



#  
34  
Datos  
breve

PLAN REACTÍVATE

ISSN-E: 2711-2772

# Datos en breve

## **Datos en Breve - POLIS**

Plan Reactívale: Mecanismos de innovación para la recuperación económica de los pequeños negocios en el Valle del Cauca

© Observatorio de Políticas Públicas - POLIS

Cali / Universidad Icesi, 2021

ISSN: 2711-2772 (en línea).

Palabras claves:

Datos / Santiago de Cali / Políticas Públicas /  
Políticas Urbanas/ Cali (Colombia)

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas  
Primera edición / Enero de 2018

**Rector:** Francisco Piedrahita Plata

**Secretaria General:** María Cristina Navia Klemperer

**Director Académico:** José Hernando Bahamón Lozano

**Decanos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:**

Carlos Enrique Ramírez

Ramiro Guerrero

**Coordinador Editorial:** Adolfo A. Abadía

**Diseño y Diagramación:** Sandra Marcela Moreno

Editorial Universidad Icesi

Calle 18 No. 122-135 (Pance), Cali – Colombia

Teléfono: +57 (2) 555 2334

E-mail: [editorial@icesi.edu.co](mailto:editorial@icesi.edu.co)

## **Forma de citación:**

POLIS y FWWB Colombia (2021) Plan Reactívale: Mecanismos de innovación para la recuperación económica de los pequeños negocios en el Valle del Cauca. [Datos en Breve No. 34]. Recuperado de: [www.icesi.edu.co/polis/publicaciones/datos-en-breve.php](http://www.icesi.edu.co/polis/publicaciones/datos-en-breve.php)



El Observatorio de Políticas Públicas (POLIS) es un centro de investigación dedicado a la comprensión y a la mejora de la calidad de vida en la región del Pacífico. Llevamos a cabo investigación aplicada en temas urbanos, sociales y educativos que proporciona evidencia que puede ayudar a los responsables de la política pública a tomar decisiones mejor informadas.

#### **Equipo de trabajo**

***Lina Martínez***  
Directora de POLIS

***Isabella Valencia***  
Coordinadora

***Valeria Trofimoff***  
Investigadora

***Nicolás Vidal***  
Asistente de investigación

***Andrés David Espada***  
Asistente de investigación

***Sandra Moreno***  
Diseñadora

***Esteban Robles***  
Monitor académico

***Daniela Salazar***  
Monitora académico



**La Fundación WWB** Colombia es una organización autónoma, sólida e independiente, fundada en 1982, que trabaja para cerrar brechas de desigualdad para las mujeres y promover su participación activa en el desarrollo económico, a través de tres pilares estratégicos: Personas, Conocimiento y Negocios.

#### **Equipo de área de analítica**

***Álvaro José Pretel***  
Líder de Analítica

***Aura María Barberan***  
Líder de Medición

***Lina Alejandra Zarama***  
Gestora de medición cuantitativa

***Juan Camilo Urbano***  
Gestor de medición cuantitativo

***Daniel Girón***  
Gestor de medición cualitativo

***Estefano Castillo***  
Gestor de medición cualitativo

# PLAN REACTÍVATE

Mecanismos de innovación para la recuperación económica de los pequeños negocios en el Valle del Cauca



La economía informal es amplia y, por ello, tiene múltiples matices. Si bien los trabajadores informales pueden compartir algunas características en común – por ejemplo, estar por fuera de ciertos marcos regulatorios legales –, no todos los trabajadores de este sector tienen las mismas necesidades. En Colombia, las principales Cámaras de Comercio del país realizaron una investigación con el fin de desarrollar una taxonomía de la informalidad y capturar las diferencias al interior de este sector (CCC, 2018). Según la clasificación, la informalidad se divide en cuatro grandes grupos: unidades de subsistencia, redes de proveedores independientes, negocios tradicionales y empresas emergentes. El siguiente gráfico expone con mayor detalle cada una de las categorías mencionadas:



**Gráfico 1. Taxonomía de la informalidad**



Fuente: Cámara de Comercio de Cali, 2018.



En este sentido, las intervenciones públicas o privadas dirigidas a este sector deben tener en cuenta la diversidad que lo caracteriza, es decir, no es lo mismo crear un programa para vendedores ambulantes, quienes tienen un negocio de subsistencia – suplir sólo las necesidades diarias –, que crear un programa para dueños de negocios tradicionales o empresas emergentes, quienes probablemente perciben su actividad económica con una óptica empresarial – lograr un crecimiento del negocio en el largo plazo –. En el primer caso, la unidad de intervención es la persona, mientras que en el segundo es el negocio. Tener en cuenta estas diferencias al interior de la informalidad es indispensable para crear programas pertinentes que faciliten, durante la post-pandemia, la recuperación económica de los pequeños negocios; los cuales representan el 90% del tejido empresarial del país y, además, emplean al 80% de la fuerza laboral. (Ministerio del Trabajo, 2019).

En el Observatorio de Políticas Públicas – POLIS – de la Universidad Icesi, nos hemos dedicado a comprender, específicamente, una parte de la informalidad: las unidades de subsistencia. Desde el 2014, hemos desarrollado diversos estudios sobre vendedores informales – ambulantes o estacionarios – ubicados en distintas zonas de la ciudad: el Centro, la Galería Santa Elena y el SITM – MIO, pero no hemos abarcado a profundidad el resto de esta taxonomía. No obstante, organizaciones como la Fundación WWB Colombia, quien es una aliada estratégica de POLIS para comprender la informalidad en Cali, sí ha estudiado e intervenido otra cara de este fenómeno: los negocios tradicionales y de subsistencia<sup>1</sup>. Por esta razón, en este Datos en Breve, queremos ampliar la discusión sobre la informalidad a partir de los principales resultados del Plan Reactívatelo<sup>2</sup>, un programa transitorio de la Fundación WWB Colombia, para apoyar la recuperación y reactivación económica de la población emprendedora en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica del Valle del Cauca, en el marco de la pandemia del Covid-19.

La Fundación WWB Colombia, en su compromiso por contribuir a la recuperación económica del departamento por la crisis del Covid-19, implementó el Plan Reactívatelo (PR), entre junio y diciembre de 2020, con el fin de brindar a los beneficiarios capacitaciones que fortalecieran sus habilidades personales, empresariales y digitales, junto con asesoría, capital de trabajo y conexiones comerciales, entre otros acompañamientos, que les facilitaran afrontar la crisis. Para conocer el impacto que tuvo el programa en la población beneficiaria, la Fundación WWB Colombia recolectó una línea de base al inicio y una línea de comparación al final del PR.

1. La población objetivo de la Fundación WWB Colombia, por lo regular, son los negocios tradicionales. Sin embargo, también ha intervenido, aunque en menor medida, unidades de subsistencia. En ambos casos, las unidades de intervención son los negocios y las personas.

2. El Plan Reactívatelo es un plan transitorio de asistencia, creado por la Fundación en el marco de la emergencia social y económica generada por efecto del COVID-19, en concordancia con la experiencia y apuesta estratégica de la Fundación, que busca generar la recuperación o reactivación económica de la población emprendedora por subsistencia o necesidad del Valle del Cauca.

En total se obtuvo información de 2576<sup>3</sup> emprendedores que concluyeron las actividades del programa (87% mujeres y 13% hombres), distribuidas entre Cali (47%), Buenaventura (12%) y municipios aledaños como Palmira, Jamundí, Florida, Pradera, Candelaria, Buga, Tuluá y Yumbo (41%). La recolección de la información se hizo a través de llamadas a 2.293 negocios y 317 visitas presenciales.

En este Datos en Breve se resaltarán, en primer lugar, la capacidad de adaptación de este tipo de negocios durante la crisis y, por consiguiente, su importancia en la recuperación socioeconómica del Valle del Cauca. En segundo lugar, se hará énfasis en los principales mecanismos de intervención –según la experiencia de la Fundación WWB Colombia–, que pueden promover las administraciones municipales y departamental del Valle del Cauca para este tipo de negocios: fortalecer las habilidades tanto digitales como financieras y, también, la importancia de adoptar un enfoque de género, debido a la elevada participación de las mujeres en este tipo de unidades productivas.

3. En total 3269 personas se beneficiaron del plan, pero solo 2576 completaron el instrumento de línea de comparación, generando la información necesaria para el análisis.

**2.576**

Emprendedores



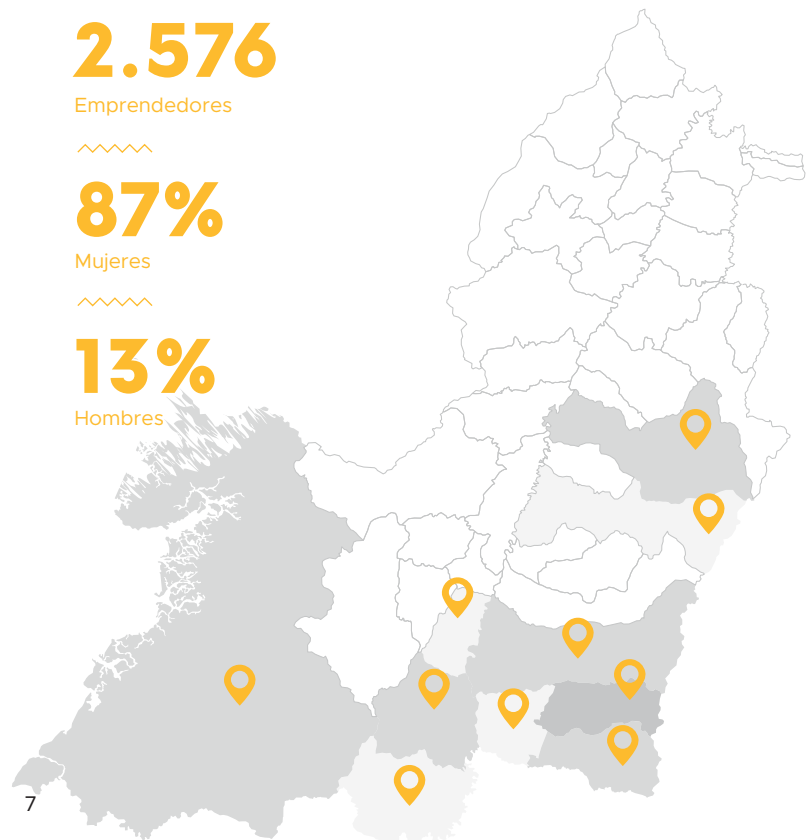
**87%**

Mujeres



**13%**

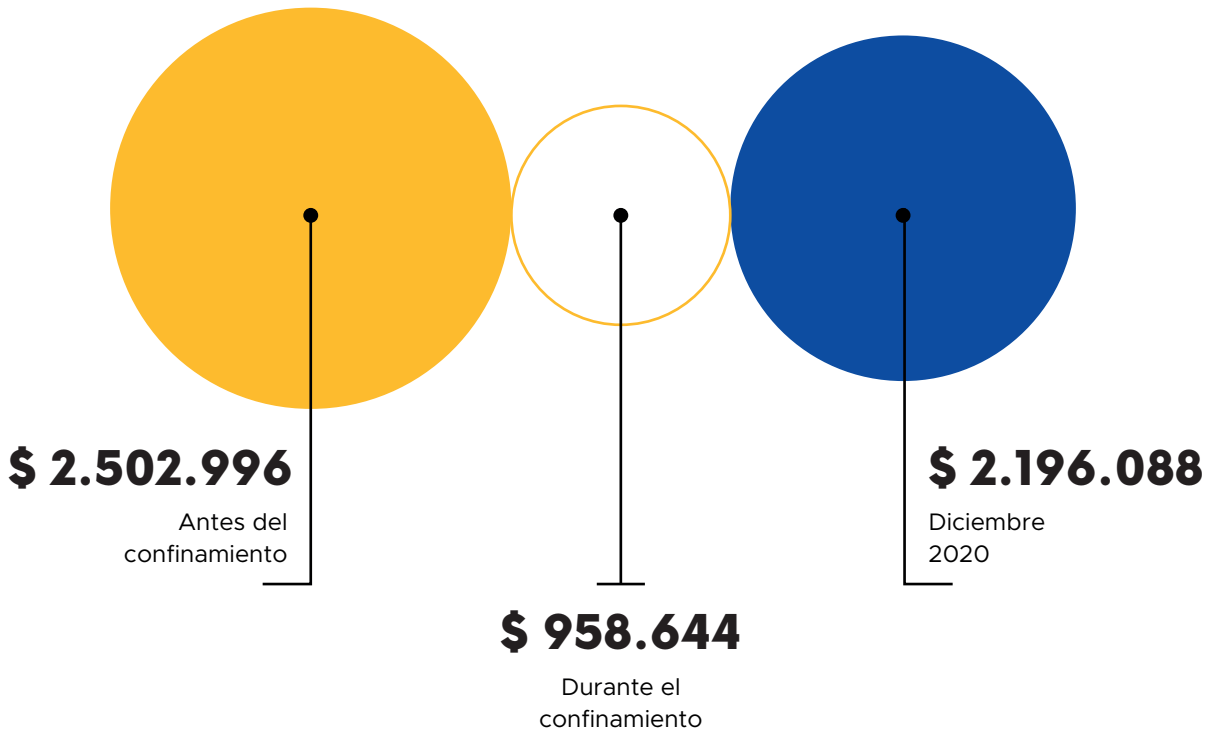
Hombres



# Los negocios pequeños y su capacidad de adaptación

A nivel agregado, los emprendimientos beneficiarios del Plan generaban ingresos totales por más de 6.000 millones de pesos antes de la crisis. Sin embargo, ante la emergencia sanitaria y confinamientos obligatorios, tuvieron pérdidas de liquidez y una caída en ingresos del 61%. La importancia de estos negocios es fundamental para los hogares, ya que para los más de 3.000 beneficiarios directos (emprendedores participantes) y 6.904 beneficiarios indirectos (núcleo familiar de los participantes), representan la principal fuente de sustento económico (37%) o complementaria (47%). Al finalizar el PR, los negocios aumentaron sus ventas 2.3 veces y recuperaron el 88% de ingresos en comparación a un mes antes de las restricciones (ver gráfico 1). Además, tuvieron una reducción en la vulnerabilidad de 14 puntos porcentuales, al pasar del 18% al 4%, comparando la situación al inicio de la crisis y al final del mencionado Plan.

**Gráfico 1. Ingreso promedio por ventas mensuales, antes, durante el confinamiento y después del Plan de Reactívale, junio-diciembre de 2020.**



Fuente: Fundación WWB Colombia.

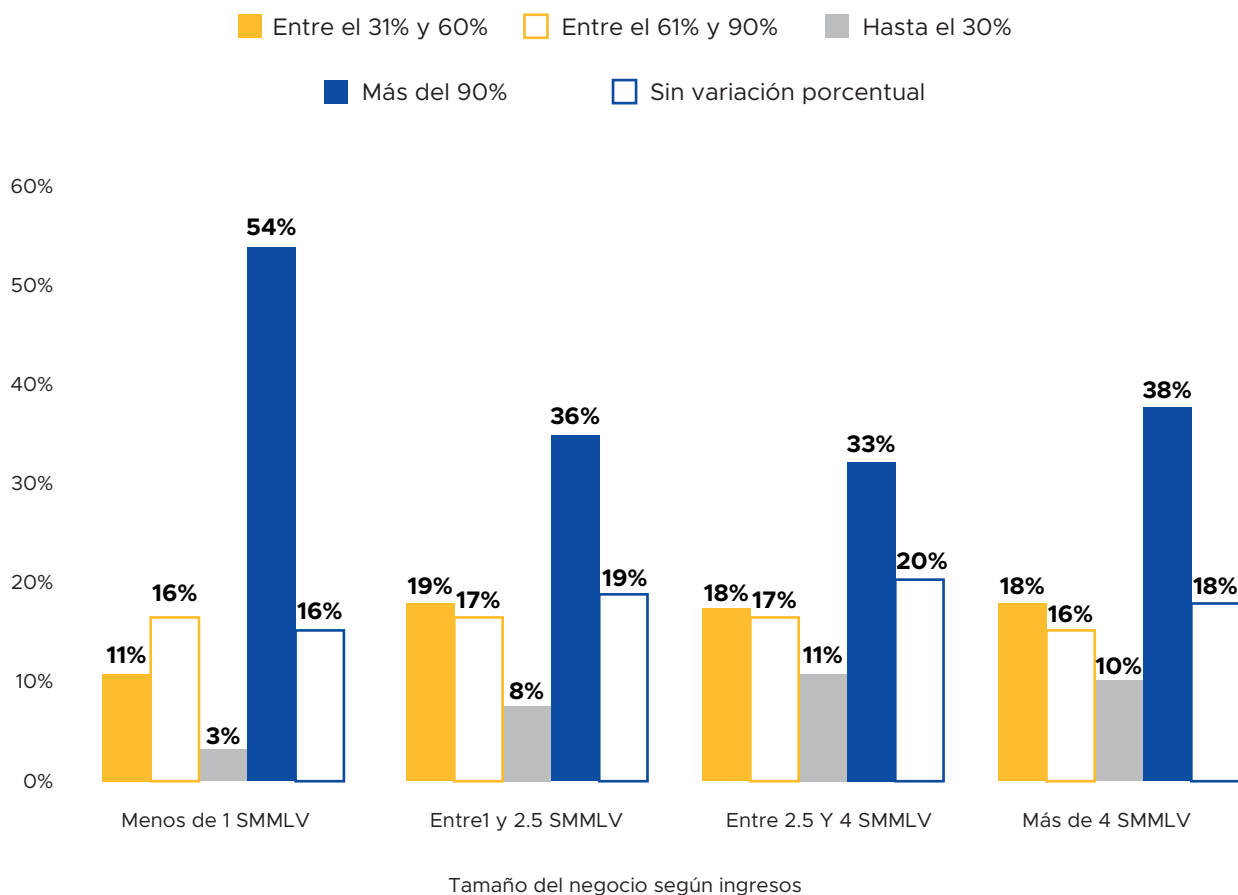


El tamaño del negocio es una de las características que tiene mayor incidencia en la capacidad de adaptación a la crisis de este tipo de unidades productivas. Los datos muestran que, una vez flexibilizadas las restricciones en la movilidad, los negocios de menor tamaño presentaron un mayor incremento en ventas, dado que el 54% de estos recuperaron más del 90% de sus ingresos. En otras palabras, estos emprendimientos presentaban una mayor probabilidad de reactivación económica en el corto plazo, debido a que, al tener menos capital fijo y organizacional y presentar mayor grado de informalidad, tuvieron una ventaja en tiempos de crisis para cambiar de actividad económica con más agilidad. Por su parte, el 38% de los negocios de mayor tamaño (más de 4 SMMLV), quienes tenían una menor probabilidad de reactivarse en el corto plazo, lograron recuperar más del 90% de sus ingresos (ver gráfico 2).

# 80%

de los negocios que combinaron su actividad económica existente con una nueva o desarrollaron una diferente, se concentraron en los de menor tamaño.

**Gráfico 2. Porcentaje de recuperación de las ventas según tamaño de negocios. Plan Reactívaté, junio – diciembre de 2020.**



Fuente: Fundación WWB Colombia.

# PLAN REACTÍVATE

RECUPERA REPLANTEA RECONECTA



El Plan Reactíivate contribuyó a incrementar el uso de medidas de bioseguridad en los negocios en 20 puntos porcentuales, al pasar del 13% al 33%, una vez finalizado.

Aunque el tamaño de los negocios influye en la flexibilidad que tienen ante la crisis, hay otros retos que se deben enfrentar para garantizar su continuo funcionamiento. Por ejemplo, la superación del “Valle de la Muerte”<sup>4</sup> sigue siendo un reto para las pequeñas empresas, en la medida en que, para los negocios que cerraron, el 66% tenían una antigüedad menor a los 5 años y se ubicaron en sectores económicos altamente vulnerables en el contexto de la pandemia; como restaurantes. Otro reto importante es lograr que los negocios y los líderes de éstos logren adaptarse a la nueva normalidad, con la aplicación de estrictas medidas de bioseguridad – al final del programa, sólo 33% de los negocios contaban con un protocolo de seguridad completo en funcionamiento – y la implementación de estrategias digitales, dado que no es suficiente con que su negocio tenga recursos a favor como la liquidez para seguir funcionando.

4. Este término hace referencia al período que comprende desde que un negocio recibe su financiación inicial hasta que logra obtener ingresos por sí mismo.



## El acceso a tecnología: una posibilidad para ampliar el radio de ventas

La pandemia inevitablemente cambió la forma en cómo los negocios realizaban su actividad económica. El acceso a la tecnología a través de servicios a domicilio o pagos electrónicos influyó en cómo diferentes emprendedores sobrellevaron la crisis. En general, tras calcular un índice de digitalización<sup>5</sup>, los negocios se clasificaron con un grado bajo al inicio (77%) como al final del plan (84%). El leve incremento de 7% puede ser explicado por el aumento de negocios que afirmaron que el efectivo es su principal medio de pago, en otras palabras, durante el confinamiento los negocios tuvieron un mayor acercamiento a medios digitales de pago, pero una vez flexibilizadas las medidas regresaron a sus prácticas comunes – el efectivo –.

Las capacidades digitales facilitan el acceso a canales de venta digitales, el sistema financiero y pueden aumentar el alcance geográfico de ventas.



5. El índice de digitalización fue una construcción propia de la Fundación WWB Colombia, en el cual se categorizó los emprendimientos en las categorías alta, medio y baja, según medios de entrega de los productos por parte de los emprendedores, canales de pago, ventas, uso de recursos tecnológicos como billeteras electrónicas y manejo de redes sociales.

Como parte de la promoción de la adaptación a medios digitales durante el plan se promovió la venta mediante Yaqui, un Marketplace. En total,

# 48%

emprendedores pudieron vender sus productos a través de este medio.



Promover la digitalización en este tipo de negocios es importante no sólo para facilitar su capacidad de adaptabilidad ante la crisis, sino también porque los negocios con un alto grado de digitalización tienen un mayor alcance en sus ventas, debido a que el 72% impactan a nivel de ciudad y departamento, mientras que los negocios con un bajo grado tienen un alcance del 70% sólo a nivel de barrio o comuna. Aunque los datos muestran que alrededor del 80% de los negocios carecen de los conocimientos sobre estas nuevas tecnologías, hay una oportunidad para aumentar su grado de digitalización, ya que actualmente, debido a la participación en el programa, el 95% de los emprendedores tienen cuenta de ahorros, lo que facilita la recepción de pagos por transferencias bancarias.

## Habilidades empresariales: una debilidad

Una de las principales limitaciones que presentan este tipo de unidades productivas es la ausencia de registros de información de las principales variables financieras del negocio. Según la Encuesta de Micro-negocios de DANE (2020), el 70% de los negocios no llevan un registro de sus cuentas. Uno de los objetivos del Plan Reactíivate fue fortalecer las habilidades empresariales de los emprendedores. Si bien las habilidades comerciales eran las mejor percibidas para enfrentar la crisis – 34% antes del PR y 40% después del PR –, se evidencia una mejora, en un mayor grado de las habilidades empresariales, dado que su percepción se incrementó en 18 puntos porcentuales al finalizar el programa – 21% antes del PR y 39% después del PR-. **Esto se debe a que, por ejemplo, la tenencia de registros de cuentas principales, como créditos por pagar y dinero en caja, aumentó 19 puntos porcentuales, al pasar del 44% al 63%.** Al final del PR, los beneficiarios contaron con mayor y mejor información disponible para la toma de decisiones y, por consiguiente, tuvieron más herramientas disponibles para afrontar los efectos de las restricciones derivadas por el Covid-19.

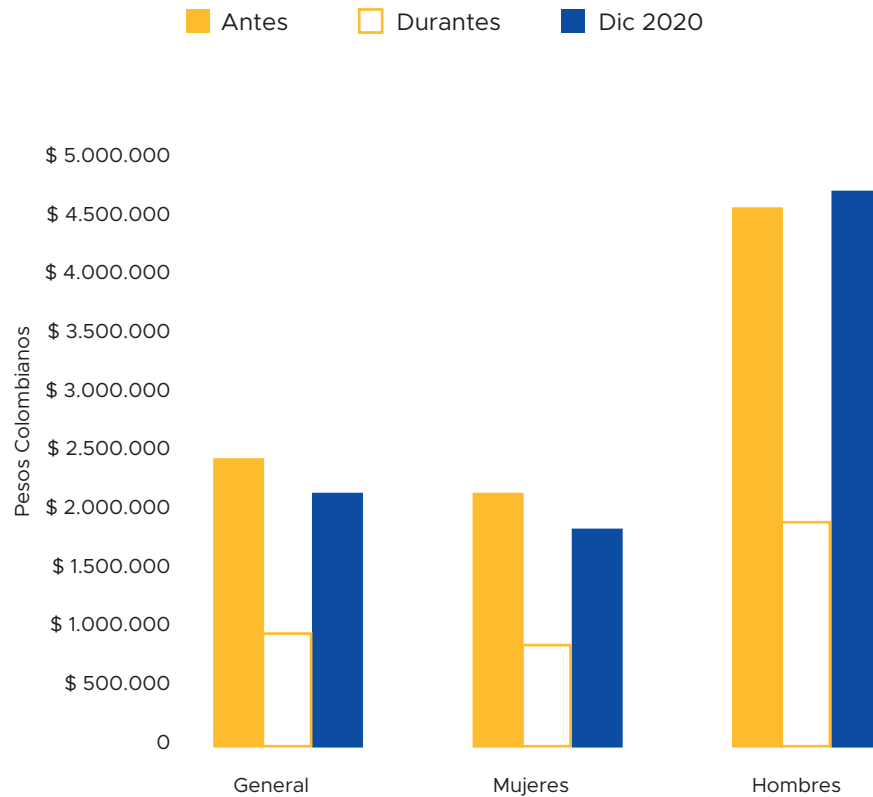
## Brecha de género: mujeres en desventaja

El Plan Reactíivate estaba dirigido a negocios liderados principalmente por mujeres (84%). La literatura indica que la mayor participación de las mujeres en actividades de emprendimiento se debe a las brechas de género en los mercados laborales formales. Según ONU Mujeres (2020), entre 2009 y 2019, la brecha de participación laboral por género sólo se redujo en 2 puntos porcentuales – al pasar de 23% a 21% –, mientras que se conservó la mayor participación de los hombres (74%) en comparación con las mujeres (53%). Esto ha conllevado a que las mujeres tengan mayores incentivos para elegir el emprendimiento - principalmente de necesidad- como una opción de generación de ingresos y, por ello, sus negocios tienden a ser de tamaños pequeños (Reza et al, 2013).



En los participantes del programa también se observan diferencias marcadas entre hombres y mujeres en relación con el tamaño de los negocios y los rangos de ingresos. En primer lugar, el 41% de las mujeres tienen negocios pequeños en comparación con el 18% de hombres en la misma condición. En segundo lugar, el 34% de los hombres tienen negocios grandes en comparación con el 16% de las mujeres. Por consiguiente, el 55% de ellas tienen ventas actuales menores a 1 SMMLV, en comparación con el 24% de los hombres; mientras que el 30% de ellos actualmente venden más de 4 SMMLV en contraste con el 13% de las mujeres. Cabe resaltar que el impacto del confinamiento fue mayor en las mujeres, ya que al comparar el promedio de ventas actual con el de un mes normal – antes de la pandemia –, se encontró que las mujeres perdieron el 17% de sus ingresos mientras que los hombres los aumentaron un 3,1%.

**Gráfico 3. Distribución de ingresos por ventas mensuales según género de la población caracterizada. Plan Reactívale, junio – diciembre de 2020.**



Fuente: Fundación WWB Colombia.

Las brechas de género dentro de la población intervenida se evidencian, principalmente, en tres aspectos. El primero es la generación de ingresos, dado que el promedio actual de ventas de las mujeres es de \$1.835.107 COP, mientras que el de los hombres es de \$4.758.599 COP, es decir, 2.6 veces más que ellas<sup>6</sup>. El segundo es la percepción de habilidades empresariales, ya que los hombres, tanto al inicio como al final del PR, tuvieron una mayor percepción en habilidades altas que las mujeres (35% hombres

vs. 27% mujeres). El tercero son las habilidades digitales, ya que se mantuvieron brechas entre hombres y mujeres del 10% tanto al inicio como al final del Plan. Estos hallazgos confirman dos discusiones planteadas desde la sistematización de experiencias del PR<sup>7</sup>: 1) la necesidad de fortalecer la perspectiva de género en el Plan y; 2) los retos en acceso y uso de recursos digitales que implica la formación virtual para la población atendida.

6. A esto habría que añadir que, la misma proporción al iniciar el plan era de 2.1, y durante el confinamiento de 2.3, de manera que la brecha de ingresos presentó una ampliación en el tiempo de desarrollo del Plan.

7. La Sistematización de experiencias fue realizada por la Fundación WWB Colombia para generar conocimiento útil y recomendaciones, a partir de las lecciones aprendidas. Consiste en la reconstrucción sistemática y reflexiva de la implementación del Plan, a través de la experiencia de diversos actores involucrados.

**Plan reactíivate:** Mecanismos para la recuperación económica

**Referencias**

Cámara de Comercio de Cali (2018). Informalidad: el reto de tratar diferente lo que es diferente. Economía informal: ¿causa o consecuencia? Alternativas para la construcción de políticas públicas. Observatorio de Políticas Públicas – POLIS – de la Universidad Icesi, Cali, Colombia.

DANE (2020). Boletín técnico encuesta de micronegocios (EMICRON) año 2019. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>

Ministerio del Trabajo (26 de septiembre,2019). MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia: ministra Alicia Arango [Comunicado de prensa]. Recuperado de: <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>

ONU Mujeres. (2020). Boletín estadístico: empoderamiento económico de las mujeres en Colombia, marzo 2020. Recuperado de: <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2019/09/boletin-estadistico>

Quintero, J. S. Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad. Universidad Nueva granada. Disponible en: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (Visitado el 26/01/2021).

Reza, Z, M, Faghieh, N, Ghotbi, S, Rajaie, S. (2013). The effect of necessity and opportunity driven entrepreneurship on business growth. International Research Journal of applied and basic sciences, 100-108.

**Ficha técnica:**

<b>Grupo objetivo:</b>
Población emprendedora en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica del Valle del Cauca.
<b>Tamaño de la muestra:</b>
En total 3.269 personas se beneficiaron del plan, de las cuales 2.576 completaron el instrumento de línea de comparación, generando la información necesaria para el análisis.
<b>Técnica de recolección:</b>
El levantamiento inicial se hizo a través de llamadas telefónicas. Para la línea de comparación, se hicieron llamadas a 2.293 negocios y 317 visitas presenciales.
<b>Margen de error:</b>
95% de confianza y 5% de margen de error



Más información: [observatoriopolis@icesi.edu.co](mailto:observatoriopolis@icesi.edu.co) o visitanos en nuestra web

[www.icesi.edu.co/polis](http://www.icesi.edu.co/polis)

Haz click aquí y síguenos en nuestras redes sociales: **#Polisicesi**



Más información visitanos en nuestra web

[www.fundacionwwbc.org](http://www.fundacionwwbc.org)

Haz click aquí y síguenos en nuestras redes sociales: **#FundacionWWBCol**

