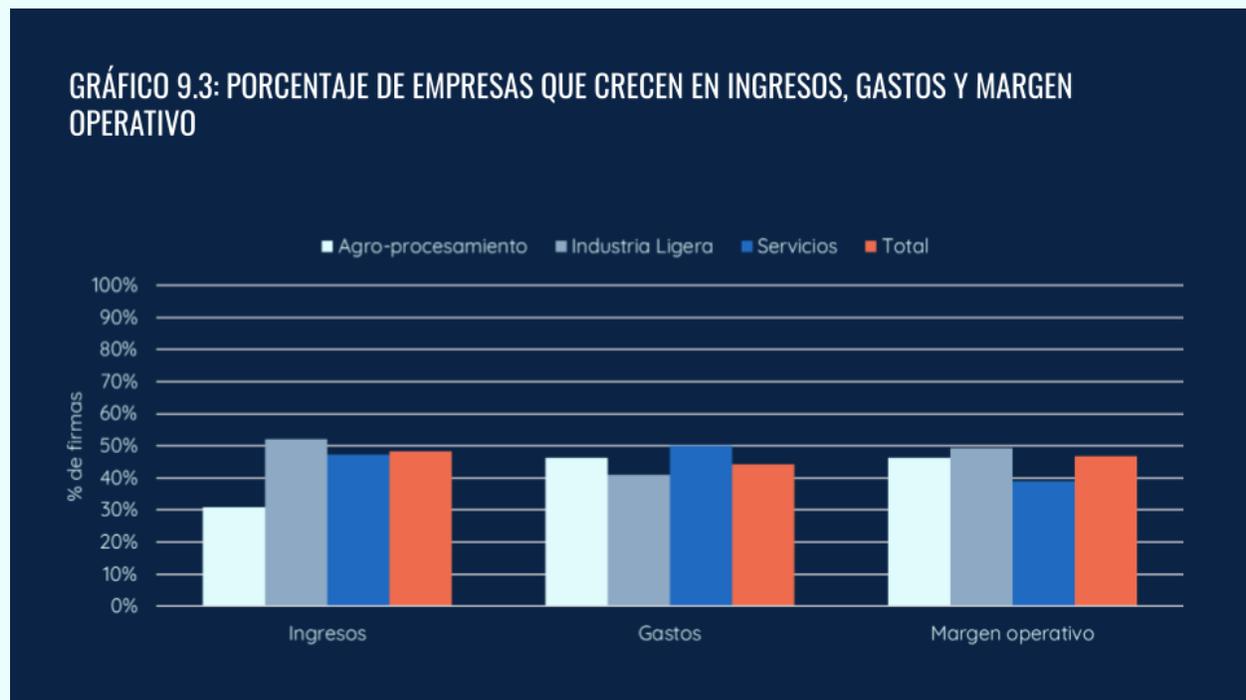
GRÁFICO 9.2: DIAGRAMA DE VENN DE ASPIRACIONES DE ESTABILIDAD Y CRECIMIENTO, HORIZONTE DE 1 AÑO

¿Cuál es su visión para su negocio durante el próximo año?

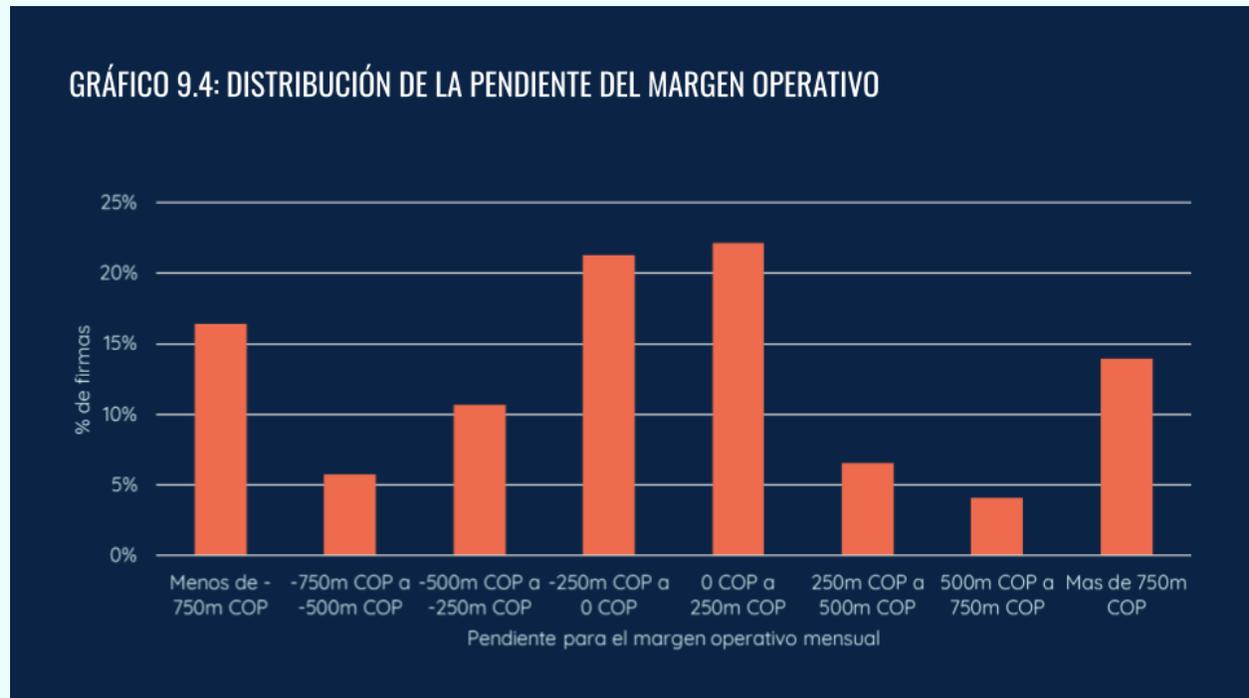


RENDIMIENTO VS ASPIRACIONES

Como se discutió anteriormente, es difícil cuantificar si las empresas efectivamente “crecieron” en un periodo de un año. Según nuestra medida de crecimiento preferida, mientras que más del 70% de las empresas esperan aumentar sus ganancias en el transcurso del año, menos del 50% realmente pudieron hacerlo. La proporción de empresas en crecimiento fue en gran medida la misma independientemente del género del propietario/a. Dado el entorno económico general, con una inflación en aumento a nivel mundial, también observamos el crecimiento de los ingresos, con resultados similares.

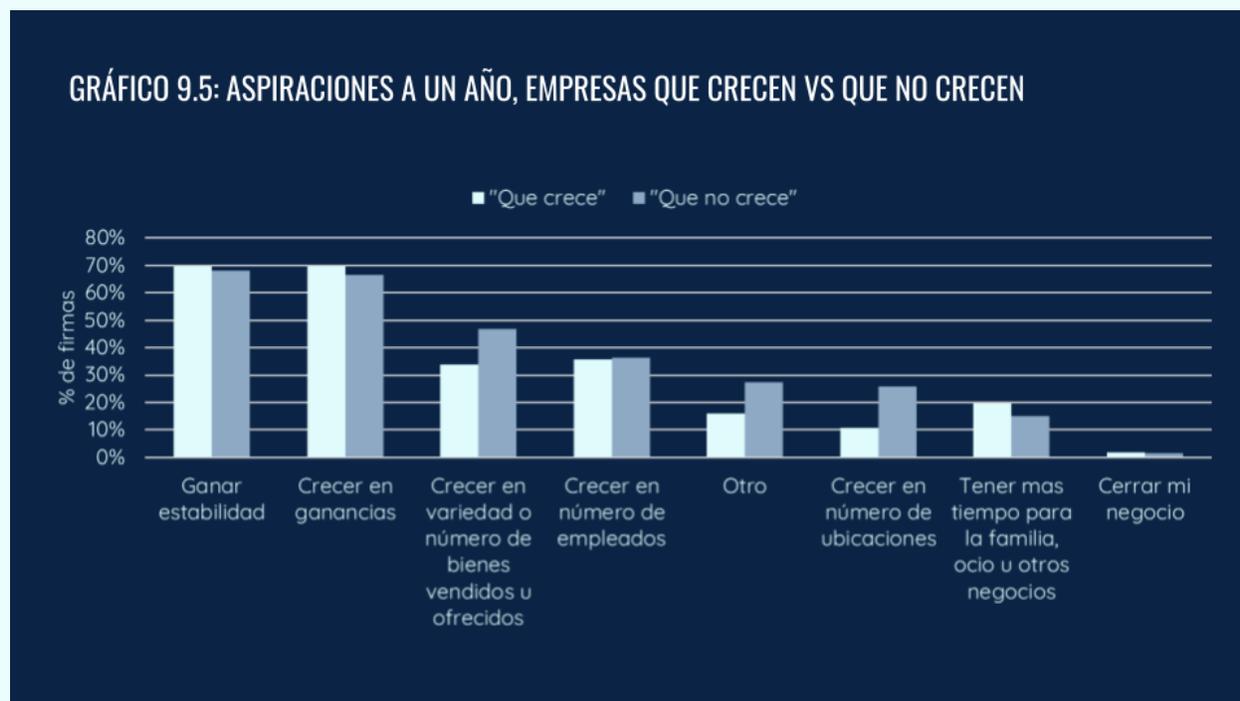


Nuestra medida de crecimiento incorpora cualquier empresa con pendiente positiva, por pequeña que sea. Para comprender mejor el nivel de crecimiento (o contracción) que experimentaron las empresas a lo largo del estudio, la gráfica 9.4 muestra la distribución de las empresas según la cantidad monetaria del cambio contenido en la pendiente. Más de la mitad de las empresas se encuentran entre -500.000 COP a +500.000 COP (-\$100 USD a +\$100 USD) de cambio mensual en el margen operativo—estas empresas, dada la volatilidad que vemos, no estarían logrando sus aspiraciones de crecimiento ni estabilidad.



ASPIRACIONES Y CRECIMIENTO

La razón por la que nos enfocamos en las aspiraciones es debido a la posibilidad de que empresas de este tamaño no muestran crecimiento simplemente porque no aspiran a crecer. Habiendo establecido que las empresas desean crecer, pero a un ritmo prudente que produzca una mayor estabilidad, pasamos a ver si las aspiraciones de crecimiento o el crecimiento real medido se correlacionan con otros comportamientos o resultados. En esta sección, "que crece" se refiere a las empresas que tienen una pendiente positiva de margen operativo. En su mayor parte, no hay diferencia de aspiraciones entre las empresas que crecieron y las que no, aunque las empresas que no crecieron en el margen operativo expresaron interés en crecer en la variedad de bienes vendidos y el número de ubicaciones en mayor porcentaje que los que crecieron (Gráfico 9.5).



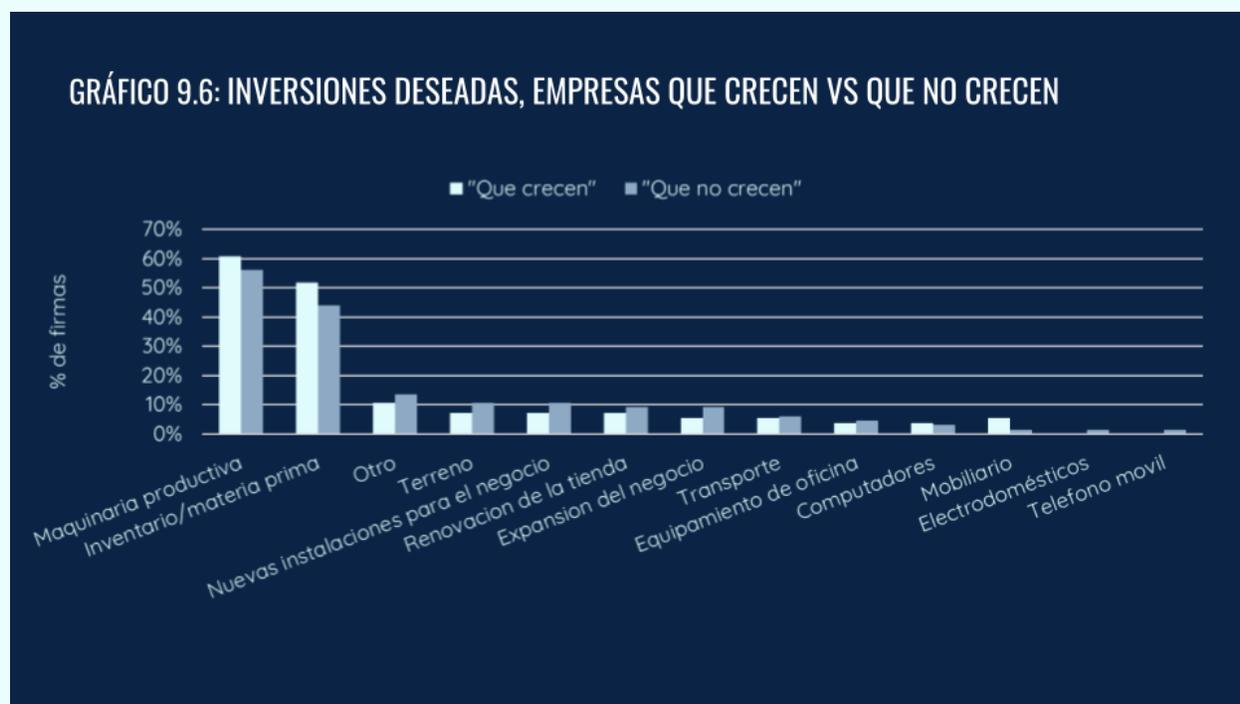
PRÁCTICAS COMERCIALES, INVERSIONES Y BARRERAS AL CRECIMIENTO

Si las aspiraciones no marcan una diferencia en el crecimiento, es natural preguntarse si otras prácticas están más correlacionadas con el crecimiento y si efectivamente los "que crecen" perciben distintas barreras al crecimiento que los "que no crecen". En resumen, no existen diferencias significativas entre los que crecen y los que no crecen en cuanto a prácticas comerciales, empleo, diversificación o conductas de inversión.

Dado que la mayoría de los esfuerzos de política centrados en el crecimiento en este segmento de la economía dan prioridad a la inversión (por ejemplo, políticas para otorgar crédito a la inversión o subsidiar el crédito a la inversión), analizamos especialmente el comportamiento y las intenciones de inversión de las empresas. Para hacerlo, durante el estudio, les pedimos a las empresas que categorizaran sus gastos incorporando "inversión" como una de las categorías. Utilizando datos

cuantitativos también observamos las inversiones de las empresas a través de un ángulo diferente: el tamaño relativo de los gastos. Específicamente, observamos los gastos individuales que representan una cantidad mayor que el promedio más 3 veces la desviación estándar de un gasto individual en una empresa determinada. Las clasificamos como “grandes compras”.

Cuando preguntamos a las empresas sobre las inversiones que les gustaría hacer, poco menos del 60% de ellas informan que les gustaría invertir en maquinaria productiva. La única otra inversión a la que aspira una parte importante de las empresas son la obtención de materias primas, algo que casi el 50% de las empresas señaló, aunque las materias primas no calificarían como una inversión en la mayoría de los programas de crédito para pequeñas empresas. Curiosamente, si bien no hay una brecha entre los que crecen y los que no crecen en términos de la intención de invertir en maquinaria, los que crecen reportan interés en comprar mercancías de materias primas a una tasa casi un 10% más alta que los que no crecen.



La mayoría de las empresas, que crecen o no, realizaron una "compra grande" en algún momento del período de estudio. Cuando observamos estos gastos durante el año, encontramos que las grandes compras se centraron en gran medida en materias primas, no en activos; no hubo diferencias entre las empresas que crecen y las que no crecen en estos términos.



Consistente con el hecho de que el valor de las grandes compras se centra en las materias primas, el 60% de las empresas en Colombia informan que la mayor barrera para lograr sus aspiraciones es el acceso a las materias primas y el aumento de sus costos. Menos de la mitad de las empresas informan que el acceso al financiamiento es una barrera importante para sus aspiraciones (consulte el gráfico 9.8). Cuando, en cambio, preguntamos a las empresas sobre las barreras para realizar las inversiones deseadas (que, como se señaló anteriormente, a menudo son materias primas), más de las tres cuartas partes dicen que la falta de capital es una barrera importante. En conjunto, esto sugiere que las empresas no perciben que se necesiten activos adicionales para lograr sus objetivos de crecimiento y estabilidad. En cambio, la barrera más importante es el capital de trabajo y no perciben que el financiamiento externo sea el camino para mejorar este aspecto. Si bien no entramos en detalles aquí, es importante mencionar que el 60% de las empresas (sin diferenciar entre los que crecen y los que no crecen) reportaron que poseen fondos de reserva específicamente para hacer frente a los riesgos, lo que puede ayudar a explicar por qué a las empresas les resulta difícil autofinanciar niveles deseados de “inversiones” en materia prima.



Créditos

Los investigadores principales del proyecto global “Small Firm Diaries” son Timothy Ogden y Jonathan Morduch; y por la parte colombiana, Luz Magdalena Salas Bahamón y Jana Schmutzler De Uribe. Los investigadores principales agradecen las contribuciones de Rachael Eplee, Laura Freschi, Michelle Kempis, Yeji Lee, Camila Londoño Sanin y David Pinedo De La Hoz en la creación de este Informe país.

El proyecto global “Small Firm Diaries” está dirigido por la Iniciativa de Acceso Financiero (FAI por sus siglas en inglés) en NYU Wagner. La investigación de campo fue realizada por L-IFT y MFO. El financiamiento para el estudio global fue proporcionado por el Centro Mastercard para el Crecimiento Inclusivo (“Mastercard Center for Inclusive Growth”) y la Fundación Bill y Melinda Gates. En Colombia, el financiamiento adicional provino de la Fundación Argidius y la Red de Emprendedores del Desarrollo de Aspen (ANDE). FAI agradece las asociaciones de investigación con la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad del Norte; también a las alianzas con colaboradores expertos del Departamento Nacional de Planeación; las Cámaras de Comercio de Bogotá, Barranquilla y Cali; Fundación Carvajal; Fundación Capital; fondos; Fundación WWB; Asobancaria y Banco de las Oportunidades.

Acerca del Estudio

“Small Firm Diaries” es una iniciativa global para comprender mejor a las pequeñas empresas en localidades de bajos ingresos de países en desarrollo.

Visite smallfirmdiaries.org para obtener más información y acceder a publicaciones adicionales.

Referencias

- Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). "Retos y oportunidades de las pymes en Colombia", <https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>, accessed February 14, 2023.
- Bloom, Nicholas and John van Reenen, 2007. "Measuring and Explaining Management Practices Across Firms and Countries," *The Quarterly Journal of Economics*, 122(4): 1351-1408.
- Bloom, Nicholas, and John Van Reenen, 2010. "Why Do Management Practices Differ across Firms and Countries?" *Journal of Economic Perspectives*, 24 (1): 203-24.
- Bloom, Nicholas, Benjamin Eifert, Aprajit Mahajan, David McKenzie, and John Roberts, 2013. "Does Management Matter? Evidence from India," *Quarterly Journal of Economics*, 128(1): 1-51.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), "Nota Estadística y Dinámica Empresarial", 2022 https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/jun_2022_nota_estadistica_demografia_empresarial.pdf
- International Labour Organization. "The power of small: How SMEs are driving job creation and inclusive growth", <https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/Employment/SMEs#power-of-small>, accessed February 14, 2023
- McKenzie, David and Christopher Woodruff, 2017. "Business Practices in Small Firms in Developing Countries," *Management Science*, 63(9): 2967-2981.
- McKenzie, David and Christopher Woodruff, eds., 2021. "Training Entrepreneurs: Issue 2," <https://voxdev.org/lits/training-entrepreneurs>.
- World Bank Gender Data Portal, "Firms with female participation in ownership (% of firms)", <https://genderdata.worldbank.org/indicators/ic frm femo zs/>, accessed February 14, 2023.