

# Reactivación EN MEDIO DE LA Incertidumbre

NO. 11 SEPTIEMBRE 2021



## *Bitácora Económica*

<b>NOTAS DE DIRECCIÓN.....</b>	<b>3</b>
--------------------------------	----------

Rosmery Quintero Castro, Presidente Nacional de ACOPI.

<b>PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN COLOMBIA. ....</b>	<b>5</b>
---	----------

ACOPI – FAEDPYME.

<b>INNOVACIÓN Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL.....</b>	<b>11</b>
--	-----------

Edgar Julián Gálvez-Albarracín, PhD. Profesor Universidad del Valle.

<b>MIPYMES FAMILIARES Y NO FAMILIARES EN TIEMPOS DE COVID-19.....</b>	<b>17</b>
---	-----------

Juan David Peláez-León, PhD.

<b>PROGRAMA EMPLEO JOVEN.....</b>	<b>24</b>
-----------------------------------	-----------

Dr. Ángel Custodio Cabrera, Ministro de Trabajo.

<b>EL RÉGIMEN SIMPLE DE TRIBUTACIÓN IMPULSA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MIPYMES .....</b>	<b>27</b>
--	-----------

Julio Lamprea Fernández, Director de la Dirección de Gestión de Ingresos

---

# **Bitácora** **Económica**

---

**Bitácora Económica**  
**No. 11 Septiembre 2021 - Barranquilla**

**ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LAS MICRO  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

Dirección General  
**ROSMERY QUINTERO CASTRO**

Editor en Jefe  
**EDGAR QUIÑONEZ RIZO**

Analista  
**JUAN HOYOS GUTIÉRREZ**

Diagramación  
**PAOLA DEVIA AGENCIA**

Asesores temáticos  
**OSIRIS MERIÑO GARCÍA**

Difusión  
**COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES**

ISSN: 2619 - 1695

**estudioseconomicos@acopiatlantico.com**  
**www.acopi.org.co**



Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.



# Notas de Dirección

Por: **ROSMERY QUINTERO CASTRO**  
*Presidente Nacional de ACOPI*

Garantizar las condiciones de operación de las empresas en un entorno de certidumbre social e institucional, debe ser el primer paso para la reactivación económica segura del segmento MiPyme, alcanzarlo requiere de involucrar a todos los actores de la sociedad.

En este sentido, los empresarios han hecho su parte realizando acciones para incrementar el uso de su capacidad instalada y mantener empleo bajo un contexto de bioseguridad. Sin embargo, en medio de la mayor crisis sanitaria y económica que ha vivido el país, el sector empresarial fue sorprendido con la aprobación de proyectos de ley como: la reducción de la jornada laboral y la ampliación de la licencia parental, que sumados a las protestas presentadas en el marco del Paro Nacional no han contribuido a la consolidación de los indicadores de confianza empresarial.

Sin embargo, entre todas estas situaciones señaladas, un aspecto clave que debe orientar las decisiones de política pública encaminadas a la reactivación del empleo y las ventas, es la superación de las actuales condiciones de iliquidez como endeudamiento de las empresas MiPymes.

Como herramientas, vemos desde ACOPI, mejorar la relación comercial con la gran empresa mediante la adopción efectiva de la Ley 2024 del 23 de julio del 2020 (Ley de Pago en Plazos Justos), las tarifas diferenciales sobre todo en renta, las compras públicas mediante la reserva de mercado, el Fortalecimiento al Régimen SIMPLE completándolo con estrategias de desarrollo empresarial y sobre todo mejorando la calidad de la regulación y mejora normativa.

Para lo cual creemos que estos retos, se relacionan con dos temas: el primero, los originados por la crisis sanitaria y los segundos relacionados por las condiciones estructurales para facilitar el desarrollo empresarial.

Sin lugar a duda recuperar el empleo es uno de los grandes retos, en este sentido al comparar la evolución de este indicador entre 2019 y 2020, hemos identificado que el 50% de las MiPyme analizadas disminuyeron su capacidad generadora de empleo.

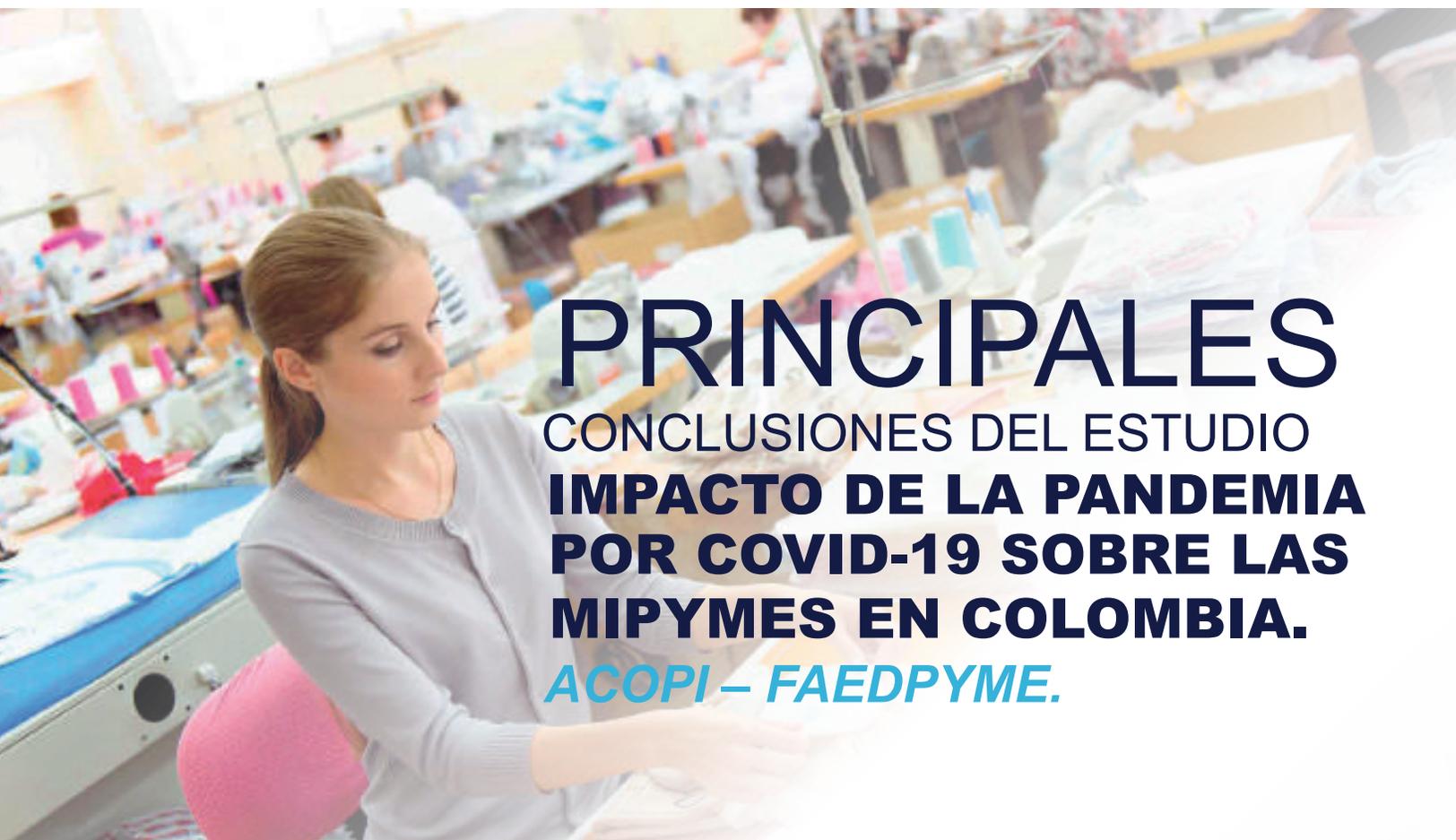
En este sentido, se destaca como hecho significativo, la afectación específica en el porcentaje de participación de mujeres en la planta de personal y la mayor pérdida de empleos se focaliza en la microempresa.

En relación a las ventas, la crisis originada por el COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas en Colombia. El 68,7% de las empresas observadas estiman que ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019 como consecuencia de la crisis sanitaria.

Aspectos como el incremento en costos de insumos en las materias primas, suspensión de operaciones de producción, retrasos en la facturación, significaron costos económicos promedios por los días de paro, para la mediana empresa de 350 millones, para la pequeña empresa de 97 millones y para la micro de 40 millones.

Finalmente, esperamos que esta edición de la “Bitácora Económica: Reactivación en medio de la Incertidumbre”, al contar con la opinión actores del sector público, investigadores, empresarios y resultados de nuestro seguimiento al desempeño a través del observatorio económico de al MiPyme de ACOPI, sirva para analizar el clima para los negocios y su papel como un elemento vital en la pronta recuperación del segmento MiPyme.





# PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO **IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN COLOMBIA.** *ACOPI – FAEDPYME.*

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 1342 empresas colombianas sobre el impacto económico de la crisis provocada por la COVID-19.

## **CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS:**

- El 56,9% son microempresas, el 30,2% son pequeñas y el 12,9% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 11,9 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 59,3% de las empresas están regidas en dicho entorno.
- El 36,2% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 72,4% de los directores dispone de estudios universitarios.
- El 12,3% de las empresas de la muestra se han acogido a procesos de apoyo (PA) y el 23,9% a subsidio o beneficios estatales (SUB) a causa del Covid 19.
- El 17,9% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo, y el 38,1% prevé utilizarlo en su organización cuando finalice la pandemia por COVID-19.

# IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

## Empleo:

El 50,0% de las Pymes disminuyeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 35,0% lo mantuvo y un 15,0% lo aumentó. Todos los estratos considerados (tamaño de empresa, acogimiento o no a ayudas gubernamentales, edad y sector de actividad) tuvieron un saldo de evolución de empleo negativo. En cuanto a tamaño las empresas que tuvieron el peor comportamiento en la evolución del empleo en 2020 fueron las pequeñas con un -36,0%, seguidas de las micro con un -34,6% y finalmente las medianas con un -34,5%. El “Saldo de evolución”, se calcula como la diferencias entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye. Asimismo, con evolución desfavorable, están tanto las empresas acogidas a ayudas gubernamentales como las que no, con una reducción de -33,3% y -36,2% respectivamente. El sector que mostró una disminución más alta de empleo fue el de la construcción con un -38,4% y el que menos el del comercio con -32,0%. Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables.

El 29,6% de las Pymes señalaron que aumentará su empleo, el 58,2% que lo mantendrá y 12,1% que lo disminuirá. Las empresas que tienen un saldo de expectativas más favorables son las jóvenes que esperan aumentarlo en un 31,3% frente a las maduras en un 7,7%.

## Ventas:

La pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las empresas en Colombia. Al 68,7% de las empresas le han disminuido las ventas, a un 15% le aumentaron y un 16,4% se han mantenido. El promedio de reducción de las ventas se situó en un -44,0%. Las microempresas fueron las más afectadas en sus ventas entre el 2019 y el 2020 con un neto o saldo de evolución del -57,0%, seguidas de las pequeñas con un -49,7% y las medianas con un -39,7%.

En este mismo sentido las empresas acogidas a ayudas gubernamentales mostraron un saldo negativo en la evolución de las ventas del -54,0% y las no acogidas del -52,7%. Las empresas jóvenes se vieron afectadas en su nivel de ventas en un -55,1% y las maduras (más de 10 años) en un -48,2%. Por su parte, todos los sectores de actividad considerados tuvieron disminución en su facturación siendo el más afectado el del comercio con un -69,4 y el que menos el de servicios con un -44,4% (sin embargo, estas diferencias por sector no resultaron estadísticamente significativas).

Las expectativas de ventas del primer semestre de 2021 presentan una mejoría importante tanto para el primer semestre como para el segundo, por tamaño esto es especialmente notable para las medianas organizaciones, para las que recibieron PA/SUB y para las más jóvenes.

# IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

## Indicadores económicos y financieros:

Nivel de facturación: el 70,7% de las empresas se mostró afectado negativamente, con un grado de importancia de 3,45 (en una escala de 1 a 5).

## Rentabilidad:

El 70,2% de las empresas afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,60.

## Nivel de deuda:

El 66,4% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,37.

## Nivel de liquidez:

El 69,8% de empresas afectadas, con un impacto de 3,44.

## Realización de inversiones:

El 49,9% de las empresas han reducido sus inversiones con una importancia media de 3,37.

Si se analiza el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por la COVID-19 ha impactado más negativamente en las microempresas, en las empresas acogidas a un PA/SUB y las de los sectores comercio y servicios.

De forma contraria, es interesante comprobar que, en el periodo analizado, el 23,6% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de

importancia de 2,61), el 22,6% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 3,34) y el 22,1% les afectó positivamente la crisis en su nivel de facturación (intensidad de 3,33).

## Internacionalización:

El 10,4% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. El porcentaje medio de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 28,1%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas colombianas. En el 57,7% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 3,34 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 48,9% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,17.

Por el contrario, la crisis ha influido positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 27,0% de las encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,74). Y el 25,6% amplió el número de países de destino en su internacionalización y una importancia de 2,92.

# IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La crisis generada por el COVID-19 también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. Para este análisis las actividades se han clasificado en: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

## ACTIVIDADES CON CLIENTES Y PROVEEDORES:

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha impactado principalmente en las empresas con el aumento de los tiempos para el pago por parte de sus clientes la cadena de suministros por parte de los proveedores (grado de importancia 3,34 en una escala de 1 a 5). Menos afectados han sido la cadena de proveedores (3,23), el aumento de cancelación de pedidos por parte de los clientes (3,12); también los proveedores han endurecido los plazos de pago (3,00), han endurecido sus condiciones de pago (2,28) y han aumentado las pérdidas por impago de clientes 2,74.

## ACTIVIDADES OPERATIVAS:

Las actividades que más se han visto afectadas han sido que las empresas han tenido que realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (3,44), seguida de que han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,44).

Entre tanto que, bajar precios (2,92) y necesitar aumentar la subcontratación de sus operaciones (2,23), han tenido un impacto menor.

**INTERNACIONALIZACIÓN:** El 10,4% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. El porcentaje medio de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 28,1%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas colombianas. En el 57,7% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 3,34 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 48,9% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,17.

Por el contrario, la crisis ha influido positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 27,0% de las encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,74). Y el 25,6% amplió el número de países de destino en su internacionalización y una importancia de 2,92.

### ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS:

La crisis ha llevado a las empresas a cancelar inversiones previstas (3,30 en una escala de 1 a 5). También a adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,12) y hacer planes de gestión de riesgos o de contingencias (2,83).

### ACTIVIDAD INNOVADORA:

La actividad innovadora de las MiPymes en Colombia ha crecido favorablemente como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, aumentando la tendencia creciente experimentada en los años anteriores. En innovación de productos se ve cómo el 69,6% ha comercializado un nuevo producto o servicio (39,8% en 2014) y el 68,2% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios (53,9% en 2014).

La actividad desarrollada en la innovación en procesos ha tenido un importante resultado en las MiPymes colombianas. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 77,3% (frente al 49,8 en 2014). Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 54,8% de las empresas (37,7% en 2014).

La innovación en gestión está en niveles similares de los índices anteriores. El 78,8% ha realizado cambios en el sistema de gestión comercial o de ventas, el 77,8% cambios en dirección y gestión y el 64,7% en compras y aprovisionamientos. Porcentajes todos ellos claramente superiores a los obtenidos en 2014.

### ACCESO A LA FINANCIACIÓN

El 36,7% de las Pyme han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 17,4% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 18,8% no lo han solicitado porque se autofinancian.

Adicionalmente, el 27,1% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autolimitan porque están desanimadas.

Al analizar las MiPymes que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el 31,7% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores y el 31,3% han sido aceptadas,

pero en peores condiciones. Mientras que sólo un 30,4% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no lo han aceptado.

Y para un 6,5% la solicitud se encuentra en trámite. Esta información viene a señalar que el acceso a la financiación ha sido un escollo fuerte para las MiPyme durante la pandemia generada por la COVID-19.

Adicionalmente, podemos observar que una tercera parte de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las MiPyme se han mantenido estables o con una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos de mejor evolución fueron el tiempo entre la solicitud de la financiación y la respuesta de la entidad financiera, con una puntuación media de 2,30, situándose a continuación el plazo exigido para la devolución de la financiación (2,28) y el costo de la financiación (2,22). Los términos con una evolución menos favorable han sido los gastos y comisiones que se exigen (2,08) y las garantías y avales para acceder a la financiación (2,14), el volumen de financiación que ofrecen.

### INDICADORES DE RENDIMIENTO

Los indicadores de rendimiento que se mostraron más favorables para las MiPymes en Colombia durante la pandemia en una escala de 1 a 5 son: la satisfacción de clientes (3,92), la calidad de sus productos (3,78), la eficiencia de los procesos productivos (3,50), la satisfacción de los empleados (3,36) y el menor grado de absentismo laboral (3,11). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,80) y la rapidez de crecimiento de las ventas (2,93). Aunque en el primer caso los valores son superiores a 3 (punto medio de la escala), ninguno supera el 4. En tanto, que en los aspectos menos favorables los valores no llegan al valor intermedio, insinuando una situación complicada.



# INNOVACIÓN Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

*Edgar Julián Gálvez-Albarracín.*

*PhD. Profesor Universidad del Valle, Cali, Colombia.*

Probablemente uno de los términos que en el mundo más se puso de moda recientemente fue el de “reinención o reinventarse”, como alusión a las adaptaciones o “innovaciones” que debimos realizar tanto las personas como las empresas para amoldarnos y salir adelante frente a los cambios imprevistos y de toda índole que trajo la pandemia por Covid 19, muchos de los cuales llegaron para quedarse, lo que nos ha puesto en la denominada “nueva normalidad”.

Si bien existen múltiples definiciones sobre lo que es la innovación, probablemente una de las más aceptadas y utilizadas es la que aparece en el Manual de Oslo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la Oficina Estadística de la Unión Europea (OCDE y EUROSTAT, 2005), que plantea que es la

introducción de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio al mercado, o un nuevo proceso, método de comercialización o de organización, en las prácticas internas de la empresa o en sus relaciones externas. Como puede verse todo lo señalado aplica perfectamente frente a muchas de las reacciones comerciales, productivas, logísticas, administrativas, financieras, tecnológicas, etc., que las organizaciones debieron implementar para hacer frente a los retos que la pandemia y el paro nacional vivido en Colombia han traído consigo.

Abundan a nivel nacional los casos de empresas de diferentes sectores de actividad y tamaño que innovaron, y lo siguen haciendo ya sea obligados por los escenarios antes señalados, o por la convicción inclusive previa de sus directivas.

Se pueden mencionar entre otros ejemplos los de restaurantes que comenzaron a enviar a los clientes los ingredientes de sus platos para que ellos los terminaran de preparar y disfrutar en la seguridad de sus casas, los colegios, universidades y hasta gimnasios que con pasmosa rapidez debieron implementar clases asistidas por medios virtuales, un hotel en Cali que comenzó a prestar servicios de lavandería a hogares y la industria, y no se diga de los múltiples establecimientos que adaptaron el teletrabajo o trabajo en casa.

Todo lo anterior sin duda ha permitido que no sean más las empresas que debieron cerrar operaciones ante tan difíciles situaciones como las descritas, sin embargo deberíamos hacernos preguntas como las siguientes: ¿los empresarios colombianos han entendido e interiorizado que la innovación es una herramienta fundamental para mantenerse en el mercado? y coherentemente con lo anterior ¿están preparándose para sostener el ritmo innovador incluso después de que pasen las situaciones anormales mencionadas?

En relación con ello, en un estudio publicado en el 2021, Restrepo, Gálvez y Quintero encontraron que en el año 2020 la actividad innovadora de las MiPymes colombianas había mejorado en el marco de la crisis por la COVID-19. En dicho sentido el 69,6% de ellas manifestó que comercializaron nuevos productos o servicios y el 68,2% que realizaron cambios o mejoras en productos o servicios ya existentes. Por su parte el 77,3% señaló que introdujo cambios o mejoras en los procesos de producción, mientras que el 54,8% adquirió nuevos bienes o equipos.

En cuanto a innovación en gestión el 78,8% realizó cambios en gestión comercial o ventas, el 77,8% cambios en dirección y gestión y el 64,7% en compras y aprovisionamientos.

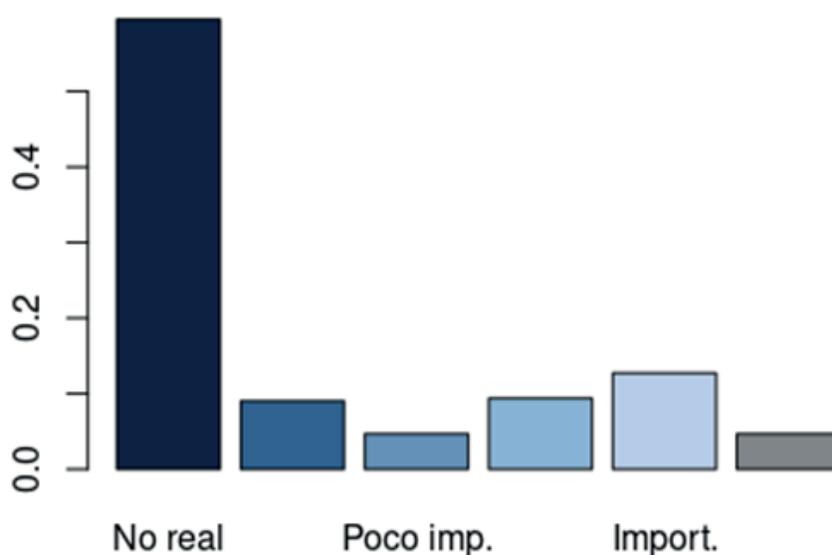
No obstante lo anterior, en la Encuesta de Desempeño empresarial -EDE de Acopi del primer trimestre del 2021 (EDE 0121), en general se observó que las señaladas organizaciones fueron menos innovadoras que en el periodo 0420, lo cual es preocupante, aunque podría explicarse parcialmente en que generalmente a finales de año las empresas buscan mejorar su portafolio de productos/servicios aprovechando la tendencia de incremento del consumo, para lo que frecuentemente también deben hacer cambios productivos y/o administrativos, pero esto tiende a “relajarse” al comenzar el nuevo año.

En cuanto a la importancia de las innovaciones realizadas durante el primer trimestre del 2021, en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada importante y 5 totalmente importante, se encontró que el promedio general nacional fue de 2,99 es decir apenas medianamente importante; el tipo de innovación que se mostró más relevante es la de compras/aprovisionamiento con 3,12, seguida de la de procesos productivos con 3,10, la de mejoras en productos/servicios existentes con 2,98, comercialización/ventas con 2,97, lanzamiento de nuevos productos/servicios 2,91; y finalmente la de adquisición de bienes productivos con 2,87. A continuación se describen los resultados de la EDE 0121 por tipo de innovación.

**A. CAMBIOS O MEJORAS EN LOS PRODUCTOS/SERVICIOS EXISTENTES**

*Durante el trimestre en cuestión, un 59,5% de los empresarios a nivel nacional manifestó no haber realizado cambios o mejoras en los productos/servicios existentes, frente a un 38,1% en el trimestre anterior, es decir que en el comienzo del año 2021 se presentó un empeoramiento en dicho sentido; así mismo bajó el porcentaje de los que sí lo hicieron y consideraron que ello fue importante para el desempeño de la empresa, pasando del 23,7% en el cuarto trimestre del 2020 al 17,4% en enero-marzo del presente año.*

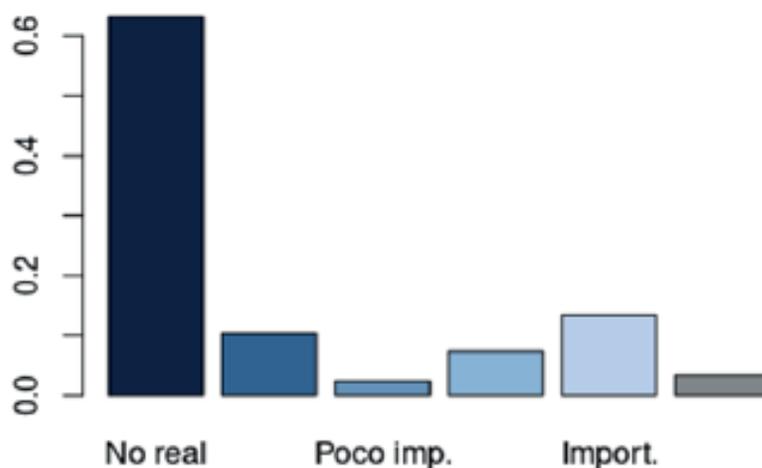
**Cambios o mejoras en productos/servicios existentes**



**B. LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS/SERVICIOS**

*De igual manera este indicador de innovación desmejoró, pues el porcentaje de empresas que manifestaron no haberlo hecho pasó de 47,1% en el trimestre 0420 a un 63,2% en el 0121, así mismo se redujo, aunque mucho menos el porcentaje que señaló si haberlo hecho y que ello fue importante, pasando del 18,1% en el 0420 al 16,3% en el 0121*

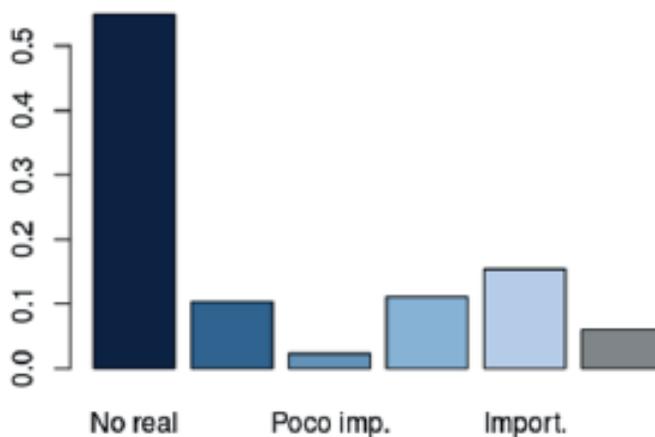
### Lanzamiento al mercado de nuestros productos/servicios



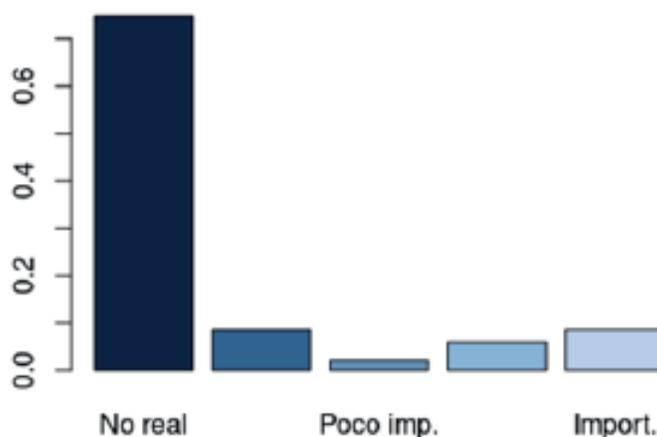
### C. CAMBIOS O MEJORAS EN PROCESOS PRODUCTIVOS Y ADQUISICIÓN DE NUEVOS EQUIPOS.

En cuanto a mejoras en los procesos productivos se presentó también una desmejora, pues el porcentaje de las empresas que no los hicieron pasó de 40% en el 0420 al 54,9% en el 0121, así mismo en cuanto a la adquisición de nuevos equipos productivos el grupo que manifestó haberlo hecho y que ello fue importante para la empresa bajó de un 11% en el 0420 a un 8,6% en el 0121.

### Cambios o mejoras en los procesos productivos



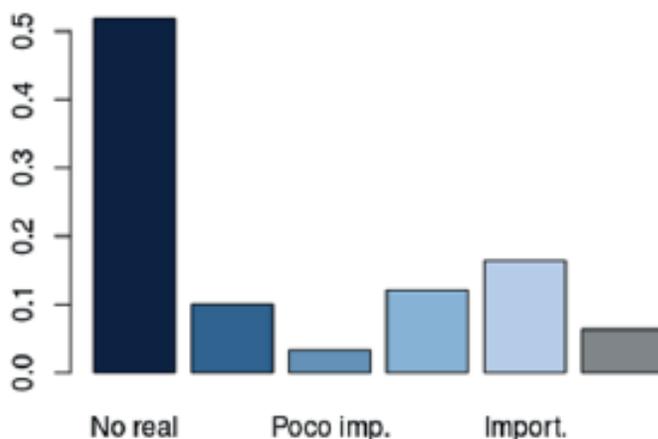
### Adquisición de nuevos bienes de equipo



#### D. CAMBIOS O MEJORAS ADMINISTRATIVAS

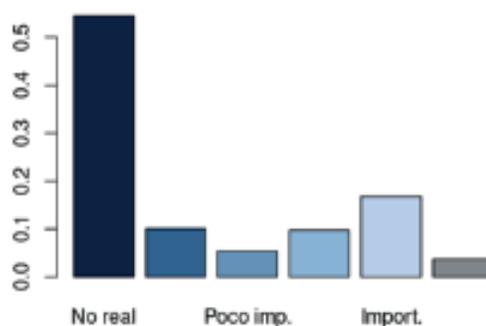
*En este sentido el desempeño innovador de las MiPymes colombianas durante el periodo 0121 fue también inferior al mostrado durante el trimestre 0420, así el porcentaje de empresas que no realizaron mejoras en procesos de gestión pasó del 38,1% al 51,8% en el 0121, de las que no lo hicieron en cuanto a compras y aprovisionamiento del 47,1% al 54,5%, y de las que tampoco los realizaron en comercialización y/o ventas del 39% al 51,2% en el 0121.*

### Cambios o mejoras en organización y/o gestión

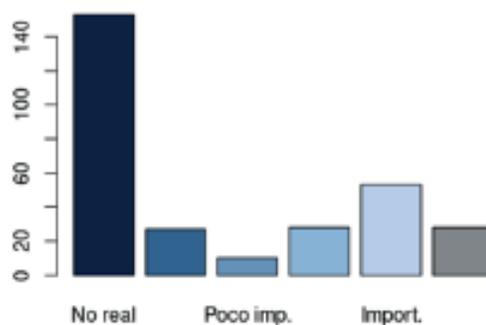


Como puede observarse en los resultados de la EDE 0121, pareciera que el impulso innovador de los empresarios MiPyme colombianos se ha comenzado a desacelerar respecto al que se dio en el 2020 como respuesta al “remezón” de la pandemia, y ello puede deberse a muchos factores como el agotamiento del recurso humano y/o al de los recursos financieros para continuar el proceso, al plazo que toma que programas de apoyo públicos o privados entreguen resultados, etc. No obstante, cualesquiera que sean las causas de la situación tanto los empresarios como los entes de fomento deben estar atentos y prestos para retomarlo, pues se ha comprobado que las empresas innovadoras son más flexibles y esto les permite adaptarse mejor a los cambios en el entorno, responder más rápido y mejor a las necesidades cambiantes de la sociedad en su conjunto (Drucker, 1985; Miles y Snow, 1978), y obtener así mejores resultados (Hernández, Yescas y Domínguez, 2007; Garzón, 2004), todo lo cual con seguridad va a ser un importante aporte a la reactivación de la economía del país.

**Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamiento**



**Cambios o mejoras en comercial y/o ventas**



No debemos olvidar entonces que la innovación es considerada una capacidad que genera ventajas competitivas sostenibles en aquellas empresas que teniendo en cuenta su entorno, logran motivar a sus colaboradores hacia la investigación, los cambios y la adopción de los avances tecnológicos (Simanca, Montoya & Bernal, 2016; Hernández, Cardona & Del Rio, 2017), pues ello conduce generalmente a mejoras en la productividad y la competitividad (Balza-Franco & Cardona, 2016). Por otra parte, y como lo señalan Bedoya & Arango (2017), las empresas que logran satisfacer mejor los cambios en las necesidades y deseos de los consumidores, tienen como factor común su capacidad de innovar.



# MIPYMES FAMILIARES Y NO FAMILIARES EN TIEMPOS DE COVID-19

*Juan David Peláez-León, PhD.*

En Colombia, las MiPymes cumplen un rol fundamental para el desarrollo económico y social del país por representar más del 90% del sector productivo nacional y generar cerca del 80% del empleo (Ministerio de Trabajo y Protección Social, 2019). De allí que exista un gran interés por parte del gobierno nacional, agremiaciones, instituciones académicas y entre otros actores claves para ayudar a este tipo de empresas a ser más competitivas y perdurables en el tiempo. Sin embargo, el panorama actual invita a tener mayores esfuerzos. Además de las diferentes limitaciones a las que se enfrentan las MiPymes (Zevallos, 2003; Departamento Nacional de Planeación – DNP, 2007), se suma la compleja situación generada por la pandemia del COVID-19 en el último año. Tal como se ha visto reflejado, desde las medidas de confinamiento obligatorio establecido por el

gobierno nacional para preservar la salud y la vida de la población, la pandemia puso en aprietos la sostenibilidad de muchas MiPymes, la cual se acrecentó por las debilidades en su gestión, las fricciones legales, los altos índices de informalidad, la debilidad financiera y tecnológica, la competencia y dependencia de otras empresas, y la necesidad de mayor apoyo diferenciado (Tello-Cabello, 2014; Bartik et al., 2020). De acuerdo con la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas - ACOPI (2020b), indicadores como empleo, producción, ventas e inversión tuvieron una caída abrupta en los tres primeros trimestres de 2020 para este tipo de empresas.

A pesar de este complejo panorama, el tiempo que ha transcurrido ha mostrado la capacidad de muchas MiPymes para sobrevivir en el mercado contra todo pronóstico. En aras de aportar en la comprensión de este fenómeno, la literatura especializada resalta la necesidad de destacar y diferenciar las MiPymes familiares y no familiares dada la idiosincrasia de cada uno en su gestión (Daily y Dollinger, 1991) y, especialmente, cuando

más del 80% de las empresas del país son de propiedad familiar (Mouthón, 2018); porcentaje que aumenta si solo se consideran el tejido empresarial de las Mipymes (Confecámaras; CCB, 2019). En ese sentido, se presentan a continuación algunos resultados claves de la Encuesta de Desempeño Económico realizada por ACOPI (2021) para destacar las diferencias entre las MiPymes familiares y no familiares en tiempos de pandemia (crisis).

# DESEMPEÑO EN LAS MIPYMES FAMILIARES Y NO FAMILIARES

Aunque existen diferentes definiciones para identificar una empresa familiar (Chua, Chrisman y Sharma, 1999), existe un consenso alrededor de la propiedad, donde se reconoce una empresa familiar como aquella empresa donde una o varias familias tienen la mayoría de la propiedad del negocio. Partiendo de esta definición, se identifican aquellas MiPymes familiares en la encuesta realizada por ACOPI en el primer trimestre del año en curso (2021), evidenciando los siguientes resultados:

Como se observa en la tabla 1, no se identifican diferencias entre las MiPymes familiares y no familiares en el desempeño percibido por los

gerentes de ambas empresas en relación con el nivel de producción, volumen de ventas, cuota del mercado, inversiones realizadas.

y la rentabilidad del negocio. En promedio, estos indicadores se ubican en un rango entre 2,56 y 2,87 (en una escala tipo-Likert de 1 a 5, siendo 1 “disminuyó significativamente” y 5 “aumentó significativamente”). Este resultado refleja que tanto las MiPymes familiares como no familiares percibieron un desempeño igual comparado con sus principales competidores y el último trimestre del 2020.

*Profesor nombrado del departamento de Administración y Organizaciones de la Facultad de Ciencias de la Administración y Director del grupo de investigación Humanismo y Gestión de la Universidad del Valle. Doctor en Ciencias de la Empresa. Email: [juan.d.pelaez@correounivalle.edu.co](mailto:juan.d.pelaez@correounivalle.edu.co)*

**Tabla 1. Desempeño en MiPymes familiares y no familiares**

	MiPymes no familiares (n=164)	MiPymes Familiares (n=107)	Diferencia*
<b>Desempeño 2021-I</b>			
Nivel de producción de bienes/servicios	2,87	2,85	No
Volumen de Ventas	2,77	2,81	No
Cuota del mercado	2,83	2,85	No
Inversiones realizadas	2,71	2,56	No
Rentabilidad	2,76	2,63	No
<b>Empleo</b>			
Aumento del empleo	14,6%	29,9%	Si
Disminución del empleo	60,4%	37,4%	Si
<b>Expectativa recuperación</b>			
Nivel desempeño faltante	58,2%	40,2%	Si

\*Nota: Indica si la diferencia de valores es estadísticamente significativa ( $p < 0.05$ ). Para el desempeño 2021-I se utilizó el *U test de Mann-Whitney*, y para el empleo y la expectativa de recuperación se utilizó el Chi-cuadrado de Pearson para una tabla de 2x2.

Sin embargo, en relación con el empleo y el porcentaje que consideraban que les hacía falta para volver al nivel de desempeño antes de la pandemia por COVID-19, se observan diferencias interesantes. Según la encuesta, un mayor porcentaje de MiPymes familiares (29,9%) generaron empleo el primer trimestre de 2021 comparado con las MiPymes no familiares (14,6%). De manera similar, un menor porcentaje de MiPymes familiares (37,4%) se vieron avocadas a disminuir su plantilla de personal comparado con las MiPymes no familiares (60,4%). Adicionalmente, los resultados indican que el porcentaje que consideraban que les hacía falta para volver al nivel de desempeño antes de la pandemia por COVID-19 es menor para las MiPymes familiares (40,2%) que para las MiPymes no familiares (58,2%).

Teniendo en cuenta estos resultados, y en línea con investigaciones previas, las MiPymes

pueden tener mayor flexibilidad para hacer frente a los cambios del mercado debido a su tamaño y estructura flexible (Cámara de Comercio de Cali, 2014), pero las empresas familiares suelen resistir mejor la recesión, recuperarse más rápido y exhibir un mejor desempeño y estructuras financieras más sólidas a lo largo del tiempo (Amann and Jaussaud, 2012). Esto puede explicarse gracias a que las empresas familiares logran una mayor resiliencia en tiempos de crisis debido a su orientación a largo plazo, sus recursos y vínculos sociales, y sistemas de creencias compartidos por la familia (Salvato et. al, 2020; Lumpkin y Brigham, 2011). Para ahondar un poco más en las diferencias en este tipo de empresas en tiempos de COVID-19, se presenta a continuación un comparativo de aspectos claves como innovación, inversión, encadenamientos, e internacionalización, también abordados en la encuesta de Desempeño Económico de ACOPI (2021).

## Diferencias en innovación

En relación con las acciones de innovación realizadas durante el primer trimestre de 2021 (ver tabla 2), se observa que, comparado con las MiPymes no Familiares, un mayor número de MiPymes Familiares implementaron acciones orientadas hacia la innovación. Solamente se observa un comportamiento similar en la adquisición de nuevos bienes de equipo durante el primer trimestre, donde el 22,2% de las MiPymes no familiares y el 28,9% de las MiPymes Familiares manifestaron haber realizado esta acción.

**Tabla 2. Diferencias en innovación entre MiPymes familiares y no familiares**

	MiPymes no familiares (n=164)	MiPymes Familiares (n=107)	Diferencia*
<b>Innovación</b>			
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	32,7%	50,5%	Si
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	30,2%	42,9%	Si
Cambios o mejoras en los procesos productivos	32,1%	61,7%	Si
Adquisición de nuevos bienes de equipo	22,2%	28,9%	No
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	34,6%	61,7%	Si
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	35,2%	57,0%	Si
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	37,0%	63,5%	Si

Nota: \*Indica si la diferencia de valores es estadísticamente significativa ( $p < 0.05$  – Chi-cuadrado de Pearson para una tabla de 2x2).

Como se observa en la tabla 2, más del 60% de MiPymes familiares implementaron cambios o mejoras en asuntos comerciales, en organización y/o en su gestión, y en sus procesos productivos. Distinto a las MiPymes no familiares, donde aproximadamente el 35% de empresas encuestadas manifestaron este tipo de acciones. Adicionalmente, el 57% de MiPymes familiares encuestadas manifestaron haber asumido acciones orientadas hacia cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos, seguido de un 50% en productos o servicios existentes. Contrario a las MiPymes no familiares, donde se evidenció que solo el 35% y 32,7% respectivamente de estas empresas llevaron a cabo estas acciones durante el primer trimestre de 2021. Por último, el 42,9% de las MiPymes familiares manifestaron en la encuesta haber ofrecido nuevos productos o servicios durante el trimestre; un porcentaje mayor comparado con el 30% de las MiPymes no familiares que manifestaron esta misma acción.

## Diferencias en inversión

En relación con la inversión realizada (ver tabla 3), se observa que, comparado con las MiPymes no Familiares, un mayor número de MiPymes Familiares tomaron diferentes alternativas de inversión para la empresa durante el primer trimestre del 2021. Según la encuesta, el 51.4% de las MiPymes familiares invirtieron principalmente en capacitar su capital humano, desarrollar nuevos procesos, y desarrollar nuevos productos o servicios. Distinto a las MiPymes no familiares, donde el 22.8%, el 19% y el 16% de empresas encuestadas invirtieron respectivamente en ese tipo de acciones. Adicionalmente, el 48,6% de MiPymes familiares encuestadas manifestaron haber invertido en transformación digital, seguido de un 32,7% de empresas que destinaron recursos para mejorar la infraestructura física existente. Contrario a las MiPymes no familiares, donde se evidenció que el 20,9% y 11,7% respectivamente de estas empresas llevaron a cabo estas mismas acciones de inversión durante el primer trimestre de 2021. Por último, entre el 25% y 28% de las MiPymes familiares encuestadas invirtieron en nueva maquinaria y equipo, en automatizar la maquinaria y/o equipos existentes, y en nueva infraestructura física. Resultado mucho menor en las MiPymes no familiares, al evidenciar en la encuesta que menos del 13% de este tipo de empresas invirtieron en estos aspectos.

**Tabla 3. Diferencias en inversión entre MiPymes familiares y no familiares**

	MiPymes no familiares (n=164)	MiPymes Familiares (n=107)	Diferencia*
<b>Inversión</b>			
Nueva infraestructura física	9,3%	21,5%	Si
Mejora de la infraestructura física existente	11,7%	32,7%	Si
Nueva maquinaria y equipo	12,3%	28,0%	Si
Automatización de la maquinaria y/o equipos existentes	8,0%	25,2%	Si
Transformación digital	20,9%	48,6%	Si
Capacitación del capital humano	22,8%	51,4%	Si
Desarrollo de nuevos productos/servicios	16,0%	51,4%	Si
Desarrollo de nuevos procesos	19,1%	51,4%	Si

Nota: \* Indica si la diferencia de valores es estadísticamente significativa ( $p < 0.05$  – Chi-cuadrado de Pearson para una tabla de 2x2).

## Diferencias en encadenamientos productivos

En relación con los encadenamientos productivos en los cuales participaron las MiPymes encuestadas durante el primer trimestre de 2021 (ver tabla 4), se observa un comportamiento distinto para ambos tipos de empresas, especialmente con fábricas de productividad y Centro de Transformación Digital. Según la encuesta, un mayor número de MiPymes no familiares participaron en estas iniciativas comparado con las MiPymes familiares. Contrario a los mecanismos de participación como el Programa de Desarrollo de Proveedores, Consorcio Exportador, e iniciativas Clúster, en los cuales se observa un comportamiento similar en el porcentaje de participación de MiPymes familiares y no Familiares, indicando para ambos tipos de empresas una muy baja participación en estas iniciativas.

**Tabla 4. Diferencias en innovación entre MiPymes familiares y no familiares**

	MiPymes no familiares (n=164)	MiPymes Familiares (n=107)	Diferencia*
<b>Encadenamientos</b>			
Clúster	11,7%	10,3%	No
Consorcio Exportador	6,2%	4,7%	No
Programa de Desarrollo de Proveedores	8,0%	7,5%	No
Fábricas de productividad	29,6%	12,2%	Si
Centro de Transformación Digital	34,0%	18,7%	Si

Nota: \*Indica si la diferencia de promedios es estadísticamente significativa ( $p < 0.05$  – Chi-cuadrado de Pearson para una tabla de 2x2).

## Diferencias en internacionalización

En cuanto a temas de internacionalización, particularmente en actividades de exportación e importación, los resultados de la encuesta evidenciaron un muy bajo número de MiPymes que realizaron actividades de exportación durante el primer trimestre de 2021, pero cuando lo hicieron, eran más las MiPymes no Familiares exportadoras (2%) que las MiPymes familiares (1%). Contrario con actividades de importación, donde se observa un mayor número de MiPymes familiares importadoras (17%) que las MiPymes no familiares (7%).

**Tabla 5. Diferencias en Internacionalización y empleo entre MiPymes familiares y no familiares**

	MiPymes no familiares (n=164)	MiPymes Familiares (n=107)	Diferencia*
<b>Exportación</b>			
Empresas exportadoras	2,0%	1,0%	Si
<b>Importación</b>			
Empresas importadoras	7,0%	17,0%	Si

Nota: \*Indica si la diferencia de promedios es estadísticamente significativa ( $p < 0.05$  – Chi-cuadrado de Pearson para una tabla de 2x2).

## CONCLUSIONES

La pandemia generada por la crisis del Covid-19 dejó indudablemente en evidencia que ninguna organización está exenta de enfrentar una situación de gran turbulencia y complejidad. Conocíamos que las MiPymes eran muy vulnerables por estar menos preparadas para afrontar las crisis (Alcalá y Ayala, 2015), pero la realidad ha dado lesiones interesantes e inspiradoras para entender el protagonismo de las MiPymes en el proceso de reactivación y recuperación. Especialmente con las MiPymes familiares, quienes un año después de la crisis generada por la COVID-19, lideran actividades orientadas en el empleo, la innovación, y la inversión.

Teniendo en cuenta que la MiPymes cumple un rol muy importante en la dinámica de recuperación económica, los resultados presentados invitan a considerar las diferencias entre MiPymes familiares y no familiares. Más allá de buscar un trato preferencial, la invitación es a conocer la idiosincrasia de cada tipo de empresa (en este caso de la MiPyme familiar y no familiar), para entender sus necesidades, limitaciones y su lógica en la toma de decisiones a nivel gerencial. El beneficio que generará su comprensión repercutirá en un mejor aporte de los actores que desean contribuir al desarrollo de las MiPymes del país, incluso para enfrentar contextos de alta complejidad e incertidumbre, atendiendo así al llamado del Gobierno Nacional para revitalizar y fortalecer este segmento de empresas.



# PROGRAMA EMPLEO JOVEN

*Dr. Ángel Custodio Cabrera*  
**MINISTERIO DE TRABAJO**

El Gobierno del Presidente Iván Duque tiene como principal reto en el 2021 impulsar la reactivación económica del país por medio de dos grandes objetivos: i) la vacunación rápida y masiva en todo el territorio nacional y ii) un gran impulso a la demanda agregada, impactada gravemente por las restricciones a la movilidad derivadas de la pandemia que redujeron sustancialmente el consumo y la inversión, destruyendo empleos y fuentes de ingreso. Este impacto fue especialmente negativo en las MiPymes, quienes, al enfrentar restricciones graves de ventas y liquidez, se vieron obligadas a reducir al mínimo su operación (lo que implicó despedir trabajadores) o, en el peor de los casos, a cerrar definitivamente.

Por ello, en relación con este segundo objetivo, el gobierno ha buscado implementar mecanismos que, a través de la recuperación y generación de nuevos empleos, impulsen por resultado la demanda agregada.

Por ejemplo, a través del Compromiso por Colombia, se están impulsando proyectos y sectores claves, como el de la infraestructura y la vivienda, intensivos en mano de obra, para al mismo tiempo, de manera indirecta, impulsar la recuperación de empleos. No obstante, simultáneamente, el Gobierno también le ha apostado a la formulación de estímulos directos a la creación de empleos. En este caso, estos se han enfocado específicamente en los sectores poblacionales en los que los efectos de la pandemia han sido particularmente negativos.

Uno de estos sectores es la población juvenil, dentro de la cual el desempleo se incrementó considerablemente. En efecto, la tasa de desempleo en este sector poblacional, en el trimestre febrero-abril, se disparó de un ya alto 18.5% en 2019 a 23.1% en 2021; hoy, casi uno de cada cuatro jóvenes no encuentra trabajo.

Reconociendo que el desempleo juvenil ha sido históricamente superior que el de la población colombiana en general, el Gobierno Nacional ya había implementado acciones desde años anteriores para mitigarlo. Un ejemplo de ellas es la deducción de primer empleo, incluida en la Ley de Crecimiento Económico aprobada en 2019 (Art. 88), que les permite a todos los declarantes de renta deducir un 120% de los pagos que realicen por concepto de salario a menores de 28 años que se empleen por primera vez. Para ello, como condición habilitante para acceder a la deducción, los interesados solo deben solicitar ante el Ministerio del Trabajo el certificado de primer empleo, el cual pueden gestionar fácil y virtualmente aquí ([https://tramites.mintrabajo.gov.co/tys-web/ciudadano/#/seleccion\\_modulos](https://tramites.mintrabajo.gov.co/tys-web/ciudadano/#/seleccion_modulos)) (Ruta: Radicar Trámites y Servicios/Aceptación de tratamiento de datos/Tipo de trámite: Certificado de Primer Empleo).

No obstante, y ante el deterioro pronunciado del desempleo juvenil por la contingencia del COVID-19, el Gobierno Nacional ha decidido ir más allá. Es aquí donde nace el Apoyo para la generación de empleo para jóvenes dentro de la estrategia Sacúdete, establecido en el Decreto 688 de 2021 y financiado con cargo al presupuesto del Ministerio del Trabajo. Este programa pretende incentivar la creación de NUEVOS empleos formales para jóvenes con edades entre 18 y 28 años (solamente hasta el mes que se cumpla esta edad) en cualquier sector de la economía y en todo el país. Con esto, los empleadores, muchos de ellos MiPymes, podrán viabilizar el reenganche o la contratación nueva de personal joven, que aporte al aumento de su productividad con nuevas ideas, recibiendo del Gobierno un apoyo equivalente a \$227.131 (25% de 1 SMLMV) por cada joven trabajador adicional y hasta por doce (12) meses.

La línea de referencia para contabilizar los nuevos empleos creados será el número de empleados sobre los cuales haya cotizado el postulante al Sistema Integral de Seguridad Social (EPS, AFP, ARL y CCF) en la Planilla Integrada de Autoliquidación de Aportes (PILA) correspondiente al mes de marzo de 2021. Sobre esta base, se contabilizará el número de empleados adicionales que tengan entre 18 y 28 años, con un ingreso base de cotización mínimo al sistema integral de un (1) SMLMV. El número resultante será el número de apoyos que recibirá el empleador por cada mes en el que se postule (ej. si se contabilizan dos (2) empleados nuevos se otorgarán \$454.262 de apoyo en el respectivo mes).

Por su parte, la vinculación y postulación al programa es muy sencilla y sigue una ruta similar a la que las MiPymes ya conocen y siguieron meses atrás en las aplicaciones al Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF). De acuerdo con el calendario que se defina, los postulantes deben presentar su solicitud ante la entidad financiera en la que tengan algún producto de depósito y en ella deberán certificar, entre otros, que han realizado los pagos de salario de los nuevos empleados jóvenes sobre los cuales solicitan el apoyo y que han cancelado oportunamente los pagos de seguridad social tanto del mes sobre el que se solicita el apoyo (mes calendario inmediatamente anterior al momento de la postulación) como del mes de marzo de 2021.

La primera postulación a este apoyo se hará en el mes de agosto de 2021, con base en los empleados registrados en la PILA del mes de julio de 2021 y continuará hasta donde la disponibilidad

presupuestal lo permita, sin exceder en ningún caso los doce (12) meses o el 31 de diciembre de 2022. La meta es crear más de 600 mil empleos para jóvenes durante este segundo semestre de 2021.

Todas las MiPymes interesadas en conocer más detalles acerca de las condiciones particulares de postulación a este apoyo pueden consultar nuestro Abecé del Decreto 688 de 2021, publicado en la página web del Ministerio del Trabajo y que pueden encontrar aquí ([https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/ABECE+Decreto+688+\(2\).pdf](https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/ABECE+Decreto+688+(2).pdf)).

No queda más sino exhortar a todas las MiPymes del país a vincularse masivamente a esta iniciativa, con el fin de impulsar la reactivación económica, fomentar la generación de empleo y construir así un mejor porvenir para todos los empresarios y trabajadores del país que quieren salir adelante





# EL RÉGIMEN SIMPLE

## DE TRIBUTACIÓN IMPULSA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MIPYMES

**Por: Julio Lamprea Fernández**  
**Director de la Dirección de Gestión de Ingresos**

Impulsar la economía del país es uno de los retos más importantes del Gobierno nacional frente a la situación generada por la emergencia económica y sanitaria que, a partir del mes de marzo del año anterior, impactaron de forma importante la economía. Por eso, entre los desafíos que se afrontan está el de brindar a las empresas oportunidades que les permitan, de manera paulatina, la recuperación de sus finanzas, mantener los empleos e impulsar las actividades económicas en cada uno de los sectores.

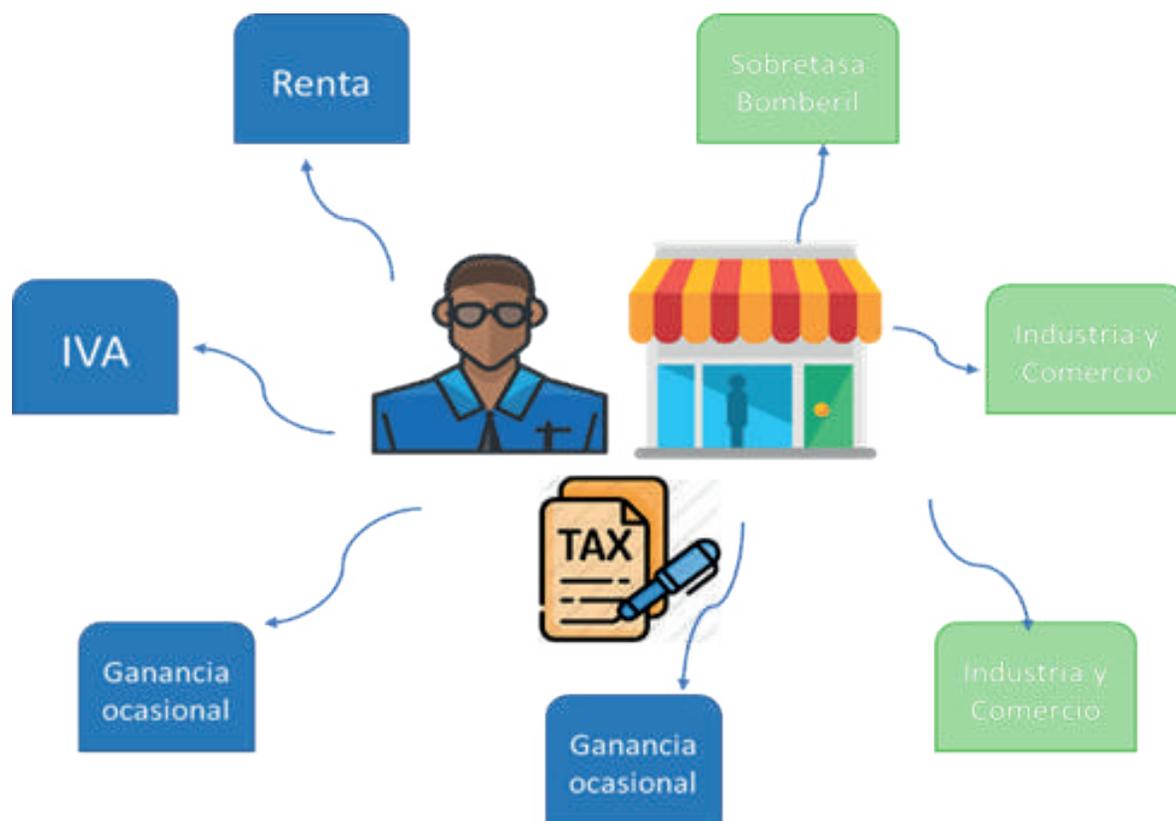
De acuerdo con Fedesarrollo (2020), la pandemia y la respuesta inicial por parte del Estado, “...han servido para hacer visibles las ventajas de la formalidad, no solo en la recuperación de unidades productivas e impulso a actividades económicas, sino en la generación de empleo”

Durante este tiempo de dificultad, la formalidad se convierte en uno de los caminos para la protección y activación de la economía, además de brindar en términos de negocio, beneficios como la posibilidad de acceder a recursos no reembolsables dispuestos por los fondos que impulsan el emprendimiento, el acceso a ruedas de negocio y la participación en los programas que desde el Gobierno nacional se disponen para las micro, medianas y pequeñas empresas.

En ese esfuerzo por la formalidad, el Régimen Simple de Tributación – RST, se constituye como un mecanismo que impulsa la recuperación económica, brindando a quienes optan por él, beneficios como: mejor flujo de caja, reducción en los costos de cumplimiento tributario, reducción en los costos de contratación de empleados y la no responsabilidad del IVA para quienes únicamente realizan actividades de tiendas y peluquerías.

Para entender con mayor claridad estos beneficios, los ilustraremos con un ejemplo de un emprendedor a quien vamos a llamar Juan, quien, para este caso, tiene varios minimercados en una región del país y manifiesta su preocupación acerca de cómo cumplir con sus obligaciones tributarias.

Juan, por su actividad económica, es responsable entre otros, de los impuestos nacionales y municipales que se presentan en la siguiente imagen:



Ante esta preocupación Juan revisa la posibilidad de optar por el Régimen Simple de Tributación. Para realizar el ejercicio, observa datos fundamentales con los cuales puede hacer el cálculo para el pago de la obligación tributaria y comparar cuál le beneficia más.



A continuación, presentamos el cálculo realizado por Juan para la liquidación del Impuesto por el Régimen Simple de Tributación comparado con el Impuesto de Renta en el Régimen Ordinario:

Liquidación del Impuesto por el Régimen Simple de Tributación		
Ingresos Brutos	11 017 UVT	\$ 400.000.000
INCRNGO (aportes a seguridad social empleador+ Fondo de Solidaridad Pensional)		\$ 14.160.000
Base Gravable		\$ 385.840.000
Liquidación Impuesto Simple (2,8%)	2.8%	\$ 10.804.000
Valor a pagar Impuesto ICA	10 por mil	\$ 4.000.000
Aportes a Pensiones empleados ( 12%)		\$ 6.541.000
Pagos electrónicos el 50% de los ingresos	0.5%	\$ 1.000.000
Valor a pagar Simple*		-
Tasa efectiva de tributación		0,00%

Liquidación del Impuesto de Renta		
Ingresos Brutos	11.017 UVT	\$ 400.000.000
Cotos y Deducciones		\$ 294.160.000
Utilidad		\$ 105.840.000
Liquidación Impuesto sobre la Renta	28%	\$ 16.564.000
Descuento ICA 50%		\$ 2.000.000
<b>Valor a pagar Renta*</b>		<b>\$ 14.564.000</b>
Tasa efectiva de tributación		3,60%

\* Se pagará adicional al valor del impuesto sobre la Renta lo correspondiente al impuesto de Industria y Comercio \$4.000.000 para un total a pagar en el régimen Ordinario de **\$18.564.000**.

#### En el ejemplo Juan ha obtenido los siguientes beneficios:

- > Mejorar su flujo de caja al tener una tarifa del 2.8% y no estar sujeto a Retenciones en la Fuente a título de Renta ni a título de ICA. Tampoco está obligado a practicar retenciones a título de Renta (salvo las laborales), ni a título de ICA.
- > Liquidar su impuesto en anticipos bimestrales dónde liquida varios impuestos en un solo formulario
- > Descuento por contratación laboral: al momento de la liquidación de sus impuestos del orden nacional descontó el 12% pagado por parte del empleador al sistema general de pensiones. (\$6.541.000)
- > Descuento del 0.5% de los pagos recibidos por mecanismos electrónicos (\$1.000.000)
- > Redujo sus costos operativos al poder cumplir con el deber formal de declarar varios impuestos: Impuesto unificado (Renta), Impuesto Nacional al Consumo, Ganancia Ocasional, Industria y Comercio, Avisos y Tableros y Sobretasa Bomberil en una sola declaración.

Ahora bien, es importante resaltar un beneficio para los comerciantes que realicen exclusivamente las actividades de tiendas pequeñas, minimercados, micromercados y peluquerías, que NO serán responsables del Impuesto sobre las Ventas - IVA.

Este ejemplo evidencia de manera práctica, los beneficios que ofrece el Régimen Simple de Tributación, no solo a quienes desarrollen este tipo de actividad, sino a quienes cumplan con los requisitos para hacer parte de esta nueva forma de tributarle al país, resaltando algo importante y es que se trata de un régimen opcional, es decir, será el empresario quien analice los beneficios de acuerdo con su actividad económica e ingresos y tome la decisión de pertenecer a este.

Vale la pena recordar quiénes pueden hacer parte del RST: 1) personas naturales que desarrollen empresa, incluidas las profesiones liberales o las personas jurídicas de naturaleza societaria cuyos socios sean personas naturales y residan en Colombia. 2) que se encuentren al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y 3) que, en el año gravable inmediatamente anterior, hubieran obtenido ingresos brutos inferiores a 80.000 UVT, que para el año 2021 son alrededor de \$2.904 millones. Ahora bien, para conocer cuál es la tarifa que debe pagar al momento de hacer parte del RST, las mismas están determinadas de acuerdo con 4 grupos de actividades económicas y sus rangos de ingresos, así:

- o **Grupo 1.** Tiendas pequeñas, minimercados, micromercados y peluquerías
- o **Grupo 2.** Actividades comerciales, industriales y de servicios donde prime el factor material (ej. la construcción, elaboración de alimentos, mantenimiento de vehículos, entre otros).
- o **Grupo 3.** Profesiones liberales y en general las actividades en las que prima el factor intelectual sobre el material.
- o **Grupo 4.** Actividades de expendio de comidas y bebidas, así como actividades de transporte.

Hacer parte del RST es muy fácil. Si se trata de un emprendedor que aún no cuenta con inscripción en el RUT, puede inscribirse en cualquier momento del año a través del servicio de RUT en línea. Pero, si ya tiene inscripción en el RUT, podrá inscribirse entre el 1 y el 31 de enero de cada vigencia. En los dos casos puede ingresar al Portal Transaccional o a la App DIAN y abrirle la puerta a esta oportunidad.

Desde la DIAN, estamos comprometidos con la reactivación económica del país, con herramientas como esta que le permiten a los empresarios y contribuyentes seguir aportando al desarrollo de Colombia.

Ahora bien, es importante resaltar un beneficio para los comerciantes que realicen exclusivamente las actividades de tiendas pequeñas, minimercados, micromercados y peluquerías, que NO serán responsables del Impuesto sobre las Ventas - IVA.

Este ejemplo evidencia de manera práctica, los beneficios que ofrece el Régimen Simple de Tributación, no solo a quienes desarrollen este tipo de actividad, sino a quienes cumplan con los requisitos para hacer parte de esta nueva forma de tributarle al país, resaltando algo importante y es que se trata de un régimen opcional, es decir, será el empresario quien analice los beneficios de acuerdo con su actividad económica e ingresos y tome la decisión de pertenecer a este.

Vale la pena recordar quiénes pueden hacer parte del RST: 1) personas naturales que desarrollen empresa, incluidas las profesiones liberales o las personas jurídicas de naturaleza societaria cuyos socios sean personas naturales y residan en Colombia. 2) que se encuentren al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y 3) que, en el año gravable inmediatamente anterior, hubieran obtenido ingresos brutos inferiores a 80.000 UVT, que para el año 2021 son alrededor de \$2.904 millones. Ahora bien, para conocer cuál es la tarifa que debe pagar al momento de hacer parte del RST, las mismas están determinadas de acuerdo con 4 grupos de actividades económicas y sus rangos de ingresos, así:



### Referencias

- ACOPI (2021). Encuesta de Desempeño Empresarial – 1er trimestre de 2021. *Departamento de Estudios Económicos*, 17. Recuperado de: <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2021/06/ENCUESTA-DE-DESEMPEO-EMPRESARIAL-PRIMER-TRIMESTRE-2021-VF.pdf>
- ACOPI (2020). Perspectivas Económicas MiPymes 2021. *Bitácora Económica*, 10. Recuperado de: <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/PERSPECTIVAS-ECONOMICAS-2021.pdf>
- Alcalá, J. y Ayala J. (2015). Pymes resistentes a la crisis: factores relevantes. *Boletín de estudios económicos*, 70(214), 5-29.
- Amann, B. & Jaussaud, J. (2012). Family and Non-Family Business Resilience in an Economic Downturn. *Asia Pacific Business Review*, 18(2), 203–223.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. T. (2020). How are small businesses adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper.
- Cámara de Comercio de Cali (2014). Contribución de las Pymes al tejido empresarial del Valle del Cauca. Recuperado de: <https://www.ccc.org.co/file/2014/06/Apunte-economico-pymes-iun-v3.pdf>
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 19–40.
- Daily, C. M., & Dollinger, M. J. (1991). Family firms are different. *Review of Business*, 13(1-2), 3-6.
- Departamento Nacional de Planeación - DNP (2007, 13 de agosto). Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas. (Documento CONPES 3484). Bogotá D.C., Colombia.
- Confecámaras; CCB. (2019). Empresas familiares en Colombia: un legado que trasciende. *PwC Colombia Family Business*, 6-8. Obtenido de <https://pwc.to/3vvcUJX>
- Lumpkin, G. T., & Brigham, K.H. (2019). Long–Term Orientation and Intertemporal Choice in Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (6), 1149–1169.
- Ministerio de Trabajo y Protección Social (26 de septiembre de 2019). MiPymes representan más del 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia. Recuperado de <https://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/prensa/comunicados/2019/septiembre/mi-pymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>
- Mouthón, L. (20 de junio de 2018). El 86,5% de las empresas en el país son familiares. *El Herald*, pág. 1. Obtenido de <https://bit.ly/3zmMwUb>
- Salvato, C., Sargiacomo, M., Amore, M. D., & Minichilli, A. (2020). Natural disasters as a source of entrepreneurial opportunity: Family business resilience after an earthquake. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 594-615.

- Tello-Cabello, S. Y. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex-Revista de la facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 12(14), 199-218.
- Zevallos, C. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 79, 53-70.
- Balza-Franco, V., & Cardona, D. (2016). Economías de Aglomeración Empresarial y Políticas Públicas de Competitividad desde un Enfoque Global hacia un Contexto Latinoamericano: Una Revisión Conceptual. *Espacios*, 37 (36), 8.
- Bedoya, M., Toro, I., & Arango, B. (2017). Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación. *Espacios*, 38 (17), 20–38.
- Camelo, C., Romero, P., y Valle, R. (2000). Relación entre el tipo y el grado de innovación y el rendimiento de la empresa. *Economía Industrial*, 333, 149-160.
- Damanpour, F., y Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of products and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38, 45-65.
- Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. México: Edhasa.
- Formichella, M. (2005). Innovación del concepto de desarrollo y su relación con el desarrollo. Recuperado el 29 de mayo de 2010, de: <http://190.41.189.210/oficinas/investigaciones/Evolucion%20del%20Concepto%20de%20Innovacion%20y%20Desarrollo.pdf>
- Garzón, M. A. (2004). La innovación intraemprendedora liderada por los gerentes de las Pymes. *Universidad Empresa*, 3 (6), 74-109.
- Hernández, H. G., Cardona, D. A., & Del Rio, J. L. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información Tecnológica*, 28(5), 15–22. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000500003>
- Hernández, J., Yescas, M. y Domínguez, M. L. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Miles, R., y Snow, C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York: McGraw Hill.
- OCDE y EUROSTAT. (2005). *Manual de Oslo*. Oslo, Noruega: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas. Recuperado de: [https://www.oecd-ilibrary.org/manual-de-oslo\\_5l9hwf7h9xf0.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpublication%2F9789264065659-es&mimeType=pdf](https://www.oecd-ilibrary.org/manual-de-oslo_5l9hwf7h9xf0.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpublication%2F9789264065659-es&mimeType=pdf)

Restrepo, Gálvez y Quiñonez (2021). IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN COLOMBIA. Recuperado de:<https://www.acopi.org.co/estudios-economicos/>

Rogers, E. (1983). Diffussion and Innovation. New York: Free Press.

Simanca, M., Montoya, L. & Bernal, C. (2016). Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Láctea en Colombia. Información Tecnológica, 27(3), 93–106.



## Nuestras Redes



@acopi\_nacional



@AcopiNacionalWeb



@Acopi\_Nacional