

Informe Técnico

Línea de Comparación

PLAN

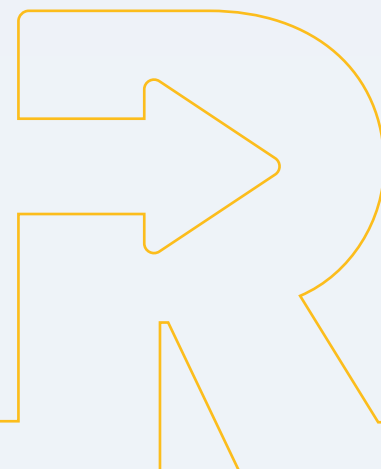
REACTÍVATE

2021



#14

Febrero 2022



Índice

	Página
Resumen _____	3
Introducción _____	4
Metodología _____	6
Resultados principales: datos interesantes para desarrollar la sección____	6
Habilidades digitales _____	7
Habilidades empresariales _____	8
Habilidades personales _____	8
La recuperación económica: un proceso desigual _____	9
Aprovechamiento del comercio electrónico y digital _____	10
Recuperación del empleo en el sector informal _____	11
Las confecciones y las industrias manufactureras, las actividades con menor recuperación _____	12
Recuperación económica con disparidades de género _____	13
Recuperación económica con resultados diferentes en los distintos municipios atendidos: Cauca y Buenaventura con los menores ingresos antes y después del PR. _____	13
¿Qué ha pasado con los emprendimientos tras dos años de Reactivación Económica? _____	15
Conclusiones y recomendaciones _____	19
Referencias _____	21



Con este informe la Fundación WWB Colombia contribuye con: fin de la pobreza y crecimiento económico.

Resumen

En el marco de la recuperación económica por la crisis de la COVID-19, la Fundación WWB Colombia implementó entre junio y diciembre del 2021, la segunda cohorte del Plan de Reactivación y recuperación económica para la población emprendedora en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica del Cauca y el Valle del Cauca – Reactíivate versión 2.0 (PR). El siguiente informe analiza el efecto del Plan sobre las habilidades digitales, empresariales y las características de los negocios de los emprendedores y emprendedoras beneficiados en la Fase 2. Para esto, indaga a 1.473 personas que concluyeron las acciones planteadas, encontrando que el PR: 1) incrementó la percepción de habilidades digitales de la población pasando de 30% en LB a 41% en LC; 2) el 63% de los negocios se reactivaron y el 4% se recuperaron; y 3) el número de empleos generados pasó de 468 en el segundo trimestre del 2021 a 591 en el último trimestre, representando un incremento del 26% con respecto a junio y una recuperación del 69% con respecto a los niveles iniciales; y 4) el porcentaje de recuperación de ingresos de hombres y mujeres fue de 88% y 86%, respectivamente.



Introducción

En Colombia y gran parte del mundo, la emergencia sanitaria internacional derivada de la pandemia por Covid-19 ha entrado en una segunda etapa de su desarrollo, **caracterizada por la flexibilización de las medidas de aislamiento social y la consecuente reactivación económica de estos países** (Cepal, 2020). En este escenario, el año 2021 fue una transición hacia la reactivación y recuperación, con una proyección de crecimiento económico del 4% a nivel global según el Banco Mundial, del 5% para países emergentes y del 3,3% para naciones de bajo ingreso, impulsada principalmente por medidas como la vacunación.

En Colombia estos signos de recuperación se han expresado en la reducción de la tasa de desempleo en 4,5 puntos porcentuales (pp) y el incremento en 13,17% del Índice de Seguimiento a la Economía comparando agosto del 2021 frente al mismo periodo en 2020 (DANE, 2021a). De igual manera, a nivel microeconómico, los hogares han recuperado su capacidad adquisitiva y presentan mejores expectativas frente a su economía y la del país, pues de acuerdo con Fedesarrollo (2021), el Índice de confianza del consumidor para septiembre del año 2021 registró un balance de -3.0% siendo el nivel más alto desde enero del 2020.



Estas condiciones del entorno, en conjunto con iniciativas privadas o intersectoriales como PR, han contribuido a que **trabajadores y emprendedores del sector informal retornen a sus niveles normales de actividad y paulatinamente recuperen sus ingresos y niveles de empleo** que generaban antes de la crisis económica. Sin embargo, la reactivación y recuperación económica deben enfrentar diversos retos en países como Colombia, relacionadas con desigualdades de género, diversas brechas digitales, poblacionales y territoriales. Adicionalmente, el aumento del costo de vida con una inflación anual de 5,6% que supone un reto para los procesos de recuperación económica y pérdida de poder adquisitivo.

Este informe tiene como **objetivo mostrar los principales resultados del Plan Reactíivate 2.0 de la Fundación WWB Colombia en los negocios atendidos en su Fase 2 en el segundo semestre del 2021**, el cual busca apoyar a emprendedores del sector informal a retornar a niveles de ingresos similares a los de antes de la crisis. Para esto, presenta los hallazgos en dimensiones como las habilidades digitales, empresariales, la recuperación de los negocios por actividades, género y ubicación geográfica, al igual que las características de la población emprendedora y sus negocios.

Metodología:

Durante los meses de noviembre y diciembre del 2021 se realizó el levantamiento de la línea de comparación a 1.473 negocios inscritos en la Fase 2 del PR¹, junto con la aplicación de 6 entrevistas que permitieran ampliar y contrastar los resultados cuantitativos. Se procesó la información para todos los registros a través del software R, los cuales contaban con datos de línea base y comparación. Los resultados presentados fueron obtenidos a través de análisis bivariados y la construcción de segmentaciones e índices que dan cuenta de las características de los negocios según su tamaño de ventas, el porcentaje de recuperación de ingresos y el comportamiento de las actividades económicas.

Ficha técnica

Grupo objetivo	Tamaño de la muestra	Técnica de recolección	Tipo de muestreo
Negocios vinculados al Plan Reactívale en su Fase 2 del 2021	1.473 negocios	1. Encuestas telefónicas 2. Visitas de campo en los negocios	Por conveniencia

Resultados principales: datos interesantes para desarrollar la sección

Tabla 1. Indicadores asociados al Plan de Reactivación

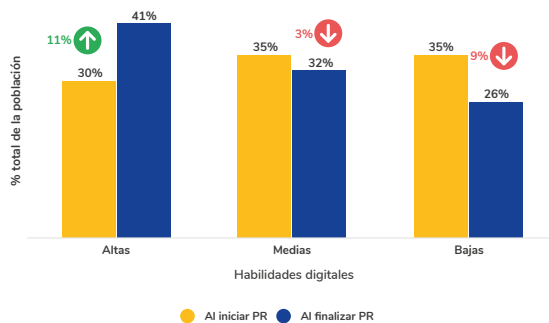
Segmentos	Indicadores	Meta	Resultado
Baja	% personas recuperan su capacidad para generar ingresos	50%	78%
	% de ingreso percibido en comparación con el porcentaje percibido antes de la crisis	60%	75%
	% de negocios que logran reactivarse	25%	78%
	% permanencia en el plan	60%	91%
Media	% negocios que lograron reactivarse	50%	52%
	% de ingresos obtenidos por ventas después del plan o situación antes de la emergencia	70%	106%
	% permanencia en el plan	65%	92%
Alta	% negocios que lograron reactivarse o recuperarse	70%	46%
	% ingresos obtenidos por ventas después del plan vs la situación antes de la emergencia	75%	95%
	% permanencia en el plan	70%	89%
Todos	% de personas que mejoran su percepción de capacidades personales para enfrentar la crisis	70%	66%

1 Se analizan datos de las personas que concluyeron las acciones planteadas (86% mujeres y 14% hombres), distribuidas entre Cali (32%), Buenaventura (21%) y municipios aledaños como Palmira, Jamundí, Florida, Pradera, Candelaria, Buga, Tuluá y Yumbo (34%) y algunos municipios del Cauca (13%).

Habilidades digitales

La gráfica 1 muestra la variación de habilidades digitales antes y después del PR. En ella se observa un **incremento del 11% en la percepción de las habilidades como altas**, explicada por la **disminución en habilidades medias (3%) y bajas (9%)**. Como principales aportes del PR en este aspecto se encontró que los beneficiarios lograron reconocer estas habilidades como importantes en la coyuntura (49%) y, además, conocieron diferentes estrategias para incorporarlas en los negocios (38%). En cuanto a género se identificó una brecha en el segmento de habilidades altas entre hombres y mujeres que incrementó por el paso del PR, pasando de 13% antes del plan (41% hombres vs. 28% mujeres) a 17% al finalizarlo (56% hombres vs. 39% mujeres), si bien se destaca que a nivel general ambas grupos poblacionales las aumentaron.

Gráfica 1. Variación en las habilidades digitales. Fase 2, Plan Reactívate 2021



Fuente: Fundación WWB Colombia

A su vez, las principales brechas por edad continúan concentrándose en la población adulta mayor, Mientras la población entre 18 y 30 años incrementó sus habilidades altas un 14% (pasando de 58% LB. a 72% LC.), las personas con más de 50 años las aumentaron en un 6% (pasando de 9% a 15%), persistiendo un 51% en habilidades bajas para este último grupo. En las entrevistas estas dificultades fueron recurrentes.

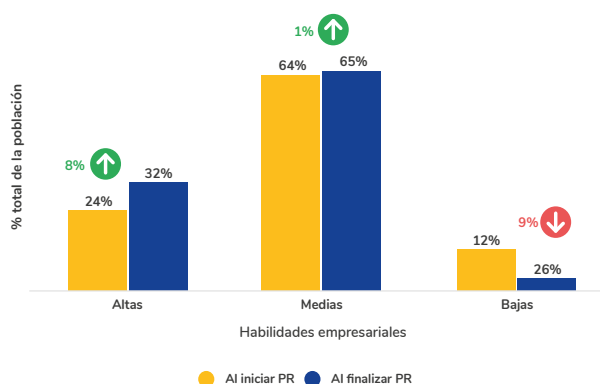


En palabras de una emprendedora de manicura y pedicura con más de 50 años: “al principio me dio duro, más que todo para las tareas, pero era horrible, a veces no sabía subirlas...Le pedía el favor a mi hija que me explicara...aprendí a manejarlo [PC], porque ¿cómo no aprende uno? le toca”. Como estrategia principal ante estas dificultades, **el 40% de los emprendimientos que consiguieron incorporar herramientas digitales en sus negocios, lo hicieron con el apoyo de un familiar o conocido.**

Habilidades empresariales

Una vez culminado el plan, la percepción sobre las habilidades empresariales altas presentó un incremento del 8%, mientras que las bajas disminuyeron un 9% (gráfico 2). En palabras de una pareja con negocio de una tienda, el paso por el plan ayudó a que el negocio estuviera más organizado “tengo un cuadernito y ahora todo está más organizado, puedo decir cuánto entró y cuánto salió (...) aquí tengo el registro, yo le puse entradas y salidas. Desde que comencé con ustedes, más o menos agosto, que me comenzaron a preguntar qué gasto, qué pago, entonces comencé”.

Gráfica 2. Variación en las habilidades empresariales. Fase 2, Plan Reactíivate 2021



Fuente: Fundación WWB Colombia

Diferenciado por género, los hombres continuaron teniendo una mayor percepción en habilidades altas que las mujeres (37% hombres vs. 32% mujeres), manteniendo la diferencia identificada al inicio del Plan. Finalmente, si bien las habilidades comerciales eran las mejor percibidas como suficientes para enfrentar la crisis antes de cursar el plan (47% Comerciales vs. 29% financieras), se evidencia una mayor mejoría en las habilidades financieras una vez terminado el PR, incrementando un 13% la proporción de personas que las perciben como suficientes para la coyuntura (43% Comerciales vs. 42% Financieras).

Habilidades personales

La capacidad de adaptación al cambio de la población atendida por el Plan presentó un incremento del 15% (LB. 41% vs LC 56). Al profundizar por género se mantiene el mismo comportamiento, sin diferencias significativas. En tanto, la percepción sobre el manejo de la crisis presentó un incremento del 8% (LB. 22% vs LC 30%), de igual manera, al profundizar por género se mantiene el mismo comportamiento, sin diferencias significativas. En palabras de una emprendedora, “Yo me angustié, porque las deudas llegan y uno tiene que pagar. Menos mal que yo tenía unos ahorritos. (...). Me tocó gastarlos porque ¿qué más hacía? Eso fue duro. Fue muy duro. A uno le da depresión, porque las deudas, los servicios y la comida no esperan”.



La recuperación económica: un proceso desigual

El 48% de los emprendimientos vinculados al Plan considera que, aunque han logrado superar las ventas durante el confinamiento, **no han alcanzado los ingresos que tenían antes de la pandemia**. El principal acontecimiento que asocian con dicha recuperación fue la flexibilización de medidas de aislamiento (33%), junto con los cambios o adaptaciones realizados al negocio (20%). En general, estos emprendimientos **han logrado recuperar el 87% de sus ingresos por ventas mensuales, pasando de vender en promedio \$2.561.748 COP antes de la crisis a vender \$2.223.620 COP en la actualidad**. Adicionalmente, al analizar los ingresos percibidos al inicio del PR (junio-julio) frente a los actuales, se observa una variación positiva del 48%, reflejando las dinámicas de recuperación de la economía (Inicio del P.R: \$1.496.863 COP vs Ingresos actuales: 2.223.620 COP). En palabras de una emprendedora de manicura y pedicura: “Eso se ha ido reactivando como a mediados de este año (junio 2021), prácticamente. Yo las llamaba y me decían: no, esperemos. Ha empezado a reactivarse ahorita, como que la gente ya se ha vacunado, entonces eso es como un soporte. Después de la vacuna la gente empezó a tener menos miedo”.

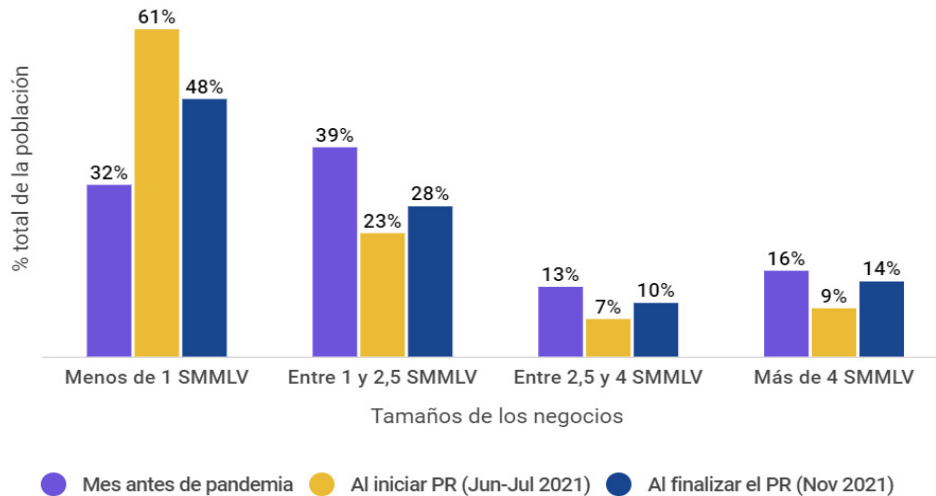


Por otro lado, se destaca el aumento del 29% en el número de negocios que cuentan con el Registro Mercantil (L.B: 56% vs L.C: 85%), el cual se impulsó principalmente por el asesor/facilitador que acompañó el proceso del negocio (38%). Por su parte, se destaca que la recuperación de los ingresos de los negocios **disminuyó un 19% la vulnerabilidad de los hogares** (LB 22% vs LC 3%).

No obstante, la variación positiva en los niveles de ingresos por ventas no se presentó de manera homogénea entre los negocios. Se identificó una relación inversa entre el tamaño de la unidad productiva y la variación de sus ingresos, donde **los de menor tamaño presentaron un crecimiento del**

158% (Ingresos LB: \$340.226 COP vs Ingresos LC: \$880.387 COP), mientras que para los emprendimientos de mayor tamaño la variación positiva fue del 25% (Ingresos LB: \$5.286.626 vs Ingresos LC: \$6.604.223 COP). Lo anterior va en línea con lo expuesto por Banerjee & Dufflo (2012), quienes manifiestan que proveer apoyos financieros y económicos a los emprendimientos de menor tamaño brindará mayores y mejores resultados a nivel financiero en comparación con negocios de un tamaño mayor.

Gráfica 3. Variación en el tamaño de los negocios entre marzo 2020,



Fuente: Fundación WWB Colombia

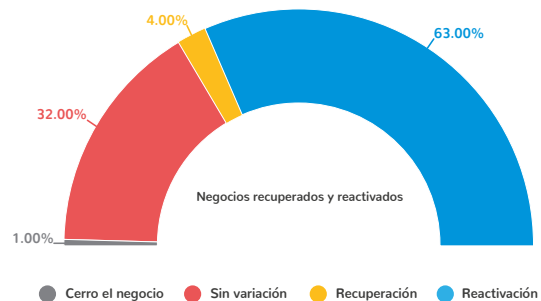
En relación con los procesos de recuperación y reactivación, la gráfica 4 evidencia que el 63% de los negocios se reactivaron² (Gráfico 4), con un aumento de ingresos del 151% entre los meses junio y diciembre (LB: \$1.103.045 COP vs LC: \$ 2.773.374 COP³) y un 32% de los emprendimientos presentó una caída de sus ingresos (en promedio del 51% , pasando de LB : \$ 2.392.155 COP a LC: \$1.150.482 COP). Dentro de este grupo, se encuentra Buenaventura, municipio que constituye un caso especial, donde 44% de sus negocios presentaron variaciones negativas en sus niveles de ventas, siendo las actividades de alimentos y productos de la canasta familiar las de mayor afectación. Lo anterior posiblemente por factores

2 Reactivación corresponde a negocios que continuaron realizando la misma actividad económica que venían desempeñando.

3 Ventas promedio mes actual.

externos como condiciones de violencia y brechas raciales que han dificultado su desarrollo económico (Comisión de la verdad, 2021).

Gráfica 4. Negocios recuperados y reactivados. Fase 2, Plan Reactívaté 2021



Fuente: Fundación WWB Colombia



Aprovechamiento del comercio electrónico y digital

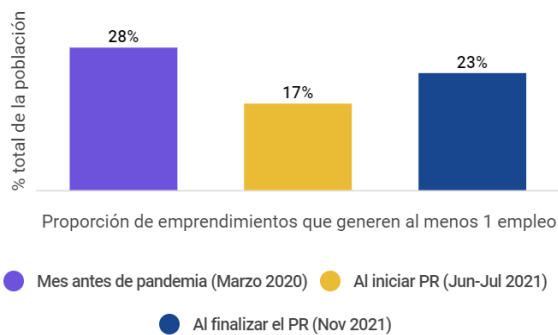
Ante las nuevas dinámicas de la economía se han abierto nuevas posibilidades de llevar a cabo procesos comerciales, como las herramientas y el comercio digital, aspectos incluidos en los módulos de formación del PR. Una vez finalizado este, el **14% de los beneficiarios incrementó el uso de redes sociales para venta (LB 44% vs LC 58%)**, y el **52% expresó haber adaptado su producto y/o servicio para que pudiese responder a las necesidades actuales**. Para esto, implementaron nuevos medios de pago diferentes al efectivo (28%), que les permitiera contar con mayores opciones y facilidades de pago, entre

estos **billeteras electrónicas (65%)** y transferencias bancarias (32%). Lo anterior, representa un avance para este tipo de negocios dado el limitado acceso a los instrumentos de pago electrónico y la predominancia de los pagos en efectivo, que según el BID (2021a), sigue siendo el principal medio de pago de los pequeños negocios, principalmente por el alto nivel de exclusión financiera y accesibilidad a cuentas de ahorro en la región. En palabras de una pareja emprendedora de confecciones: *“nosotros lo pedimos en efectivo y activamos una cuenta de ahorro que nos dijo la Fundación W, para poder recibir el dinero bien. Por ahí llegó el capital y nos ha parecido sencillo”*.

Recuperación del empleo en el sector informal

Como se puede observar en la gráfica 5, antes del confinamiento obligatorio, el **28%** de los emprendimientos generaba al menos 1 empleo (en total 852), mientras que, para el segundo trimestre del 2021 esta cifra se redujo al **17%**, producto de la pérdida de 384 puestos de trabajo, debido a las afectaciones generadas por el Paro Nacional.

Gráfico 5. Comparación de la proporción de los emprendimientos que generen al menos 1 empleo entre marzo 2020, junio 2021 y noviembre 2021. Fase 2, Plan Reactíivate 2021



Fuente: Fundación WWB Colombia



Como señal de recuperación de estos negocios posterior al Plan, se evidencia un incremento en la proporción de emprendimientos que generan empleo, la cual subió al **23%**, pasando de **468 trabajadores en el segundo trimestre del año, a 591 en el último trimestre, representando un incremento del 26% con respecto a junio y una recuperación del 69% con respecto a los niveles iniciales**. Para estos emprendimientos la recuperación del empleo ha sido mucho más lenta que la recuperación de la actividad económica y el nivel de ingresos, evidenciando lo expresado por el Observatorio de Coyuntura Económica y Social de Uniandes (2021), respecto a que la recuperación del empleo se ha concentrado en la ocupación informal, en buena parte gracias a la dinámica de las personas que viven de su propio negocio, respecto a los empleos formales⁴.

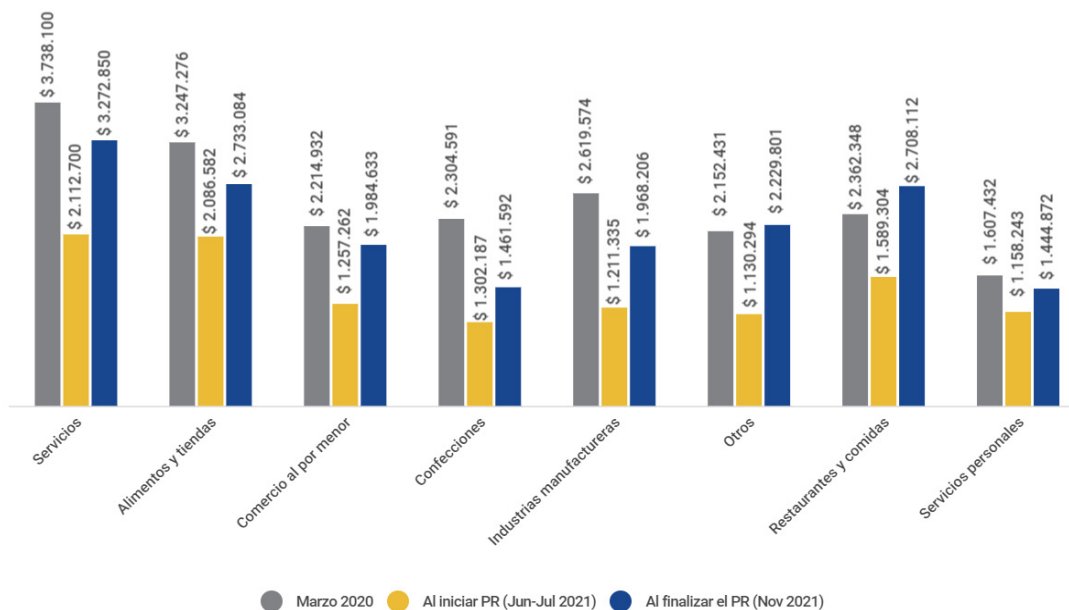
⁴ Frente a septiembre de 2019, el mismo mes de 2021 se reportaron 300 mil empleos informales más, entre tanto, aún un déficit de 800 mil empleos formales respecto al mismo mes.



Las confecciones y las industrias manufactureras, las actividades con menor recuperación

La recuperación de ingresos en las actividades económicas ha sido desigual. Mientras los restaurantes ahora presentan un aumento del 14% en el nivel de ventas respecto a marzo del 2020, las confecciones, aunque se han recuperado, apenas alcanzan el 63% del nivel de ingresos que presentaban en el mismo periodo, como se puede observar en la gráfica 6:

Gráfico 6. Comparación del nivel de ingresos por actividades económicas entre Marzo 2020, Junio 2021 y Noviembre 2021. Fase 2, Plan Reactívale 2021



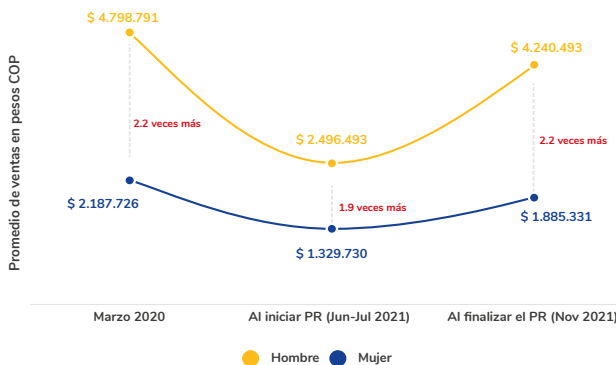
Fuente: Fundación WWB Colombia

Los negocios en todas las ramas de actividad exceptuando los restaurantes y comidas, aún no logran alcanzar el nivel de ventas que presentaban en los años pre pandemia. Sin embargo, este comportamiento es el mismo que presentan los Micronegocios a nivel nacional, teniendo en cuenta que “las ventas o ingresos nominales de los micronegocios disminuyeron en 13,8% entre los terceros trimestres de 2019 y 2021 y siete de los ocho grupos de actividad económica contribuyeron de forma negativa a esta variación, siendo las más representativas: Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (-6,6 pp); Industria manufacturera (-2,6 pp); y Alojamiento y servicios de comida (-2,5 pp)” (DANE, 2021). **Entre los factores que posibilitaron la recuperación económica de los negocios atendidos en el Plan, se destaca que el 91% recibió capital de trabajo, en promedio de \$961.017 COP, el cual fue invertido principalmente en compra de activos fijos y compra de insumos.**

Recuperación económica con disparidades de género

El proceso de recuperación económica al finalizar el PR favoreció a los hombres. Como muestra el gráfico 7, antes de la emergencia sanitaria los hombres vendían 2,2 veces más que las mujeres, brecha que se redujo a 1,9 entre junio y julio previo al ingreso al PR 2021. Sin embargo, al terminar el plan (noviembre 2021) los hombres vendían 2,2 pesos más por cada peso vendido por las mujeres.

Gráfico 7. Promedio de ventas por género en marzo 2020, junio 2021 y noviembre 2021.
Fase 2, Plan Reactívale 2021



Las variaciones en los promedios de venta en los tres cortes observados también presentan brechas de género. Frente a la tasa de recuperación las mujeres venden un 42% más que en un mes con aislamiento obligatorio, en comparación con el 70% de crecimiento en ventas que presentan los hombres. Por otro lado, la recuperación de los ingresos posterior al PR en contraste con las ventas antes del Covid-19, muestra una brecha más reducida entre mujeres y hombres. Al comparar los ingresos actuales (noviembre 2021) con aquellos de un mes normal (antes del Covid-19), se encuentra que las mujeres hoy venden el 86% de lo que vendían antes, mientras que los hombres han alcanzado el 88% de sus ingresos previos.

Fuente: Fundación WWB Colombia



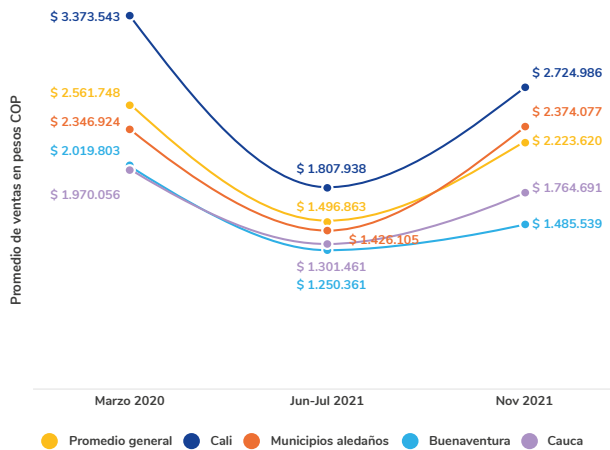


Recuperación económica con resultados diferentes en los distintos municipios atendidos: Cauca y Buenaventura con los menores ingresos antes y después del PR

Los negocios de la ciudad de Cali presentan los promedios de ventas más altos, **alcanzando mínimo 1.2 veces más ingresos que el promedio general de la población** atendida en cualquiera de los tres cortes de tiempo analizados. Como muestra el gráfico 8, los ingresos más bajos se encuentran en el departamento del Cauca y el municipio de Buenaventura, donde las ventas de los emprendimientos en el Cauca

representaban el 77% del promedio de ingresos general previo a la emergencia sanitaria y las de Buenaventura un 67%. Lo anterior evidencia la necesidad de implementar estrategias focalizadas en las características poblaciones y territoriales, teniendo en cuenta las diferentes brechas que presentan frente a la población de ciudades como Cali.

Gráfico 8. Promedio de ventas por municipio o zona de residencia, en marzo 2020, junio 2021 y noviembre 2021. Fase 2, Plan Reactívale 2021

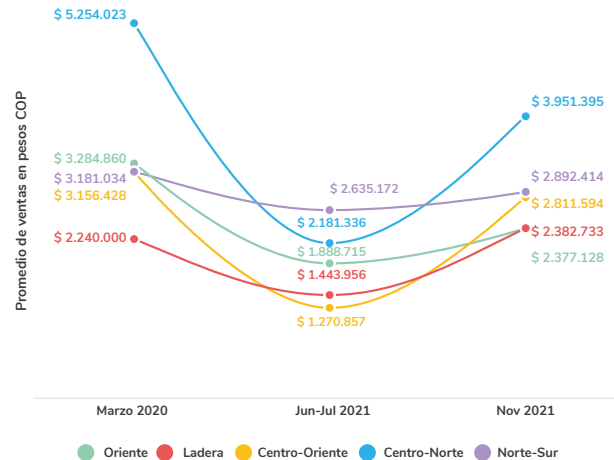


Fuente: Fundación WWB Colombia

El nodo de municipios aledaños presentó el **porcentaje de recuperación de ingresos más elevado**. Para noviembre del 2021 un emprendimiento ubicado en las ciudades diferentes a Cali vendió el 101% de lo que vendía antes del Covid-19. En Cauca, Cali y Buenaventura dicha recuperación fue del 89%, 81% y 73% respectivamente.

A su vez, en Cali las afectaciones del Covid-19 y la recuperación presentaron diferencias en las zonas de residencia de la población emprendedora: los negocios más afectados por las medidas de aislamiento se encuentran en la zona Centro Oriente (comunas 8, 11, 12 y 16) y en el Centro-Norte (comunas 3, 4, 5, 6, 9 y 10), las cuales presentaron una reducción de sus ventas de 40% y 41% respectivamente.

Gráfico 9. Promedio de ventas zona de residencia en Cali, en marzo 2020, junio 2021 y noviembre 2021. Fase 2, Plan Reactívale 2021



Fuente: Fundación WWB Colombia

Finalmente, el gráfico 9 muestra que los **porcentajes de recuperación más elevados** se dieron en la Ladera (comunas 1, 18 y 20) y el corredor Norte-Sur (comunas 2, 17, 19 y 22) en donde posterior al PR venden el 106% y 91% -respectivamente- de lo que vendían antes de la pandemia. A diferencia de las demás zonas de la ciudad, en el Oriente de Cali se presentó el menor porcentaje de recuperación de los ingresos de los negocios, al tener ventas actuales correspondientes al 72% de lo que vendían antes de la pandemia.

¿Qué ha pasado con los emprendimientos tras dos años de Reactivación Económica?

Luego de dos años de implementación del Plan Reactívale, es necesario discutir y establecer los diferenciales en resultados y cambios generados entre el año 2020 y el 2021. A continuación, se presentan las principales características comparadas en las dos versiones del PR, realizando énfasis en los procesos de recuperación y reactivación económica.

Tabla 2. Comparativo del proceso de recuperación de los emprendimientos versión PR 2020 y 2021

Características	2020	2021	Diferencia
Cerro negocio	1,50%	1%	-0,50%
Sin variación positiva	17%	23%	6,00%
Reactivación	73%	71%	-2,00%
Recuperación	8,50%	5%	-3,50%
Tenencia de RUT	79%	84%	5%
Tenencia de Registro Mercantil	24%	20%	-4%
Implementación de Billeteras electrónicas	53%	64%	11%
Uso de Redes sociales	44%	68%	24%

La Tabla 2 refleja que dentro de los efectos esperados del PR se cumplió con el propósito de contribuir a la reactivación económica del negocio, dado que en ambas cohortes el porcentaje de reactivación fue superior al 70%. Por otra parte, se contribuyó en la formalización de entrada mediando en la obtención del Registro Único Tributario. Frente a la implementación de billeteras electrónicas y el uso de redes sociales, los negocios reconocieron la importancia del uso de estas nuevas tecnologías, los emprendimientos que iniciaron el PR en el 2021 ya habían transitado por un camino inicial en la implementación de estas herramientas aprovechando en mayor medida lo aportado por el Plan y teniendo como consecuencia un incremento mayor en el uso de las mismas en comparación con 2020 (PR 2020: 53% VS PR 2021: 64%).



Tabla 3. Tamaño de los negocios 2020-2021. Plan Reactívaté 2020-2021.

Tamaño del negocio	2020			2021		
	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (noviembre 2020)	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (agosto y diciembre 2021)
Menos de 1 SMMLV	36%	67%	52%	38%	78%	51%
Entre 1 y 2.5 SMMLV	37%	21%	27%	35%	13%	26%
Entre 2.5 y 4 SMMLV	12%	5%	8%	11%	4%	10%
Más de 4 SMMLV	14%	6%	12%	16%	5%	13%
Promedio de ingresos	\$2.502.996	\$958.644	\$2.196.088	\$2.270.110	\$785.332	\$1.940.101

Fuente: Fundación WWB Colombia

En tanto, como se puede observar en la Tabla 3, antes de la pandemia los negocios, sin importar el año de ingreso al PR, presentaban tamaños similares según sus niveles de ingresos e incluso en los promedios de venta, los cuales sólo difieren entre sí por \$ 235.886 COP a favor de los negocios atendidos en 2020. De igual manera se destaca el crecimiento de 6 puntos porcentuales en los negocios grandes en el año 2020 y de 8 puntos en 2021, evidenciando un efecto positivo del PR para acelerar el crecimiento de negocios considerados como medianos, los cuales ya contaban con algún conocimiento y recorrido, que se logró potenciar gracias a la formación y conocimientos adquiridos en el PR. Sin embargo, en el 2021 hubo

un 11% adicional de emprendimientos que dadas las afectaciones de la crisis del 2020 y el Paro Nacional se ubicaron en el segmento de menos de 1 SMMLV. Entre las principales afectaciones que manifestaron tener los negocios inscritos en la Fase 2 del 2021 (aquellos que sufrieron en mayor medida las consecuencias negativas del paro) se destacan: la disminución del consumo de su producto o servicio (78%), la escasez de insumos y materia prima para producir (69%) y no tener los medios de entrega necesarios o suficientes para llegar a sus clientes (70%). A nivel nacional, “en el segundo trimestre de 2021, los micronegocios de comercio y servicios fueron los que más manifestaron una disminución en la

demanda de sus bienes o servicios, con el 43,9%, seguido por las unidades económicas de la industria manufacturera (42,7%)” (DANE, 2021. Pág. 22), destacando que para Cali los efectos del paro fueron más fuertes frente al resto del País (El país, 8 de mayo de 2021).

Analizando por actividades económicas, se observa que las confecciones e industrias manufactureras fueron las más afectadas (Tabla 4) por las medidas de contención del Covid-19 y los impactos negativos del paro. De hecho, en el 2021 presentaron un menor nivel de recuperación de ingresos, lo cual se relaciona con la vulnerabilidad de estas actividades al depender estrechamente de las cadenas de suministro de materias primas que se vieron gravemente afectadas por los bloqueos de las vías, adicional al posterior

incremento en los precios de los insumos que se agudizaron con la coyuntura como consecuencia por una parte de la crisis de los contenedores.

De igual manera, se observa que en términos generales la recuperación económica de los negocios fue menor en 2021 que en 2020, lo cual se relaciona con lo mencionado anteriormente respecto al Paro Nacional, destacando que las actividades económicas que presentaron un bajo nivel de recuperación fueron las manufacturas y servicios, posiblemente por la dificultad de movilidad presentada durante ese periodo de tiempo, mientras que las presentaron el mayor nivel fueron las relacionadas con alimentos y productos de la canasta familiar, restaurantes y comida, posiblemente por la inflación generada.

Tabla 4. Recuperación de las actividades económicas y el empleo. Plan Reactívale 2020-2021.

Promedio de ingresos por actividades económicas	2020				2021			
	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (noviembre 2020)	% De recuperación con respecto a un mes normal	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (agosto y diciembre 2021)	% De recuperación con respecto a un mes normal
Actividades de servicios	\$3.137.660	\$1.147.906	\$2.898.208	92,37%	\$3.002.426	\$1.576.535	\$2.533.050	84,37%
Alimentos y productos de la canasta familiar	\$3.516.233	\$1.856.774	\$2.433.348	69,20%	\$2.661.818	\$1.560.118	\$2.352.593	88,38%
Comercio al por menor	\$2.463.198	\$1.173.288	\$2.245.921	91,18%	\$2.104.218	\$1.303.333	\$1.952.209	92,78%
Confecciones	\$1.748.220	\$555.842	\$1.298.159	74,26%	\$2.020.043	\$853.462	\$1.334.705	66,07%
Industrias manufactureras	\$1.885.783	\$575.143	\$1.705.005	90,41%	\$2.235.585	\$999.786	\$1.655.261	74,04%
Otros	\$2.996.752	\$739.477	\$2.647.986	88,36%	\$2.065.467	\$976.485	\$1.829.050	88,55%
Restaurantes y comidas	\$3.097.048	\$1.005.125	\$2.587.409	83,54%	\$2.386.881	\$1.468.180	\$2.447.933	102,56%
Servicios personales	\$1.576.067	\$473.355	\$1.177.360	74,70%	\$1.518.182	\$887.189	\$1.284.451	84,60%
Empleo								
% De negocios que generan empleo	32%	20%	24%	63,75%	27%	16%	21%	66,62%
Número de empleos generados	2102	647	1340		1516	748	1010	

Fuente: Fundación WWB Colombia



Independientemente del corte temporal, los hombres presentan ventas superiores a las mujeres (2 veces mayores), al igual que procesos de recuperación más altos (Tabla 5). No obstante, en el año 2020 las brechas de género fueron más elevadas que en el 2021: respectivamente, los hombres vendieron 2.1, 2.3 y 2.6 veces más que las mujeres; mientras que en el 2021 vendieron 2.2, 1.9 y 2.2 veces más. De manera similar, la recuperación de los hombres en el 2020 superó las ventas que tenían en un mes normal (103%), mientras que en el 2021 presentó un comportamiento similar al de las mujeres (88% hombres vs. 86% mujeres). De forma preliminar, estas diferencias pueden ser consecuencia de la mayor intensidad de las medidas de aislamiento en el año 2020 en contraste con el 2021, que incrementó las afectaciones y las brechas de género, al significar una sobrecarga de trabajo reproductivo en las mujeres a inicios de la pandemia (ONU, 2020).

Tabla 5. Promedios de ventas y % de recuperación según género. Plan Reactíivate 2020 y 2021.

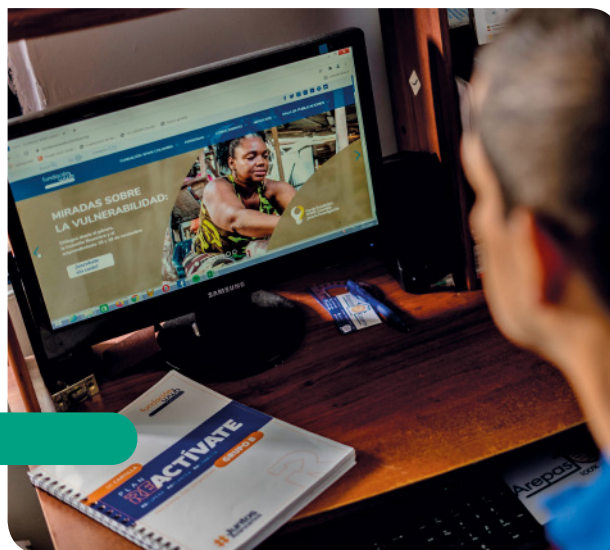
	2020				2021			
	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (diciembre 2020)	% De recuperación	Mes normal (2019)	Inicio del P.R	Mes actual (diciembre 2021)	% De recuperación
Mujer	\$ 2.208.099	\$ 825.228	\$ 1.835.107	83,1%	\$ 2.187.726	\$ 1.329.730	\$ 1.885.331	86,2%
Hombre	\$ 4.615.836	\$ 1.893.655	\$ 4.758.599	103,1%	\$ 4.798.791	\$ 2.496.493	\$ 4.240.403	88,4%

Fuente: Fundación WWB Colombia

Conclusiones y recomendaciones

En términos generales, el 98% de la población se encuentra satisfecha con la experiencia recibida durante el Plan. El 95% considera que el Plan cumplió con sus expectativas, siendo la capacitación en procesos y costos la percibida como más útil (40%) y la asesoría en estrategia comercial como la que más ayudó a la reactivación (38%). Sin embargo, entre los aspectos por mejorar, la población sugirió incrementar la profundidad de la capacitación. En sus palabras: “Me gustaría una capacitación más amplia, por ejemplo, con universidades”; “extender más el curso y subir el presupuesto”; y “que los asesores tuvieran más tiempo para las preguntas, ya que es muy limitado el tiempo”.

Como recomendación, la profundización puede tomar dos formas: 1) mayor tiempo dedicado a las sesiones y temas ya existentes, al igual que mayor profundidad en su tratamiento a través de alianzas con terceros; 2) incorporar nuevos temas, que pueden partir de la generación de segmentos en la población (por actividad, por necesidades identificadas, etc.).



El paso por el Plan significó un incremento en las habilidades digitales de la población, expresado en el 11% de aumento en las habilidades altas. Sin embargo, el trabajo cualitativo realizado permitió comprender que la incidencia del Plan al respecto fue indirecta. Como se pudo observar, fue el apoyo de conocidos o familiares, predominantemente generacional (hijas ayudando a padres, nietos ayudando abuelas, etc.), lo que permitió superar los retos que representaban dichas herramientas digitales.

En la misma dirección, en la encuesta de satisfacción final aplicada a la Fase 2 del PR la población insistió en plantear las brechas digitales como una dificultad para trabajar: “Más acompañamiento en la plataforma”; “Soy torpe con la tecnología, definitivamente me es difícil”. Directamente sugiriendo un énfasis en la población adulta mayor: “Creo que es importante ayudar a los adultos mayores, ya que ellos casi no saben manejar los computadores o celulares inteligentes”.

Al respecto, la generación de oferta (propia o aliada) enfocada en alfabetización digital para población adulta mayor puede afianzar estos efectos como parte de los resultados de las iniciativas. De manera complementaria, el fortalecimiento de las relaciones intergeneracionales (trabajo con hijas, nietos, etc.), en el marco de la participación del hogar en el funcionamiento de los emprendimientos, puede incrementar la incorporación de elementos digitales en los negocios atendidos.

Las habilidades empresariales presentaron un incremento correspondiente al 8%. Este aumento, menor en contraste con las habilidades digitales, puede relacionarse con el método usado para su recolección (percepción). En los ejercicios cualitativos realizados, este conjunto de prácticas apareció constantemente como aprendizajes del Plan, principalmente relacionados con el registro de información financiera y el fortalecimiento de su análisis para la toma de decisiones. En las palabras de la población, esto apareció como una experiencia de “mayor organización” o “mayor control” en el funcionamiento del negocio.

Al desagregar por habilidades, la percepción que más incrementó fue, precisamente, en las habilidades financieras (aumento del 13%). Sin embargo, este conjunto de habilidades constituye una necesidad de formación reconocida por la población. En palabras de una emprendedora de manicura y pedicura: “A mí sí me gustaría hacer un curso de contabilidad. Porque es bueno. Serviría mucho. Para mejorar todo eso que estoy fallando. Eso me gustaría hacerlo más adelante. Vamos a ver si puedo”. De igual manera, la encuesta de satisfacción final encontró que el tema que más gustaría profundizar es contabilidad, finanzas y costos (26%).



La persistencia en las brechas de género a favor de los hombres tanto en el PR 2020 como en el 2021, donde los hombres venden 2 veces más que las mujeres, dando cuenta de la necesidad de aumentar la perspectiva de género en la composición del PR. Al respecto, se puede recomendar el diseño e implementación de acciones diferenciadas para hombres y mujeres. Los contenidos de estas acciones pueden retomar las discusiones planteadas sobre la división sexual del trabajo que limita el tiempo destinado para actividades productivas. De forma complementaria, es posible incorporar consideraciones de género al momento de asignar los montos de capital por entregar. Actualmente, tomar en cuenta únicamente el promedio de ventas, sin reconocer que estos están sujetos a brechas de género, puede contribuir a su reproducción.

Finalmente, en términos generales se puede considerar que el efecto del PR fue positivo para reactivar los negocios beneficiarios, permitiendo que se conservaran y aumentarían empleos, así como propiciando su crecimiento. Potenciar el uso de canales digitales y estrategias de mercado para la venta de productos, fortalecer mecanismos para llevar la contabilidad de los negocios e inyectar capital en actividades estratégicas, se constituye como apoyos valiosos para fortalecer este tipo de emprendimientos.

Referencias

- Banco Interamericano de desarrollo BID. (2021a). Expansión de herramientas financieras digitales para impulsar el comercio electrónico de las mipymes de América Latina. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/expansion-de-herramientas-financieras-digitales-para-impulsar-el-comercio-electronico-de-las>
- Banco Interamericano de desarrollo BID. (2021b). Recuperación económica tras la pandemia covid-19. Empoderar a América Latina y el Caribe para un mejor aprovechamiento del Comercio Electrónico y digital. Disponible en: https://www.cepal.org/sites/default/files/presentations/s2100678_es.pdf
- Banerjee, A., Dufflo, E. (2012). Repensar la pobreza un giro radical en la lucha contra la desigualdad global. Editorial Taurus.
- DANE. (2021). Gran Encuesta Integrada de Hogares, boletín técnico diciembre 2021. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_21.pdf
- DANE. (2021). Encuesta de Micronegocios (EMICRON) III trimestre de 2021. Disponible en: <file:///C:/Users/jurbano/Downloads/bol-micronegocios-III-2021.pdf>
- Comisión de la verdad. (2021). No queremos miradas de lástima, sino de gente resiliente. Disponible en: <https://comisiondelaverdad.co/actualidad/noticias/buenaventura-no-queremos-lastima-sino-gente-resiliente>
- Universidad de los Andes. (2021). Seguimiento al empleo y los ingresos de los hogares colombianos: Septiembre. Disponible en: <https://economia.uniandes.edu.co/sites/default/files/observatorio/Seguimiento-al-empleo-y-los-ingresos-de-los-hogares-colombianos-septiembre.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas-ONU. (2020). COVID-19 y la economía de las cuidadas: Acciones inmediatas y transformación estructural para una recuperación con perspectiva de género. En Documentos de Políticas No. 16, UN Women office publishing. Disponible en: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Policy-brief-COVID-19-and-the-care-economy-es.pdf>

fundación
wwb
Colombia

#Avanzamos
para Transformar

Síguenos en:



www.fundacionwwbcolombia.org

Teléfonos: (602) 387 68 60 - (602) 667 07 17

Dirección: Carrera 63 A # 5 - 28 Cali, Colombia