



## **Banca para Pymes: AGENDA PARA EL DESARROLLO**

La semana anterior se llevó a cabo el II Congreso Banca para Pymes, organizado por Asobancaria y Acopi. Allí se revisaron las principales tendencias en materia de oferta de servicios financieros para estas empresas y se examinaron los retos del sector empresarial en materia de competitividad.

El evento contó con la participación de reconocidos conferencistas internacionales y locales y con el destacado concurso de empresarios y banqueros. Desde la Asociación Bancaria vemos en este tipo de escenarios la mejor forma de intercambiar ideas y de buscar soluciones conjuntas a la problemática de financiación de las pequeñas y medianas empresas.

Esta edición de la Semana Económica está dedicada a presentar los aspectos más destacados de este foro, del cual se pueden extraer importantes lecciones, tanto para el diseño de políticas como para la implementación de esquemas de atención financiera a las pymes. Como colofón podemos afirmar que el éxito de las estrategias dirigidas a impulsar este sector radica, en buena medida, en la capacidad de creatividad y permanente innovación.

### **La agenda de competitividad**

Las pymes juegan un papel muy importante en la vida económica del país. Ellas generan más del 67% del empleo y del 38% del PIB y son una fuente permanente de innovación tecnológica.

Según un estudio reciente de Fundes, las pymes exportadoras se especializan en productos no tradicionales con un alto contenido de valor agregado. De allí la importancia que revisten en la estrategia de competitividad del país en el contexto de un mundo globalizado y de mayor

competencia por la firma de tratados de libre comercio.

En opinión de la CAF y del BID, las pymes tienen serias limitaciones para afrontar de manera competitiva la creciente internacionalización de los mercados. Entre los obstáculos se destacan su baja productividad y la poca diversificación, las dificultades para acceder a mercados internacionales, el bajo nivel de capacitación de su capital humano y gerencial, y la falta de capital social en materia de asociatividad y de conectividad en las cadenas productivas.

Consciente de esto, el Consejo Gremial Nacional propuso ocho estrategias para mejorar la competitividad de las pymes que fueron acogidas en la Agenda Interna. Estas contemplan el fortalecimiento de la institucionalidad en cabeza del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la creación de información estadística de este sector, el estímulo a las cadenas productivas, el desarrollo tecnológico y la reconversión industrial, la promoción de la competencia, el impulso a programas de capacitación empresarial, la diversificación de la oferta exportable y el mayor acceso de las pymes a los servicios financieros.

Estas ocho estrategias deben convertirse en el eje orientador de la política pública hacia las pymes, y en el punto de confluencia de los esfuerzos que de manera individual vienen haciendo diferentes instancias de los sectores público y privado.

En su intervención, el BID advirtió sobre la necesidad de que las pymes se preparen para afrontar la competencia internacional. Diseñar una buena política para mejorar su competitividad es fundamental para sacarle provecho a las inmensas oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.

Diseñar una buena estrategia de competitividad requiere del concurso de las diferentes instancias del Estado y del sector privado. Allí están llamados a jugar un papel

primordial los diferentes gremios de la producción, las universidades, y los organismos multilaterales. Sincronizar estos esfuerzos es el gran reto de corto plazo que enfrenta el gobierno.

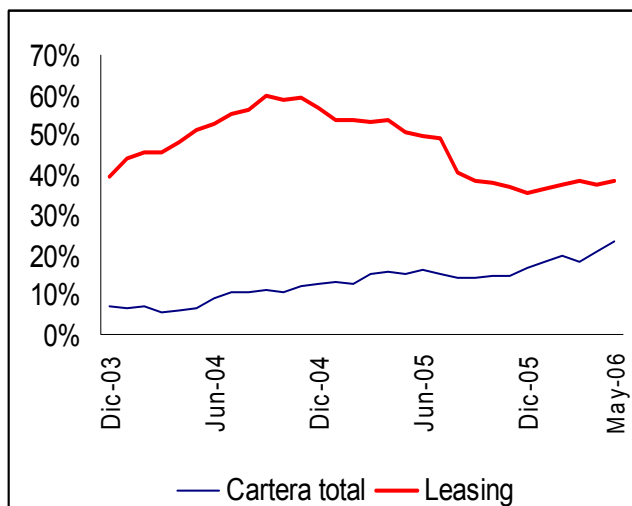
### **Leasing y factoring**

En el evento se presentaron conferencias sobre dos de los instrumentos con mayor potencial de desarrollo en el segmento pymes, como son el *leasing* y el *factoring*.

El *leasing* está llamado a jugar un papel primordial en la estrategia de modernización empresarial de las pymes. De ser autorizado, a la luz de la reforma financiera que ha planteado el gobierno, este instrumento cobrará particular importancia en el portafolio de servicios financieros provisto por los bancos para estas empresas.

En los últimos años el *leasing* ha tenido una dinámica de crecimiento notable. Según las últimas cifras disponibles, la cartera de leasing crece en mayo a una tasa real del 35%, es decir, 15 puntos por encima de lo que ha sido la dinámica de la cartera empresarial total (gráfico 1).

**Gráfico 1**  
**Crecimiento anual de la cartera y el leasing financiero**



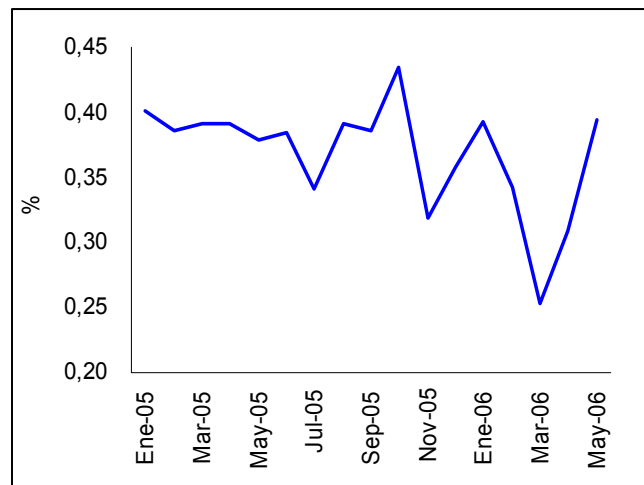
Fuente: Superintendencia Financiera, cálculos Asobancaria.

Los beneficios tributarios de este instrumento, junto con la flexibilidad requerida para la financiación de activos muy específicos con alto valor productivo pero con bajas posibilidades de comercialización, hacen de este uno de los productos con mayor potencial en el corto plazo.

De ahí que en el marco del Congreso Banca para Pymes el Fondo Nacional de Garantías haya lanzado su nuevo producto de garantía para *leasing* dirigido a mipymes. Con esta nueva línea se puede garantizar hasta el 50% de los cánones teóricos de operación hasta por \$520 millones, en el caso de garantía automática, y por \$820 millones en el caso de garantía individual.

En el caso del *factoring*, la banca colombiana ha venido realizando cada vez más operaciones, pero como porcentaje del crédito total esta figura todavía no alcanza niveles importantes (gráfico 2).

**Gráfico 2**  
**Factoring como porcentaje del crédito total**



Fuente: Superintendencia Financiera, cálculos Asobancaria.

El esquema de *factoring* ha demostrado ser una herramienta poderosa para mejorar la financiación de las pymes. Estos esquemas generan ventajas para todas las partes y dotan de una mayor eficiencia económica al país. Para el empresario pyme se convierte en una fuente

importante de liquidez de sus cuentas por cobrar, para el gran comprador de productos pyme constituye una oportunidad para ampliar sus plazos de financiación y mejorar su flujo de caja, y para la banca representa una oportunidad de mejorar la financiación a las pymes.

El proyecto de *factoring* y cadenas productivas de NAFIN-CAF requiere de gran atención por parte de autoridades y del sector privado. Sacar adelante esta iniciativa representará enormes ventajas para las pymes, tal y como lo muestran las experiencias mexicana e italiana.

### **Región, gobierno y pymes**

En las discusiones sobre el desarrollo cobran cada vez más importancia los papeles que pueden jugar las regiones y a los gobiernos locales en la promoción de la productividad, la competencia, la especialización y la transferencia de tecnología y conocimiento.

Un buen ejemplo de esto lo constituye la región Emilia-Romagna de Italia. En el marco del evento intervino Paolo Galloni, asesor para la internacionalización de la pyme en esta región, quien dejó importantes mensajes sobre el papel que pueden jugar las regiones en el desarrollo de su capacidad productiva empresarial.

Con un ingreso *per cápita* superior en 22% al de toda Italia, esta región se ha consolidado como un motor de crecimiento y de exportaciones digno de ser imitado.

En los setenta, la política empresarial se orientó a crear las bases de infraestructura necesarias para la localización de pymes y la reducción de los gastos de establecimiento. Como resultado, se consolidaron allí áreas especializadas de producción manufacturera de bienes que van desde un Ferrari hasta productos de origen agropecuario.

En los ochenta la política tuvo como eje conductor la implantación de un esquema de intervenciones sectoriales para promover empresas de un mismo sector, el monitoreo permanente de la capacidad productiva empresarial, y la aglomeración con fines de

concertación de diferentes instancias como las cámaras de comercio, las administraciones locales y las asociaciones empresariales.

Fue así como surgieron los distritos de producción basados en la proximidad geográfica y las interrelaciones alrededor de una cadena productiva muy especializada.

Las presiones de la internacionalización y la paulatina pérdida de competitividad de la industria, indujeron cambios de política significativos. De un lado, se dotó de mayor autonomía a las regiones para el diseño de políticas industriales que abarcaban áreas como la promoción del comercio exterior y la formación profesional de los empresarios.

De otra parte, los distritos de producción le dieron paso a la creación de las “Filieras” como formas de organización empresarial basada más en las redes de conocimientos y de transferencia tecnológica que en la proximidad geográfica o las cadenas de producción.

Por ejemplo, como puntal de la Región Emilia-Romagna, la mecánica industrial ha servido como conector de las especializaciones regionales que existen alrededor de industrias tan variadas como la de la salud, la moda, la construcción y la automotora.

La experiencia italiana deja importantes lecciones sobre el papel que están llamados a jugar los gobiernos locales para el impulso de las pymes. Región y gobierno central tienen tareas complementarias que adelantar y sinergias que aprovechar.

### **Crecimiento con creatividad**

La banca colombiana ha avanzado significativamente en el conocimiento de las necesidades de las pymes, lo que se ha venido reflejando en una mayor y mejor provisión de productos financieros. Con el ánimo de buscar nuevas alternativas para seguir creciendo en este segmento, se tuvo la oportunidad de conocer las experiencias del Banco Estado de Chile y Bancomer de México.

Una importante lección de ambos países es que crecer en este segmento no es sólo una

cuestión de ofrecer productos de manera masiva. Para satisfacer la necesidad de los empresarios se requiere de creatividad, de alto conocimiento de las necesidades de éstos y un compromiso de la alta gerencia con el desarrollo de este segmento.

En el mundo actual se habla cada vez menos de pymes, por la sencilla razón de que las medianas empresas reciben suficiente atención de los bancos y sus demandas financieras no requieren tanta especialización como en el caso de la micro y pequeña empresa (mype). La segmentación por tamaño de empresas es uno de los puntos cruciales en la estrategia de la banca para atender de manera adecuada las necesidades de los empresarios.

Las empresas, incluyendo la micro, requieren de servicios financieros diferentes al crédito. Por ejemplo, el BancoEstado de Chile les provee 25 opciones de productos financieros. Entre ellos, los medios de pago y el uso de tarjetas débito y crédito para múltiples propósitos, los seguros, y servicios con el triple propósito de servir a la empresa, a los empleados y a los socios y sus familiares.

El componente tecnológico juega un papel fundamental en el crecimiento y mejor atención de las pymes. Ningún proceso automatizado reemplaza el buen criterio de ejecutivo de cuenta, pero el uso de PDA's, teléfonos celulares, Internet, y demás facilidades tecnológicas contribuye a mejorar el rango de cobertura, a reducir los costos de operación, y a agilizar las decisiones que requiere el empresario desde el mismo lugar donde opera.

### **Comentarios finales**

La atención del segmento pymes ha sido una creciente preocupación de la banca. Permanente se encuentra innovando y aprendiendo nuevas formas de negocio para poder dar soluciones concretas y oportunas a los empresarios.

Del II Congreso Banca para Pymes se pueden extraer importantes lecciones. Para el gobierno es necesario fortalecer la

institucionalidad que requieren las pymes para su modernización y puesta a punto para afrontar la fuerte competencia internacional. En este proceso los gobiernos locales juegan un papel complementario en la promoción del desarrollo empresarial aprovechando sus potencialidades.

Para los banqueros es importante innovar con nuevos productos, profundizar las relaciones con los empresarios y seguir avanzando en ese compromiso de atención a las pymes.

Para los empresarios, el reto consiste en aprovechar las oportunidades de mercado, mejorar sus estándares de calidad para competir y hacer uso de la creciente oferta de soluciones de negocios que le ofrece la banca.

# La Semana Económica



Home Page: <http://www.asobancaria.com> ♦ Email: [info@asobancaria.com](mailto:info@asobancaria.com)

ASOBANCARIA

**DIRECTORA: PATRICIA CARDENAS SANTA MARIA**

ISBN 0122 - 6657

EDITORES: CARLOS ALBERTO SANDOVAL Y ALEXANDER CAMPOS

No. 561

30 DE JUNIO DE 2006