

Comentario Económico del día

Director: Sergio Clavijo

Noviembre 20 de 2017

Con la colaboración de Alejandro Vera y Daniela Londoño

Formación de Capital Social en las Pyme de Colombia

Según los datos más recientes del Informe de Competitividad Global (2017-2018), Colombia ocupó el puesto 64 entre 137 naciones en el pilar de sofisticación empresarial (vs. 59 observado un año atrás). Allí las bajas calificaciones en los índices de desarrollo de *clusters* (3.7/7.0) y sofisticación de los procesos de producción (3.7/7.0) constituyeron grandes impedimentos para mejorar la competitividad de dicho pilar.

La sofisticación empresarial a nivel país se encuentra relacionada con la calidad de sus redes globales y de las redes de operaciones y estrategias de sus empresas. Fuertes redes empresariales (capital social), acompañadas de industrias de apoyo, generan interconexiones entre firmas, lo que permite aumentar eficiencias y generar innovaciones en procesos-productos. Por tal motivo, este capital social empresarial resulta ser un mecanismo valioso para la generación de crecimiento y desarrollo económico.

Es precisamente en estos temas de capital social donde la medición de la GEP, del primer semestre de 2017, buscó arrojar luces adicionales sobre dichas relaciones en las Pymes del país. Para esto se incluyeron dos preguntas sobre la materia, que se sumaron al módulo de formación de precios reportado recientemente y donde se destacó la elevada frecuencia de cambio de precios en las Pymes de comercio (ver *Comentario Económico de Día* 23 de octubre de 2017).

En la primera pregunta, se indagó entre los pequeños y medianos empresarios del país si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Allí se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio de su ciu-

dad (85% en industria y comercio, y 86% en servicios), ver gráfico 1.

Adicionalmente, se evidenció una muy baja participación o asociación de los empresarios colombianos con las instituciones del Estado: i) menos del 6% de los empresarios encuestados manifestó tener un vínculo con la Alcaldía; ii) menos del 3% de los encuestados señaló tener relación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas con el gobierno nacional; y iv) menor aún fue la conexión de los empresarios Pyme con su respectiva Gobernación (1% en industria, comercio y servicios).

También se observaron bajos niveles de participación o asociación de los empresarios con los gremios (9% de los industriales, el 7% de los comerciantes y el 11% de los empresarios de servicios). Finalmente, la conexión entre los empresarios y las universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación fue aún peor (1% en industria, 1% en comercio y 3% en servicios).

Esto evidencia que las Cámaras de Comercio se han convertido en el socio estratégico para las Pyme del país, “reemplazando” en muchas zonas las funciones que deberían tener instituciones públicas. En el frente de universidades, aparece el reto de lograr articularse con el sector privado para lograr que sus aportes académicos, de verdad, redunden en mejoras en innovación empresarial y desarrollo para el país.

Posteriormente, la segunda pregunta sobre capital social de la GEP, del primer semestre de 2017, buscó indagar sobre cómo consideraban los empresa-

Continúa

Director: Sergio Clavijo

Con la colaboración de Alejandro Vera y Daniela Londoño

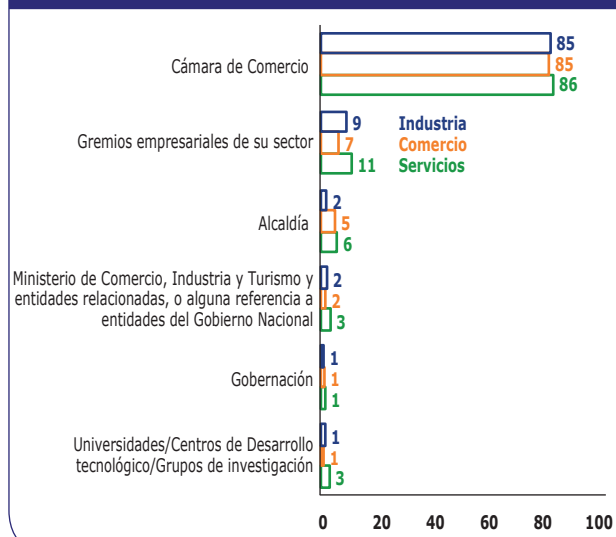
rios Pyme que les beneficiaba la alianza con dichas entidades. Allí se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (42% en industria, 44% en comercio y 46% en servicios), ver gráfico 2. De igual modo, se observaron beneficios a nivel de firma relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares-establecer alianzas (24% en industria, 21% en comercio y 24% en servicios); y ii) en menor medida, incrementar el nivel de ventas (13% en industria, 11% en comercio y 9% en servicios).

No obstante, los beneficios relacionados con la ampliación de mercados y el desarrollo de nuevos productos resultaron pobres, lo que reafirma la baja capacidad de innovación del empresariado local. En el caso de la ampliación de mercados, tan solo el 3% de las Pymes industriales y el 9% de las de comercio y servicios reportaron que las alianzas con estas entidades públicas-privadas las ayudaron para el conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados. Además, menos de una décima parte de los encuestados encontró dichas relaciones útiles a la hora de incursionar en nuevos mercados (3% en industria, 4% en comercio y 5% en servicios).

En el caso de nuevos productos, solo el 2% de las Pymes de industria y comercio y el 4% de las de servicios dijeron haber tenido algún beneficio de las alianzas con entidades públicas-privadas para el desarrollo de nuevos productos-servicios.

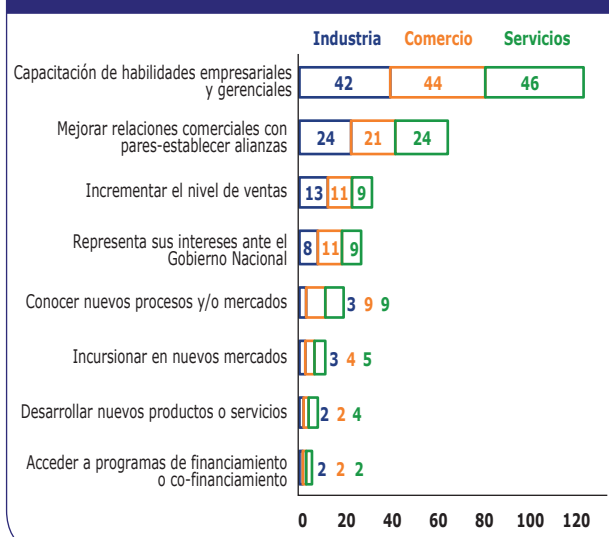
En síntesis, los últimos resultados de la GEP, del primer semestre de 2017, mostraron indicios de que el capital social empresarial de la pequeña y mediana empresa en Colombia es muy bajo. La mayoría de las empresas está vinculada con la Cámara de Comercio de su ciudad, lo que ratifica la buena labor de estas instituciones a nivel regional, pero existe una muy baja participación-asociación de los empresarios colombianos con las instituciones del Estado, gremios y universidades. En este último caso, queda un reto muy grande para que se genere la articulación necesaria entre sector privado y academia que dinamice los procesos de innovación en el país. Esto se ratifica en que los beneficios de estas alianzas se basan principalmente en actividades de capacitación y no en innovación y exportación (nuevos mercados, nuevos productos, entre otros). En últimas, estas carencias son las que limitan el incremento de la productividad empresarial Pyme y, de esta forma, restringen el crecimiento económico del país.

Gráfico 1. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.

Gráfico 2. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?



Fuente: Gran Encuesta Pyme 2017-I.