



Centro de Estudios de la Microempresa

VIGILADO SuperSubsidio



Temáticas

1

**Presentación del
Centro:**
Andrés Montoya

2

**Situación actual
de la Microempresa:**
Jaime Echeverri

1

¿ Por qué se necesita
un Centro de Estudios
de la Microempresa ?



Limitaciones



Conocimiento

Parcial en diferentes
dimensiones de la
microempresa y
microempresario



Datos

Heterogeneos
e incompletos



Permanencia baja

En el mercado
En el sistema financiero
En la contratación laboral

A man with dark hair, wearing a light blue t-shirt, is smiling and looking towards the camera. He is in a workshop or office setting. In the background, there is a desk with a laptop, a wooden chair, and a complex structure made of blue and orange plastic parts, possibly a robotic or mechanical assembly. The text "¿Qué proponemos?" is overlaid on the image in white, underlined.

¿Qué proponemos?



Propósito superior

Aportar al desarrollo económico y la inclusión social productiva en la region, e incidir en política pública a partir del entendimiento integral de la microempresa y el microempresario.

Misión

Producción de conocimiento multidimensional para el desarrollo de la Microempresa.

Propuestas de valor

Somos un centro de estudios con una visión integral de la microempresa, contamos con aliados reconocidos y con capacidad de liderazgo en la región, que permiten desarrollar y entregar productos de conocimiento innovador a las instituciones y a la comunidad.

Atributos



**CONOCIMIENTO
INTEGRAL**



**LÍDERES CON
ACCOUNTABILITY**



INNOVACIÓN

Mega

2024

El CEM será referencia en el contexto nacional,
en la creación de productos de conocimiento
para el desarrollo de la microempresa.



¿Qué necesitamos para lograrlo?

Iniciativas

Intercambio y transferencia de conocimiento institucional.

Actualización de la información generada por otros actores.

Capacitar a los profesionales.

Publicaciones digitales de estudios propios y externos.

Invitar a otras instituciones a invertir en el Centro.

Producción de estudios en convenio con otras instituciones académicas.

Gestión participativa del conocimiento y fortalecimiento de capacidades.

Relación Empresa-Estado-Academia

MEGA

Línea estratégica 2

CEMA

Línea estratégica 1

Objetivo estratégico

Relación Empresa-Estado-Academia

Iniciativas

Formalidad en condiciones vulnerables.

Informalidad empresarial y laboral.

Cierre de empresas.

Crecimiento y desarrollo empresarial.

Investigación.

Iniciativas de investigación

Cuatro líneas de estudio

Informalidad laboral
y empresarial

Formalidad en
condiciones
vulnerables

Crecimiento y
desarrollo empresarial

Cierre de
Empresas

Sectorial

Agrícola

Creativo

Manufacturero

Servicios

Comercio al por menor

Gestión participativa del conocimiento y fortalecimiento de capacidades

Seis iniciativas

1

Intercambio y transferencia de conocimiento institucional

2

Actualización de la información generada de otros actores en el campo del desarrollo de la microempresa, y la vinculación a otras fuentes de información

3

Capacitar a los profesionales del centro

4

Publicaciones digitales de estudios propios o externos

5

Invitar a otras instituciones a invertir en el centro

6

Producción de estudios en convenio con otras instituciones académicas



2

Situación actual de la microempresa

Jaime Echeverri

1

¿Qué sabemos de la microempresa?

2

Microempresas e informalidad

3

¿Cómo se financia la microempresa?



Qué sabemos

Microempresas



1.580.000
92,8%



Bogotá 26%
Antioquia 13%
Valle del cauca 9%



0-10m	78,3%
10-100m	15,3%
100-250m	4,3%
250-414m	2,0%

¿Qué significa la microempresa para Antioquia?

Las microempresas representan:



- 89 % del tejido empresarial antioqueño.
- 99,4 % de las nuevas empresas constituidas.
- 30,2 % del empleo formal generado por las empresas.
- 10,6% de las exportaciones.
- 2,5 % del valor agregado.

Naturaleza Jurídica de la Microempresa



Personas naturales 70%

81,3% con activos menores a \$10M



Sociedades 30%

90,8%, con activos mayores a \$250M

Actividad económica



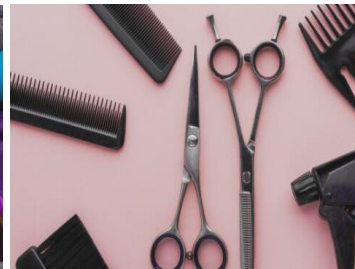
Comercio
50,5%



Servicios
Empresariales
14,1%



Industria
Manufacturera
12,6%



Servicios
personales
8,2%



Construcción
5%



Microempresas Con activos **\$ 0 a 10m**

Graneros, tiendas
Misceláneas
Tiendas de ropa y
accesorios
Peluquerías
Restaurantes y cafeterías
Empresas de confección
Droguerías

Microempresas Con activos **\$ 100 - 414m**

Inmobiliarias
Consultoras en arquitectura e
ingeniería
Consultoras de gestión
Empresas de confección
Constructoras
Agencias publicitarias

Dinámica de creación de microempresas

2018/17

100%

Antioquia 27.023

99,4%

Microempresa
26.861

71%

Personas naturales
19.120

29%

Sociedades
7.903



Personas naturales

Comercio



Tiendas
Graneros



Tiendas de
ropa &
accesorios

Alojamiento & SC



Bares
Tabernas
Discotecas



Casetas
Cafeterías
Restaurantes

Industria Manufacturera



Carnes
Tortas
Aperitivos
Elaboración PP

Otras Act. de Servicios



Peluquerías
Barberías
Solarios



Sociedades

Comercio



Domicilios
Tiendas naturistas
E-commerce
Jugueterías

Act. profesionales, C y T



Consultoría
Publicidad
Actividades jurídicas

Construcción



Instalaciones
Edificaciones
residenciales
Obras civiles

Industria Manufacturera

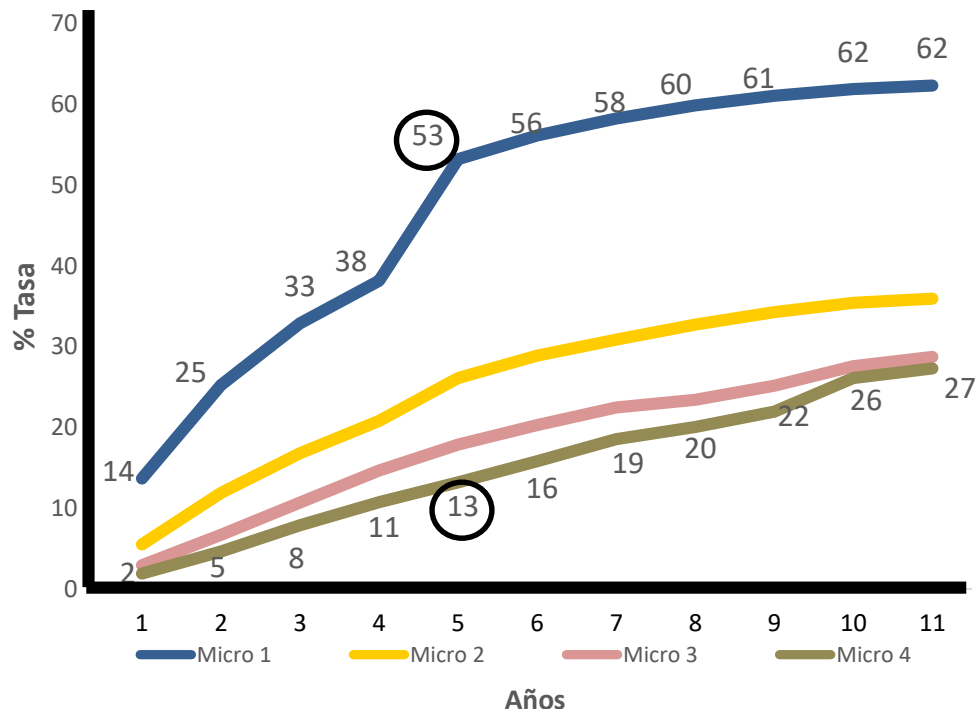


Confección de PV
Talleres de mantenimiento
Fabricas de alimentos y
conservas

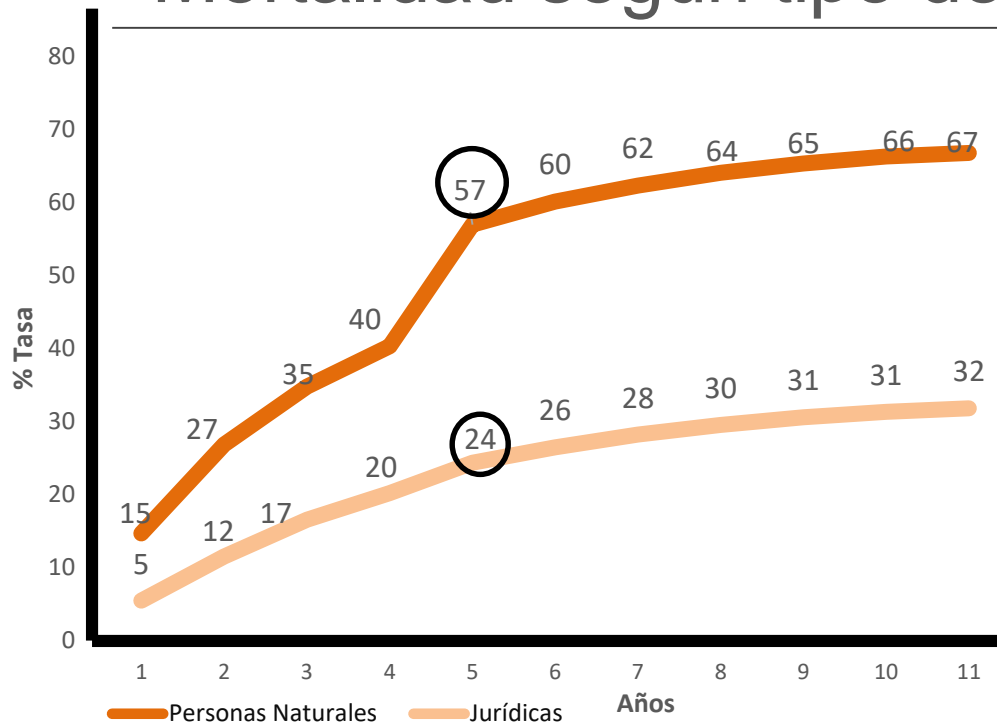
Mortalidad según tipo de microempresas

De las microempresas constituidas en un año determinado, cinco años después 51% ha desaparecido vs 12% de las pymes.

De las microempresas constituidas en un año, cinco años después 53% de las micro de \$10m de activos han desaparecido, vs 13% de las micro de activos mayores a \$250m.



Mortalidad según tipo de microempresas



Las microempresas constituidas como personas naturales desaparecen más que las jurídicas.

De las microempresas constituidas en un año determinado, cinco años después ha desaparecido **57%** de las personas naturales vs **14%** de las jurídicas.

Aspectos que influyen en el cierre de las microempresas

Emprendimientos generados desde la necesidad, y no por oportunidad.

Deficiente planificación económica y de mercado.

Desconocimiento del negocio.

Falta de experiencia del empresario.

Dificultades para enfrentar la competencia.

Dificultades para acceder a mercados.

Dificultades financieras.

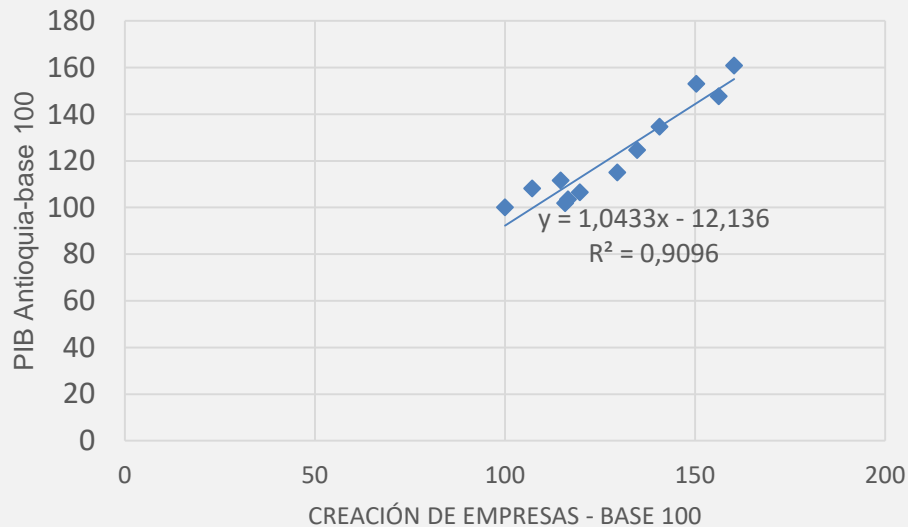




Crecimiento y mercado laboral

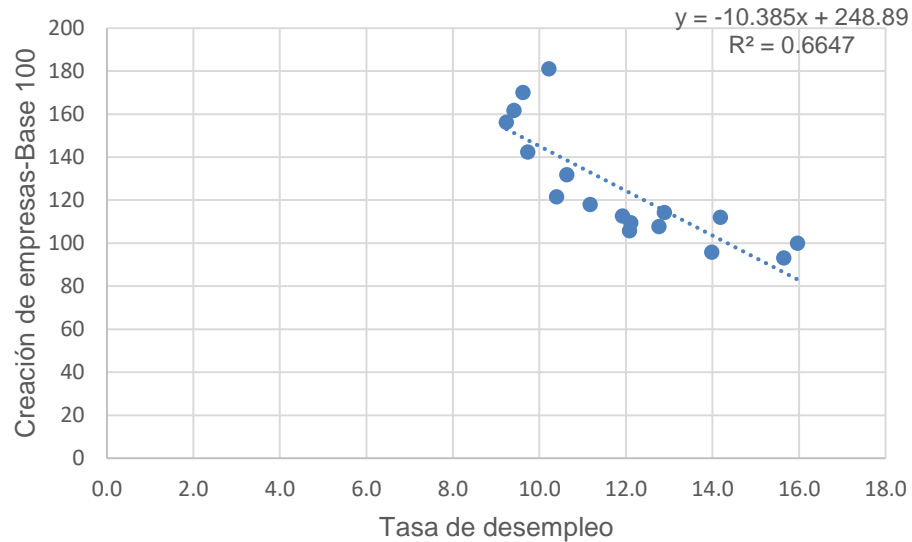
2018

Correlación existente entre PIB y Creación de Empresas



Cuando hay movimientos positivos en la economía regional se evidencia movimientos positivos en la creación de empresas

Correlación existente entre TD y Creación de Empresas



Movimientos negativos en la tasa de desempleo evidencian movimientos positivos en la creación de empresas

Antioquia

1.350.752 Empleos
formales generados
por las empresas

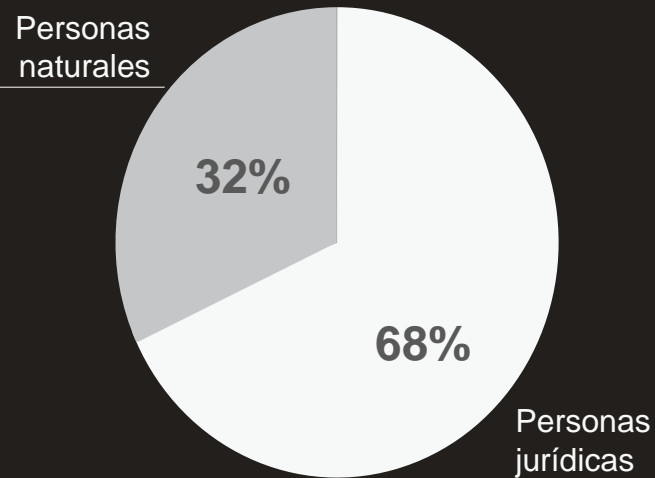
Grande
32,2 %

Mediana
20,1 %

Pequeña
17,6 %

Microempresa
30,2 %

Naturaleza jurídica de las microempresas que generaron empleo



Empleo generado por las microempresas

según sectores

24,6%

Servicios

22,1%

Comercio

20,1%

Industria

11,5%

Construcción

¿A quiénes contrata la microempresa?



Sociedades

49,9 % reportaron contratar tres o menos empleados con 0 y 2 SMMLV

72 % reportaron 0 empleados con 2 y 4 SMMLV

21,9 % de las microempresas reportaron 1 empleado con 2 y 4 SMMLV



Personas naturales

68,8 % de las microempresas reportaron contratar tres o menos empleados con 0 y 2 SMMLV

97,2 % reportaron 0 empleados con 2 y 4 SMMLV

Microempresas e informalidad



Ser informal

se definen como informales todas aquellas actividades productivas de bienes y servicios lícitos que no han sido registradas ante las autoridades*

No poseer
registro
Mercantil

No poseer
Contabilidad

No realizar
aportes a
Seguridad social

No realizar ningún
tipo de gasto en
licencias

No haber
pagado
Impuestos

Incidencia de la informalidad*



¿Su negocio cuenta con RM?

**R/ NO
76,3 % TE**

85,3 % ECP



¿El negocio cuenta con procesos administrativos o contables escritos?

**R/ NO
77 % TE**

85 % ECP



¿Su negocio cuenta con el registro de Industria y Comercio?

R/ NO

79 % TE

86 % ECP



¿Conoce usted los trámites requeridos para la operación de su negocio?

**R/ No
78% TE**

96 % ECP



Si hoy un empleado suyo se enferma, ¿quién cubriría los gastos?

**R/ Sisben ,
no sabe ,
lo haría por sus propios medio
81 % TE**

84 % ECP

*Bajo las definiciones de Schneider

Fuente: Programa de fortalecimiento empresarial Crecer es Posible

TE: Todas las Empresas

ECP: Empresas cuenta propia



Aunque el porcentaje de informalidad empresarial medida a través del RPM es menor frente a otras mediciones, un cálculo de probabilidades condicionales corroboró que la probabilidad de ser informal dado las otras definiciones es más alta con la definición de ausencia de RPM.

La informalidad es más frecuente en empresas cuenta propia.

Características empresas

Informales y formales

Informales

Las empresas tienen mayor probabilidad de ser informales si:

- Venden poco : < \$ 3 Millones mensuales
- Contratan poco: Máximo 3 Empleados
- Si son cuenta propia: Un solo empleado
- Si su dueño tiene bajos niveles educativos: Máximo nivel cursado secundaria

Formales

Las empresas tienen mayor probabilidad de ser formales si:

- Venden más: 21 % F > 5.000.000 vs 1,4 % Informales
- Tienen mayor conocimiento de la operación del negocio, en términos comerciales, estratégicos y medios
- Utilizan mejor los recursos
- Son más propensas a pagar los impuestos: 83,1 % I&C

¿Cuál es la motivación para
tener su negocio hoy?



Informales

63 % Necesidad

37% Oportunidad

Formales

55% Oportunidad

45% Necesidad



¿Cómo se financia
la microempresa?

Panorama nacional

3,5 Millones*

947.000

Empresas tienen
al menos un producto
financiero

9% crecimiento
promedio anual

649.000

Empresas con una
cuenta de ahorro

48% tienen la
cuenta activa

21,3%

Empresas cuenta con
un micro Crédito

Panorama nacional

37%

Empresas del
segmento pyme
solicitó crédito
formal

16%

De las micro
empresas solicitó
crédito formal

Tipo de organización

Participación %



Personas naturales

97,6 %



Sociedades


2,4 %

Género

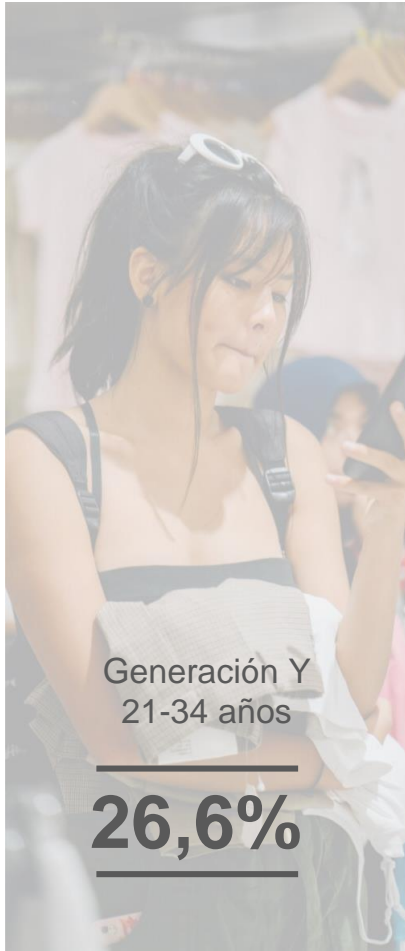
En Colombia, las mujeres acceden menos a servicios financieros, sin embargo en antioquia* las mujeres superaron a los hombres en ocho puntos porcentuales en la demanda de servicios financieros y en doce puntos en el acceso a todos los servicios.



56%

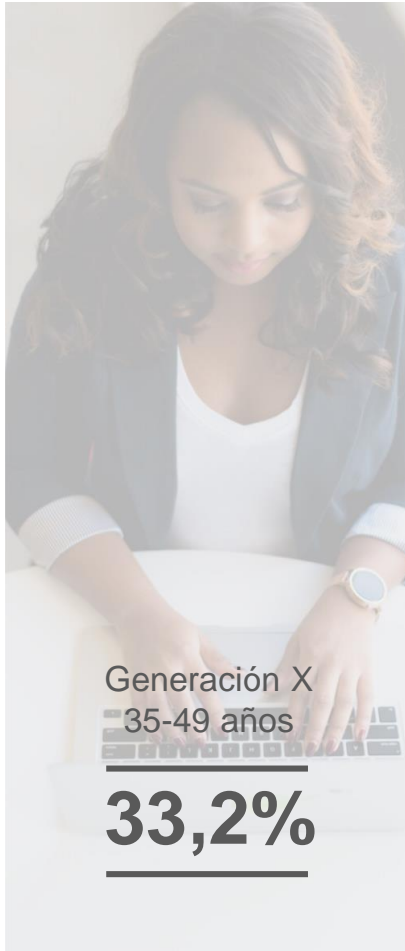


44%



Generación Y
21-34 años

26,6%



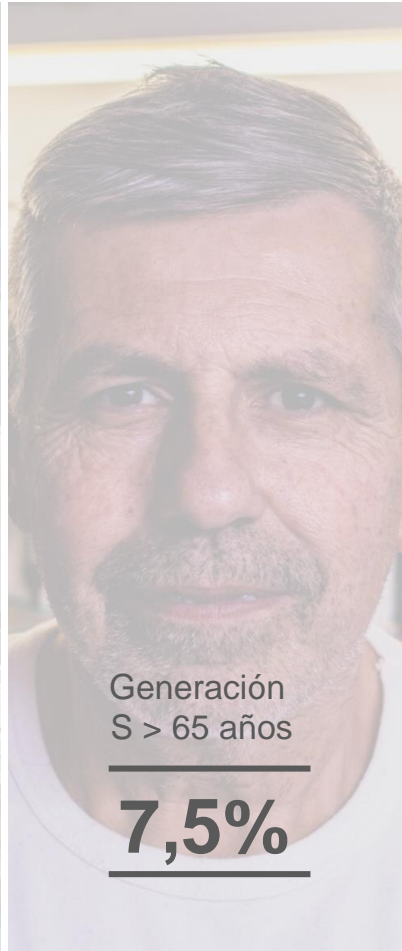
Generación X
35-49 años

33,2%



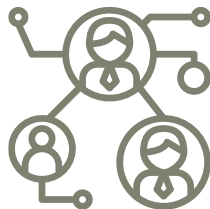
Generación bb
50-64 años

30,8%



Generación
S > 65 años

7,5%



90,6 %

De los usuarios están entre los 21 y 64 años.

No hay diferencias porcentuales significativas entre un grupo y el otro,

Las diferencias generacionales sí podrían significar cambios
sustanciales en el diseño y prestación de los servicios.

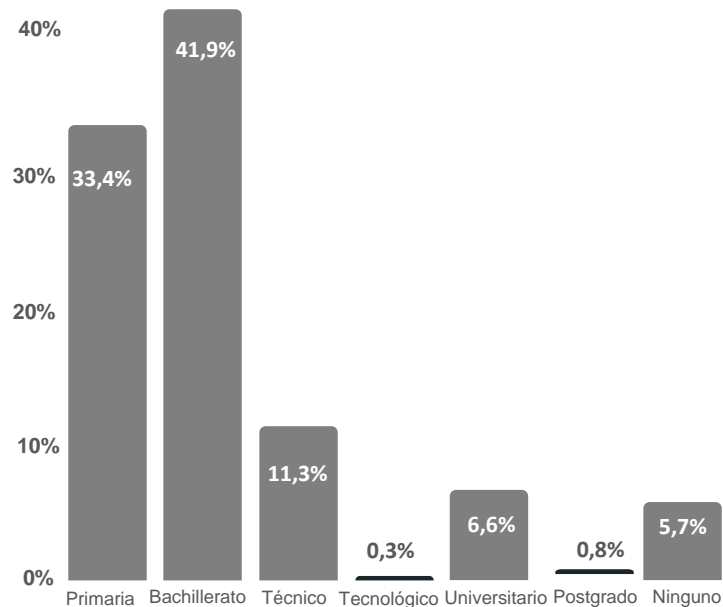
Escolaridad

Personas naturales

75 % de la población completó la básica secundaria.

La participación más alta de la básica secundaria está dada por los empresarios que se encuentran en el rango de 50-64 años.

La contribución más alta en los estudios superiores es por parte de los empresarios que se encuentran en el rango de 35-49 años.



A blue alarm clock with two bells and a spiral notebook are positioned on the left side of the slide. The background is a light blue wall with a white diagonal line separating it from the text area on the right.

Años en el mercado

40,5 % de las microempresas personas naturales que accedió a un microcrédito reportó una permanencia de **Cero a Seis años** en el mercado.

30,2 % de las sociedades que accedió a un microcrédito reportó de **13 a 20 años**.

Microempresas que accedieron a un microcrédito

Ventas mensuales

86,6 %	0-10	Millones
12,9 %	11-100	Millones
0,2 %	101-250	Millones
0,05 %	251-500	Millones



Servicios

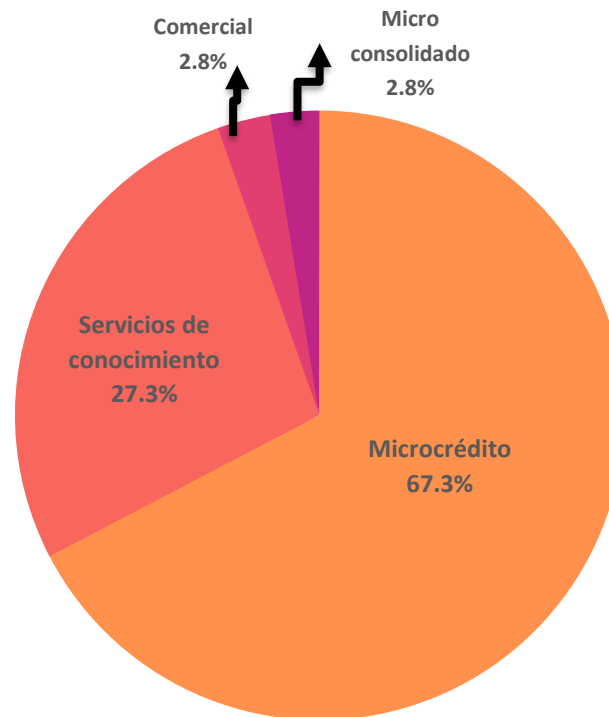
Persona natural

Desembolso promedio por línea

Microcrédito
\$ 2.932.041

Microconsolidado
\$ 22.556.665

Comercial
\$ 26.319.786



(%) Servicios demandados
por las personas naturales

Servicios

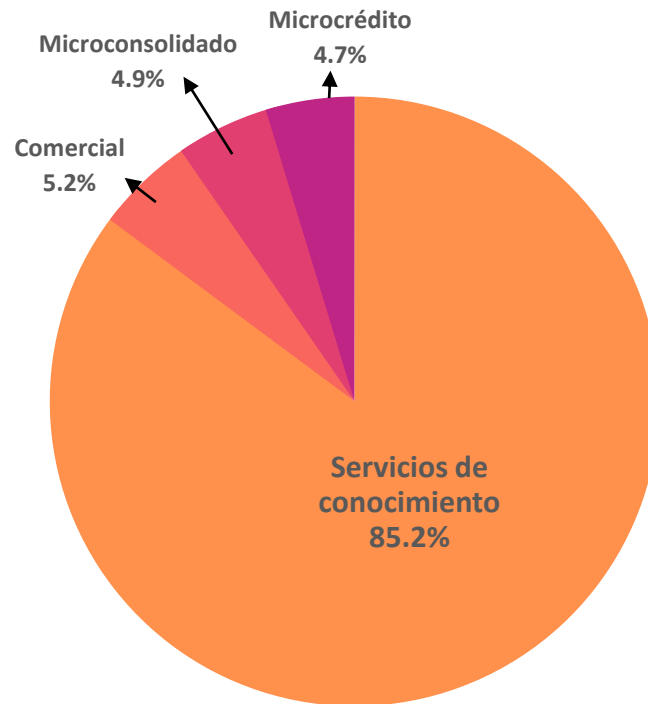
Sociedades

Desembolso promedio por línea

Microcrédito
\$ 6.800.188

Microconsolidado
\$ 33.498.688

Comercial
\$ 44.387.805



(%) Servicios demandados
por las sociedades

Comentarios

1 | Más allá de los sectores más representativos, las microempresas tienen presencia en nichos que no son cubiertos por las empresas de mayor tamaño, como por ejemplo zonas vulnerables en las ciudades o regiones excluidas del país.

2 | En la generación de nuevas oportunidades para la población las microempresas tienen un papel fundamental, promoviendo la tercera parte del empleo formal y un alto porcentaje del autoempleo.

3 | La expansión y cualificación de las microempresas, requiere de una estrategia integral alrededor de la promoción y acompañamiento de emprendimientos por necesidad, la creación de capacidades alrededor de la cultura empresarial, y la formalización con propósitos de expansión y aprovechamiento de oportunidades.

4 | Abordar de manera pertinente la informalidad en las microempresas, especialmente de las personas naturales, es fundamental para mejorar sus condiciones en el mercado y por ende su calidad de vida.

5 | Un gran reto para la institucionalidad, lo constituye el desarrollo de servicios innovadores y especializados para las microempresas; orientados tanto a la promoción de competencias empresariales básicas, como al aprovechamiento de oportunidades comerciales y de creación de valor, a partir de la articulación con las apuestas productivas de la región.

6 | La inclusión financiera viene mejorando, y su expansión dependerá de la capacidad de las instituciones para diseñar instrumentos orientados a enfrentar los motivos de autoexclusión que limitan la demanda por microcréditos.

¿Qué sigue?

Articular experiencia y esfuerzos para trascender el conocimiento generado sobre la microempresa a través de una mirada global y crítica capaz de incidir en el desarrollo de la región.

Invitar a otras instituciones de la región a participar en la alianza.

Escalar la experiencia de Antioquia a nivel nacional.