

CURSO PARA MIPYMES 2022



CLUB DE BANQUEROS Y EMPRESARIOS

Temáticas



Principales conceptos y estrategias para el éxito de las Mipymes

 **Sep 28 a Nov 10**
Miércoles y jueves

 **de 6 a 7 pm**

 **Curso virtual**

El Club de Banqueros y Empresarios, en alianza con la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia – Asobancaria, desarrollará el curso virtual denominado “Principales conceptos y estrategias para el éxito de las Mipymes”, **sin costo para las empresas que lo tomen.**

El curso está dirigido a dueños, presidentes de junta, gerentes y ejecutivos de las Mipymes que operen en cualquier lugar de Colombia, independientemente del sector en que se desempeñen.

Se contará con destacados conferencistas vinculados a importantes entidades: Universidad de los Andes, Asobancaria, Juan Camilo Serrano Valenzuela Abogados SAS, Cifras y Conceptos, Amézquita & Cia., Consejo Técnico de Contaduría Pública, Godoy Córdoba Abogados, Magna Consulting, ACH, Confecoop, Virtus Partners, como se lee abajo.

El desarrollo de las sesiones será los miércoles y jueves de 6 a 7 pm por la plataforma Zoom, desde el 28 de septiembre y hasta el 10 de noviembre de 2022. Es decir, 14 días y en total 14 horas. El programa con las fechas específicas, los temas y los conferencistas se leen más adelante en el cronograma. Se expedirá el certificado correspondiente a quienes asistan al menos a 12 sesiones.

Las Mipymes están cordialmente invitadas a que participen y se beneficien de la importante información que se compartirá en este evento.

Las inscripciones deben hacerse lo antes posible haciendo click en "INSCRÍBASE AQUÍ" que aparece abajo, pues serán posibles hasta el momento en que se llene el cupo que se tiene programado. Máximo a los tres días hábiles de efectuada la inscripción se confirmará al correo electrónico si fue aceptada y se enviará el enlace para acceder a las conferencias.

INSCRÍBASE AQUÍ

CURSO SIN COSTO PARA MIPYMES
Para cualquier información sobre el curso puede escribir a asistente.gerencia@clubcbe.com

CRONOGRAMA

CURSO PARA MIPYMES

2022



CLUB DE BANQUEROS Y EMPRESARIOS

Principales conceptos y estrategias para el éxito de las Mipymes

28 DE SEPT.

Tema 1

"Coyuntura y perspectivas económicas internacionales y nacionales"

Alejandro Vera Sandoval

Vicepresidente Técnico
Asobancaria

29 DE SEP.

Tema 2

"Reforma tributaria: aspectos relevantes a considerar"

Juan Camilo Serrano Valenzuela

Asesor tributario
Juan Camilo Serrano Valenzuela
Abogados SAS

5 DE OCT.

Tema 3

"Estrategias fundamentales para el éxito empresarial"

Mauricio Borja Ávila

Profesor del Área de Mercadeo
Universidad de los Andes

6 DE OCT.

Tema 4

"Información y conceptos útiles para la orientación empresarial"

César Caballero Reinoso

Gerente
Cifras y Conceptos

12 DE OCT.

Tema 5

"Principales conceptos y estrategias financieras"

Santiago Rodríguez Raga

Profesor del Área Financiera
Universidad de los Andes

13 DE OCT.

Tema 6

"Aspectos estratégicos de la contabilidad"

Humberto González Morales

Director de auditoría
Amézquita & Cia.

19 DE OCT.

Tema 7

"Aspectos relevantes en costos"

Leonardo Varón García

Consejero
Consejo Técnico de Contaduría Pública

20 DE OCT.

Tema 8

"Aspectos regulatorios relevantes en temas de personal"

Francisco Buriticá Ruiz

Socio
Godoy Córdoba Abogados

26 DE OCT.

Tema 9

"Empresas sostenibles en el tiempo"

Mauricio Borja Maya

Consultor
Virtus Partners

27 DE OCT.

Tema 10

"Inclusión financiera productiva social"

Miguel Achury Jiménez

Consultor
Inclusión y Finanzas Sostenibles

2 DE NOV.

Tema 11

"Crear para crear, crear para innovar, innovar para crecer"

Germán Sánchez Franco

Presidente
Magna Consulting

3 DE NOV.

Tema 12

"Concepto cooperativo en las empresas"

Carlos Acero Sánchez

Presidente
Confecoop

9 DE NOV.

Tema 13

"Retos de la banca digital en la nueva normalidad y su impacto en las empresas"

Gustavo Vega Villamil

Presidente
ACH

10 DE NOV.

Tema 14

Clausura:
"Cómo avanza Colombia"

Mauricio Cárdenas Santamaría

Exministro
Profesor de la Universidad de
Columbia

Perspectivas macroeconómicas y financieras

Septiembre de 2022

Índice

1 Perspectivas macroeconómicas

2 Balance y perspectivas sector bancario

01

Perspectivas macroeconómicas

Indicadores Líderes: A cierre del segundo trimestre gran parte de los indicadores mostraron un gran desempeño. Entretanto, en lo corrido del tercer trimestre se han visto señales mixtas, ya que en agosto mientras los indicadores de confianza industrial, comercial y la demanda de energía mostraron un deterioro frente al mes anterior, el PMI manufacturero y la confianza del consumidor evidenciaron una mejoría.

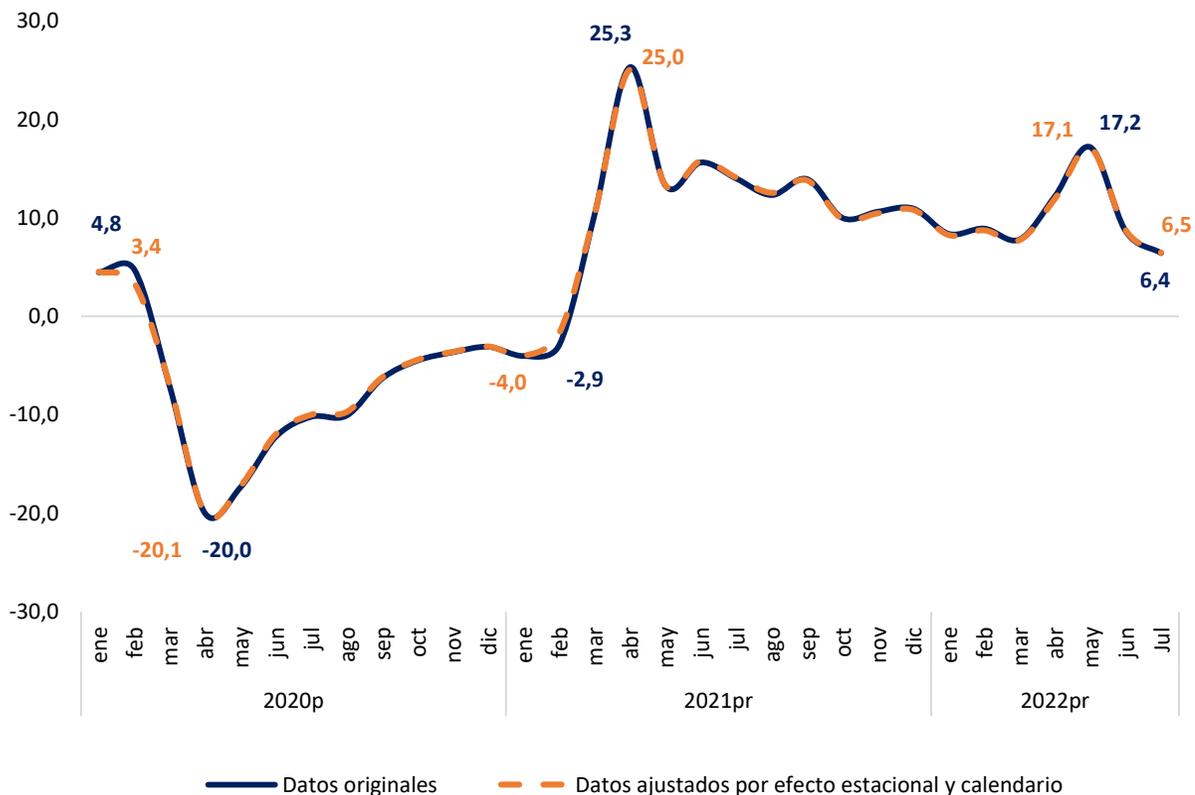
Indicador	variación anual (%)				Comportamiento frente a un año atrás	Variación mensual (%)	
	jul-21	ago-21	jul-22	ago-22		Variación ultimo mes disponible	Comportamiento frente al mes anterior
Índice de Confianza del Consumidor	-7,5	-8,5	-10,4	-2,4	↑	8,0***	↑
Demanda doméstica de energía	4,5	4,7	4,9	4,4	↓	-0,5***	↓
Índice de Confianza Comercial	35,8	43,5	30,7	26,9	↓	-3,8***	↓
Índice de Confianza Industrial	16,3	15,6	9,7	7,1	↓	-2,6***	↓
Producción industrial	jun-21	jul-21	jun-22	jul-22	↓	0,3*	↑
	20,6	20,0	12,2	5,2	↓		↓
Ventas minoristas	24,75	27,11	17,2	7,63	↓	-2,5*	↓
Despachos de cemento gris	18,4	3,6	4,2	-0,6	↓	-4,8**	↓
Producción de concreto	10,5	6,1	15,9	5,7	↑	-10,2**	↑
Exportaciones – Agrícolas	1,53	17,8	69,6	17,9	↓	-51,7**	↓
Exportaciones- Combustibles	70,7	52,0	107,5	148,7	↑	41,2**	↑
Exportaciones- Industriales	38,3	42,3	42,9	10,1	↑	-32,8**	↑
Importaciones - Bienes de consumo	32,2	4,7	22,4	28,7	↑	6,3**	↓
Importaciones - Bienes de capital	50,5	24,4	34,4	48,1		13,7**	↑
Petróleo Brent (US\$ por barril)	Ago-21	Jun-22	Jul-22	Ago-22		-9,9***	
	72,9	117,5	105,1	95,6			
Índice de Gestión de compras manufacturero (PMI)	53,2	55,7	49,5	52,4		2,9***	

*Variación a partir de series desestacionalizadas; ** Indica la diferencia de la variación entre Junio del 2022 y julio del 2022; *** Indica la diferencia de la variación entre julio del 2022 y agosto del 2022.

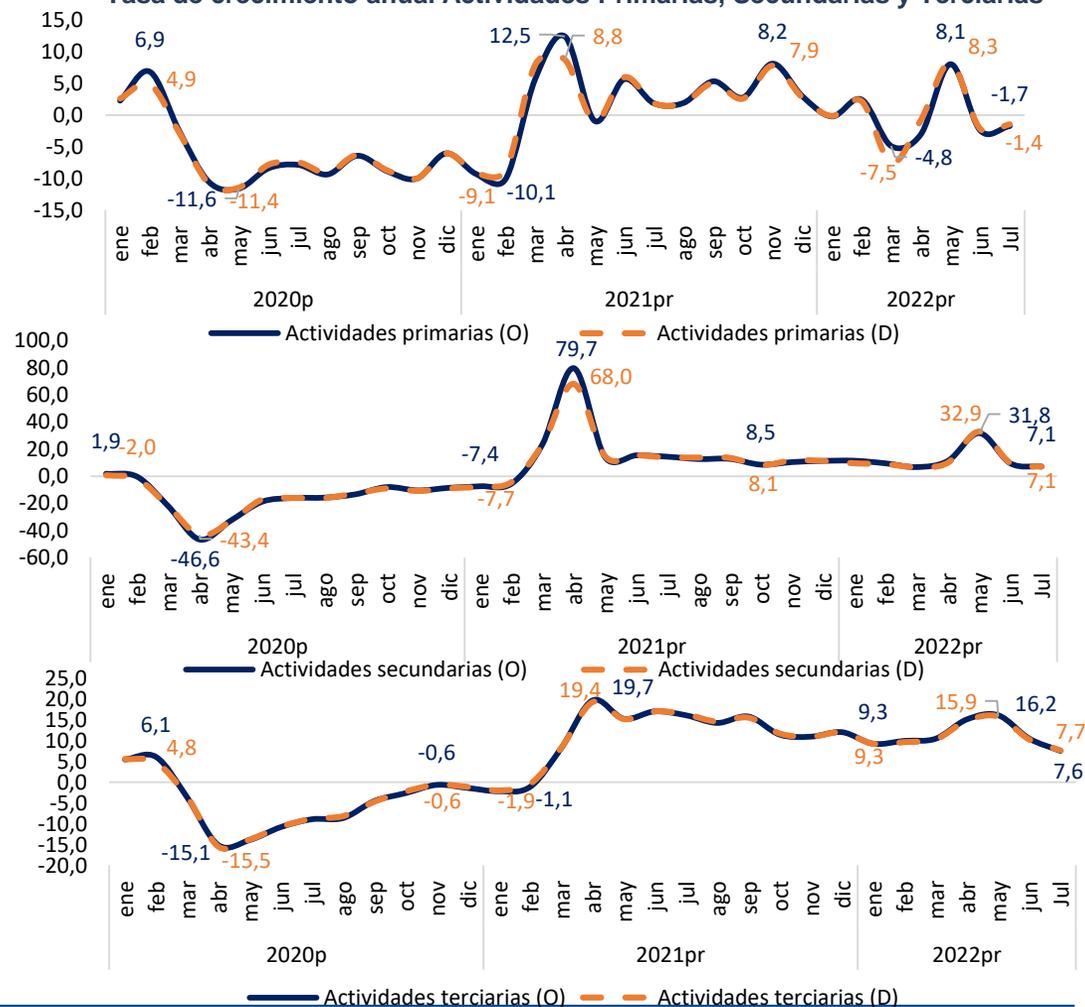
Fuente: Fedesarrollo, XM, DANE, Davivienda y EIA; Elaboración de Asobancaria.

Indicador de Seguimiento de la Economía : A cierre de julio la economía se expandió a un ritmo de 6,4% anual, en línea con una leve desaceleración de 0,3% frente al mes anterior. Su dinámica fue impulsada por las actividades secundarias y terciarias que mostraron crecimientos de 7,1 y 7,6%, respectivamente, mientras que las actividades primarias permanecieron en terreno negativo (-1,7%).

Tasa de crecimiento anual del Indicador de Seguimiento de la Economía (ISE)

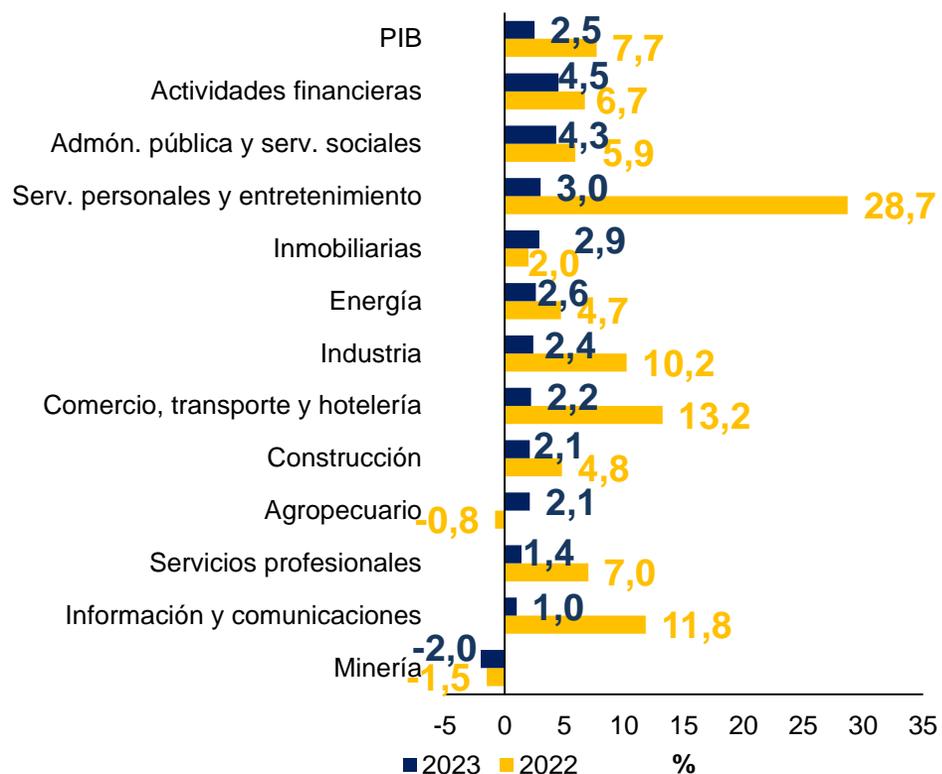


Tasa de crecimiento anual Actividades Primarias, Secundarias y Terciarias

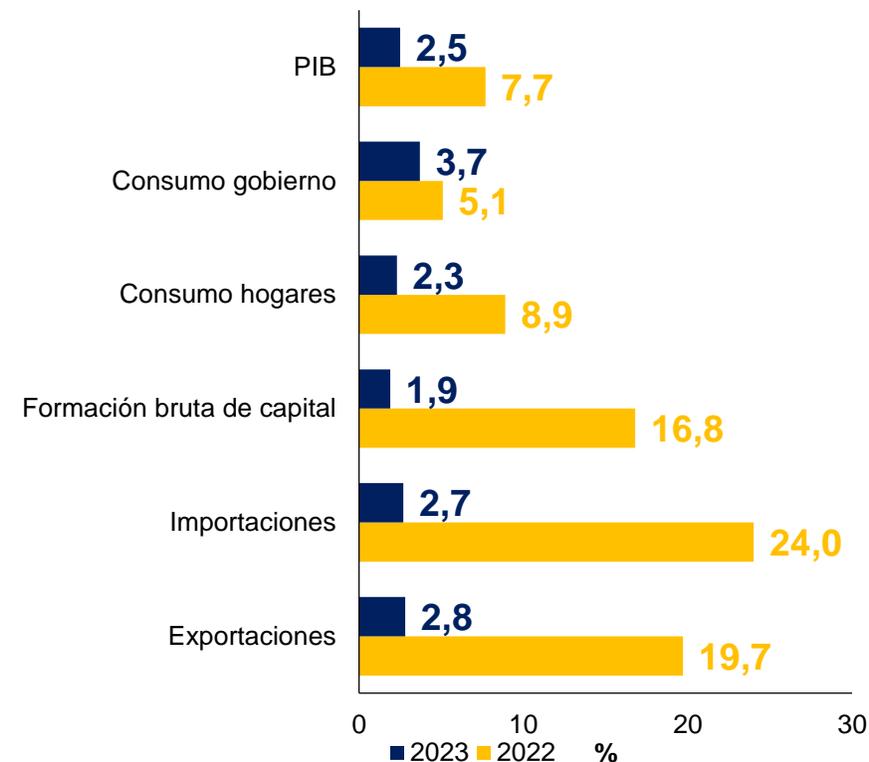


Mientras que esperamos que en 2022 la economía se expanda a un ritmo de 7,7%, para el próximo año pronosticamos un crecimiento del 2,5 %, en línea con una menor tracción de la actividad productiva a nivel global y una menor dinámica del consumo de los hogares, que a su vez influirá sobre el comportamiento de sectores como el comercio y la industria.

Crecimiento real (2022- 2023) anual del PIB por oferta



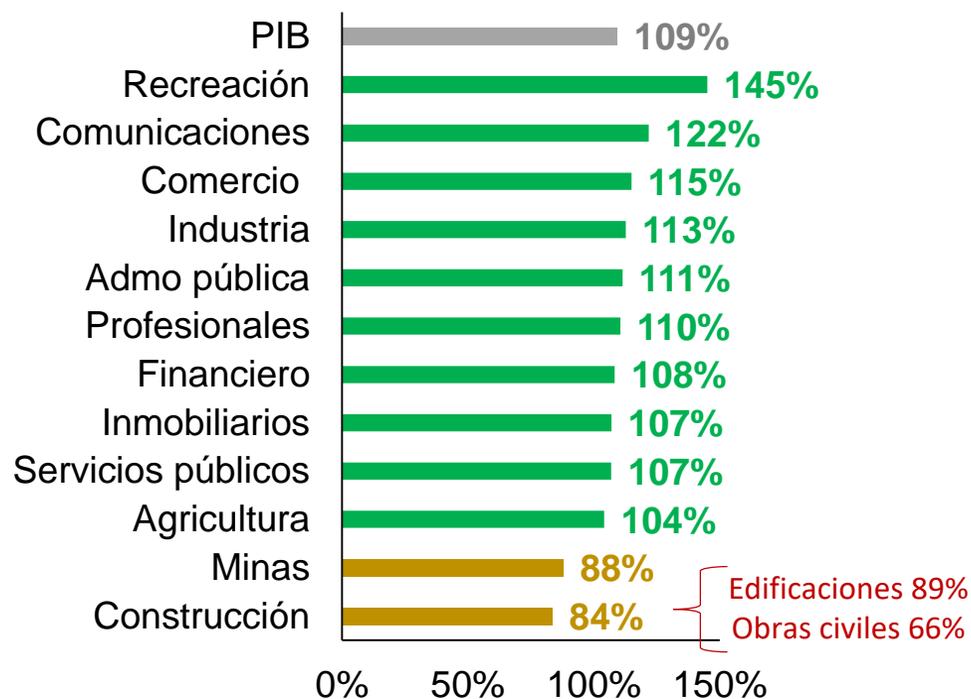
Crecimiento anual (2022-2023) del PIB real por demanda



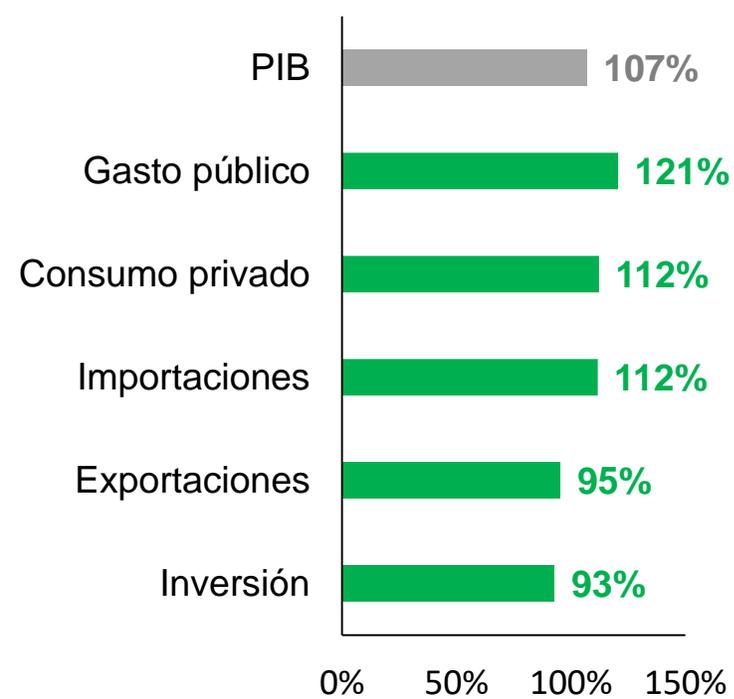
Cifras proyectadas por Asobancaria

Proceso de recuperación económica: A cierre del presente año la economía colombiana superará de manera amplia los niveles de producción observados en 2019, confirmando así la materialización del proceso de recuperación económica. Salvo por sectores como el de minas y construcción, la producción del resto de ramas de actividad alcanzará niveles superiores a los previos a la pandemia, hecho que también se observa para los componentes de la demanda.

Evolución por el lado de la oferta frente a niveles (PIB 2019=100)



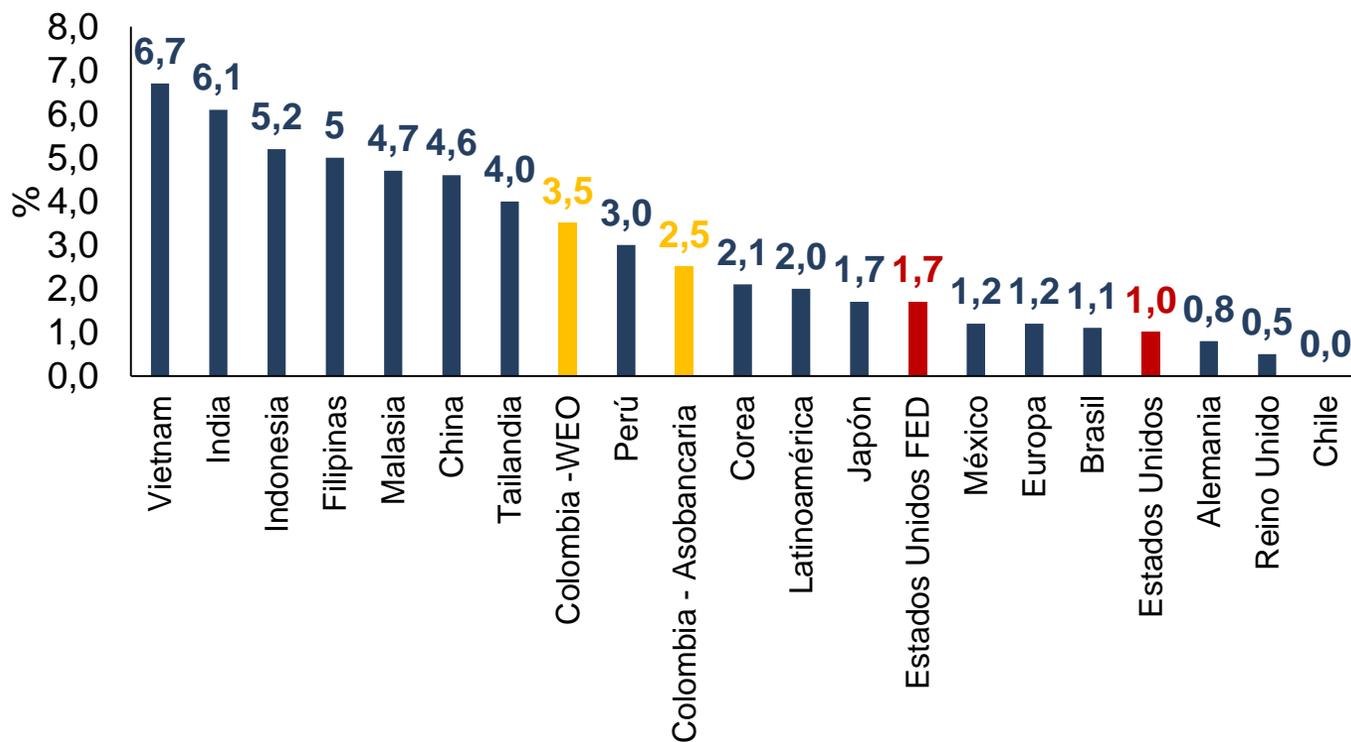
Evolución por el lado de la demanda frente a niveles (PIB 2019=100)



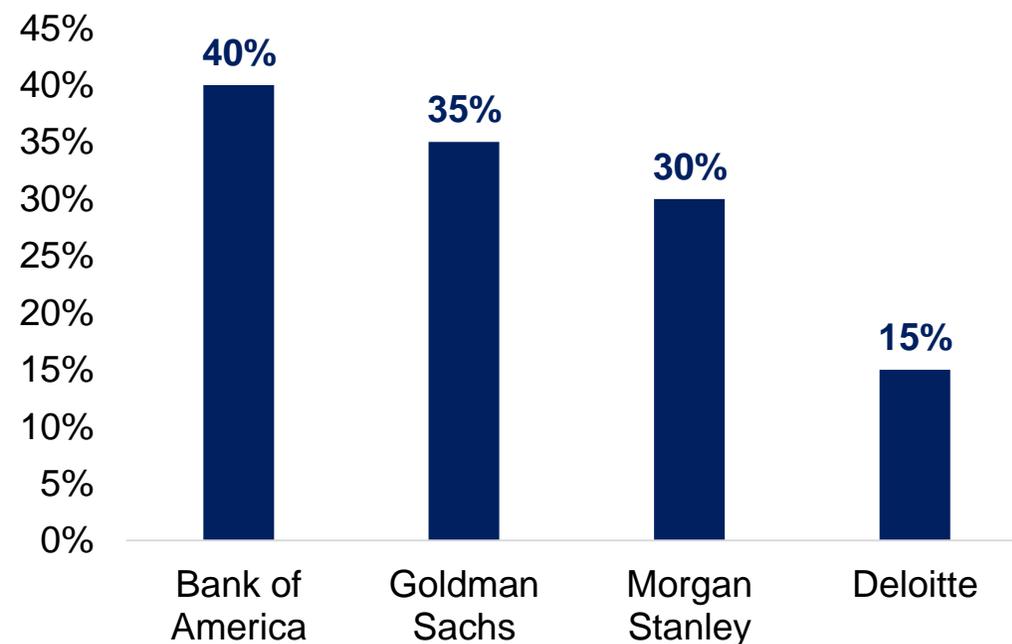
Fuente Dane: Cálculos Asobancaria

De todas maneras, para **2023**, se espera que la economía colombiana mantenga una buena dinámica comparativa a nivel mundial. No obstante, las expectativas respecto a una desaceleración de la economía global, e incluso una recesión, generan un sesgo a la baja.

Crecimiento real (2023)



Probabilidad de recesión en Estados Unidos a 12 meses*



*La estimación de Goldman Sachs es a corte de agosto, mientras que para el resto de entidades es a corte de julio.

Fuente: WEO Cifras proyectadas por Asobancaria

Mercado laboral: La tasa de desempleo continúa su convergencia gradual a niveles similares a los observados en el periodo prepandemia. De esa manera, se contempla que el próximo año las tasas de desempleo a nacional y urbana sean inferiores a las registradas en 2019.

Indicadores del mercado laboral 2019-2022



Tasa de desempleo 2019-2023

Desempleo	2019	2020	2021	2022 (p)	2023 (p)
Nacional	10,5	16,1	13,8	10,9	9,7
Urbana	11,2	18,4	15,2	11,3	10,1

*Pronóstico.

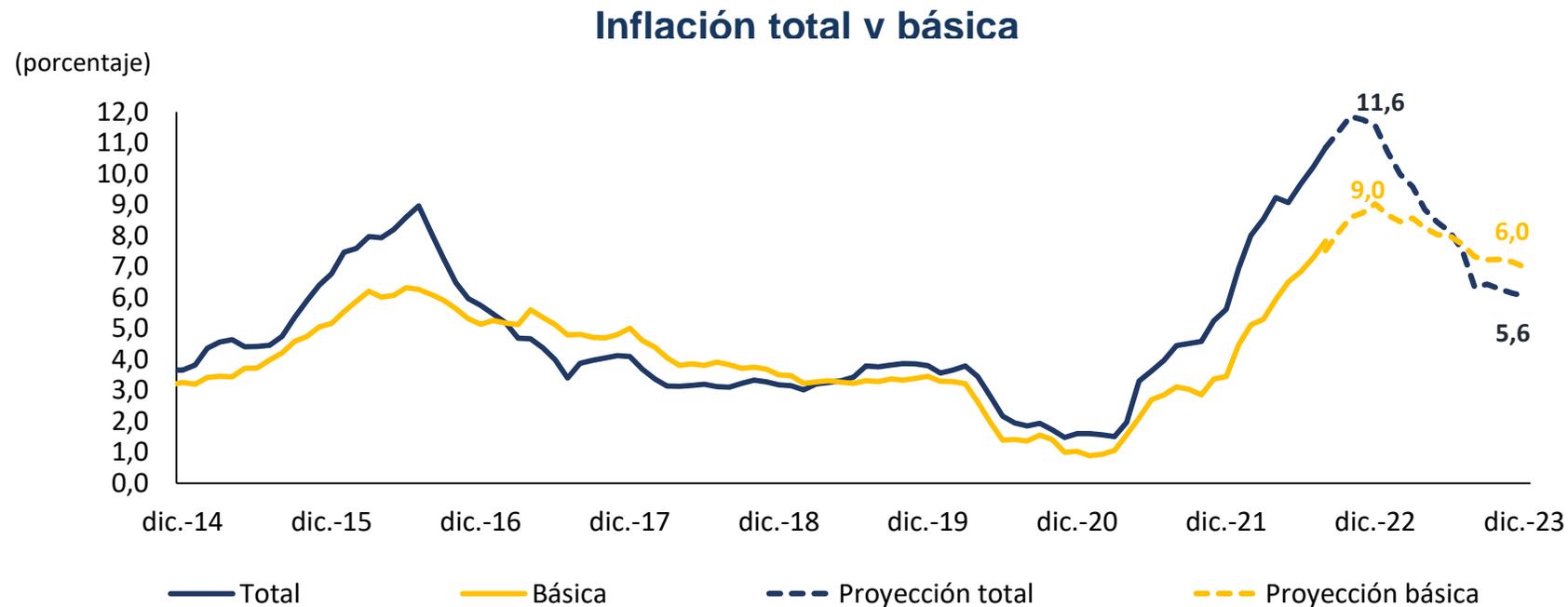
Fuente: DANE; estimaciones de Asobancaria.

	Julio 2019	Julio 2020	Julio 2021	Julio 2022	Var. 2022-2019	Var. 2022-2020	Var. 2022-2021
TD Nacional	10,7%	20,2%	13,1%	11,0%	0,3 pp	-9,2 pp	-2,1 pp
TD Urbana	10,3%	24,7%	14,7%	11,3%	1,0 pp	-13,4 pp	-3,4 pp
Desocupados* Nacional	2.657	4.559	3.037	2.723	66	-1.836	-314
Desocupados Urbana*	1.266	2.798	1.636	1.314	48	-1.484	-322
Ocupados* Nacional	22.140	17.984	20.417	22.055	-85	4.071	1.638
Ocupados Urbana*	10.970	8.534	9.510	10.333	-637	1.799	823

*Nota: Miles de personas

Fuente: DANE; elaboración de Asobancaria.

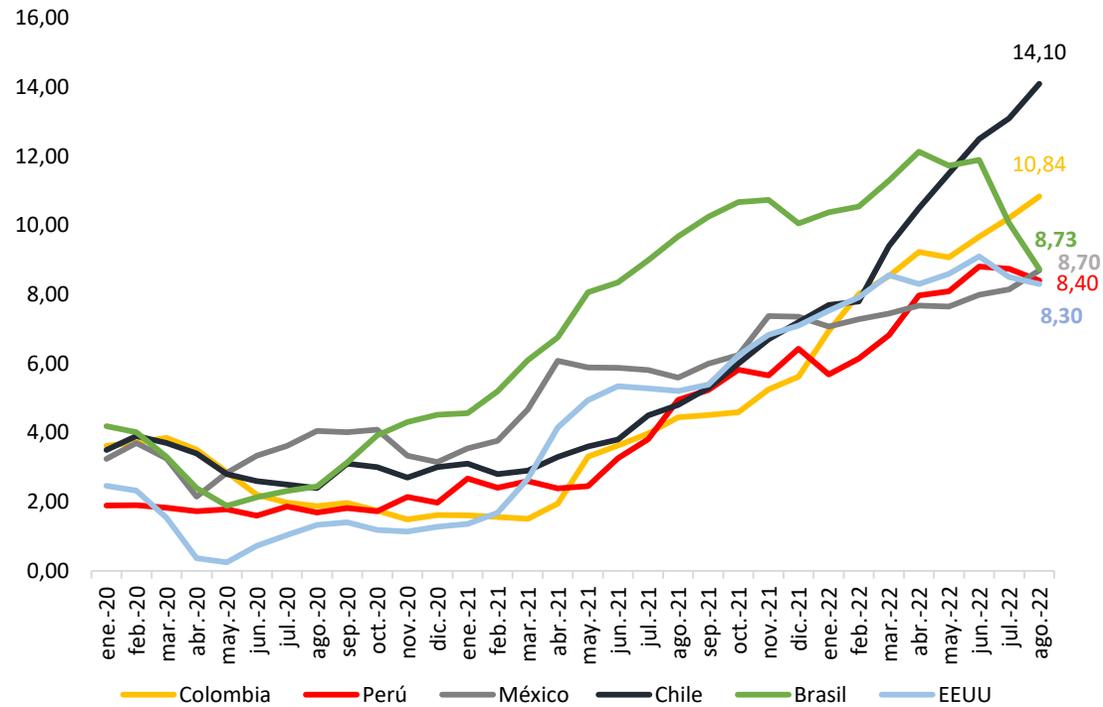
Inflación local: La persistencia de los factores que generan presiones inflacionarias llevarían a que esta cierre el 2022 en 11,6%, si bien es claro que persistirán sesgos alcistas asociados a aumentos en los precios de los combustibles y servicios públicos. Para 2023 se espera que la dilución de choques externos y la transmisión de la política monetaria reduzcan de manera gradual la inflación, aun cuando a cierre de año no se espera que retorne al rango meta.



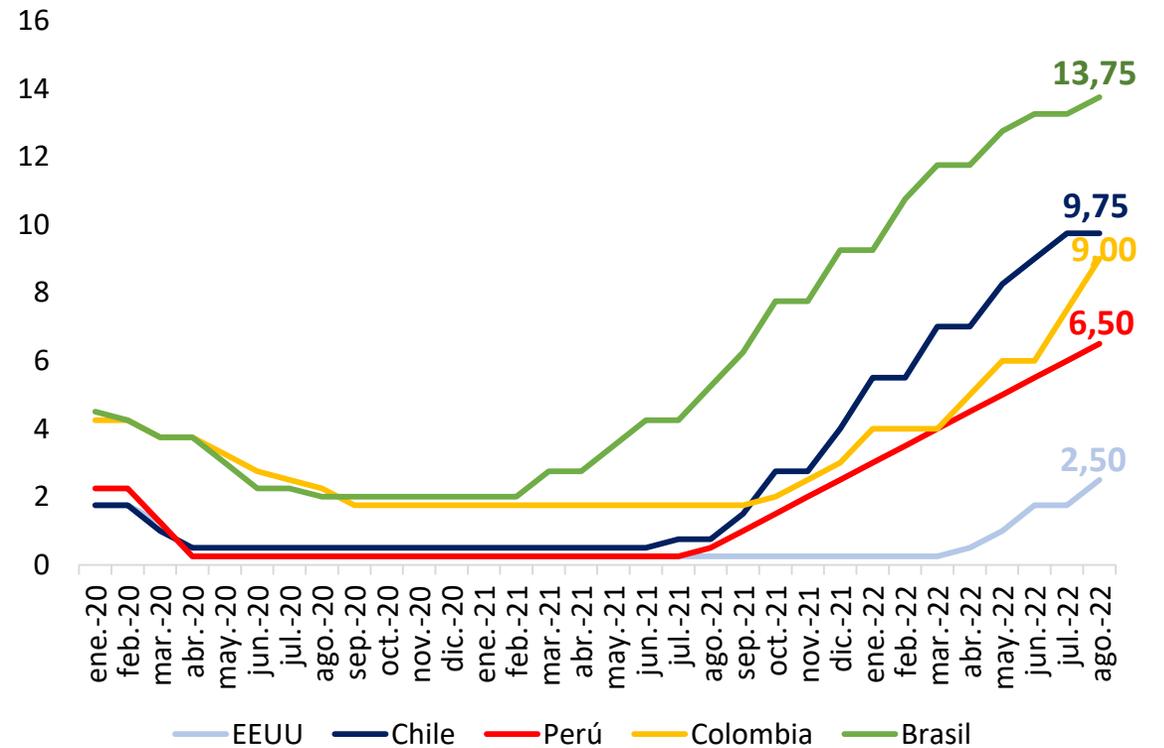
Fuente: DANE y Banco de la República, elaboración y pronósticos de Asobancaria

Inflación Latam y respuesta de política monetaria: En el segundo trimestre de 2022 continuó el proceso de normalización monetaria de los bancos centrales de la región ante la persistencia de los aumentos inflacionarios dadas las distorsiones en las cadenas de suministro global y la recuperación económica. En el caso de Brasil ya se observan las primeras señales de desaceleración de la inflación.

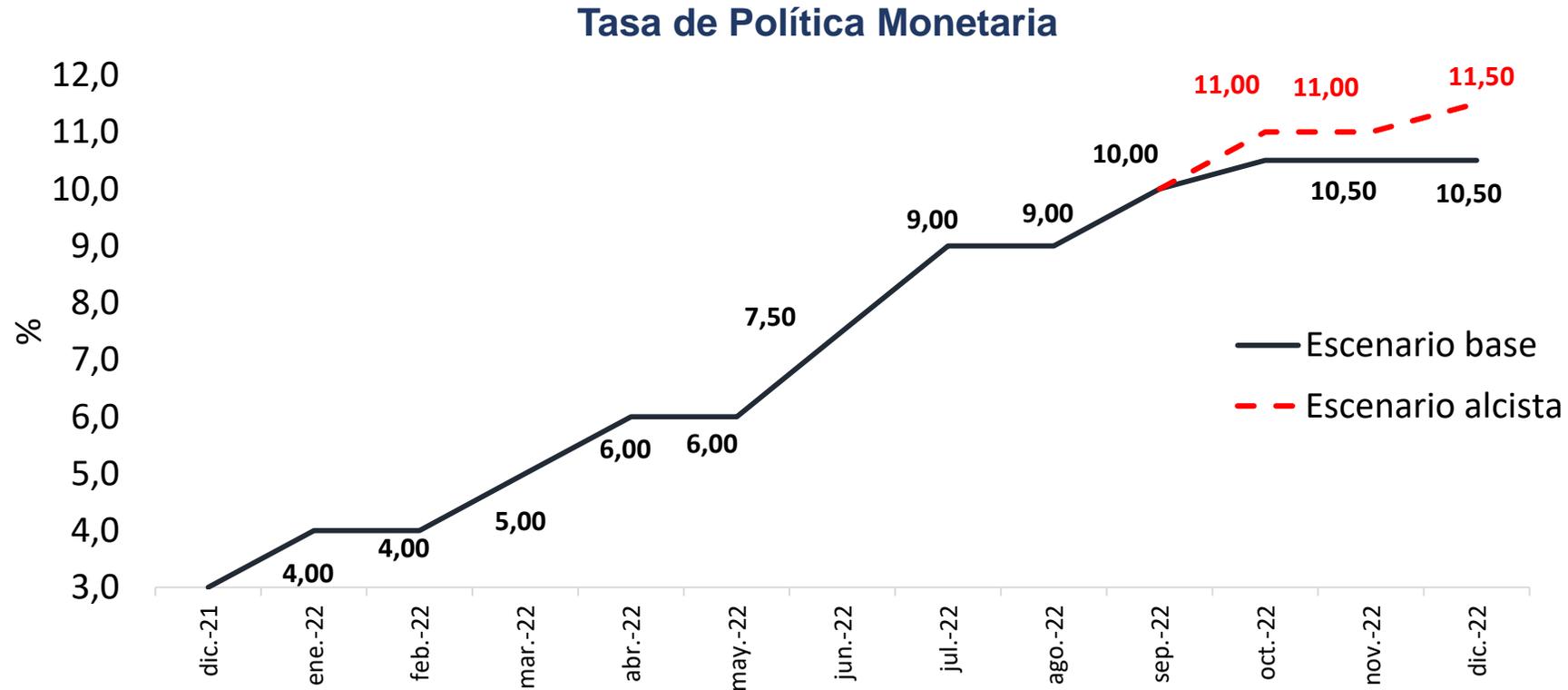
Inflación



Tasa de Política Monetaria de la región



Tasa de política monetaria: Con el fin de anclar las expectativas de inflación, se espera que en lo que resta del año continúe el proceso de normalización monetaria, de modo tal que la TPM aumente entre 150 a 250 pb, un hecho que en todo caso estará condicionado al comportamiento de la inflación.



El proceso de normalización monetaria y el riesgo asociado a una desaceleración económica a nivel global ha presionado al alza el costo del endeudamiento público en los emergentes desde el año anterior, a lo que se ha sumado la incertidumbre sobre el cambio político en la región. Ante la persistencia de dichos factores, se mantendría la volatilidad en este indicador.

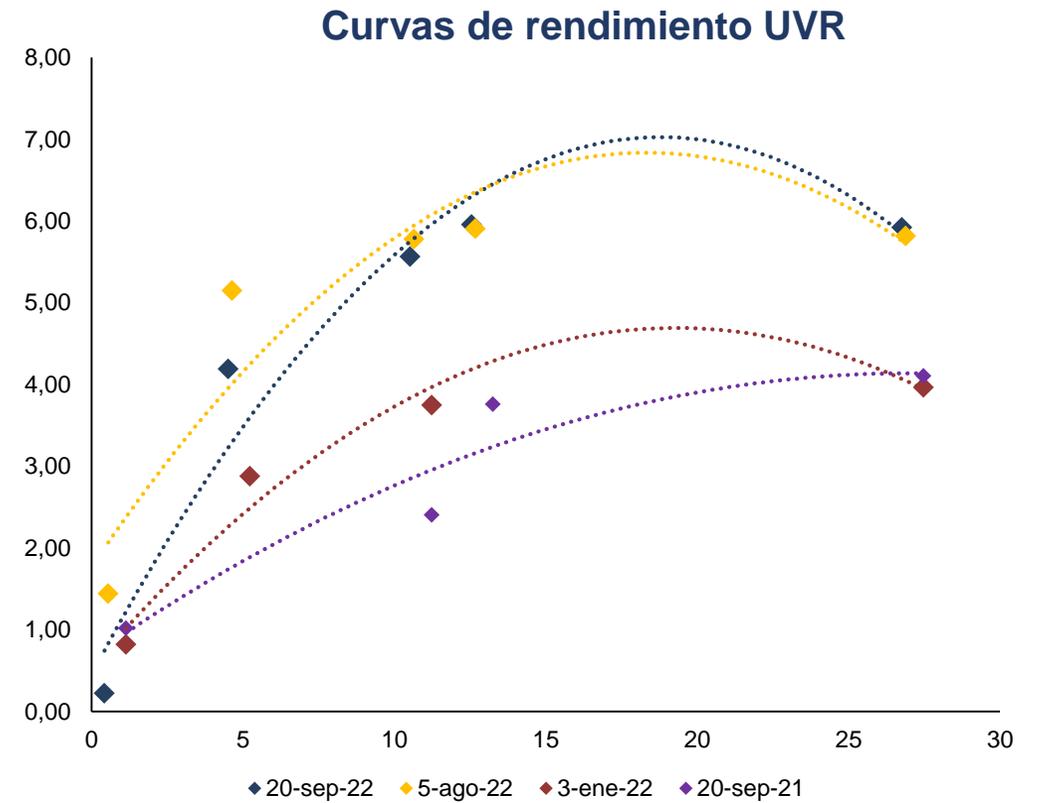
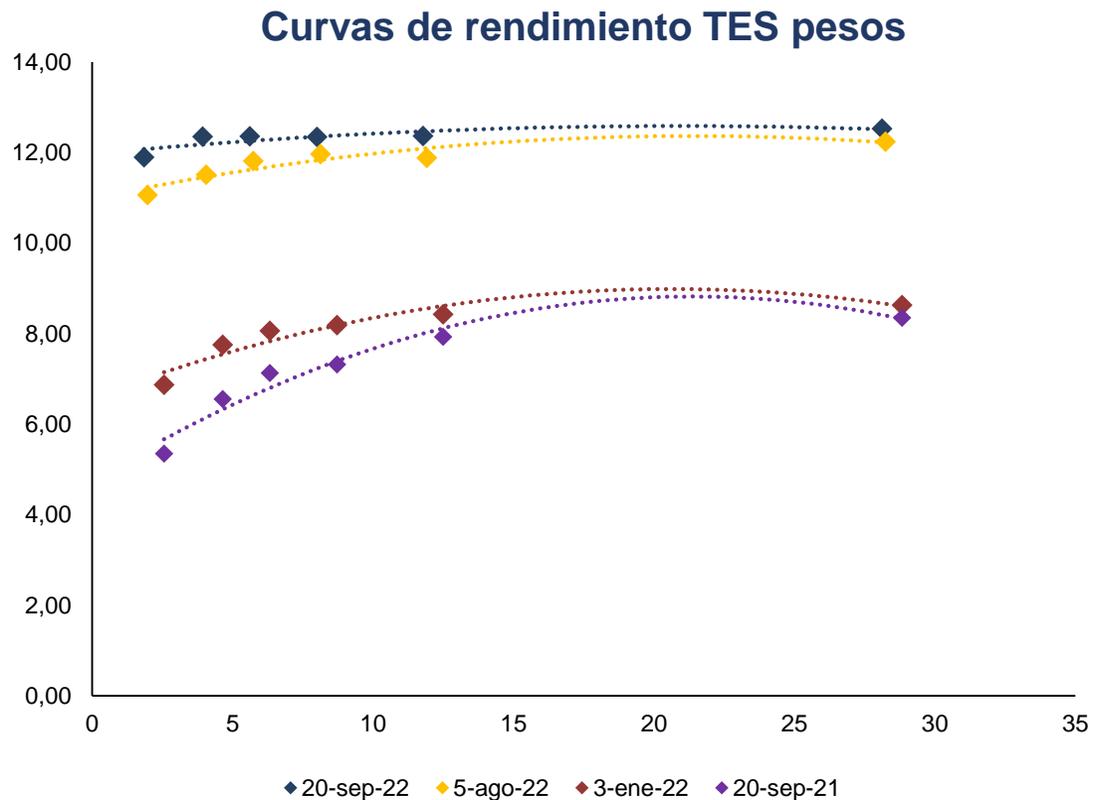
Prima de riesgo en Latinoamérica - EMBI



Perdida de grado de inversión de Colombia

	(1) EMBI al 4/01/2021	(2) EMBI al 1/07/2022	(3) EMBI al 12/09/2022	(3-2) Diferencia	(3-1) Diferencia
México	3,64	3,44	4,16	0,72	0,52
Chile	1,44	1,34	1,78	0,44	0,34
Perú	1,31	1,63	2,02	0,39	0,71
Brasil	2,51	2,57	2,69	0,12	0,18
Colombia	2,08	2,49	3,78	1,29	1,70
LATAM	3,56	3,48	4,55	1,07	0,99

Encarecimiento de la financiación: Las curvas de rendimiento en tasa fija continúan reflejando desvalorizaciones de los títulos en todos sus tramos, además de un aplanamiento suscitado por aumentos en la tasa de interés. Entretanto, los títulos UVR de corto plazo se han valorizado ante mayores expectativas inflacionarias.



Fuente: Banco de la República; cálculos de Asobancaria.

Reforma Tributaria: La propuesta busca aumentar el recaudo por \$25 billones de pesos en el 2023 (1,72 % del PIB), mientras que para el periodo 2024-2033 se proyecta un recaudo adicional de cerca de 1,4% del PIB.

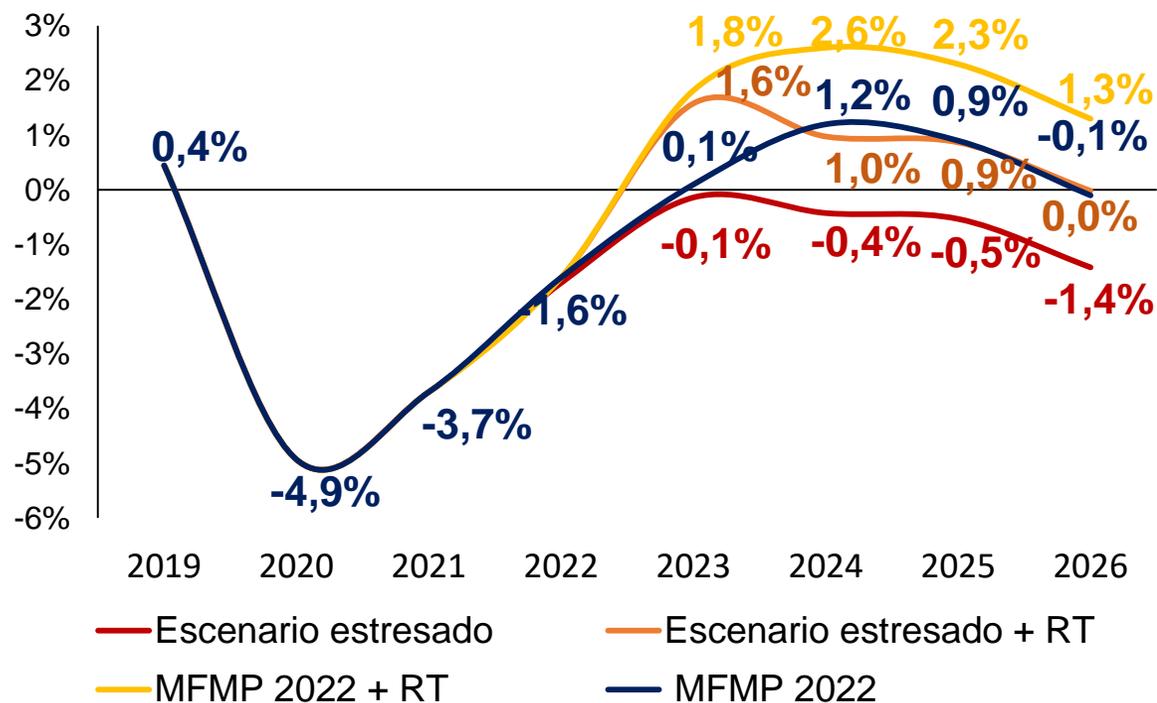
Fuentes	\$ Bn 2023	% PIB 2023
1. Personas naturales	8,12	0,56
1.1 Renta	5,45	0,38
1.2 Patrimonio	2,66	0,18
2. Personas jurídicas	5,11	0,35
3. Recursos del uso del subsuelo	7,02	0,48
4. Saludables y Ambientales	2,54	0,18
5. Otras medidas*	2,19	0,15
Total	25,0	1,72

Fuente: Dirección General de Política Macroeconómica – Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

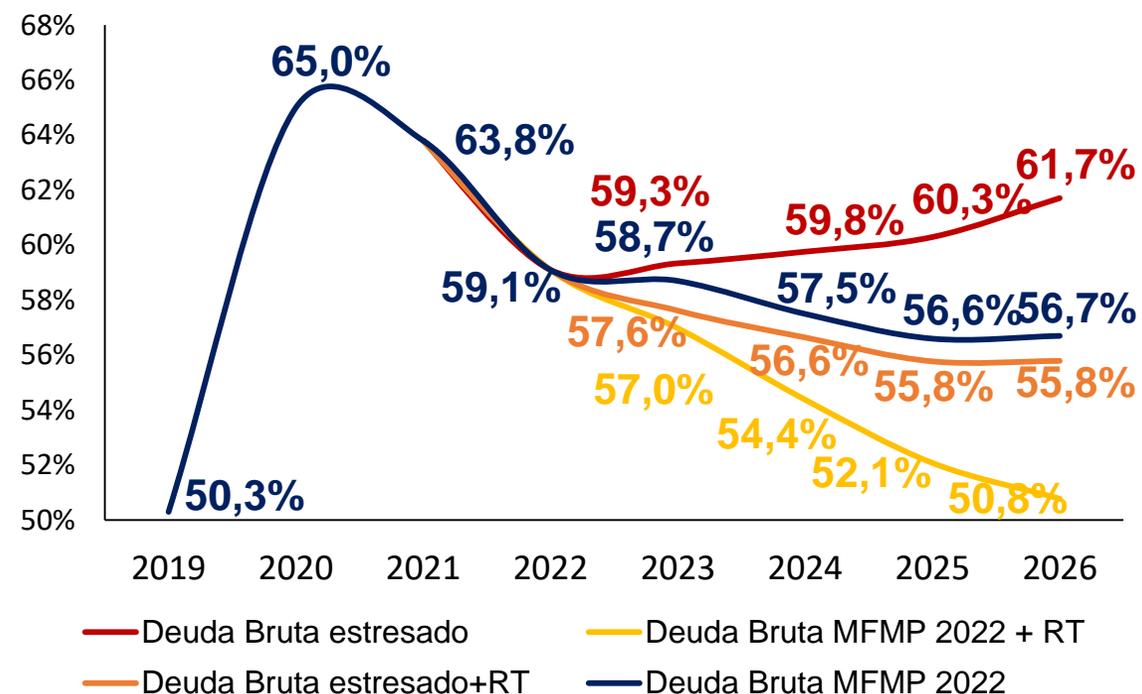
*Eliminación de días sin IVA e impuestos a las exportaciones mineras

Balance fiscal y deuda: En caso que la reforma tributaria del año alcance la meta de recaudo y se cumplan los supuestos del MFMP 2022, se podría llegar a niveles de deuda del 50,8% del PIB, similares a los registrados en 2019.

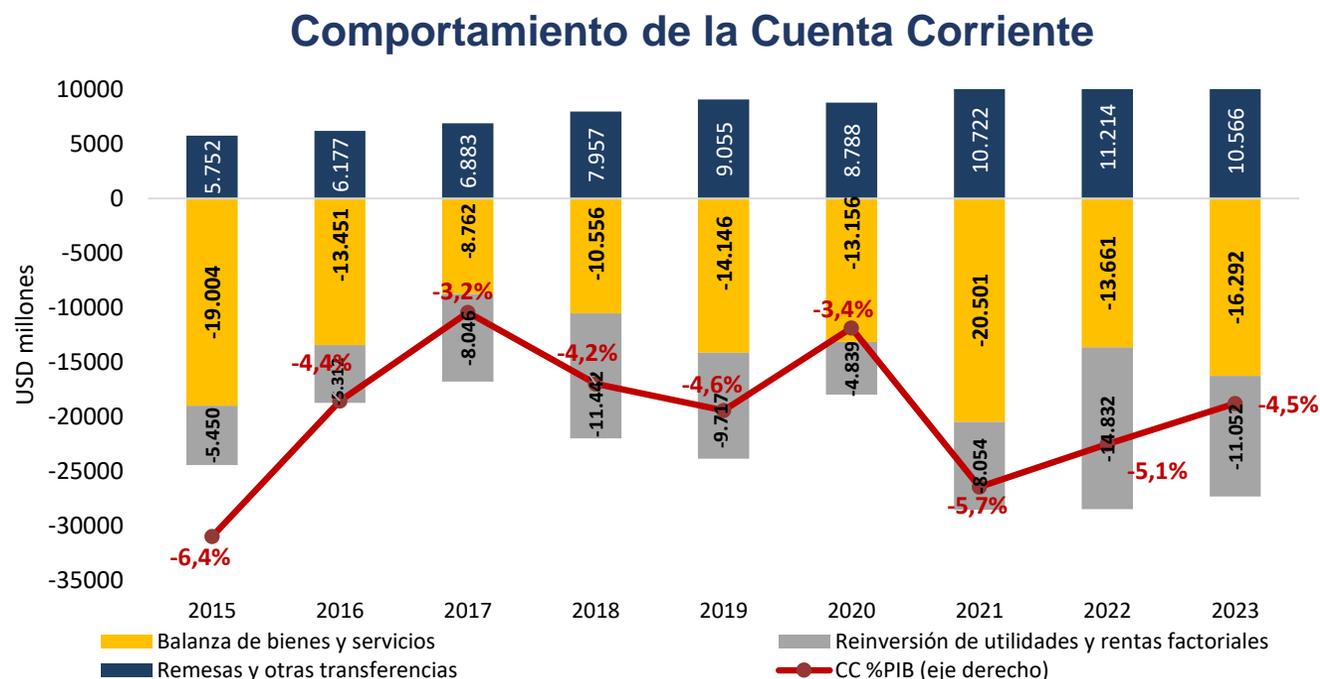
Balance primario del GNC (% del PIB)



Deuda bruta del GNC (% del PIB)



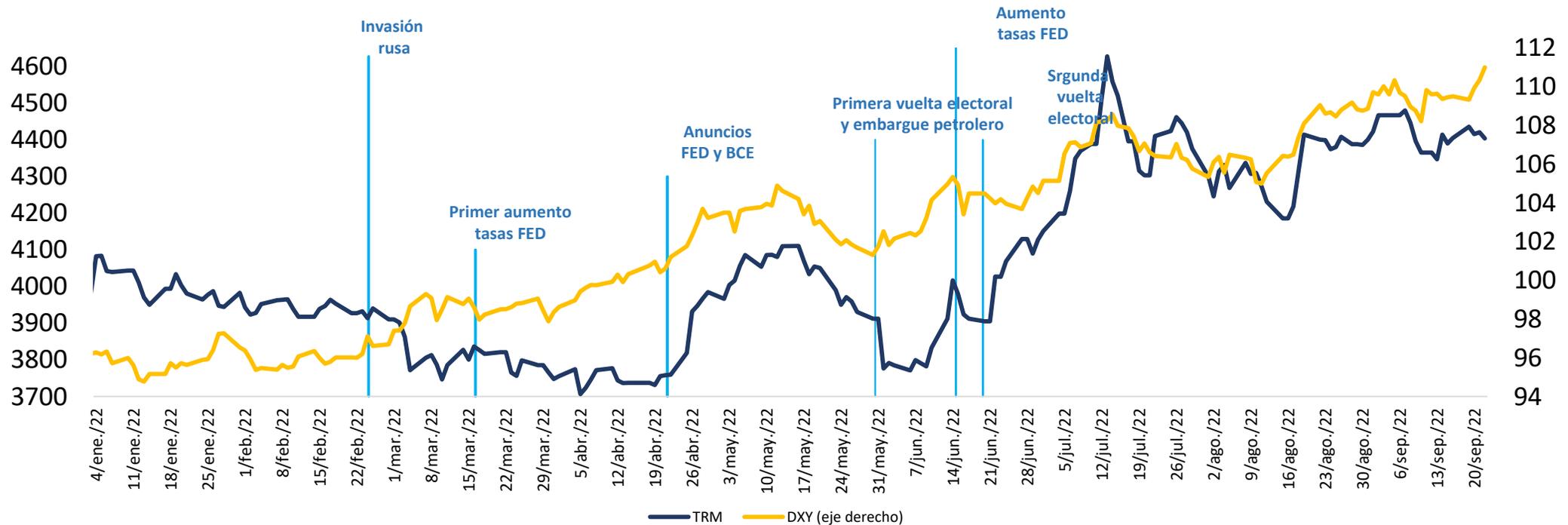
Desbalance externo: Durante 2022, el déficit en cuenta corriente se ubicaría cerca al 5,1% del PIB, cifra menor a la de 2021. Si bien el aumento en las cotizaciones de petróleo y carbón se espera reduzca el déficit, el pronóstico presenta presiones alcistas asociadas al comportamiento de las importaciones y la remisión de utilidades. De cara al 2023, el déficit bordearía el 4,5% del PIB explicado por i) menores remisiones de utilidad en inversiones directas y ii) una ligera contracción de los flujos de remesas de trabajadores en un contexto de menor crecimiento económico.



Fuente: Banco de la República; cálculos de Asobancaria.

Tasa de cambio: En lo corrido de 2022, la tasa de cambio ha mostrado una tendencia alcista, que ha respondido al alza del valor del dólar global (dxy) por las expectativas sobre el proceso de normalización monetaria de los Estados Unidos y las expectativas de desaceleración. Igualmente, el escenario político local también ha influido en la volatilidad de la moneda, la cual se espera que se mantenga en lo que resta del año.

Tasa Representativa del Mercado (USD/COP)

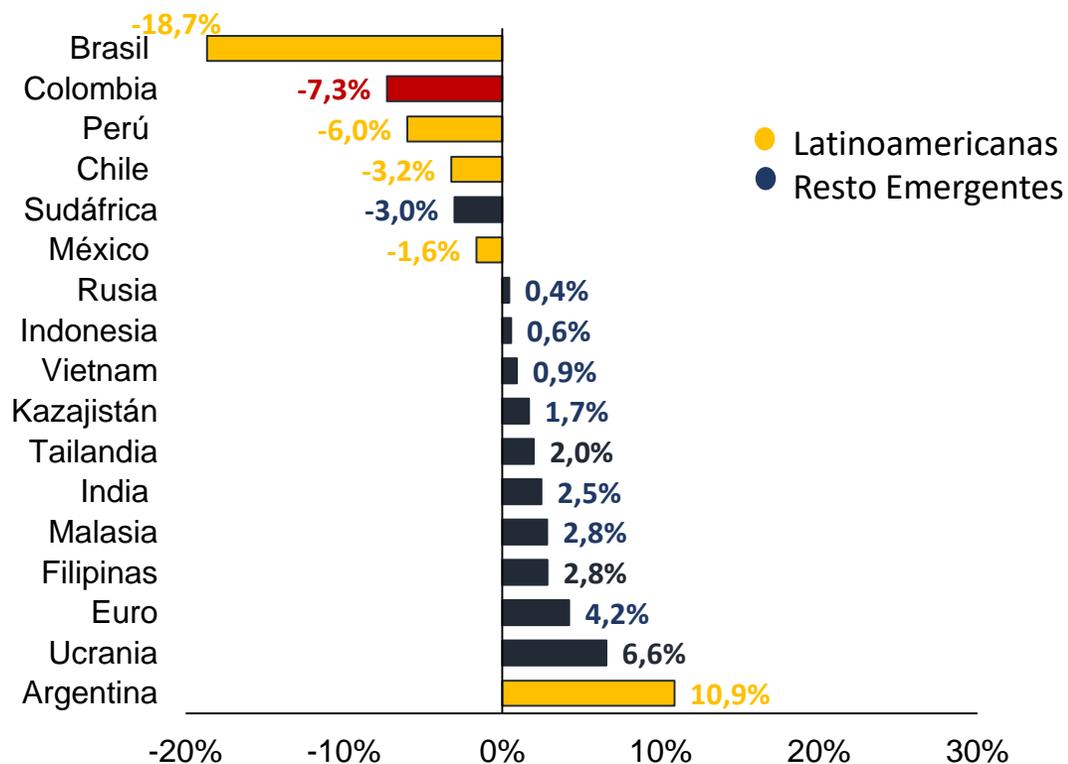


Fuente: Banco de la República e Investing. Elaboración Asobancaria

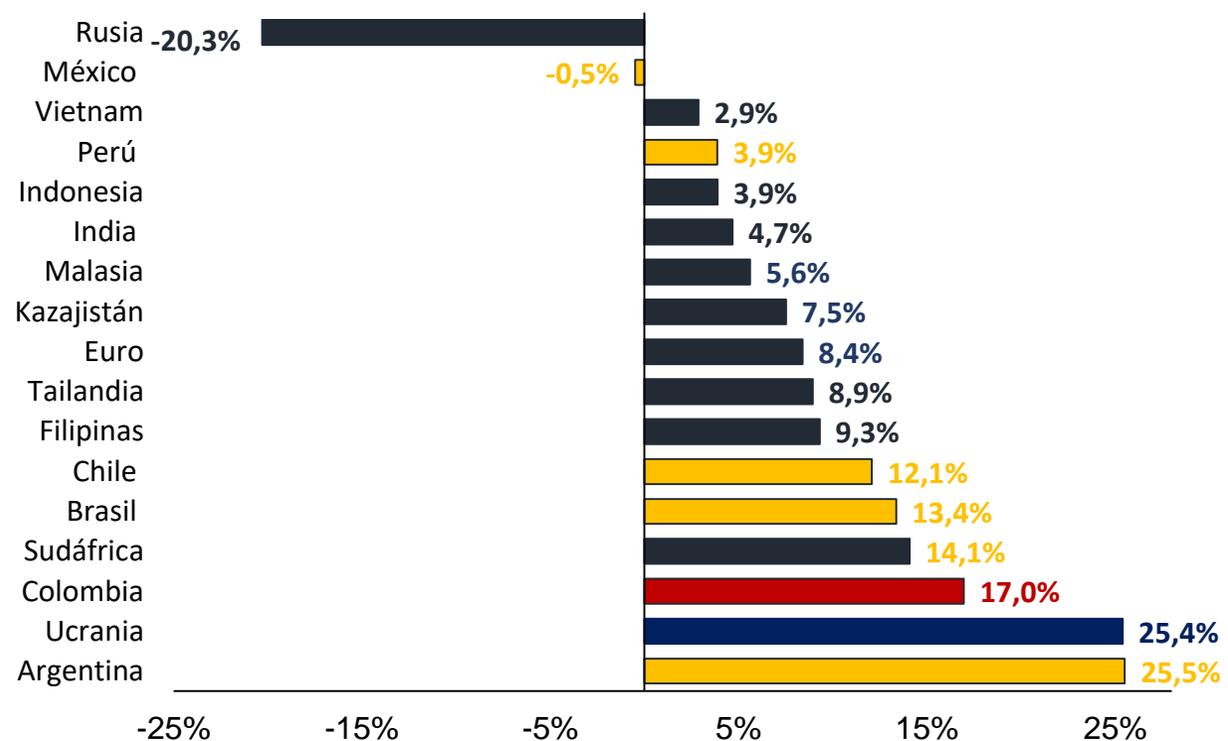
En el segundo y tercer trimestre del año, las monedas emergentes se han depreciado en respuesta a las decisiones de política monetaria de FED, perdiendo así las ganancias que se habían observado tras el conflicto de Rusia y Ucrania.

Devaluación de las monedas emergentes en lo corrido del 2022

Antes de los primeros anuncios de la FED
(1 enero al 21 de abril)



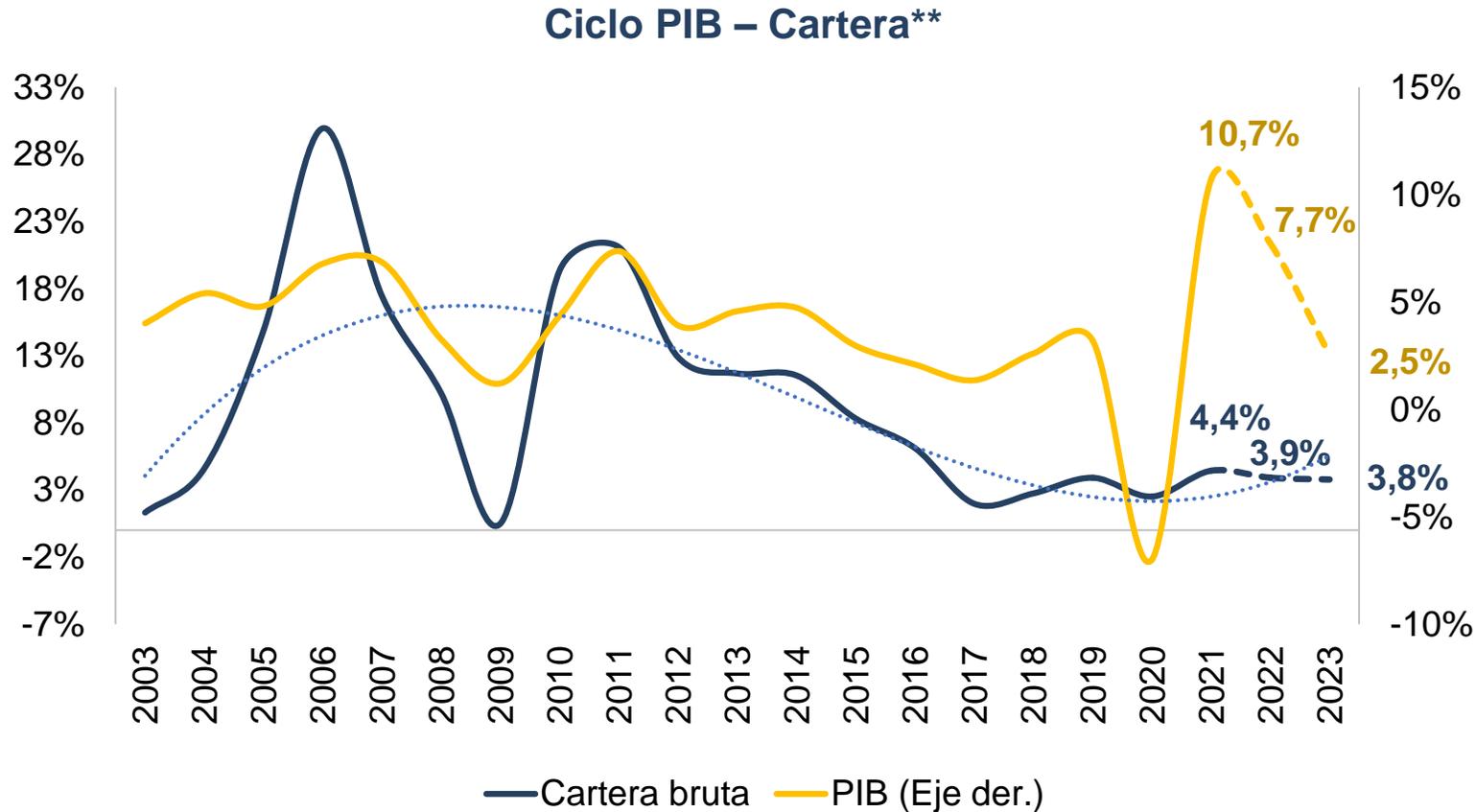
Después de los anuncios de la FED
(21 de abril al 15 de septiembre)



01

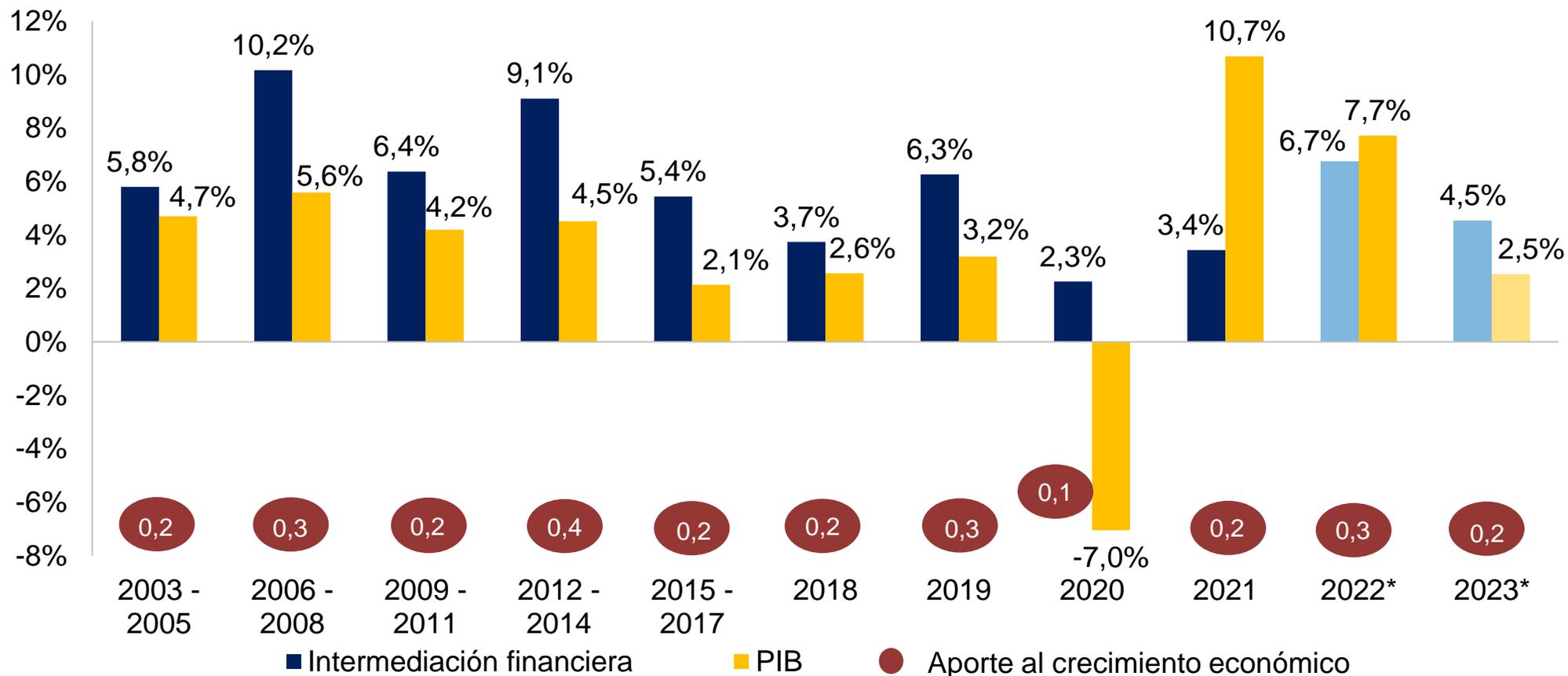
Balance y perspectivas del sector bancario

El sector financiero ha logrado **acotar el ciclo crediticio frente al ciclo económico**. En medio de la pandemia logró presentar incluso un comportamiento contracíclico, lo que contribuyó a la recuperación económica.

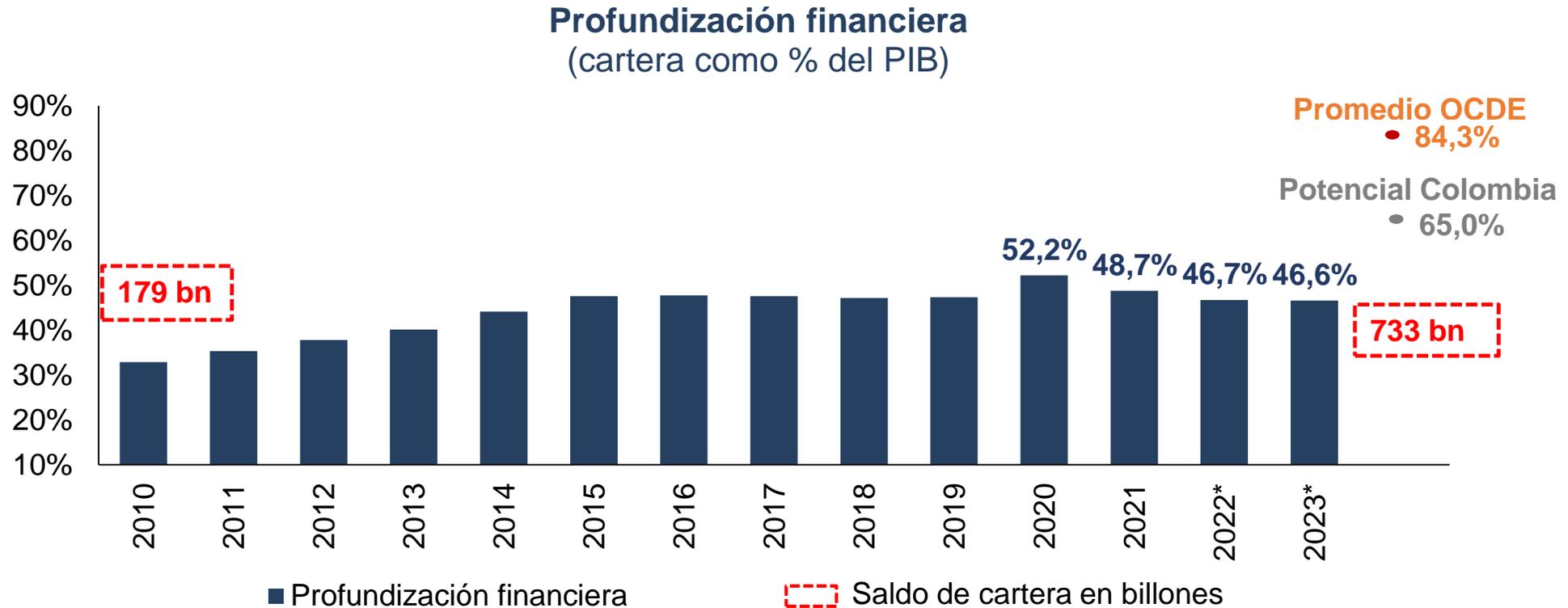


Pese a la esperada desaceleración en la actividad productiva, el sector financiero continuará contribuyendo de manera positiva en el crecimiento económico en 2022 y 2023.

Crecimiento anual real del PIB y sector de intermediación financiera



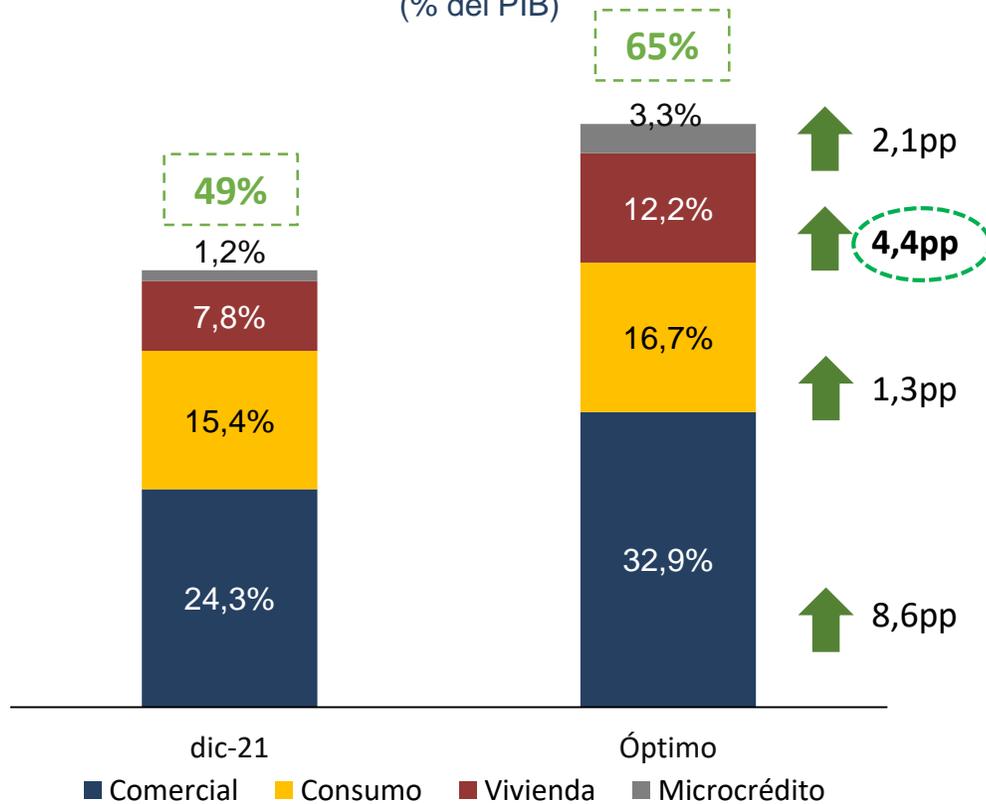
En los últimos años se ha venido observando un estancamiento en la profundización financiera, lo que evidencia retos importantes frente a nuestro potencial (estimado en 65%).



Para alcanzar el 65% óptimo para Colombia, los mayores incrementos se deberían presentar en la cartera mipyme (+6 pp) y la cartera hipotecaria (+4,4 pp).

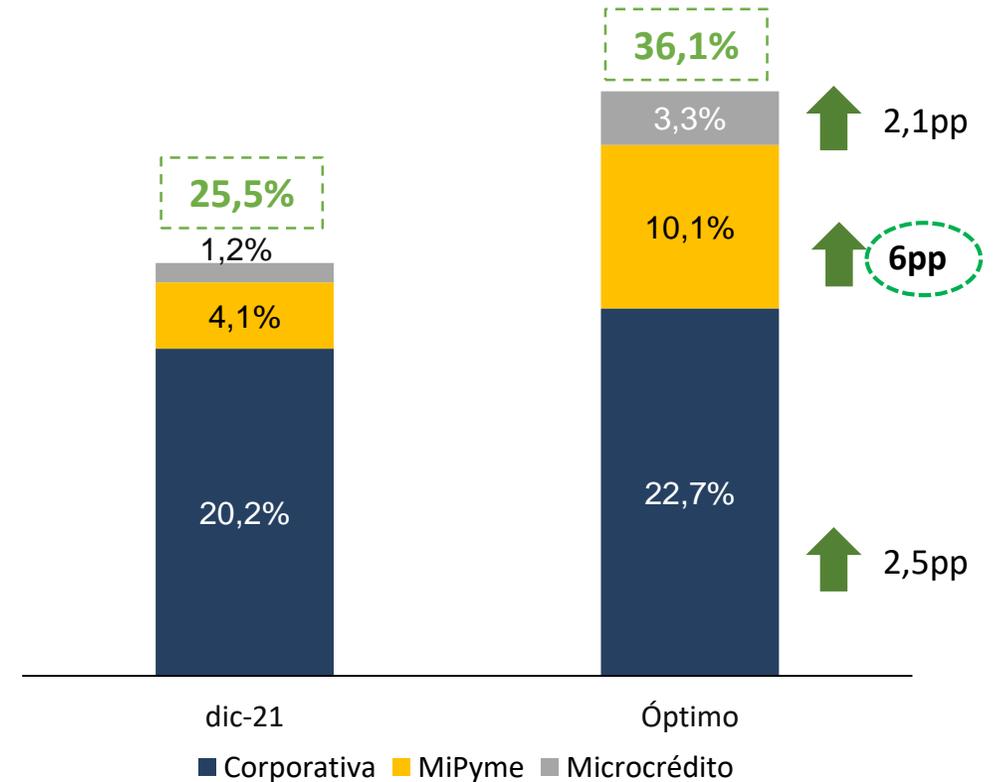
Composición óptima de la cartera bruta

(% del PIB)

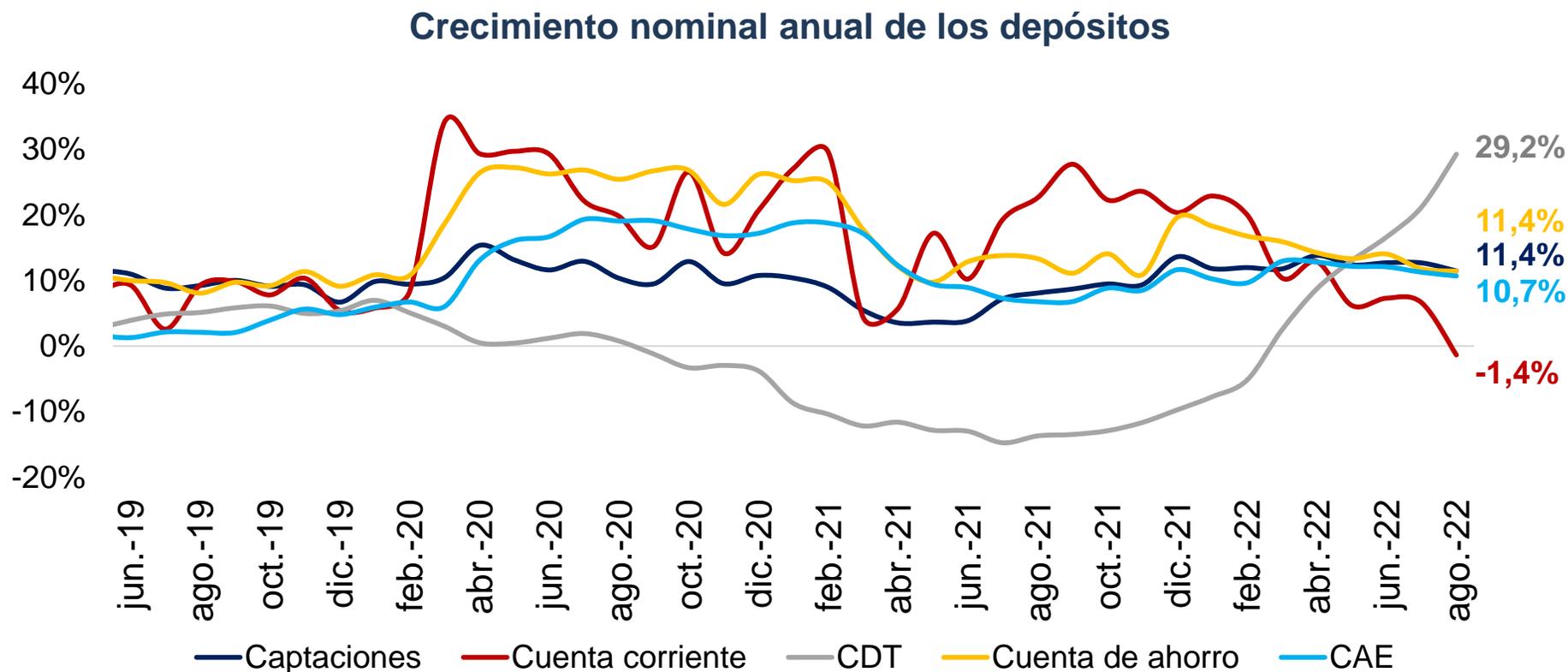


Composición óptima de la cartera empresarial

(% del PIB)

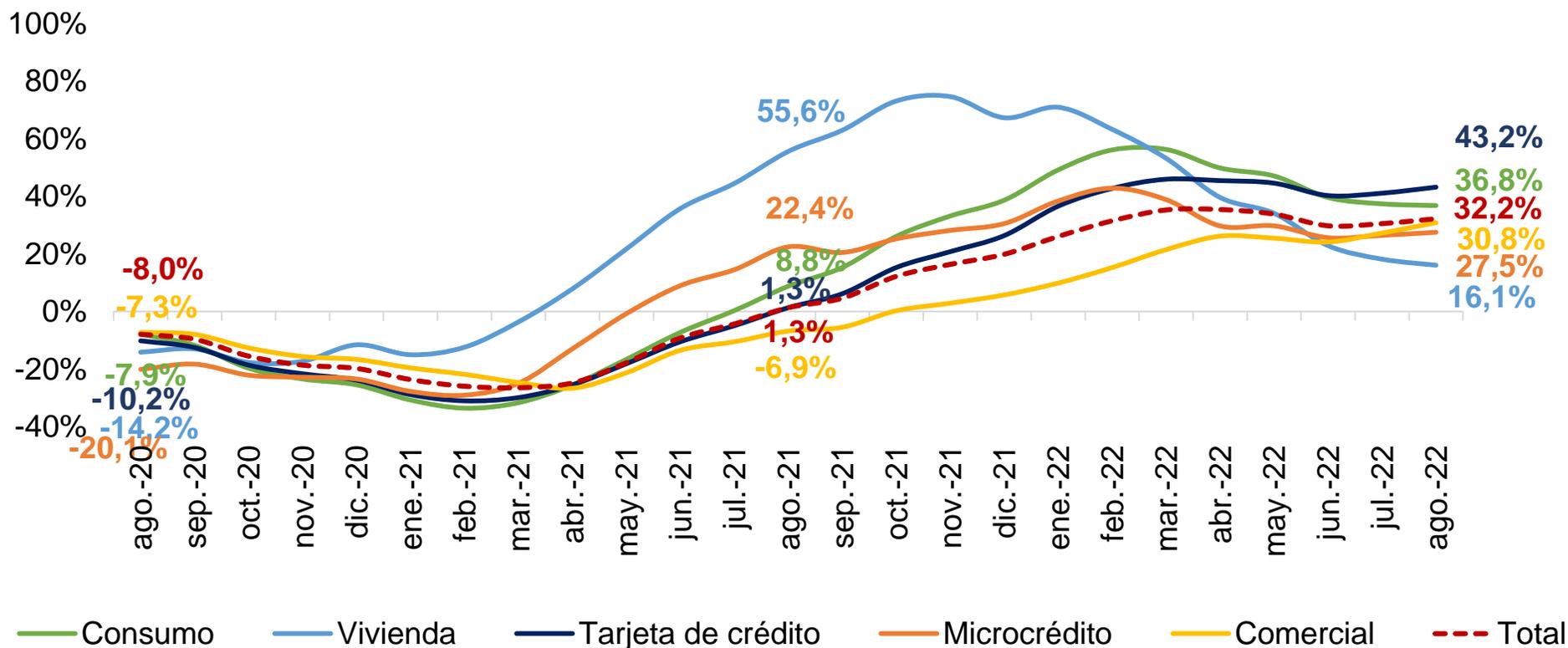


Depósitos: el fondeo retoma crecimientos prepandemia. Se destaca la expansión de los CDTs que regresan a terreno positivo después de un largo periodo decreciendo y las cuentas corrientes que luego de un periodo de desaceleración se encuentran en terreno negativo.



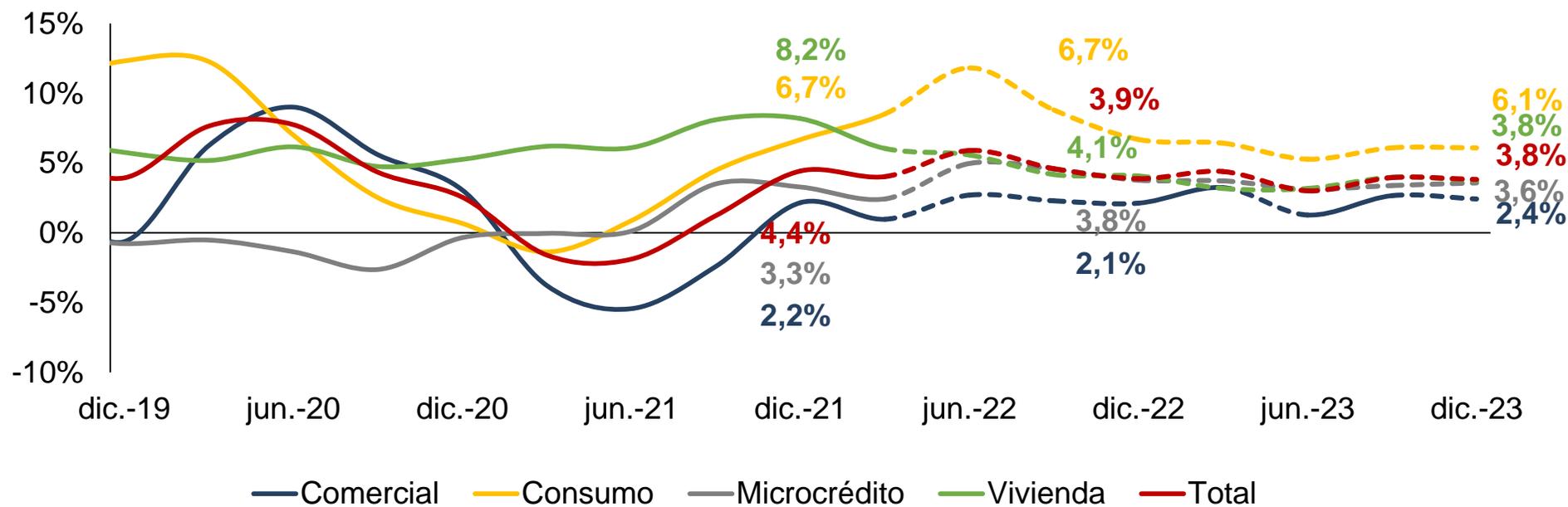
El crecimiento de los **desembolsos de los últimos 12 meses** se ubica en terreno positivo conforme asciende el otorgamiento de crédito. A agosto de 2022 los desembolsos anuales acumulaban \$511 billones.

Crecimiento anual de los desembolsos por modalidad en los últimos doce meses



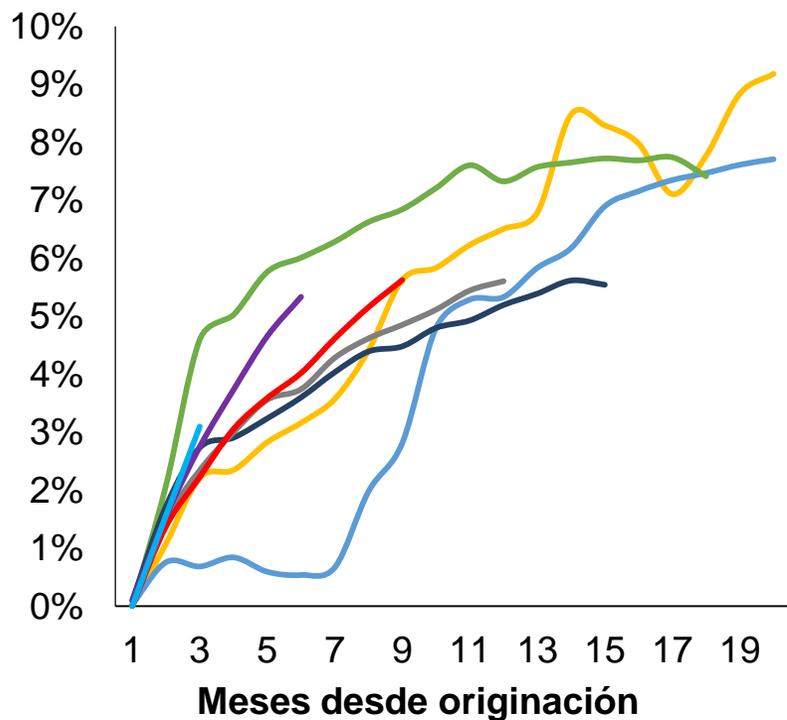
La cartera bruta continuaría expandiéndose ante una positiva dinámica de todas las modalidades aunque perdiendo ímpetu ante un menor crecimiento económico y un entorno de altas tasas de interés.

Crecimiento real anual de la cartera

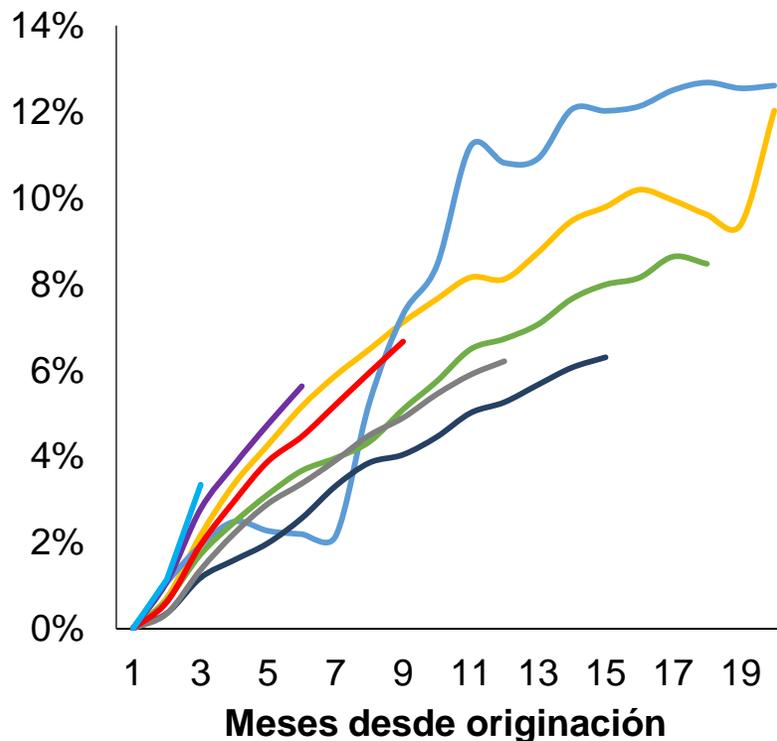


El fuerte ritmo de desembolsos en la cartera de consumo ha generado un mayor **deterioro en las últimas cosechas** principalmente de libre inversión y tarjeta crédito

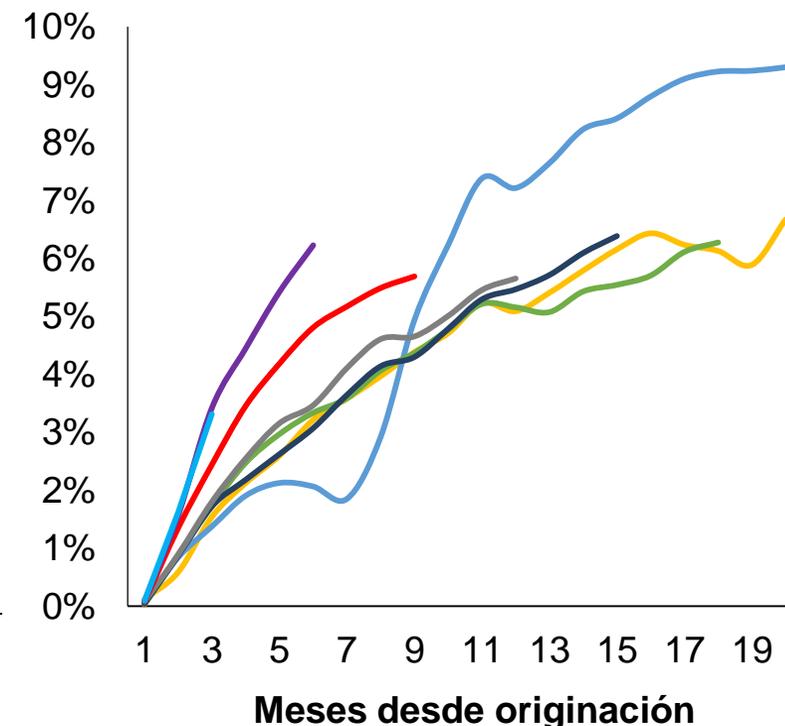
Cosechas de libre inversión



Tarjeta de crédito hasta 2 SMMLV



Tarjeta de crédito > 2 SMMLV



dic-18

dic-19

dic-20

mar-21

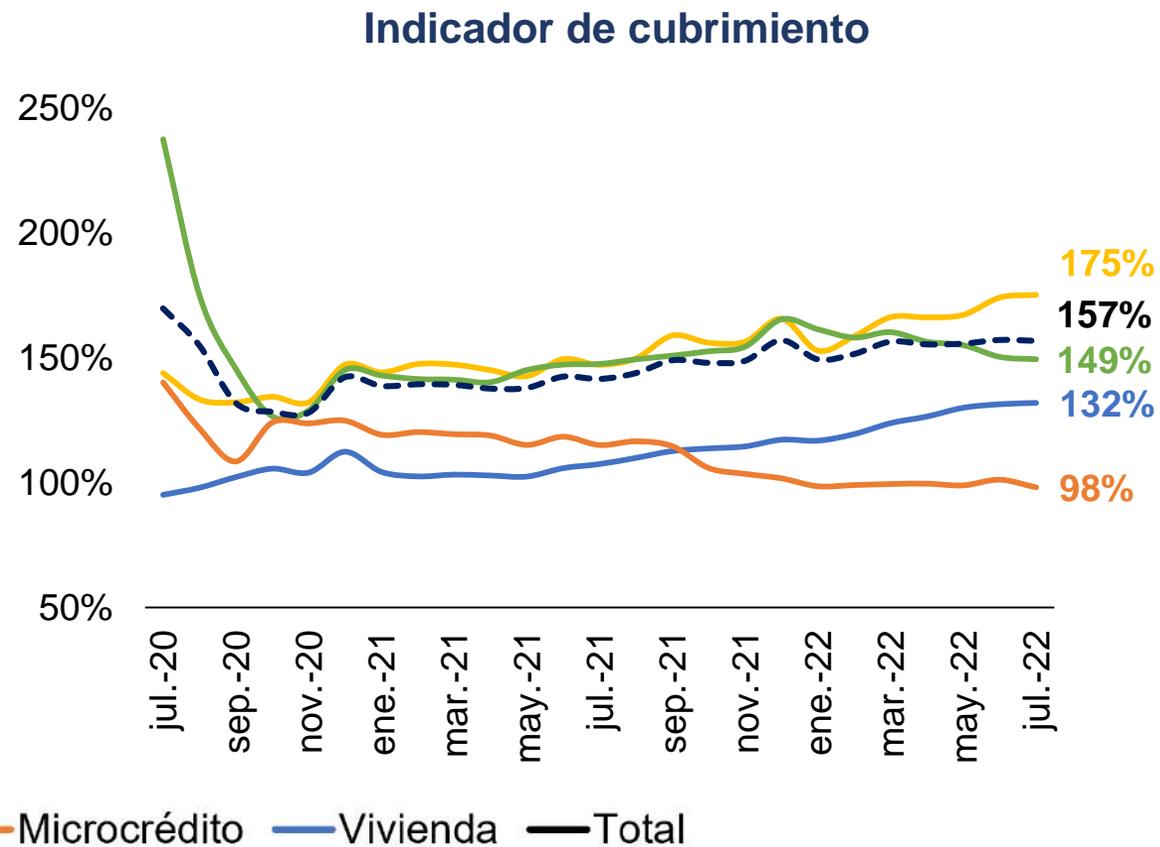
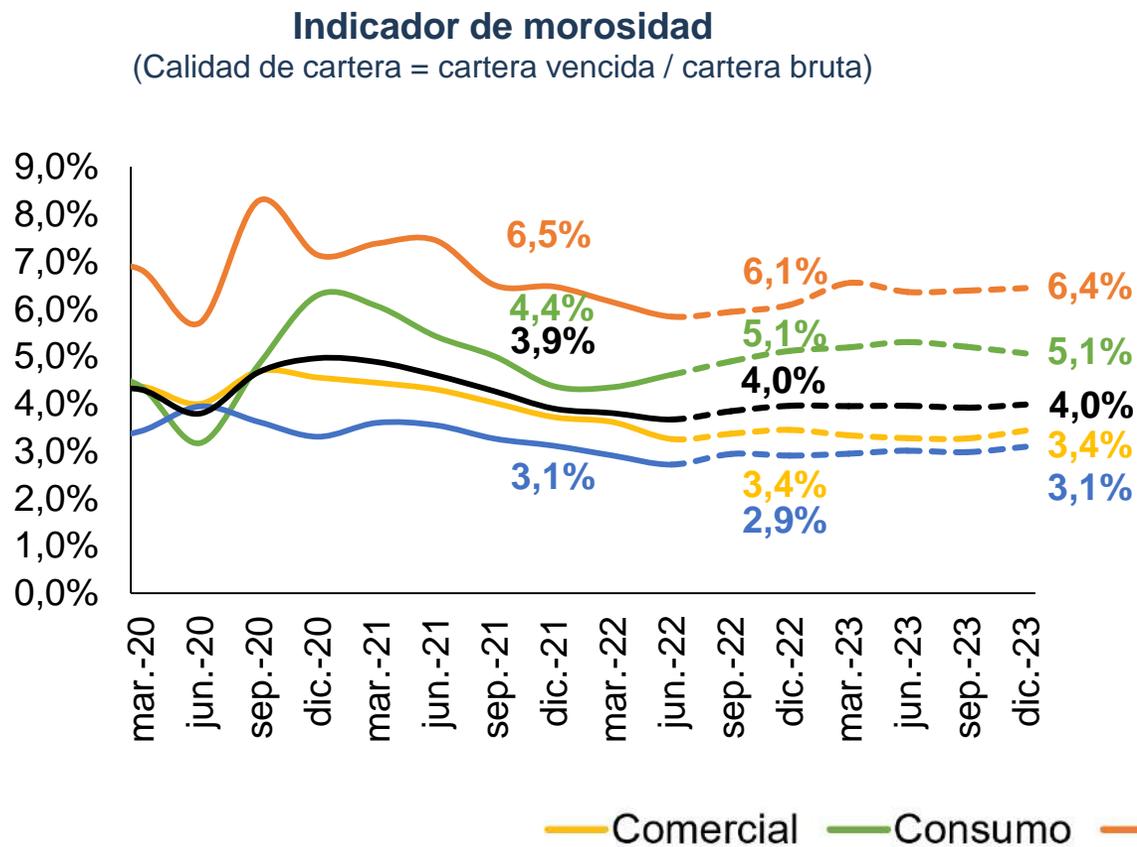
jun-21

sep-21

dic-21

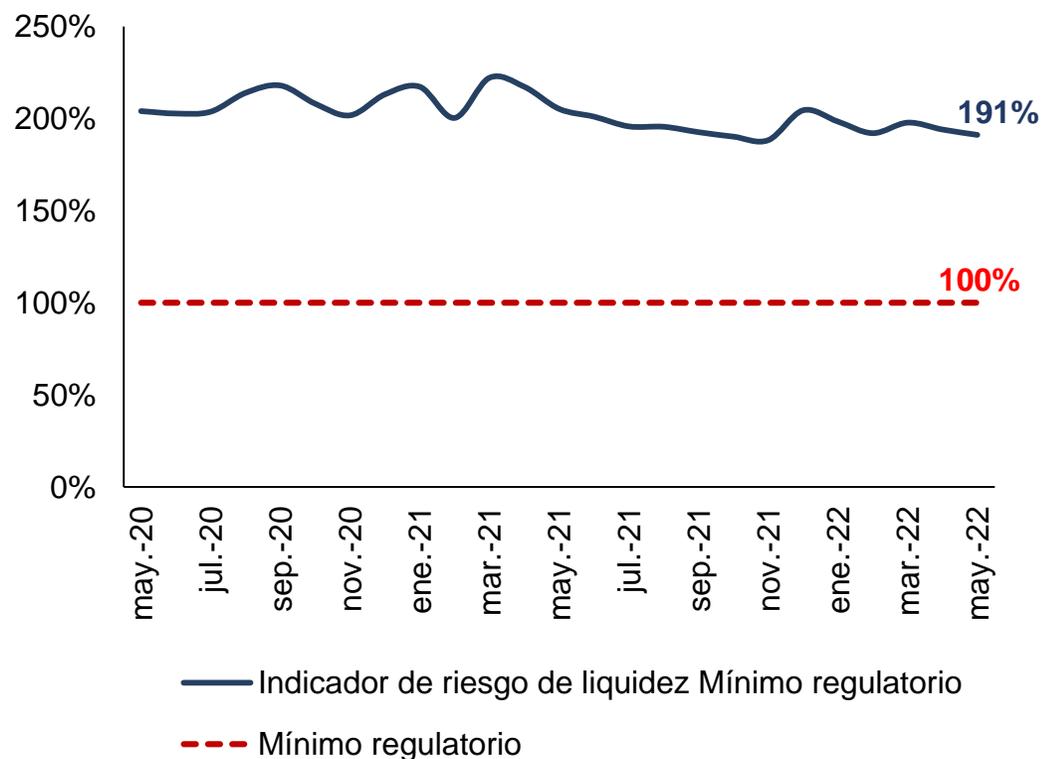
mar-22

Aunque los niveles de **morosidad** se encuentran por debajo de niveles pre pandemia, la cartera de consumo viene deteriorándose. No obstante, la cartera morosa se encuentra totalmente cubierta por las provisiones.

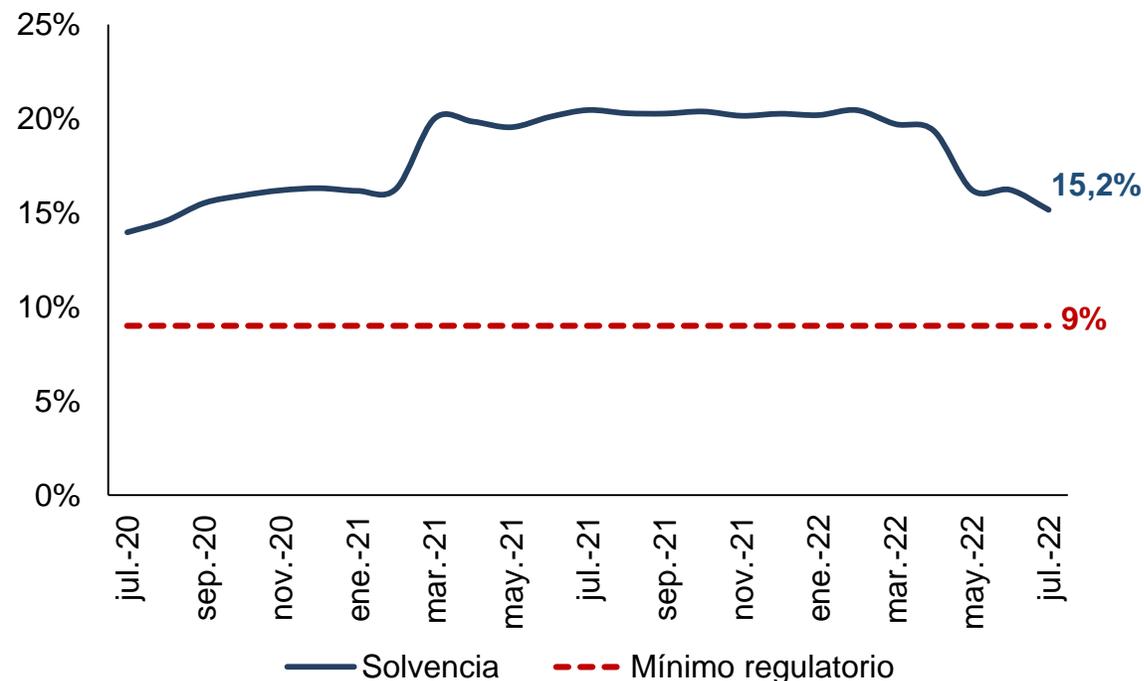


Los indicadores de riesgo de **liquidez** y de **solvencia** continúan situándose por encima de los niveles regulatorios, reflejando la solidez del sector, una solidez puesta a prueba en medio de la pandemia.

Indicador de riesgo de liquidez



Relación de solvencia



Balance de riesgos



Reducción gradual de la tasa de desempleo



Nivel elevado de los precios de las materias primas y la reducción de los déficit gemelos



Solvencia y estabilidad financiera adecuados en medio de un escenario sin deterioros notables en cartera



Prórroga del subsidio de "ingreso solidario" y continuación de programas estatales



Prolongación del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, así como sus efectos económicos a nivel global



Repunte de la inflación a nivel global y mayor celeridad en el proceso de normalización monetaria (Fed)



Ralentización del ritmo de crecimiento global debido a la persistencia de altos precios de las materias primas



Persistencia de la inflación y mayor celeridad en el proceso de normalización monetaria del Banco de la República.



Dificultad del gobierno para cumplir con las propuestas de mayor gasto y mantener la credibilidad fiscal.

Gracias por su atención

 Carrera 9 No. 74-08 piso 9

 60 1 3266600

 Asobancaria Colombia

 @asobancariaco

 @Asobancaria

 <https://www.asobancaria.com>

Reforma Tributaria

Proyecto de ley con modificaciones y adiciones
concertadas a la fecha – Septiembre 2022

JUAN CAMILO SERRANO VALENZUELA
ABOGADOS

Impuesto sobre la renta

Contribuyente	Tarifa
Personas Naturales	<p>Tarifa del 0% al 39% (se mantienen con respecto a las tarifas vigentes, pero con modificaciones en la determinación de la renta líquida gravable).</p> <p>El Proyecto de Ley dispone que la base de renta líquida gravable para personas naturales sujeta a las tarifas del 0% al 39%, incluirá también los ingresos de dividendos y participaciones y ganancias ocasionales. (Unificación de cédulas) Cédulas General y Ganancias Ocasiones Tarifa de Dividendos con descuento de 19 puntos Ganancia Ocasional tarifa de 15%</p> <p>Se disminuiría el tope de renta exenta y deducciones a 1.210 (1.340 mas 72 UVT por hasta 4 dependientes) UVT equivalente a COP\$46.000.000 (COP \$51.000.000) anuales con UVT 2022 (Actualmente es de 5.040 UVT \$191.540.000.)</p>
Personas Jurídicas	<p>Tarifa del 35% (se mantiene). Se eliminant las tarifas especiales de 9% Reviviría tarifa del 9% para nevos proyectos hoteleros en municipios de hasta 200.000 Hab. Por 10 años y plazo de 5 años. Límite de beneficios al 3% de la renta líquida</p>
Instituciones Financieras	<p>Tarifa del 38%, siempre que tengan una renta gravable superior a COP 4.560.480.000 para el 2022 (actualmente esta sobretasa está contemplada únicamente hasta el 2025). Propuesta de sobretasa a 5% incluyendo algunos sectores de explotación minera.</p>
	<p>Actualmente están gravados a una tarifa del 20%; no obstante, se propone que este porcentaje se entienda como una “tarifa reducida” que aplicaría para los contribuyentes que, entre otros requisitos, cumplan con un</p>

Impuesto sobre la renta

Límite de beneficios al 3% de la renta líquida

Personas Jurídicas

- 52 incentivo a la capitalización rural,
- 107-2 Deducciones por contribuciones a educación de los empleados,
- 126-2 Deducción por donaciones efectuadas a la corporación general Gustavo matamoros D'Costa,
- 158-1 Deducción por donaciones e inversiones en investigación, desarrollo tecnológico o innovación,
- 255 Descuento para inv. realizadas en control, conservación y mejoramiento del medio ambiente,
- 257 Descuento por donaciones a entidades sin ánimo de lucro pertenecientes al régimen especial,
- 257-1 Becas por Impuestos del Estatuto Tributario,
- 124 de la Ley 30 de 1992 Deducción de financiación de estudios de sus trabajadores
- 56 de la Ley 397 de 1997 Deducción del mantenimiento y conservación bienes de interés cultural,
- 44 de la Ley 789 de 2002 Estímulos para el proceso de capitalización,
- 23 de la Ley 1257 de 2008 Deducción por empleo a mujeres víctimas de la Violencia
- 4 de la Ley 493 de 2011. Deducción por inversiones en infraestructura de espectáculos de artes escénicas

Dividendos

Tarifa	Contribuyente
Del 0% al 39%	<p>Se aplicaría para la distribución de utilidades a (i) personas naturales residentes y (ii) sucesiones ilíquidas de causantes personas naturales residentes en Colombia.</p> <p>Es importante tener en cuenta que, al integrar la Renta Líquida Gravable de personas naturales, la tarifa aplicable será mayor si el contribuyente recibe ingresos por otros conceptos*.</p> <p>Además, se propone una retención en la fuente del 20% sobre el valor bruto de los dividendos pagados a personas naturales.</p>
Del 20%	<p>Se aplicaría para la distribución de utilidades a (i) personas jurídicas, (ii) entidades extranjeras sin domicilio en Colombia, (iii) personas naturales no residentes y (iv) sucesiones ilíquidas de causantes no residentes en Colombia. (Posiblemente el 15%)</p>

*Podría tener una modificación en el texto de ponencia para primer debate relacionada con un descuento de 19 puntos sobre el impuesto que se determine, sin considerar la creación de una nueva Cédula.

Dividendos

COMPARATIVO DE LA REFORMA TRIBUTARIA								
HOY			PROYECTO			ACUERDO		
BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	100.000.000	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	100.000.000
VALOR EN UVT		3421	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	230.000.000	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	230.000.000
VALOR A PAGAR	\$	22.718.560	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004
BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	100.000.000	VALOR EN UVT		6052	VALOR EN UVT		6052
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR A PAGAR	\$	54.427.740	VALOR A PAGAR	\$	54.427.740
VALOR EN UVT DIVIDENDOS		2631				BASE DIVIDENDOS - 1090 UVT	\$	58.575.640
BASE DIVIDENDOS - 300 UVT	\$	8.859.880				MENOS: 19% B.G DIVIDENDOS	\$	11.129.371,60
TOTAL A PAGAR	\$	31.578.440				TOTAL A PAGAR	\$	43.298.368,40
HOY			PROYECTO			ACUERDO		
BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	200.000.000	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	200.000.000
VALOR EN UVT		3421	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	330.000.000	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	330.000.000
VALOR A PAGAR	\$	22.718.560	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004
BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	200.000.000	VALOR EN UVT		8683	VALOR EN UVT		8683
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR A PAGAR	\$	87.434.046	VALOR A PAGAR	\$	87.434.046
VALOR EN UVT DIVIDENDOS		5263				BASE DIVIDENDOS - 1090 UVT	\$	158.575.640
BASE DIVIDENDOS - 300 UVT	\$	18.859.880				MENOS: 19% B.G DIVIDENDOS	\$	30.129.371,60
TOTAL A PAGAR	\$	41.578.440				TOTAL A PAGAR	\$	57.304.674,40
HOY			PROYECTO			ACUERDO		
BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000	BASE GRAVABLE	\$	130.000.000
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	300.000.000	BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	300.000.000
VALOR EN UVT		3421	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	430.000.000	TOTAL BASES GRAVABLES	\$	430.000.000
VALOR A PAGAR	\$	22.718.560	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004
BASE GRAVABLE DIVIDENDOS	\$	300.000.000	VALOR EN UVT		11315	VALOR EN UVT		11315
VALOR DE LA UVT 2022	\$	38.004	VALOR A PAGAR	\$	122.434.046	VALOR A PAGAR	\$	122.434.046
VALOR EN UVT DIVIDENDOS		7894				BASE DIVIDENDOS - 1090 UVT	\$	258.575.640
BASE DIVIDENDOS - 300 UVT	\$	28.859.880				MENOS: 19% B.G DIVIDENDOS	\$	49.129.371,60
TOTAL A PAGAR	\$	51.578.440				TOTAL A PAGAR	\$	73.304.674,40

Pensiones gravadas

Las pensiones de jubilación, invalidez, vejez, estarán gravadas solo en la parte del pago anual que exceda de 1.790 UVT, COP\$68.027.000 (es decir, se gravarán pensiones que tengan un ingreso mensualizado superior a COP\$5.669.000).

Se resalta que actualmente sólo están gravadas las pensiones en la parte mensual que exceda de COP\$ 38.004.000.

* Incluye pensiones percibidas en el exterior

Impuesto de Industria y Comercio

Se eliminaría la posibilidad de aplicar como descuento en el Impuesto de Renta, el 50% del ICA pagado. Por lo cual, los contribuyentes sólo podrán optar por la posibilidad de tomar como deducción el 100% de este impuesto. (No había entrado en vigencia el descuento del 100% del ICA)

Ganancias Ocasionales

Tarifa	Contribuyente
Del 0% al 39%	Se aplicaría para las ganancias ocasionales percibidas por (i) personas naturales residentes y (ii) sucesiones ilíquidas de causantes residentes en Colombia*.
Del 30%	Se aplicaría para las ganancias ocasionales percibidas por (i) personas jurídicas, (ii) entidades extranjeras sin domicilio en Colombia, (iii) personas naturales no residentes y (iv) sucesiones ilíquidas de causantes no residentes en Colombia.
Del 35%	Para Loterías, rifas, apuestas y similares

*Podría tener una modificación en el texto de ponencia para primer debate relacionada con mantener una base gravable independiente, aplicando una tarifa del 15%

Readquisición de acciones sería renta Ordinaria y no ganancia Ocasional, sin importar el tiempo de posesión.

Ganancias Ocasionales Exentas

Se proponen algunas modificaciones relacionadas con las exenciones de ganancias ocasionales:

- Pasarían estar exentas únicamente las indemnizaciones por seguros de vida que no superen los COP\$ 123.513.000 (actualmente la exención va hasta **COP \$475.050.000**).
- Sucesiones ilíquidas se entenderán exentas del impuesto: (i) los primeros COP \$494.052.000 del valor de un inmueble de habitación de propiedad del causante (actualmente la exención va hasta COP \$292.631.000), (ii) los primeros COP \$247.026.000 de bienes inmuebles diferentes a la vivienda de habitación de propiedad del causante (actualmente la exención va hasta COP \$ 292.631.000). *(No es claro si se incluyen todos los inmuebles)*
- En la utilidad generada por la venta de casas o apartamentos de habitación de las personas naturales estarán exentas los primeros **COP \$114.012.000 (COP \$190.000.000 Con condición de compra por AFC)** obtenidos por la materialización de la venta. Esta exención actualmente cubre hasta **COP\$285.030.000** pero se condiciona a que la totalidad de los dineros recibidos de la venta sean (i) depositados en cuentas AFC, y (ii) sean destinados a la adquisición de otra casa o apartamento de habitación, o para el pago de créditos hipotecarios.

Impuesto al Patrimonio

- **Hecho generador:** Se convierte en un impuesto permanente, que se causará por la posesión de patrimonios con un valor igual o superior a **72.000 UVT** (equivalente a COP\$3.000.000 para el 2023).
- **Sujetos pasivos:** (i) Personas naturales y sucesiones ilíquidas, contribuyentes el Impuesto de Renta. (ii) Personas naturales no residentes respecto del patrimonio poseído directamente en el país o indirectamente a través de establecimientos permanentes. (iii) Las sucesiones ilíquidas de causantes sin residencia en el país al momento de su muerte respecto de su patrimonio poseído en el país. (iv) Sociedades o entidades extranjeras que posean bienes en Colombia diferentes de acciones, cuentas por cobrar y/o inversiones de portafolio.
- **Base gravable:** Patrimonio bruto poseído a 1 de enero de cada año menos las deudas a cargo.
- Reglas especiales de determinación de la base gravable:
 - (i) Las personas naturales pueden excluir de la base las primeras 12.000 UVT (COP\$456.048.000 para 2022) del valor patrimonial del inmueble destinado exclusivamente para su habitación. No entrarían bajo este concepto, los inmuebles de recreo o las segundas viviendas.
 - (ii) En el caso de acciones el valor corresponderá: (i) para acciones que no coticen en bolsa, al valor intrínseco (Discusión entre contable o fiscal) y (ii) para acciones listadas, al valor de cotización bursátil.
 - (iii) En el caso de participaciones en fundaciones de interés privado, trusts, fondos de inversión o negocios fiduciarias, el valor patrimonial corresponderá al patrimonio neto subyacente.

*Se establecería un periodo de transición de 4 años para ajustar valores patrimoniales.

Impuesto al Patrimonio

• Tarifas:

Progresión: Tarifa

- 0% Para los primeros 72.000 UVT de la base gravable
- 0,5% Para los siguientes 50.000 (De 72.000 a 122.000 UVT (De 3.000 MM a 5.000 MM))
- 1,0% Para los valores que excedan las 122.000 UVT (De 5.000 MM en adelante)

Acuerdo

- 1,5% Para los valores que excedan las 250.000 UVT (Mas de 10.000 MM)**

Ejemplos:

Patrimonio 7.000	Régimen anterior	Régimen propuesto	Acuerdo Parlamentario
0 a 3.000	30.000.000	0	0
3.000 a 5.000	20.000.000	10.000.000	10.000.000
5.000 a 10.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Mas de 10.000	0	0	0
TOTAL	70.000.000	30.000.000	30.000.000

Impuesto al Patrimonio

Patrimonio 12.000	Régimen anterior 1%	Régimen propuesto 0%; 0,5%; 1%	Acuerdo Parlamentario 0%; 0,5%; 1%; 1,5%
0 a 3.000	30.000.000	0	0
3.000 a 5.000 (2.000)	20.000.000	10.000.000	10.000.000
5.000 a 10.000 (5.000)	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Mas de 10.000 (2.000)	20.000.000	20.000.000	30.000.000
TOTAL	120.000.000	80.000.000	90.000.000

Patrimonio 25.000	Régimen anterior	Régimen propuesto	Acuerdo Parlamentario
0 a 3.000	30.000.000	0	0
3.000 a 5.000	20.000.000	10.000.000	10.000.000
5.000 a 10.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Mas de 10.000	150.000.000	150.000.000	225.000.000
TOTAL	250.000.000	210.000.000	285.000.000

Régimen Simple de Tributación

- Nueva categoría para el sector salud y asistencia social

Ingresos Brutos Anuales		
Igual o Superior (UVT)	Inferior (UVT)	Tarifa Simple consolidada
0	6.000 (240.000.000)	4,1%
6.000 (240.000.000)	15.000 (600.000.000)	5,5%
15.000 (600.000.000)	30.000 (1.200.000.000)	6,0%
30.000 (1.200.000.000)	100.000 (4.000.000.000)	6,5%

- Cambio de tarifas para:
 - Comercio último grupo de 5,4% a 5%
 - Profesionales de 15.000 UVT a 30.000: Pasa de 12% a 7,8%
 - 30.000 UVT a 100.00 : Pasa de 14,5% a 8,3%
 - Expendio de Comidas de 15.000 UVT a 30.000: Pasa de 5,5% a 4,4%
 - 30.000 UVT a 100.00 : Pasa de 7% a 5%

Otros aspectos

1. Se eliminan las tarifas especiales del Impuesto de Renta, excepto la del 9% para empresas industriales, comerciales del Estado y de economía mixta.
2. Las contraprestaciones económicas a título de “regalías” no serán deducibles del impuesto sobre la renta, ni podrán ser tratadas como un costo o gasto. Frente a este punto valdría la pena evaluar si el Gobierno GP tendría en cuenta el concepto de “situación jurídica consolidada” y el principio de “irretroactividad tributaria” con el fin de determinar qué deducciones declaradas en virtud de la obtención de regalías se entenderían como derechos adquiridos y cuáles no.
3. El valor de los ingresos no constitutivos de renta, deducciones especiales, rentas exentas y descuentos tributarios no podrá exceder el 3% anual de la renta líquida ordinaria del contribuyente antes de detraer las deducciones especiales.
4. Se eliminan las rentas exentas del Impuesto de Renta relacionadas con:
 - Economía naranja.
 - Desarrollo del campo colombiano.
 - Rentas asociadas a la vivienda de interés social y a la vivienda de interés prioritario (Mantiene Los rendimientos financieros provenientes de créditos para la adquisición de este tipo de vivienda.
 - Nuevas plantaciones forestales.
 - Servicio de transporte fluvial con embarcaciones y planchones de bajo calado.
 - Creaciones literarias de la economía naranja.

Los contribuyentes que hubieren acreditado las condiciones para acceder a las tarifas diferenciales y demás beneficios tributarios derogados o limitados mediante la presente ley, podrán disfrutar del respectivo tratamiento durante la totalidad del término otorgado en la legislación bajo la cual se consolidaron las respectivas situaciones jurídicas.

Impuesto al Consumo de productos comestibles ultraprocesados

Estarán sujetos al impuesto nacional al consumo la producción y consecuente primera venta, o la importación, los productos comestibles ultraprocesados industrialmente y con alto contenido de azúcares añadidos y/o edulcorantes.

Responsables del impuesto: El impuesto nacional al consumo de productos comestibles ultraprocesados y con alto contenido de azúcares añadidos estará a cargo del productor, el importador, o el vinculado económico de uno y otro.

Causación: En el caso de productos nacionales, el impuesto se causa en el momento en que el productor los entrega en fábrica o en planta para su distribución, venta o permuta en el país, o para publicidad, promoción, donación, comisión o los destina a autoconsumo.

En el caso de productos extranjeros, el impuesto se causa en el momento en que los mismos se introducen al país, salvo cuando se trate de productos en tránsito hacia otro país.



Estrategias fundamentales para el éxito empresarial

Por Mauricio Borja Ávila

5 de Octubre de 2022
mauricioborjaavila@outlook.com

Contenido

1. Fundamento estratégico
2. Bases de la actuación
3. Orientación estratégica
4. Aplicación práctica
5. Resultados
6. Conclusión

1.

Fundamento estratégico

- i. Pensamiento estratégico
- ii. Planeación estratégica

Pensamiento estratégico



Planeación estratégica



Planeación estratégica



Planeación estratégica

1 Proactiva

3 Impactante

2 Esencial

4 De largo plazo

2.

Bases de la actuación

- i. **Ética**
- ii. **Actitud positiva**
- iii. **Inteligencia emocional**

Ética



Actitud positiva

1 Origen de lo que pasa

2 Responsable del comportamiento

3 No tomar los problemas como personales

4 Ser flexible

5 Autoevaluar

Inteligencia emocional



Razón e intuición



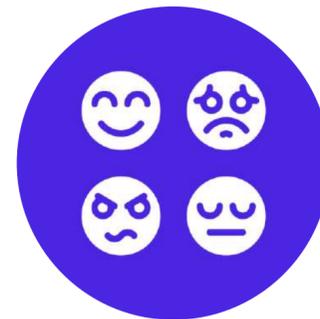
**Seguir al corazón
después de
analizar**



**Entender a los
otros**



Pasar la página



**Equilibrar las
emociones**



Sentido común

3.

Orientación estratégica

- i. Liderazgo
- ii. Gerencia Eficaz
- iii. Mercadeo

Liderazgo

Comunicar

Motivar



Huella

Situacional

Gerencia eficaz

1 Crecimiento y rentabilidad

2 Concentración

3 Evitar la miopía

4 Optimizar el tiempo

5 Modelo de negocio

Mercadeo

**Seleccionar los
segmentos**

Conquistar

Retener

Optimizar

Calidad

**Entender el concepto
de mercadeo**

**Ciencia, técnica,
arte**

4.

Aplicación Práctica

- i. Servicio al cliente
- ii. Ventas

Servicio al cliente



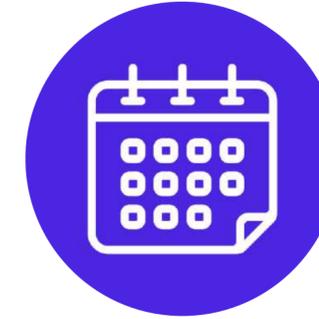
Ventas



**Conocer bien lo
que se vende**



Estudio Previo



Día típico



**Vendedor como
orquesta**



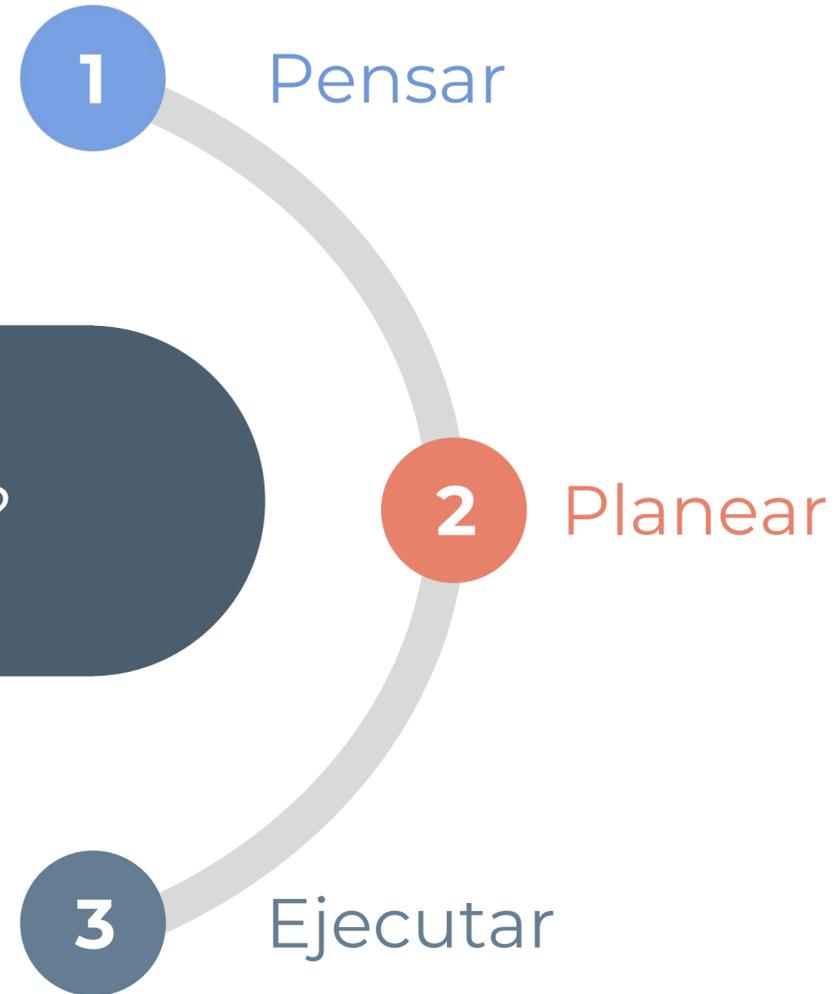
**Toda acción
orientada a vender**

5.

Resultados

- i. **Éxito**
- ii. **Crecimiento empresarial perdurable**

Éxito



Disciplina

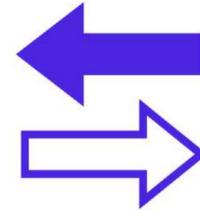
Hábitos



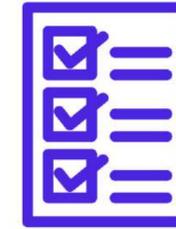
Crecimiento empresarial perdurable



**Fomentar las virtudes
del equipo**



Todo cambia



**Actuar según las
prioridades**



**No asumir el rol de
víctima**



Disfrutar los caminos

6.

Conclusión

ESTRATEGIAS FUNDAMENTALES PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

Con base en el libro
ASÍ SÍ – El camino y el mantenimiento del éxito y de la felicidad

1. Habilidades y Actitud positiva = Resultados

2. Secuencia lógica

mauricioborjaavila@outlook.com

INFORMACIÓN Y CONCEPTOS ÚTILES PARA LA ORIENTACIÓN EMPRESARIAL

César Caballero

Con el apoyo de Antonia Maturana y Eduardo Freire



CLUB DE BANQUEROS
Y EMPRESARIOS



CIFRAS & CONCEPTOS

INFORMACIÓN INTELIGENTE

5.780.623

Micronegocios en Colombia a 2021 en
24 ciudades y áreas metropolitanas

9,8%

De patrones(as) o
empleadores(as)

90,2%

De trabajadores(as)
por cuenta propia

23,5%

Bogotá D.C

15,2%

Medellín

12,6%

Barranquilla

10,6%

Cali

6,7%

Bucaramanga



307.679

Nuevas unidades productivas
entre enero y diciembre de 2021

10,6% más que en el
mismo periodo de 2020

Mayor contribución

Servicios	5pp
Comercio	3pp
Industria	1pp

Mayor variación

Extracción	15,3%
Agricultura	13,3%
Servicios	13,1%

74,4%

Personas naturales

25,6%

Sociedades

61,3%

Mujeres

38,7%

Hombres

23,2%

Tienen una participación media–alta
de las mujeres en el capital.



Cantidad de micronegocios según tiempo de funcionamiento

	2019	2020	2021
Total	6.025.575	5.631.123	5.780.623
Menos de un año	695.611	647.485	641.250
De 1 a menos de 3 años	1.070.431	866.529	1.007.649
De 3 a menos de 5 años	656.329	648.994	679.602
De 5 a menos de 10 años	902.346	890.263	903.962
10 años y más	2.700.858	2.577.852	2.548.159



¿En dónde se encuentra el mercado?

Ciudad

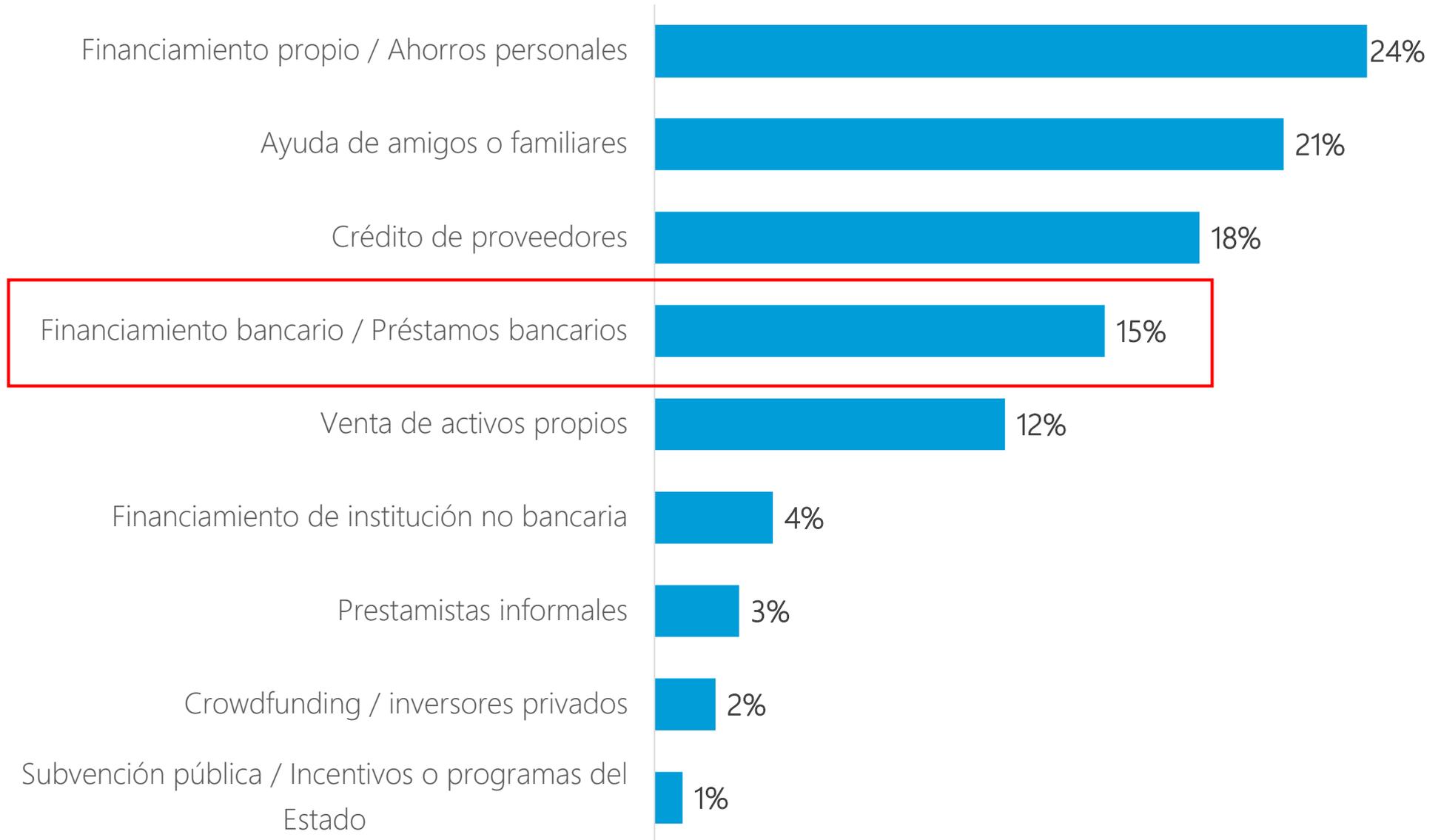
Región

País

Resto
del
mundo



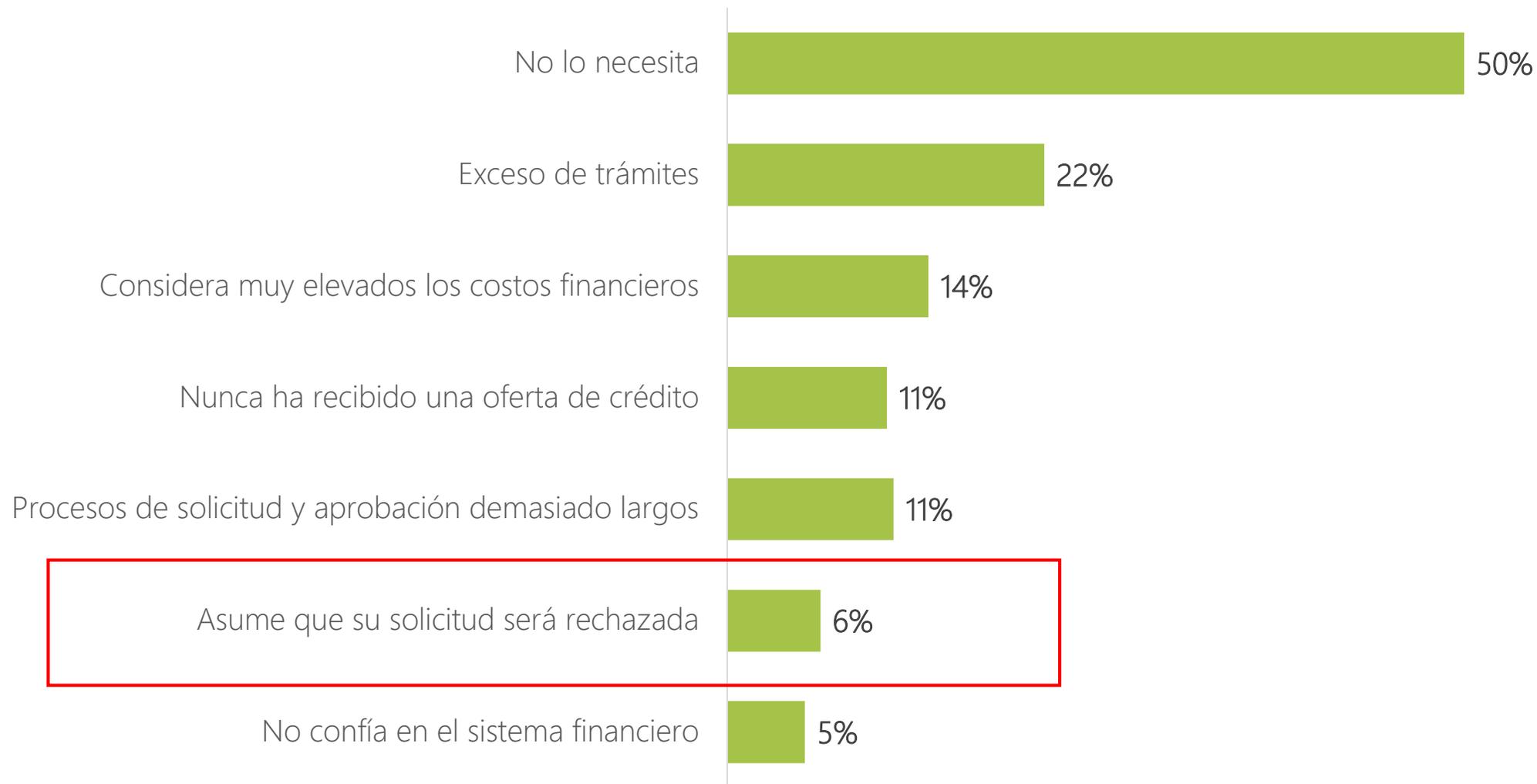
Principal fuente de financiamiento



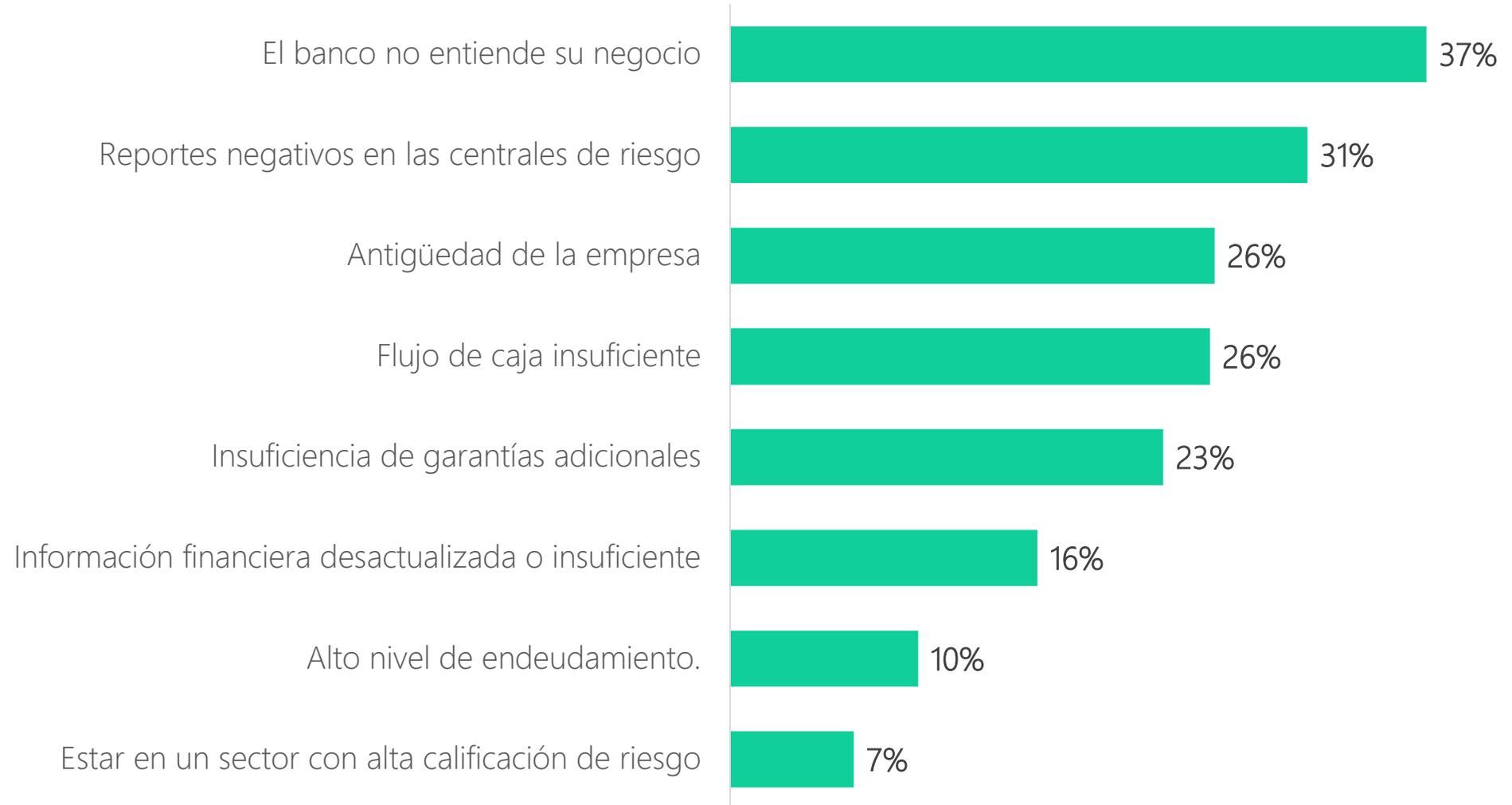
Fuente: Gran encuesta Pyme 2020.



Razones por las que no se solicitan créditos en el Sistema Financiero



Razones por las se asume que la solicitud de crédito será rechazada



La sociedad colombiana está cambiando

3.1

Personas en promedio por hogar

18.5%

Hogares unipersonales

Fuente: CNPV 2018 – DANE.

58% Tienen mascotas

34% Tienen hijos menores de 18 años

23% Tienen algún tatuaje en el cuerpo



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE

Auto reconocimiento étnico como Negro(a), mulato(a), afrodescendiente, afrocolombiano(a)

Adultos

7%

11%

Jóvenes

6%

16%

2021

2022

Afinidad religiosa

59% Cristiana Católica

18% Cristiana no Católica

21% Ninguna

Fuente: Encuestas realizadas por Cifras & Conceptos.

Velocidad promedio en Bogotá



2021



2022



2am



6pm

Mayor velocidad
promedio

Usme	34,76 km/h
Teusaquillo	34,51 km/h
Tunjuelito	34,07 km/h
Antonio Nariño	33,64 km/h
Barrios unidos	30,29 km/h

Menor velocidad
promedio

San Cristóbal	13,65 km/h
Bosa	16,04 km/h
Rafael Uribe Uribe	22,75 km/h
Chapinero	22,92 km/h

Fuente: Observatorio de movimiento de carga de larga, media y corta distancia.



Tienen
motocicleta



Tienen
automóvil



Tienen
camioneta

Fuente: Cálculos C&C con información del RUNT facilitada por ANDEMOS.

Importancia de conocer su mercado

- 1 ¿En donde está ubicado?
- 2 ¿Qué edad tiene?
- 3 ¿Cuál es su nivel de ingresos?
- 4 ¿Qué servicio(s) ofrece?
- 5 ¿Cuál es su tipo de producción?
- 6 ¿Hacia qué segmentos quiere apuntar?
- 7 ¿Como cree que son sus clientes (rango de edad, intereses)?
- 8 ¿Que empresa cree usted que hace bien las cosas en su sector?





¡GRACIAS!

Twitter: @C_CaballeroR
@cifrasyconcepto

TikTok: @cesarcaballeror

ccaballero@cifrasyconceptos.com
contacto@cifrasyconceptos.com

<https://www.cifrasyconceptos.com>



CIFRAS & CONCEPTOS

INFORMACIÓN INTELIGENTE



Principales conceptos financieros y contables para
Mipymes

Principales conceptos financieros

Octubre 12 de 2022

OBJETIVO BÁSICO FINANCIERO

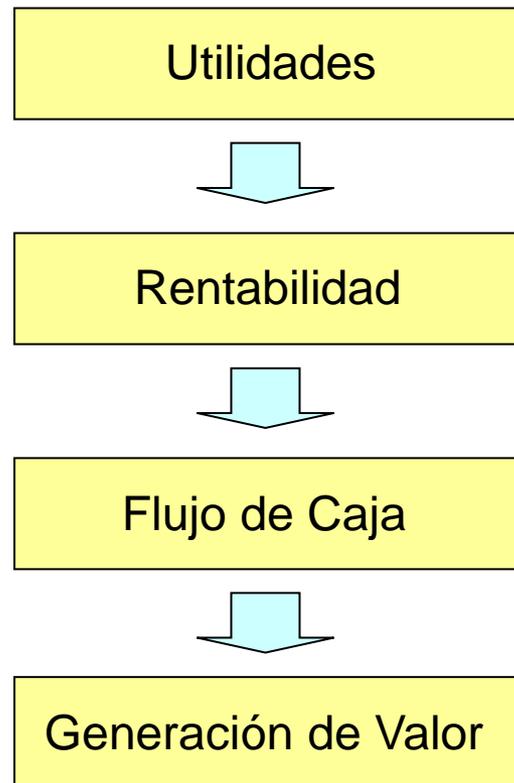
-
- El Objetivo Básico Financiero (OBF)
 - NO es el de maximizar las utilidades (corto plazo)
 - SI es el de maximizar el valor de la empresa

LA CAPACIDAD DE GENERA FLUJO DE EFECTIVO

- El Objetivo Básico Financiero (OBF)
 - Objetivo a largo plazo: maximizar el valor de la empresa
 - Para lograrlo debe cumplir las funciones de:



- Valor de la Empresa



DECISIONES FINANCIERAS

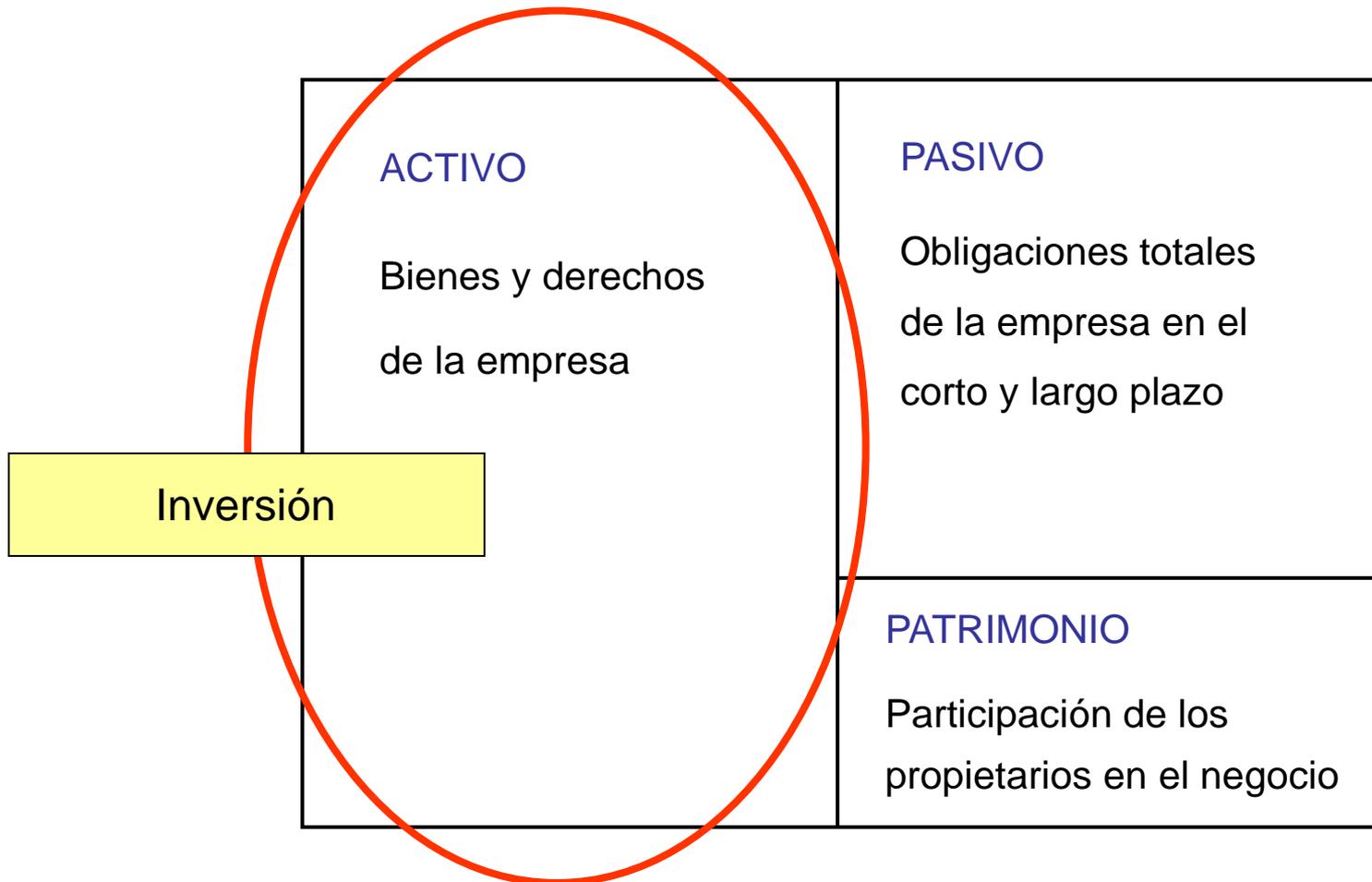
- Las decisiones financieras

Inversión

Financiación

Operación

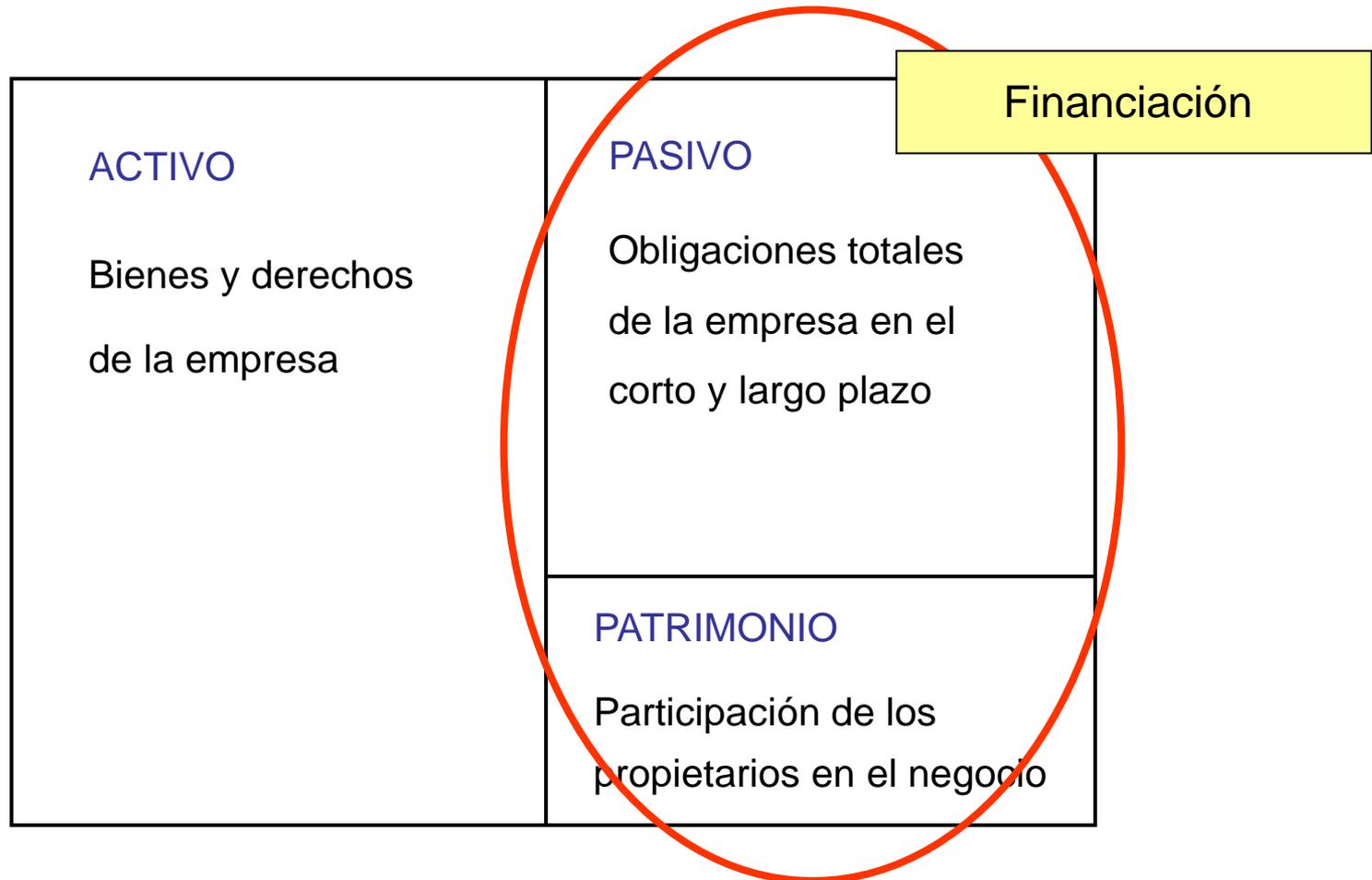
- Decisiones de Inversión



-
- Decisiones de Inversión
 - Volumen de activos fijos
 - Políticas de crédito (ventas)
 - Manejo del inventario
 - Crecimiento de la empresa
 - Combinación de activos fijos y corrientes

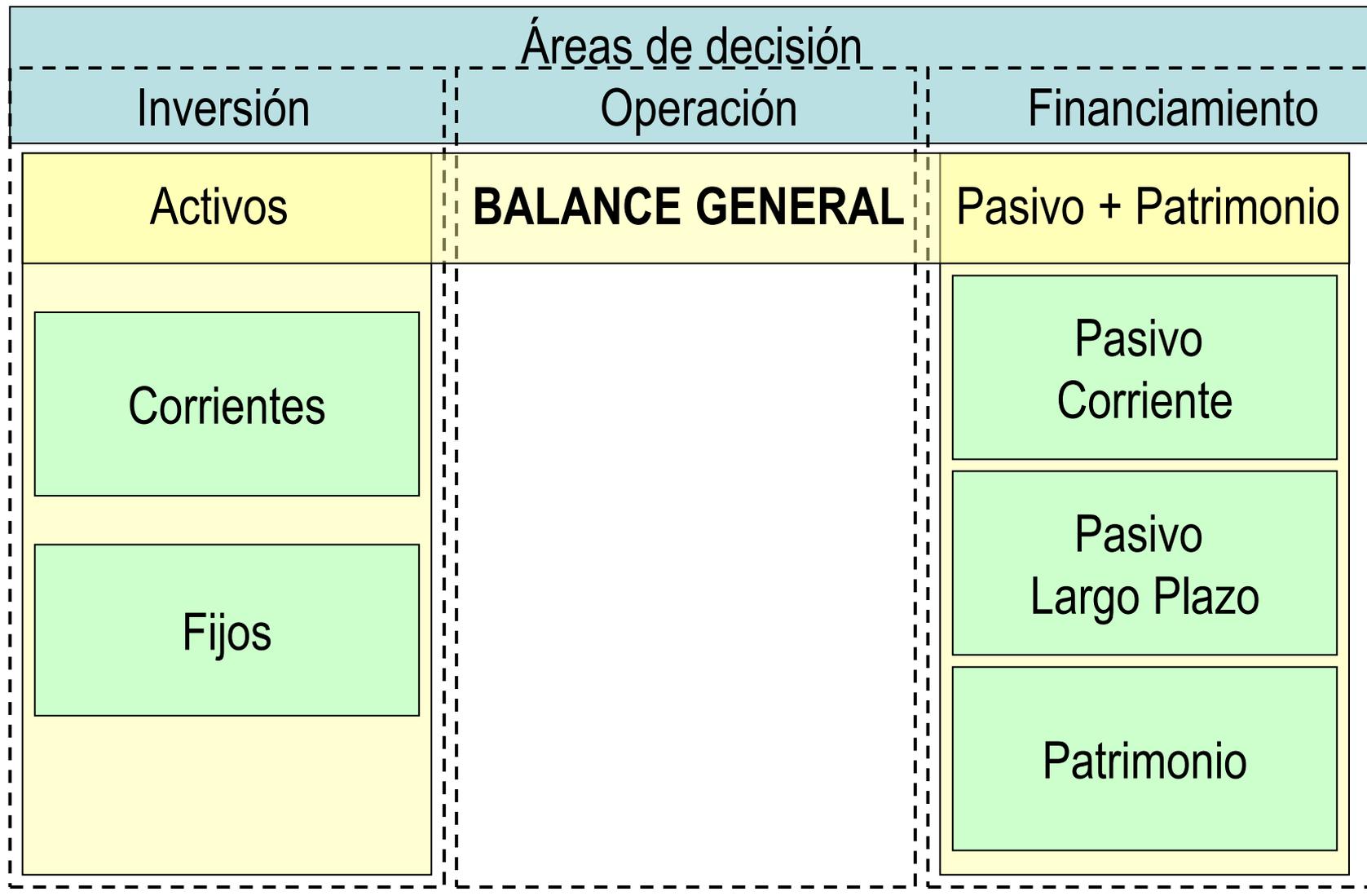
Inversiones: acordes a una estrategia sostenible, viables económicamente y que no comprometan la liquidez de la empresa

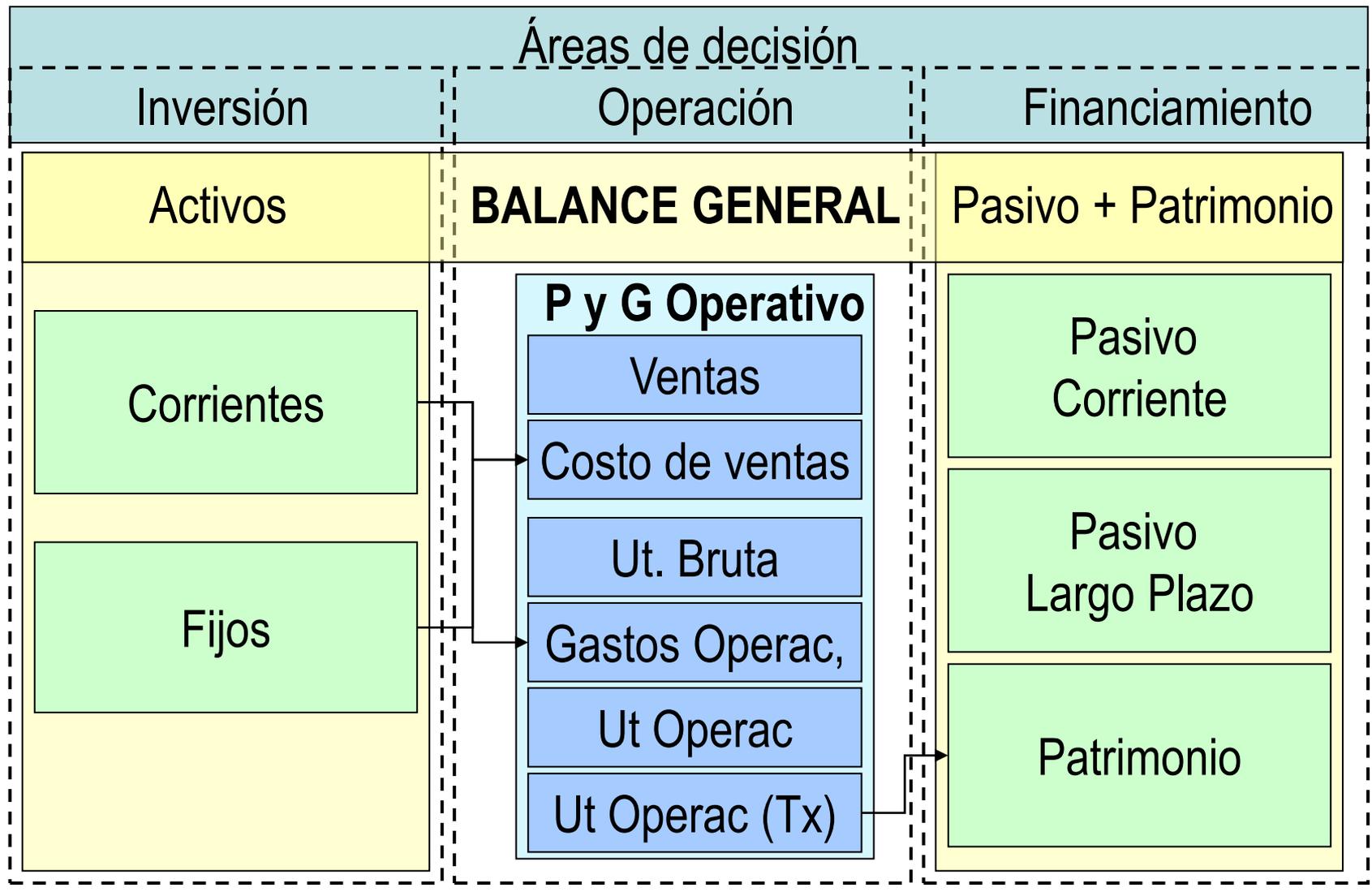
- Decisiones de Financiación



➤ Decisiones de Financiación

- Principal decisión de financiación: la Estructura Financiera
- Busca el balance entre la proporción de pasivos (deuda) y de patrimonio (recursos propios) que la empresa tiene para financiar sus activos, para evitar riesgo de insolvencia
- La **utilidad operacional** debe responder a los requerimientos de los accionistas (Dividendos), los intereses de la deuda (Ajustada por impuestos) y las utilidades retenidas





INDICADORES FINANCIEROS

- **Indicadores Financieros**

- Relación entre dos cuentas
- Relaciona los estados financieros
- Señala puntos fuertes y débiles de la empresa
- Permite establecer probabilidades y tendencias
- Usted nunca tendrá muchos

- Promedio de la industria
- Índices de periodos anteriores
- Presupuesto de la empresa
- Otros índices

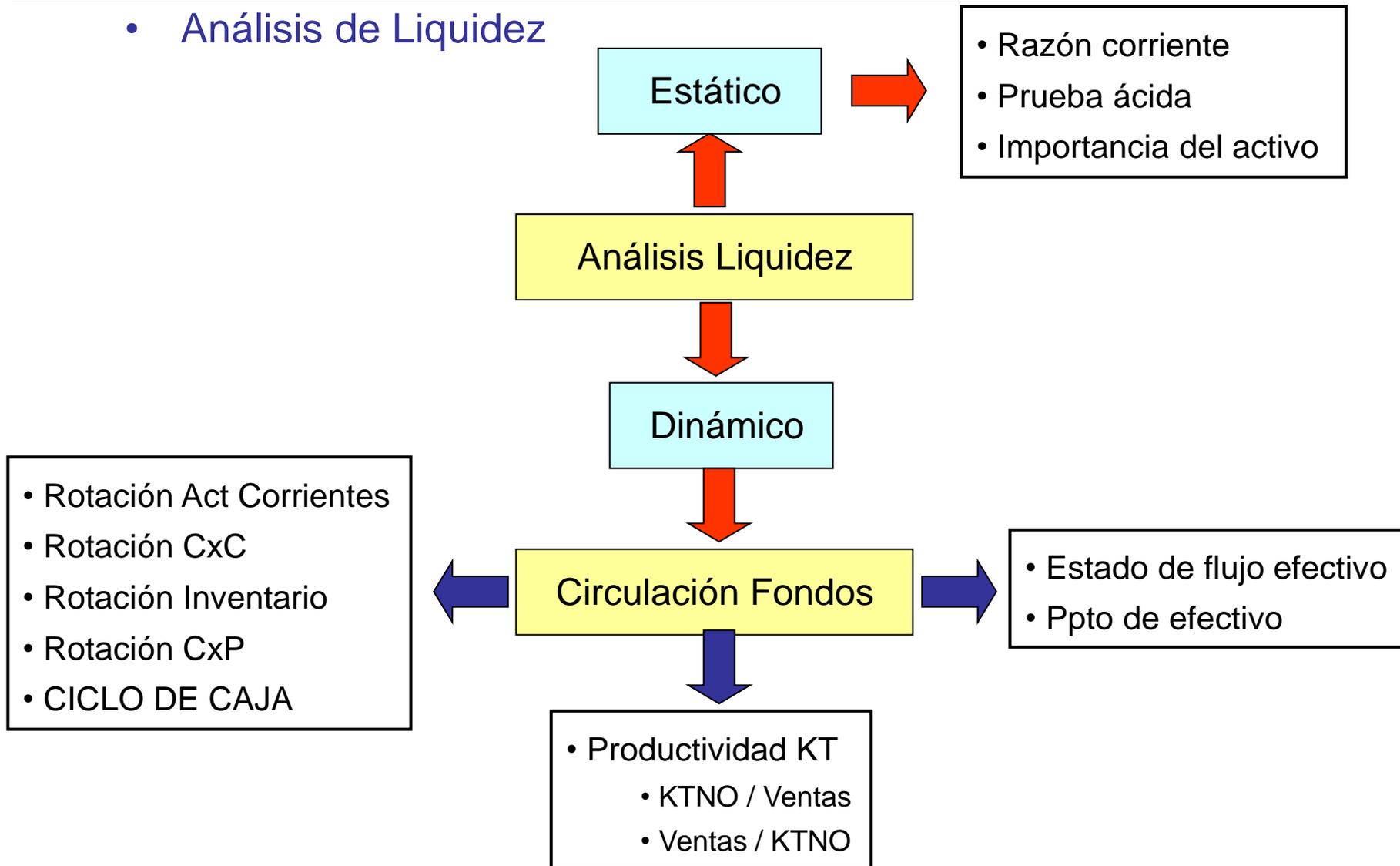
- Clasificación de los Indicadores Financieros

Liquidez

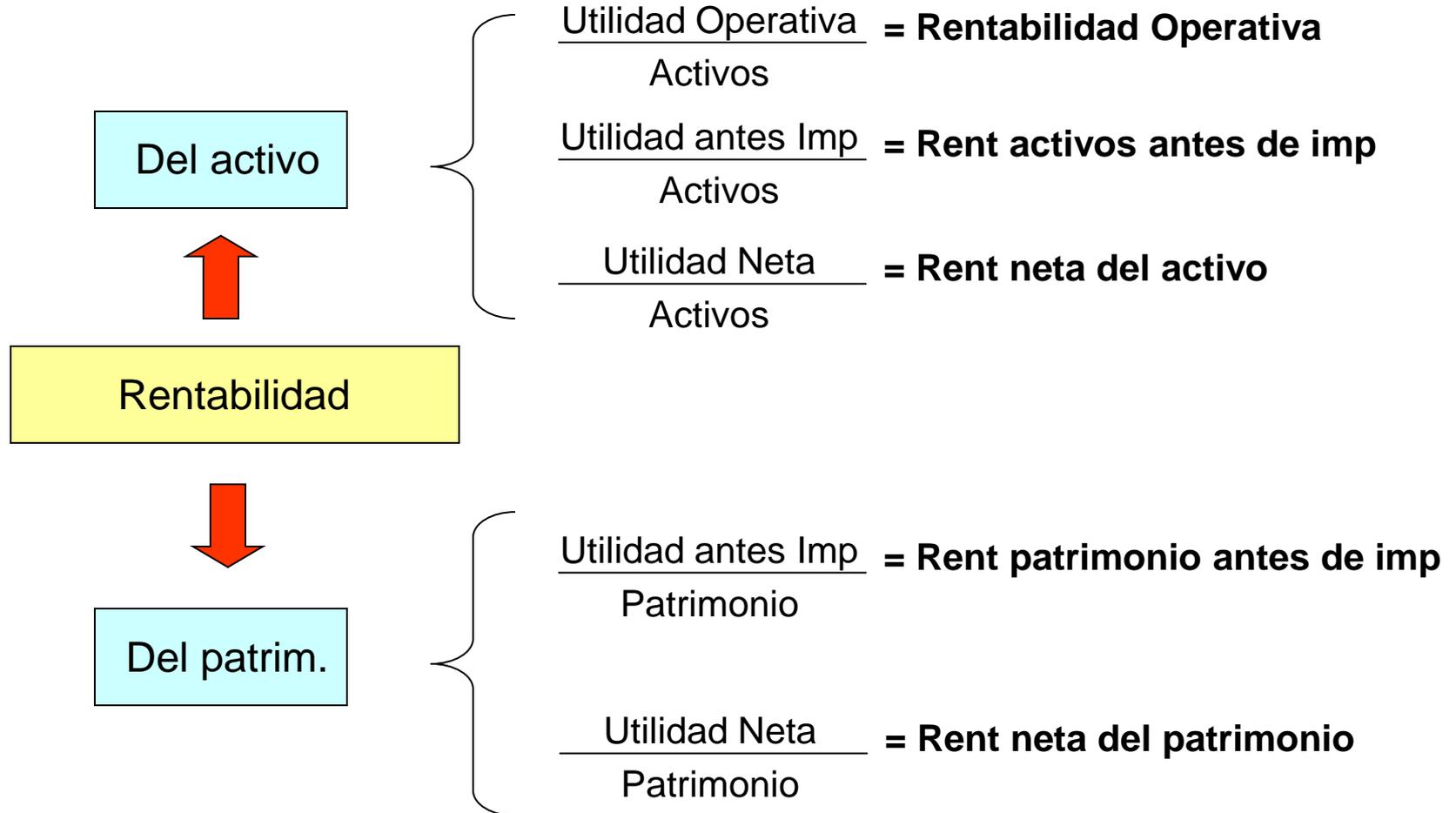
Rentabilidad

Endeudamiento

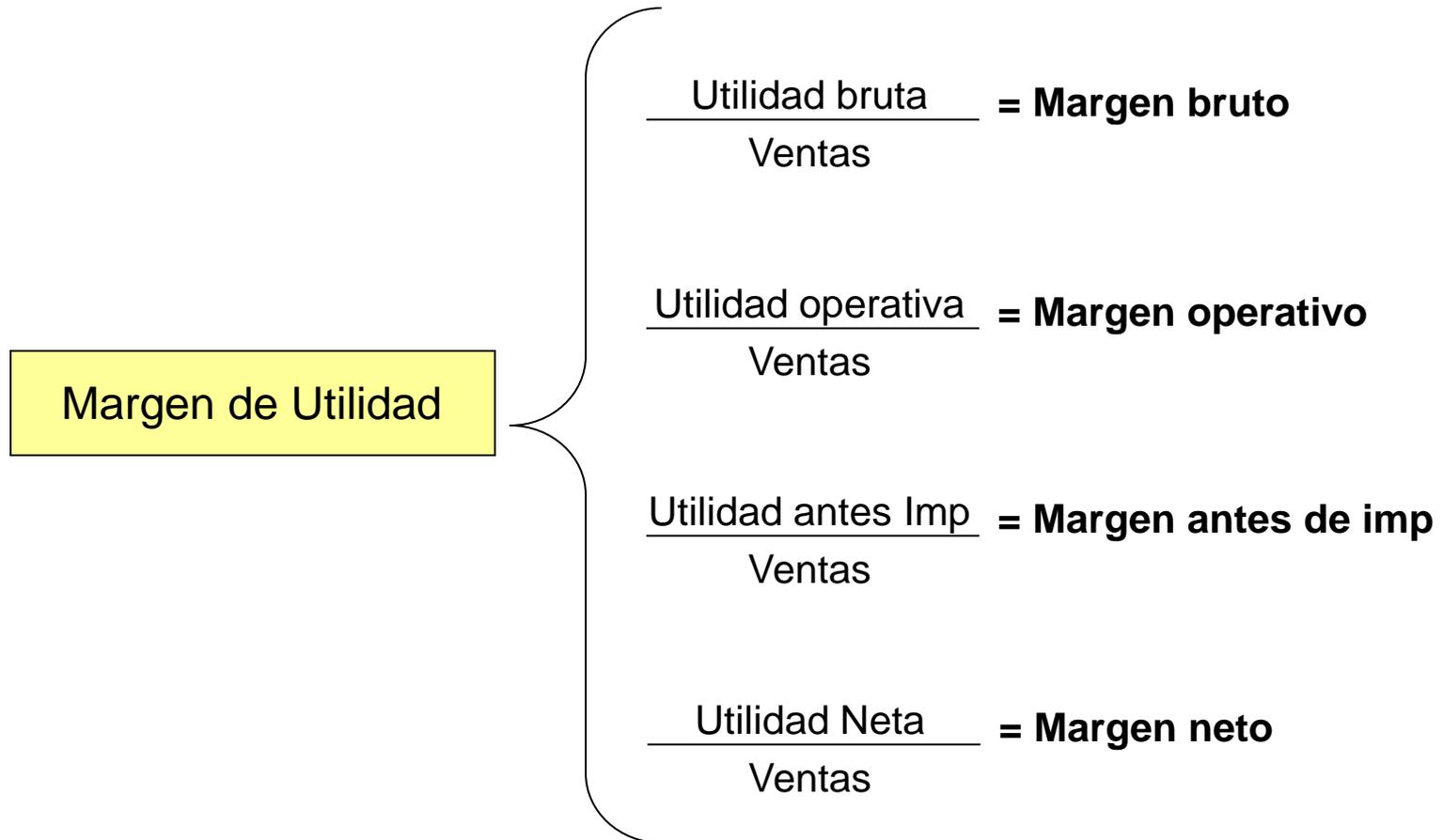
- Análisis de Liquidez



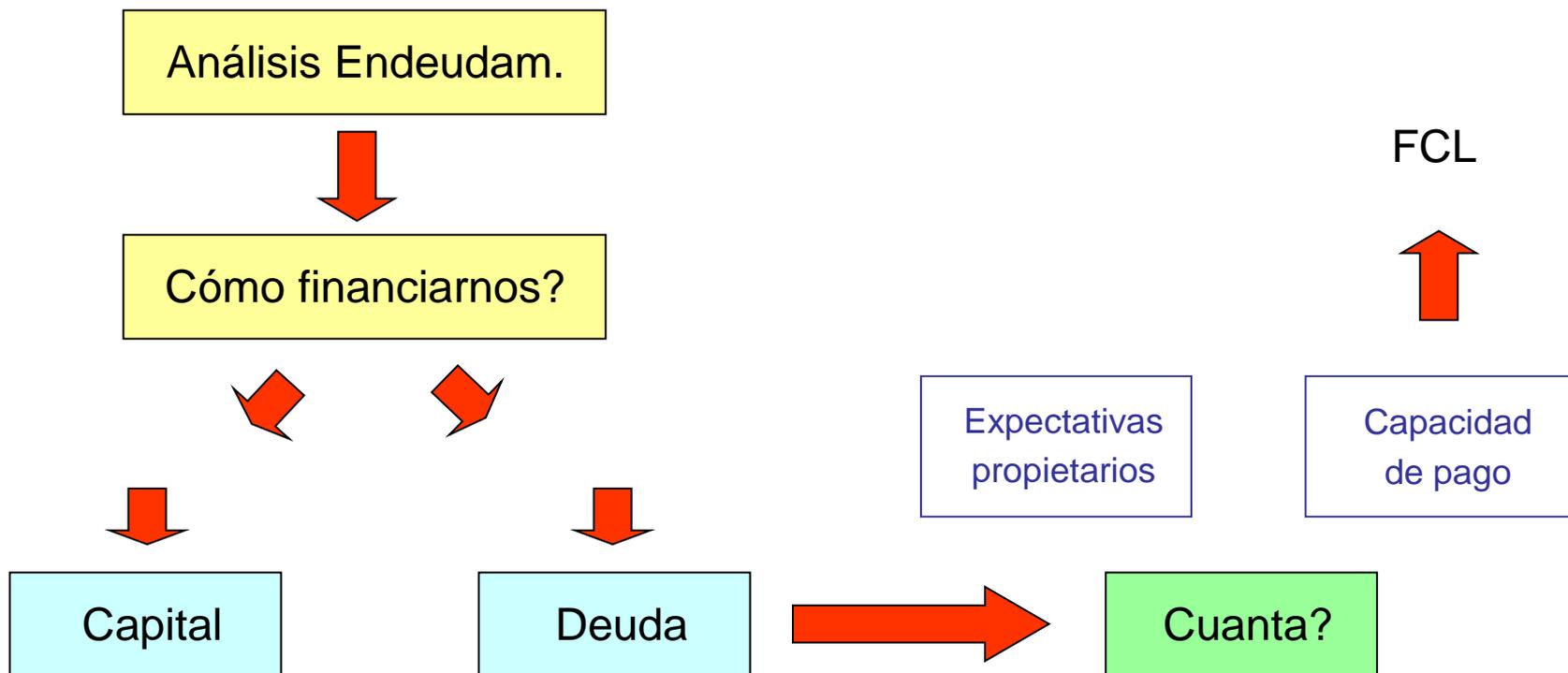
- Rentabilidad



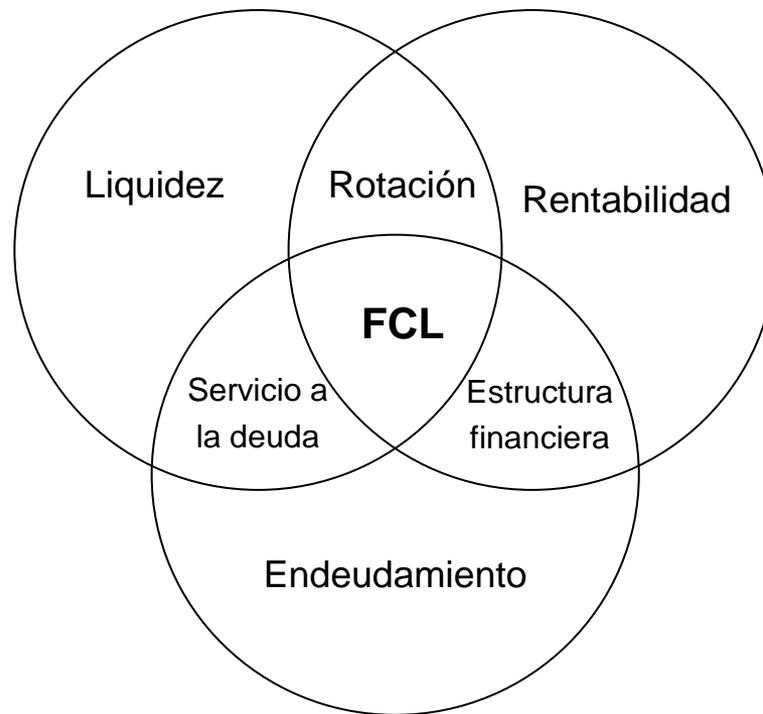
- Márgenes de Utilidad



- Análisis de Endeudamiento

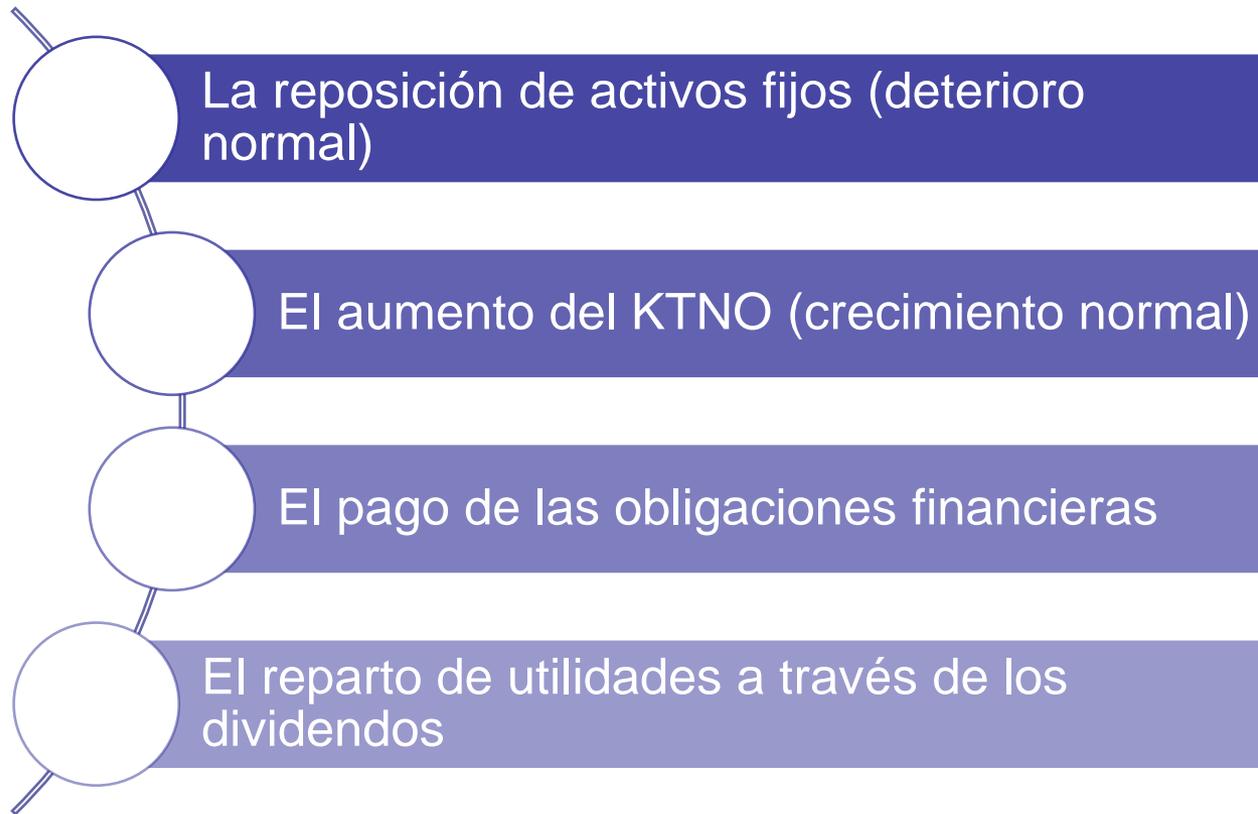


- Relación Liquidez, Rentabilidad y Endeudamiento



PRESUPUESTO DE EFECTIVO

- Usos del Flujo de Caja



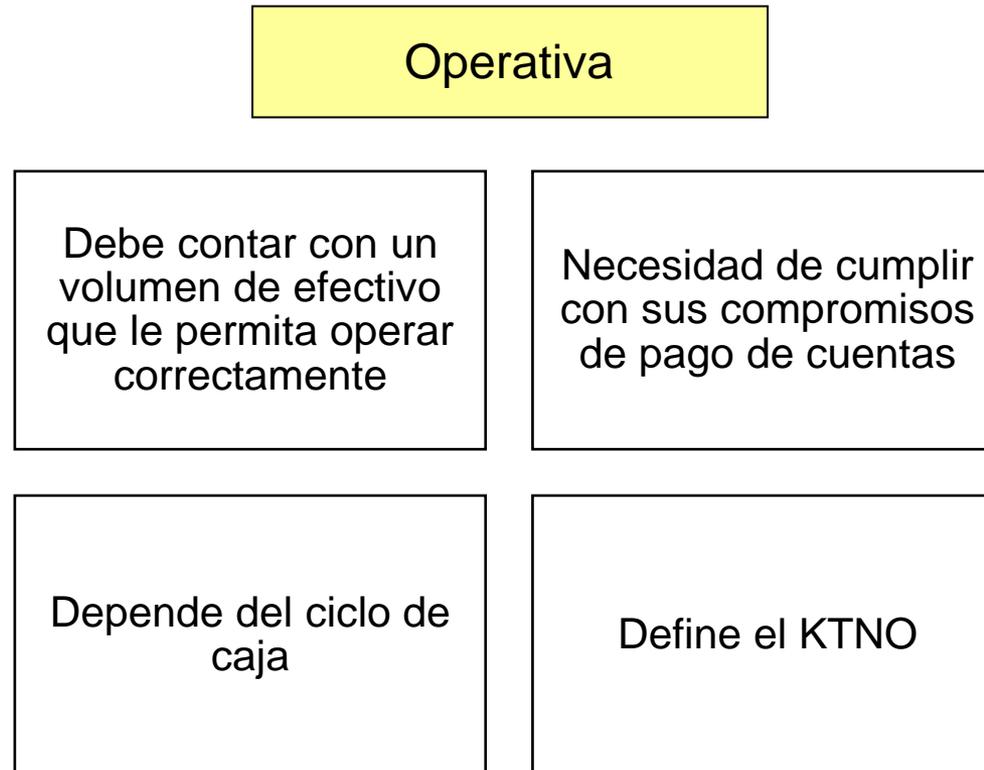
- Razones para mantener efectivo

Operativa

Seguridad

Especulativa

- Razones para mantener efectivo



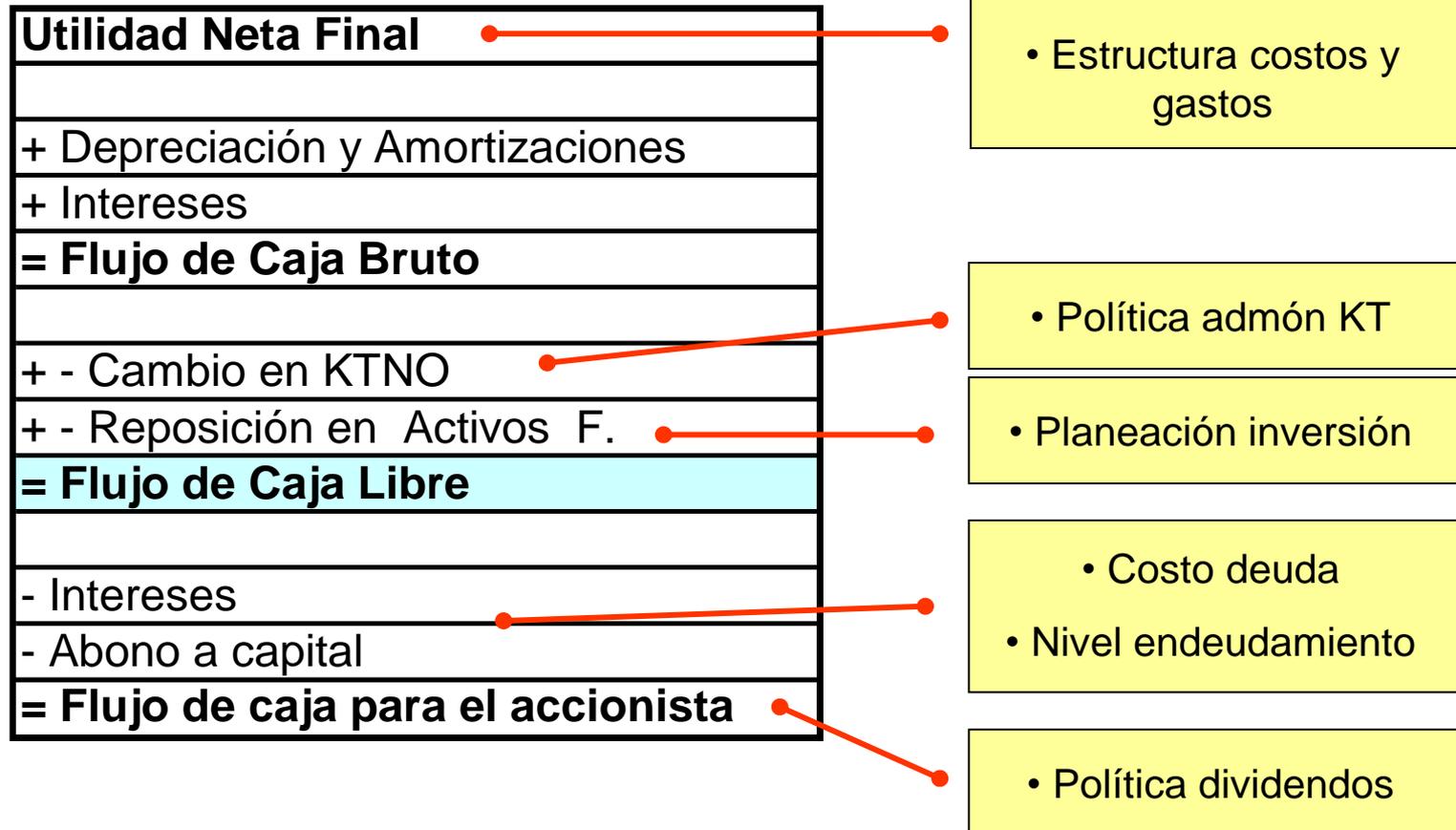
- Presupuesto de Efectivo

- Es la planeación del movimiento del efectivo de la empresa
- Es el proceso de estimar todas las entradas y salidas de efectivo
- Herramienta de:
 - ❑ Planeación y control de las operaciones
 - ❑ Ayuda a la toma de decisiones de inversión, financiación y dividendos

- Partes del flujo de caja



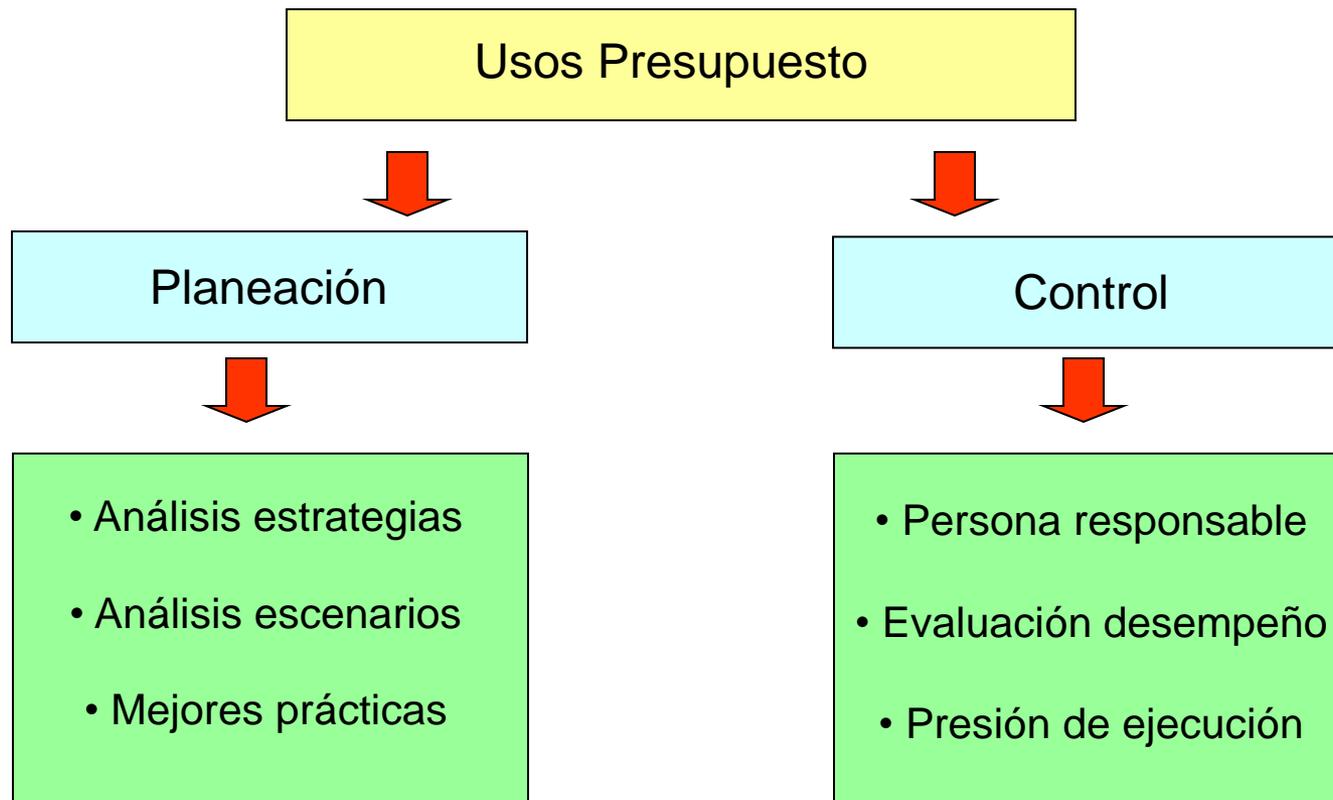
- FCL y el impacto en las decisiones



PRESUPUESTACIÓN

- El proceso de presupuesto
 - Planeación estratégica
 - Definición de objetivos
 - Acciones a seguir
 - Responsables
 - Indicadores de control (puntos de chequeo)
 - Proceso: hacia arriba o hacia abajo
 - Divulgación del presupuesto

- Usos del Presupuesto



- Tipo de Presupuesto

Presupuesto de Operación

Presupuesto de ventas
Presupuesto de producción
Presupuesto de distribución
Presupuesto de administración

Presupuesto de Inversión

Planes de expansión
Nuevos negocios

Presupuesto de Financiación

Necesidades de largo plazo
Necesidades de corto plazo

- FCL y el Objetivo Básico Financiero





Principales conceptos financieros y contables para
Mipymes

Principales conceptos financieros

Octubre 12 de 2020

Principales Conceptos y Estrategias Para el Éxito de las MIPYMES

ASPECTOS ESTRATEGICOS DE LA CONTABILIDAD



Agenda

1. Proceso contable

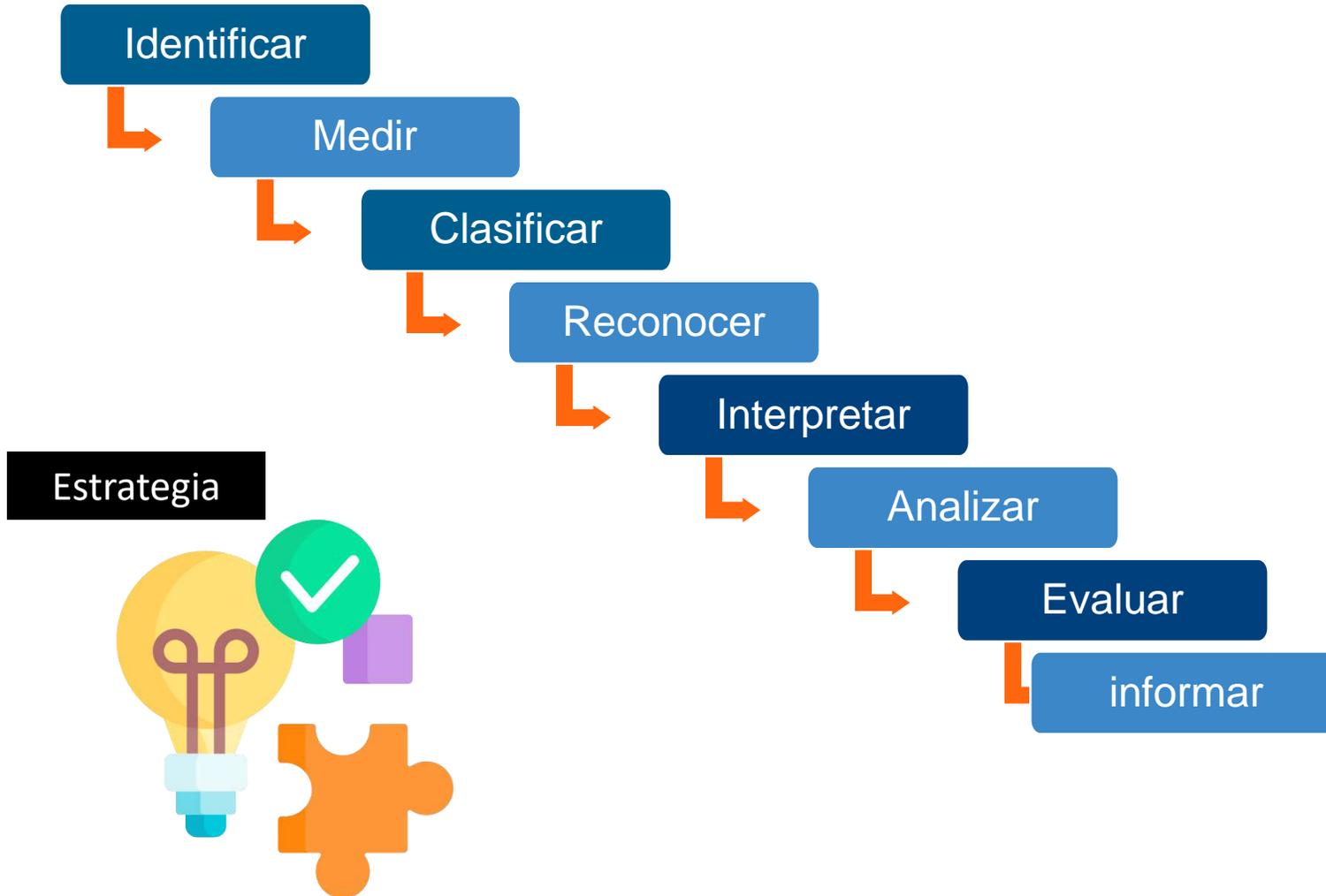
2. Objetivos de la información financiera de propósito general

3. Estrategia

4. Estrategia contable

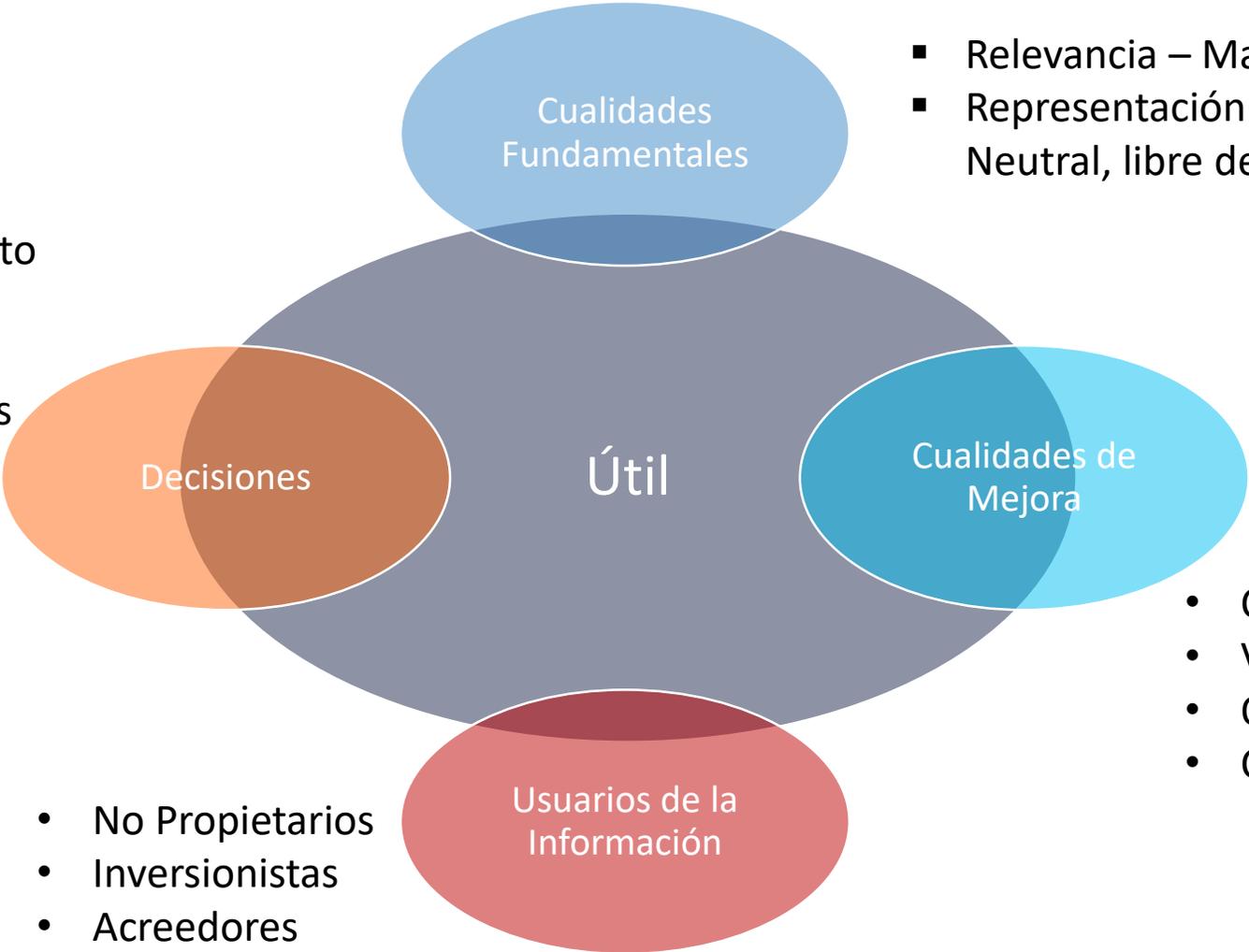
5. Estrategia contable equivocada

Proceso Contable



Objetivos de la Información Financiera de Propósito General

- Nivel endeudamiento
- Liquidez
- Resultados
- Gestión de Recursos



- Relevancia – Materialidad
- Representación fiel - Completa, Neutral, libre de error

- No Propietarios
- Inversionistas
- Acreedores
- Prestamistas

- Comparable
- Verificable
- Oportuna
- Comprensible

Información Financiera de Propósito General



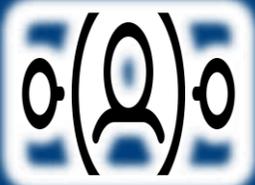
Estado Situación Financiera

- Activos
- Pasivos
- Patrimonio



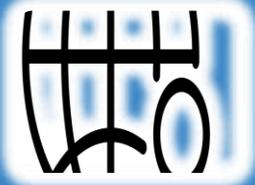
Estado Resultados

- Ingresos
- Gastos
- ORI



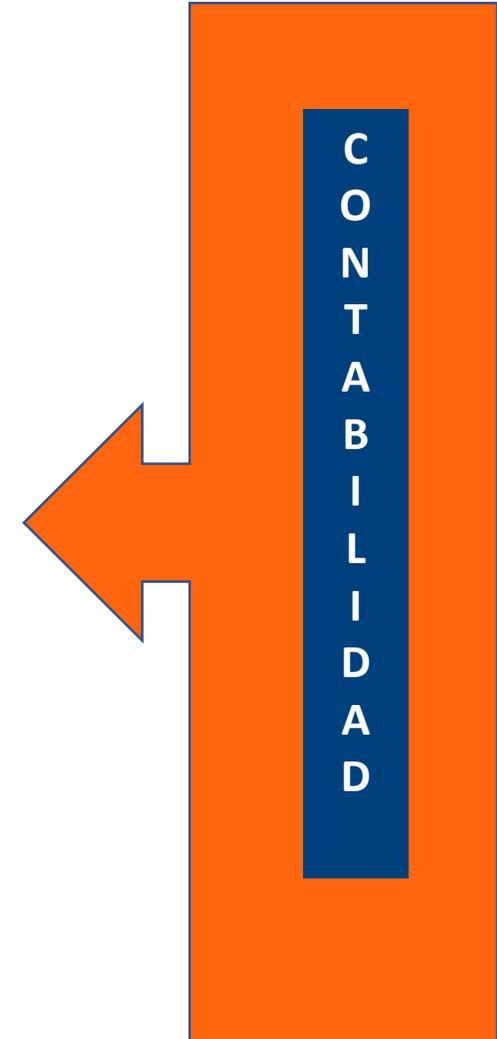
Estado de Flujo de Efectivo

- Actividades Operación
- Actividades de Inversión
- Actividades Financiación

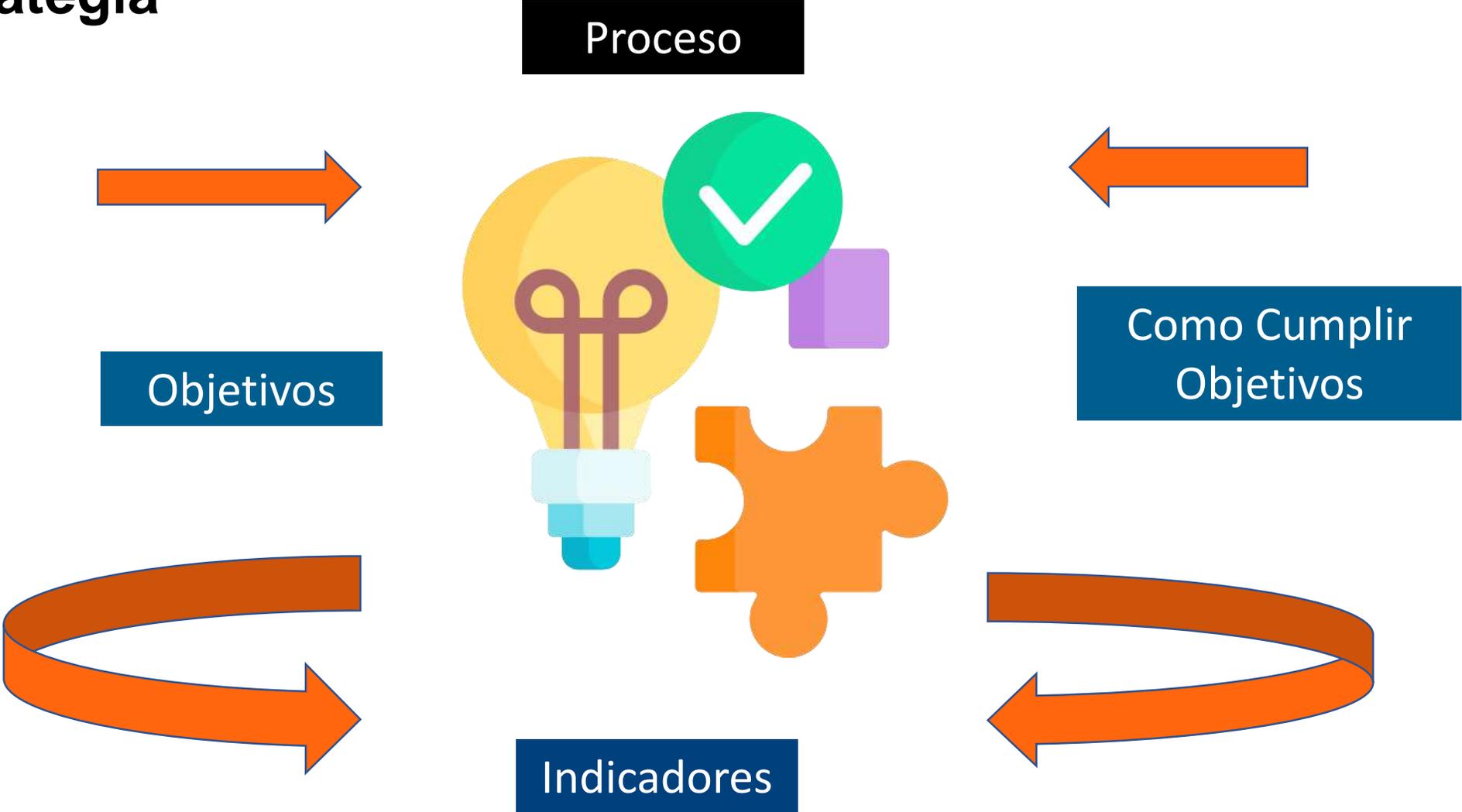


Notas Estados Financieros

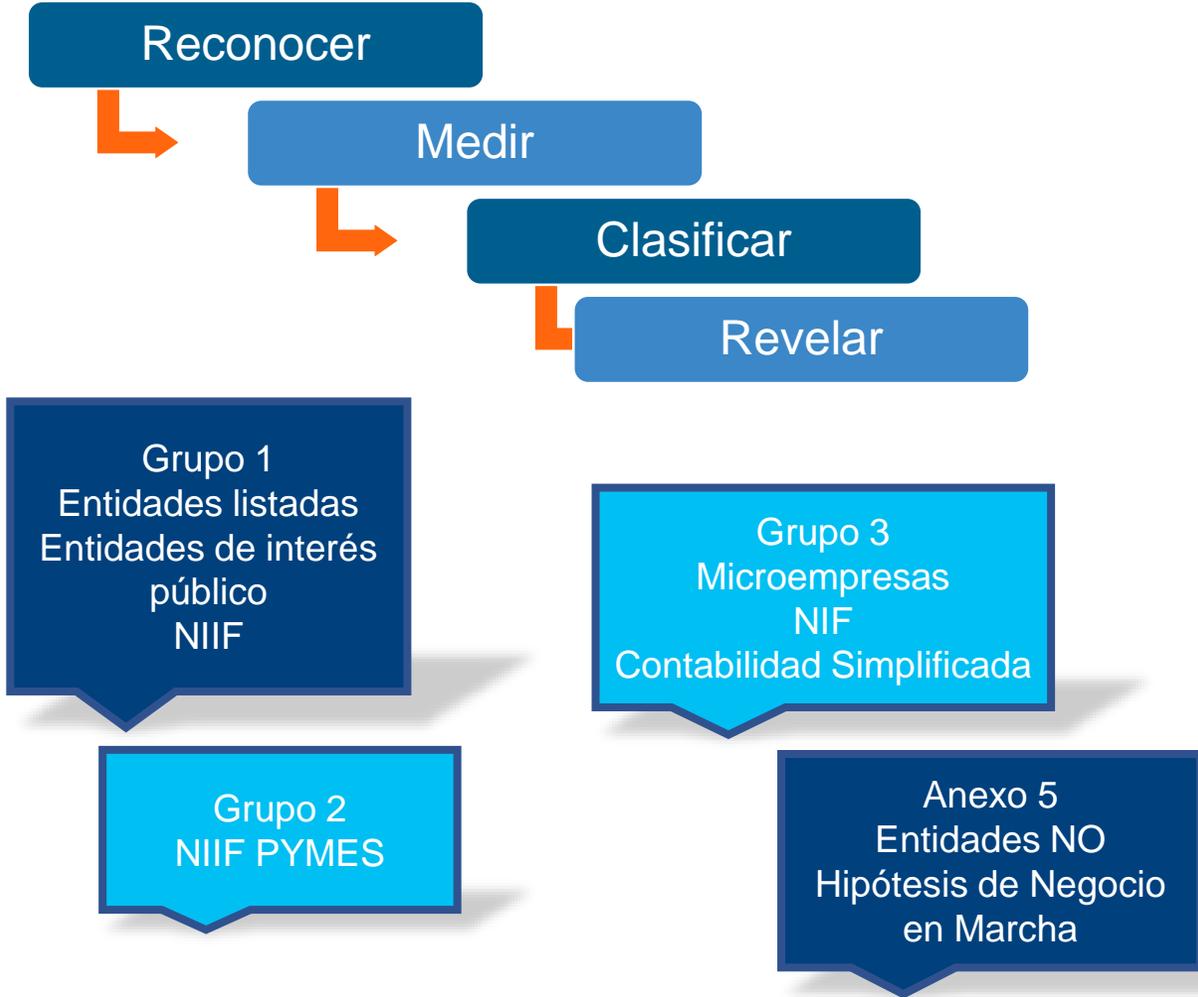
- Entidad
- Políticas Contables
- Elementos de los Estados Financieros



Estrategía



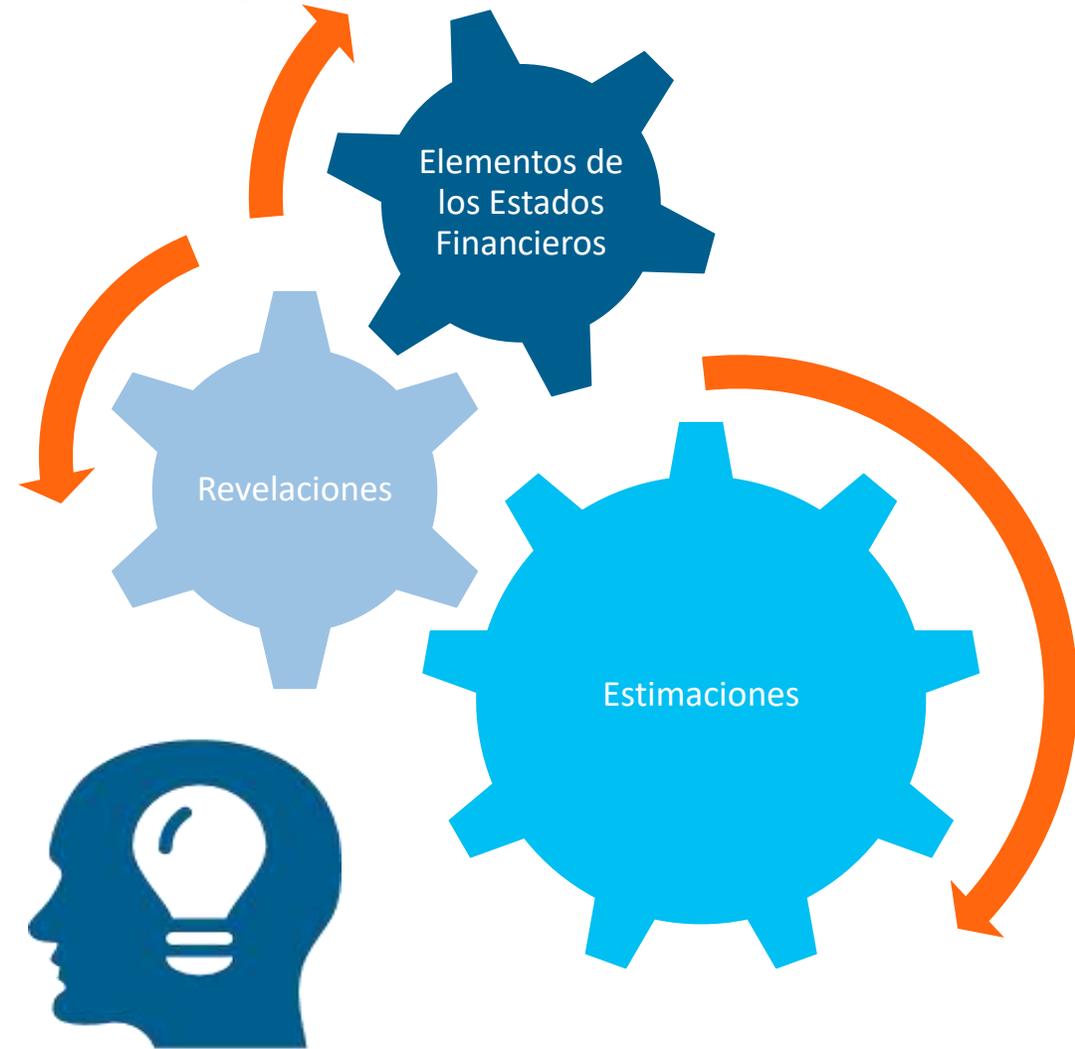
Estrategia contable – Como Alcanzar el Objetivo



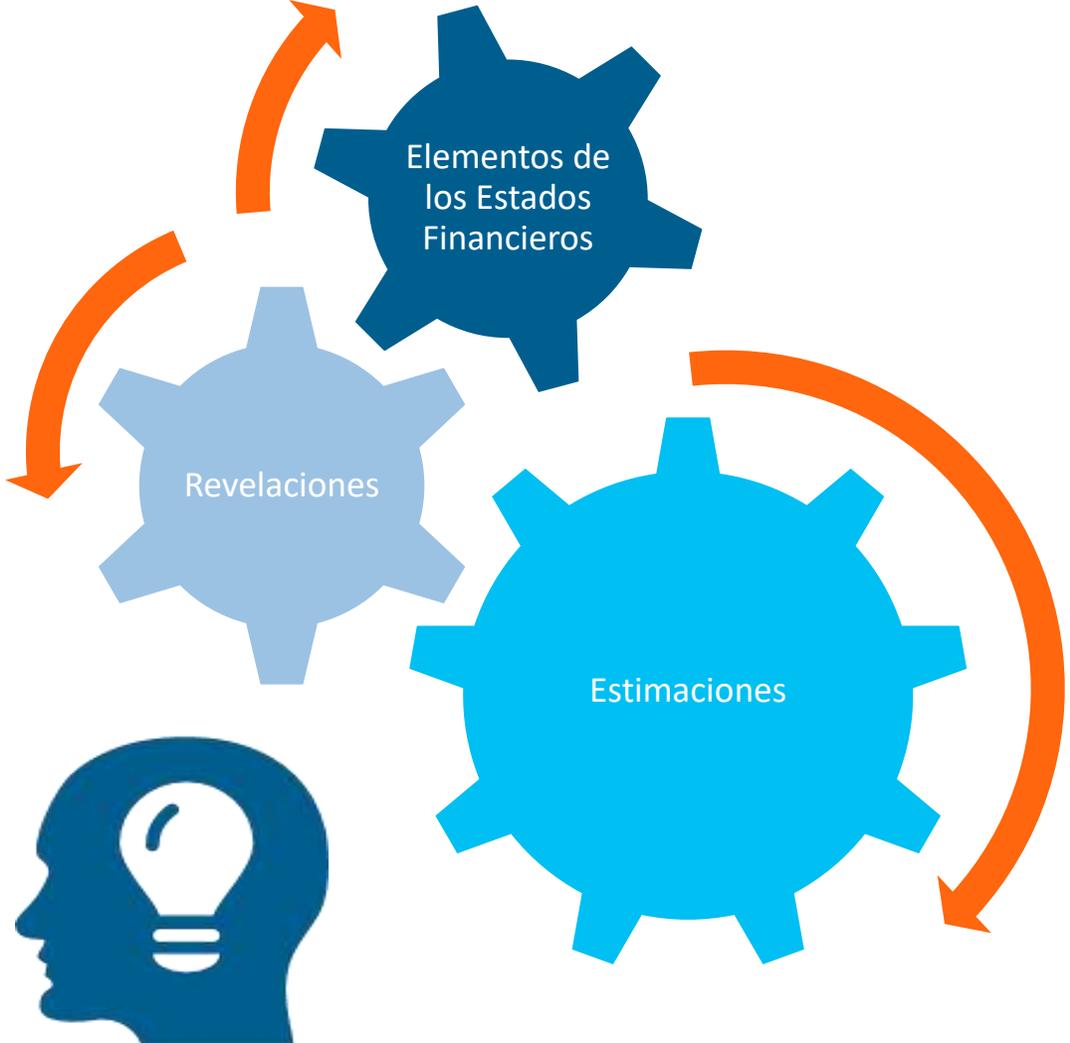
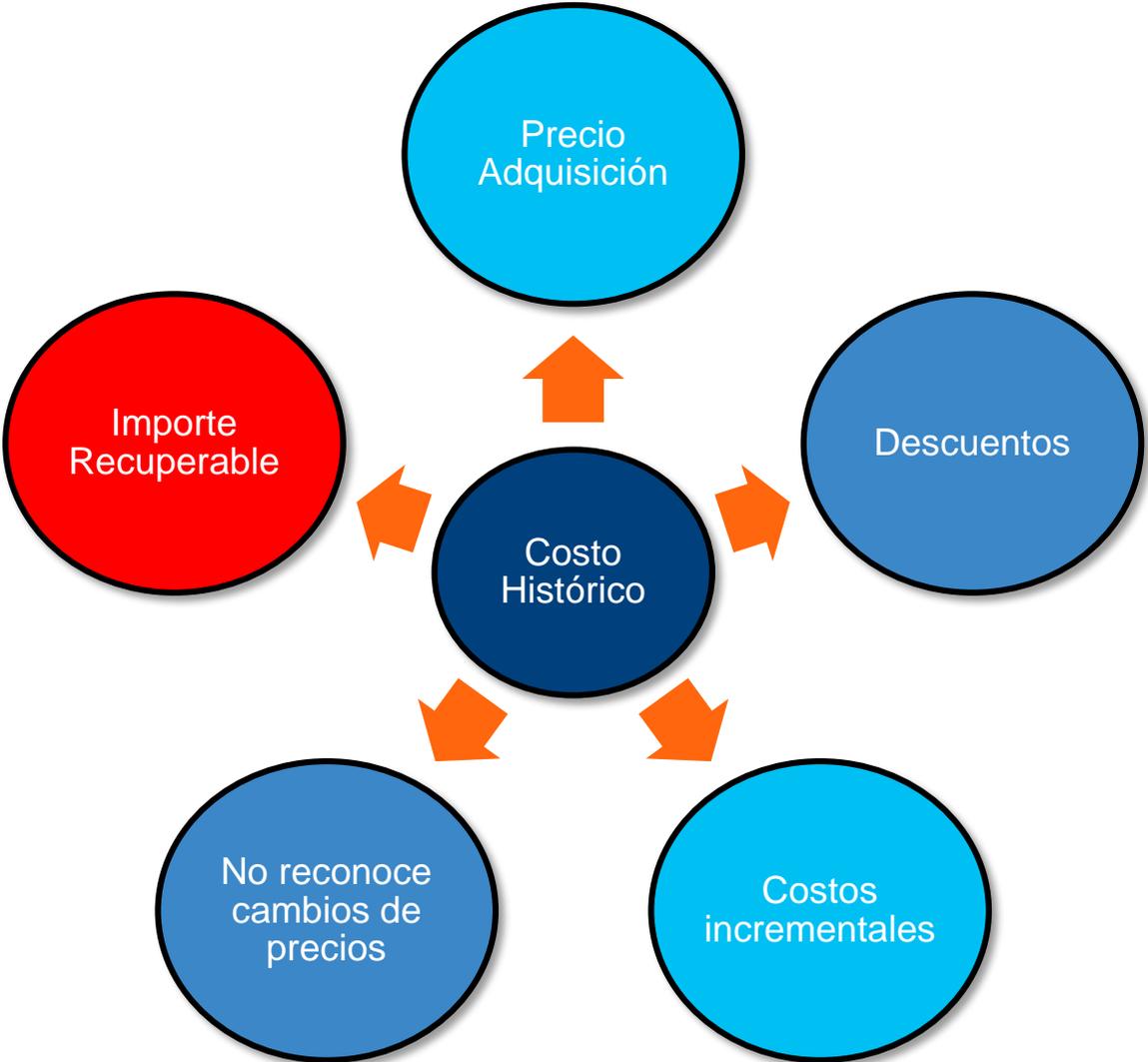
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



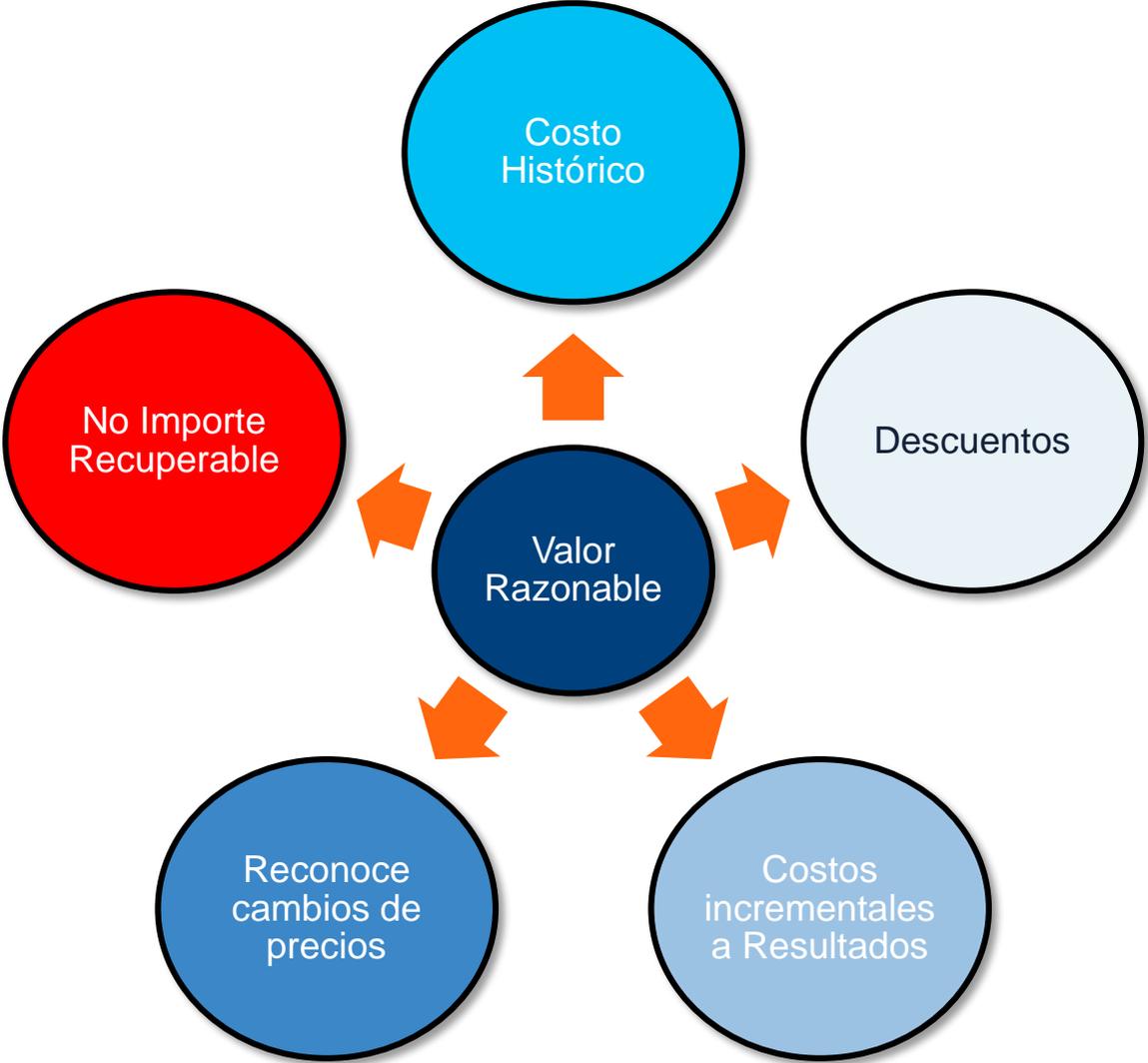
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



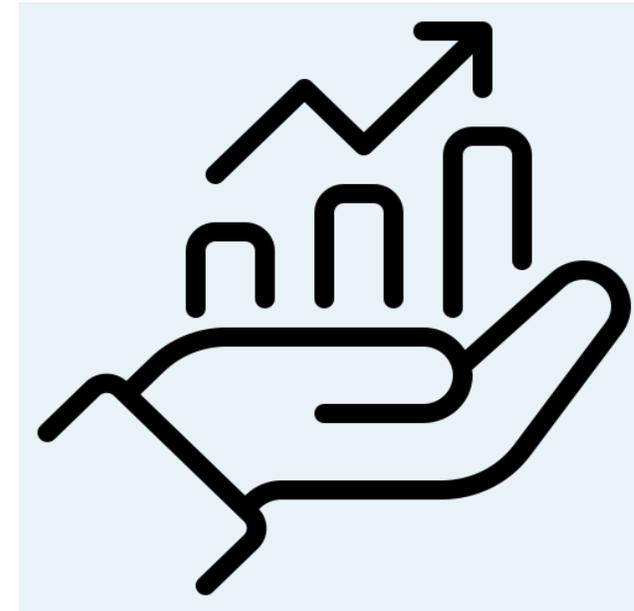
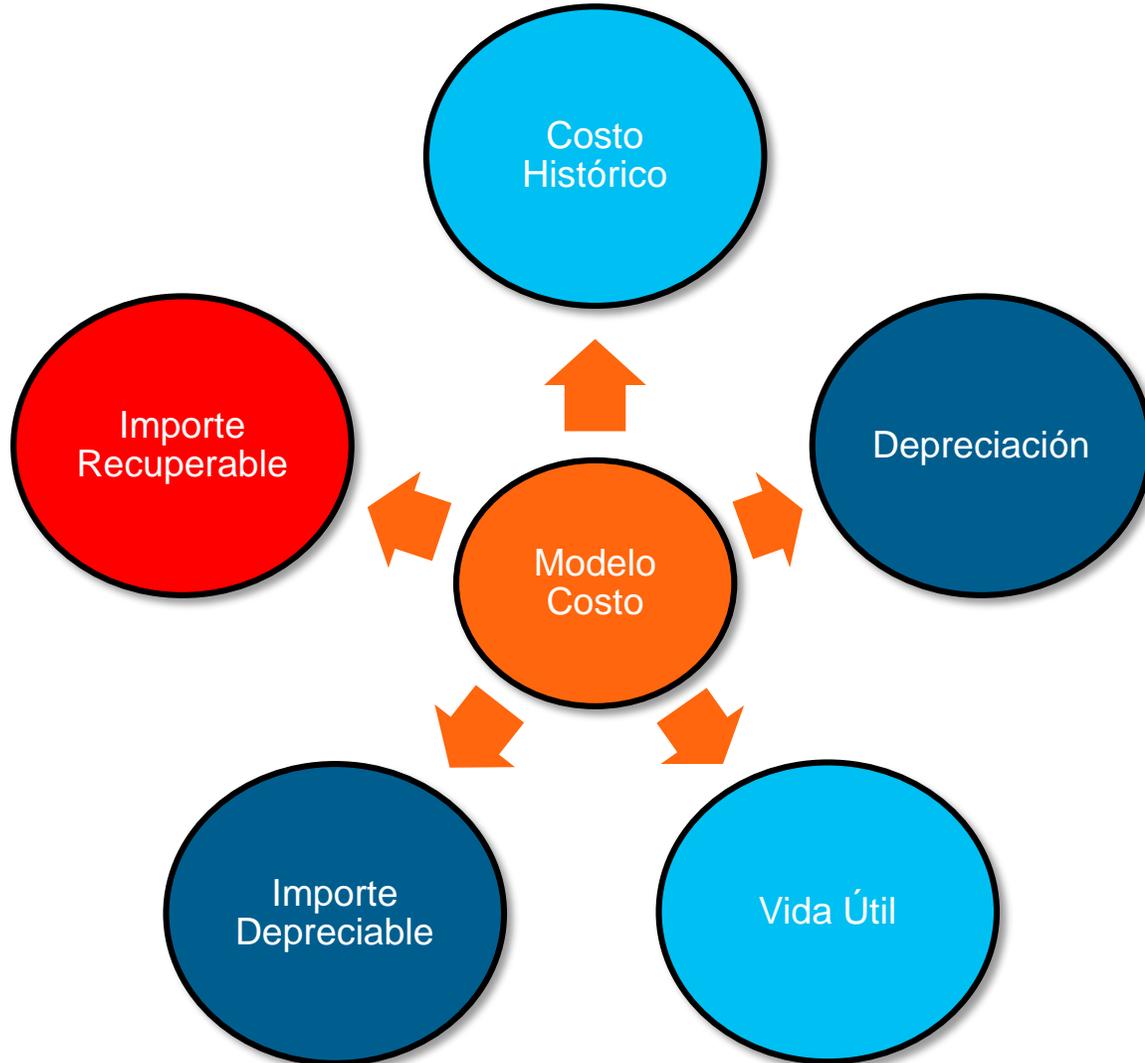
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



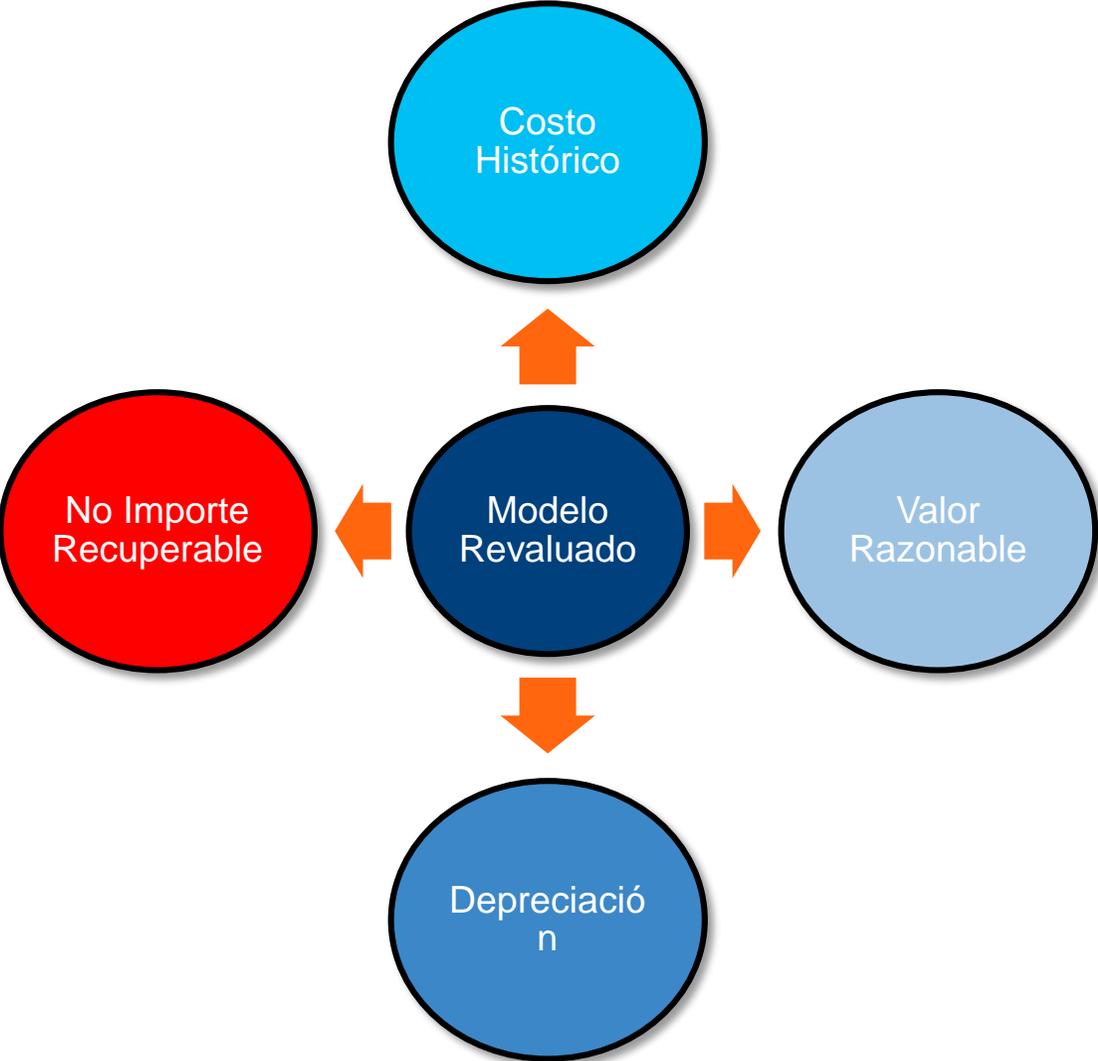
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



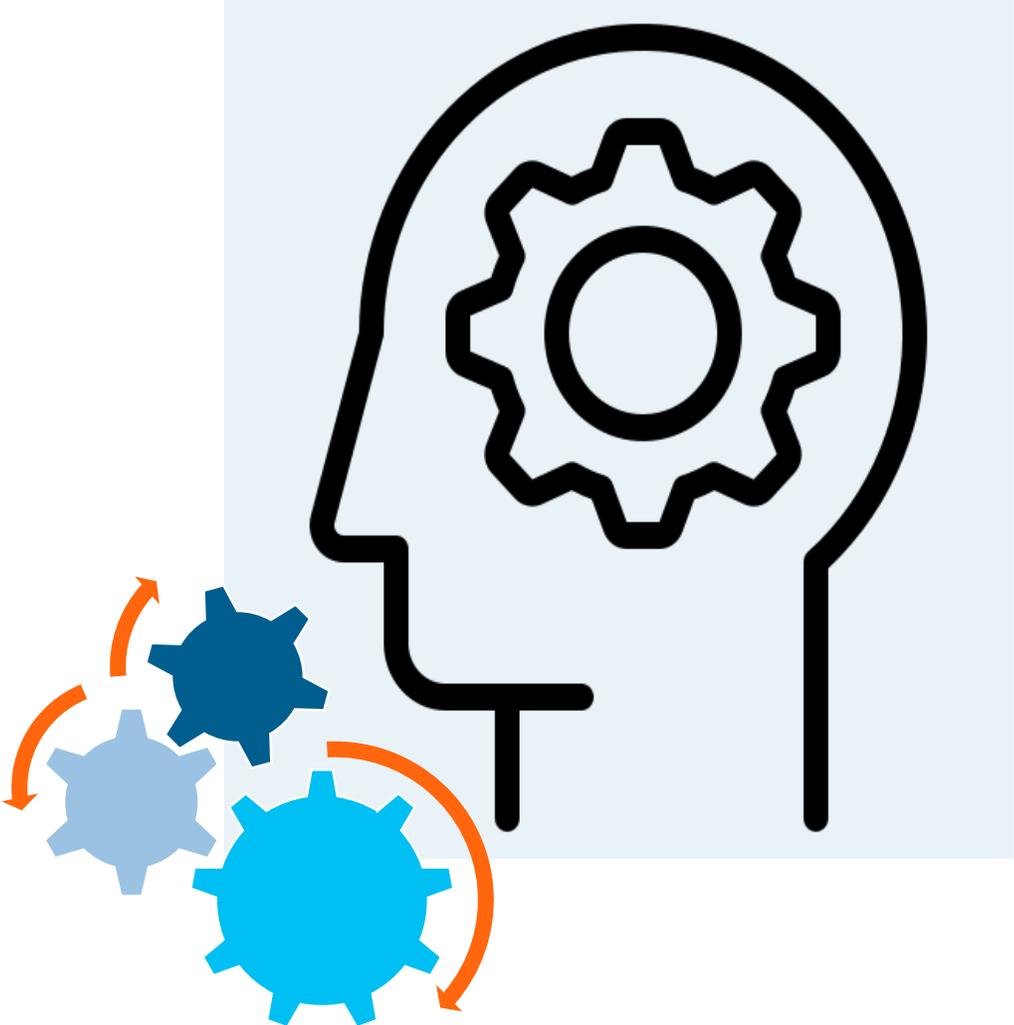
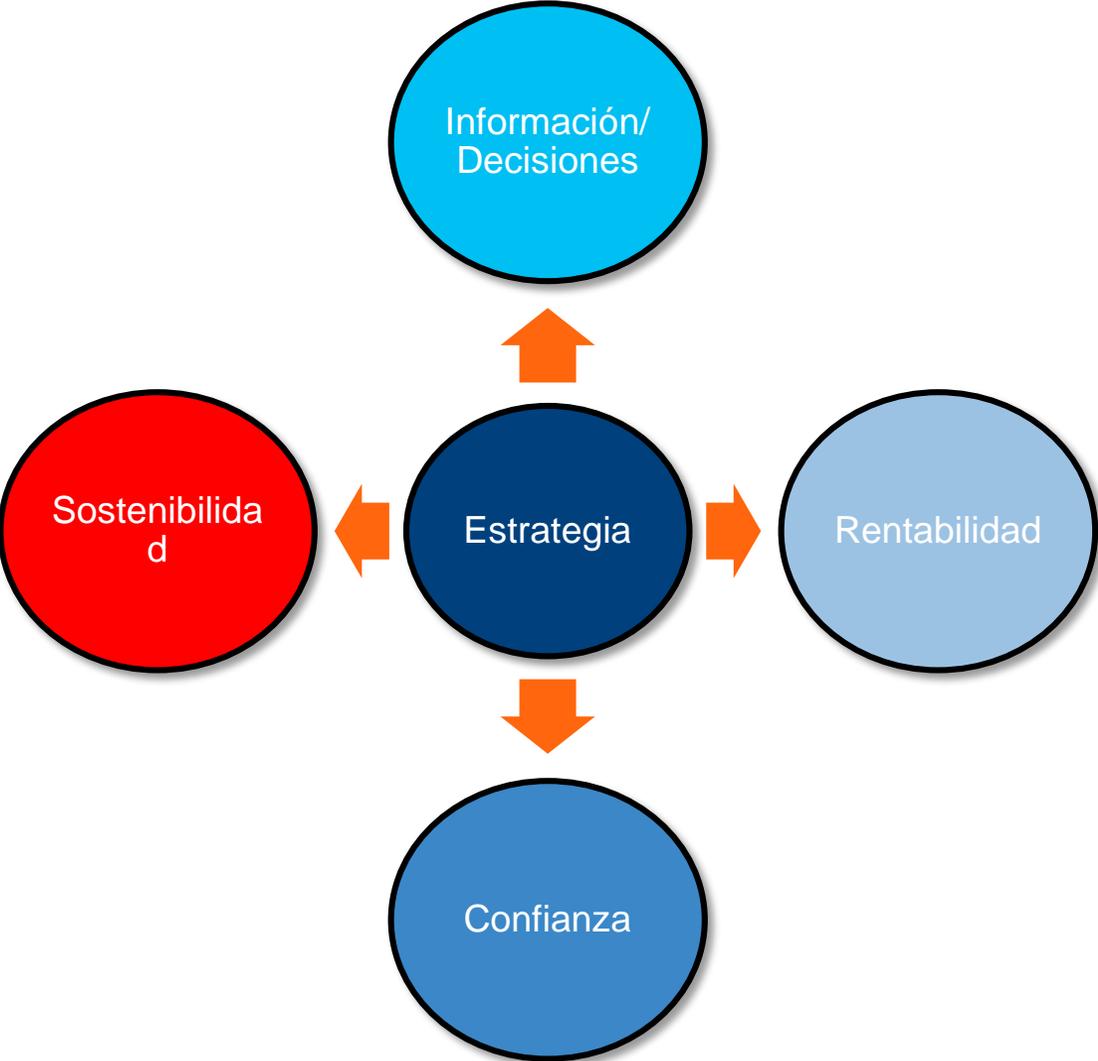
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



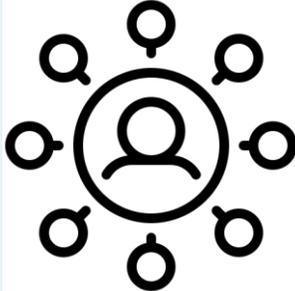
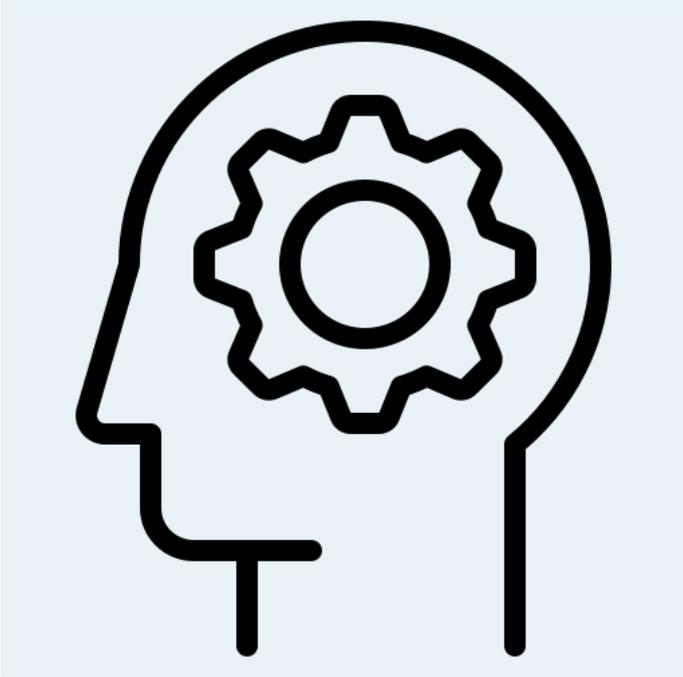
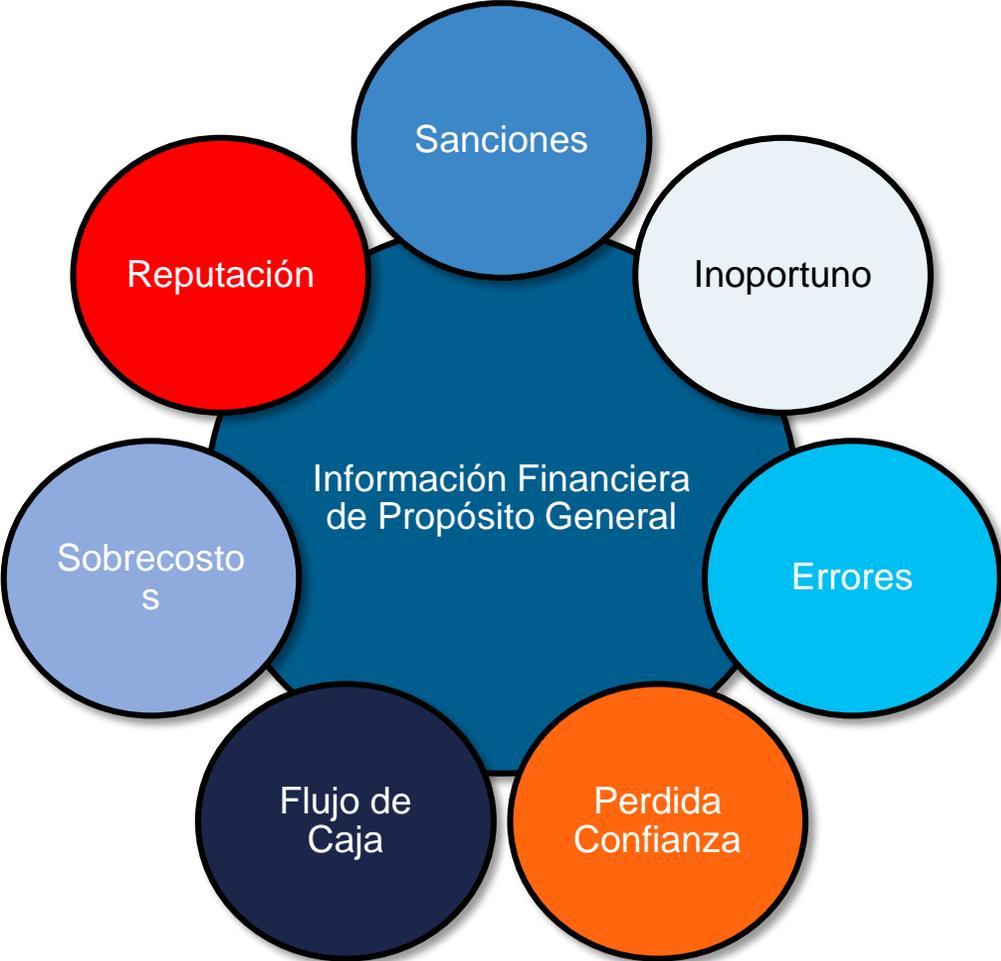
Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



Estrategia Contable – Como Alcanzar el Objetivo



Estrategia Contable Equivocada

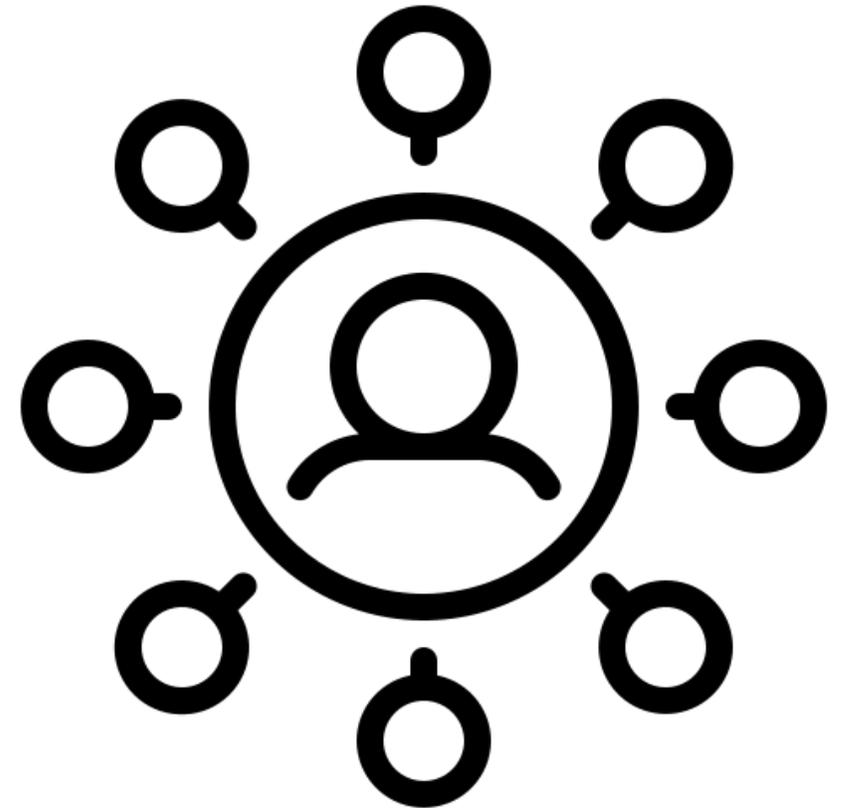


Michael Porter

- La esencia de la estrategia es elegir que no hacer
- Estrategia es el camino para ser únicos.

Peter Drucker

- La mejor manera de predecir el futuro es creándolo
- No hay nada tan inútil como hacer con gran eficiencia algo que no debería haberse hecho en absoluto



Humberto González Morales
Socio Auditoria
ghumberto@amezquita.com.co



AMÉZQUITA & CIA



Costos

Octubre de 2022



Leonardo Varón García
Asociado JHR



El progreso
es de todos

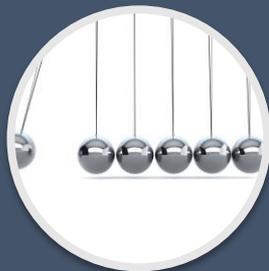
Mincomercio



Consejo Técnico de la Contaduría Pública
Organismo adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



Propósitos



Contabilidad de costos

- Establecer el precio de los productos y/o prestación de servicios

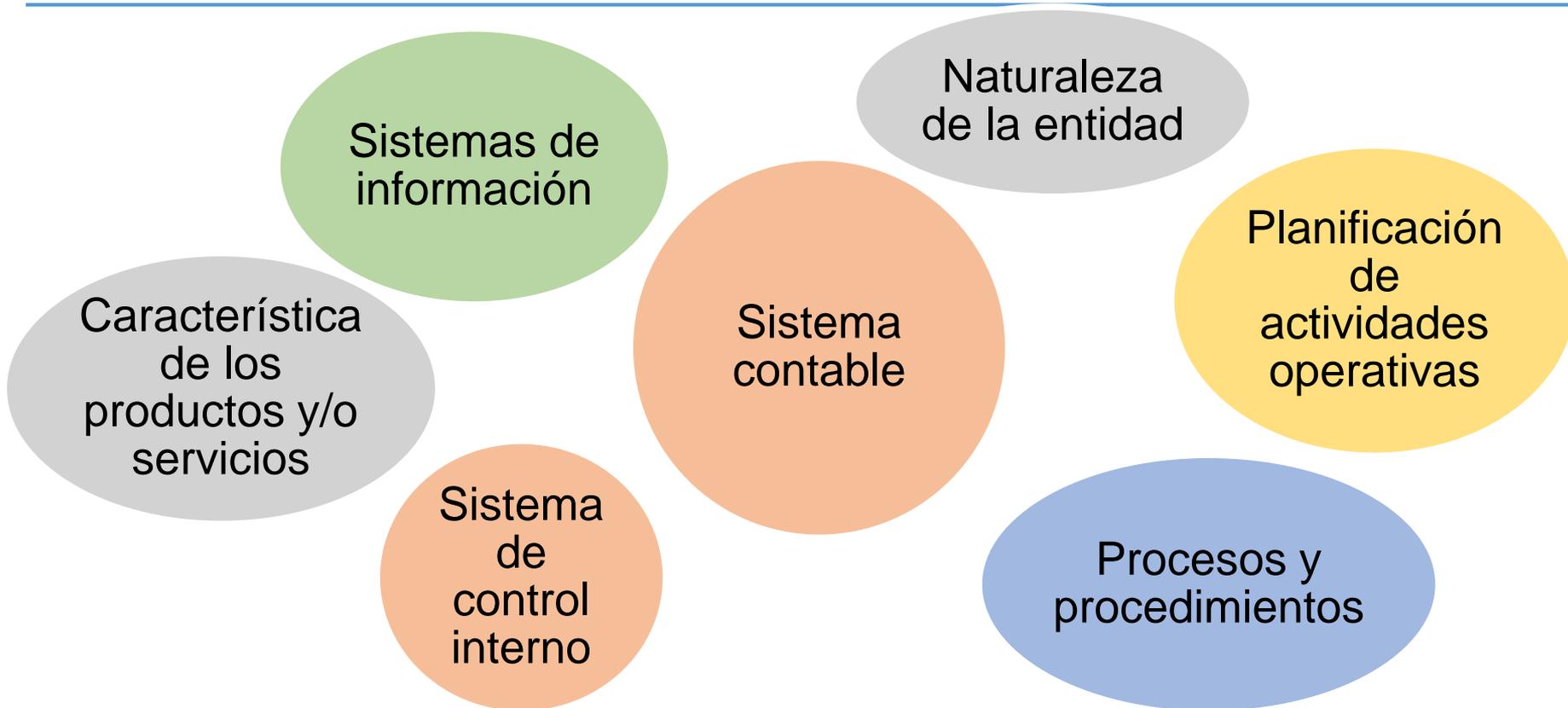


Contabilidad financiera

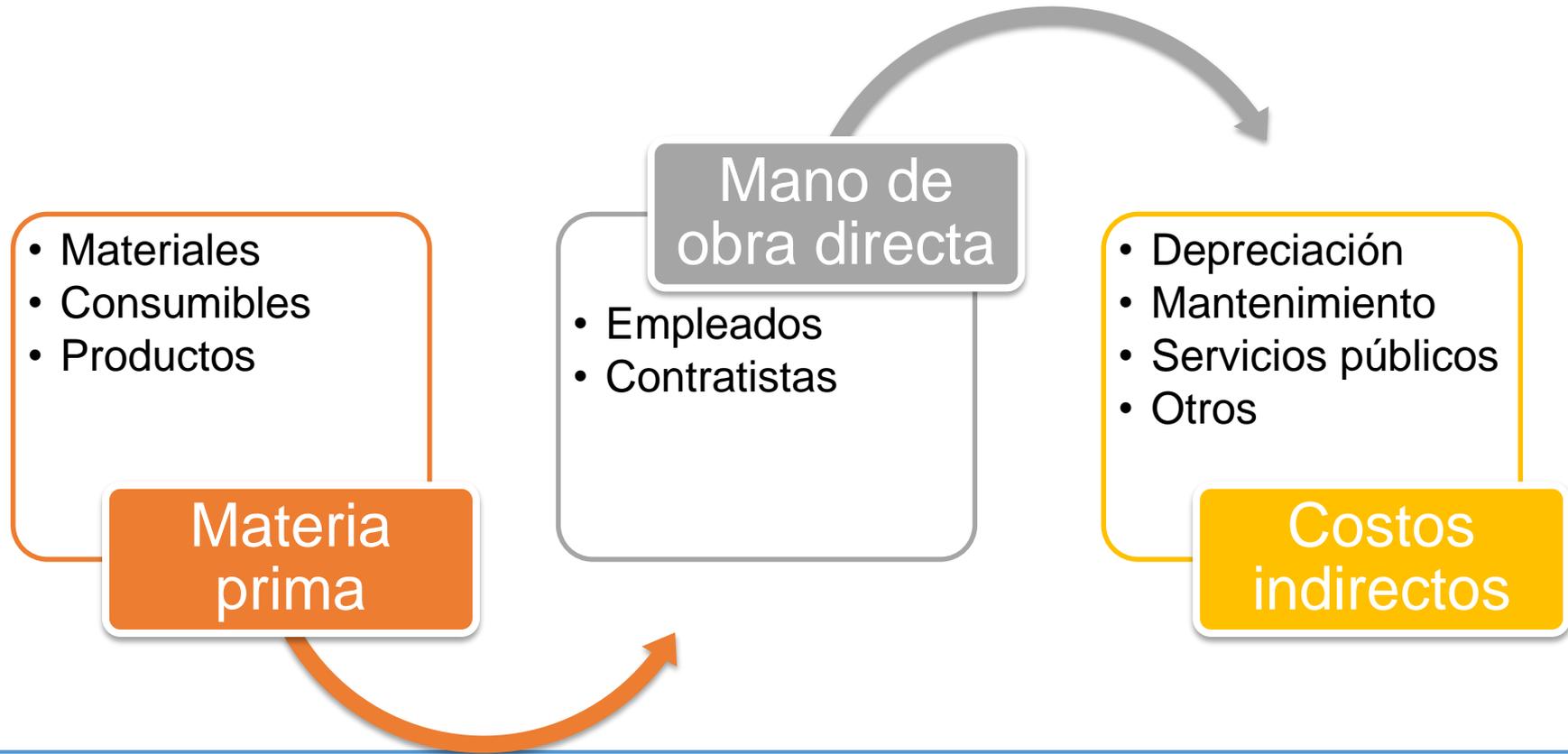
- Su finalidad es la presentación de información financiera de propósito general



Fundamentos



Componentes de los costos



Conclusiones

Considere los siguientes aspectos



La contabilidad de costos y la contabilidad tributaria puede presentar diferencias



La contabilidad de costos permite planear la actividades de la entidad



La necesidad de conocer cuanto es la ganancia que se obtiene en el periodo, permite tomar decisiones.



La contabilidad de costos y la financiera presenta diferencias en su conceptualización.



Los costos son primordial para establecer las necesidades presupuestales de ingresos (metas de ventas)





Aspectos regulatorios relevantes en temas de personal

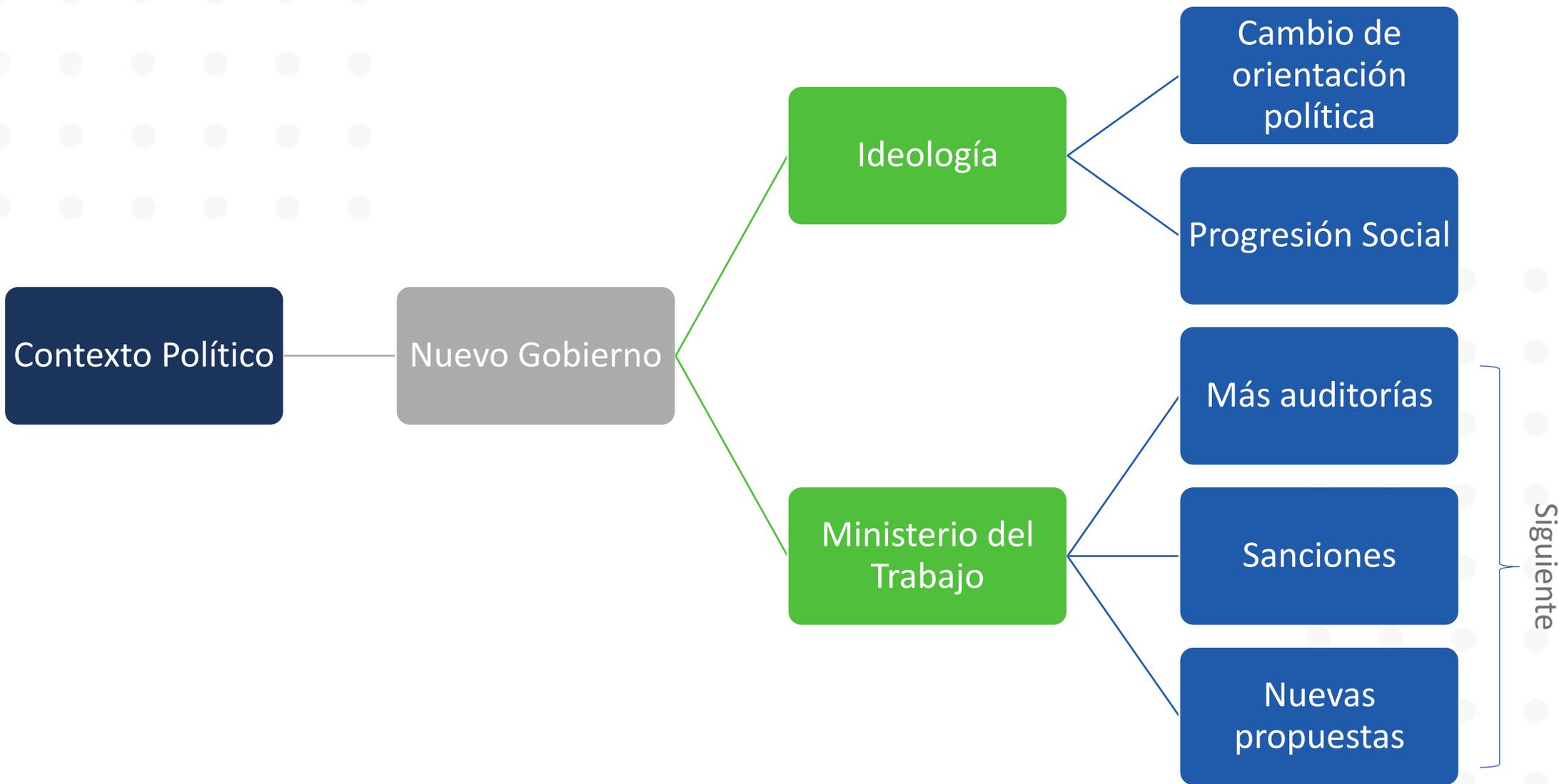
20 de octubre de 2022

VIDA LABORAL





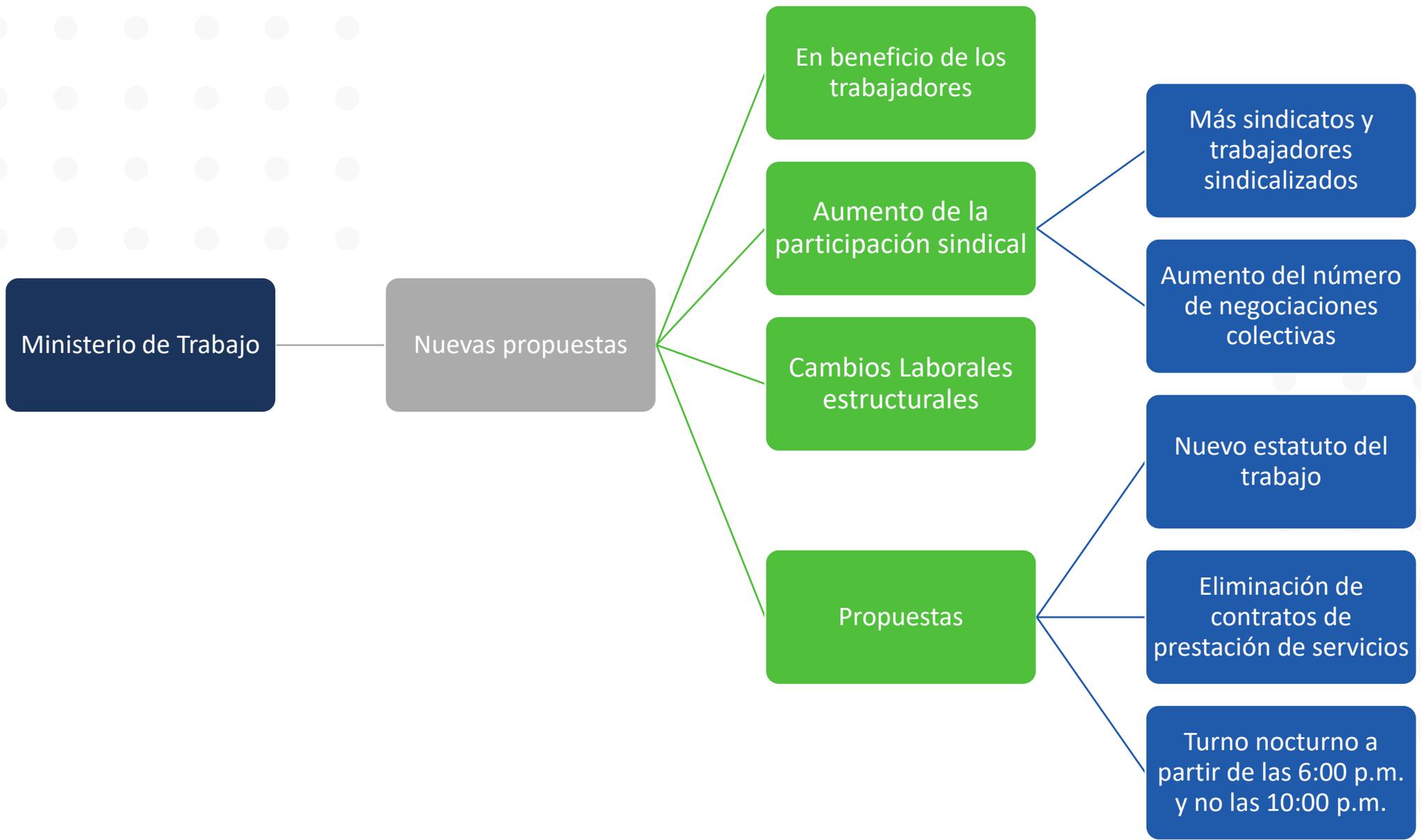
1. Contexto político - impacto laboral para las Mipymes





2. Impacto del nuevo Ministerio de Trabajo

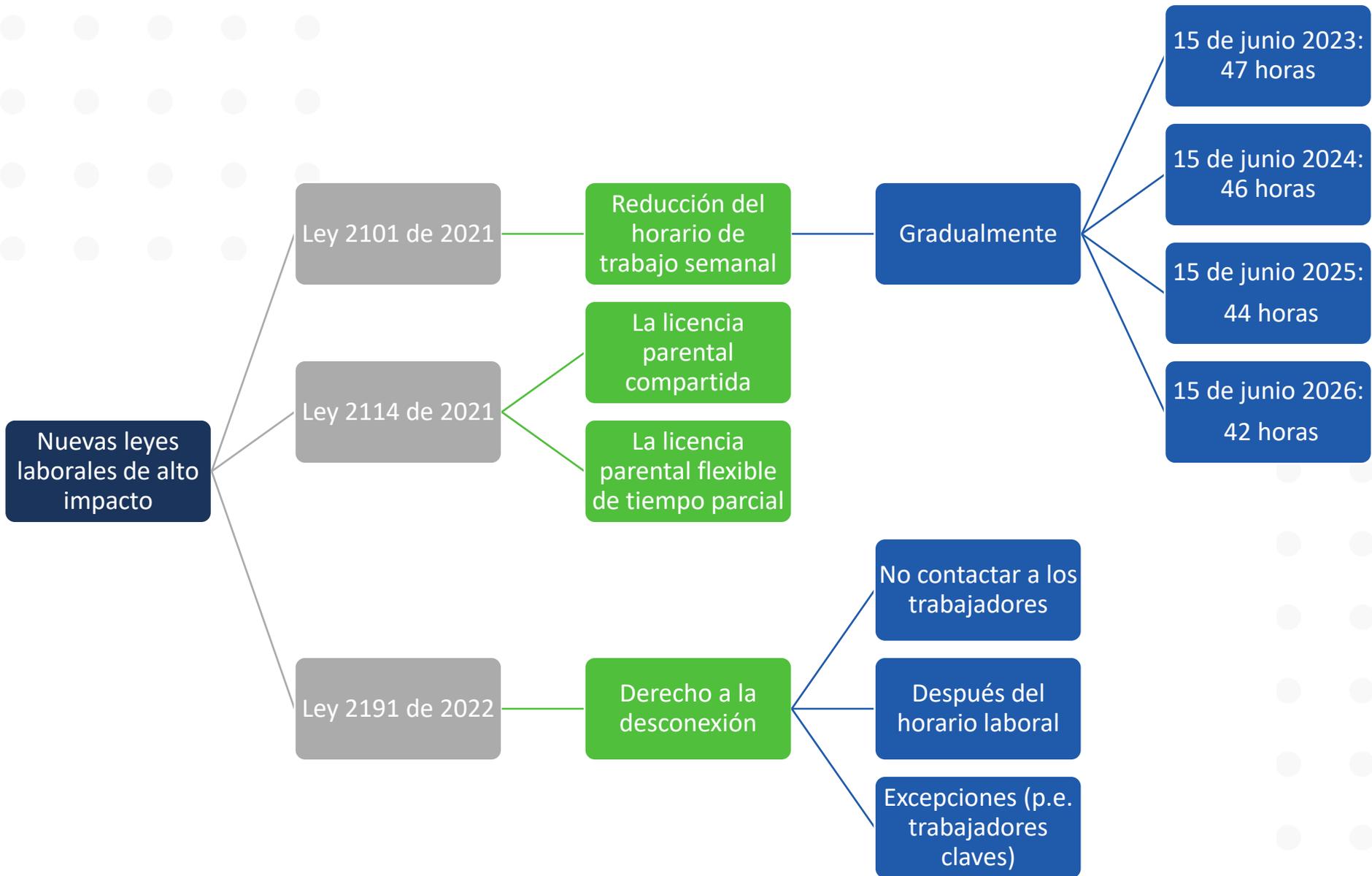




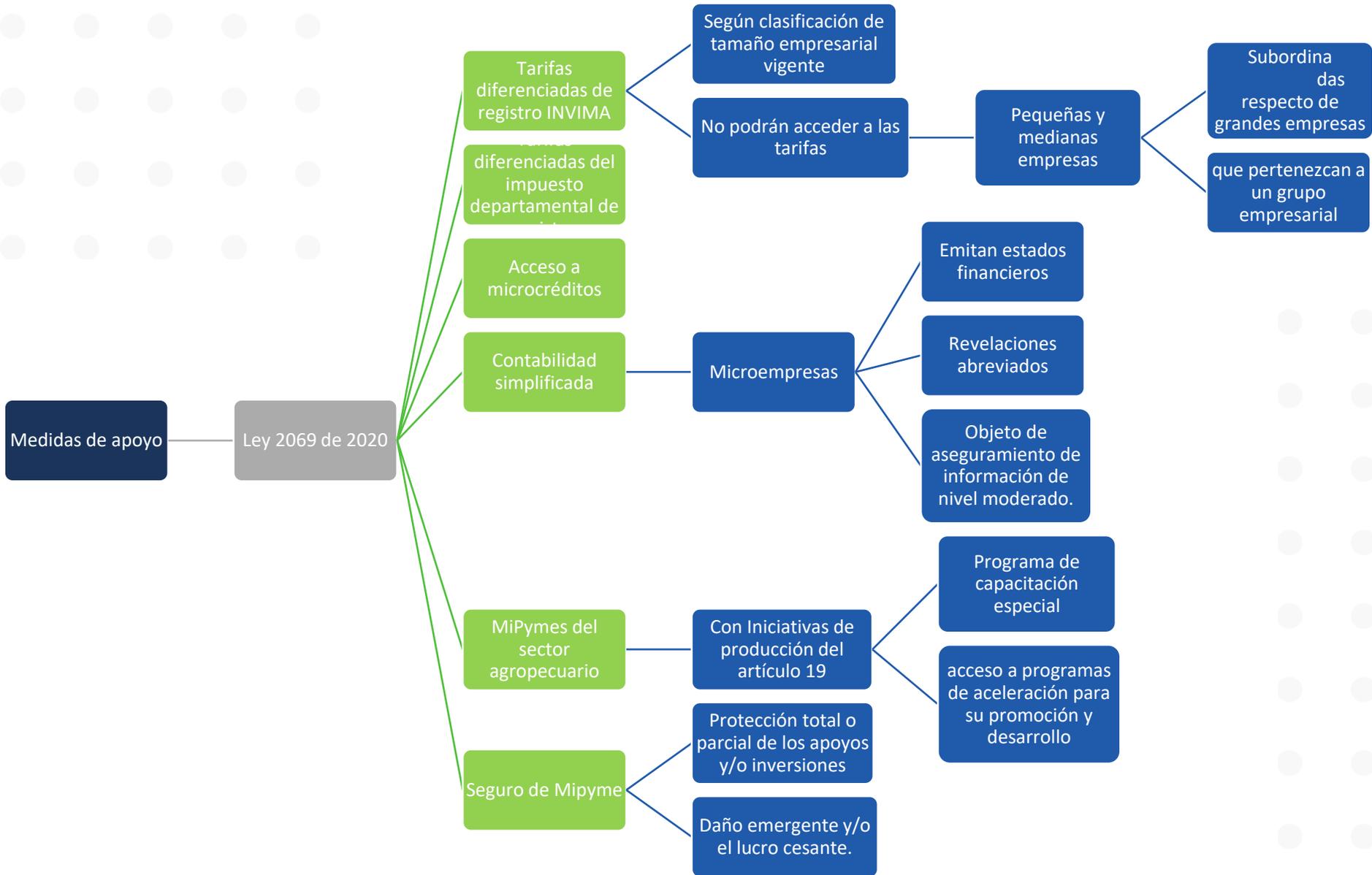


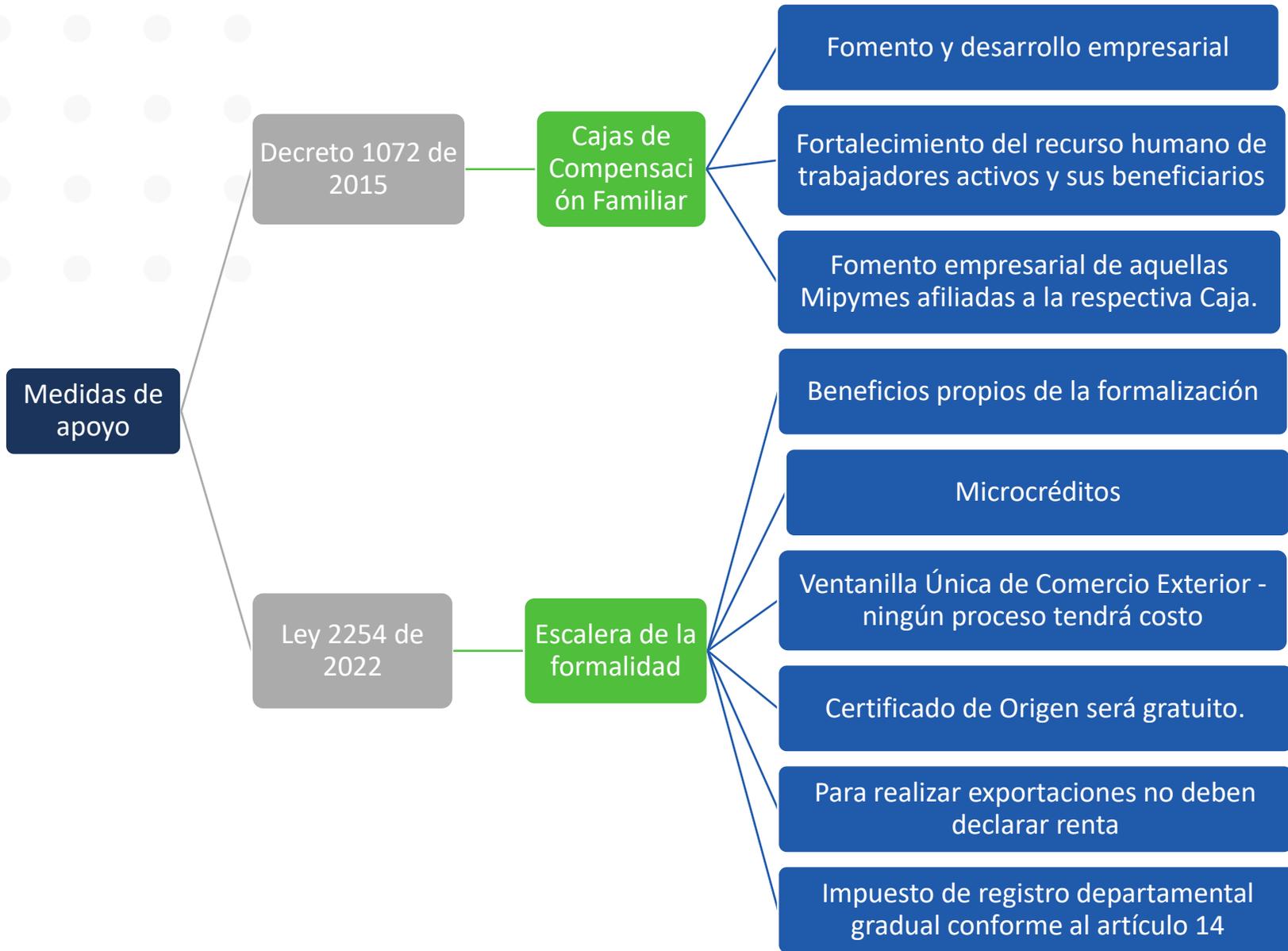
3. Leyes de alto impacto





3. Apoyos para las MIPYMES







GRACIAS

Copyright © 2021 Godoy Córdoba Abogados S.A.S. Todos los derechos reservados.

Empresas sostenibles en el tiempo

Mauricio Borja Maya

26 de Octubre de 2022



- 1. Objetivo**
- 2. Gobierno Corporativo**
- 3. Definir lo que es una Visión Patrimonial**
- 4. Una aproximación al diseño de una estrategia**
- 5. Seguimiento a la ejecución de la estrategia**
- 6. Conclusiones**

01.

Objetivo

Objetivo de la sesión de hoy

Entender cómo el gobierno corporativo soporta el crecimiento sostenible de una compañía

02.

Gobierno Corporativo

¿Qué es gobierno?

TOMA DE DECISIONES

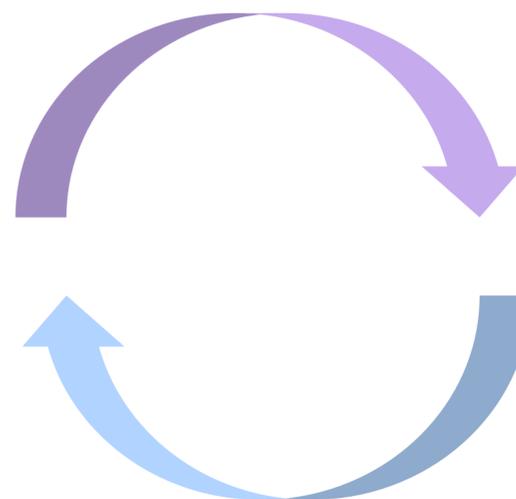
En un sistema familiar empresarial hay dos grandes ámbitos de toma de decisiones independientes, pero que deben coordinarse

NO EXHAUSTIVO

GOBIERNO CORPORATIVO

Decisiones respecto a los negocios para que:

- Cumplan la visión y misión que los accionistas han establecido
- Sea competitivo
- Sea rentable
- Sea sostenible en el largo plazo



GOBIERNO FAMILIAR

Decisiones respecto a los temas que convocan a la familia empresarial sobre cómo mantener:

- La unión familiar
- La familia productiva a través del tiempo
- La relación, representación y expectativas de la familia respecto de la empresa
- Decisiones patrimoniales como principales accionistas

En gobierno corporativo típicamente hay tres niveles de toma de decisiones

NO EXHAUSTIVO

Niveles de decisión

Patrimonial

¿Dónde invertir?

Dueños

Definiciones estructurales y directrices para la evolución del sistema

- Definición **visión, misión y valores, propósito** del Grupo
- Definición y aprobación de la **visión patrimonial** (inversiones, desinversiones; creación de valor, niveles de riesgo y liquidez)
- Definición **gobierno corporativo**
- Nombramiento y remoción **directores y representantes** de la propiedad
- Seguimiento al **desempeño de los negocios de alto nivel**
- Definición de **temas de propiedad**: acuerdo accionistas, venta y compra de acciones, etc.

Horizonte
visión

10 años

Estratégico

¿Dónde competir
y cómo ganar?

Juntas Directivas

Deliberativo y propositivo sobre la dirección de los negocios

- Definición **estrategia de los negocios** y seguimiento a sus resultados
- Atracción y desarrollo de **talento clave** para el sistema
- **Políticas generales** de gestión
- **Recomendaciones a accionistas** respecto de inversiones, políticas, etc.

3 – 5 años

Gestión

¿Las iniciativas y
proyectos de inversión
permiten cumplir
metas?

CEO / Directores

Gestión de los negocios

- **Ejecución de la estrategia** y responder por sus **resultados**
- Conformación y desarrollo de los **equipos** requeridos
- **Implementar políticas y procedimientos** requeridos
- Promover los **valores y cultura** definidos en las empresas

1 – 2 años

03.

Visión Patrimonial

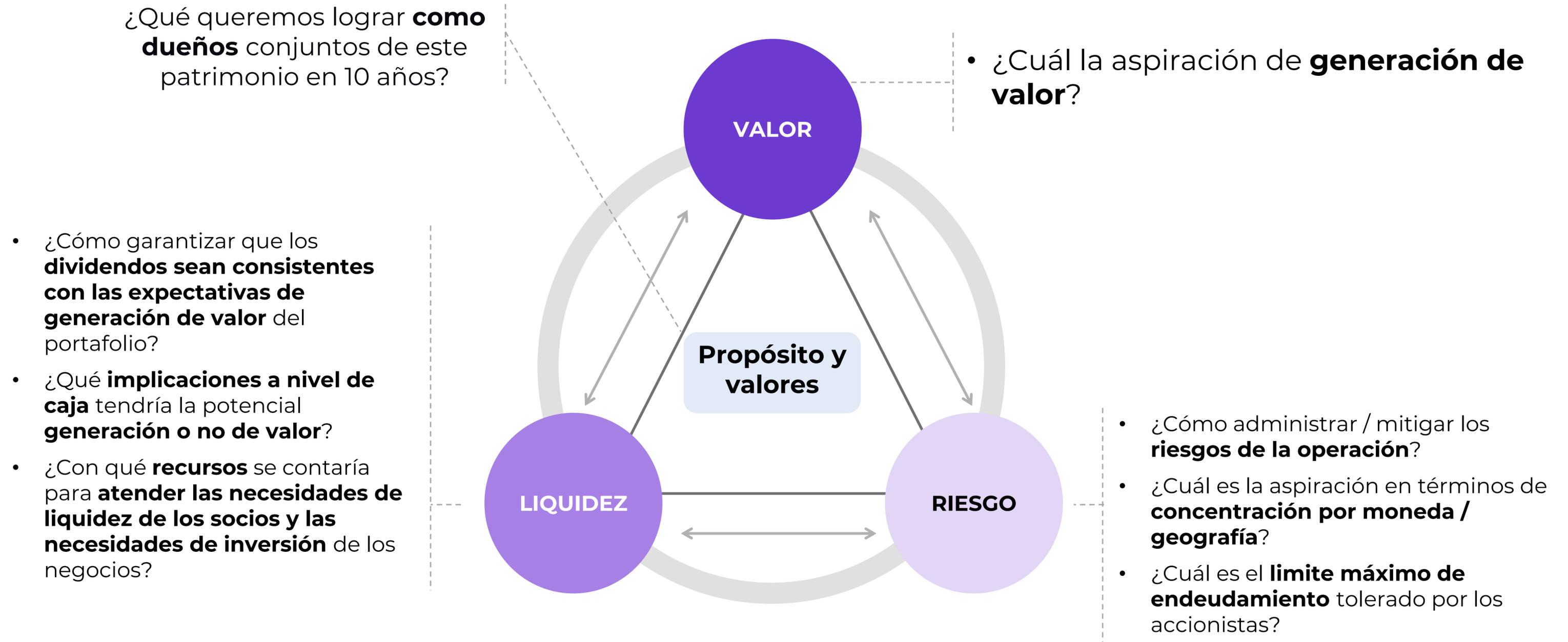
¿Qué es la Visión Patrimonial?

Es la definición **realista, informada y estratégica** por parte de los dueños de su **aspiración para los próximos 10 años** respecto a sus objetivos de creación de **valor, liquidez** y niveles aceptables de **riesgo**, que se traduce en un **mandato** a los órganos de gobierno corporativo

¿Qué no es la Visión Patrimonial?

La visión patrimonial **no es la estrategia de la(s) compañía(s) que componen el Grupo,** sino más bien es una **definición de orden superior** que responde a las **expectativas de los dueños,** de la cual se desprende la estrategia de los **negocios**

Para definir una Visión Patrimonial es necesario enmarcar la conversación alrededor de unos interrogantes claves

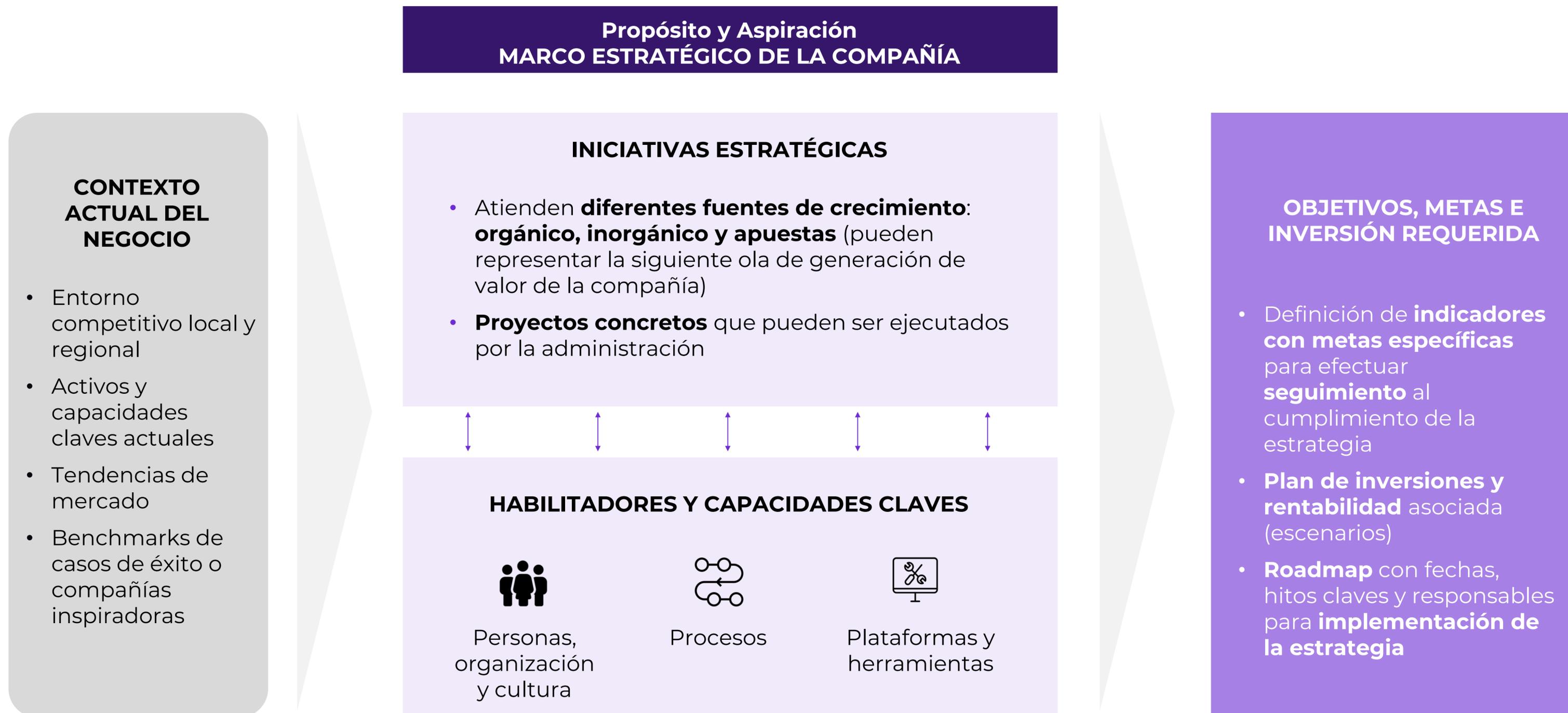


04.

Una aproximación al diseño de una estrategia

Estrategia – “*Dónde competir y cómo ganar*”

Proceso que se efectúa cada 3-5 años



Para abordar la visión estratégica de futuro, es importante definir cómo se invierte el capital y esfuerzo en las diferentes alternativas



VISIÓN ESTRATÉGICA DE FUTURO

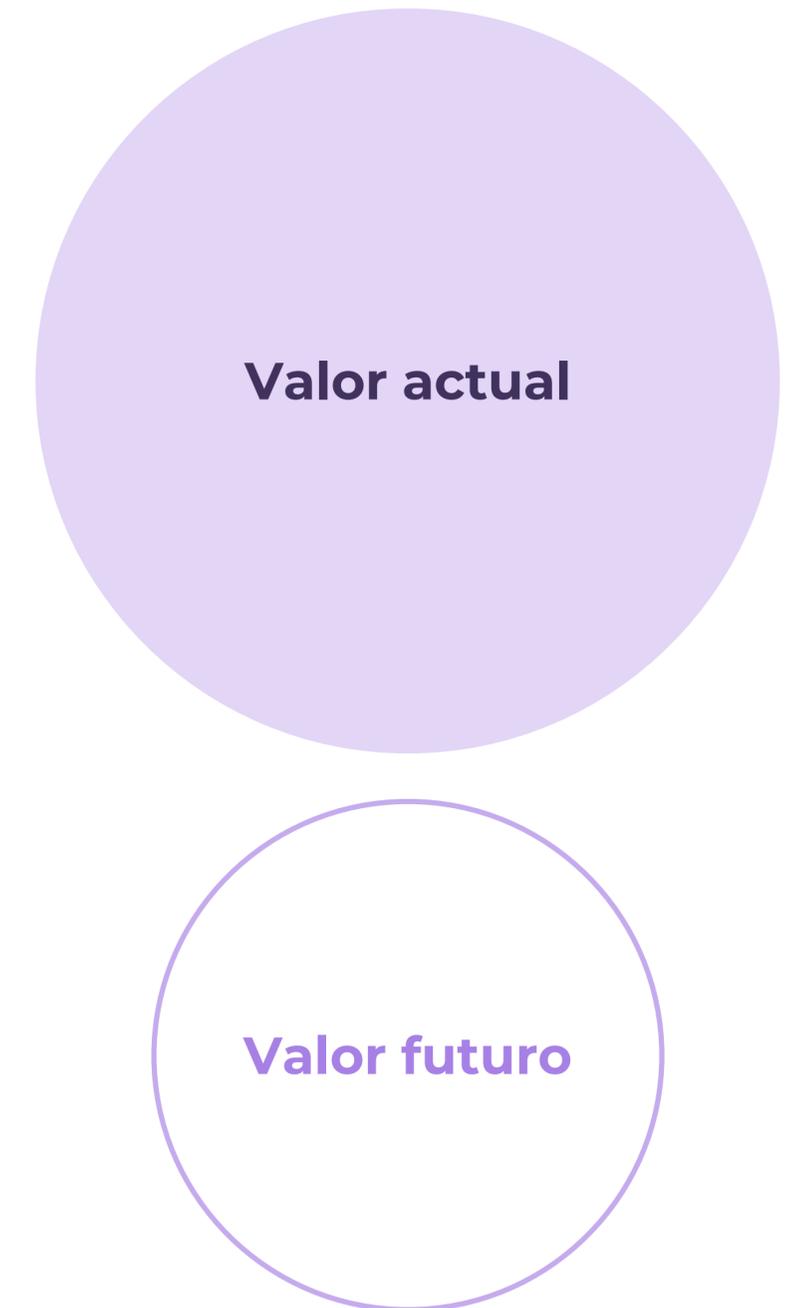
Participación en la forma en que se invierten los recursos (capital humano y económico) y en el desarrollo de capacidades



Acelerar el core del negocio, eso que hoy los clientes buscan es ustedes

Potenciar Adyacentes las actividad negocios adyacentes

Apuestas Estratégicas
Nuevas tendencias



Nespresso: *premiumización* del café en el mundo



Ingresos > \$4bn USD
2020

Historia y evolución

- Creado en 1986 como subsidiaria de Nestlé
- Fue el lanzamiento del primer sistema de café porcionado para oficinas en Suiza, Japón e Italia
- A lo largo del tiempo, fortalecen presencia *online*, crean *Boutiques*, programas de reciclaje y logran posicionarse como la marca líder de cápsulas en el mundo
- Profundo entendimiento del consumidor con capacidades de comunicación y *marketing* muy sofisticadas

Estrategia de Premiumización

BOUTIQUES



- Experiencia premium en tiendas de alto diseño y arquitectura
- Clientes pueden experimentar productos y son atendidos por especialistas entrenados

DIGITAL



- Desde 1998 fortalecen canal digital para venta directa
- Actualmente, 50% de la venta es *e-commerce*, 30% boutiques y el resto por canales tradicionales

BRAND AMBASSADORS



- *George Clooney* fue elegido como embajador de la marca desde 2006
- Ha participado en numerosos comerciales y piezas publicitarias

NESPRESSO CLUB



- Creado en 1989 como canal para llegar directo al consumidor
- Ofrece beneficios como capsulas extras, descuentos, garantías, seminarios y ediciones limitadas

RECICLAJE



- Lanzamiento de iniciativas para reciclaje de cápsulas y reducción de emisión de gases
- Programa reciclaje en 53 países
- Fábricas 100% energía renovable

RESPONSABILIDAD SOCIAL

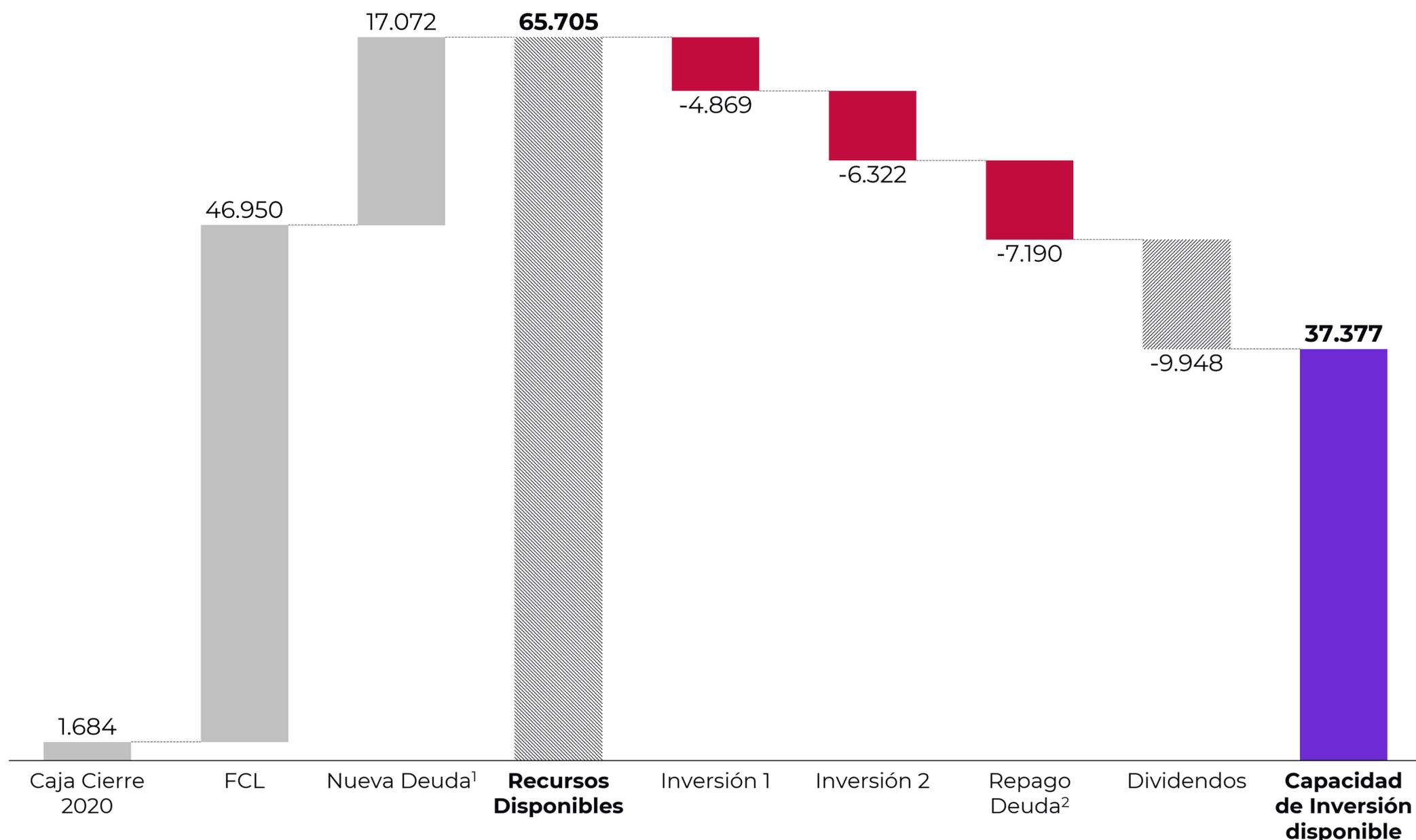


- 95% del café comprado se hace a través del programa de responsabilidad social
- Ediciones destinadas a apoyar regiones en conflicto

Análisis de firepower disponible para alcanzar la aspiración

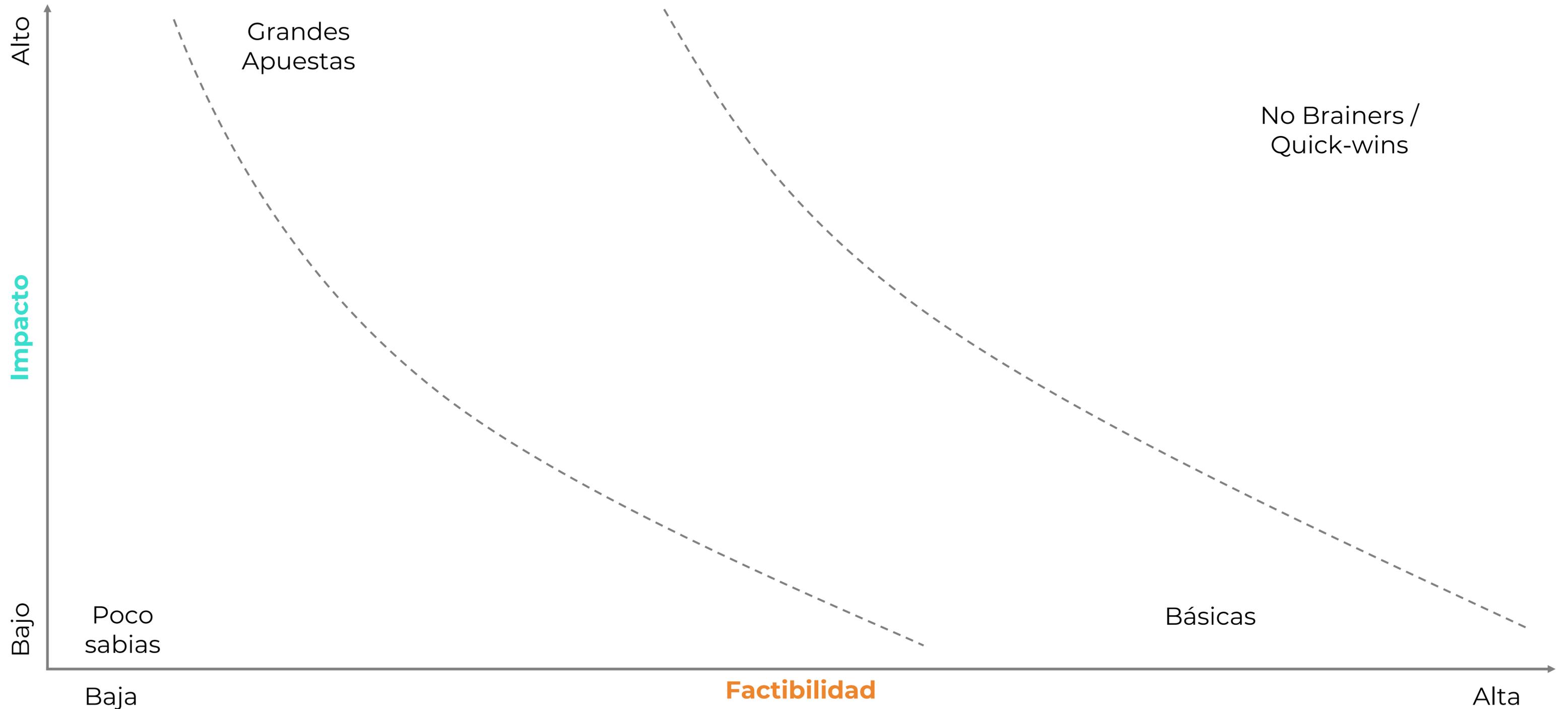
EJEMPLO – FIREPOWER

Caso – Estimación de *firepower* disponible de diversas fuentes para financiar el CAPEX estimado y el crecimiento futuro



- ¿Qué es?
- **Estimación del capital disponible total** para alcanzar la aspiración de futuro
- Entendimiento del **capital actual, deuda adicional, potencial IPO, CAPEX estimado y capital resultante** para el crecimiento
- ¿Para qué sirve?
- Definir la **viabilidad de la aspiración a futuro**
- **Decidir y enfocar la forma de utilizar los recursos** para lograr la generación de valor estimada

¿Cómo se ubican las iniciativas en la matriz de Impacto - Factibilidad?



05.

Seguimiento a la ejecución de la estrategia

Luego es la administración quien se debe encargarse de ejecutar el mandato de los dueños y gestionar los negocios

**EJECUTAR LA ESTRATEGIA Y
RESPONDER POR SUS
RESULTADOS**

**IMPLEMENTAR POLÍTICAS Y
PROCEDIMIENTOS
REQUERIDOS**

**CONFORMACIÓN Y
DESARROLLO DE LOS
EQUIPOS REQUERIDOS**

**PROMOVER LOS VALORES Y
CULTURA DEFINIDOS EN LAS
EMPRESAS**

Dashboard de seguimiento (1/2)

ILUSTRATIVO

Indicadores de Visión Patrimonial – Seguimiento anual

Empresa (USD MM)	Valor					
	dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	Cto. año anterior	Cto. año base	% Part. En el portafolio
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	▲ 0,89x	▲ 1,13x	39%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	▲ 0,89x	▲ 1,13x	35%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	▲ 2,22x	▲ 0,45x	20%
Empresa 4	1.904	2.147	2.500	▲ 0,89x	▲ 1,13x	6%
Total Portafolio	32.844	32.525	32.791	▲ 1,01x	▲ 0,99x	100%

Empresa (COP MM)	Flujo de caja					
	dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	% Cto. año anterior	% Cto. año base	% Part. En el portafolio
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	▼ -11%	▼ -14%	39%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	▲ 89%	▼ -3%	35%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	▲ 222%	▲ 90%	20%
Empresa 4	1.904	2.147	2.500	▲ 89%	▼ -24%	6%
Total Portafolio	32.844	32.525	32.791	▲ 101%	▲ 0%	100%

Empresa (COP MM)	Deuda Financiera					
	dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	% Frente año anterior	% Frente año base	% Part. En el portafolio
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	▼ -11%	▼ -14%	39%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	▲ 89%	▼ -3%	35%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	▲ 222%	▲ 90%	20%
Empresa 4	1.904	2.147	2.500	▲ 89%	▼ -24%	6%
Total Portafolio	32.844	32.525	32.791	▲ 101%	▲ 0%	100%

Empresa (COP MM)	ROIC / Rentabilidad				
	dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	Cambio año anterior	Cambio año base
Empresa 1	17,0%	15,0%	15,0%	▲ 2,0%	▲ 2,0%
Empresa 2	15,0%	13,0%	17,0%	▲ 2,0%	▼ -2,0%
Empresa 3	12,0%	12,0%	16,0%	■ 0,0%	▼ -4,0%
Empresa 4	14,0%	12,0%	16,0%	▲ 2,0%	▼ -2,0%
Total Portafolio	12,0%	12,0%	13,0%	■ 0,0%	▼ -1,0%

Geografía (USD MM)	Valor	
	dic-23 Real	% Part. En el portafolio
Colombia	12.852	42%
Estados Unidos	11.424	37%
Europa	6.664	22%
Total Portafolio	30.940	100%

Geografía (COP MM)	Liquidez	
	dic-23 Real	% Part. En el portafolio
Colombia	80.000	98%
Estados Unidos	(2.000)	-2%
Europa	3.500	4%
Total Portafolio	81.500	100%

dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	Indicador de endeudamiento	
			% Frente año anterior	% Frente año base
0,17x	0,15x	0,15x	● 13,3%	● 13,3%
0,15x	0,13x	0,17x	● 15,4%	● -11,8%
0,12x	0,12x	0,16x	■ 0,0%	● -25,0%
0,14x	0,12x	0,16x	● 16,7%	● -12,5%
0,12x	0,12x	0,13x	■ 0,0%	● -7,7%

dic-23 Real	dic-22 Real	Año base (dic-21)	Capital Invertido	
			% Frente año anterior	% Frente año base
12.852	14.494	15.000	▼ -11%	▼ -14%
11.424	12.884	11.791	▲ 89%	▼ -3%
6.664	3.000	3.500	▲ 222%	▲ 90%
1.904	2.147	2.500	▲ 89%	▼ -24%
32.844	32.525	32.791	▲ 101%	▲ 0%

- **Indicadores base** requeridos
- Clave **metodología de cálculo estándar** y sistemática
- Puede incluir **otros ad-hoc** ej. proyectos de inversión claves con sus niveles de retorno y endeudamiento

Dashboard de seguimiento (2/2)

ILUSTRATIVO

Indicadores por empresa – Seguimiento trimestral

Empresa (COP MM)	Ventas en valor				
	abr-22 Real	ene-22 Real	Ppto.	Cumplimiento Ppto.	Crecimiento trimestral
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	86%	-11%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	97%	-11%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	190%	122%
Empresa 4	6.664	3.000	3.500	190%	122%
Total	37.604	33.378	33.791	111%	13%

Empresa (COP MM)	Ventas en volumen				
	abr-22 Real	ene-22 Real	Ppto. 2022	Progreso vs Ppto.	Crecimiento trimestral
Empresa 1	5.000	8.300	4.000	125%	-39,8%
Empresa 2	1.200	1.000	1.000	120%	20,0%
Empresa 3	-	-	-	-	-
Empresa 4	-	-	-	-	-
Total	6.200	9.300	5.000	124%	-33,3%

Empresa (COP MM)	Market Share (%)		
	abr-22 Real	ene-22 Real	Variación Trimestral
Empresa 1	17,0%	15,0%	2%
Empresa 2	15,0%	13,0%	2%
Empresa 3	-	-	-
Empresa 4	-	-	-
Total	-	-	-

Empresa (COP MM)	EBIT				
	abr-22 Real	ene-22 Real	Ppto.	Cumplimiento Ppto.	Crecimiento trimestral
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	-14%	-11%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	-3%	-11%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Empresa 4	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Total	37.604	33.378	33.791	11%	13%

Empresa (COP MM)	EBIT (%)		
	abr-22 Real	ene-22 Real	Variación Trimestral
Empresa 1	17,0%	15,0%	2%
Empresa 2	15,0%	13,0%	2%
Empresa 3	12,0%	12,0%	0%
Empresa 4	12,0%	12,0%	0%
Total	12,0%	12,0%	0%

Empresa (COP MM)	EBITDA				
	abr-22 Real	ene-22 Real	Ppto.	Cumplimiento Ppto.	Crecimiento trimestral
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	-14%	-11%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	-3%	-11%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Empresa 4	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Total	37.604	33.378	33.791	11%	13%

Empresa (COP MM)	EBITDA (%)		
	abr-22 Real	ene-22 Real	Variación Trimestral
Empresa 1	17,0%	15,0%	2%
Empresa 2	15,0%	13,0%	2%
Empresa 3	12,0%	12,0%	0%
Empresa 4	12,0%	12,0%	0%
Total	12,0%	12,0%	0%

Empresa (COP MM)	Utilidad antes de impuestos				
	abr-22 Real	ene-22 Real	Ppto.	Cumplimiento Ppto.	Crecimiento trimestral
Empresa 1	12.852	14.494	15.000	-14%	-11%
Empresa 2	11.424	12.884	11.791	-3%	-11%
Empresa 3	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Empresa 4	6.664	3.000	3.500	90%	122%
Total	37.604	33.378	33.791	11%	13%

Empresa (COP MM)	UAI (%)		
	abr-22 Real	ene-22 Real	Variación Trimestral
Empresa 1	17,0%	15,0%	2%
Empresa 2	15,0%	13,0%	2%
Empresa 3	12,0%	12,0%	0%
Empresa 4	12,0%	12,0%	0%
Total	12,0%	12,0%	0%

- **Indicadores base** requeridos
- Clave **metodología de cálculo estándar** y sistemática
- Puede incluir **métricas e indicadores específicos** por industria

06.

Conclusiones

Debe haber coherencia entre la visión de los dueños, la forma en que se toman las decisiones y el diseño y ejecución de la estrategia

- 1. Los dueños deben tener una visión clara de lo que quieren alcanzar en el largo plazo para comunicárselo a la junta directiva**
- 2. La junta debe tener la capacidad de pensar en un espacio de tiempo de 3-5 años y ejecutar un plan acorde a las expectativas de los socios**
- 3. La junta debe fijar objetivos y metas claras, orientar a la administración y hacer seguimiento**
- 4. Debe haber una estructura de gobierno corporativo que le permita a los dueños estar enterados de los avances y decisiones importantes, mientras se le da flexibilidad y empoderamiento a la gerencia para ejecutar**

Gracias



virtus
partners

mauricio.borja@somosvirtus.com



Principales conceptos y estrategias para el
éxito de las MiPyMEs

Inclusión Financiera Integral

Miguel Achury Jiménez

Consultor en Inclusión y Finanzas Sostenibles

miguelachury@yahoo.com

Bogotá, D.C., 27 de octubre de 2022



Principales conceptos y estrategias para el éxito de las MiPyMEs

Inclusión Financiera Integral

Contenido

1. Desarrollo financiero y crecimiento económico
2. Inclusión financiera en Colombia
3. Inclusión financiera integral
4. Salud financiera
5. Conclusiones

1. Desarrollo financiero y crecimiento económico

Autor y año	Características	Resultados
Goldsmith (1969)	Compilación de datos de 35 países durante el período 1860-1963, con el valor de activos financieros como porcentaje del PIB .	Correlación positiva entre el desarrollo financiero y el nivel de actividad económica.
King y Levine (1993)	Estudio de 77 países durante el período 1960-1989, mide la proporción del crédito total sobre el PIB y examina la relación empírica entre los indicadores.	La diferencia entre el 25% de los países que crecen más lentamente y el 25% de los que crecen más rápidamente es del 5% anual. El aumento de la profundidad financiera elimina el 20% de esta diferencia en las tasas de crecimiento.
La Porta, López de Silanes y Schleifer (2001)	Estudia el grado en que los bancos de distintas partes del mundo pertenecen al sector público para construir un indicador alternativo que refleje el desarrollo financiero de una economía.	Un mayor grado de propiedad pública del sistema bancario se vincula a niveles más bajos de desarrollo financiero y a un menor crecimiento económico.

1. Desarrollo financiero y crecimiento económico

Autor y año	Características	Resultados
Levine y Zervos (1998)	Medición del desarrollo del mercado de valores y su relación con el crecimiento económico, la acumulación de capital y el crecimiento de la productividad . 42 países durante el período 1976-1993.	La liquidez del mercado valores y el desarrollo de la banca se correlacionan de forma positiva y significativa con las tasas de crecimiento económico futuro. 18 años de observación.
Laporta y otros (1998) Levine, Loayza y Beck (2000)	Introducción de variables instrumentales del ámbito legal para evaluar el sesgo de simultaneidad.	Notable conexión entre la intermediación financiera y el crecimiento económico a largo plazo.
Levine, Loayza y Beck (2000)	Uso de series de tiempo, datos de la sección transversal y variables instrumentales respecto de todos los regresores, para evitar sesgos asociados a las regresiones entre países.	Relación robusta entre los indicadores de desarrollo financiero, el crecimiento económico y el aumento de la productividad .
Levine y Beck (2004)	Estudio de los factores de crecimiento a largo plazo, a partir de promedios quinquenales.	El crecimiento económico depende de la capacidad de los agentes de intercambiar derechos de propiedad en tecnología.

2. Inclusión financiera en Colombia

¿Qué significa ser una MiPyME en Colombia?
Ventas anuales (Decreto 957/2019)

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro empresa	Inferiores o iguales a 23.563 UVT \$895 MM	Inferiores o iguales a 32.988 UVT \$1.254 MM	Inferiores o iguales a 44.769 UVT \$1.701 MM
Pequeña empresa	Superiores a 23.563 UVT, e inferiores o iguales a 204.995 UVT \$7.781 MM	Superiores a 32.988 UVT e inferiores o iguales a 131.951 UVT \$5.015 MM	Superiores a 44.769 UVT e inferiores o iguales a 431.196 UVT \$16.387 MM
Mediana empresa	Superiores a 204.995 UVT e inferiores o iguales a 1.736.565 UVT \$65.996 MM	Superiores a 131.951 UVT) e inferiores o iguales a 483.034 UVT \$18.357 MM	Superiores a 431.196 UVT e inferiores o iguales a 2'160.692 UVT \$82.115 MM

UVT 2022 = \$38.004

2. Inclusión financiera en Colombia

5,4 millones de MiPyMEs (2021 - DANE)
307 mil unidades productivas creadas en 2021 (Confecámaras)

Número de personas jurídicas
con créditos vigentes

Producto	dic-20	dic-21
Al menos un producto de crédito	284.206	280.229
Crédito comercial	215.104	211.574
Crédito de consumo	79.638	76.252
Microcrédito	11.527	6.514
Tarjeta de crédito	90.185	91.910

Fuente: Reporte de Inclusión Financiera 2021,
Banca de las Oportunidades / Superintendencia
Financiera de Colombia

Tabla 3. Unidades productivas por tamaño y sector agregado
Enero - diciembre 2021

Sector Agregado	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
Agricultura	97.9%	1.9%	0.1%	0.0%
Comercio	99.8%	0.2%	0.0%	0.0%
Construcción	98.3%	1.6%	0.0%	0.0%
Extracción	95.9%	4.0%	0.1%	0.0%
Industria	99.7%	0.3%	0.0%	0.0%
Resto	99.4%	0.6%	0.0%	0.0%
Servicios	99.4%	0.6%	0.0%	0.0%
Total	99.5%	0.4%	0.0%	0.0%

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social.

2. Inclusión financiera en Colombia

Metas PND 2018 - 2022

Cumplimiento 2022



2. Inclusión financiera en Colombia

TOTAL NACIONAL



Presencia financiera (puntos físicos por 10.000 adultos)

106,5

Corresponsales

8,8

Corresponsales propios

1,9

Oficinas

63,3

Corresponsales activos

97,3

Corresponsales tercerizados

Superficie

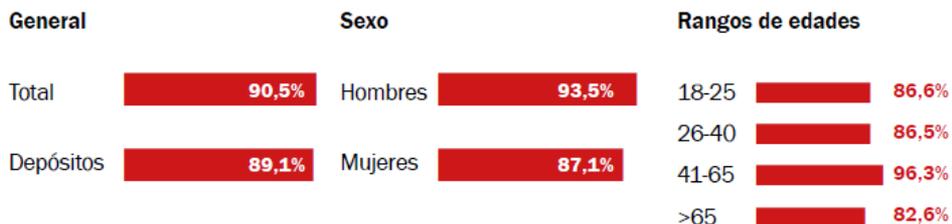
1.141.26 km²

Población adulta

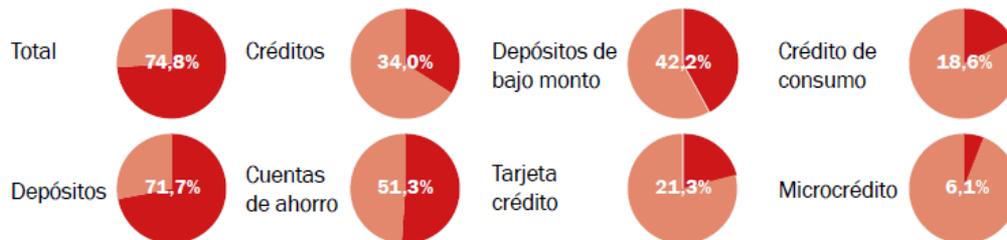
37.055.422

2. Inclusión financiera en Colombia

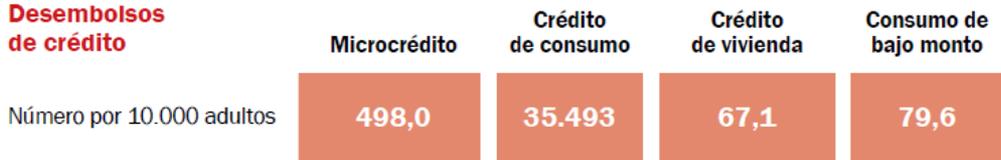
Porcentaje de adultos con productos financieros



Porcentaje de adultos con productos financieros activos



Desembolsos de crédito



2. Inclusión financiera en Colombia

CIUDADES Y AGLOMERACIONES*



Presencia financiera (puntos físicos por 10.000 adultos)



Porcentaje de adultos con productos financieros

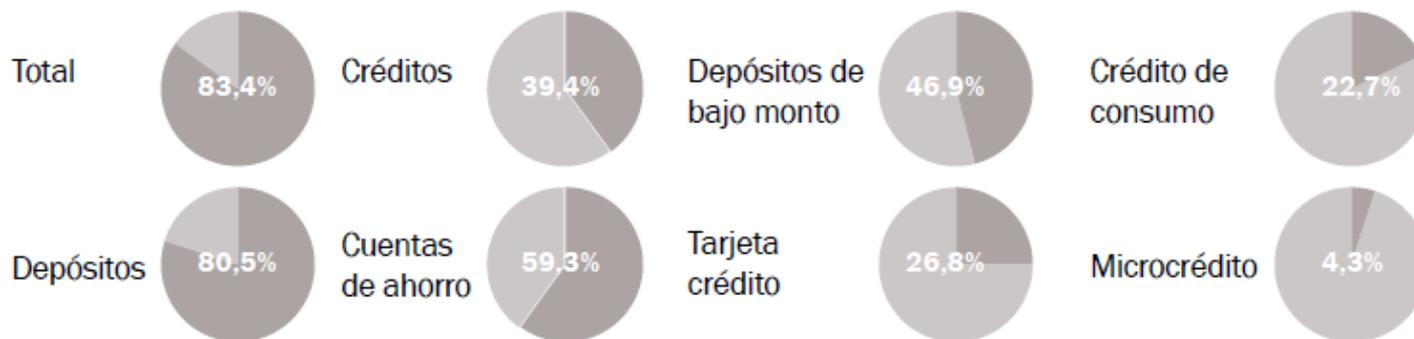
General

Total **98,9%**

Depósitos **97,6%**

2. Inclusión financiera en Colombia

Porcentaje de adultos con productos financieros activos



Desembolsos de crédito

	Microcrédito	Crédito de consumo	Crédito de vivienda	Consumo de bajo monto
Número por 10.000 adultos	421,1	51.653	92,8	118,0

2. Inclusión financiera en Colombia

INTERMEDIO

Presencia financiera (puntos físicos por 10.000 adultos)



Porcentaje de adultos con productos financieros

General

Total **77,3%**

Depósitos **75,7%**

Sexo

Hombres **79,1%**

Mujeres **75,4%**

Rangos de edades

18-25 **53,7%**

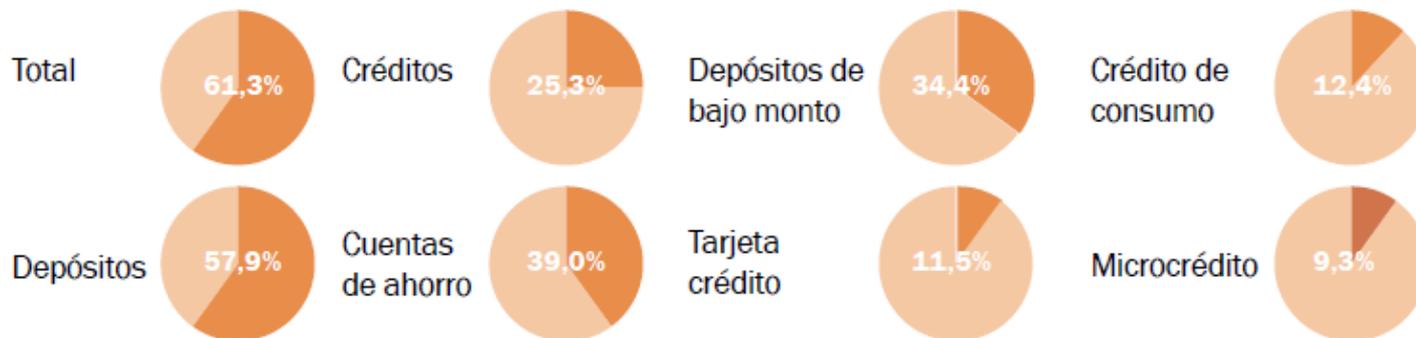
26-40 **84,4%**

41-65 **86,3%**

>65 **67,3%**

2. Inclusión financiera en Colombia

Porcentaje de adultos con productos financieros activos



Desembolsos de crédito

	Microcrédito	Crédito de consumo	Crédito de vivienda	Consumo de bajo monto
Número por 10.000 adultos	794,2	3.629	24,3	0,01

2. Inclusión financiera en Colombia

RURAL

Presencia financiera (puntos físicos por 10.000 adultos)



Porcentaje de adultos con productos financieros

General

Total **69,1%**

Depósitos **67,7%**

Sexo

Hombres **69,4%**

Mujeres **68,7%**

Rangos de edades

18-25 **36,5%**

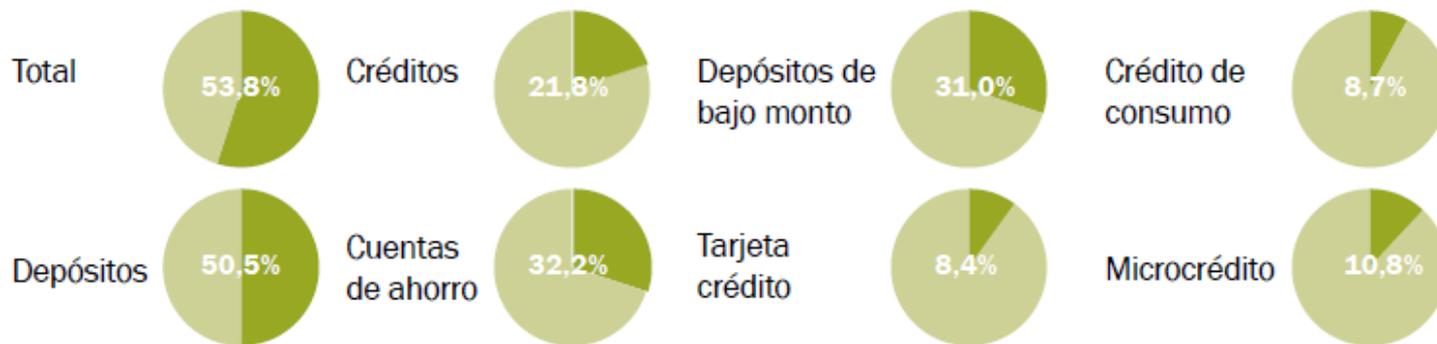
26-40 **77,8%**

41-65 **81,3%**

>65 **62,2%**

2. Inclusión financiera en Colombia

Porcentaje de adultos con productos financieros activos



Desembolsos de crédito

	Microcrédito	Crédito de consumo	Crédito de vivienda	Consumo de bajo monto
Número por 10.000 adultos	561,2	866	4,0	0

2. Inclusión financiera en Colombia

RURAL DISPERSO



Presencia financiera (puntos físicos por 10.000 adultos)



Porcentaje de adultos con productos financieros

General

Total 56,2%

Depósitos 55,2%

Sexo

Hombres 55,7%

Mujeres 86,6%

Rangos de edades

18-25 25,5%

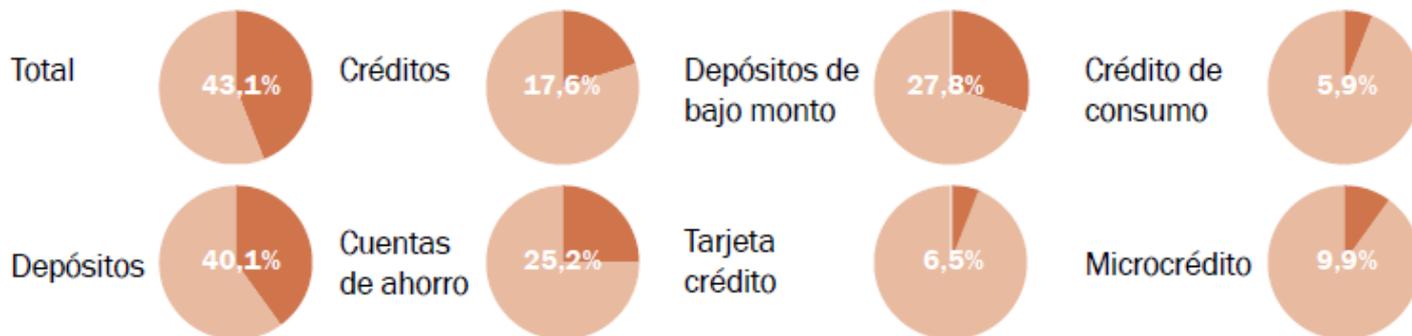
26-40 62,9%

41-65 69,2%

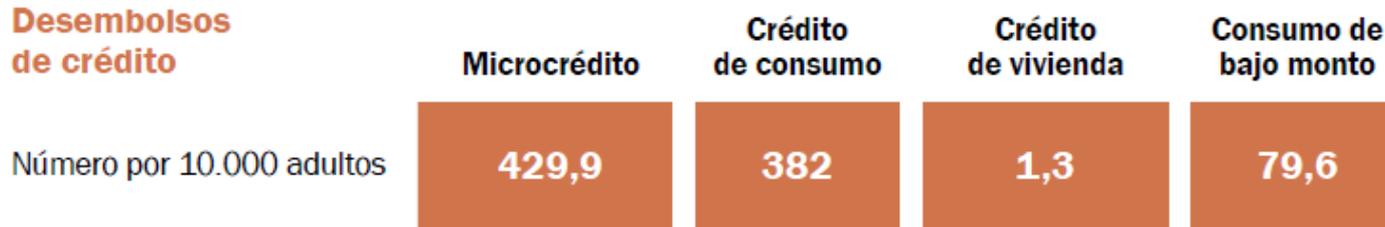
>65 54,0%

2. Inclusión financiera en Colombia

Porcentaje de adultos con productos financieros activos

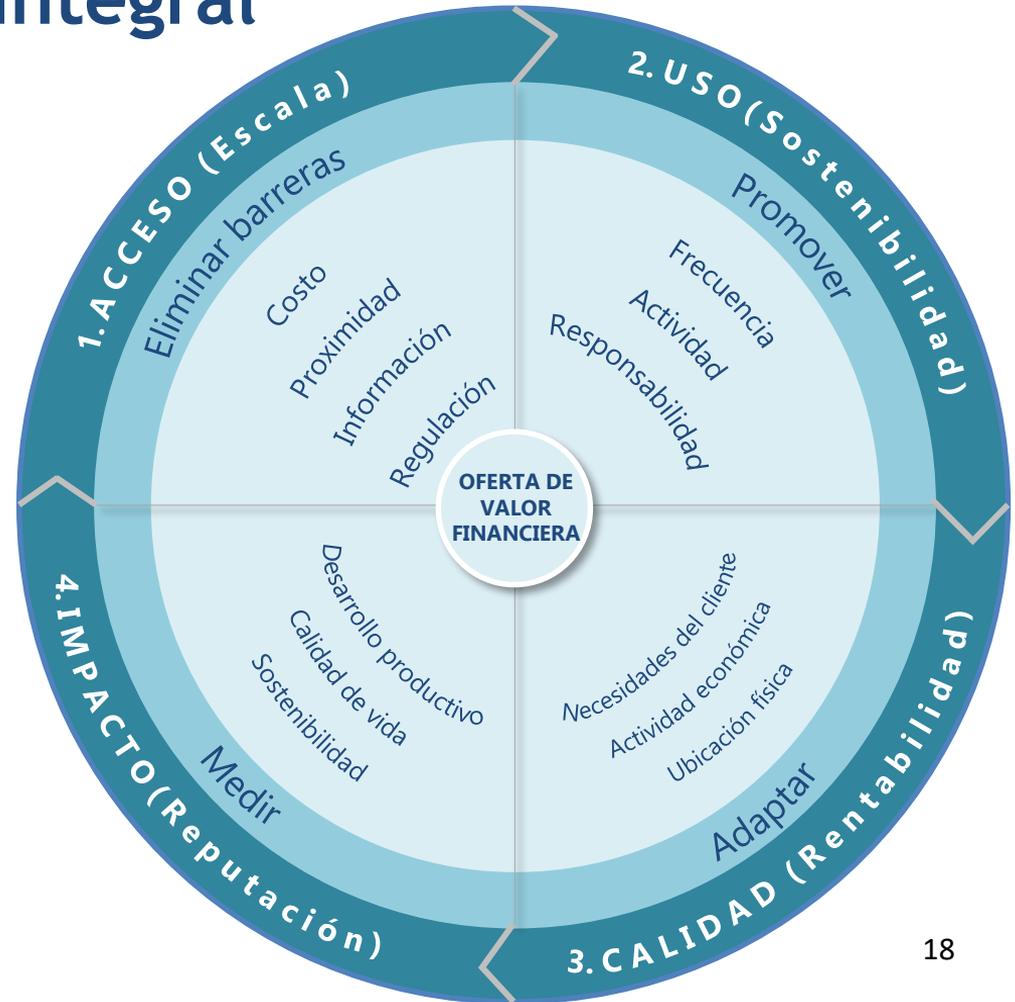


Desembolsos de crédito



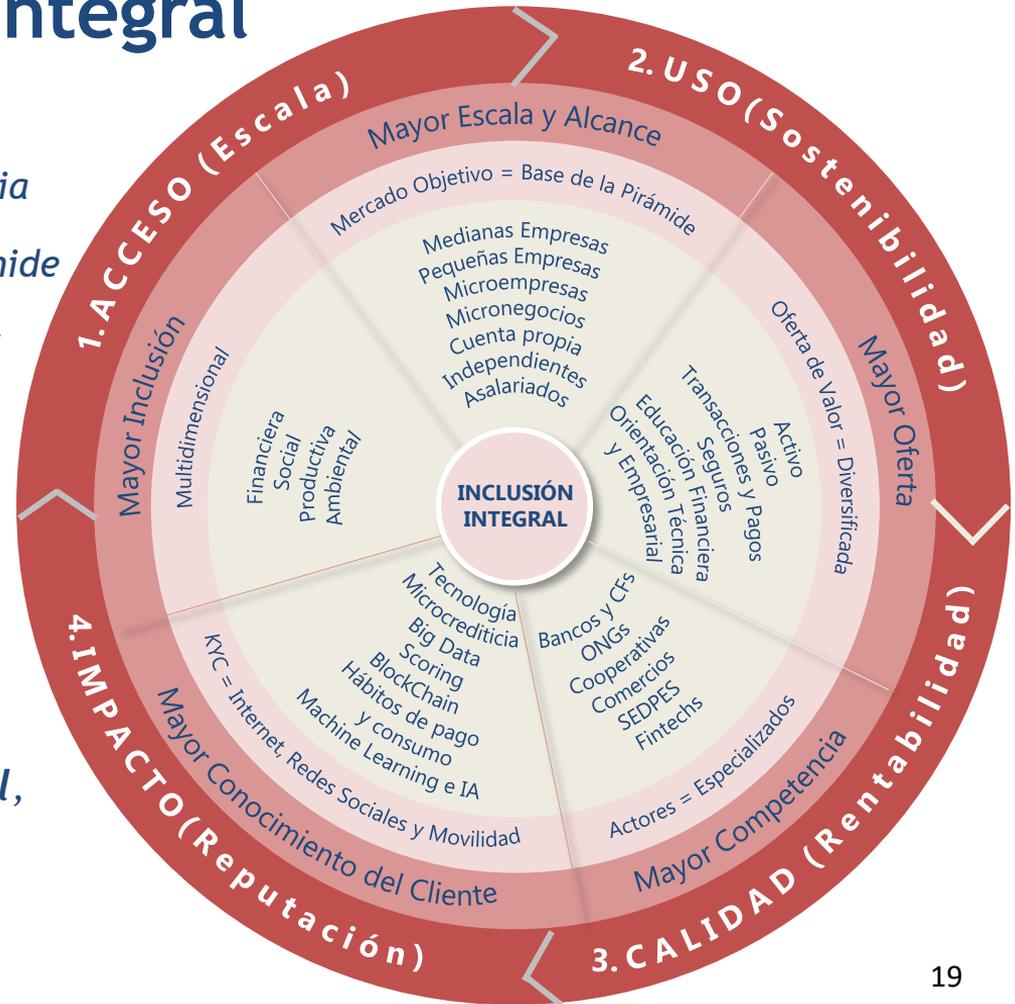
3. Inclusión financiera integral

La inclusión financiera integral debe trascender el simple **acceso** a servicios financieros; implica, además, promover un **uso** adecuado y responsable de los servicios, **adaptar** con calidad la oferta de valor en función de las reales necesidades de las personas y **medir** el impacto en su calidad de vida y/o desarrollo productivo.



3. Inclusión financiera integral

La **inclusión** se expande cada vez más hacia diversos **colectivos** en la base de la pirámide económica, con una **oferta de valor** más desarrollada y sofisticada y la presencia de **nuevos actores** que intensifican La competencia. El **conocimiento del cliente** es la clave de la diferenciación. El ámbito de la inclusión va más allá de lo financiero y alcanza las dimensiones **social, productiva y ambiental**.



4. Salud financiera

Planificación y gestión financiera

Acumulación de patrimonio

Mejora el bienestar individual y del hogar

Equilibrar ingresos y gastos en el tiempo



5. Conclusiones

- ▶ Existe una correlación positiva entre desarrollo financiero y crecimiento económico.
- ▶ La inclusión financiera es condición necesaria para el desarrollo financiero.
- ▶ La inclusión financiera es una herramienta para la reducción de la pobreza y la inequidad.
- ▶ Colombia debe hacer mayores esfuerzos para lograr una inclusión financiera integral.
- ▶ La eficacia de la estrategia de inclusión se valida por el impacto en la salud financiera de la población y las unidades productivas.
- ▶ El sector empresarial puede (¿debe?) vincularse a este esfuerzo de inclusión, contribuyendo a la salud financiera propia, de sus empleados y demás grupos de interés.



Principales conceptos y estrategias para el éxito de las MiPyMEs

Gracias

Miguel Achury Jiménez

Consultor en Inclusión y Finanzas sostenibles

miguelachury@yahoo.com

Bogotá, D.C., 27 de octubre de 2022

IGOR

CONFERENCIAS – SEMINARIOS - ASESORIAS

MIS CONFERENCIAS SON COMO UN SUPERMERCADO...



USTED COGE EL CARRO, SE
PARA FRENTE A LA GÓNDOLA
Y TOMA LO QUE LE SIRVE.



ESPERO QUE AL TERMINAR
TENGA EL CARRO CASI
LLENO.



POR QUÉ EXISTE UNA EMPRESA?

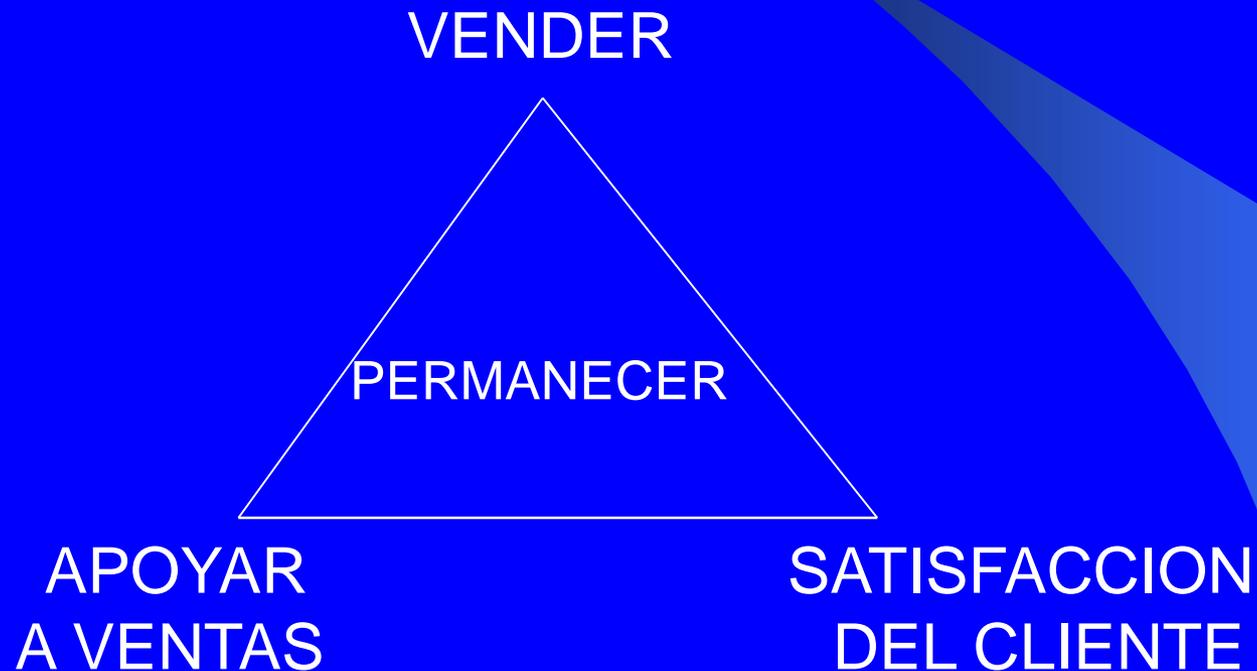
Porque tiene **clientes**.

Nuestro negocio es tener clientes satisfechos que quieran regresar.

La mejor publicidad de una empresa la hace un cliente satisfecho.

EL CLIENTE
SIEMPRE TIENE LA
RA\$ON

UNA EMPRESA SOLO TIENE TRES FUNCIONES



EL LIDERAZGO PARA EL SIGLO XXI

**LIDERAZGO BASADO EN
EL DESARROLLO,
COMPROMISO Y
MOTIVACION DEL
TALENTO HUMANO**

**EL LIDERAZGO HOY SE
BASA EN LA
ADMINISTRACIÓN
ANTROPOCÉNTRICA.**

**LA DIFERENCIA LA
HACE LA GENTE**

COLOMBIA NO TIENE PROBLEMA DE :

- EMPLEO
- EMPRESAS
- CAPITAL
- SEGURIDAD**
- FISICA
- JURIDICA
- SOCIAL
- FISCAL
- POLITICA

“Se puede comprar el tiempo de un hombre, se puede comprar su presencia física en un lugar.

Hasta puede comprarse un número contado de movimientos musculares, adiestrados, por horas o por días.

Pero no puede comprarse el entusiasmo.

No puede comprarse la lealtad, no pueden comprarse el corazón, la mente y el alma.

¡Hay que ganarlos!”

Clearence Francis.

“La diferencia entre la civilización y la barbarie están en el debido trato”.

“Trátelo como bueno y será bueno”.

DIFERENCIA ENTRE LÍDER Y CAUDILLO

- El líder forma seguidores.
- El caudillo muere y se acaba su proyecto.

DIFERENCIA ENTRE LIDER Y ADMINISTRADOR

- El administrador gasta calzones.
- El líder gasta zapatos.

EL TRABAJO DEL EJECUTIVO



CUALIDADES DEL LÍDER



LOS MEJORES EMPLEADOS

Tengo un jefe que cree en mí



Que me capacita y empodera

Que me respalda y apoya

IMPORTANCIA DEL TALENTO HUMANO

Tecnología de Punta

**LIDERAZGO
EFECTIVO**

Personal Capacitado

Personal Comprometido



CRUZ IGORIANA DEL EQUILIBRIO LABORAL



SOLO EQUILIBRANDO ESTOS CUATRO BRAZOS DE LA CRUZ IGORIANA SE PUEDE OBTENER UNA EFECTIVIDAD PERMANENTE Y UNA CALIDAD SOSTENIDA.

CALIDAD TOTAL

100x100

**Cumplir con los requisitos
del cliente**

CAPACITACION + AMOR

**Una persona que sabe hacer su trabajo y le gusta, NO
se puede equivocar.**

EL CONCEPTO MODERNO DE LA EMPRESA

“Es más peligroso para una empresa un mal jefe que un sindicato desorientado”.

“Se administra con las
manos,
se lidera con los pies”.

“El trabajador mira la empresa según sea su jefe directo, si éste es bueno la empresa es buena”.

EL CONCEPTO MODERNO DE LA EMPRESA

“Una empresa es la suma de actitudes positivas de todos los diferentes estamentos de la organización para prestar el mejor servicio, buscando satisfacer plenamente la clientela y las necesidades del mercado”.

EL CONCEPTO MODERNO DE LA EMPRESA

**El trabajador es más leal con el grupo que
con la empresa.**

El trabajador antes de producir hace vida social.

**La productividad está en relación directa
con el clima laboral. A mayor integración
humana mejores resultados.**

**La madurez de un ejecutivo se
mide por la capacidad de
manejar información negativa.**

No existen malos soldados...

Existen malos capitanes.

No existen malos empleados...

Existen malos motivadores.

**LIDERAZGO
ES EJEMPLO**

**LA LEALTAD DE UN HOMBRE
ESTÁ EN PROPORCIÓN DIRECTA
AL GRADO DE APRECIO QUE
SE LE DEMUESTRE.**

**LA PRIMERA CUALIDAD DE UN LÍDER
CONSISTE EN LA CAPACIDAD PARA
GANARSE LA ACEPTACIÓN DEL GRUPO
QUE DIRIGE.**

EL CLIENTE ES SEGUNDO!

**PRIMERO
ES EL PERSONAL DE
LA EMPRESA**

**Si su personal está motivado,
comprometido, bien capacitado,
bien tratado, bien remunerado...
etc.,
todo lo demás viene por
añadidura.**

**Cuide a su personal
que él se encargará
de cuidar lo demás...**

**Trate a sus empleados
como si fueran sus
mejores clientes.**

**La actitud del líder
hacia su equipo de trabajo
es definitiva
para la obtención de óptimos
RESULTADOS.**

LA GERENCIA DEBE RESPONDER A:

1. Accionistas o propietarios.
2. Personal.
3. Proveedores.
4. Distribuidores.
5. Clientes.
6. Competencia.
7. Gobierno
8. Opinión pública.

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

ÉXITO ES:

20% CONOCIMIENTOS

80% RELACIONES

CONTROLE LA AMÍGDALA

EL CAMBIO

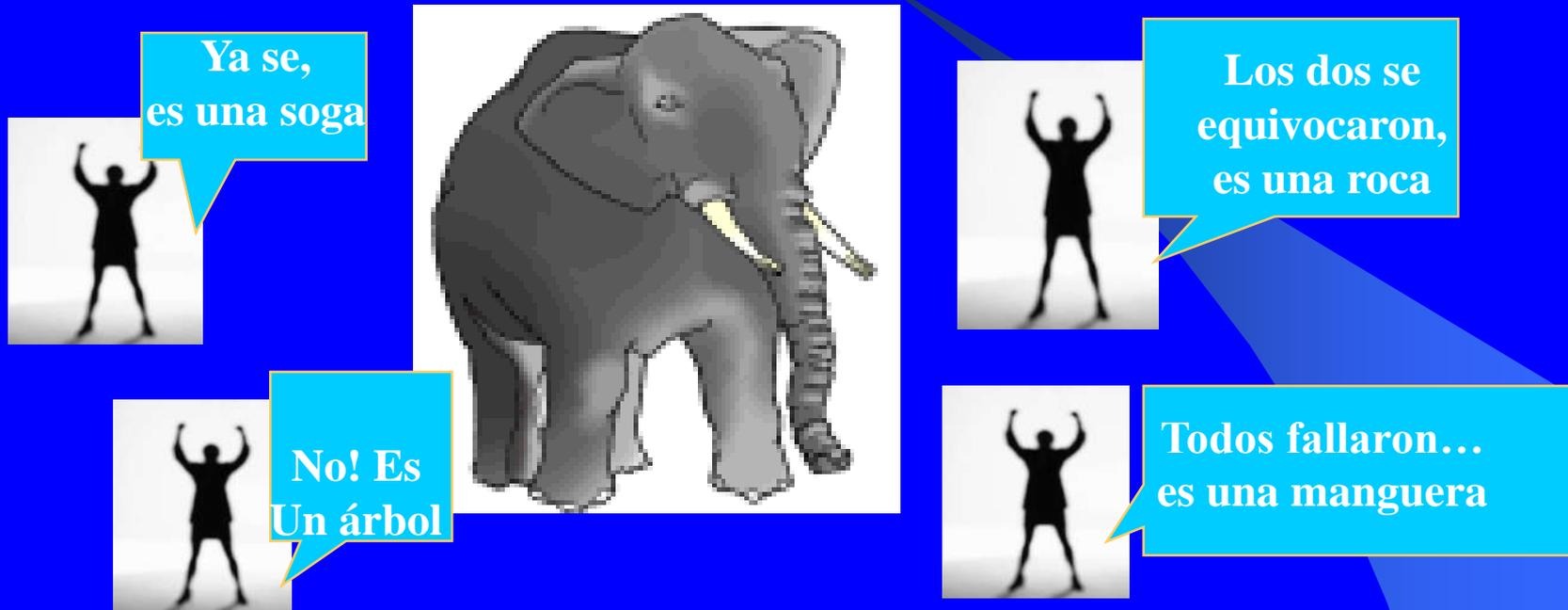
- 1. No puede haber cambios organizacionales si no hay cambios personales.**
- 2. Detrás de cada cambio siempre hay un “Maniaco” liderando.**
- 3. Si hay claridad de propósito compartido, se puede lograr compromiso.**
- 4. Si los beneficios son compartidos, los resultados son más exitosos.**

LOS 7 PASOS DEL ÉXITO ORGANIZACIONAL

1. Creer en la gente.
2. Dar espacio para actuar.
3. Tener dirección estratégica.
4. Lograr el compromiso individual y grupal.
5. Hacer sólo lo que aporte valor.
6. Mantener calidad/servicio.
7. Hacer seguimiento/evaluación/autocontrol.

ADMINISTRAR ES: Detectar todo factor que genere inconformidad en la gente y reducirlo a cero

LOS CUATRO CIEGOS



Su punto de vista es muy importante pero considere también el de los demás. La dimensión MACRO siempre es superior a la individual.

Ver el árbol es bueno, pero comprender el bosque es mejor.

NUESTRO PRIMER Y MÁXIMO CLIENTE:

EL EMPLEADO

Una empresa es tan buena como el peor de sus empleados, así como una cadena es tan fuerte como el eslabón más débil.

**ADMINISTRAR ES AYUDAR A TODOS
Y CADA UNO DE LOS COLABORADORES
A TENER ÉXITO**

**LA ÚNICA RESPONSABILIDAD DEL
ADMINISTRADOR ES ASEGURAR
QUE CADA UNO DE SUS
COLABORADORES TENGA ÉXITO**

DESARROLLO DE EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO

“El líder verdadero se rodea de gente más capaz que él”.

Características

Respeto

Confianza

Comunicación abierta

Colaboración integral

Objetivos comunes

Mente abierta

Responsabilidad de trabajo en equipo

Beneficios mutuos

UNA CRISIS SE MANEJA CON:

C ONOCIMIENTO

R ESPONSABILIDAD

I NTELIGENCIA

S EGURIDAD

I NICIATIVA Y...

S OLUCIONES

APLIQUE EL MÉTODO:

R EDUCIR

I NCREMENTAR

C REAR

E LIMINAR



CONFERENCIAS – SEMINARIOS - ASESORIAS

LIDERAZGO EFICAZ EN TIEMPOS DIFICILES

**ESTRATEGIAS PARA FORTALECER E IMPULSAR
NUESTRA EMPRESA**

FRASES CELEBRES PARA LIDERES

- ✓ **El liderazgo ejecutivo continua siendo el decisivo del éxito o del fracaso de las empresas. Tom Peters**
- ✓ **Gerenciar es hacer las cosas bien. Liderazgo es hacer las cosas correctamente. Peter Drucker**
- ✓ **Los triunfadores son aquellos que perseveran a pesar de todo, contra todo y sobre todo. Tom Peters**
- ✓ **Ninguna empresa puede ser grande, sin un vigoroso líder impulsándola con su propio deseo de tener éxito. Peter Drucker**

FRASES CELEBRES PARA LIDERES

- ✓ **Quien triunfa ve las oportunidades en todos los problemas, quien fracasa ve problemas en todas las oportunidades. Og Mandino**
- ✓ **El futuro solo sorprende a quien no está preparado. William Shakespeare**
- ✓ **El siglo XXI necesita líderes emocionales creadores de riqueza y constructores de futuro. Pedro H. Morales**
- ✓ **Quienes vivan del pasado o vivan sin presente, se quedaran sin vivir el futuro. John F. Kennedy**

EL LIDER DE HOY Y DE MAÑANA

- 1. Hoy todo es posible**
- 2. Hoy todo es nuevo**
- 3. Hoy se requiere una renovación permanente**

LIDERAZGO

“Conducir gentes ordinarias a realizar hazañas extra-ordinarias a través de un esfuerzo adicional.”

LIDER

“Convierte seres común y corrientes en seres
ESTRA-ORDINARIOS”

“Conduce a metas y objetivos iguales a seres
individualmente diferentes”

“Integra equipos exitosos de proceso y de servicio”

Cambios

1. Lo absorbe
2. Se adapta
3. Lo produce
4. Lo aprovecha

Hay gente que aún no ha entrado al siglo
XXI

EQUIPO

“TODOS ATACANDO Y
TODOS DEFENDIENDO”

QUE HIZO USTED EXTRA EN SU TIEMPO DE ESTUDIANTE?

- TUNA
- TEATRO
- GOLF
- FUTBOL

- TENIS
- MONTAÑISMO
- TRABAJO EN ALGO ESPECIAL
- ETC.

Cual es su meta a 5, 10 años?

Cuales son sus objetivos a mediano y largo plazo?

Cuales son las metas y objetivos de cada miembro del equipo?

La función del Líder es ayudar a conseguir los propósitos de cada miembro del equipo.

INTEGRACION

Formar equipos exitosos.

EQUIPO

Grupo humano con diferencias individuales, pero con objetivos iguales.

T ODOS

E NTUSIASMADOS

A CTUAN

M EJOR

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO

C

apacitación permanente

I

ntegración de objetivos

A

cciones positivas

QUE MOTIVA A SU GENTE?

Concentración, focalización en las metas y objetivos.
Acciones conducentes al logro de los objetivos

MOTIVACION = MOTIVO + ACCION

El secreto del Éxito:

Practicar

Practicar

Practicar

Hasta formar hábitos.

- Todos los problemas que vive la humanidad son formados en el desequilibrio que el mismo hombre crea.

V ALORES

I NTERESES

D ECISION

A RMONIA

- Prepararse para el futuro es la única salida inteligente, pero hay que hacerlo YA!
- El tiempo de respuesta es la mayor defensa para sobrevivir

“NO BASTA TENER GENTE
CONTENTA, ES NECESARIO
TENERLA
ENTUSIASMADA”

ANDERSON

“La esencia de la vida es que venimos a ser felices, y si no somos felices mejor regresemos”

CANTINFLAS

**“Solamente se tiene éxito
cuando se pone el corazón
en todo lo que se hace”**

IGOR

Se fracasa cuando se pierde el entusiasmo y
cuando se deja de intentar

La palabra mágica es:

Perseverancia

Amor

Servicio

Interes

Optimismo

Novedad

FILOSOFIA DEL AUDAZ

1. Vivir positivamente
2. No temerle a nada
3. Saber correr riesgos
4. No parar nunca
5. Esperar que todo salga bien
6. Mejorar todos los días
7. Amar lo que se hace

PRODUZCA

- | | | |
|----------------|-------------|------------|
| ● Amistad | en lugar de | Conflictos |
| ● Compañerismo | en lugar de | |
| ● Enemistades | | |
| ● Cumplimiento | en lugar de | Ausencias |
| ● Comunicación | en lugar de | Chismes |
| ● Eficacia | en lugar de | Apatía |
| ● Honradez | en lugar de | Corrupción |
| ● Puntualidad | en lugar de | Retardos |
| ● Rendimiento | en lugar de | Pereza |
| ● Tranquilidad | en lugar de | Tensiones |
| ● Utilidades | en lugar de | Costos |

“Me basta el ánimo para conquistar el mundo entero”

Hernán Cortés (1519)

La clave de la felicidad esta en soñar

Éxito es convertir los sueños en realidad

Cuando hay Fe en el futuro hay fuerza en el presente.

Se hace fácil lo imposible cuando te enfocas en lo posible

LA PRINCIPAL PREOCUPACION ES:

APORTAR

NO SIMPLEMENTE LUCIRSE



CLUB DE BANQUEROS Y EMPRESARIOS

Principales conceptos y estrategias
para el éxito de las Mipymes

Noviembre 3 de 2022

El concepto cooperativo en las empresas

Carlos Ernesto Acero Sánchez
Presidente Ejecutivo
Confederación de Cooperativas de Colombia – Confecoop

www.confecoop.coop
presidencia@confecoop.coop



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

¿Qué es una cooperativa?

Una cooperativa es un tipo especial de empresa.

Se trata de una empresa social que busca un equilibrio entre dos objetivos principales:

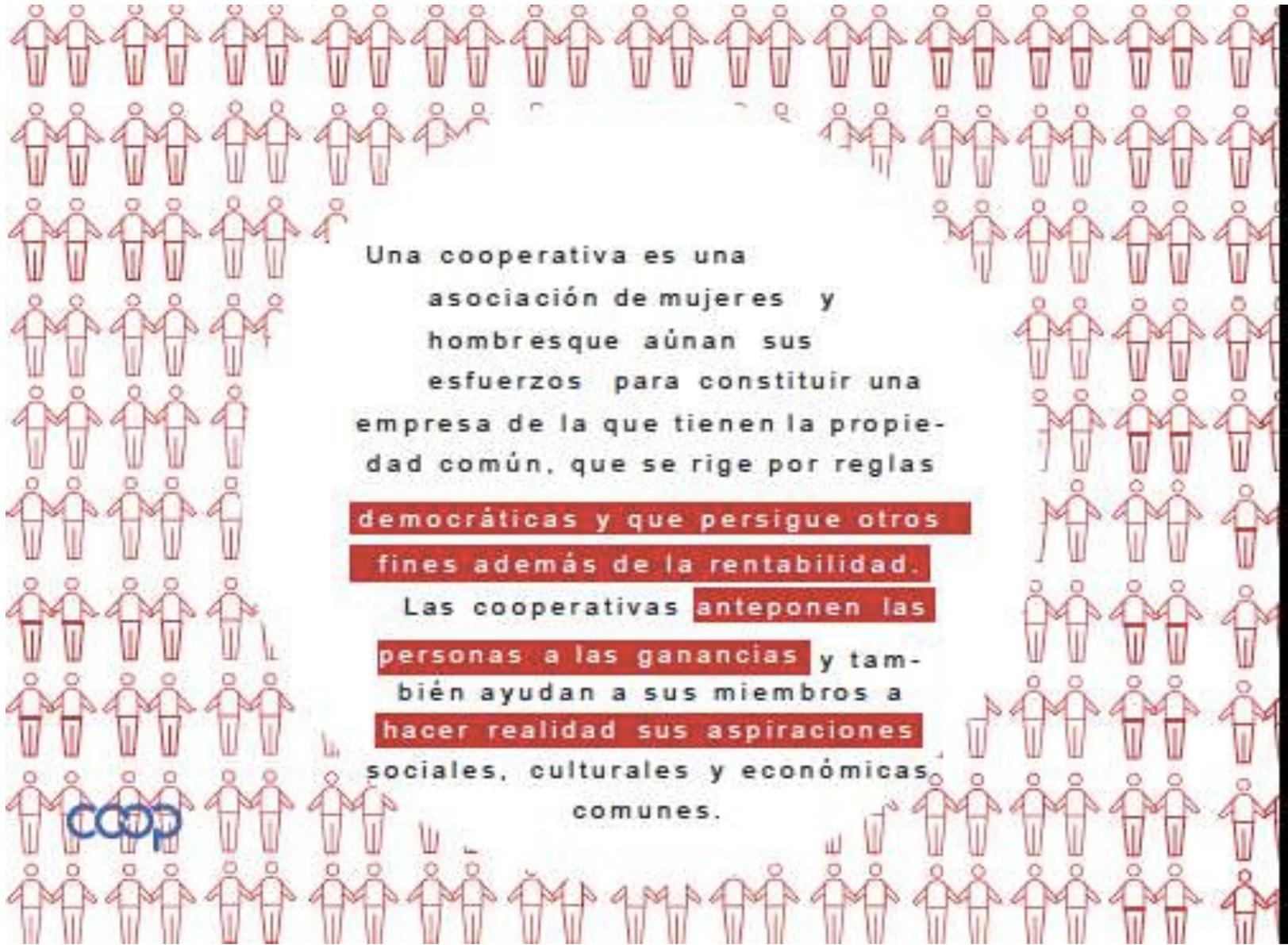
Satisfacer las necesidades de sus miembros y

Tratar de obtener ganancias y sostenibilidad



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia



Una cooperativa es una asociación de mujeres y hombres que aúnan sus esfuerzos para constituir una empresa de la que tienen la propiedad común, que se rige por reglas

democráticas y que persigue otros fines además de la rentabilidad.

Las cooperativas **anteponen las personas a las ganancias** y también ayudan a sus miembros a **hacer realidad sus aspiraciones** sociales, culturales y económicas comunes.



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Un modelo de empresa basado en valores y principios

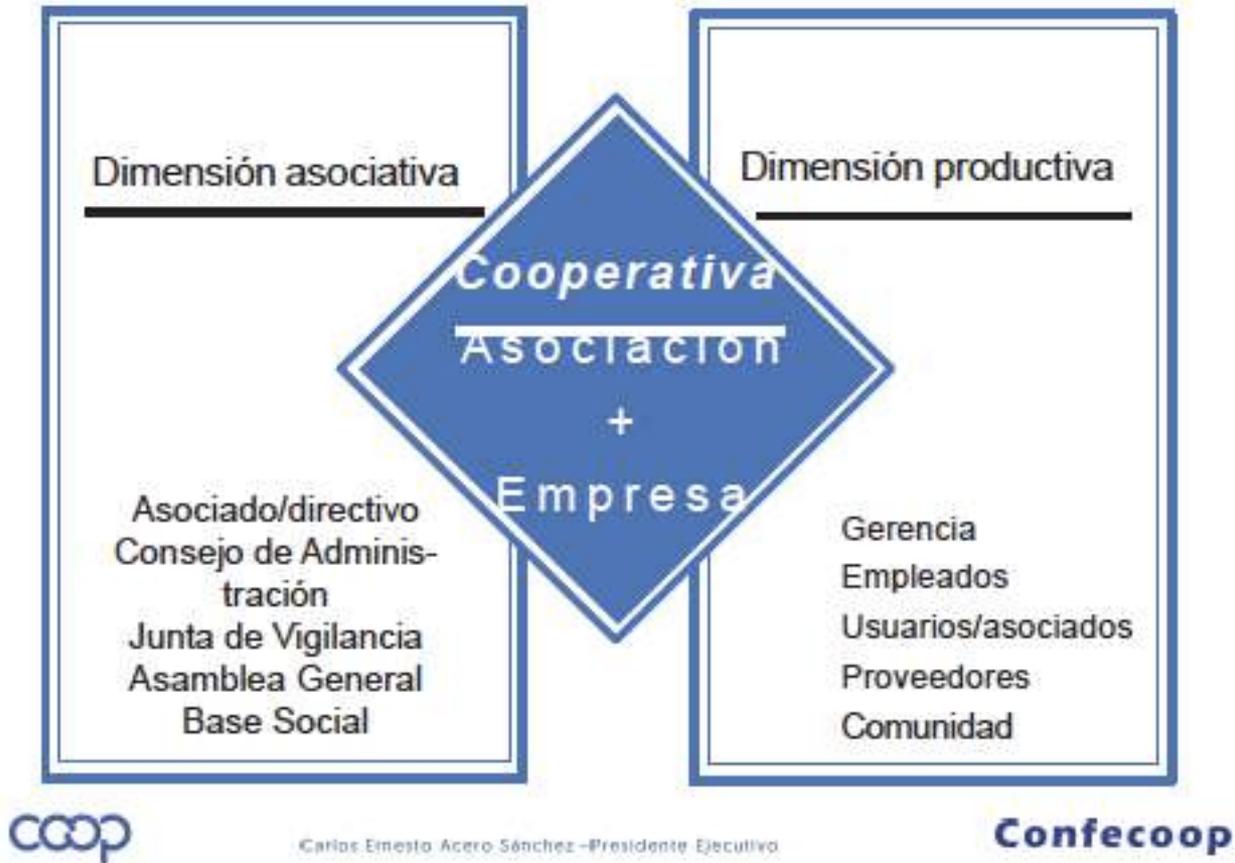
Valores

Ayuda mutua
Responsabilidad
Democracia
Igualdad
Equidad
Solidaridad

Honestidad
Transparencia
Responsabilidad Social
Preocupación por los demás



Una doble dimensión organizacional



COOPERATIVAS

Un modelo de innovación en la gestión de empresa

Modelo socioeconómico para atender nuestras necesidades humanas y financieras.

Consumo
Producción
Generación de Ingresos

Ser Social
Responsable
Solidario
Comunicación
Expresión
Educación
Capacitación
Participar
Gobernar

Asociarse Ayudar Cooperar



Ahorro
Crédito
Formas de Pago
Tarjeta débito
Tarjeta crédito
Pasarelas -
billeteras digitales
Cuenta corriente
Seguros
De vida
De bienes



Modelo de innovación en la gestión económica y empresarial.

- Valores y principios cooperativos.
- Modelo de negocio centrado en las personas.
- Propiedad colectiva auto gestionada.
- Resuelve necesidades y aspiraciones comunes de los asociados. (individuales o colectivas).
- Organizada en forma y estructura empresarial
- Su lógica económica esta basada en la cooperación económica y la ayuda mutua.

- **Crea riqueza social, cultural, ambiental y económica, la comparte entre sus bases y la extiende a la comunidad.**
- **Impacta el desarrollo local y regional**
- **Privilegia la cooperación sobre la competencia.**
- **Procura el bienestar y la búsqueda del bien común.**

Su propósito esencial es la prosperidad colectiva

Carlos Ernesto Acero Sánchez –Presidente Ejecutivo



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Modelo socioempresarial cooperativo:

Artículo 2 - Ley 79 de 1988

- Contribuye al desarrollo económico
- Fortalece la democracia
- Democratiza la propiedad
- Contribuye a la redistribución del ingreso
- Racionaliza las actividades económicas
- Regula precios, tasas y costos

Todo en favor de las comunidades y
especialmente de las clases populares



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Confecoop



@Confecoop



@ConfecoopCol

www.confecoop.coop



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Modelo socioempresarial cooperativo

Contribuye a:

- Disminuir el desempleo
- Formalizar la económica
- Elevar el nivel de emprendimiento
- Facilitar el acceso al financiamiento
- Mejorar el nivel de competitividad en la producción
- Crear oportunidades de desarrollo/inclusión rural
- Promover la asociatividad entre mipymes
- Mejorar la participación democrática
- Modificar los niveles de educación
- Construir cohesión social
- Luchar contra desigualdad



AGENDA 2030 NACIONES UNIDAS - ODS

Cooperativas principales aliados a nivel global para alcanzar estos ODS

Pacto por la economía cooperativa y solidaria



Orientadas a
impulsar:

¡CREAR, FOMENTAR, PROMOVER COOPERATIVAS!

- el desarrollo,
- la producción,
- el trabajo,
- el consumo y
- la sostenibilidad de las comunidades y reactivar la economía afectada por el covid-19



Emprendimiento, sí: cooperativo y solidario

emprendimiento innovación desarrollo empresarial

Fomento, fortalecimiento y desarrollo cooperativo y de economía solidaria



Inicio

1. Emprendimiento
2. Propuesta Confecoop
3. Ley de Emprendimiento
4. Oportunidades para el cooperativismo

Oportunidades para el Cooperativismo

Las cooperativas organizan a las personas y comunidades para resolver sus necesidades y aspiraciones comunes, en ámbitos como la producción, el trabajo, el consumo, la inclusión económica y financiera y la recuperación de empresas en crisis.



La propuesta de política pública presentada por Confecoop, está orientada a promover cooperativas en esos ámbitos económicos, enfocada en seis grupos poblacionales:

- Productores. Urbanos y rurales. (bienes, servicios y obras).
- Emprendedores.
- Independientes.
- Informales
- Grupos vulnerables
- Empresas en crisis

La Ley de Emprendimiento abre posibilidades a estos grupos sociales para que se organicen y autogestionen su desarrollo, a través de emprendimientos de diversa índole.



Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial

COOPERATIVO PRODUCTIVO

SECTOR		SOCIAL	VERDE	RURAL
Economía creativa	Innovación y desarrollo – TIC. Start up cooperativos.	◆	■	★
	Plataformas cooperativas y cooperativas de plataforma.	◆	■	★
	Industrias creativas y de entretenimiento.	◆	■	
Habitat y servicios públicos	Movilidad urbana, electromovilidad		■	
	Acueductos, energías renovables y reciclaje		■	★
	Servicios eco-ambientales.		■	★
Desarrollo rural	Turismo rural y ecoturismo, turismo cultural.	◆	■	★
	Agroforestería y preservación de fuentes hídricas		■	★
	Producción, transformación, comercialización agropecuaria		■	★
	Mantenimiento de vías terciarias	◆		★
Desarrollo local	Mantenimiento de parques locales, vías y obras públicas			★
	Vivienda cooperativa	◆	■	★
	Gestión de centros de acopio, plazas de mercado, mataderos locales.	◆		★

Cooperativo Productivo

Con enfoque preferencial para Jóvenes y Mujeres



Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial

COOPERATIVO PRODUCTIVO

SECTOR

SECTOR		SOCIAL	VERDE	RURAL
Industria	Actividad manufacturera			
	Producción artesanal	◆		★
	Minería		■	★
Servicios	Asesoría/consultoría para empresas y personas	◆	■	★
	De salud y atención sanitaria	◆		
	Culturales y educativos	◆		★
Economía del cuidado	Domiciliarios y domésticos	◆		★
	Madres comunitarias	◆		★
	Atención y cuidado de menores, tercera edad	◆		
	Atención a población con habilidades diversas	◆		
Logística	Ventas/vendedoras-es ambulantes.	◆		
	Gestión de procesos deportivos aficionados.	◆		
	Redes, circuitos económicos y cadenas productivas.		■	★
Alternativas especiales	Empresas recuperadas	◆		★
	Empresarios solidarios con emprendimientos.	◆	■	★
	Atención a población vulnerable	◆	■	★

Cooperativo Productivo

Con enfoque preferencial para Jóvenes y Mujeres



Confecoop



@Confecoop



@ConfecoopCol

www.confecoop.coop



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Algunas referencias globales

- Las cooperativas agropecuarias estadounidenses tienen una participación del 28% en el procesamiento y la comercialización de la producción agrícola.
- En Uruguay, las cooperativas son responsables del 3% del PIB. Producen el 90% de la leche, el 34% de la miel y el 30% del trigo. El 60% de su producción se exporta a más de 40 países.
- En Brasil, las cooperativas son responsables de un 37.2% del PIB agrícola y el 5.4% del PIB global



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Algunas referencias globales

- En Corea las cooperativas agrícolas reúnen a más de 2 millones de productores rurales (un 90% del total) y facturan anualmente una cifra superior a los 11.000 millones de dólares.

Adicionalmente las cooperativas pesqueras coreanas tienen una participación en el mercado de un 71%

En Japón las un 91% de los productores agropecuarios son socios de cooperativas que en conjunto facturan anualmente una cifra superior a los 90.000 millones de dólares



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Algunas referencias globales

En Noruega las cooperativas producen el 99% de la leche y derivados, las cooperativas de consumo manejan el 25% del mercado, las pesqueras son responsables del 8.7% de las exportaciones nacionales y las forestales tienen una participación del 76% en el sector.

Uno de cada 3 habitantes del país es miembro de una cooperativa.

- En Kenya las cooperativas tienen una participación del 45% en el PBI del país y gestionan el 31% de los depósitos y ahorros nacionales. Además producen un 70% del café, un 76% de los productos lácteos y un 95% del algodón.



Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Algunas referencias globales

En Estados Unidos las cooperativas eléctricas rurales atienden a más de 42 millones de usuarios residentes en 47 Estados, lo que representa el 42% de las líneas eléctricas del país (2010).

En Eslovenia las cooperativas agrícolas son responsables del 72% de la producción lechera, 79% de la ganadera, 45% de la de trigo y 77% de la de patatas.

En Finlandia las cooperativas son responsables de la producción de un 74% de los alimentos, un 96% de los lácteos, un 50% de la producción de huevos, 34% de la producción forestal y manejan un 34% de los depósitos en el sistema financiero



**“Las ideas cooperativas funcionan,
pero la mayor parte de la gente no lo saben en la
actualidad”.**

**Visión 2020 – Plan para una Década Cooperativa
Alianza Cooperativa Internacional - ACI**



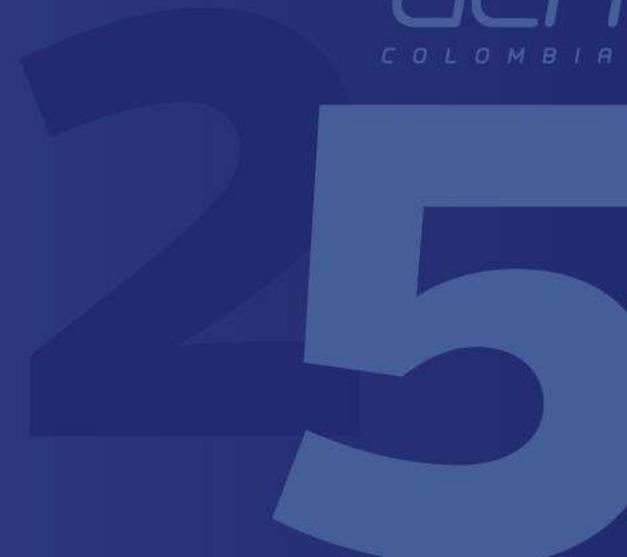
Confecoop

Confederación de Cooperativas de Colombia

Retos de la banca digital en la nueva normalidad y su impacto en las empresas

Gustavo Vega
ACH COLOMBIA

ach
COLOMBIA



ACH COLOMBIA



El Motor de las transacciones electrónicas



Automated **C**learing **H**ouse.
Cámara de Compensación Automatizada.



Payment Service Provider (PSP).
Proveedor de Servicios de Pago.



Entidad Administradora de Sistemas de Bajo Valor (*).

(*) Vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia

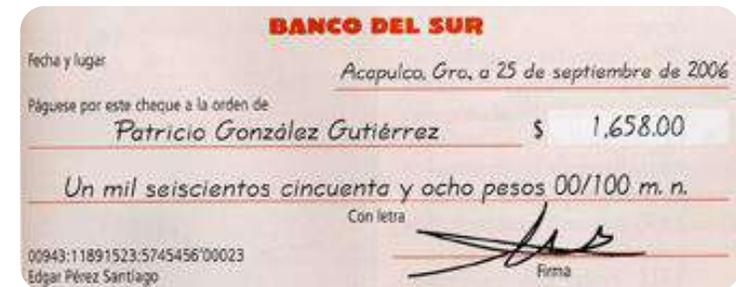
+ 40 Entidades Financieras Usuarias:

- Bancos *
- SEDPES
- Fiduciarias
- Cooperativas
- Financieras
- Billeteras



1997 - 2022

Evolución de los Medios de Pago



Evolución de los Medios de Pago



Tarjetas de Crédito



Con la tecnología...



Evolución de los Medios de Pago



Tarjetas con Banda Magnética



Evolución de los Medios de Pago



Cajeros Automáticos



Datáfonos



Evolución de los Medios de Pago



Banca Telefónica



Audio Respuesta



Que impulsó...



Evolución de los Medios de Pago



Banca por Internet



BÁSICO

Información tipo folleto

INTERMEDIO

Acceso a cuentas, consultas básicas

AVANZADO

Portafolio completo

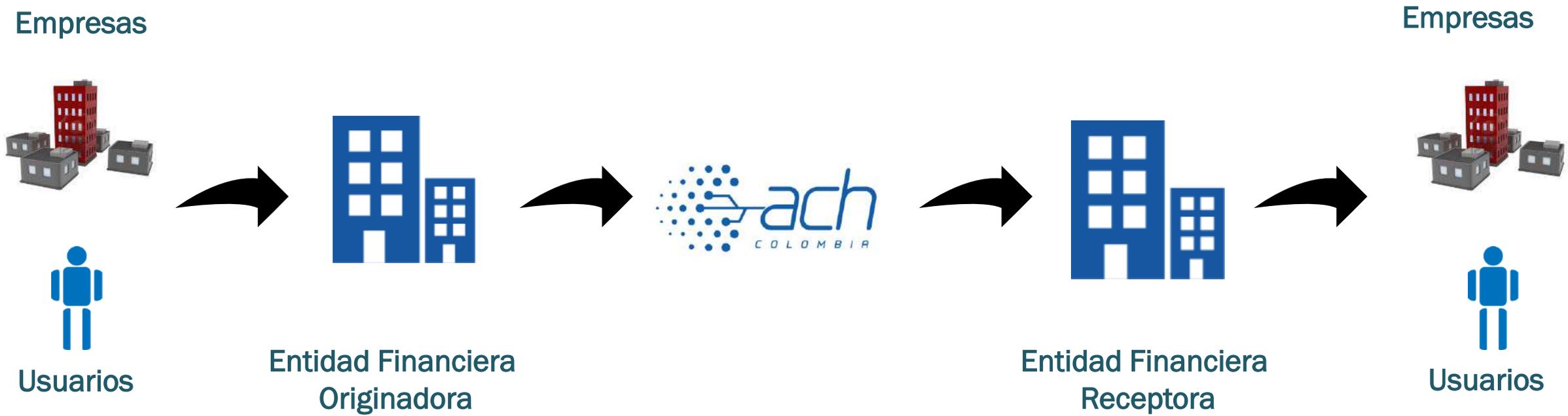
Evolución de los Medios de Pago



Transferencias Interbancarias - ACH



Transferencias Interbancarias - ACH



Transferencias Interbancarias - ACH



- Transacciones Crédito (Abono):

- ✓ Pagos a Proveedores.
- ✓ Pagos de Nomina.
- ✓ Desembolsos.
- ✓ Transferencias de cuenta a cuenta.

- Transacciones Débito (Cobro):

- ✓ Recaudos Periódicos.

Evolución de los Medios de Pago



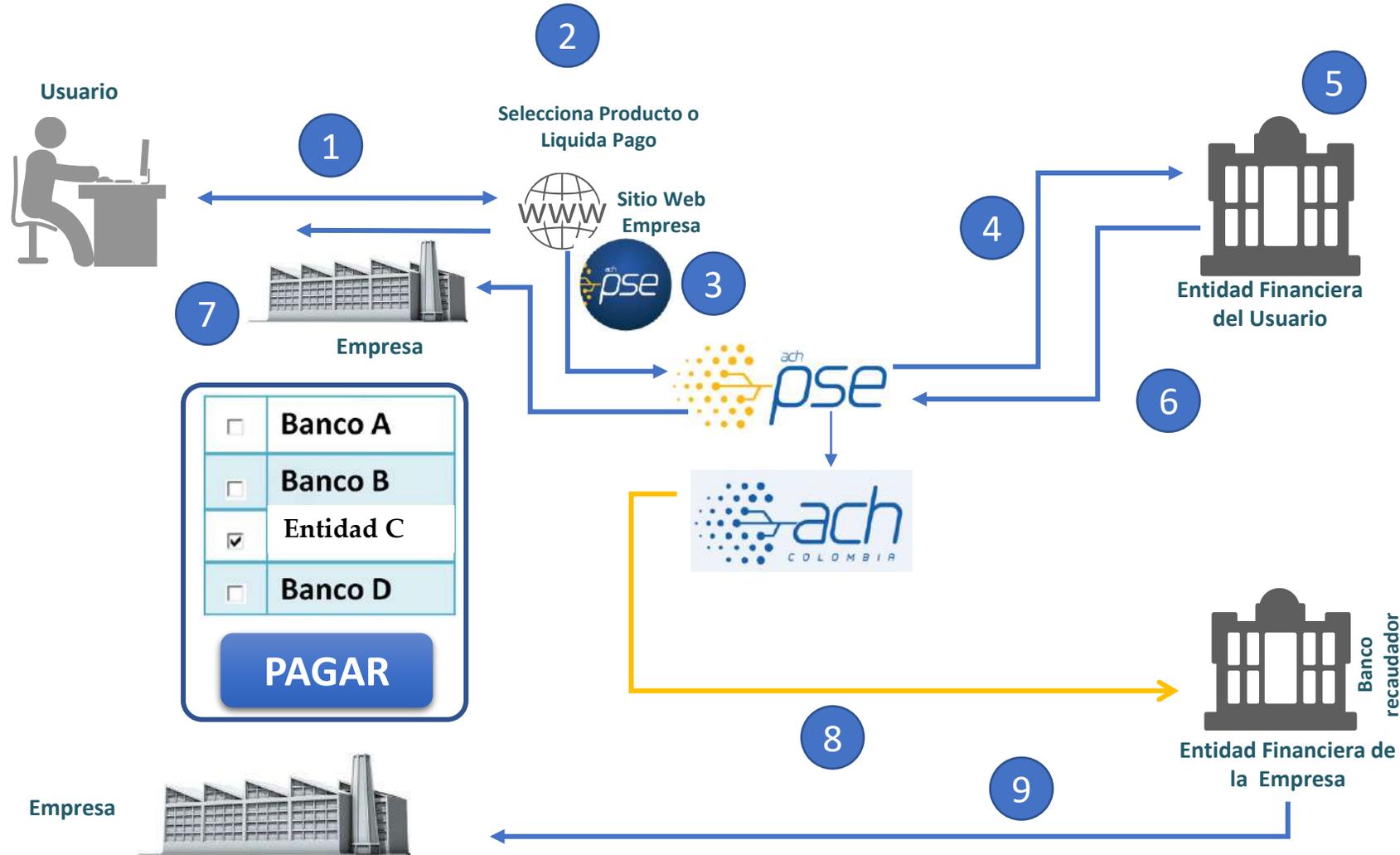
Botón de Pagos



Botón de Pagos - PSE

Servicio que permite a las EMPRESAS ofrecer a sus USUARIOS la posibilidad de realizar pagos a través de Internet, debitando los recursos en línea de su cuenta de ahorros o corriente, desde la Entidad Financiera donde el usuario tiene su dinero y realizando el correspondiente abono en la Entidad Financiera y cuenta recaudadora que defina la Empresa.

Botón de Pagos - PSE



Digite su Usuario:	123456
Digite Su Clave:	*****
Digite Clave Secundaria:	*****

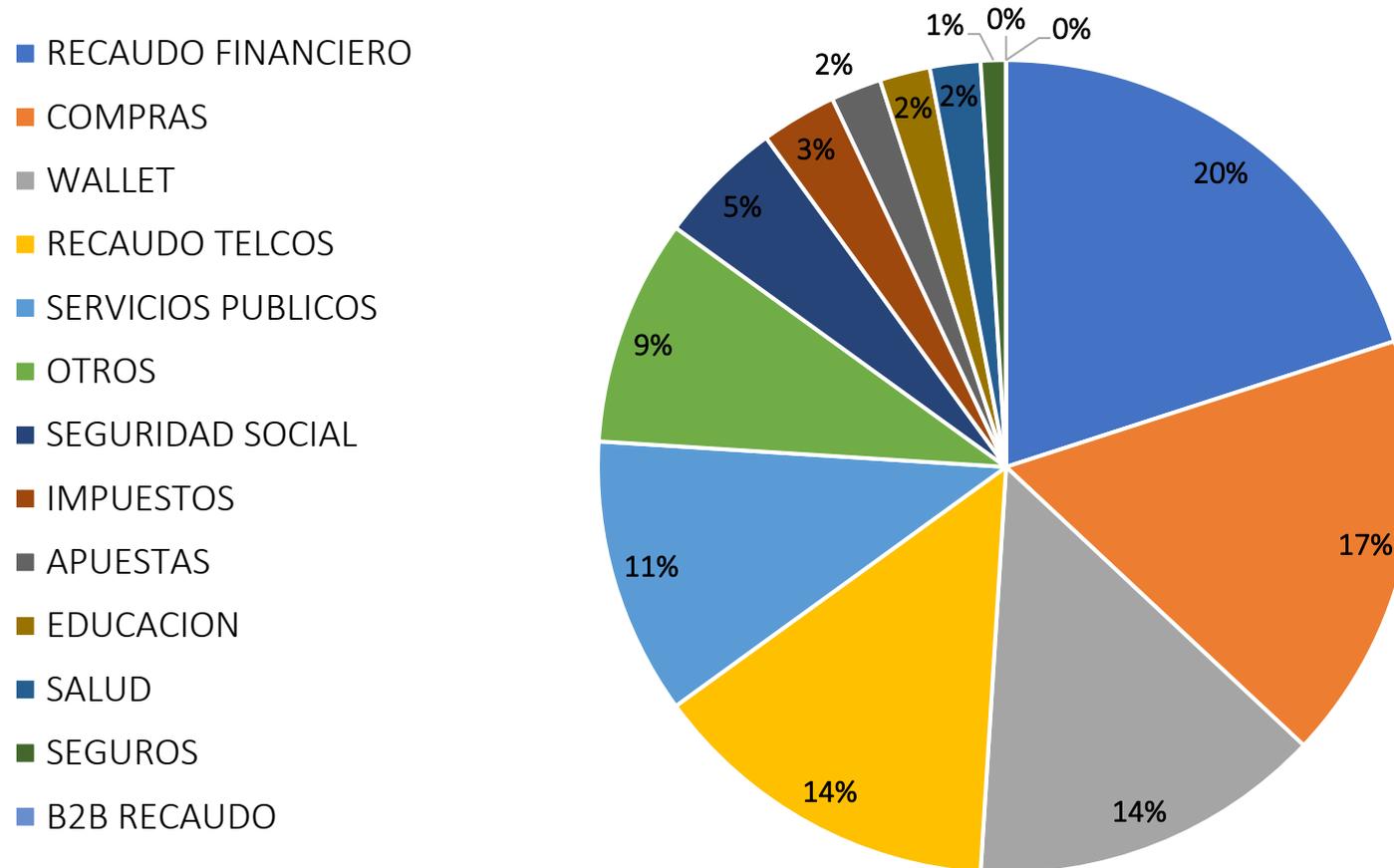
Tipo de Cuenta

Corriente:	<input checked="" type="checkbox"/>
Ahorros:	<input type="checkbox"/>

Autorizar Pago con Debito a Cuenta

Aprueba o declina tx ✓ ✗

Botón de Pagos - PSE



20.000
Empresas

Beneficios para las Empresas

- Agilidad y eficiencia en el proceso de recaudo o venta.
- Facilidad en los procesos operativos y de conciliación de información.
- Seguridad en el manejo de la información y de los recursos financieros.
- Reducción de costos y tiempo de procesamiento.

Evolución de los Medios de Pago



Evolución de los Medios de Pago



Tarjetas con banda magnética



Tarjetas con chip



Que siguió impulsando...



Evolución de los Medios de Pago



Banca Móvil



Banca Móvil

- Bancos.
- Otras Entidades Financieras.
- Fintech.



MOVII



dale!



NEQUI



tpaga

Transfiya

**Servicio que permite enviar,
recibir o solicitar de dinero
de manera inmediata, sólo
con el número del celular**

Transfiya



\$2.000.000
hasta 15 Transacciones por día



La llave de identificación para el uso del servicio es el número de Celular



No hay registro
previo a la transacción.



El usuario receptor es quién decide en que entidad desea recibir los fondos.



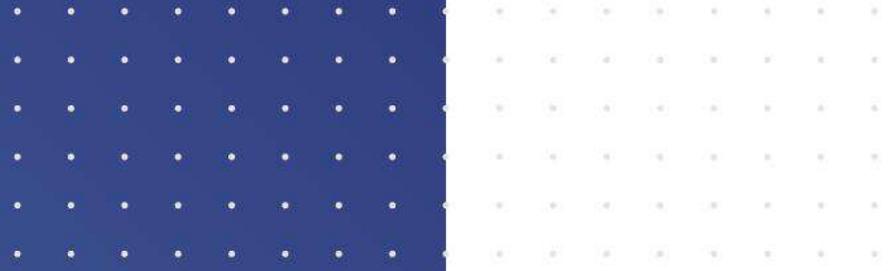
7 días a la semana, 24 horas al día



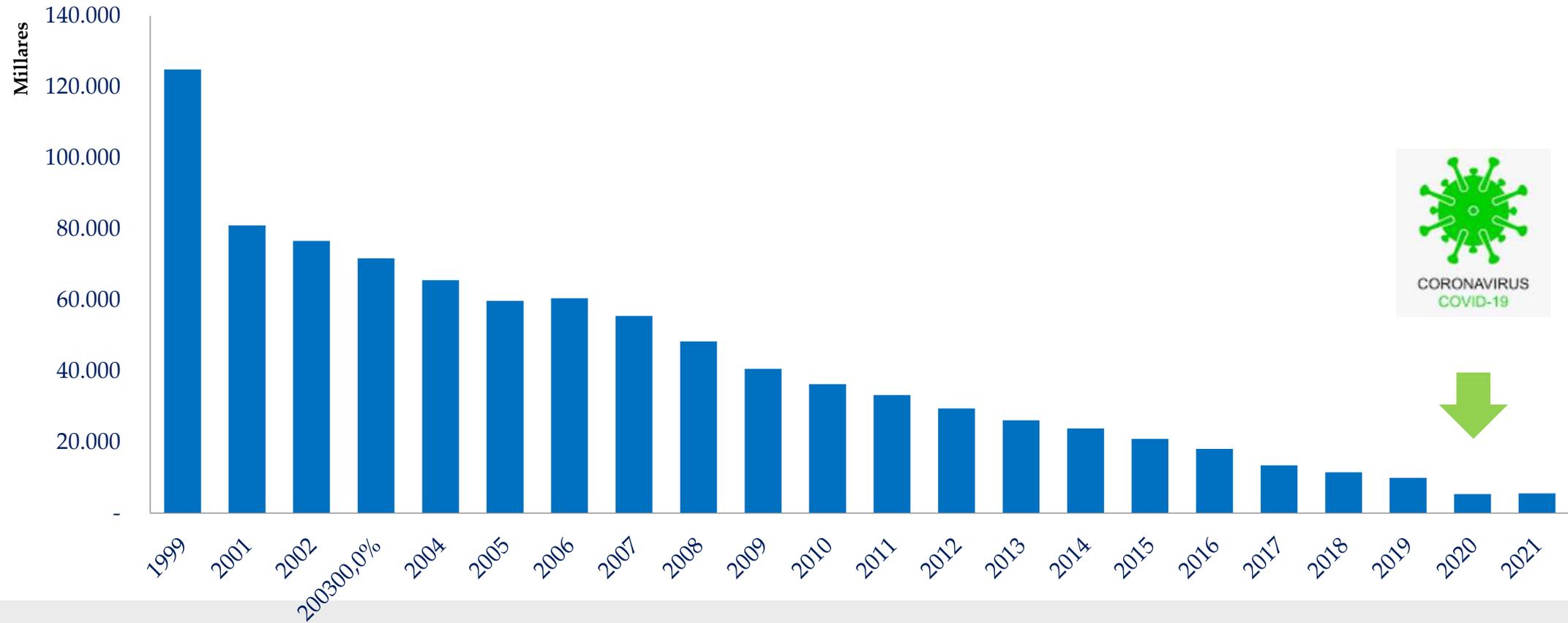
CORONAVIRUS
COVID-19



Cifras



Uso de Cheques en Colombia



Encuesta

¿Cómo realizan los colombianos sus pagos habituales?



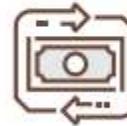
Público

75%
pagan en efectivo



15%

pagan con transferencia electrónica



8%

pagan con tarjeta débito



Fuente: Reporte de la Infraestructura Financiera– Banco de la República

Uso del Efectivo

- Genera altos costos de emisión y destrucción de dinero.
- Aumenta el costo operativo a la actividad financiera.
- Favorece la informalidad de la economía.
- Expone a las personas a sufrir la delincuencia en ocasión de robo.
- Dificulta la inclusión financiera de personas y empresas.
- Atenta contra la bancarización de la economía

¿Cómo realizan los colombianos sus pagos habituales?



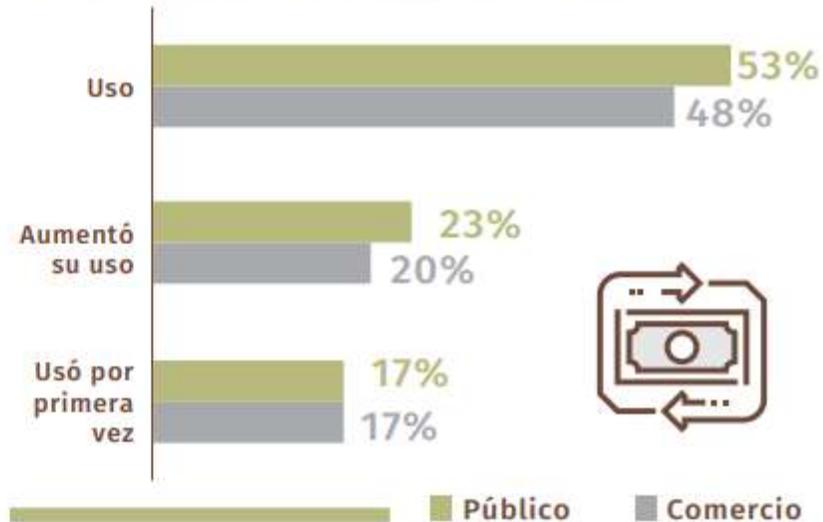
Pagos durante pandemia

Cerca de la mitad de la población manifiesta que sus pagos en efectivo son menores a los que realizaban antes de la pandemia.



Sin embargo, para este grupo, el instrumento más utilizado es el efectivo (**68%**) seguido por la transferencia electrónica (**21%**).

Realización de pagos electrónicos en pandemia



Transacciones con Tarjeta Débito



Fuente: Reporte de la Infraestructura Financiera– Banco de la República



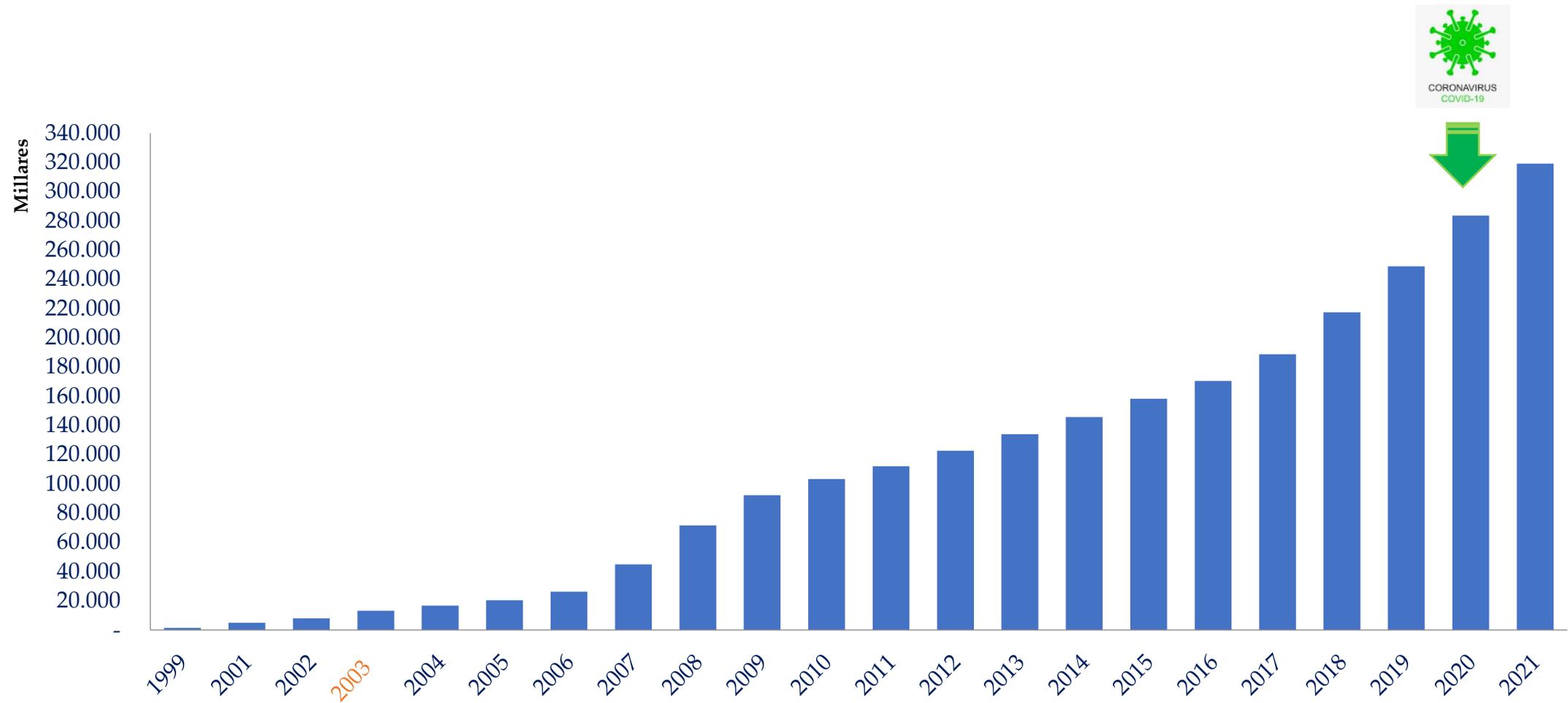
Transacciones con Tarjeta Crédito



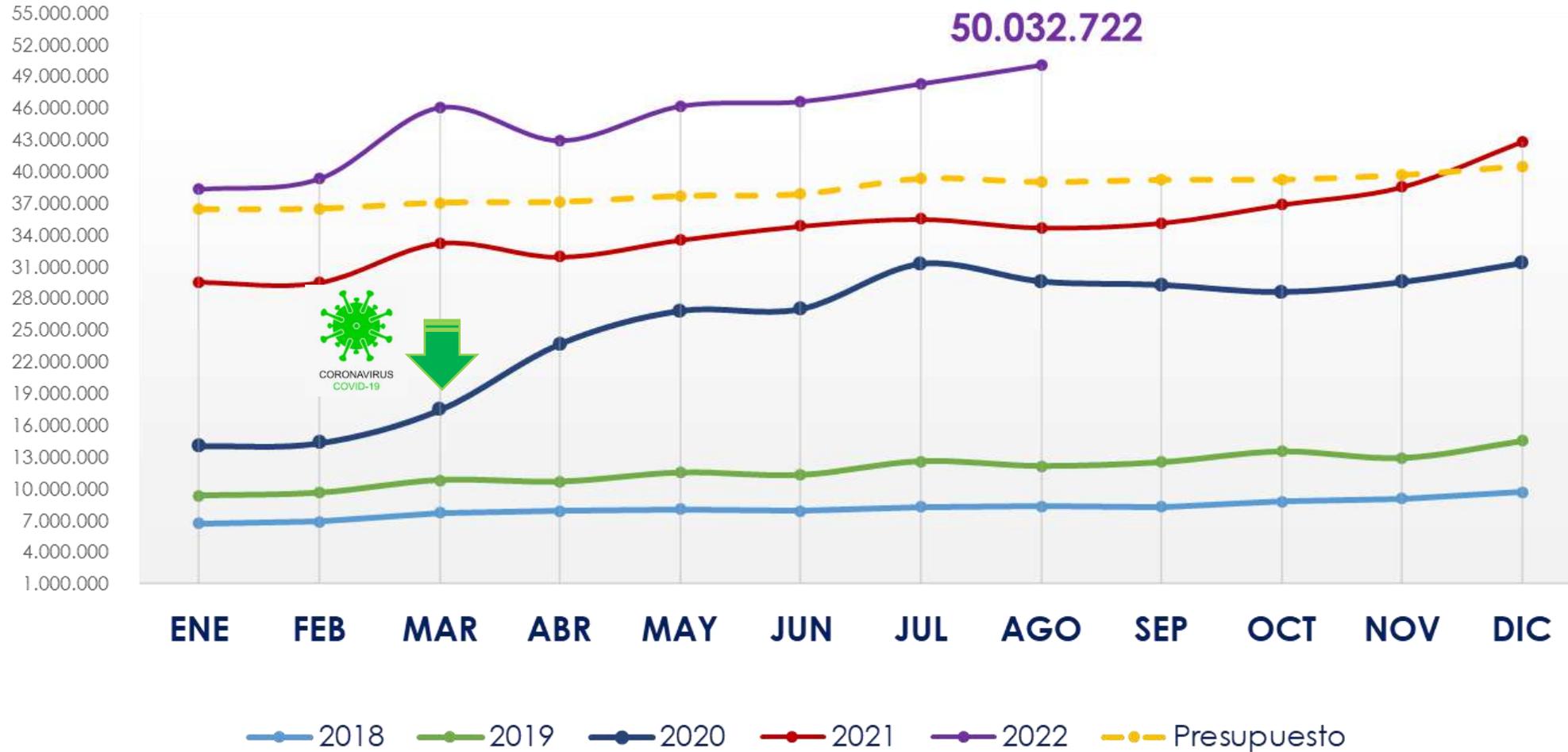
Fuente: Reporte de la Infraestructura Financiera– Banco de la República



Transferencias Interbancarias ACH

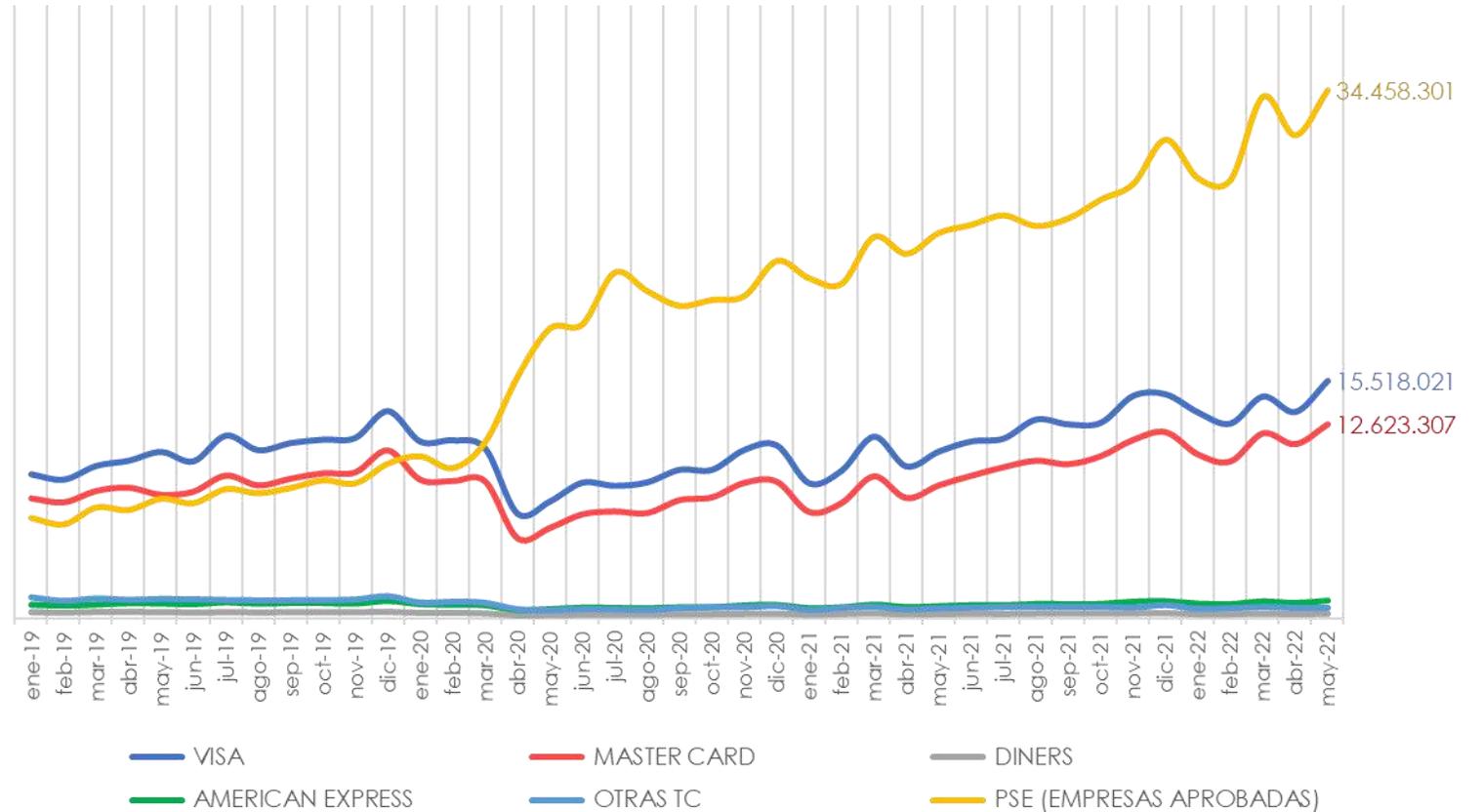
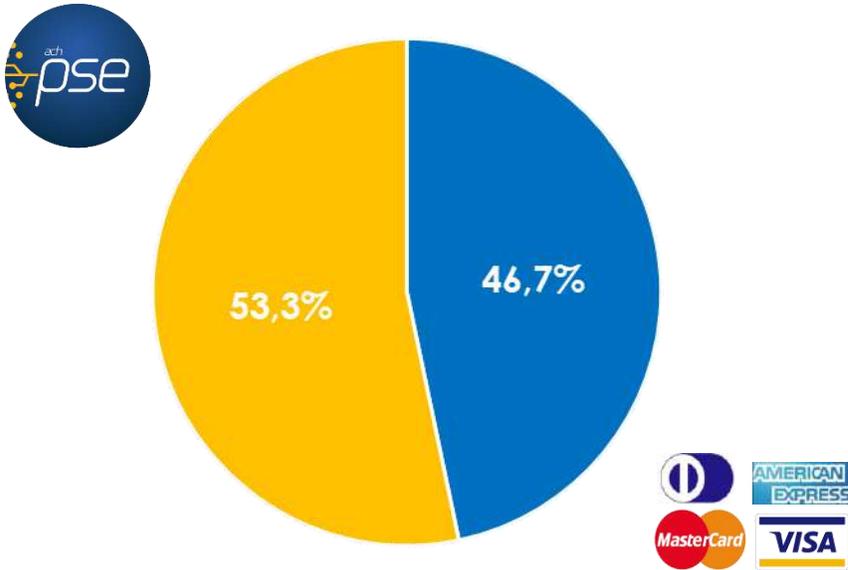


Botón de Pagos- PSE



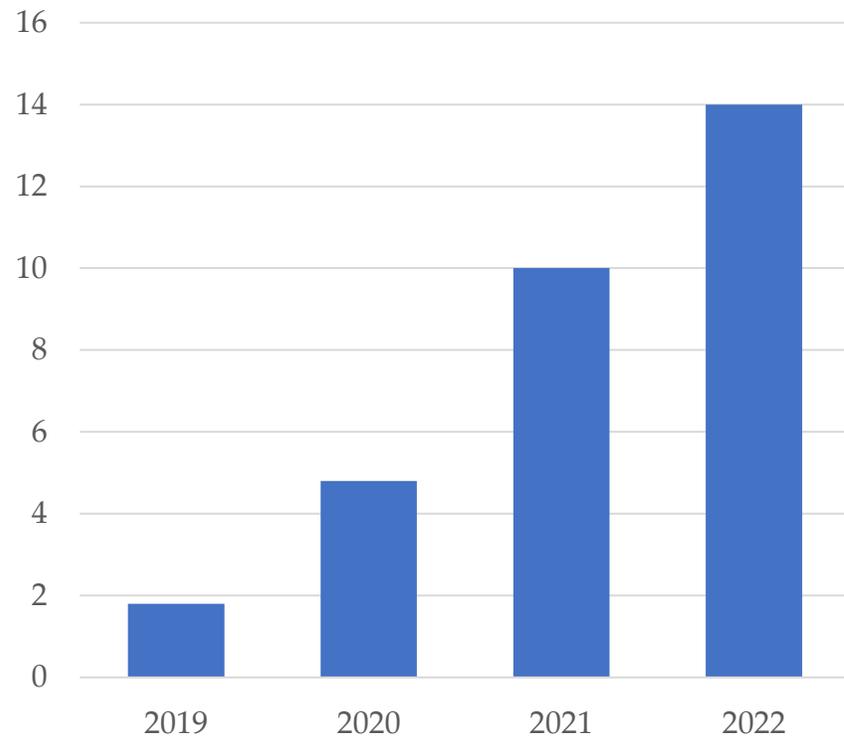
Botón de Pagos – PSE vs Tarjetas de Crédito

Peso en Mayo 2022:

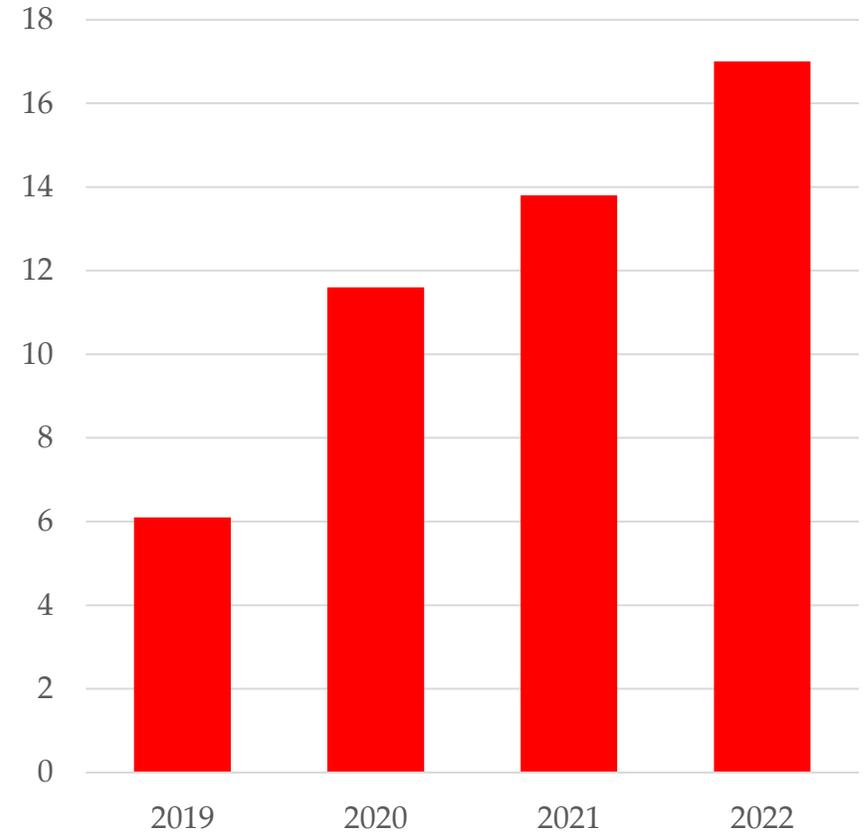


Fuente: Superintendencia Financiera

Billetteras

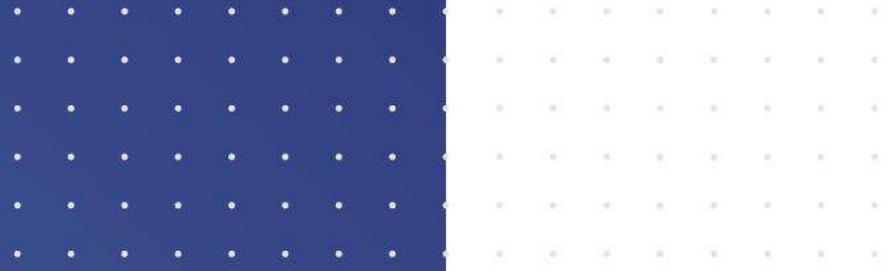


NEQUI



DAVIPLATA

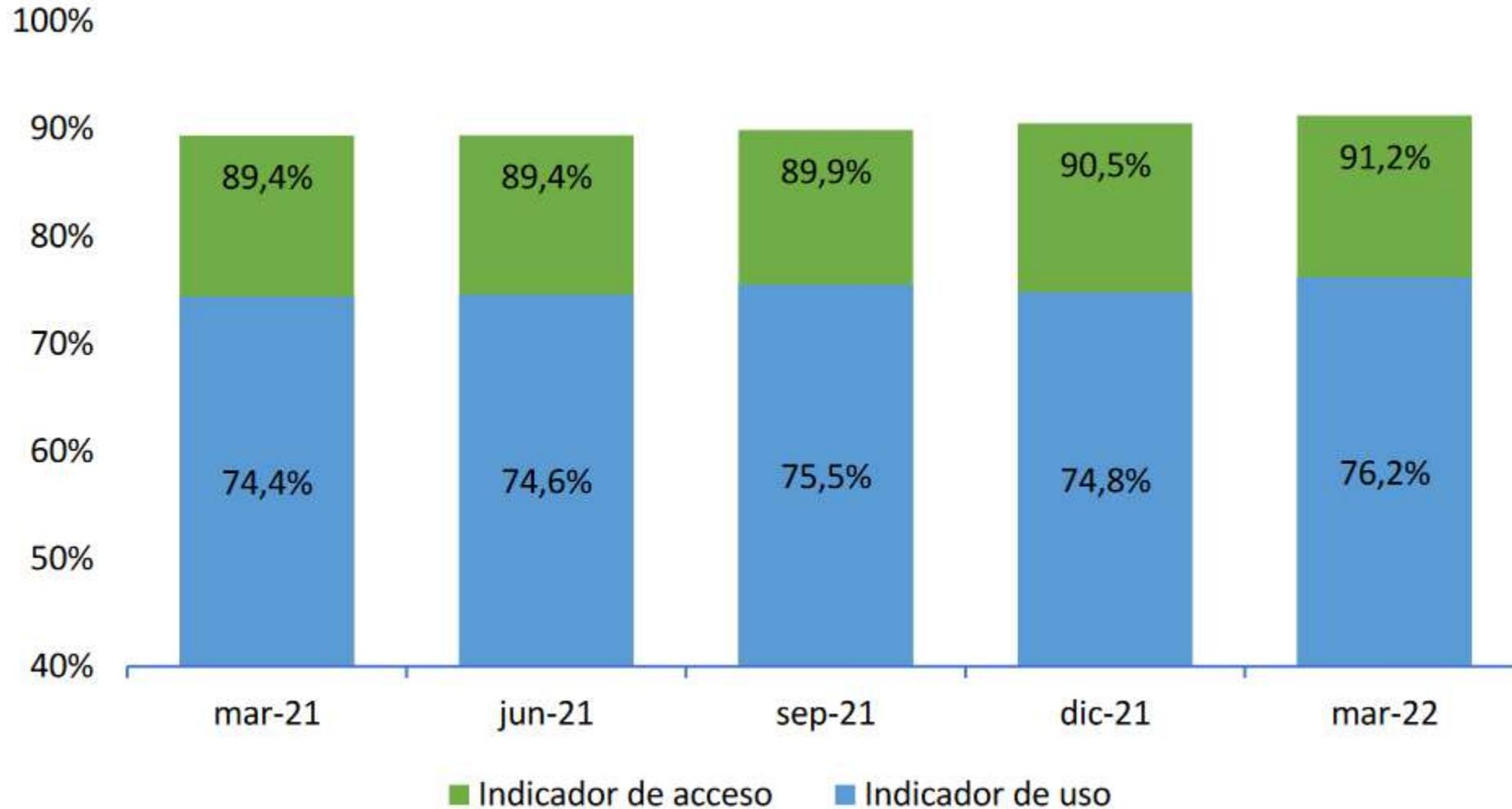
Retos



Retos

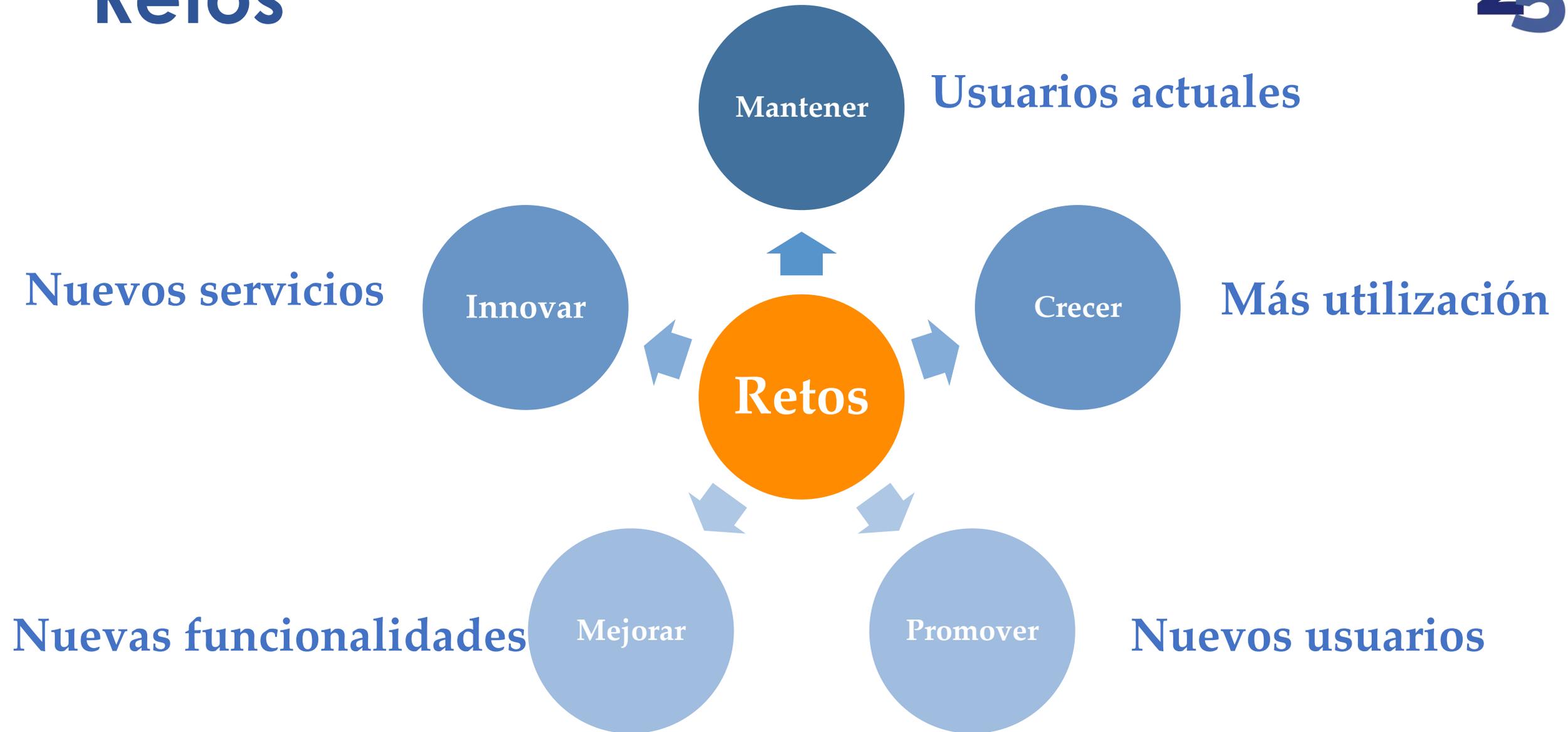


Acceso y Uso de Productos Financieros



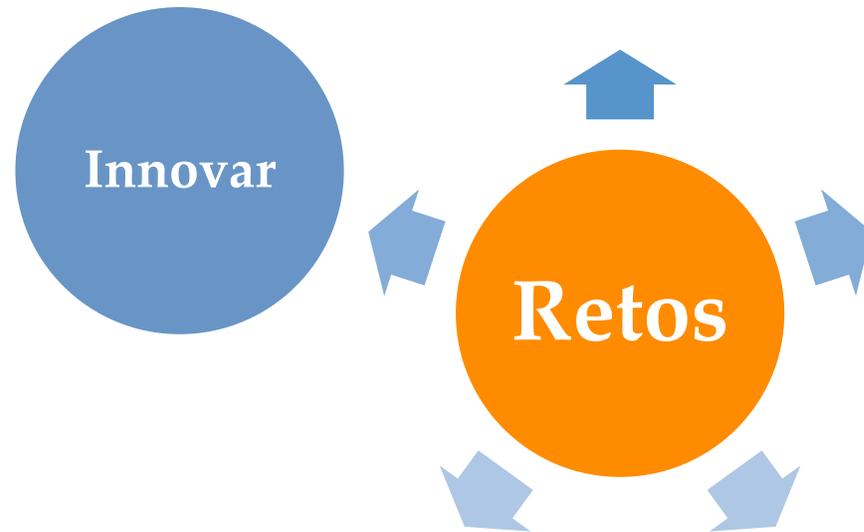
Fuente: Reporte trimestral de inclusión financiera – Banca de las Oportunidades

Retos

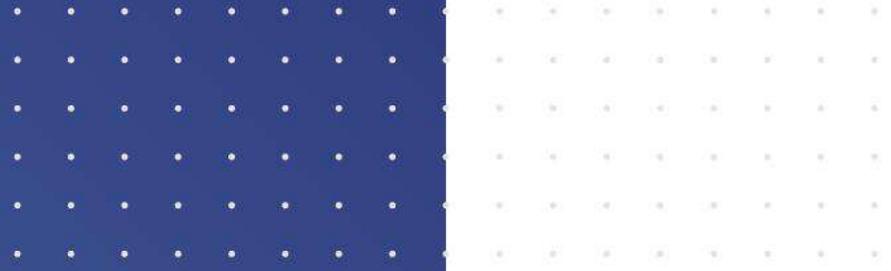


Retos

Nuevos servicios



Tendencias



Tendencias

Pagos que se hacen sin medios físicos
(tarjetas o efectivo).

Tendencias

- ❑ Comprar sin pasar por “caja”.
 - ❑ Pagos con huella dactilar.
- ❑ Pagos con reconocimiento facial.
- ❑ Pagos con reconocimiento de voz.

Pagos sin Contacto

- NFC - Near Field Communication (Comunicación de campo cercano).
- Tecnología que permite la comunicación entre teléfonos inteligentes y lectores de pago para garantizar pagos seguros y sin contacto.



Pagos con Códigos QR



Cross-Border

- Pagos transfronterizos.
- Inmediatos.



Criptomonedas o criptoactivos

Las criptomonedas son un medio de intercambio digital que funciona como si fuera una moneda.

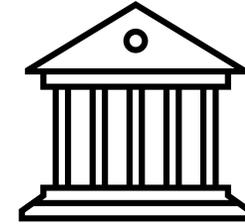
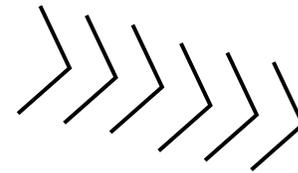
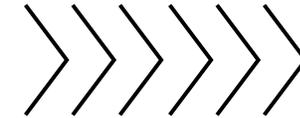
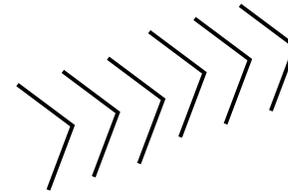
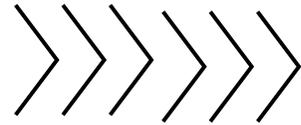
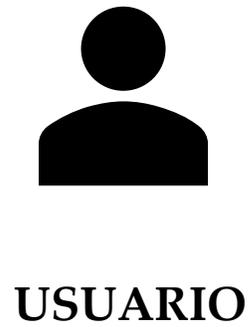


Finanzas Abiertas

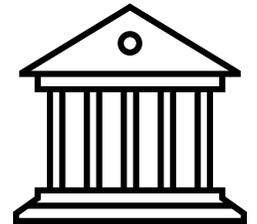
- Open Finance.
- Decreto 1297 del 25 de julio de 2022.

Práctica en la cual los establecimientos bancarios u otro tipo de entidades financieras **abren sus sistemas** para que la información de los consumidores pueda ser compartida con **otras entidades financieras o con terceros**, con la **autorización del cliente** y con el objetivo de que dichas entidades o terceros **provean servicios a dichos clientes**.

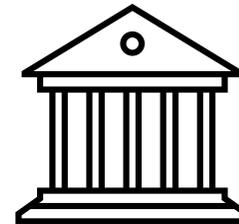
Finanzas Abiertas



BANCO



ENTIDAD



BANCO

Escalamiento de la Tendencia



Motivadores del Open Banking

- **Fomentar la competencia** en beneficio de los usuarios.
- **Acelerar la innovación** de servicios financieros con la entrada de nuevos actores.
- **Garantizar la seguridad** de transacciones y pagos.
- Reducir la fricción en la **experiencia** de los usuarios
- Promover la **inclusión financiera**.

Tendencias

- ❑ Inteligencia Artificial.
 - ❑ Machine Learning.
 - ❑ In-Car Commerce.
 - ❑ Metaverso.

Retos

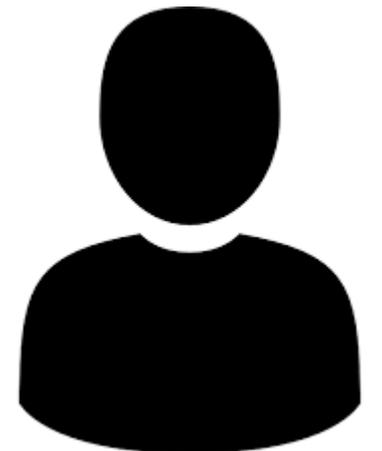


Seguridad

- Políticas.
- Arquitectura.
- Autenticación.
 - Identidad.
 - Monitoreo.

Seguridad

- Sitios seguros
- No compartir claves
 - No correos
 - No mensajes



Conclusiones

- La pandemia nos dejó grandes cambios.
- La pandemia nos obligó a hacer las cosas de manera diferente.
- El efectivo sigue siendo el “rey” en pagos.
- Los pagos digitales ayudaron a empresas y usuarios.
- Los pagos digitales traen múltiples beneficios.
- Es necesario seguir promoviendo el uso de los pagos digitales.
- Debemos estar preparados para las nuevas tendencias.

Gracias

ach
COLOMBIA

25