

ANALIZAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS MÁS UTILIZADOS POR LAS PYMES EXPORTADORAS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Jorge Isaac Lechuga Cardozo y Edgardo Enrique Muñoz Querales
(Instituto Tecnológico de Soledad Atlántico, Barranquilla Colombia)

Resumen

Se ha notado que los esfuerzos del Gobierno Nacional a través de distintos entes para apoyar e impulsar las PYME, han sido direccionados hacia el reforzamiento de los temas de financiación, mercadeo, tecnología, calidad, etc., ayudando a éste tipo de empresas a competir con éxito en los mercados. Caso evidente es la creación de la Ley Mipyme, el programa Expopyme y los distintos programas que a través del Ministerio de Comercio Exterior y Procolombia, se han venido desarrollando.

Sin embargo, poco se conoce sobre el desarrollo o la asesoría que se brinda a éste tipo de empresas en temas relacionados con líneas de crédito a las que tienen acceso dichas empresas.

Esta investigación muestra un estudio de las características de los productos ofrecidos por las diferentes entidades que conforman el sistema financiero y el conocimiento que tienen las pymes sobre el uso o utilización de estos recursos para su gestión empresarial.

Identificando como problema la falta de conocimiento de los productos y servicios financieros que tienen las PYMES exportadoras para fortalecerse y ser sostenibles en su gestión empresarial. Con el objetivo de analizar la utilización de los productos y servicios bancarios de las PYMES exportadoras en la ciudad de Barranquilla.

Para el abordaje de la investigación, se pretende hacer una revisión documental de la situación de las pequeñas y medianas empresas exportadoras en el entorno local así como también hacer un estudio para conocer el grado de utilización que tienen dichas empresas de los productos y servicios financieros de la banca, de este modo definir el beneficio que tienen las PYMES al utilizar de forma óptima los servicios ofrecidos por el sector financiero.

Metodología

El corte investigativo de la presente investigación es cualitativo, ya que las técnicas que se utilizarán para la recolección de datos como las encuestas, ayudarán a recopilar información y como bien lo dicen Taylor y Bogdan (1986) “es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

El tipo de investigación aplicada a este proyecto es cuasi-experimental pues permite plantear más hipótesis alternativas que se ajusten a los datos, se recopila información con las encuestas.

El alcance establecido es el descriptivo, puesto que pretende especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

El diseño de investigación escogido es el transversal, porque el estudio que se busca hacer no tendrá un seguimiento en el tiempo y se efectuará en un periodo determinado.

La población objeto de estudio fueron las PYMES exportadoras de la ciudad de Barranquilla.

El diseño muestral, que indica la cantidad de encuestas a efectuar, se calcula teniendo en cuenta, la confiabilidad, indicando la posibilidad de generación de error, con un comportamiento aleatorio y distribución normal, tal que: $E \sim N(0, \delta^2)$ ⁴. En esta ocasión la población identificada, objeto del estudio será de 209 empresas y margen de error de 5%. Un nivel de confianza de 95%, por lo que la tabla de distribución normal nos arroja $Z = 1.96$, al desconocer la probabilidad de ocurrencia del error asumimos valores de 0.5 para p y q .

Ilustración 1 Cálculo de la muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Tamaño de la muestra	165.49
Numerador	278.51
Denominador	1.6829
N (Población)	290
Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
Margen de error	0.05

Nota: Cálculos propios.

La estrategia de campo hará parte del proceso de investigación en terreno y esto se llevará a cabo de la siguiente manera:

Determinar los criterios, las normas o los requerimientos que permitirán proceder con la aplicación de la investigación en terreno.

Planear el esquema geográfico del lugar o lugares escogidos en los cuales se llevará a cabo la recolección de información. Este esquema reúne el cronograma de los días que se visitará el o los sitios, la frecuencia, el número de los encuestados y la descripción del terreno.

Preparar previamente las herramientas que contribuirán en la recopilación de datos, tales como la encuesta e informar a las personas que serán encuestadas el propósito de ésta; contactar a aquellos que puedan aportar con una entrevista más datos concernientes a la investigación por medio de la ejecución de preguntas preparadas con antelación, etc.,

⁴ Valor esperado del Error es cero, con varianza constante.

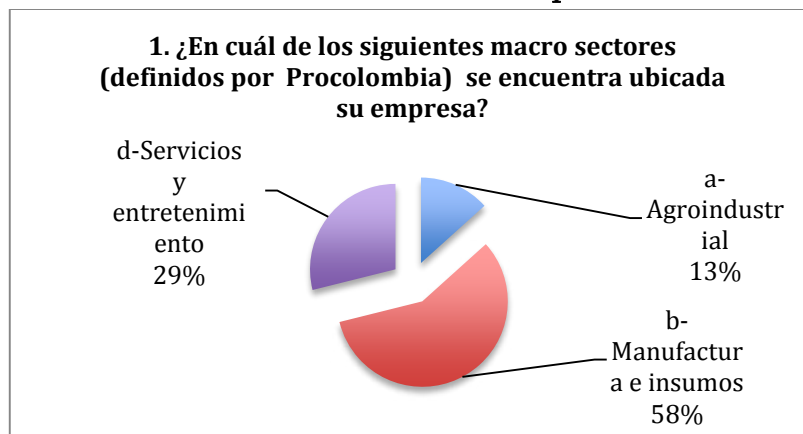
Adoptar las medidas de control necesarias para garantizar una óptima ejecución, así como velar por la objetividad en las respuestas obtenidas.

La información es obtenida a partir del contacto directo con los funcionarios y de registros contenidos en las fuentes de información consultadas. Esta fue depurada y organizada con la ayuda de los programas de Microsoft Excel y Microsoft Word a través de cuadros y gráficas donde se presentan los resultados del proceso de recolección.

Hallazgos

Macrosectores Definidos: Al analizar los productos y servicios bancarios utilizados por las pymes exportadoras en Barranquilla, se utilizó como referencia los macrosectores definidos por Procolombia, entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia. Los macrosectores que se definieron son: Agroindustrial, Manufactura e insumos, prendas de vestir y servicios y entretenimiento.

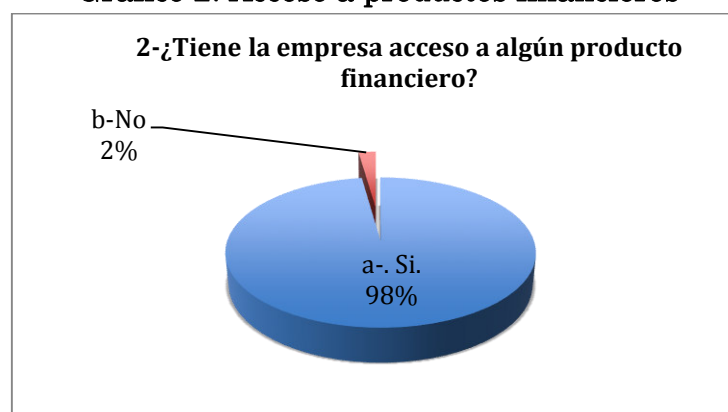
Gráfico 1. Macrosectores definidos por Procolombia



Nota: Resultados encuesta.

Acceso a Productos Financieros: En la encuesta realizada a un grupo de PYMES exportadoras en la ciudad de Barranquilla, se encontró que el 58% de las empresas encuestadas pertenecen al sector manufactura e insumos, el 29% servicios y entretenimiento y el 13% agroindustrial. El 98% de las empresas encuestadas aseguraron poseer un producto financiero mientras que el 2% niega poseerlo.

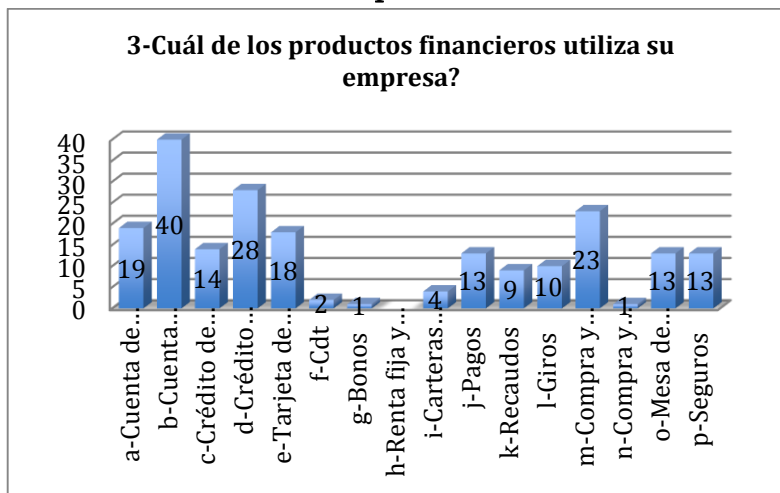
Gráfico 2. Acceso a productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Productos financieros utilizados: La cuenta corriente es de los productos más usados por las PYMES 40 de las empresas encuestadas aseguran poseerlas, en segundo lugar las cuentas de crédito empresarial (28) y compra y venta de divisas (23). En contraste los productos menos utilizados son: los bonos, CDT, carteras colectivas y, compra y venta de títulos.

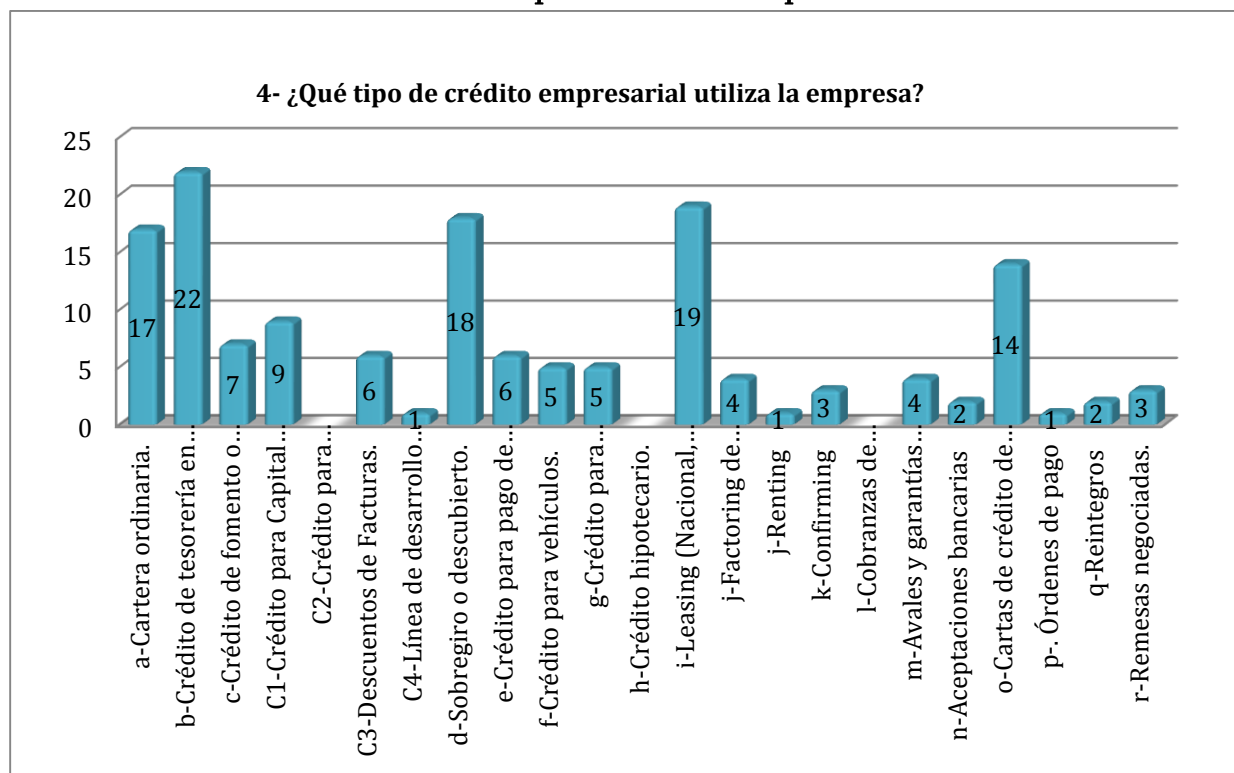
Gráfico 3. Uso de productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Tipo de Créditos Empresariales utilizados: Los créditos empresariales más utilizados son crédito de tesorería con 22, leasing con 19, sobregiro con 18, cartera ordinaria con 17 y cartas de crédito con 14. Dentro de los créditos empresariales se destacan línea de desarrollo empresarial, *renting*, órdenes de pago, aceptaciones bancarias y reintegros.

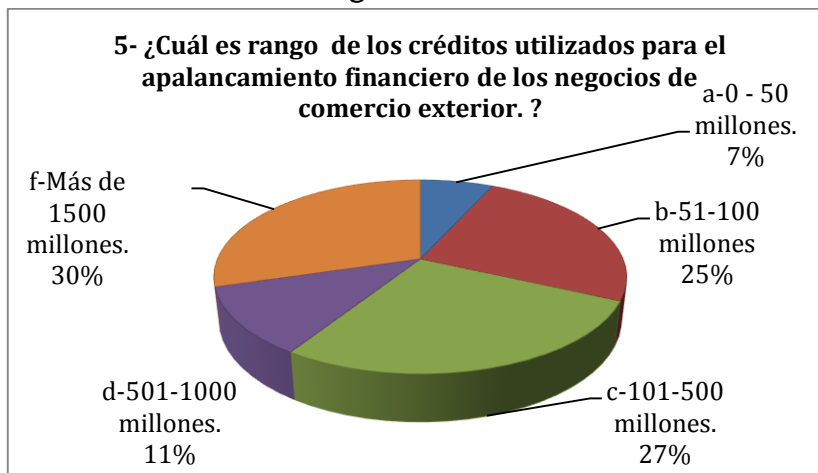
Gráfico 4. Tipo de Crédito empresarial



Nota: Resultados encuesta.

Rangos de Apalancamiento Financiero: Las empresas para el apalancamiento financiero de los negocios de comercio exterior, el 30% asegura tener un rango de crédito, de más de 1500 millones, seguido del 27% que afirma entre los 101 y 500 millones, mientras que el 25% asegura entre 51 – 100 millones, el 11% 501 – 1000 millones, y el restante 7% entre 0 – 50 millones.

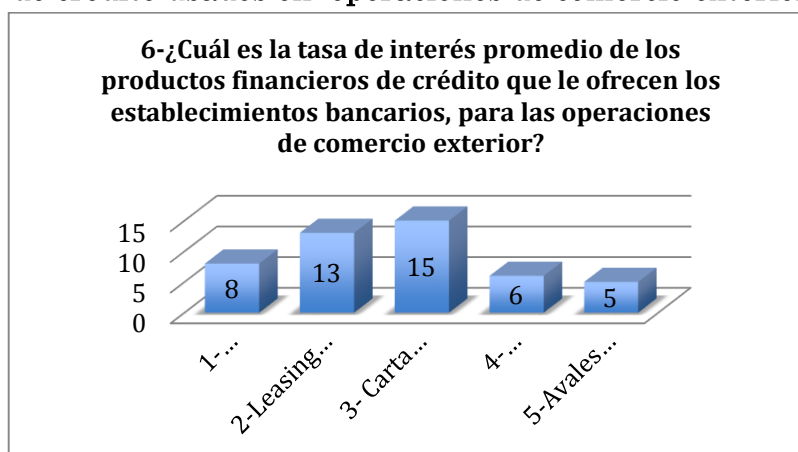
Gráfico 5. Rango de créditos utilizados



Nota: Resultados encuesta.

Tasas de Interés Promedio de los productos financieros: En cuanto a las tasas interés promedio de los productos financieros de crédito para operaciones de comercio exterior, se observa que la carta de crédito es el producto financiero más utilizado con tasas basadas en Libor entre 10 % y 17%. El leasing financiero ocupa el segundo lugar con tasas variables basados en el DTF con puntos adicionales del 5% al 15%. En tercer lugar el *factoring* es el producto financiero con tasas variables basadas en el DTF. En menor proporción se encuentran las garantías y avales bancarios con tasas variables basadas en el DTF.

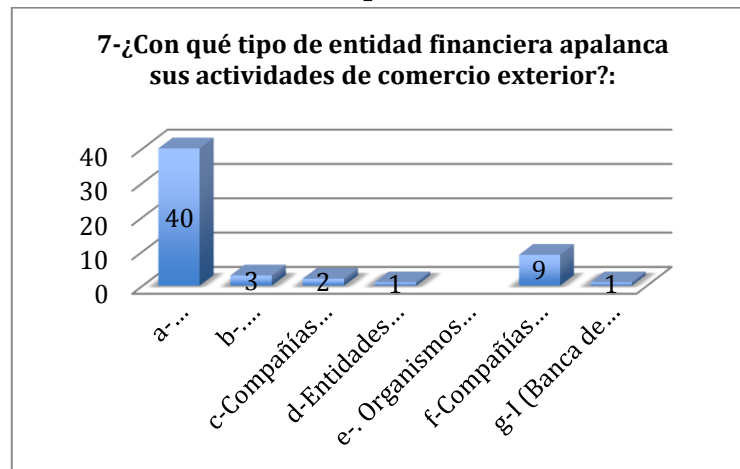
Gráfico 6. Tasas de interés promedio de los productos financieros de crédito usados en operaciones de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Entidades Financieras para Apalancar actividades Financieras: Las entidades financieras con las que estas empresas apalancan las actividades de comercio exterior son en primer lugar los bancos comerciales (40), seguido por las compañías de seguro (9).

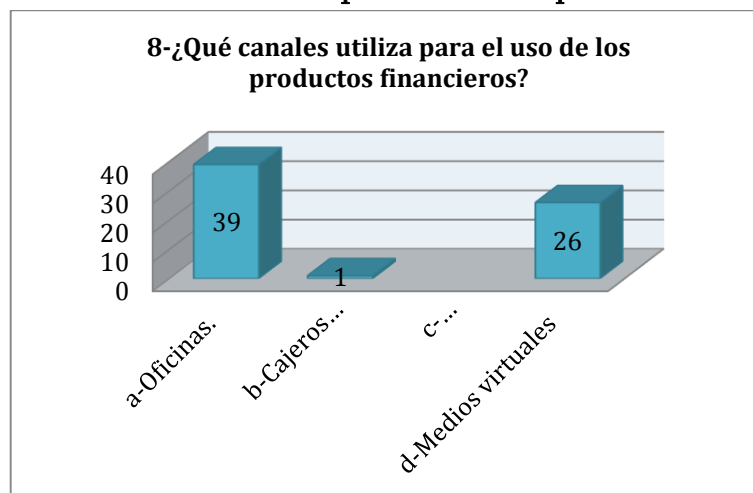
Gráfico 7. Entidad Financiera donde apalanca actividades de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Canales para utilizar productos financieros: Las empresas encuestadas aseguran utilizar principalmente como canales las oficinas (39), seguidas de los medios virtuales (26), que tiene gran acogida entre las PYMES.

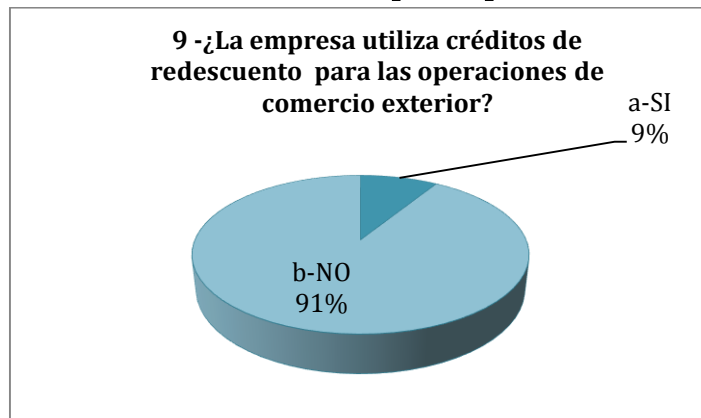
Gráfico 8. Canales utilizados para el uso de productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Utilización créditos de redescuento: El 91% de las empresas encuestadas aseguran no hacer uso de los créditos de redescuento para las operaciones de comercio exterior mientras que el 9% afirman que si lo hacen. Cabe destacar que estas operaciones de redescuento están lideradas por entidades del gobierno en actividades económicas específicas como agroindustria, comercio exterior, educación, sector minero y energético entre otros, con costos financieros preferenciales.

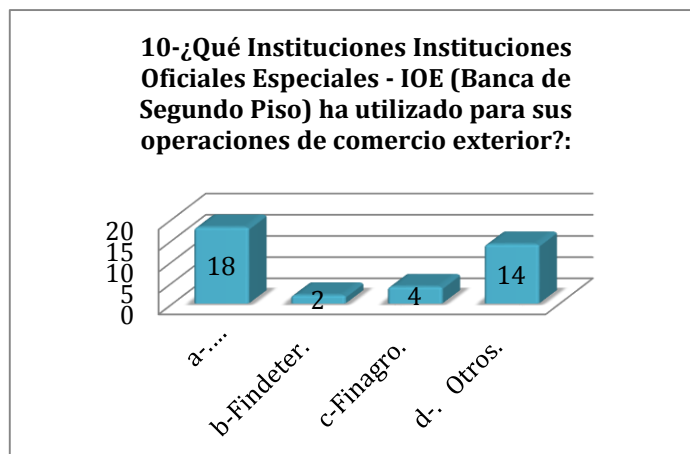
Gráfico 9. Uso de créditos de redescuento para operaciones de comercio exterior



Nota: Resultados encuesta.

Entidades Oficiales Especiales (Banca de Segundo Piso): Las empresas utilizan poco las instituciones Oficiales especiales (Banca de segundo Piso): Bancoldex, Finagro y Findeter. Sumado al poco o nada de conocimiento de los productos y costos financieros que ofrecen estas instituciones Oficiales Especiales.

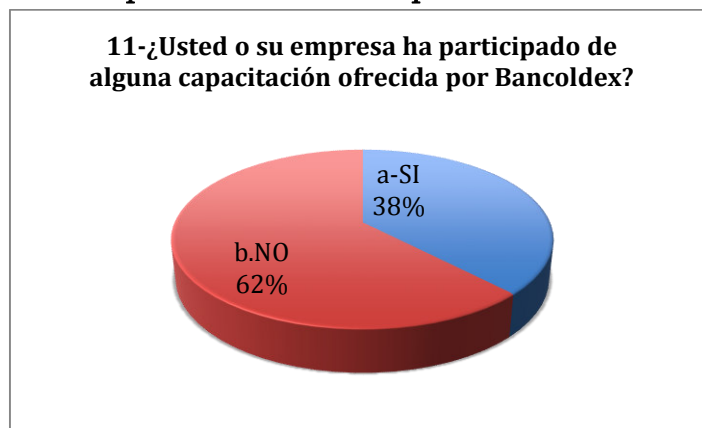
Gráfico 10. Instituciones Oficiales Especiales – IOE (Banca de Segundo Piso) utilizadas para operaciones de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Capacitación Bancoldex: Las empresas exportadoras utilizan especialmente a Bancoldex, como una de las instituciones oficiales especiales, no obstante sólo el 38% ha recibido alguna capacitación por parte de esta entidad. Por lo tanto hay un 62% de estas empresas que no han sido contactadas por esta importante entidad que impulsa las operaciones de comercio exterior y especialmente de acuerdo a políticas de Gobierno a las PYMES.

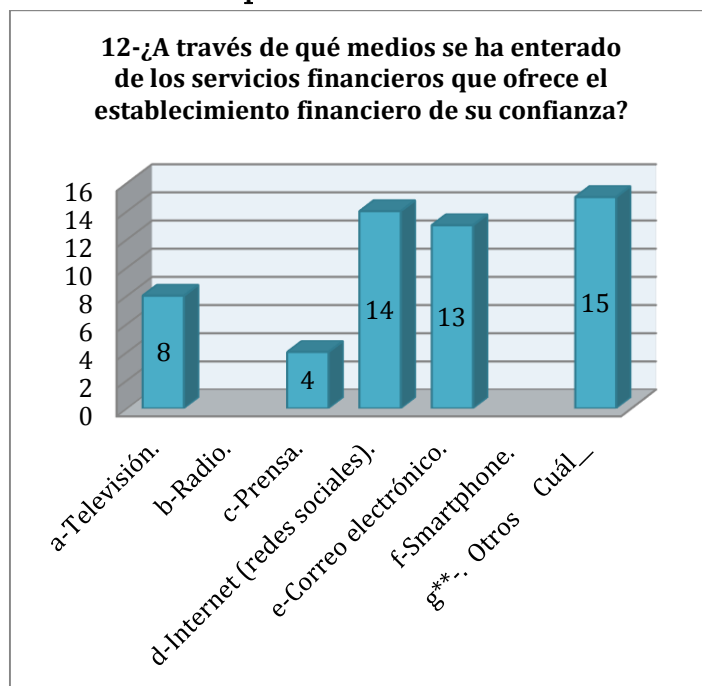
Gráfico 11. Empresas que han participado de alguna capacitación ofrecida por Bancoldex.



Nota: Resultados encuesta.

Medios de conocimiento de servicios financieros: Los medios de comunicación utilizados de las empresas exportadoras para el conocimiento servicios financieros son en su orden de importancia; Internet (redes sociales, páginas web), correos electrónicos y otros como la atención personalizada que realizan las entidades financieras.

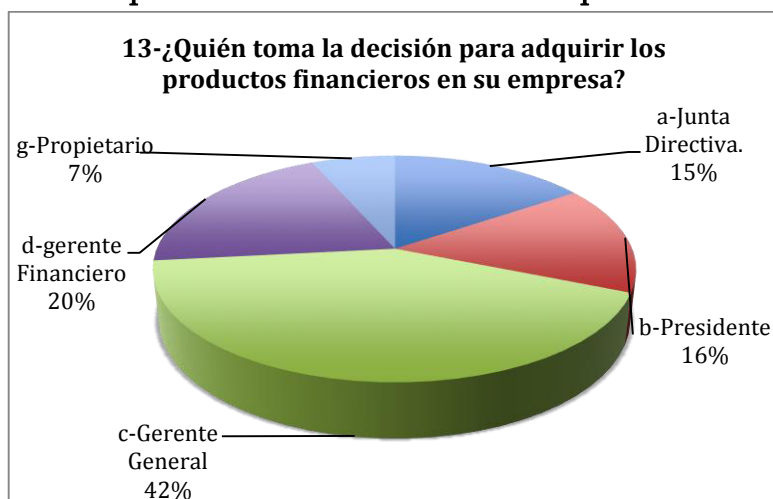
Gráfico 12. Medios a través de los cuales las empresas se han enterado de los servicios financieros ofrecidos por el establecimiento financiero de confianza.



Nota: Resultados Encuestados

Decisión para adquirir productos financieros: La toma de decisiones financieras para la adquisición de productos financieros se realiza en mayor proporción por el Gerente general con 42%, y por el Gerente financiero con el 20%. Seguidas en menor participación por el Presidente, Junta Directiva y Propietario.

Gráfico 13. Toma de decisión para adquirir productos financieros en la empresa



Nota: Resultados Encuesta

Conclusiones

La baja bancarización tiene efectos negativos para las actividades económicas del sector exportador de las Pymes en la ciudad de Barranquilla e impactan los resultados del país y la región. No sólo obstaculiza el acceso de las organizaciones a los servicios financieros, sino que impide la incorporación de mayor parte de la población a la economía formal, se opone a la mayor generación de ahorro, al aprovechamiento de la información, al mayor flujo de inversiones y limita el acceso de las pymes a la financiación formal.

Se constituye en cuello de botella para estas unidades empresariales, que juegan un papel fundamental en las economías de la región, no sólo como creadoras de empleo sino como semilleros de nuevas empresas.

A pesar de los avances realizados, tanto en términos de política gubernamental como en el compromiso de las entidades financieras, en el proceso subsisten obstáculos que requieren esfuerzos para ser removidos. Problemas que persisten, como la desconfianza y la autoexclusión de la demanda, sólo pueden ser combatidos a través de la educación, lo cual requiere el desarrollo de una cultura financiera mediante planes de alfabetización financiera, como se han desarrollado en Brasil y Perú.

El papel del Gobierno ha sido fundamental para apoyar el proceso de bancarización mediante las iniciativas aprobadas, lo cual es verdaderamente importante en la medida en que ha flexibilizado la rígida estructura de la banca colombiana que la hacía bastante excluyente; sin embargo deberá seguir estimulando la competencia entre las entidades del sector con miras a lograr la universalización de los servicios financieros, tener continuidad en las políticas de generación de oportunidades para todos los ámbitos empresariales y hacer evaluaciones de los resultados de las mismas para realizar las correcciones del caso y no caer de ninguna manera en el asistencialismo, lo cual sería perjudicial para la sostenibilidad del proceso de bancarización (Tafur, 2009, pp. 32 - 33).

Referencias Bibliográficas

- Azofra, V. y Vallelado, E. (2001). *Prácticas en Dirección Financiera*. Madrid: Pirámide.
- Baena, D., Hoyos, H. y Ramírez, J. (2010). *Sistema Financiero Colombiano*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Brealey, R. y Myers, S. (2003). *Principios de Finanzas Corporativas*. Madrid: McGraw Hill.
- República de Colombia. (Julio 10, 2000). *Ley 590. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa*. Art.2.
- República de Colombia. (Agosto 2, 2004). *Ley 905. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*. Art.2.
- Tafur, C. (2009). *Bancarización: Una Aproximación Al Caso Colombiano A La Luz De América Latina*. En Estudios Gerenciales. Cali (Colombia): Universidad ICESI, pp. 32 – 33.

Mesografía

- Hurtado, H. (s.f.). *Tipificación y normatividad de la PYME*. Recuperado de: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107027/Documentos_pymes/Tipiificacion_y_normatiividad_de_las_pymes.pdf
- Revista Semana (23 de Junio, 2012). *Más Gente con acceso al banco*. Recuperado de: <http://www.semana.com/wf/ImprimirArticulo.aspx?IdArt=179423>
- Vargas, J. (2011). *Retos de la bancarización en Colombia*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/retos-la-bancarizacion-colombia>