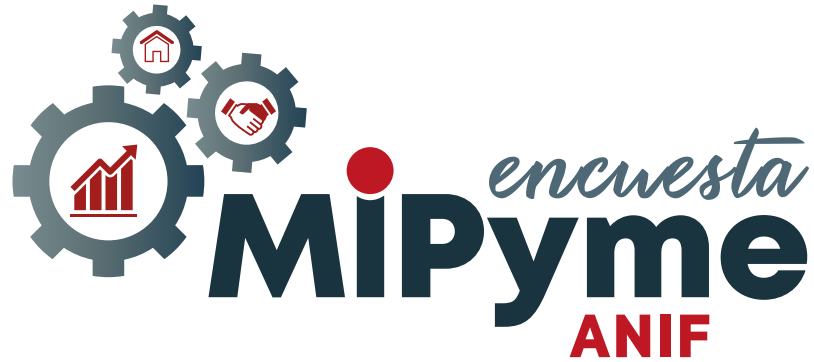


encuesta
MiPyme
ANIF

Informe de resultados
2022 - 2023



ISSN 2805-9395
(En línea)



Informe de resultados 2022-2023



Firma Encuestadora:



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE™

Contenido General

Presentación EMP 2023	4
Composición	5
Análisis tradicional	7
Formalidad empresarial	7
Características generales de la empresa y el tomador de decisiones	11
Dinámicas de empleo	15
Equidad de género al interior de las MiPymes	18
Desempeño y decisiones productivas	22
Financiamiento	26
Comercio exterior	31
Temas de coyuntura	33
Digitalización	36
Sostenibilidad	40
Subsistencia: una mirada distinta de las microempresas	43
Fecha técnica	51

Presentación EMP 2022-2023

ANIF – Centro de Estudios Económicos, el Banco de la República, Bancóldex, BID Invest, y el BID tienen el gusto de presentar los resultados del 2022-2023 de la Encuesta MiPyme ANIF (EMP).

Con esta medición la Encuesta completa 3 lecturas en su nuevo formato en el que se presentan 10 módulos temáticos: formalidad e informalidad, características generales, empleo, género, situación actual, financiamiento, comercio exterior, temas de coyuntura y digitalización. Con el capítulo de formalidad e informalidad en la EMP, ANIF reafirma su compromiso de dar participación al segmento informal. Esto ha permitido avanzar en la incorporación de estas empresas en el levantamiento de la información y ha redundado en un mayor conocimiento de los rasgos propios de este tipo de empresas.

Además de lo anterior, esta edición incluye, por primera vez, el módulo de sostenibilidad, que se enfoca en entender el comportamiento de las MiPymes frente a cuestiones medioambientales y sociales. Igualmente, se incluye en este informe un capítulo de subsistencia que plantea una subdivisión de las microempresas y analiza la inclusión que estas han tenido en el sistema financiero y su nivel de transformación digital.

Desde la entrega de 2021-1, la estrategia de muestreo que se implementa para la EMP consiste en un muestreo estratificado que es representativo por región, sector y tamaño de empresa, a fin de encontrar características diferenciales. El universo de estudio empleado fue el Directorio Estadístico de Empresas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), con la información más reciente disponible al momento de iniciar el operativo de campo. El directorio contenía un total de 861.083 empresas a lo largo y ancho del país. La agrupación por sector se efec-

tuó usando el código CIU-4.0, según recomendación de Confecámaras, y el tamaño de la empresa se determinó teniendo en cuenta el número de empleados. La regionalización del país se hizo adoptando la misma construcción de regiones que utiliza el DANE de manera recurrente para la aplicación de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, excluyendo a la región de Orinoquía-Amazónica, lo que posibilita un espectro de análisis más amplio del tejido empresarial de las MiPyme.

Para lograr representatividad por región, sector y tamaño se generó el marco de muestreo con una variable adicional que contuviera la combinación de los tres criterios, dando como resultado 84 estratos que contienen todas las combinaciones posibles de las variables mencionadas. Enseguida, se calculó una muestra aleatoria en cada estrato. Luego de los ajustes finales y para lograr representatividad por sector, tamaño y región se estimó la muestra con un error global del 4,8% para los sectores de industria, comercio y servicios, y del 8,4% para las empresas de construcción. De esta forma, se garantizó un error estándar relativo máximo observado para una frecuencia de mínimo 25% con una confiabilidad del 95%. Así, la lectura de 2022-2023 está constituida por una muestra total de 4.730 empresas.

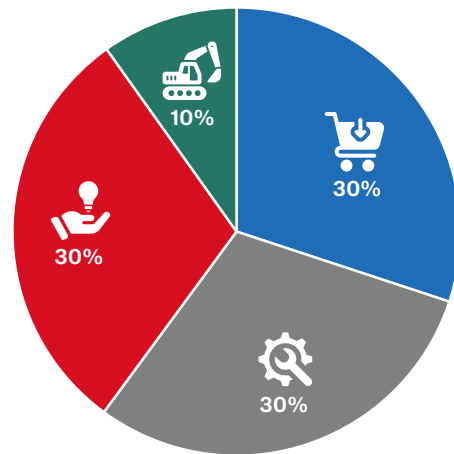
ANIF reitera su agradecimiento a los patrocinadores de la EMP, quienes, a través de su apoyo técnico y económico, contribuyen a su consolidación como una de las principales fuentes de información estadística sobre este importante segmento empresarial en Colombia. Con esto en mente en ANIF hemos puesto como prioridad para las futuras lecturas la recopilación de información que permita el desarrollo de productos, servicios, programas y políticas enfocadas en avanzar en la inclusión financiera de las MiPymes, su transformación digital y sostenible.

Composición

La composición de la encuesta por tamaño, sector y región responde a los requerimientos de representatividad que persigue esta medición desde hace 3 años. Al tomar como referencia el Directorio Estadístico del DANE, 69% de las 4.730 empresas se clasifican como microempresas, 22% como pequeñas y 9% como medianas (ver Gráfico 1). Por sector económico, la distribución resulta ser homogénea entre el comercio, la industria y los servicios (30%, cada uno), mientras que el sector constructor participa con una proporción inferior en respuesta al universo de empresas pertenecientes a este sector (10%), ver Gráfico 2.

En cuanto a la participación regional, Bogotá concentra el 25% de las empresas encuestadas dada su relevancia productiva y el volumen de empresas que acoge. En esa misma línea, Antioquia y Atlántica agrupan de forma individual 16% de la muestra, seguidos de la región orien-

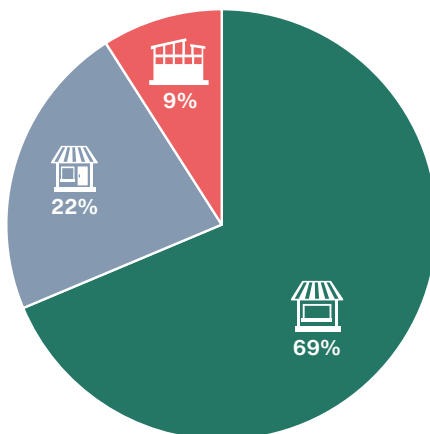
Gráfico 2. Distribución de la muestra por sector



■ Comercio ■ Industria ■ Servicios ■ Construcción

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

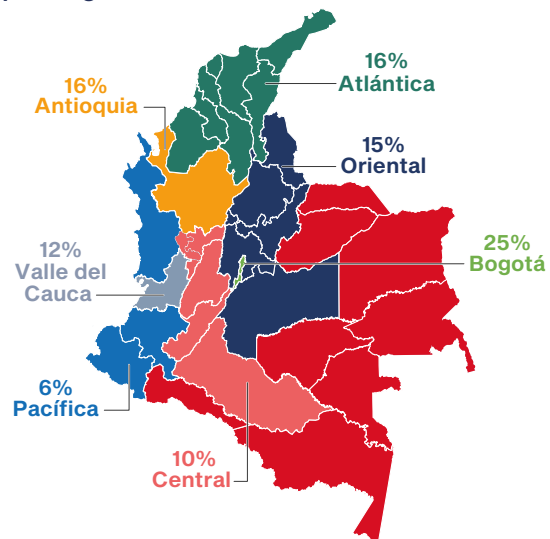
Gráfico 1. Distribución de la muestra por tamaño de empresa



■ Microempresa ■ Pequeña ■ Mediana

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Ilustración 1. Distribución de la muestra por región










Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.








te, que concentra el 15% de las lecturas. Por último, el Valle participa con 12%, la región central con 10% y la pacífica con 6% (ver ilustración 1).

En resumen, el levantamiento de información para 2022-2023 cuenta con la siguiente distribución (Tabla 1):

Tabla 1. Distribución de la muestra
A. Por tamaño y sector

	 Microempresa	 Pequeña	 Mediana	Total
 Comercio	994	314	114	1.422
 Industria	914	358	148	1.420
 Servicios	1.034	268	120	1.422
 Construcción	306	114	46	466

B. Por tamaño y región

 Antioquia	474	187	74	735
 Bogotá	842	249	98	1.189
 Atlántico	541	152	59	752
 Oriental	482	163	71	716
 Valle del Cauca	389	136	58	583
 Central	326	111	45	482
 Pacífica	194	56	23	273
Total	3.248	1.054	428	4.730

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

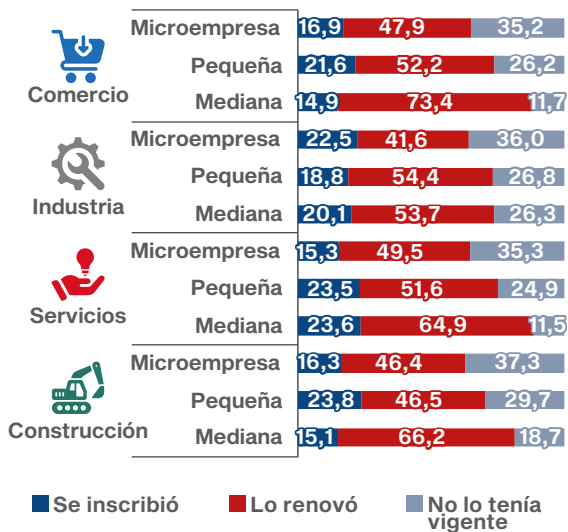
Formalidad empresarial

El análisis de la lectura inicia con un módulo presentado por segunda vez en la EMP: la formalidad empresarial. Por medio del levantamiento de datos se busca explorar los matices de la informalidad dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas en los sectores de comercio, industria, servicios y construcción. Para ello se desarrolló un grupo de preguntas que busca identificar los distintos niveles de informalidad y las razones que la perpetúan.

En primer lugar, se indagó respecto al estado del Registro Mercantil. Más de la mitad de las MiPymes respondió que renovó el registro (54% en promedio) y 26,7% que no lo tenía vigente. Al hacer un análisis sectorial, se observa que las empresas de servicios pequeñas y medianas registraron una proporción más grande de inscripción con respecto a las del mismo tamaño de otras industrias (23,6% vs. 19,1%), ver Gráfico 3.

Con respecto al Registro Único Tributario, la mayoría de las MiPymes reportó contar con este requisito (86,6% en promedio). Por tamaño, las microempresas fueron las que mostraron los menores porcentajes (78,6% en promedio indicó tener registro), entre las cuales las industriales tuvieron menor nivel de respuestas afirmativas

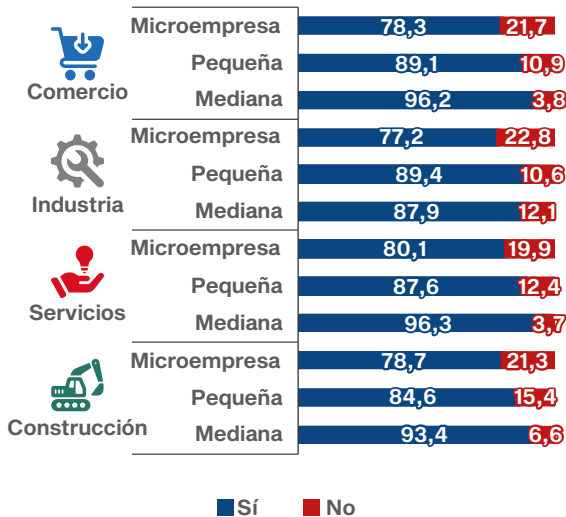
Gráfico 3. ¿Respecto al Registro Mercantil usted?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

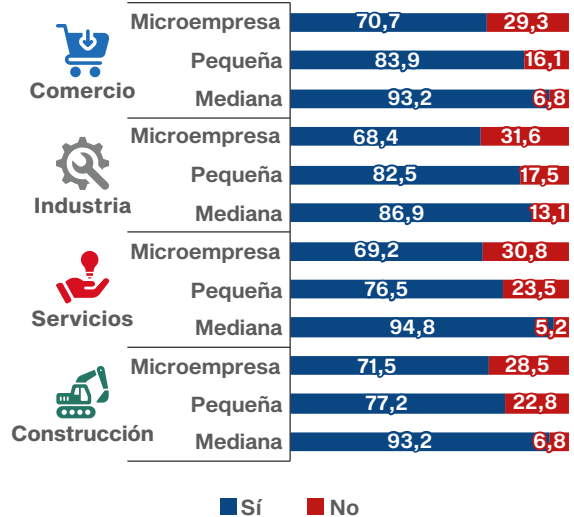
(77,2%). Por sector, las empresas de industria (84,8%) y construcción (85,6%) fueron las que registraron los menores porcentajes afirmativos

Gráfico 4. ¿Su negocio contaba con Registro Único Tributario (RUT)?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 5. ¿Su negocio contaba con Número de Identificación Tributaria (NIT)?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

(vs. 87,9% promedio en las del mismo tamaño de otras ramas de actividad), ver Gráfico 4.

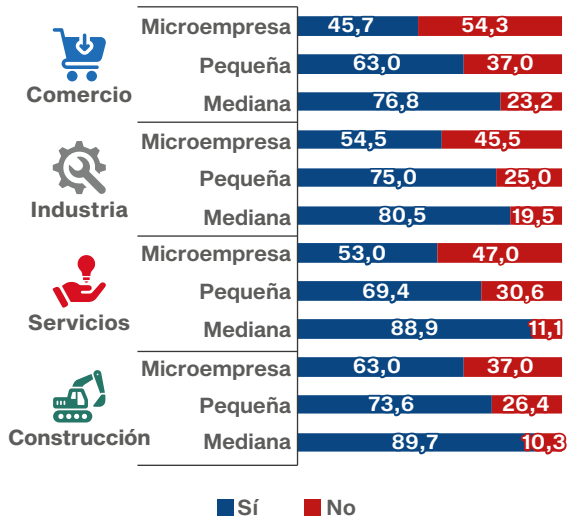
Partiendo de estos resultados, al indagar por la tenencia de NIT se observa una leve disminución en el porcentaje de respuestas afirmativas aun en las empresas medianas, las cuales están por encima del 90% para los sectores de comercio, servicios y construcción. En el caso de las microempresas, en promedio el 70% de estas señala contar con NIT, proporción que incrementa a 80% cuando se les pregunta a las pequeñas. En cuanto al comportamiento por sector económico, el comercio y la construcción registran los mejores comportamientos (82,6% y 80,6%) aunque la industria y los servicios no se alejan de esta dinámica, (ver Gráfico 5).

Si bien los resultados en materia de documentación son relativamente buenos, la encuesta también busca identificar otros factores de informalidad empresarial. Para esto se incluyeron preguntas sobre los certificados de aportes a salud y/o pensión de los empleados, donde se encuentra un panorama menos favorable. Las mi-

croempresas de todos los sectores son las que menos cuentan con certificados, especialmente las de comercio (54,3% no lo tiene) y las de servicios (47%). Además, la construcción se consolida como la actividad económica con mejores resultados en este ámbito (en promedio, 75,4% de las empresas del sector cuenta con estos certificados). Este comportamiento puede estar relacionado con los requerimientos intrínsecos de la actividad que desarrollan, (ver Gráfico 6).

Esta encuesta permite también entender las razones por las cuales las empresas no tienen estas certificaciones. Al observar los resultados salta a la vista que entre los encuestados la mayoría piensa que hacer gestión de estos trámites es costoso o no están interesados. Ahora bien, en el caso de las empresas medianas de la construcción, la segunda razón por la cual no cuentan con este tipo de certificaciones es porque no entienden cómo hacer los trámites. Este resultado resalta la importancia de realizar campañas que faciliten y visibilicen estos procesos para que cada vez más empresas cumplan con todos los requisitos, (ver Gráfico 7).

Gráfico 6. ¿Su negocio contaba con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?*

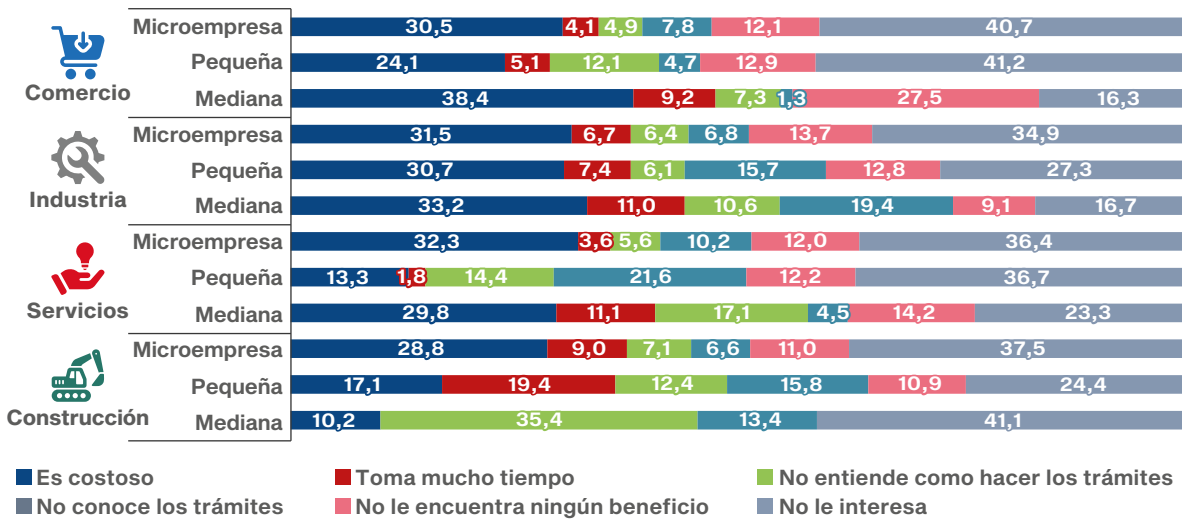


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

En esta sección también se pregunta a las empresas por los instrumentos utilizados para el uso y manejo del dinero, pues un menor uso del efectivo suele asociarse a menores niveles de informalidad. Los resultados indican que las microempresas son las que hacen un mayor uso del efectivo como instrumento principal de sus finanzas. A medida que aumenta el tamaño de las empresas se reduce el uso del efectivo en favor de las cuentas de ahorro, en el caso de las empresas pequeñas, y corriente, en el caso de las empresas medianas, (ver Gráfico 8).

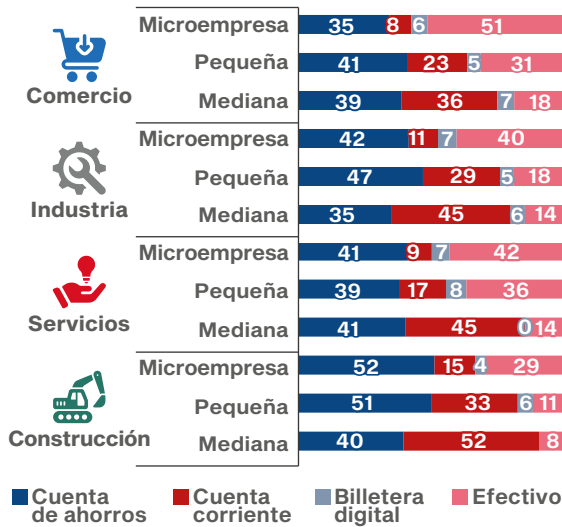
Finalmente, se preguntó a las empresas si contaban con un sistema de contabilidad, pues la presencia de un sistema de contabilidad podría indicar que una empresa se toma en serio su gestión financiera y cumple con las normativas legales. En promedio, 46,8% de las microempresas no cuenta con algún sistema de contabilidad, mientras 52% de las empresas

Gráfico 7. ¿Por qué su negocio no contaba con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?*



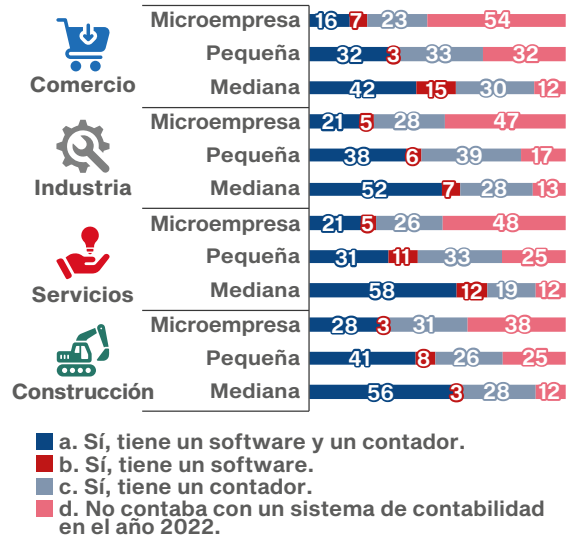
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 8. ¿Cuál es el principal instrumento que utilizó la empresa para el manejo de dinero?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 9. ¿Su empresa contaba con un sistema de contabilidad?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

medianas suele contar con un software o un contador para llevar a cabo su gestión financiera. En general, la proporción de empresas que cuenta con un software aún es muy inferior a la

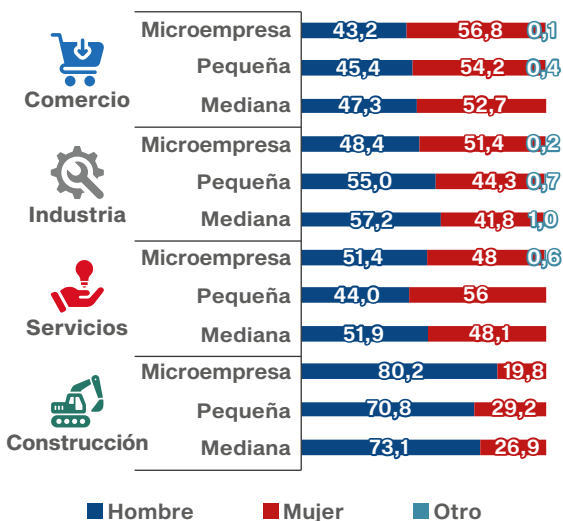
de las empresas que cuentan con un contador y son las empresas en el sector de los servicios las que más utilizan alguno de estos, (ver Gráfico 9).

Características generales de la empresa y el tomador de decisiones

Continuamos el análisis con un módulo que aborda preguntas relacionadas con el propietario o tomador de decisiones de la empresa. En promedio, en las empresas comerciales 55% de las empresas son dirigidas por mujeres, 45% por hombres y 0,2% por otros. En las de industria,

la distribución muestra 46% de mujeres, 54% de hombres y 0,6% otros. En servicios la distribución es más equitativa, con 51% de las empresas dirigidas por mujeres, 49% por hombres y 0,2% por otros. Finalmente, en construcción se revierte drásticamente el comportamiento y únicamente 25% de las empresas están dirigidas por mujeres y 75% hombres, (ver Gráfico 10).

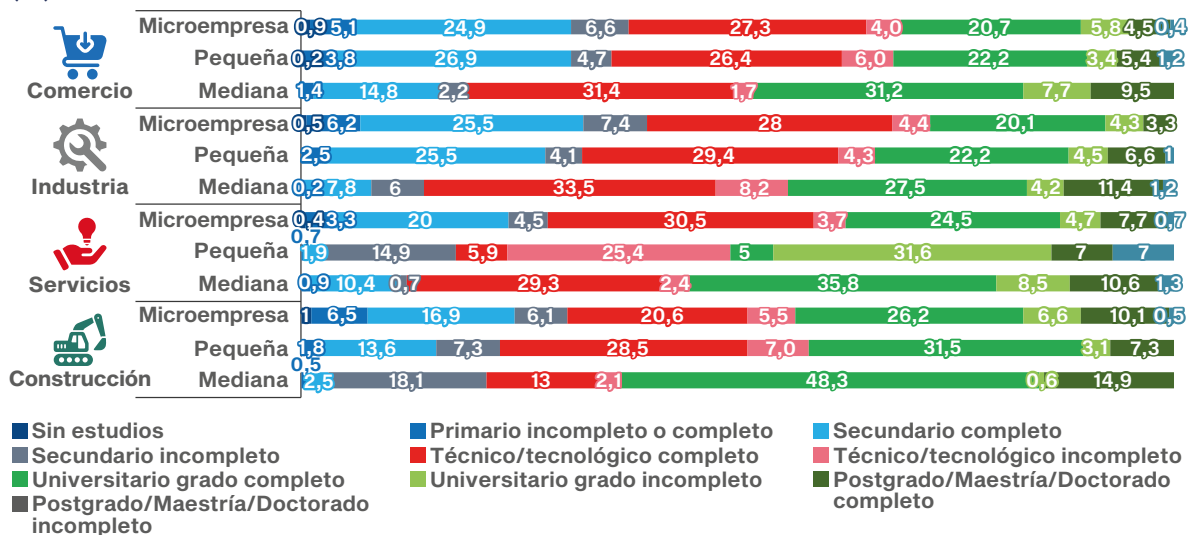
Gráfico 10. Sexo al nacer del tomador de decisiones de la empresa* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Con relación al nivel educativo, se encontró que la mayoría de los tomadores de decisiones cuenta con un título universitario completo, especialmente en las empresas medianas del sector de construcción, donde el 48,3% cuenta con este título. Los niveles educativos de títulos técnicos/tecnológicos y secundaria completa también resultaron comunes entre los encuestados. Llama la atención que en el caso de las empresas pequeñas en el sector de servicios una gran parte de los encuestados respondió tener un técnico/tecnológico incompleto (25,4%) o un grado universitario incompleto (31,6%). Los niveles de educación menos comunes en los empresarios son las personas sin estudios, posgrado/maestría/doctorado incompleto y técnico/tecnológico incompleto (salvo en el caso de las empresas pequeñas de servicios). Lo anterior indica que cada vez los tomadores de decisiones cuentan con una mayor capacitación que podría verse reflejada en la formalización y resultados de sus empresas, (ver Gráfico 11).

Gráfico 11. Último nivel educativo alcanzado por el tomador de decisiones de la empresa* (%)

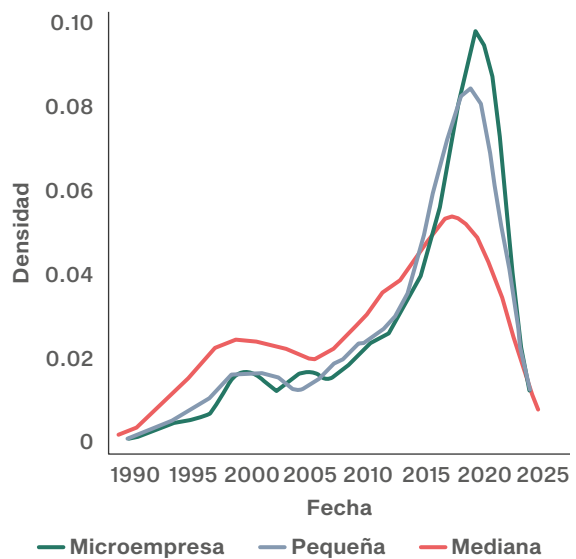


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Otro factor para tener en cuenta es el año de creación de las empresas de los encuestados. Se observa que desde 1990 hubo una tendencia creciente en la creación de empresas que llegó a su pico en 2020, año a partir del cual ha caído drásticamente como consecuencia de la pandemia del COVID-19. Por tamaño, la creación de las microempresas y las empresas pequeñas se ha concentrado en los últimos cinco años, mientras que las empresas medianas indican una mayor dispersión en cuanto al año de creación, (ver Gráfico 12).

La razón más común de los dueños encuestados en todos los sectores para haber iniciado su empresa es haber identificado una oportunidad de negocio en el mercado, especialmente en las empresas medianas. En los sectores de servicios y construcción, para todos los tamaños de empresa, la segunda razón más común para iniciar la empresa es poder ejercer su oficio, carrera o profesión. En el sector de comercio, la segunda razón más común es poder complementar el ingreso familiar o propio y, en el caso del sector de industria, la segunda razón más frecuente es la tradición familiar o herencia. En todos los sectores y tamaños la razón menos frecuente fue probar suerte, lo cual refleja que la decisión de iniciar una empresa responde en

Gráfico 12. ¿En qué año se constituyó la empresa? (Distribución)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

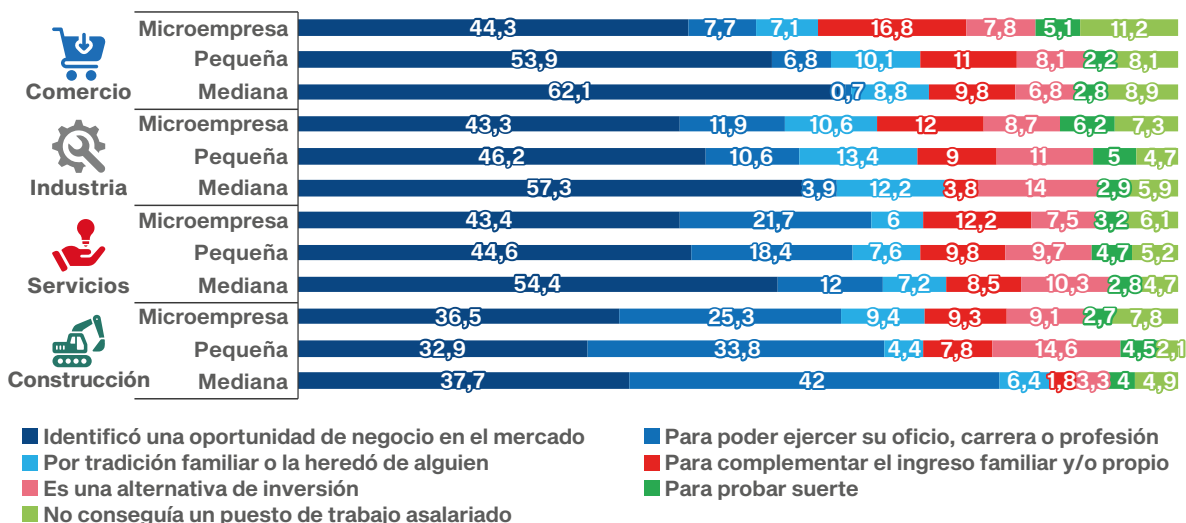
la gran mayoría de los casos a las dinámicas del mercado de bienes y servicios, (ver Gráfico 13).

En la encuesta también se indaga sobre las fuentes de financiamiento con las que se conta-

ba al iniciar la empresa. La respuesta más común fue recursos propios (42% en promedio), seguida del financiamiento/préstamos bancarios (20% en promedio) y la ayuda de amigos o familiares (18% en promedio). Aunque el crowdfunding/inversores

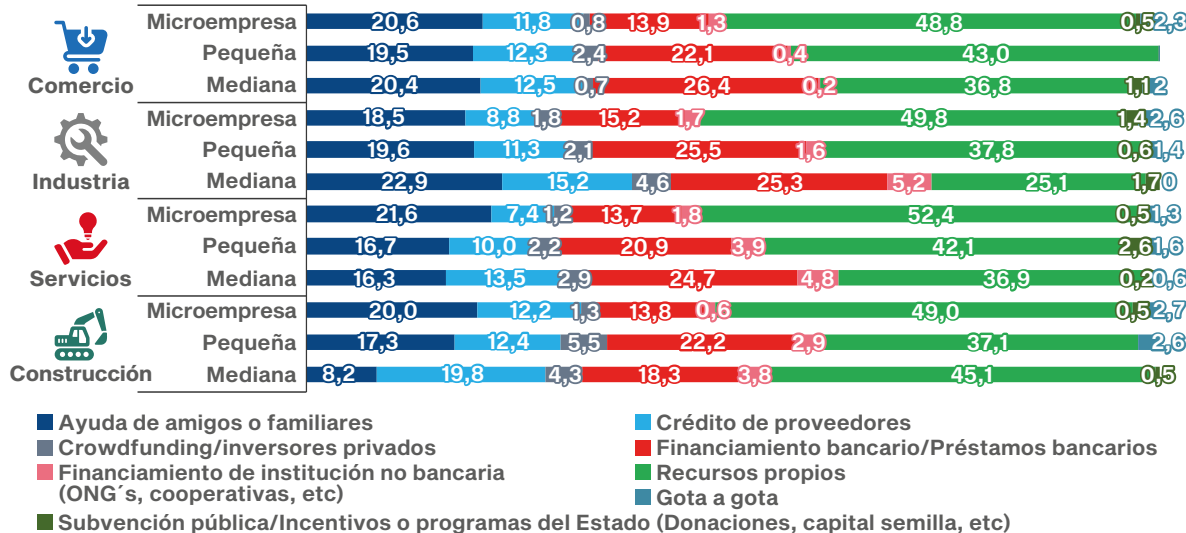
privados no es una fuente común entre los empresarios, en el caso del sector de construcción cerca del 4% de las empresas, en promedio, la tenían como principal fuente de financiación al iniciar la empresa, (ver Gráfico 14).

Gráfico 13. ¿Cuál fue la principal razón para iniciar esta empresa?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 14. ¿Cuál fue la principal fuente de financiación cuando inició la empresa?*

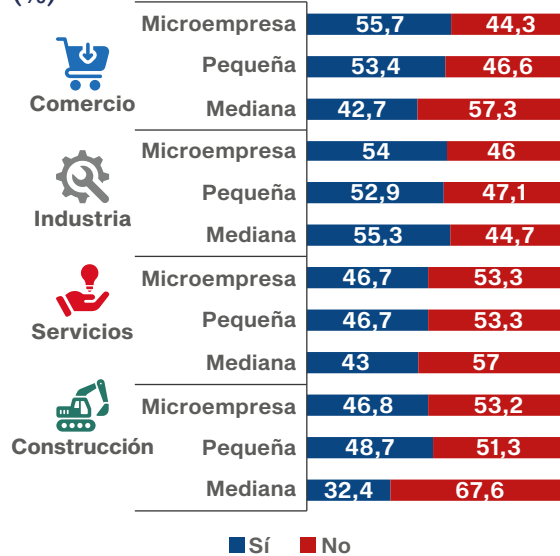


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Los resultados de la encuesta reflejan que el tejido empresarial del país se caracteriza por tener un alto porcentaje de firmas familiares. Esto se observa principalmente en la industria, donde en promedio el 54% de las empresas son familiares, seguido por el comercio (51%). Lo anterior refleja la importancia del acompañamiento para la implementación de procesos y estructuras corporativas que garanticen su estabilidad y operación en el mediano y largo plazo. En las empresas medianas de la construcción es donde el número de empresas familiares es menor, representando solo un 32% de estas, (ver Gráfico 15).

Finalmente, en este módulo se preguntó a los empresarios cuál sería la principal red de apoyo a la que recurrirían para pedir ayuda ante problemas de liquidez u otros. La respuesta más común en todos los sectores fue la familia (35% en promedio), especialmente en el caso de las microempresas, seguida de otras personas o instituciones de apoyo a creación de negocios (28%), sobre todo en las empresas medianas. Esta segunda respuesta refleja el aumento en la confianza y fidelización en las instituciones financieras y, probablemente, una mayor formalidad de las empresas en todos los

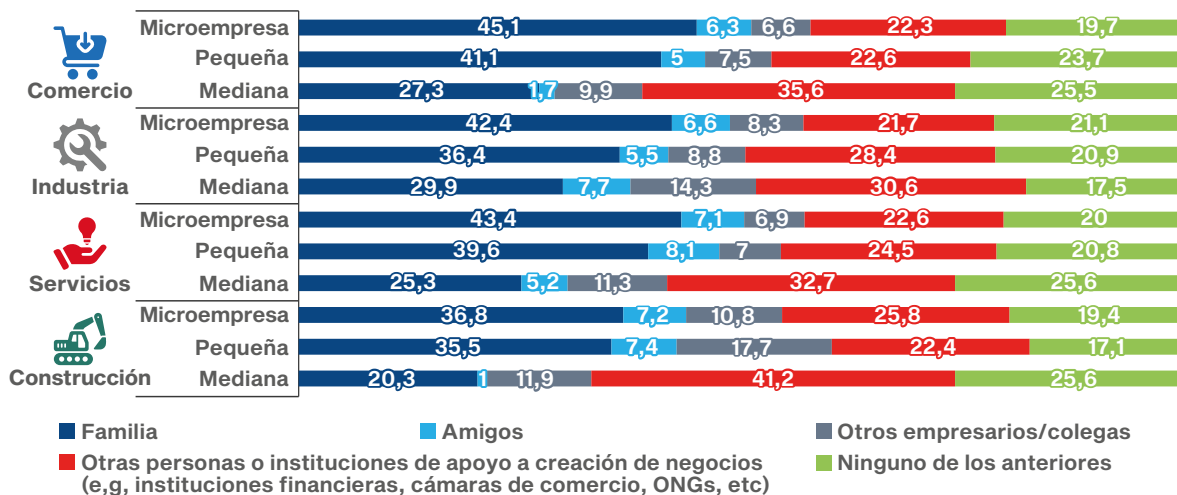
Gráfico 15. ¿La empresa es de propiedad familiar?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

niveles. La respuesta menos común entre los encuestados fueron los amigos, (ver Gráfico 16).

Gráfico 16. Ante problemas de liquidez u otros, ¿cuál sería la principal red de apoyo a la que recurriría para pedir ayuda?*
(%)



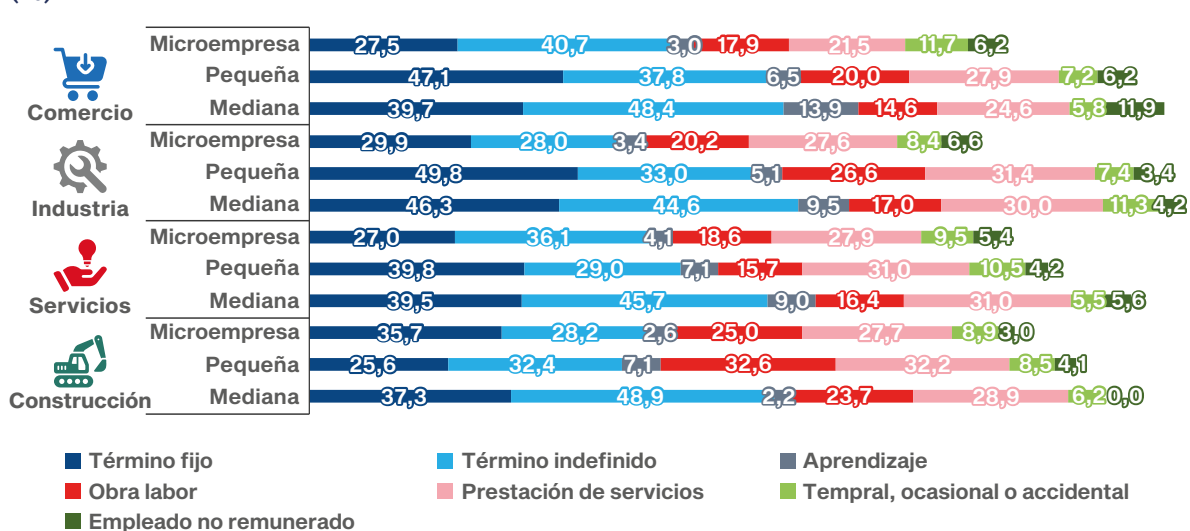
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Dinámicas de empleo

La situación económica de las empresas tiene una relación directa con los niveles y calidad del empleo. Aunque parezca trivial, los ingresos y la productividad de una empresa definen su capacidad de contratación, de pago de salarios y de los incrementos que se realicen sobre este en el año. Así, estas variables son un reflejo de la situación económica y per-

miten caracterizar a la empresa y el mercado laboral. Específicamente para este informe, el análisis se centrará en las modalidades de contratación y salarios. La modalidad de contratación más escogida por las MiPymes es el contrato laboral, sea a término definido o indefinido. En las ramas de comercio, servicios y construcción prevalece el contrato a término

Gráfico 17. ¿Qué tipo de relaciones contractuales mantuvo con los empleados?*



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

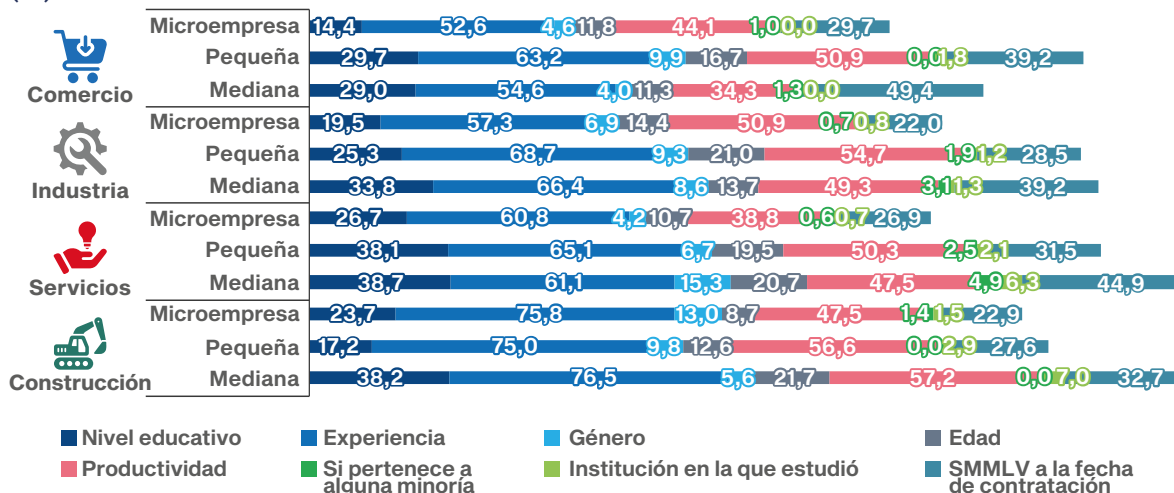
indefinido, mientras que en industria prevalece el definido. Después de estos, el contrato más utilizado es el de prestación de servicios, con una participación de alrededor del 30% en todos los tamaños y sectores, (ver Gráfico 17).

La prevalencia del contrato laboral permite inferir una mejor calidad de las condiciones laborales. Sin embargo, salvo por el requerimiento legal de ser igual o superior al salario mínimo, no da indicios sobre los salarios pagados en las empresas. De acuerdo con los encuestados, lo que más toman en cuenta las empresas para definir el monto de esta remuneración es la experiencia de la persona, seguida por la productividad del trabajador. Asimismo, se toma en cuenta el salario mínimo a la fecha de contratación, aunque no sorprende teniendo en cuenta que los contratos laborales, que por requerimiento legal deben remunerar por lo menos el salario mínimo, son las modalidades de trabajo más frecuentes.

Esto refleja que variables como la edad, el género o las instituciones donde realizó sus estudios el trabajador son de menor importancia para las MiPymes, (ver Gráfico 18).

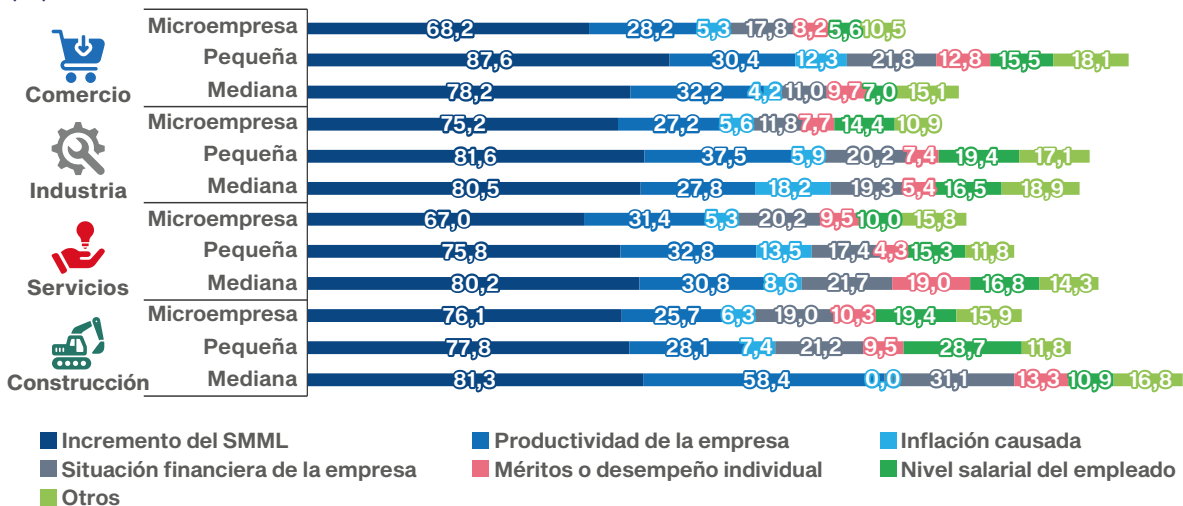
Teniendo en cuenta lo anterior, no sorprende que el incremento del salario mínimo y la productividad de la empresa sean las principales razones por las cuales se presentan incrementos en la remuneración de los trabajadores. De acuerdo con los encuestados, la inflación causada no es un factor explícito tan importante a la hora de definir un incremento. Sin embargo, es posible que las empresas indexen el incremento de los salarios de los trabajadores que devengan más de un salario mínimo al aumento del salario mínimo, el cual incluye implícitamente el incremento de los precios o la inflación causada. En estos casos, aunque el salario mínimo sea el punto de referencia, los incrementos salariales también pueden reflejar la inflación, (ver Gráfico 19).

Gráfico 18. ¿Cuáles de los siguientes factores tuvo en cuenta a la hora de definir el salario de enganche?**
(%)



*Respuesta Múltiple.
** Remuneración definida al entrar a la empresa.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 19. ¿Cuáles de los siguientes factores tuvo en cuenta a la hora de definir el incremento en la remuneración básica de su empresa?*



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

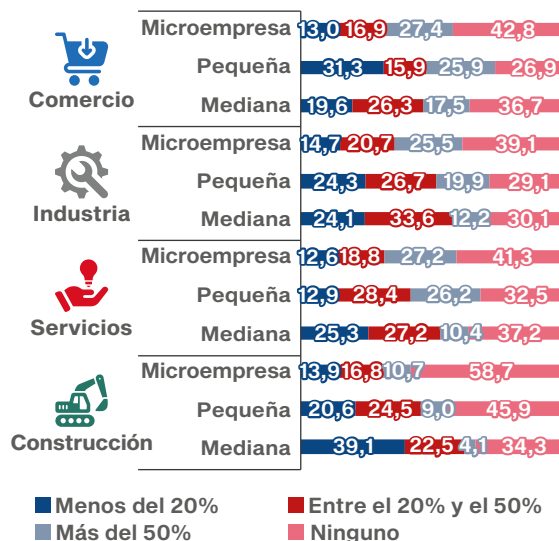
Equidad de género al interior de las MiPymes

Uno de los módulos de la EMP que más se distingue por su relevancia y particularidad es el de género. Dentro del módulo se realizan preguntas respecto a la composición de género en las juntas directivas y entre quienes toman las decisiones, al igual que sobre la política de género al interior de la empresa. Comenzando por las preguntas referentes a la administración, los resultados muestran que, entre el 39% y 59% de las MiPymes, ninguno de los dueños y/o socios de la empresa es mujer, siendo esta la situación que más se repite en las empresas de todos los sectores y tamaños, excepto las pequeñas en comercio y las medianas en construcción. Esto se observa sobre todo en las microempresas, lo que significa que entre más crece la empresa, más participación de mujeres hay en puestos de dominio. Por rama de actividad, la construcción es la rama con menor participación femenina entre los dueños/socios (menos de 30% de las empresas tienen más de 20% de mujeres). En los demás sectores la situación es levemente más alentadora, pues en alrededor del 20% de las MiPymes hay más de 50% de dueñas/socias, (ver Gráfico 20).

También se preguntó por el representante legal de la empresa, que puede ser una persona distinta al dueño/socio de una empresa y es quien, por definición, tiene un gran poder de decisión en el día a día. Para esta pregunta, los resultados entre hombres y mujeres se presentan

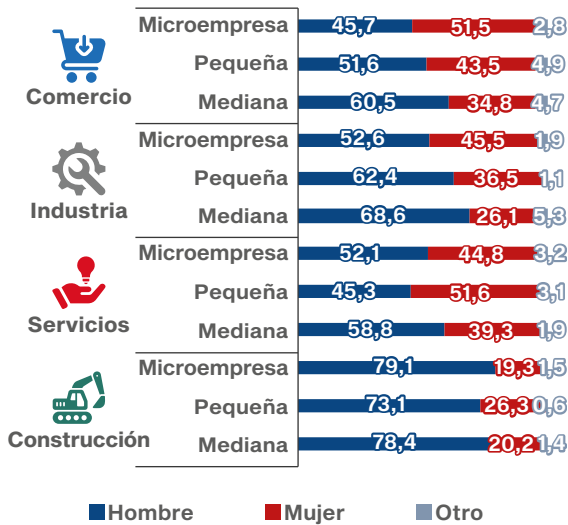
más equitativos, aunque se mantienen las tendencias observadas en los dueños/socios: suele haber más hombres que mujeres. Para las ramas de comercio, industria y servicios, la composición es similar. Hay relativa equidad en las micro y pequeñas empresas, mientras que para las medianas el porcentaje de hombres aumenta. El

Gráfico 20. ¿Qué porcentaje de los dueños/socios eran mujeres?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 21. ¿El representante legal de la empresa era?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

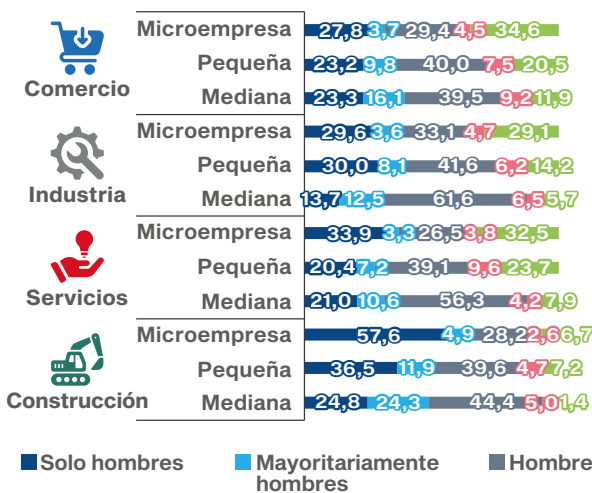
comportamiento para la rama de la construcción difiere de la tendencia, pues para los tres tamaños de empresa, más del 70% de los representantes legales son hombres, (ver Gráfico 21).

Si se descompone por género la toma de decisiones dentro de la empresa se encuentra que tanto hombres como mujeres toman decisiones respecto de la gestión de préstamos/acceso a crédito y la adquisición de activos. Ahora bien, en un porcentaje elevado de microempresas de comercio, industria y servicios sobresalen las mujeres como las únicas tomadoras de decisión. De lo anterior hay que excluir a la rama de la construcción, en donde siguiendo con los patrones vistos anteriormente, casi en ninguna empresa las mujeres son las únicas tomadoras de decisiones, (ver Gráficos 22).

Con respecto a la política de género y al ambiente laboral, dentro del módulo se realizaron

Gráfico 22. En su empresa, ¿quiénes toman las decisiones sobre...?

Gestión de préstamos y acceso a crédito*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

La adquisición de activos*

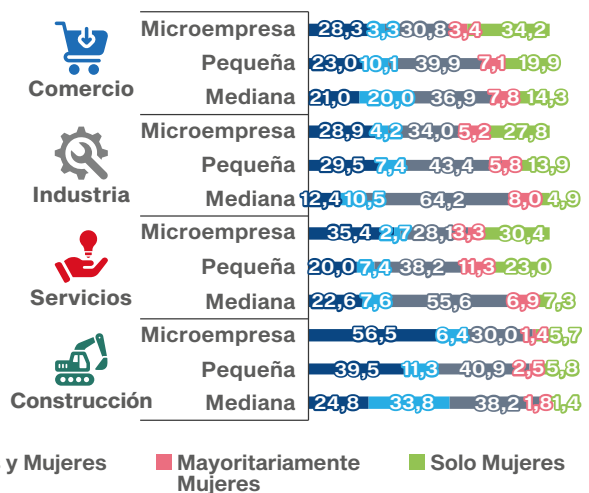
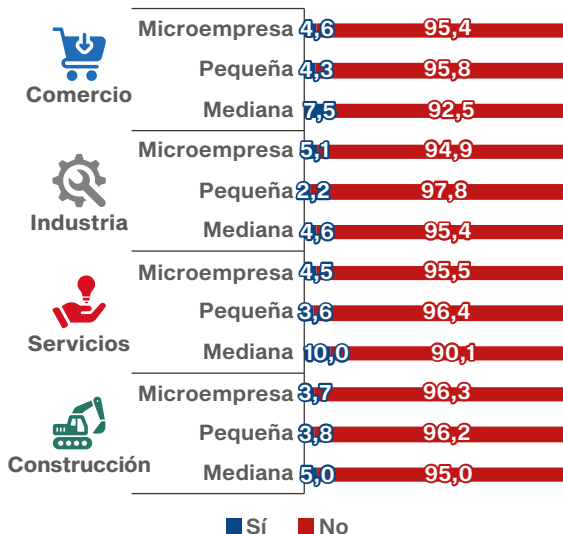


Gráfico 23. ¿Conoce algún caso de discriminación de género en el lugar de trabajo?* (%)

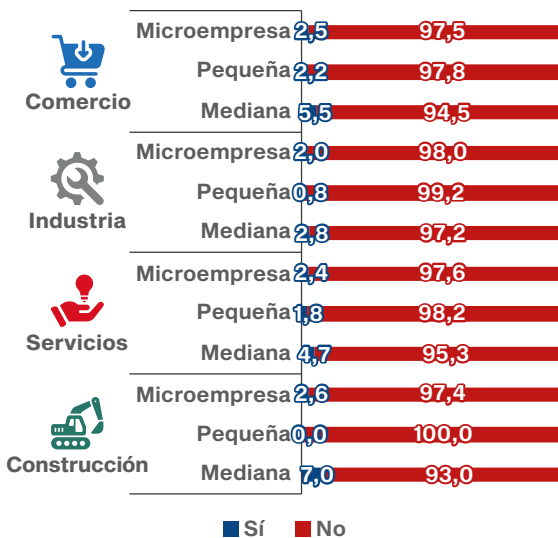


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

preguntas referentes a las relaciones laborales, específicamente dentro del marco de la equidad de género. Primero se preguntó acerca del conocimiento de casos de discriminación de género o acoso sexual en el trabajo. Para todos los tamaños y sectores, el porcentaje de los encuestados que no conocía algún caso fue cercano al 100%. Ahora bien, en las empresas medianas este porcentaje fue levemente inferior, es decir que más personas en empresas de tamaño mediano reportaron conocer un caso de discriminación de género o acoso en relación con lo reportado por empresas de menor tamaño, (ver Gráficos 23 y 24).

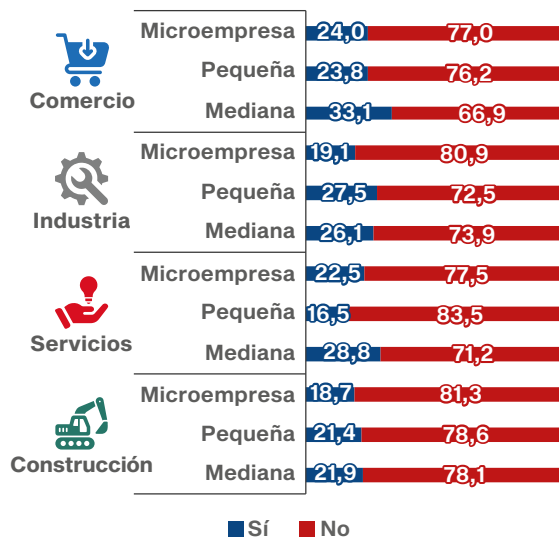
También se preguntó a los encuestados si su empresa contaba con objetivos de equidad de género y protocolos para atender casos de acoso sexual. Los resultados son más sorprendidos y divergentes que los anteriores. La mayoría de las empresas, sin importar el tamaño

Gráfico 24. ¿Conoce algún caso de acoso sexual en su lugar de trabajo?* (%)



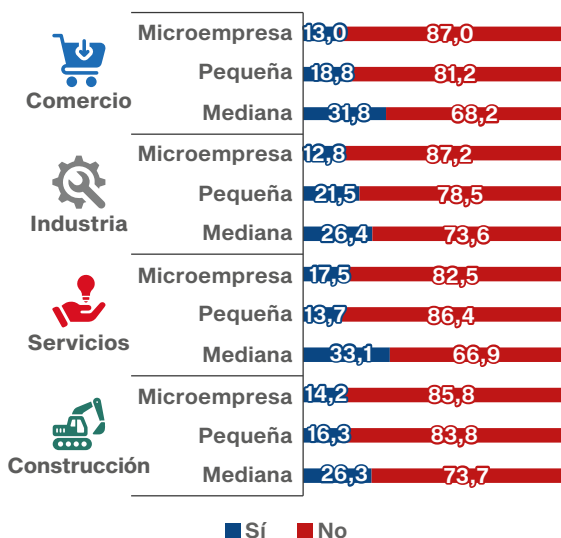
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 25. ¿Su empresa contaba con objetivos o metas respecto de la equidad de género?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 26. ¿Su empresa contaba con un protocolo establecido para atender casos de acoso laboral/sexual?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

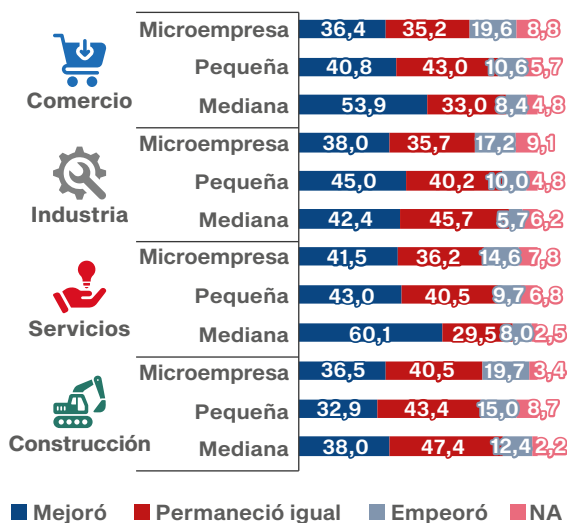
o la rama de actividad, no contaba con objetivos respecto de la equidad de género, lo cual es inquietante. Aún más preocupantes son los resultados respecto de los protocolos frente a casos de acoso laboral/sexual, en donde casi el 90% de las empresas no los tiene. No obstante, el porcentaje de aquellas que sí los tiene parece incrementarse conforme aumenta el tamaño de la empresa. Lo anterior puede ser producto de empresas con mayor organización y necesidad de una política o lineamientos de recursos humanos, (ver Gráfico 25 y 26).

Desempeño y decisiones productivas

Los resultados de la lectura de 2022-2023 presentan, en materia de desempeño productivo, el comportamiento de las unidades productivas a lo largo de 2022, por lo que es necesario recordar el contexto económico sobre el que se desempeñaron las empresas. Pese al fuerte incremento de los costos que enfrentaron los empresarios en dicho año, el dinamismo del consumo de los hogares se tradujo en un crecimiento de la actividad económica que resultó en una variación positiva de 7,3% del PIB. Teniendo eso en mente, no es de extrañar que una buena proporción de empresas indicara tener una mejor situación económica o que permaneció igual en 2022 comparado con 2021. En promedio, sin importar el sector económico, las microempresas son las que señalan en una menor proporción tener una situación mejor (38,1%) o una similar (34,2%) a la del año anterior, (ver Gráfico 27). Para las pequeñas estos porcentajes son en promedio de 40,4% y 41,8%, mientras que de las medianas el 48,6% indicó tener una mejor situación y el 38,9% presentar una situación igual a la de 2021. Por sectores económicos, las empresas constructoras mostraron la situación económica menos alentadora de la muestra.

Al preguntar a los empresarios si invirtieron durante 2022, un porcentaje relevante de estos en todos los sectores y tamaños de empresas

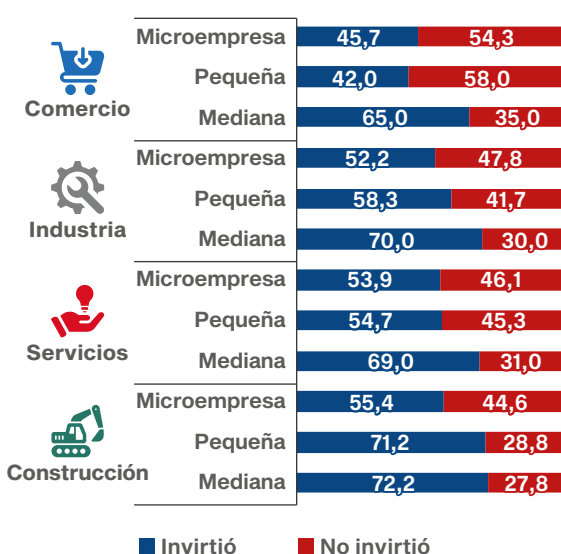
Gráfico 27 .La situación económica general de su empresa en 2022 con respecto a 2021* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

indicó hacerlo, en línea con los buenos resultados económicos de ese año. En el caso de las microempresas, en promedio un 51,8% de los encuestados dijo haber realizado inversiones. Como

Gráfico 28. ¿Su empresa invirtió en 2022?*



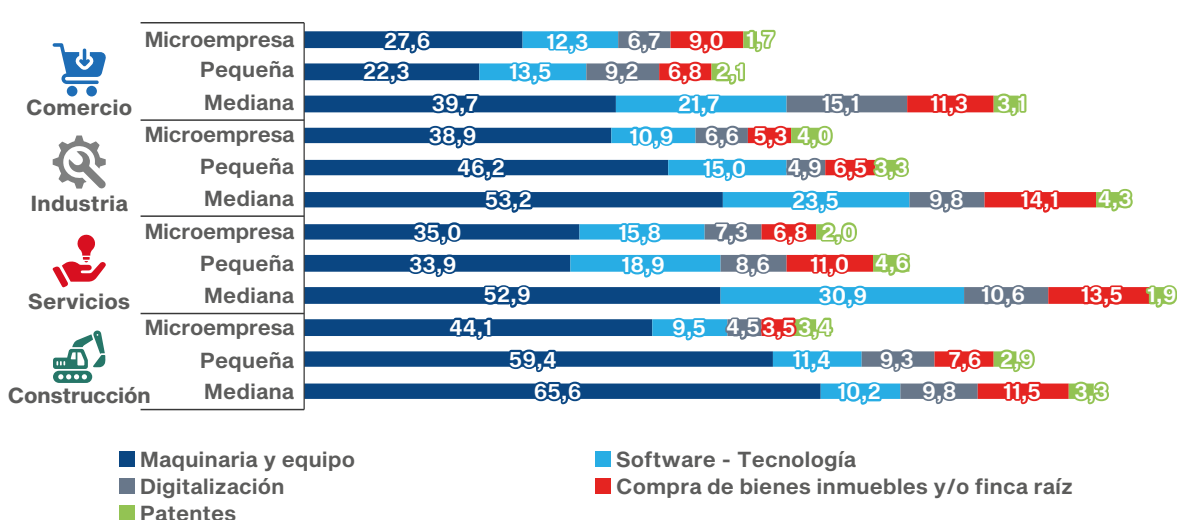
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

versos según el sector. En el comercio y los servicios, estas muestran dinámicas similares a las microempresas en general, e incluso inferiores. En contraste, la industria y la construcción se asemejan al promedio de las medianas. Esto puede relacionarse con la naturaleza de las actividades que desarrollan, en tanto la expansión de un negocio no necesariamente requiere de mayores inversiones que permitan expandir su capacidad productiva, en algunos casos puede requerir principalmente un incremento en las ventas, (ver Gráfico 28).

En cuanto a la destinación de los recursos invertidos, la mayoría de las MiPymes señala como principal destino la adquisición de maquinaria y equipo (promedio general 43,2%). Nuevamente, el tamaño de la empresa y el sector juega un papel importante en el destino de estos recursos. Las respuestas muestran que entre mayor es el tamaño son más las empresas que ponen la compra de maquinaria y equipo como rubro de inversión. La adquisición de software/tecnología es otro de los rubros de mayor participación en la inversión. En el caso de los tres macrosectores (comercio, industria y servicios) se ubica como destino secundario de inversión. No sorprende que la dinámica intrínseca del sector servicios dé espacio para que sea éste sector el que en pro-

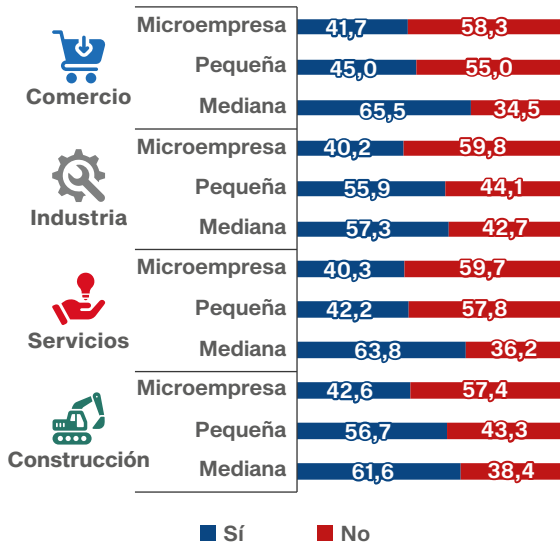
es de esperarse, las empresas medianas de todos los sectores productivos fueron las que más indicaron haber invertido (promedio 69,1%), mientras que las pequeñas muestran comportamientos di-

Gráfico 29. Rubros de inversión*



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráficos 30. ¿Su empresa ahorró en 2022?*
(%)

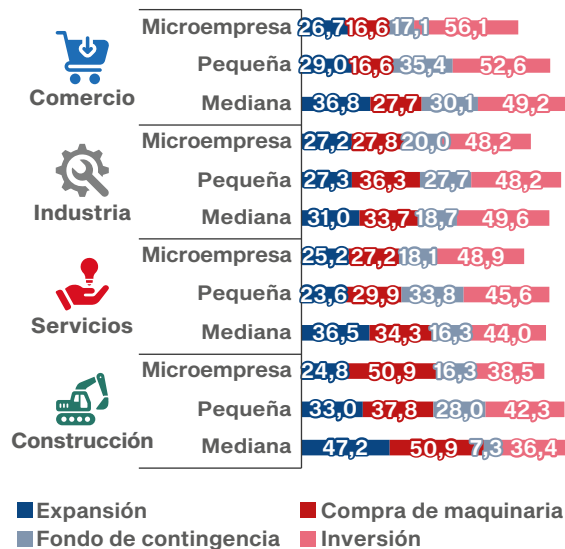


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

medio hace una mayor destinación de recursos para este propósito (21,9%), ver Gráfico 29.

Ahora, la dinámica de ahorro no dista de las dinámicas observadas en la inversión. El tamaño de la empresa parece ser un determinante para tener mayores niveles de ahorro. Sin embargo, el comportamiento frente a este tema es positivo: más del 40% de los encuestados, sin importar el tamaño o el sector, reporta haber ahorrado, destacándose el sector de la construcción con las mayores tasas de ahorro (promedio 53,6%). En general, la principal razón para ahorrar de los empresarios es destinar esos recursos para realizar inversiones (promedio 46,6%). Sin embargo, en el caso de la construcción, los empresarios micro y medianos afirman ahorrar para compra de maquinaria. Este rubro de inversión es el segundo más relevante para los empresarios de los demás sectores, con excepción de los medianos del sector servicios, que ahorran para expandirse, (ver Gráficos 30 y 31).

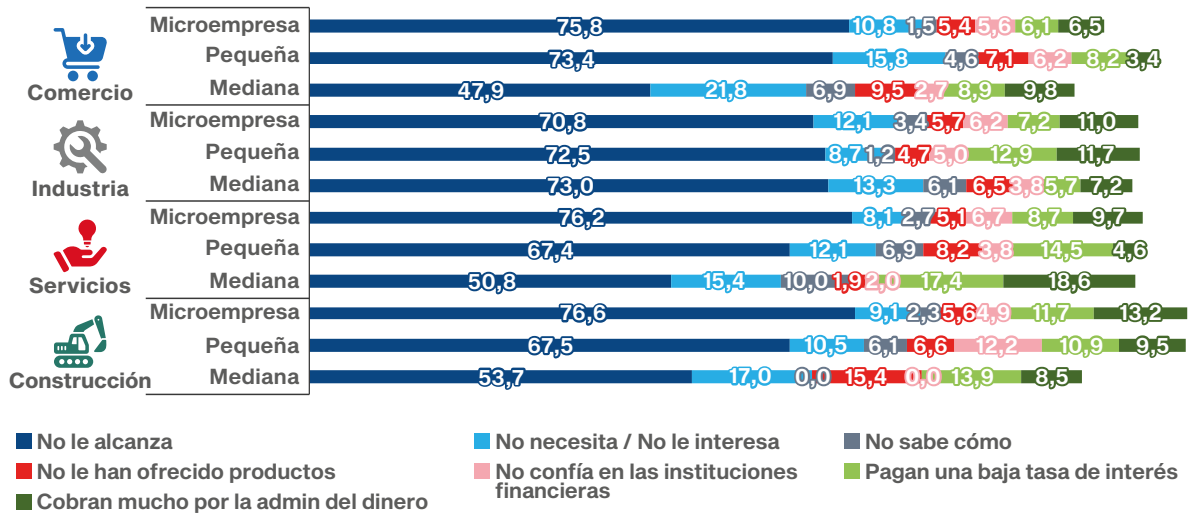
Gráficos 31. Rubros de ahorro*
(%)



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Si bien son varias las empresas que indicaron haber ahorrado en 2022, la principal explicación detrás de aquellas que no realizaron ahorros es que no les alcanzaba el dinero para hacerlo. Sin importar el sector al que pertenece la empresa, esta fue la respuesta más frecuente entre las microempresas (74,8% en promedio). Otra razón frecuente entre todas las empresas fue el no necesitar o no estar interesado en hacerlo (12,9%), respuesta que llama la atención en tanto ahorrar debería ser algo deseable dentro de las empresas para poder alcanzar sus metas de corto, mediano y largo plazo. No obstante, si se toma en cuenta que el ahorro en Colombia es bajo y que no existe una práctica extendida de estas acciones, la participación de esta respuesta puede dar una mirada a la ausencia de salud financiera en las empresas. Además, el alto costo de administración del dinero fue otra de las razones que mencionaron los empresarios, demostrando que esos costos estarían desincentivando el ahorro. Esto puede ser abordado desde la necesidad de generar mayor información sobre la importancia de los costos de administración y de generar una oferta de productos más competitivos en materia de costos.

Gráfico 32. ¿Por qué su empresa no ahorró en 2022?*
(%)

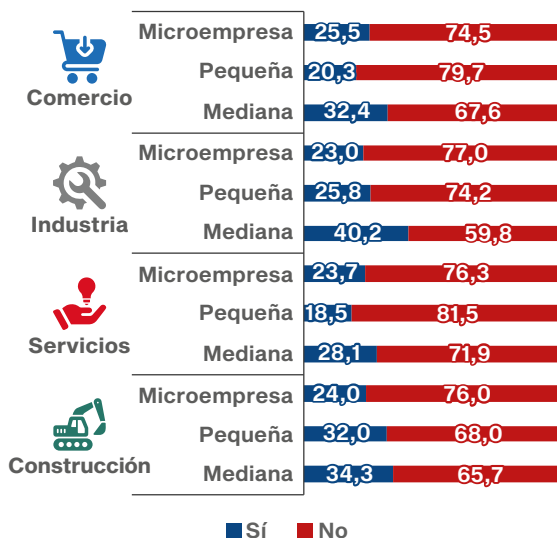


*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Financiamiento

Aunque los resultados del ahorro y la inversión en las MiPymes son alentadores, el comportamiento de estas en materia de apalancamiento deja claro que aún hay una tarea ardua que hacer entorno a su inclusión en el sistema financiero. En efecto, cuando se les pregunta si han o no solicitado crédito con el sistema financiero, el porcentaje de empresas que indica hacerlo no supera el 40% en el mejor de los casos; en promedio, cerca del 25% de las empresas lo ha hecho. Resulta interesante para el análisis dividir los resultados por sector. En el comercio y los servicios, por lo menos un 23% de las empresas micro y medianas indica haber solicitado crédito, porcentaje que es superior al indicado por las pequeñas que no superan el 20% de respuestas afirmativas. Este resultado contrasta con el de la industria y la construcción en donde la solicitud de crédito es mayor en las pequeñas que en las microempresas (promedio 28,9% vs. 23,5%). Además, son las MiPymes de estos dos sectores las que recurren más al sistema financiero para apalancarse. Las medianas, por su parte, se comportan igual en todos los sectores al presentar las mayores tasas de solicitud, (ver Gráfico 33).

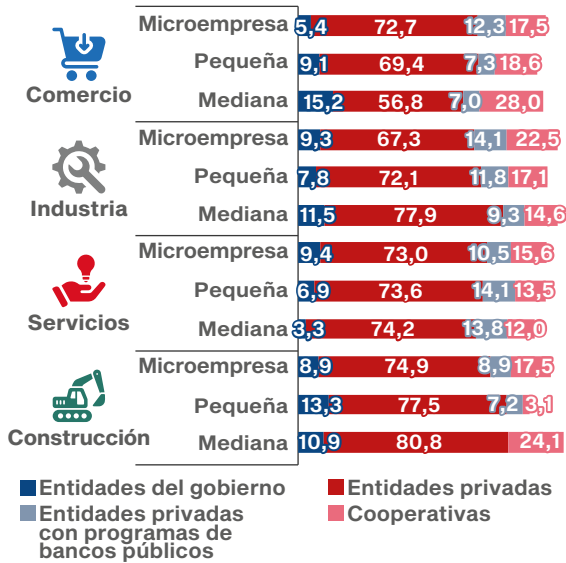
Gráfico 33. ¿Solicitó crédito con el sector financiero haya sido aprobado o no?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Teniendo en cuenta que son pocas las empresas que ven en el crédito formal un mecanismo

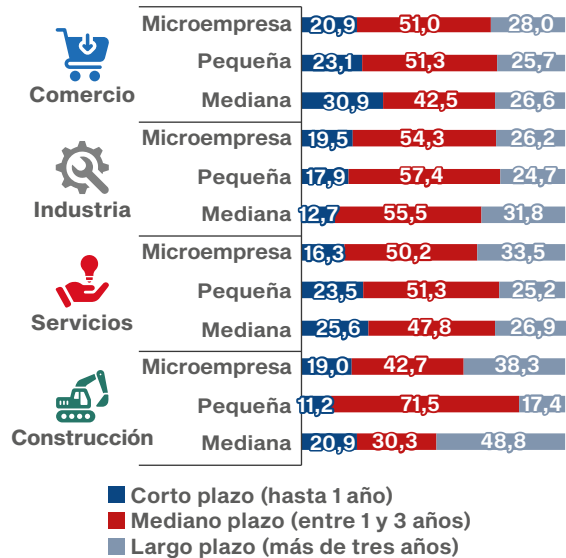
Gráfico 34. ¿Con cuáles entidades solicitó el crédito?* (%)



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

para financiarse, quienes lo hacen acuden en mayor frecuencia a las entidades de carácter privado (promedio 72,5%), como son los bancos; pocas son las que acuden a la banca pública (9,2%) o a los programas públicos que han sido dispuestos a través de la banca privada (9,7%). Si bien esto puede estar relacionado con la falta de información que tienen las MiPymes respecto a la oferta de programas de apalancamiento, la participación de las entidades privadas con programas de bancos públicos dentro de las micro y pequeñas empresas (promedio 8,8% y 9,7%, respectivamente) puede ser una señal de la focalización de esta oferta hacia las empresas de menor tamaño. Ahora, el porcentaje de empresas que indica haber solicitado crédito con cooperativas no es para nada despreciable (17%), especialmente en el caso de las microempresas que en la mayoría de los sectores registran las tasas más altas de solicitud (18,2%). Estos resultados son interesantes en tanto estas organizaciones pueden ser entendidas como actores clave en el proceso de inclusión financiera. Su acercamiento desde una óptica de bienestar y cuidado de los empleadores y empleados puede romper preconceptos sobre el sistema, lo que permite tener una mayor difusión de información y conocimiento sobre los potenciales clientes, (ver Gráfico 34).

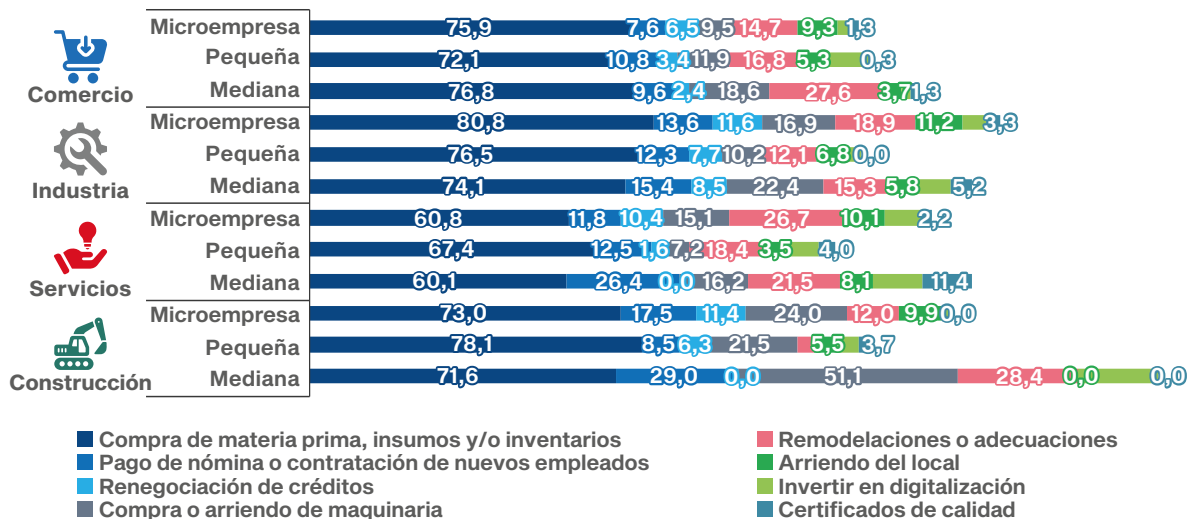
Gráfico 35. ¿A qué plazo solicitó el crédito?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

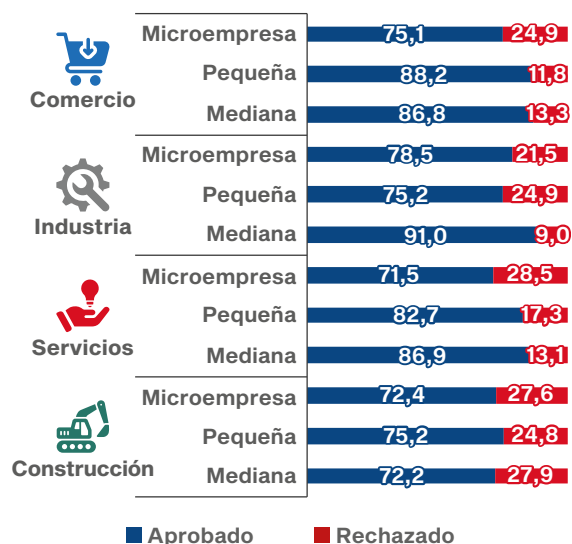
Otro aspecto por evaluar de los créditos solicitados es el plazo de estos. Sin importar el tamaño de la empresa, con excepción del sector constructor, el mediano plazo es el más solicitado entre las MiPymes (promedio 49,6%). Esto puede estar relacionado con el destino de los recursos que en su mayoría es la compra de materia prima, insumos y/o inventarios cuya recuperación depende de las ventas (promedio 72,6%). Resulta atípico el comportamiento de las empresas de construcción. Las pequeñas en su mayoría señalan solicitar crédito de mediano plazo (71,5%), mientras que las indican hacer una mayor solicitud de créditos de largo plazo. Esto además de responder al destino de los recursos, que en el caso de las medianas empresas la compra y arriendo de maquinaria también tiene una alta participación, se puede relacionar con los tiempos que toma el desarrollo de los proyectos de construcción, (ver Gráfico 35 y 36).

Gráfico 36. Destino de los recursos solicitados* (%)



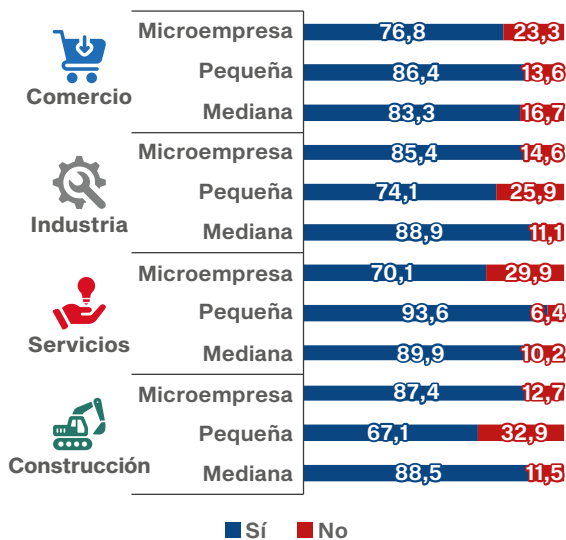
*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 37. ¿Su crédito fue aprobado?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 38. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado?*



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

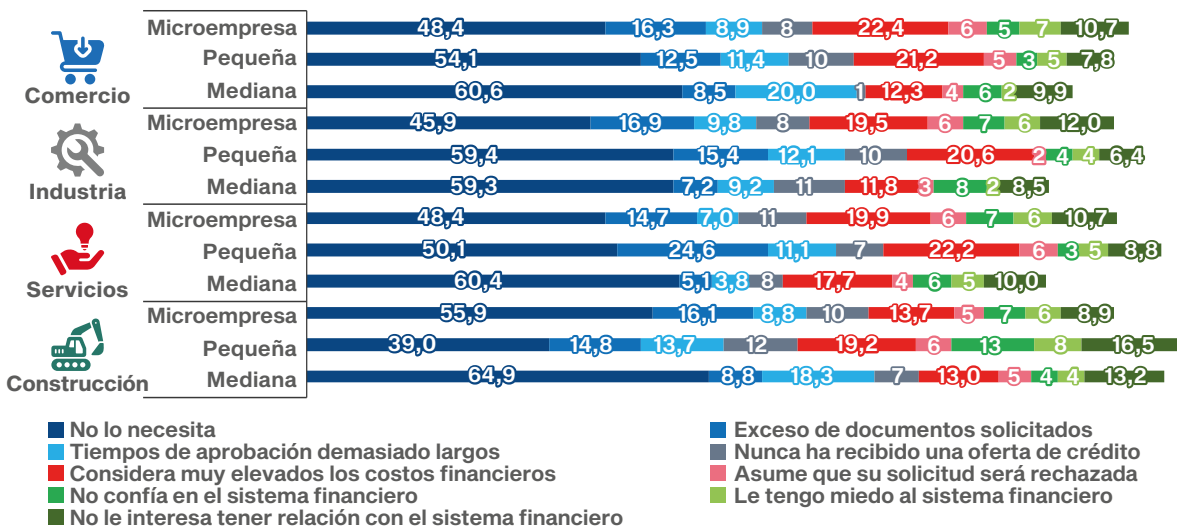
Si bien el crédito aún no es la herramienta más común a la hora de apalancar a las empresas, entre aquellos que lo solicitan la gran mayoría obtiene la aprobación (79,6% en promedio). Este comportamiento es especialmente positivo en el caso de las empresas del sector de comercio, las cuales cuentan con tasas más bajas de rechazo en todos los tamaños. Por tamaño de empresa, como es de esperarse, las empresas medianas tienen una tasa mayor de aprobación y, por el contrario, las microempresas parecen tener mayores impedimentos a la hora de que los créditos solicitados sean aprobados, probablemente por su menor respaldo y músculo financiero. En el caso específico del sector de construcción, las tasas de aprobación parecen ser ligeramente inferiores sin importar el tamaño de la empresa (26,8% en promedio), ver Gráfico 37.

Con respecto al monto aprobado, los resultados encontrados son diversos. Si bien la gran mayoría de las empresas recibió un monto aprobado acorde con lo solicitado, las microempresas son las que indican respuestas más negativas frente a esta pregunta (20,1% en promedio),

a excepción de aquellas que se encuentran en el sector de servicios. Por sector, las empresas pequeñas en los sectores de construcción (32,9%) e industria (25,9%) tienen una tasa más alta de montos aprobados que no son los solicitados por parte de los propietarios. Las empresas pequeñas del sector de servicios tienen los resultados más alentadores y únicamente el 6,4% de los montos solicitados no concuerda con el monto aprobado, (ver Gráfico 38).

Dado que el crédito sigue siendo una opción poco utilizada por las MiPymes para satisfacer sus requerimientos de financiación, es relevante analizar las razones por las que las empresas no lo solicitan. La mayoría de las empresas, independientemente de su tamaño y sector, consideran que no lo necesitaban. Ahora bien, las razones relacionadas con el proceso de solicitud y la percepción del sistema financiero abarcan el 50% de las razones por las cuales no se solicitaron créditos. Dentro de estas se destacan: el exceso de documentos solicitados, los altos costos financieros y la falta de interés en tener una relación con el sistema financiero, (ver Gráfico 39).

Gráfico 39. Razón por la que no solicitó crédito* (%)

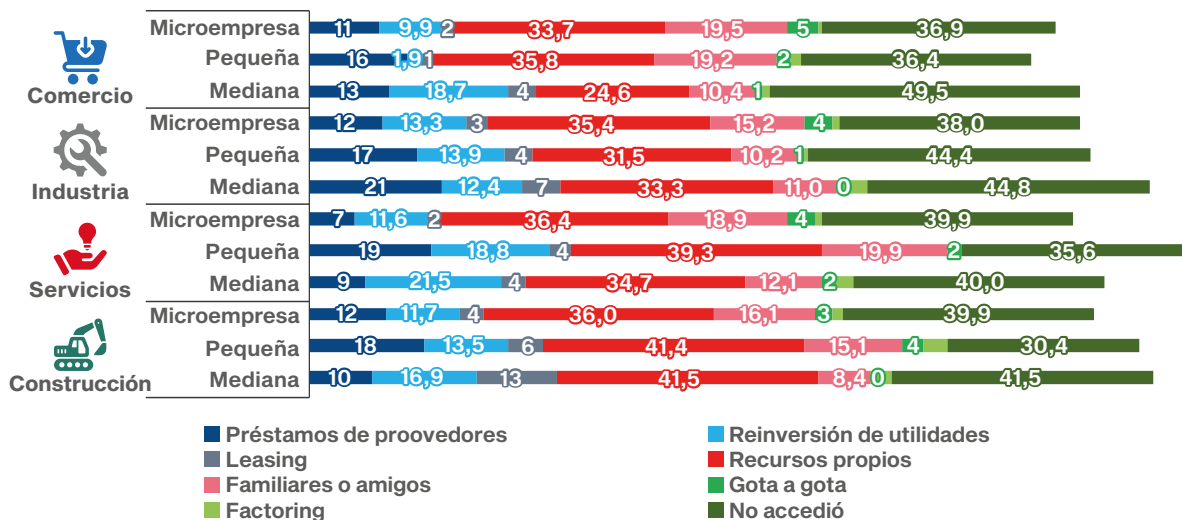


*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Otra de las preguntas dentro de la encuesta que puede dar indicios sobre las razones de la baja solicitud de créditos por parte de las MiPymes son las otras fuentes de financiación que usaron las empresas para satisfacer sus necesidades financieras. Sin embargo, al igual que en el caso del crédito, la mayoría de las empresas no recurrió a otras fuentes de financiación. En los casos en que sí lo hicieron, la principal fuente de financiación fueron los recursos propios o los familiares. Esto no sor-

prende si se tiene en cuenta que la principal fuente de financiamiento para comenzar el negocio fue, para una buena proporción de empresas, los recursos propios y el apoyo de familiares, situación que se repite cuando se indaga sobre la red de apoyo ante problemas de liquidez. Ahora, se destaca la reinversión de utilidades como fuente de financiación, pues indica que la capacidad de generación de ingresos de algunas empresas es suficiente para crecer por sí mismos, (ver Gráfico 40).

Gráfico 40. ¿Accedió a otras fuentes para satisfacer sus requerimientos de financiación?*
(%)



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Comercio exterior

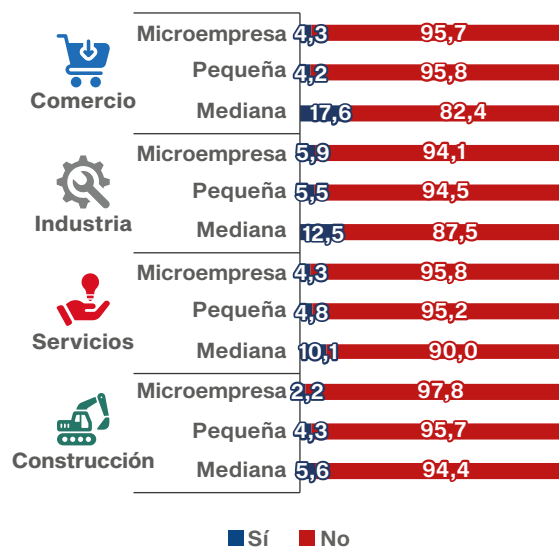
Históricamente, los resultados de la EMP muestran bajos niveles de participación en el comercio internacional por parte de las MiPymes. Aunque los niveles de inserción siguieron siendo bajos en 2023, se vio una mejoría respecto de la encuesta anterior. Las empresas medianas son las que mayores niveles de exportación tienen, resaltando la participación de la rama comercial. En contraste, la construcción tiene el menor porcentaje de inserción con tan solo 5 de cada 100 empresas medianas que afirmaron haber realizado actividades exportadoras. No obstante, los últimos resultados mostraban que la participación del sector en el mercado internacional era nula, por lo que es importante reconocer la mejoría, (ver Gráfico 41).

Estas cifras resultarían un poco más alentadoras si las MiPymes estuvieran realizando esfuerzos para participar en el comercio exterior, pero los resultados muestran que la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas no prevé planes o procesos de internacionalización. Las microempresas son las menos interesadas en construir planes de internacionalización, a diferencia de las medianas que parecen ser las más abiertas a insertarse en el mercado internacional. El comercio es la rama de actividad que, en promedio, más prevé estrategias frente al comercio internacional (24,1%

del total), aunque para todas las ramas y tamaños el interés no supera el 30%, (ver Gráfico 42).

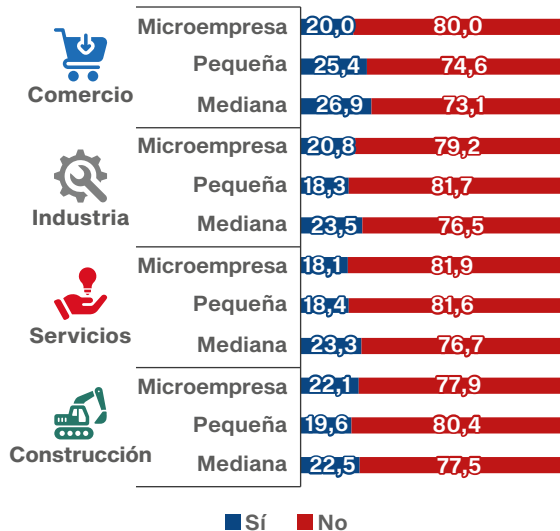
Si se descomponen los ingresos de las empresas por mercado de origen, se refleja el com-

Gráfico 41. ¿Ustedes exportaron?*
(%)



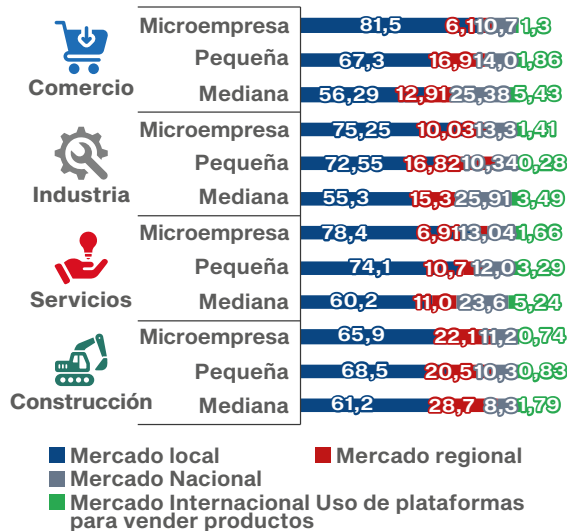
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

portamiento de los diversos mercados en las ventas de las empresas. Dados los resultados anteriores, no es sorprendente que menos del 5% de las ventas se den en el mercado internacional, siendo las medianas empresas pertenecientes al comercio y los servicios las únicas que se separan de esta tendencia por unos pocos puntos porcentuales.

Sin embargo, la desagregación también permite ver que hay poco comercio interno. La mayoría de las ventas se dan en el mercado

local, especialmente en las microempresas. El mercado regional se lleva la segunda posición respecto de las micro y pequeñas empresas, mientras que para las medianas tiene más predominancia el mercado nacional. Esta dinámica es uniforme en los distintos sectores excepto en la construcción, donde para todos los tamaños predomina el mercado regional. Lo anterior permite concluir los bajos niveles de comercialización de las MiPymes en mercados diferentes al local, tanto a nivel interno como externo, (ver Gráfico 43).

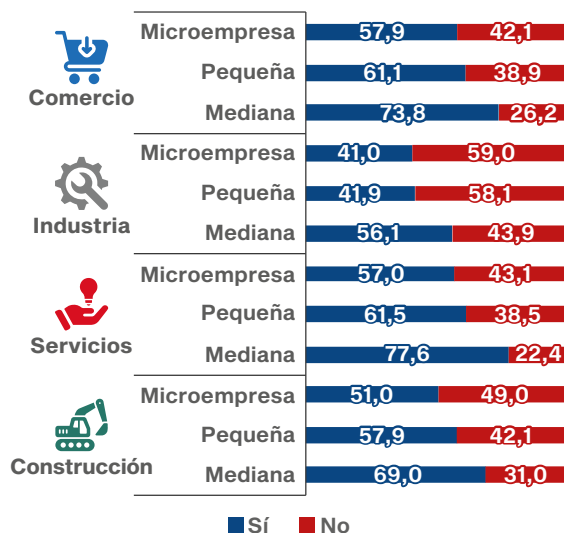
Temas de coyuntura

En esta edición de la encuesta se incluyó un módulo de preguntas de coyuntura relacionadas sobre todo con las perspectivas frente a las reformas propuestas por el Gobierno actual.

La mayoría de las Mipymes manifestó conocer la reforma de la salud (64% en promedio), la reforma laboral (66% en promedio) y la reforma pensional (60% en promedio), mientras menos de la mitad reportó conocer los planes del Gobierno en términos de transición energética (46% en promedio). Al preguntarles si están de acuerdo o en desacuerdo con las tres reformas, la mayoría dijo estar en desacuerdo (46% vs. 42% de acuerdo). Con respecto a la transición energética, en promedio, 55% de las empresas está de acuerdo, en especial las microempresas, lo cual indica el apoyo y la intención de los empresarios por hacer parte de un desarrollo sostenible en sus negocios, (ver Gráficos 44 y 45).

Otras de las preguntas de este módulo están relacionadas con los inmuebles en los cuales están ubicados los negocios. Por lo general, los establecimientos comerciales son propios, especialmente en el caso del sector de industria y construcción. Como es de esperar, las microempresas son las que menos negocios propios poseen (46%

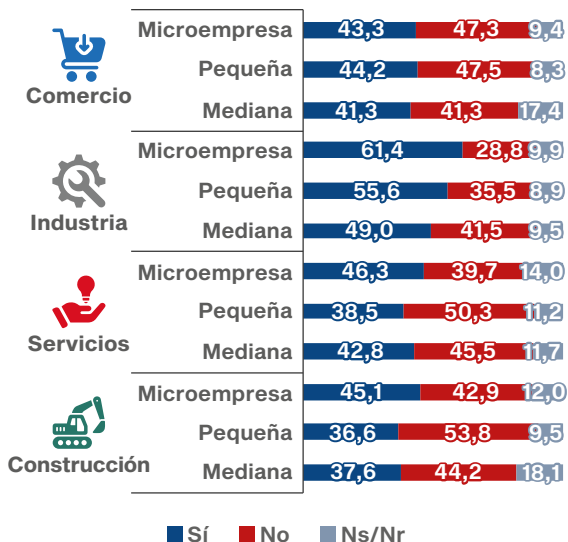
Gráficos 44. ¿Usted conoce las siguientes reformas?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

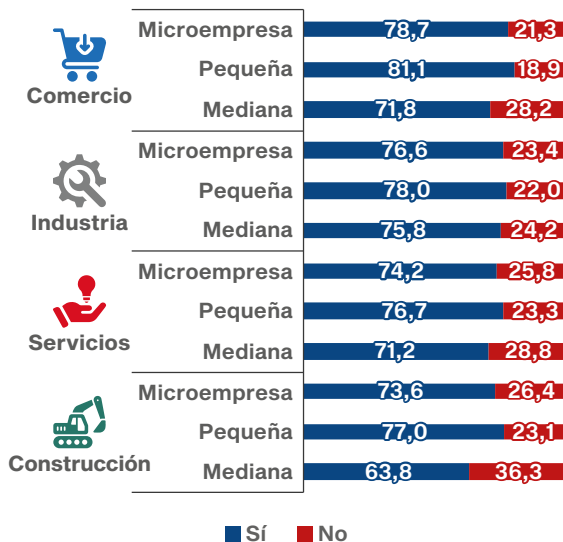
en promedio) y las empresas medianas las que más negocios propios tienen (58% en promedio), lo cual responde al respaldo y estabilidad económica con el cual suelen contar, (ver Gráfico 46).

Gráfico 45. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo?* (%)



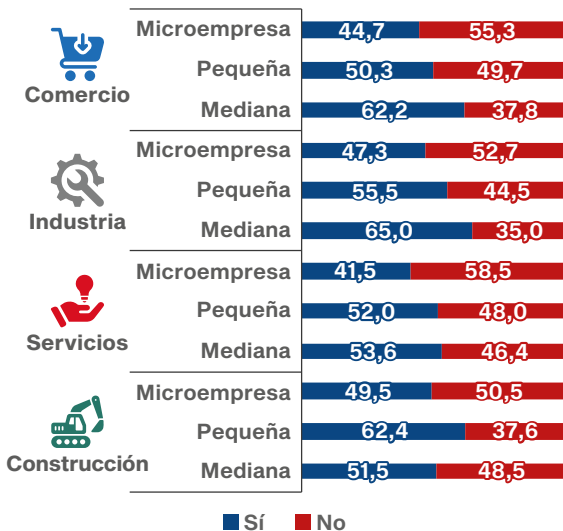
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 47. ¿Siempre ha estado en el mismo inmueble?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 46. ¿Alguno de los establecimientos comerciales donde opera su negocio es de su propiedad?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

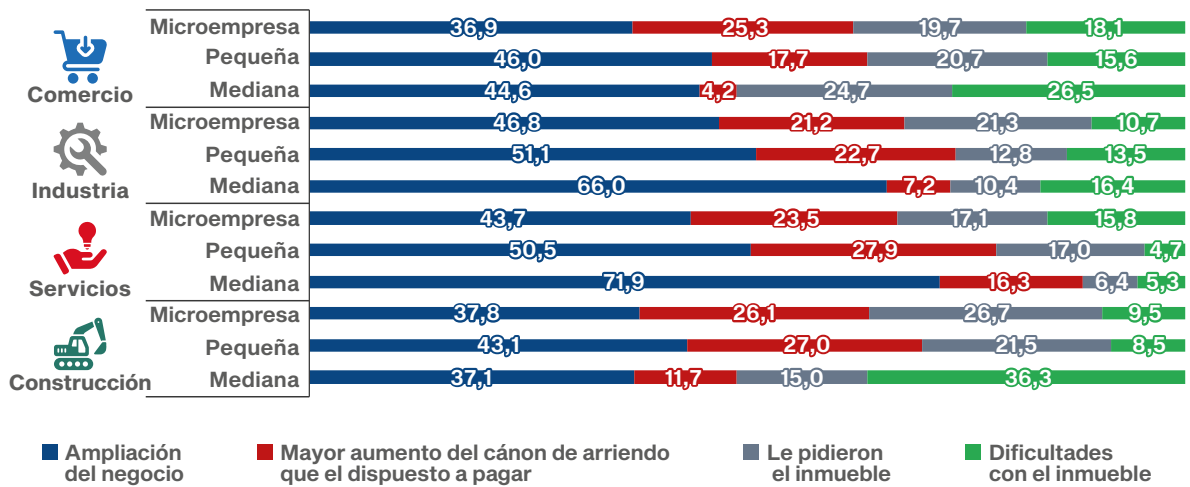
En línea con la estabilidad de los negocios se les preguntó si siempre han estado en el mismo inmueble. La gran mayoría respondió que sí (75% en promedio), especialmente en el caso de las empresas en los sectores de industria y comercio. Cabe mencionar que, por tamaño, las empresas pequeñas son las que más reflejan este tipo de estabilidad, (ver Gráfico 47).

Finalmente se buscó entender las razones por las cuales las empresas decidieron cambiar de inmueble. La razón más común entre los encuestados fue la ampliación del negocio (48% en promedio), especialmente en los sectores de servicios e industria y en las empresas medianas. Esta dinámica da cuenta del impulso económico que se observó luego de la pandemia y que causó un recalentamiento de la economía. No obstante, las otras respuestas no fueron tan optimistas dado que, dependiendo del sector y tamaño, la segunda respuesta más común entre los encuestados

fue un mayor aumento del canon del que estaban dispuestos a pagar o les fue pedido el inmueble. Únicamente en el caso de las empresas medianas

en el sector de construcción la segunda respuesta más común fueron las dificultades con el inmueble, (ver Gráfico 48).

Gráfico 48. ¿Cuál fue la principal razón para el cambio de inmueble?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Digitalización

La EMP tiene un módulo que permite evaluar el uso de servicios web de las MiPymes. Para esta encuesta en específico se realizaron preguntas respecto de tecnologías más allá de la banca electrónica. Por tanto, se les preguntó a las empresas sobre su utilización de servicios de computación en la nube, que incluyen servicios de almacenamiento de datos, procesadores de texto y cómputo online e inteligencia artificial.

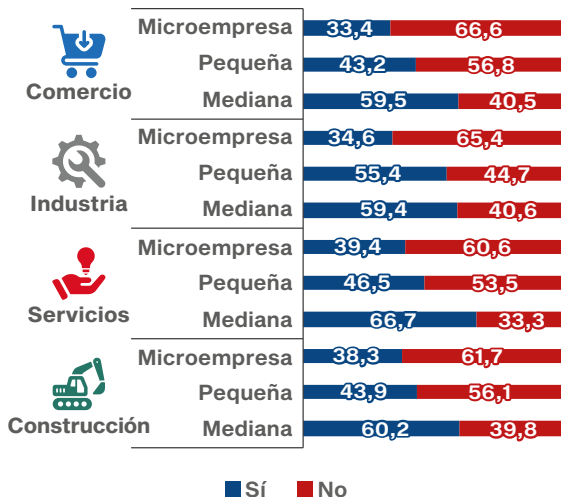
Los resultados muestran que entre más grande sea la empresa mayor es la utilización de este tipo de servicios. Tan solo entre el 30% y el 38% de las microempresas hacen uso de este tipo de servicios, el porcentaje aumenta para las pequeñas hasta alcanzar un máximo del 43% y las medianas destacan pues más del 50% sí hace uso de servicios de computación en la nube. Al revisar los resultados por rama de actividad, el comercio es el sector que menos utiliza los servicios de nube. En contraposición, en los servicios y en la construcción se evidencia una mayor apertura al uso de estas tecnologías, (ver Gráfico 49).

Dentro de las empresas que afirmaron usar servicios de computación en la nube, es posible

desagregar el uso que las empresas le dan a esta tecnología. A nivel general, los usos más comunes incluyen: el proceso de información para mejorar procesos internos, el procesamiento de información sobre clientes y ventas, seguridad de la información y el desarrollo de aplicaciones móviles. De esta forma, dependiendo del sector económico, las empresas dan prioridad a diferentes usos entre ellas. En el comercio y los servicios se le da más relevancia al procesamiento para mejorar procesos internos, en industria se evidencia un mayor uso en el procesamiento para clientes y ventas y en construcción toma mucha más relevancia el uso para desarrollo de aplicaciones móviles, (ver Gráfico 50).

En cuanto a la utilización de servicios web dentro del sistema financiero, la encuesta enfatizó acerca del uso de servicios de banca electrónica, que está directamente relacionado con los resultados del módulo de financiamiento. Se les preguntó a las empresas sobre la utilización de banca electrónica. Los resultados evidencian un comportamiento heterogéneo a nivel general. La mayoría de las microempresas no hacen uso de los servicios de banca electrónica, lo que con-

Gráfico 49. ¿Contaba con servicios de computación en la Nube?*
(%)

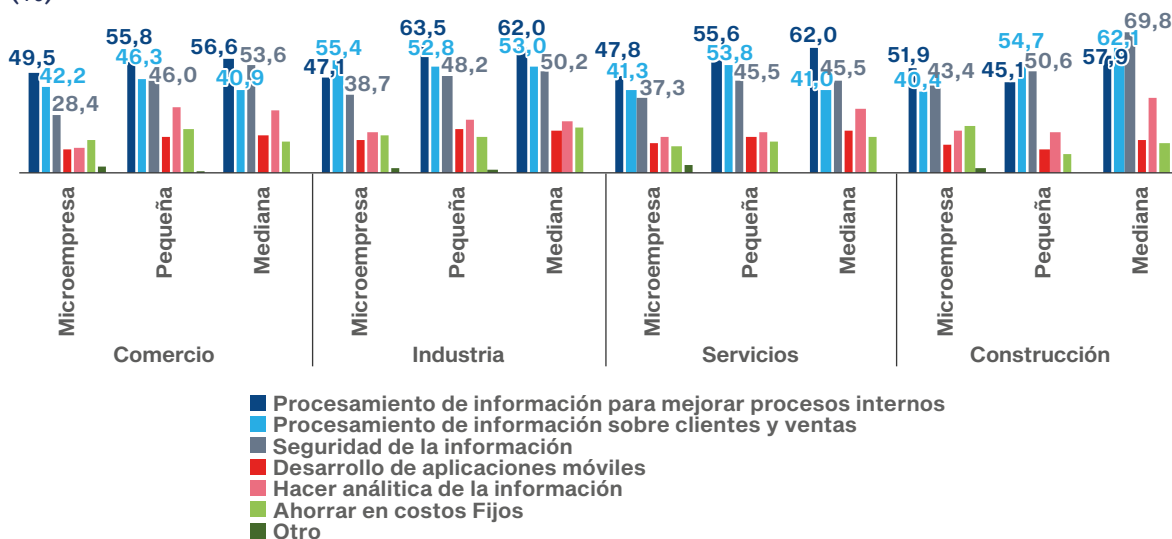


*Respuesta Única.
Los servicios incluyen: servicios de almacenamiento de datos online, procesador de texto online, cómputo online, y/o inteligencia artificial.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

trasta con las pequeñas empresas, pues la mayoría (por un porcentaje poco mayor al 50%) sí hace uso de los servicios de banca electrónica. En el caso de las empresas medianas se evidencia un gran uso de los servicios financieros electrónicos, pues 7 de cada 10 empresas los utiliza. Por rama de actividad, el comercio es la que menos hace uso de estos servicios, seguida de la construcción. Tanto la industria como los servicios tienen una mayor integración de la banca electrónica en su operación, (ver Gráfico 51).

A las empresas que respondieron no a la utilización de servicios de banca electrónica se les preguntó acerca de las razones detrás del comportamiento. En su mayoría, las empresas respondieron que estos no eran necesarios. No obstante, llama la atención que hay un porcentaje que por desconocimiento, tanto de uso como de existencia, no utilizó los servicios bancarios en línea. El sector constructor es el que más

Gráfico 50. ¿Utiliza estos servicios para?
(%)



*Respuesta Múltiple.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

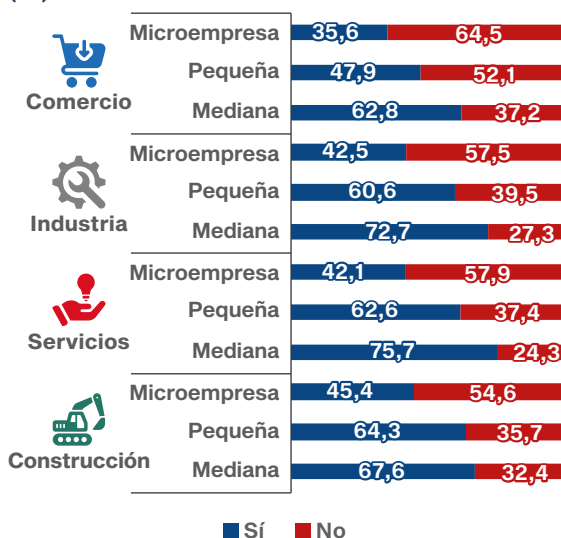
presenta desconocimiento acerca de este tipo de herramientas, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, lo que es contrario a la distribución del resto de las ramas, pues son las medianas empresas las que mayoritariamente no usan los productos por falta de necesidad. El comercio es el sector que parece tener más conocimiento de la banca en línea, pues más del 60% de las empresas dice no utilizarlos por ser innecesarios, (ver Gráfico 52).

Por último, se les preguntó a las empresas respecto de los servicios web y su relación con las compras y ventas electrónicas. Los resultados para estas preguntas se relacionan de forma directa con los resultados previos de la poca utilización de los servicios electrónicos web por parte de las empresas. Respecto de las compras de insumos por medio de plataformas, la distribución general evidencia que la mitad de las em-

presas las utilizó y la otra mitad no. Se destaca que el sector industrial es el que más hace uso de las plataformas con el fin de comprar insumos, mientras el sector de la construcción y el comercio no hacen un uso mayoritario de estas. Por tamaño de empresa hay una distinción clara entre las microempresas y las pequeñas y medianas, en tanto las primeras hacen menos uso que las segundas. No obstante, dependiendo del sector, se ve una mayor participación en el uso de las plataformas de las pequeñas (comercio, y construcción) y en otros el caso contrario (industria y servicios), ver Gráfico 53.

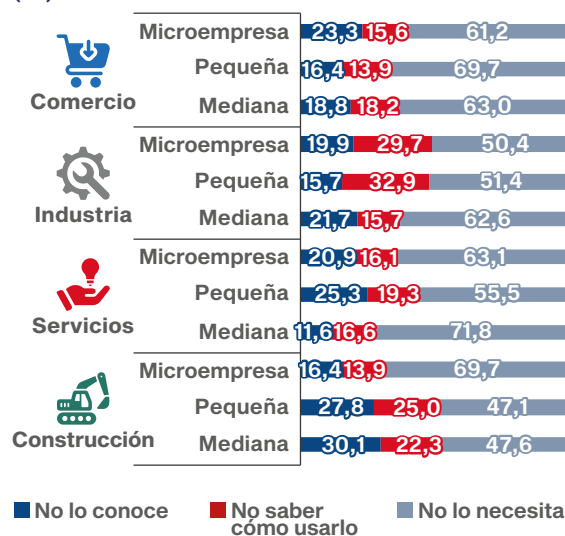
En el caso de las ventas a través de comercio electrónico, las respuestas se distribuyen de forma parecida a la pregunta anterior. Sin embargo, la proporción de respuestas negativas es mayor. En otras palabras, las empresas compran insumos en plataformas electrónicas más de lo que

Gráfico 51. ¿Alguna vez utilizó servicios de banca electrónica?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 52. ¿Por qué no utilizó servicios de banca electrónica?*
(%)

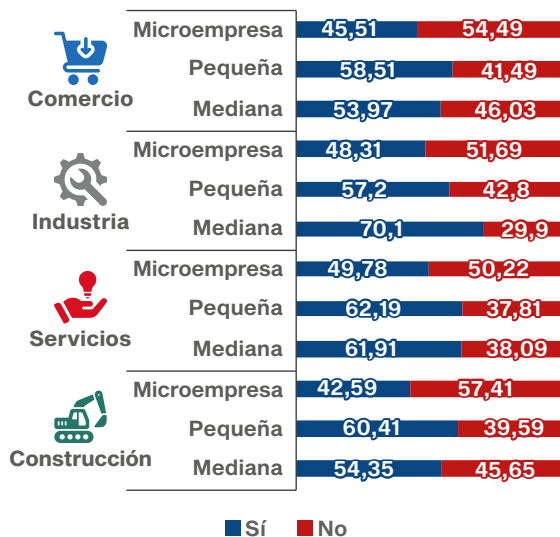


*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

venden a través del comercio electrónico. Cabe resaltar los resultados del sector constructor, en donde menos del 30% de las microempresas y menos del 50% de las pequeñas y medianas empresas realizan ventas a través del comercio

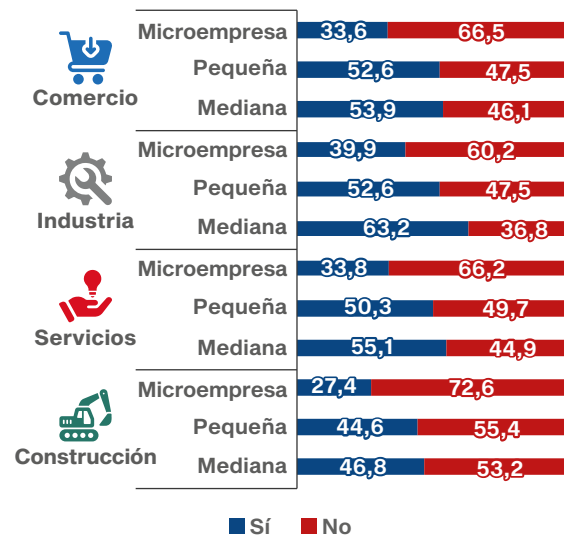
electrónico. Si bien lo anterior se puede deber al tipo de actividades que realizan estas empresas, se marca una clara tendencia de baja utilización de los servicios web por parte de la rama constructora, (ver Gráfico 54).

Gráfico 53. ¿Alguna vez utilizó plataformas para comprar insumos?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 54. ¿Alguna vez realizó ventas a través de comercio electrónico?*
(%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Sostenibilidad

En este módulo de sostenibilidad es fundamental caracterizar a las empresas colombianas que buscan promover prácticas responsables para asegurar un crecimiento económico sostenible, pues estas empresas tienden a ser más estables y competitivas a largo plazo. Además, la sostenibilidad fomenta la eficiencia en el uso de recursos, reduce costos operativos y fortalece la reputación de las empresas.

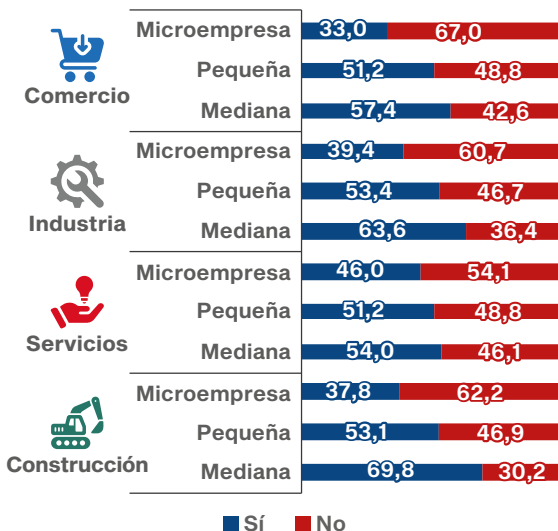
Siendo así, se les preguntó a los empresarios si sus empresas poseen un plan o estrategia para gestionar cuestiones sociales entendidas como la promoción de relaciones sanas entre los empleados y temas relacionados con la comunicación. Por lo general, las empresas no cuentan con este tipo de planes, en especial las microempresas. Sin embargo, en promedio, 47% de las empresas en el sector de comercio, 52% en promedio de las empresas en el sector de la industria, 50% en promedio de las empresas en el sector de servicios y 54% en promedio de las empresas en el sector de construcción dijeron contar con estrategias o planes para este tipo de gestión, (ver Gráfico 55).

De igual manera se indagó sobre los planes o estrategias de las empresas para gestionar cuestiones medioambientales. A lo anterior la gran mayoría respondió no tener, especialmente las empresas del sector de comercio. Sin embargo, las empresas medianas en los sectores de industria, servicios y comercio fueron quienes más dijeron tener este tipo de estrategias dada la naturaleza y estructura más robusta de estos negocios, (ver Gráfico 56).

Ahora, en términos de implementación de políticas y programas ambientales se observa que, en su gran mayoría, las empresas no invierten en este tipo de políticas especialmente en el caso de las microempresas (62% en promedio). Sin embargo, por sector, las empresas industriales son las que más invierten en este tipo de programas, (ver Gráfico 57).

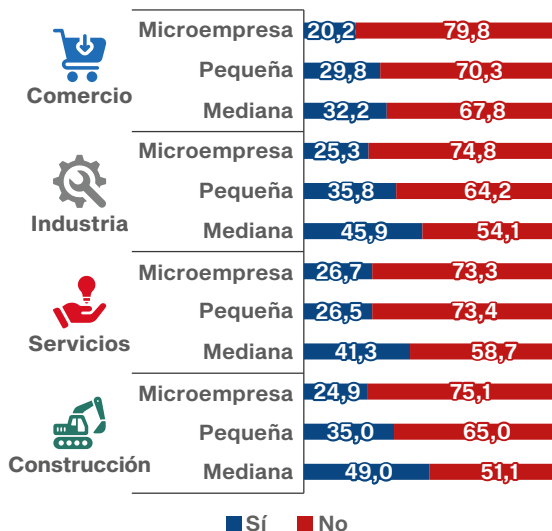
Al analizar cuál es la principal fuente de financiamiento de estas inversiones o prácticas medioambientales la respuesta más común entre los encuestados son los recursos propios de

Gráfico 55. ¿Su empresa posee un plan o estrategia escritos para gestionar las cuestiones sociales?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 56. ¿Su empresa posee un plan o estrategia escritos para gestionar las cuestiones medioambientales?* (%)



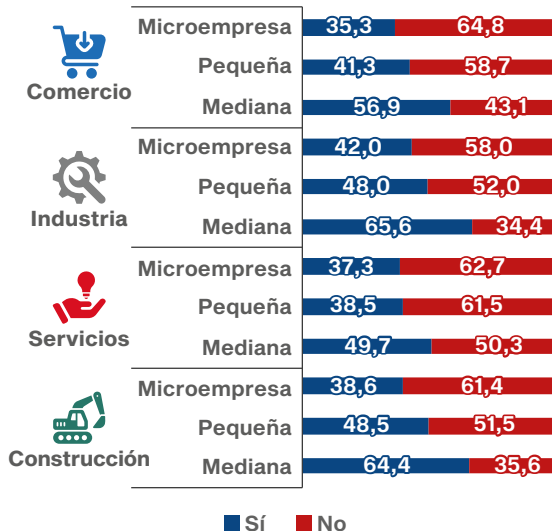
*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

la empresa. Considerando que son las empresas medianas las que más hacen este tipo de inversión, tiene sentido pues éstas poseen una mayor capacidad económica y una estructura más organizada que les permiten hacer un uso de sus recursos con objetivos distintos al desarrollo y mantenimiento de las empresas, (ver Gráfico 58).

Finalmente, buscamos indagar sobre las empresas con estrategia de sostenibilidad que han sido inspeccionadas. El comportamiento es diverso en todos los sectores, sin embargo, por lo general las microempresas son quienes menos han sido inspeccionadas. En contraste, las empresas medianas son las que cuentan con mayor proporción de inspecciones, especialmente en el caso de las empresas del sector de construcción donde cerca del 96% han sido inspeccionadas, (ver Gráfico 59).

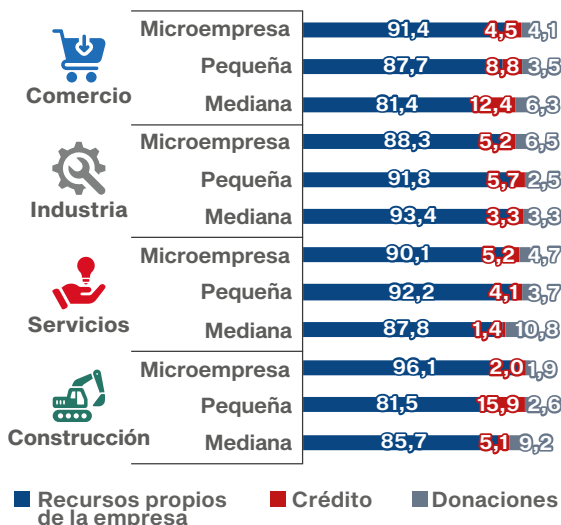
Igualmente, se preguntó si las empresas cuentan con alguna certificación de sostenibi-

Gráfico 57. ¿Invierte en políticas y programas para mejorar su comportamiento medioambiental?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

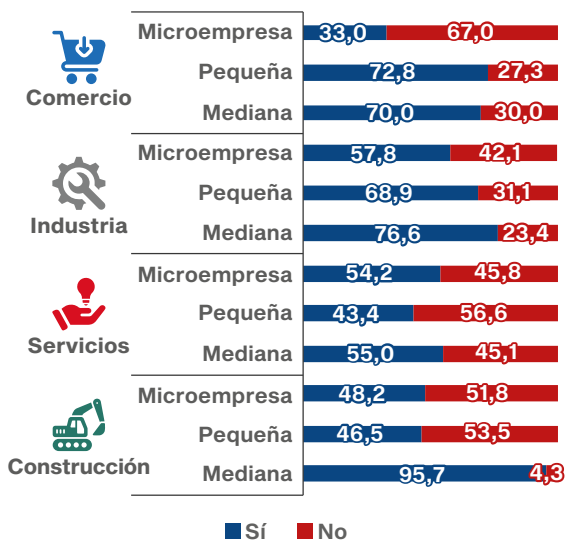
Gráfico 58. ¿Cuál es la principal fuente de financiamiento de estas inversiones o prácticas medioambientales?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

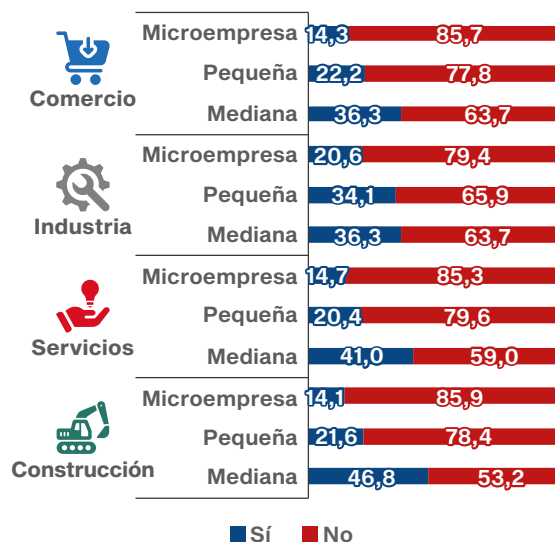
La respuesta más común entre los empresarios fue no. Las empresas medianas son las que mayoritariamente cuentan certificaciones de sostenibilidad (40% en promedio), lo cual puede estar asociado al músculo financiero con el cual cuentan y a la participación en proyectos que pueden tener como requisito este tipo de certificados. Un dato que resulta relevante destacar es que al cruzar la información de las empresas que han sido inspeccionadas con las que tienen certificados se encuentra que la mayoría de las inspeccionadas cuentan con certificados. Esto podría reflejar que la inspección es un factor importante en la decisión de las empresas de gestionar los certificados una vez han implementado estrategias de sostenibilidad. La baja implementación de estrategias de sostenibilidad entre las empresas refleja la importancia de realizar capacitaciones en este ámbito que sean de carácter obligatorio para un promover un mejor desarrollo de las empresas, (ver Gráfico 60).

Gráfico 59. Empresas con estrategia de sostenibilidad que han sido inspeccionadas (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 60. ¿Su empresa posee alguna certificación de sostenibilidad?* (%)



*Respuesta Única.
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Subsistencia:

una mirada distinta de las microempresas

Hablar del estado de las MiPymes sin reconocer que las microempresas son un universo complejo es sin lugar a duda un error. De las más de 1,6 millones de empresas en Colombia, poco más del 90% está concentrado en microempresas. Estas agrupan una diversidad de empresas cuyo comportamiento, objetivos y concepción requieren de tratamientos especiales, por lo cual agruparlas dentro de una sola categoría impide un análisis completo. Dado esto, a través de la EMP se decidió avanzar en el análisis más especializado sobre este segmento, de tal forma que los hallazgos se puedan traducir en políticas y programas que atiendan de la mejor forma las necesidades de estas empresas.

Esta necesidad de entender el segmento de las microempresas no es nueva, se ha visto reflejada en las distintas subdivisiones que han sido propuestas en la literatura. El ejercicio presentado a continuación emplea las divisiones planteadas por Farman y Lessik en 1989 y luego adaptadas por Molenaar en 2013. Para el establecimiento de las categorías, es-

tos autores ponderan la visión del empresario, el objetivo de creación del negocio, su capacidad para aprovechar oportunidades, el tipo de financiamiento y el tipo de administración que emplean. Por un lado, se conciben estructuras productivas de orden “autónomo” que cuentan con una visión de corto y muy mediano plazo, en las que prima la generación de ingresos, el uso de fondos propios como principal fuente de financiamiento y procesos administrativos muy básicos. En términos simples, son las más conocidas como empresas de subsistencia. Por otro lado, distanciándose de estas, se encuentran estructuras de orden “micro”, que corresponden al resto de empresas del segmento y cuentan con visiones de crecimiento que les permiten explotar las oportunidades del mercado, con fuentes tradicionales de financiación y con la adopción de sistemas contables. Aunque al interior de estos dos tipos de estructuras existen divisiones más detalladas, la discusión se centrará en analizar aquellas estructuras de orden “autónomo” en comparación con las “micro”.

Dada la disponibilidad de información, la definición aquí adoptada de empresas “autónomas” es la más simplificada y únicamente pondera los

factores que motivaron la creación del negocio. Puntualmente, se consideran aquellas empresas que indicaron haber sido creadas para generar ingresos que complementen el ingreso familiar/propio o para generar una entrada de dinero ante la dificultad de conseguir un puesto de trabajo asalariado, (ver Cuadro 1 y Gráfico 61).

Cuadro 1. Tamaños de las empresas



Autónoma: Se consideran aquellas microempresas que indicaron haber sido creadas para generar ingresos que complementen el ingreso familiar/propio o para generar un ingreso ante la dificultad de conseguir un puesto de trabajo asalariado.



Micro: resto de microempresas cuya creación está relacionada con la identificación de una oportunidad de negocio, para ejercer el oficio del fundador, tradición familiar, de inversión o para probar suerte.



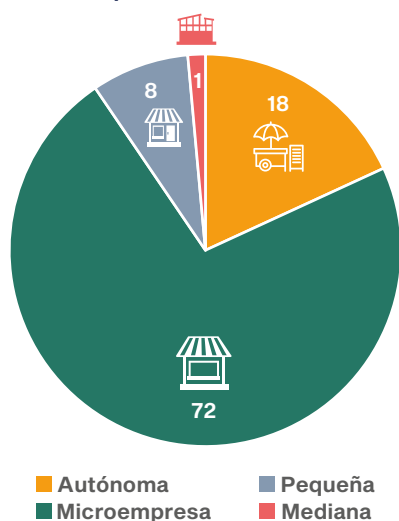
Pequeña: clasificación teniendo en cuenta el nivel de ingresos.



Mediana: clasificación teniendo en cuenta el nivel de ingresos.

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 61. Distribución de la muestra por tamaño de empresa (%)

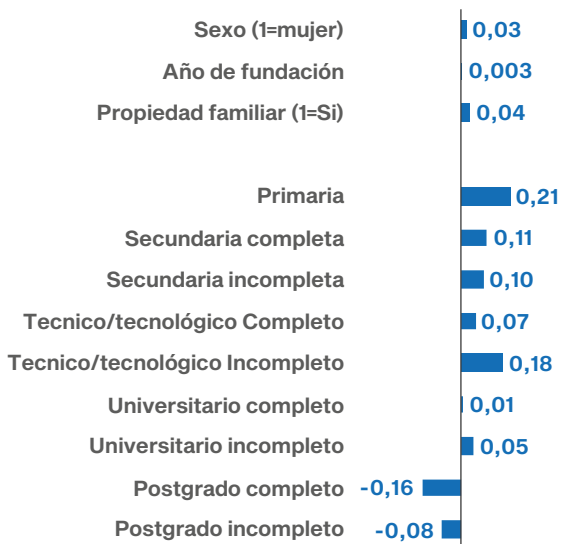


Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Partiendo de lo anterior y con el objetivo de identificar si existen características del dueño o de la empresa que estén relacionadas con el hecho de tener una estructura productiva “autónoma”, se realizó un ejercicio econométrico usando un modelo Logit. Las variables que se consideraron fueron el sexo del dueño y el último nivel educativo alcanzado por este, el año de fundación de la empresa y si es o no de propiedad familiar. El ejercicio reveló que la probabilidad de tener una empresa autónoma aumenta: i) 0,03pp si la dueña es mujer; y ii) 0,21pp si el último nivel educativo alcanzado del (la) dueño(a) es educación primaria y 0,18pp si es técnico/tecnológico incompleto. En cuanto a características de la empresa, el ejercicio indica que entre más nueva es la empresa mayor es la probabilidad de que esta sea de carácter autónomo (la probabilidad de ser autónoma disminuye 0,003pp por cada año adicional de creación). Otro aspecto que influye es si la empresa es de propiedad familiar o no: ser una empresa de propiedad familiar incrementa la probabilidad de ser autónoma en 0,04pp. Este análisis refleja que existen algunos factores de base que influyen en el establecimiento de las empresas de carácter de subsistencia, (ver Gráfico 62).

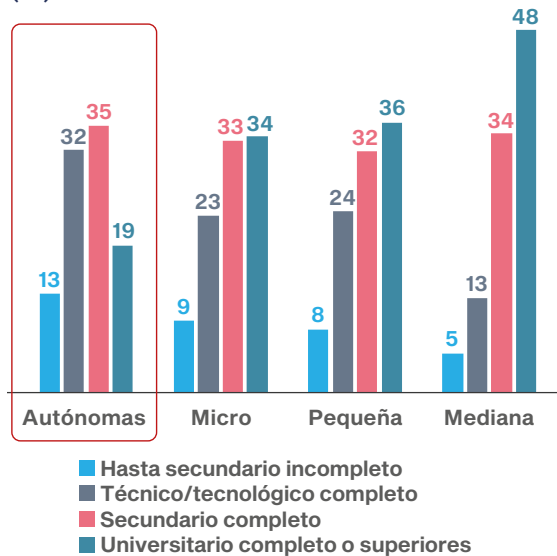
Los resultados de este ejercicio explican por qué, al indagar por el sexo del dueño o tomador de decisiones en la empresa, las autónomas sean las únicas en las que hay más mujeres en esta posición (55% vs. 45% hombres), ver Ilustración 2. Lo mismo ocurre cuando se pregunta por el último nivel educativo alcanzado. La mayor concentración se encuentra en técnicos/tecnólogos completos (35%) o secundario completo (32%). Para el resto de los tamaños, se evidencia una mayor concentración hacia universitario completo o superiores, nivel que va aumentando entre más grande es la empresa, (ver Gráfico 63).

Gráfico 62. Características del tomador de decisiones que influyen en la creación de empresas de subsistencia (%)



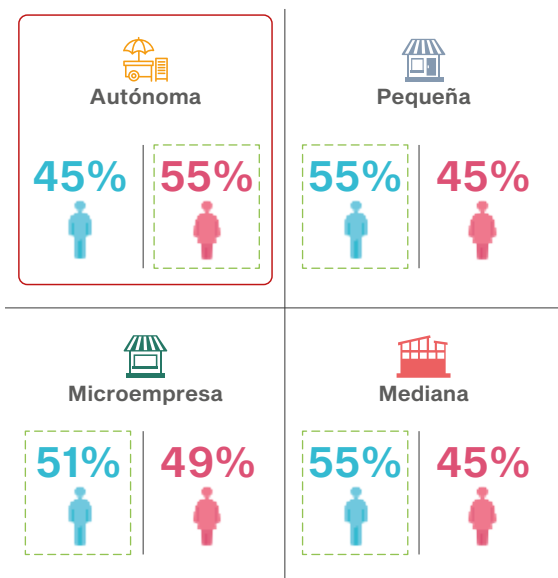
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 63. Último nivel alcanzado por el tomador de decisiones (%)



Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Ilustración 2. Sexo del tomador de decisiones (%)







Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

En cuanto a los rasgos de formalidad empresarial, la brecha es marcada con las micro, pequeñas y medianas empresas. Como es de esperarse, el porcentaje de empresas autónomas que cuenta con RUT y NIT es considerablemente inferior a los demás tamaños de empresas. Solo 67% de las autónomas indicó contar con RUT y el porcentaje fue 10pp inferior en el caso del NIT. Esto, sin lugar a duda, se convierte en una barrera para acceder no solo a financiamiento sino también a conocimiento, redes de apoyo y de trabajo, nuevos mercados e incluso programas y beneficios empresariales, (ver Ilustración 3).

Partiendo de lo anterior, resulta coherente que la principal fuente de financiamiento que utilizaron para iniciar el negocio fuera el uso de recursos propios (50,7%). Sin embargo, esto no es un comportamiento atípico entre las MiPymes en tanto sin importar el tamaño de la empresa todas señalan esta opción como la principal. Lo que sí





Ilustración 3. Su negocio contaba con:
(%)

	RUT		NIT	
	✓	✗	✓	✗
 Autónoma	67%	33%	57%	43%
 Microempresa	82%	18%	72%	28%
 Pequeña	88%	12%	81%	19%
 Mediana	95%	5%	91%	9%

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

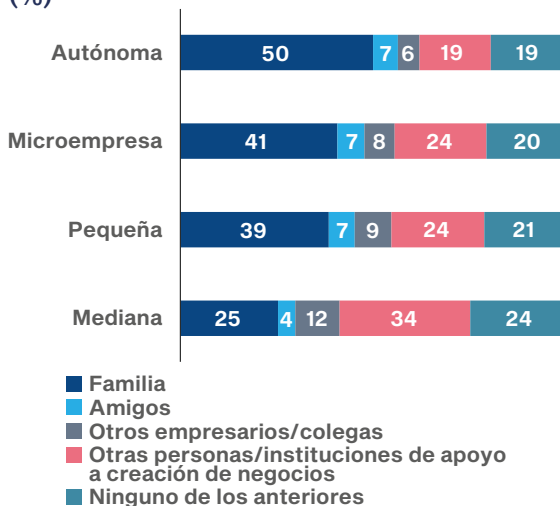
resulta ser una dinámica particular y que refleja las consecuencias de la informalidad es la elevada participación de los familiares o amigos como principal fuente de financiación, en contra de la de las entidades bancarias, al comparar con los demás tamaños de empresa. En el caso de las autónomas, los familiares o amigos son la principal fuente para el 23,2% de las empresas, superior a lo señalado incluso por las micro (20,4%), mientras el financiamiento bancario participa tan solo con un 11,1%, (ver ilustración 4). Este mismo comportamiento se observa cuando se indaga por la red de apoyo a la que acudirían ante problemas de liquidez. La familia es para el 50% de las empresas autónomas el principal recurso en caso de emergencia. Y si bien este grupo mantiene su relevancia entre las micro y pequeñas empresas (41% y 39%, respectivamente), en estos segmentos la ayuda de colegas y/o otras instituciones enfocadas al apoyo de las estructuras productivas coge más relevancia, (ver Gráfico 64).

Ilustración 4. ¿Cuál fue la principal fuente de financiación cuando inició la empresa?

Autónoma 	1. Recursos propios 50,7% 2. Familiares o amigos 23,2% 3. Financiamiento bancario 11,1%
Microempresa 	1. Recursos propios 51,2% 2. Familiares o amigos 20,4% 3. Financiamiento bancario 14,6%
Pequeña 	1. Recursos propios 40,7% 2. Familiares o amigos 17,7% 3. Financiamiento bancario 22,1%
Mediana 	1. Recursos propios 36,4% 2. Familiares o amigos 16,6% 3. Financiamiento bancario 24,0%

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 64. Si su negocio experimentara problemas de liquidez u otros, ¿cuál sería la principal red de apoyo a la que recurriría para pedir ayuda?: (%)



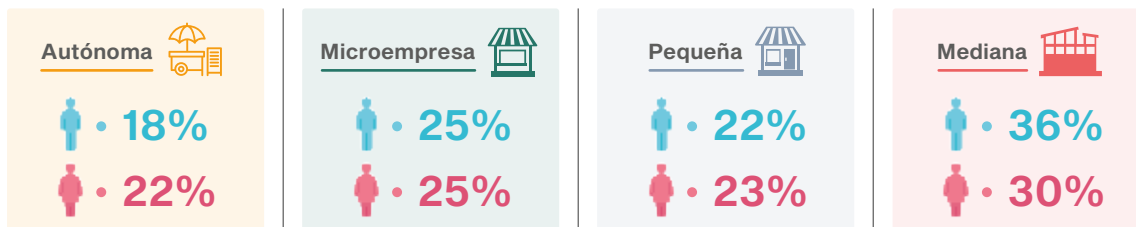
Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Aunque los puntos anteriores ponen en evidencia la brecha de las empresas más pequeñas en materia de financiamiento, resulta interesante ver si estas dinámicas van más allá de situaciones de alto “estrés”. Cuando se pregunta por la solicitud de crédito ante el sistema financiero, las MiPymes registran tasas bajas, incluso en el caso de las medianas (en las cuales, en promedio, solo 33% lo ha hecho). Esta proporción tiende a disminuir conforme disminuye el tamaño de

la empresa. Así, para las autónomas el porcentaje de empresas que lo hace es en promedio del 20%. Esto además de traer a colación la reflexión que se dio en el apartado de financiamiento sobre la poca participación de las empresas en el sistema financiero, (ver ilustración 5).

En términos de acceso al sistema financiero, este módulo buscó analizar también si existen diferencias de género en este sentido. En las autónomas, micro y pequeñas empresas la participación femenina en la solicitud de crédito es superior o igual a la masculina. Lo anterior es un hallazgo relevante que, en el caso de las autónomas, puede estar relacionado con la proporción de empresas con mujeres dueñas o tomadoras de decisiones. Aislado esto de la ecuación, su mayor participación también podría estar revelando la necesidad de financiamiento que estas tienen. Ahora bien, solicitar el crédito no implica que este haya sido aprobado. Desafortunadamente, las empresas autónomas y micro son las que menos señalan haber recibido la aprobación del crédito solicitado. Y, analizando la situación teniendo en cuenta el sexo del(la) dueño(a), las tasas de aprobación son menores en el caso de las empresas en cabeza de mujeres comparado con aquellas lideradas por hombres. Esto es más marcado en las microempresas (0,5pp de diferencia entre hombres y mujeres) que en las autónomas (0,1pp). En las empresas de mayor tamaño la situación es distinta. Aquellas empresas en cabeza de hombres presentan tasas menores de aprobación (-4pp frente a las mujeres en pequeña y -9pp en las medianas). Estos resultados dispares parecen deve-

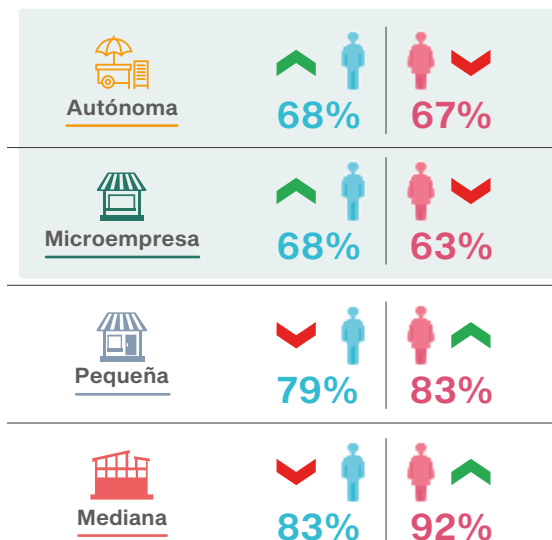
Ilustración 5. Solicitó crédito con el sector financiero haya sido aprobado o no:



lar un mayor apetito del liderazgo femenino por apalancarse con el sistema financiero. Sin embargo, requieren de un acercamiento más efectivo para lograr mayores tasas de aprobación. En el caso de las empresas más pequeñas esto puede estar relacionado con los rasgos de informalidad, la información con la que cuentan o incluso el manejo del negocio, (ver Ilustración 6).

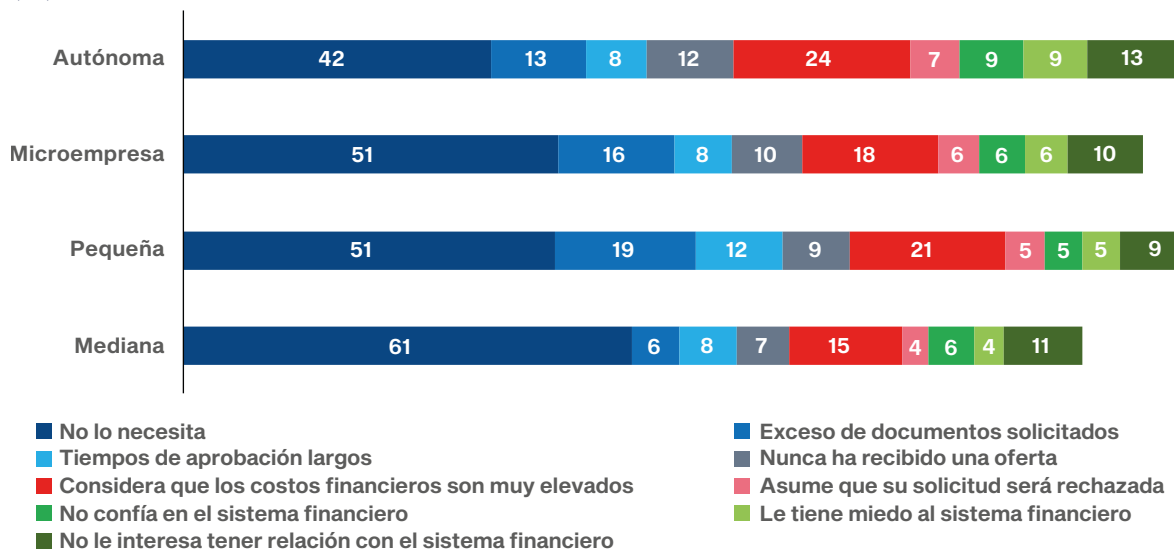
La necesidad de financiamiento se hace más explícita cuando se revisan las razones por las cuales no solicitan crédito con el sistema financiero. Si bien las autónomas son las que menos solicitan crédito, también son las que menos indican no necesitarlo (42% vs. 51% micro y pequeña y 61% mediana), ver Gráfico 65. Es decir, son empresas que sí requieren apalancamiento, pero tienen razones para no solicitarlo. Analizando los datos se encuentra que las razones para no solicitar créditos están relacionadas con la percepción que tienen sobre los costos finan-

Ilustración 6. Créditos aprobados (% ,disparidad por sexo)



Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

Gráfico 65. No solicitó un crédito en el sistema financiero porque: (%)



Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

cieros, seguido del volumen de documentación solicitada y el desinterés de mantener una relación con el sistema financiero. Ahora bien, estas razones no solo son relevantes para las empresas más pequeñas, también lo son para las más grandes. Esto da a entender que de forma generalizada hay aspectos del sistema que generan barreras de entrada. Ejemplo de esto es la divulgación de información que incluye la relevancia y composición de los costos financieros, así como la socialización de los beneficios de participar del sistema para el desarrollo de los negocios. Esto último se ata a una respuesta que dentro de las empresas más pequeñas tiene relevancia y es la falta de ofertas. De ahí la importancia de pensar a las MiPymes, en especial a las de menor tamaño, como entidades que requieren de un acompañamiento y acercamiento constante que les brinde conocimiento y que identifique sus necesidades para diseñar productos que se adapten a sus estructuras.








De hecho, sobre esta última recomendación el sistema ha comenzado a dar algunos pasos que han dado frutos en términos de inclusión. La digitalización le ha abierto al sistema financiero la oportunidad de acercarse a poblaciones y segmentos que por razones como las listadas anteriormente permanecían aislados. Esto en la medida que se traduce en procesos más rápidos con menores trámites y costos, un mayor volumen de información disponible en todo momento y una mayor capacidad de seguimiento del comportamiento de los clientes que permite responder a sus necesidades. Esto entonces se ha traducido en un incremento progresivo de su penetración dentro de los empresarios.

La banca electrónica, que es el formato digital de la banca tradicional, presenta el mayor uso en las empresas de mayor tamaño (60% pequeñas y 72% medianas), marcando una distancia de al menos 24pp con el uso de las más pequeñas. Estas diferencias tan marcadas no se ven cuando se evalúan productos o entidades no tradicionales como son las billeteras digitales y los servicios Fintech, (ver Ilustración 7). Es más,

el uso de las billeteras es el más popular entre las autónomas y las microempresas (44% y 47%, respectivamente), lo que puede estar empezando a reemplazar al efectivo como instrumento de manejo del dinero. En cuanto a los servicios Fintech, aunque la proporción de empresas que hace uso de estos es levemente inferior, su participación no es menor. Para las empresas más pequeñas esto puede ser una ventana para acceder a nuevos productos de financiamiento.

Estos avances ponen sobre la mesa la responsabilidad que hay desde las estructuras tradicionales de avanzar hacia nuevas formas de concebir y atender a las MiPymes. El primer paso, y el que motiva esta última sección del informe, es entender la gran diversidad de empresas que existe al interior de las microempresas en Colombia y la necesidad de atenderlas desde sus particularidades y no desde su clasificación estándar de tamaño. De esta forma es posible

Ilustración 7. Porcentaje de Digitalización de las Empresas

Utilización de los siguientes productos y servicios:	 Banca Electrónica	 Billeteras Electrónicas	 Servicios Fintech
 Autónoma	36%	44%	39%
 Microempresa	43%	47%	43%
 Pequeña	60%	58%	47%
 Mediana	72%	57%	57%

Fuente: elaboración ANIF con base en la EMP.

comprender sus objetivos y dinámicas productivas, lo que es determinante para poder hacer una buena estructuración y focalización de programas y políticas para su fortalecimiento.

Mantener la visión tradicional sobre el segmento MiPyme es un obstáculo, su participación en el sistema financiero tradicional lo refleja. El bajo uso de productos tan sencillos como una cuenta de ahorros y las pocas solicitudes/tenencia de créditos reflejan las barreras y la aprehensión de las empresas para involucrarse con

el sistema financiero. Sin embargo, la innovación y las nuevas propuestas al interior del sistema financiero han abierto una ventana para conocer sus potenciales clientes y desde ahí desarrollar productos y herramientas. Por esto, seguir avanzando en el desarrollo de nuevos sistemas de información es fundamental para conocer de primera mano el comportamiento de los actores productivos, sus objetivos, metas y necesidades. Con esto es posible avanzar en la formalización empresarial, la educación financiera y el acceso a nuevas oportunidades.

Ficha técnica

Técnica

Entrevista telefónica, presencial o de auto diligenciamiento al propietario-representante legal (o a quien este delegue) de la unidad empresarial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

Grupo objetivo

Unidades empresariales con Ventas anuales (o Ingresos por Actividades Ordinarias) en 2021 dentro de los siguientes rangos (\$ millones):

Industria/Construcción		Comercio		Servicios	
<	≤	<	≤	<	≤
900	66.000	1.700	82.000	1.300	18.400

Cubrimiento




Nacional con representatividad de las regiones Atlántica, Antioquia, Oriental, Pacífica, Bogotá, Valle del Cauca y Central. Se excluye la región Orinoquía-Amazonía por el bajo volumen de estructuras productivas.

Tipo de muestreo

Estratificado por sector, tamaño de empresa y región, con selección aleatoria a partir del marco muestral que corresponde al Directorio Estadístico del DANE.

Tamaño de la muestra

4.730 empresas encuestadas:

Tamaño	Comercio	Industria	Servicios	Construcción	Total
 Microempresa	994	914	1.034	306	3.248
 Pequeña	314	358	268	114	1.054
 Mediana	114	148	120	46	428
Total	1.422	1.420	1.422	466	4.730

Margen de error

Para los sectores de industria, comercio y servicios el error estándar se ubica en 4,8% a nivel de tamaño de las empresas y las regiones. Para el caso de las empresas de construcción el error es de 8,4%. De esta forma, se garantiza un error estándar relativo máximo observado para una frecuencia de mínimos 25% con una confiabilidad del 95%.

Frecuencia

Anual.

Medición

Septiembre 2022-2023 - marzo 2024.

Realizado por



Comité técnico

Banco de la República	Eliana González Molano María Alejandra Hernández
Bancóldex	María José Naranjo Juan Pablo Silva Cindy Benedetti
BID	María Paula Gerardino Cecilia Jimena Vidal Fuertes
BID INVEST	Patricia Yañez Pagans Rafael González
ANIF	José Ignacio López G. Luz Magdalena Salas B. Andrea Ríos S. Fabián Suárez N. Laura Llano C. Ana María Castiblanco L. Laura Castaño O.
Cifras & Conceptos	César Caballero Miguel Ángel León Antonia Maturana Loreley Ospina María Victoria Pineda Juan Nicolás Rodríguez David Felipe Tautiva

Informes: lsalas@anif.com.co • arios@anif.com.co

Diseño de carátula: Andrés Felipe Ramírez
Diseño y producción electrónica: Brigitte Dayana Avellaneda
Bogotá, junio de 2024 - Encuesta MiPyme ANIF