

Una mirada a las mipymes en Colombia

Juan Sebastián González Patiño, María Claudia Llanes Valenzuela

Febrero de 2024

Índice

- 01 El universo mipyme en Colombia
- 02 ¿Cómo participan las mipymes en los mercados locales y externos?
- 03 ¿Cómo y qué financian las mipymes?
- 04 Resumen y reflexiones finales

Las mipymes en Colombia



¿Cual es el universo mipyme?



¿Cómo se define una mipyme en Colombia?



Ley 1450 de 2011 y el decreto 957 de 2019 (usada por ACOPI)

- 1 **Sector manufacturero:**
Micro: IO^(*)<23.563 UVT anual
Pequeña: 23.563 UVT<IO<204.995 UVT
Mediana: 204.995 UVT<IO<1.736.565 UVT
- 2 **Sector servicios:**
Micro: IO<32.988 UVT anual
Pequeña: 32.988 UVT<IO<131.951 UVT
Mediana: 131.951 UVT<IO<483.034 UVT
- 3 **Sector comercio:**
Micro: IO<44.769 UVT anual
Pequeña: 44.769 UVT<IO<431.196 UVT
Mediana: 431.196 UVT<IO<2.160.692 UVT



Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH-

- 1 **Microempresa:** hasta 10 trabajadores
- 2 **Empresa pequeña:** entre 11 y 50 trabajadores
- 3 **Empresa mediana:** entre 51 y 200 trabajadores
- 4 **Empresa grande:** más de 200 trabajadores



Ley 905 de 2004 (usada por Confecámaras -con RUES y PILA)

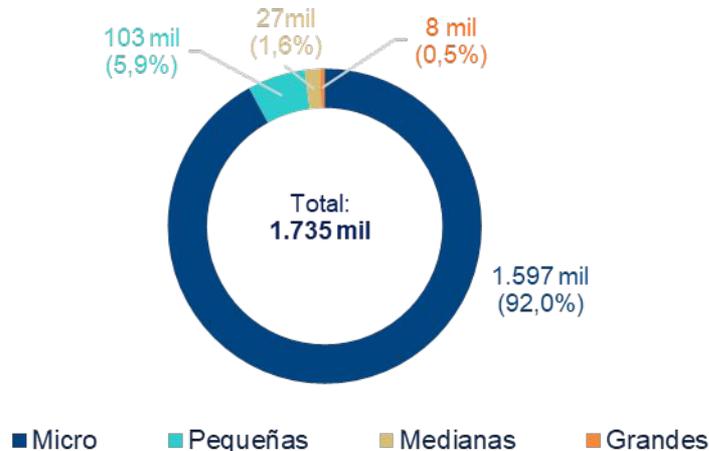
- 1 **Micro empresa:** 0-10 trabajadores o activos<500 SM^(**)
- 2 **Empresa pequeña:** 11-50 trabajadores o 501 SM=<activos<5.000 SM
- 3 **Empresa mediana:** 51-200 trabajadores o 5.001=<activos<30.001 SM
- 4 **Empresa grande:** 201- trabajadores o activos>=30.001 SM

01

El universo mipyme en Colombia

Las mipymes son el 99,5% del universo empresarial formal colombiano y aportan cerca del 40% del PIB

EMPRESAS FORMALES^(*) SEGÚN TAMAÑO (NÚMERO DE EMPRESAS, 2022)



(*): Usa como fuente de información el Registro Único de Empresas -RUES- y son las empresas con matrícula mercantil renovada o matriculadas al cierre de 2022, tanto personas naturales como sociedades comerciales. (**): La definición de tamaño de empresa según Confecámaras, en adelante, definición de Confecámaras, se basa en activos y en empleo. (***): El Directorio de Empresas del DANE -DEE- hace referencia a las empresas reportadas por el DANE e incluye las empresas naturales y jurídicas activas en los registros RUES, RUT RELAB, SIIS y encuestas económicas del DANE. En el DEE el tamaño de la empresa, en adelante tamaño según el DEE, se define a partir del número de empleados siguiendo los rangos de la Ley 905 de 2004.

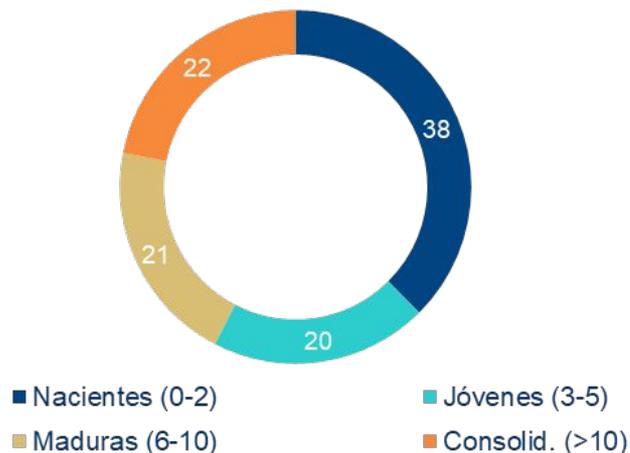
Fuente: BBVA Research, Confecámaras (2023), ANIF (2021) y ACOPI (2023)

- Según Confecámaras, las empresas formales activas en 2022 eran 1,7 millones^(*), es decir, empresas con matrícula mercantil renovada o matriculadas en 2022. De éstas 99,5% son mipymes.
- Del total de empresas formales en 2022, 92% eran microempresas, 5,9% pequeñas, 1,6% medianas y 0,5% grandes^(**).
- A partir del Censo de empresas del DANE, en el Directorio de Estadísticas de Empresas -DEE-^(***), el universo empresarial ha sido estimado en 5,7 millones (en 2021), incluyendo las informales que en su mayoría son microempresas.
- Las mipymes aportan cerca del 40% del producto interno bruto del país (ACOPI (2023), ANIF (2021)).

El 58% de las mipymes formales tienen menos de 5 años de operación y el 22% son empresas consolidadas con más de 10 años de vida

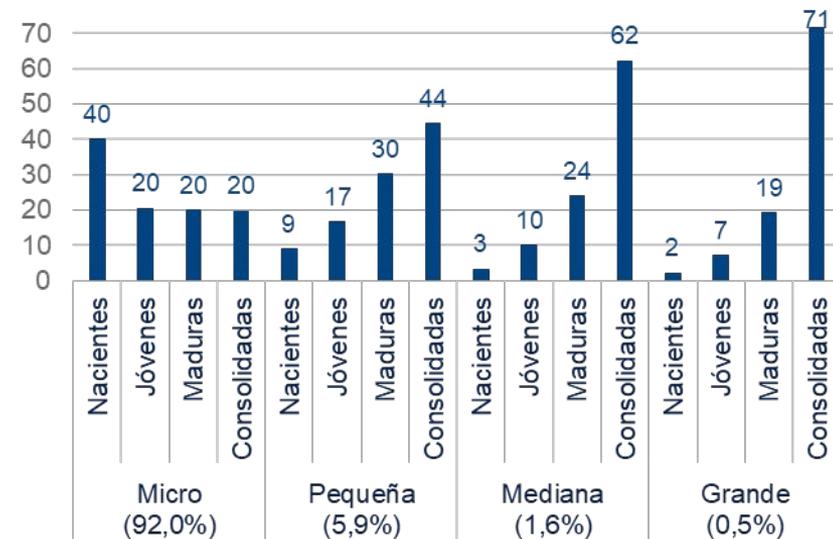
MIPYMES FORMALES SEGÚN EDAD^(*)

(% DEL TOTAL DE MIPYMES, 2021)



EMPRESAS FORMALES SEGÚN TAMAÑO Y EDAD^(*)

(% DEL TOTAL DE EMPRESAS DE CADA TAMAÑO, EN 2021)



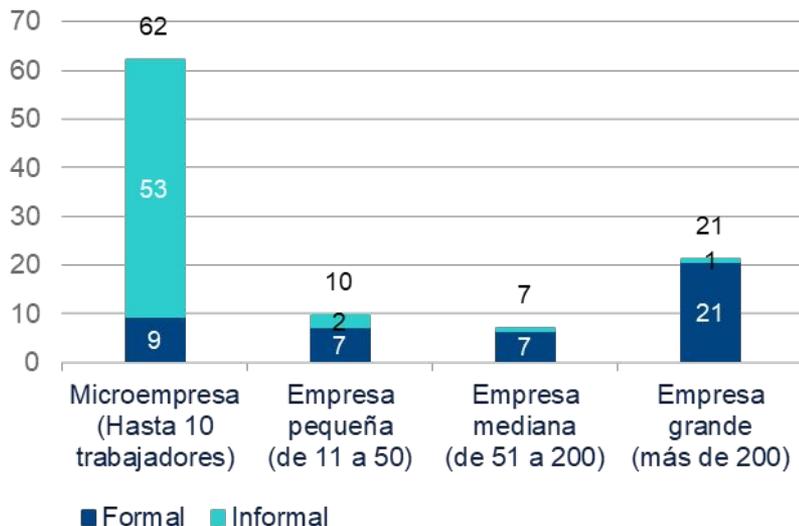
(*): Edad corresponde al número de años transcurridos desde la creación de la empresa.

Fuente: BBVA Research y Confecámaras (2022).

La presencia de empresas consolidadas crece con el tamaño de la empresa: el 20% de las micro están consolidadas, el 44% de las pequeñas, el 63% de las medianas y el 71% de las grandes.

Las mipymes generan el 79% del empleo total de la economía colombiana y el 53% del empleo formal

EMPLEO POR TAMAÑO DE LA EMPRESA Y FORMALIDAD LABORAL ^(*)^(**) (% DEL EMPLEO TOTAL, A MAY-JUL 2023)



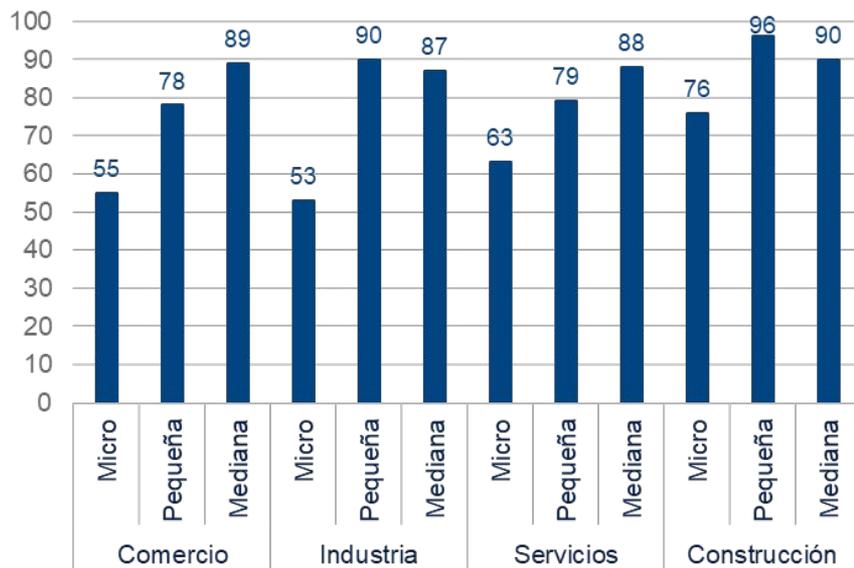
- El 62% de los ocupados totales trabajan en microempresas, el 17% en pymes y el 21% en empresas grandes^(**). Con datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares.
- La capacidad de las microempresas de generar empleo contrasta con su tendencia a hacerlo de manera informal. El 15% del empleo que generan es formal y el 85% informal (lo que representa el 94% del empleo informal nacional).
- A nivel país, el 47% del empleo formal lo generan las empresas grandes y sólo el 53% las mipymes.

(*): Formalidad se refiere a formalidad laboral. (**): Se toma, la clasificación de tamaño de empresa desde el lado de los individuos, a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH-, en adelante definición de la GEIH. Según esta definición Microempresa es una empresa de hasta 10 trabajadores, empresa pequeña es de 11 hasta 50 trabajadores, empresa mediana es de 51 hasta 200 trabajadores y empresas grandes es de más de 200 trabajadores.

Fuente: BBVA Research y DANE con datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH.

La formalidad empresarial no es fácil en el sector de las mipymes y es heterogénea por sectores y por tamaño de la empresa

FORMALIDAD POR TAMAÑO DE LA EMPRESA Y SECTOR (% DE LAS EMPRESAS DE CADA CATEGORÍA)

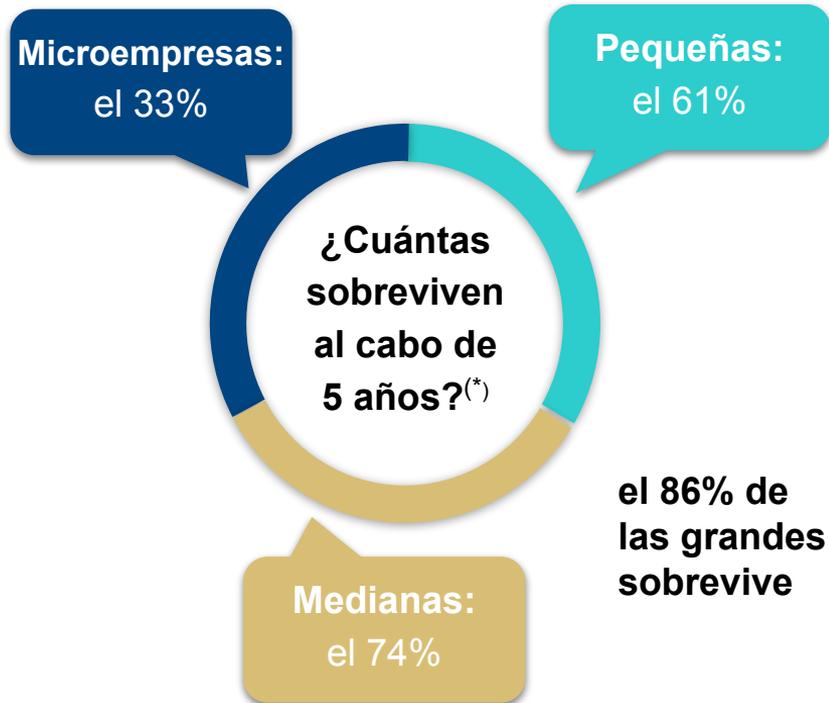


(*): Es una empresa formal la que responde afirmativamente a la pregunta: ¿Durante el segundo semestre de 2021 su negocio contaba con certificaciones de aportes a salud y/o pensión de sus empleados?

Fuente: BBVA Research y ANIF con datos de la Encuesta MiPyme -EMP- del 2S21. En ANIF (2021) está la descripción de la muestra, que incluye empresas tanto formales como informales.

- Las empresas medianas son las más formales (pagan los aportes a la seguridad social de sus empleados): cerca del 90% es formal (Encuesta MiPyme de [ANIF](#) -EMP- del 2S21).
- La formalidad disminuye a la par del tamaño de la empresa. Las microempresas son menos formales.
- Por sectores, las empresas pequeñas presentan bajos niveles de informalidad en la industria y la construcción y la informalidad es menor en el sector de la construcción para todos los tamaño de empresa.

Así, las mipymes son una parte muy relevante del aparato empresarial colombiano con lo que es clave analizar su tasa de supervivencia



¿Qué factores podrían potenciar la supervivencia empresarial?

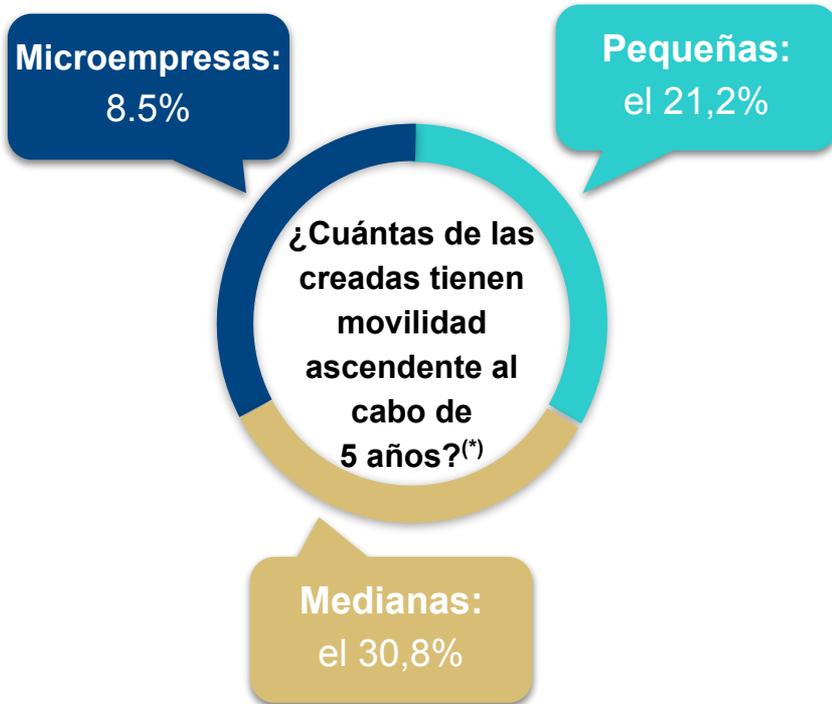


(*): Cálculos de Confecámaras (2023) con base en las empresas creadas en 2017 que sobrevivieron en 2022.
Fuente: BBVA Research

Sobrevivir es un avance, pero crecer y aumentar de tamaño es un objetivo

- **El mayor tamaño de las empresas se relaciona positivamente con el desarrollo de los países y la generación de empleo, entre otros.**
 - Eslava et al. (2018) encuentran que, sin importar el tamaño con el que nace una empresa, después de 5 años **las empresas estadounidenses son 24% más grandes que las empresas colombianas y esta brecha aumenta a 32% después de 10 años ([CONPES 4011 p20](#))**.
 - Eslava et al. ([2023](#)), con datos a nivel de los individuos (a partir de encuestas de hogares), encuentran **una correlación positiva entre el tamaño de las empresas y el PIB per cápita**, que es más estrecha que la observada anteriormente con datos a nivel de empresa. Además encuentra **una estrecha relación negativa entre el tamaño de las empresas y el coeficiente de desigualdad Gini**.
 - Confecámaras ([2023](#)) con una muestra de empresas entre 2017 y 2022, encuentra que **aquellas empresas que presentan movilidad ascendente logran generar en promedio cerca de 30 empleos formales adicionales entre 2017 y 2022**, al pasar de un promedio de 2,4 empleados formales en 2017 a un promedio de 32,7, mientras que las que no lograron dicha movilidad generaron 2 empleos formales adicionales en el periodo.

¿Pocas empresas además de sobrevivir aumentan su tamaño? ¿De qué depende que sean exitosas y logren movilizarse ascendentemente^(*)?



¿Qué factores pueden ser importantes para la movilidad ascendente^(**)?

Microempresas:	Empresas pequeñas:	Empresas medianas:
- Ser una sociedad.	- Ser exportadora.	- Ser exportadora.
- Ser exportadora.	- Operar en el sector de extracción.	- Operar en el sector agro.
- Operar en el sector de extracción.	- Estar en el eje cafetero.	

Ser una empresa pequeña o mediana aumenta la probabilidad de movilizarse frente a ser una microempresa

(*) : Una empresa con movilidad ascendente es aquella que logra crecer y ser clasificada en un tamaño mayor. (**) : Análisis de Confecámaras (2023) con base en las empresas creadas en 2017 que sobrevivieron en 2022.
Fuente: BBVA Research.

02

¿Cómo participan las
mipymes en los
mercados locales y
externos?

¿Cómo participan la mipymes en los diferentes mercados?



¿Qué puede influir en su forma de participar en los mercados?

Exportaciones:	Compras públicas:	Mercado local:
<ul style="list-style-type: none"> - La naturaleza del negocio - El interés por exportar - El conocimiento para hacerlo 	<ul style="list-style-type: none"> - El conocimiento de las herramientas de contratación Pública - La disponibilidad de los productos y servicios requeridos 	<ul style="list-style-type: none"> - El grado de integración regional - El interés por expandir mercados - La robustez empresarial

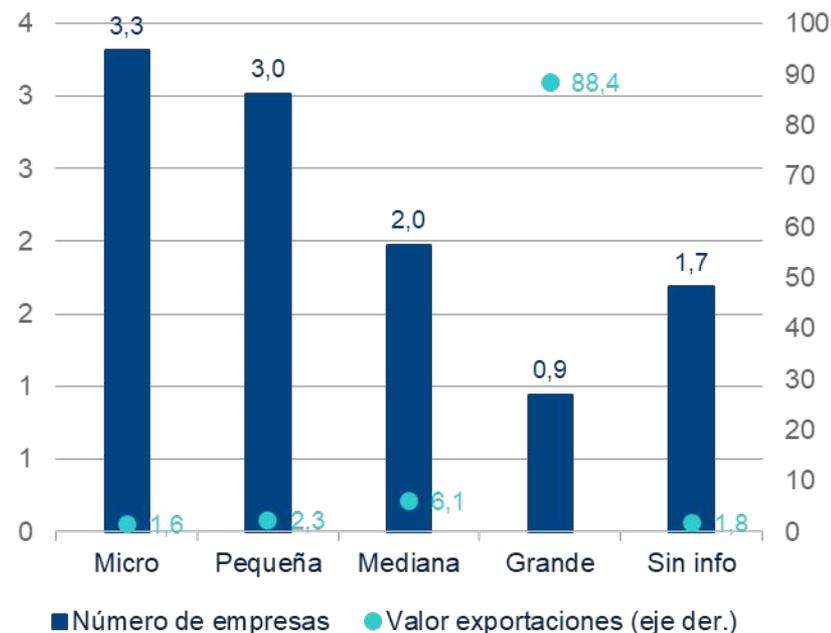
Las mipymes contribuyen a la oferta exportadora del país: 10% del total de las exportaciones de Colombia salen de 8,3 mil mipymes exportadoras

EMPRESAS EXPORTADORAS

(MILES DE EMPRESAS, 2022)

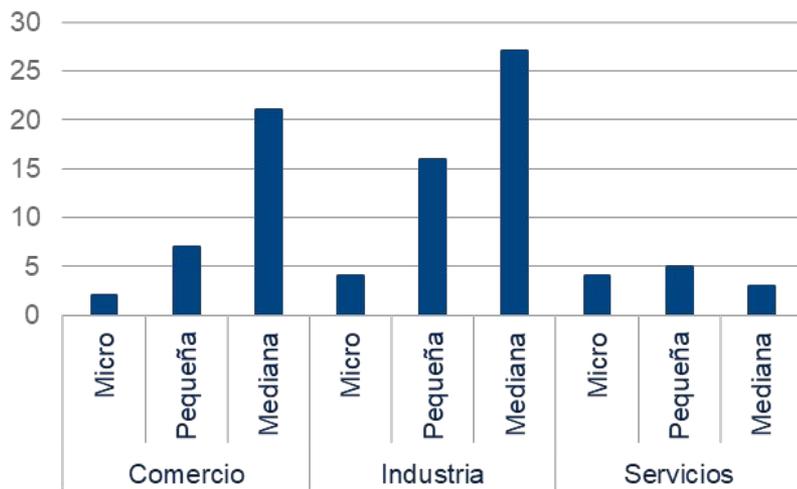


EMPRESAS EXPORTADORAS Y PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES POR TAMAÑO (MILES DE EMPRESAS Y % DE PARTICIPACIÓN EN LAS EXPO TOTALES)



Entre las mipymes, la participación en el mercado externo es baja. Sin embargo, existe intención de crecer en ese mercado

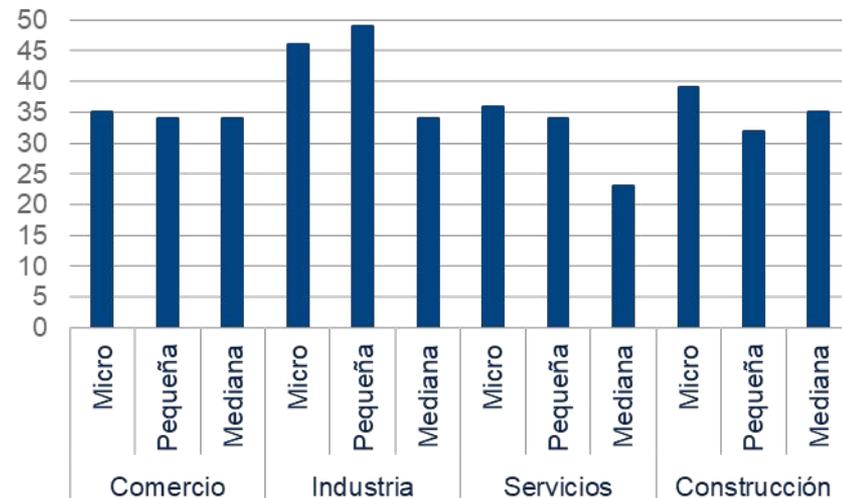
EMPRESAS QUE EXPORTARON EN EL 1S21 POR TAMAÑO^(*)^(**) (% DEL TOTAL DE EMPRESAS DE CADA CATEGORÍA)



(*):-¿Ustedes exportaron? (**): En el caso del sector de la construcción, la EMP muestra ausencia de exportaciones

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21.

EMPRESAS QUE HAN PENSADO INTERNACIONALIZARSE POR SECTOR Y TAMAÑO^(**) (% DEL TOTAL DE EMPRESAS DE CADA CATEGORÍA)



(**): ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

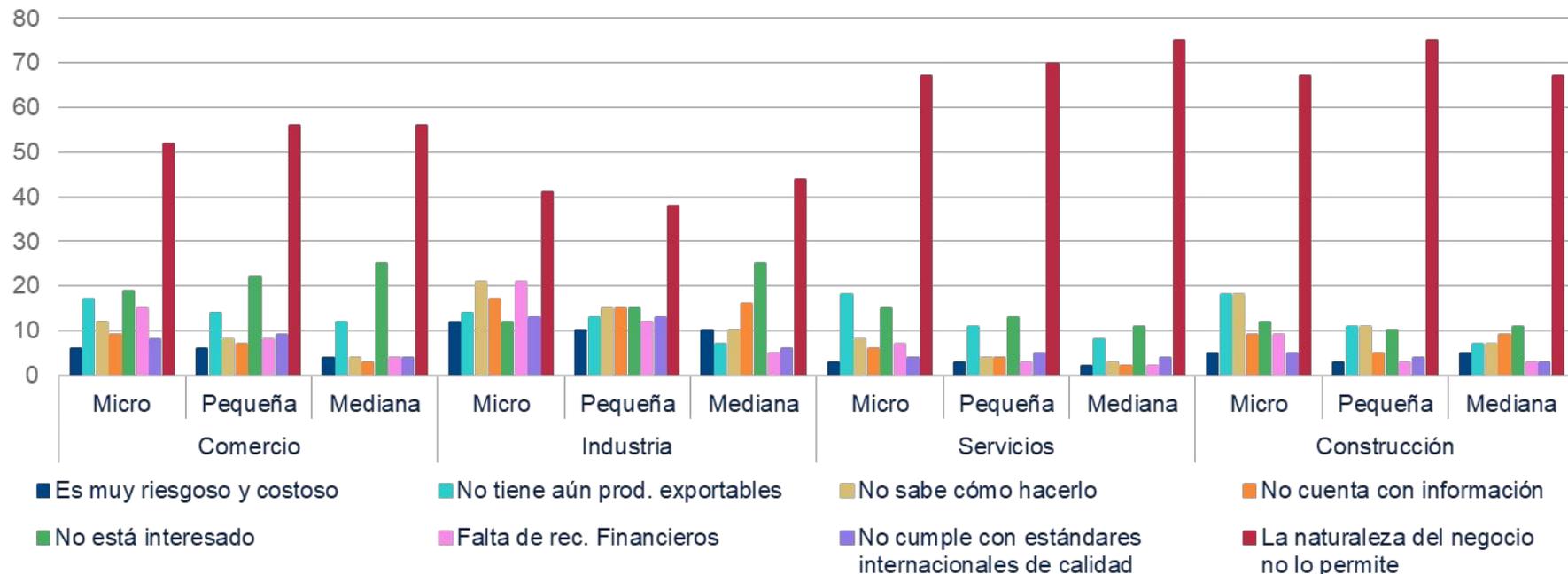
Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21.

Entre las mipymes, las medianas parecen ser las más enfocadas al mercado externo. En cuanto a la intención de exportar, las micro y pequeñas empresas en la industria son las más proclives

La naturaleza del negocio de las mipymes no favorece su inserción al comercio mundial pero el desinterés o el desconocimiento las afecta también

EMPRESAS POR TAMAÑO Y SECTOR SEGÚN MOTIVO PARA NO EXPORTAR EN 1S21(*)

(% DE RESPUESTAS EN CADA CATEGORÍA)

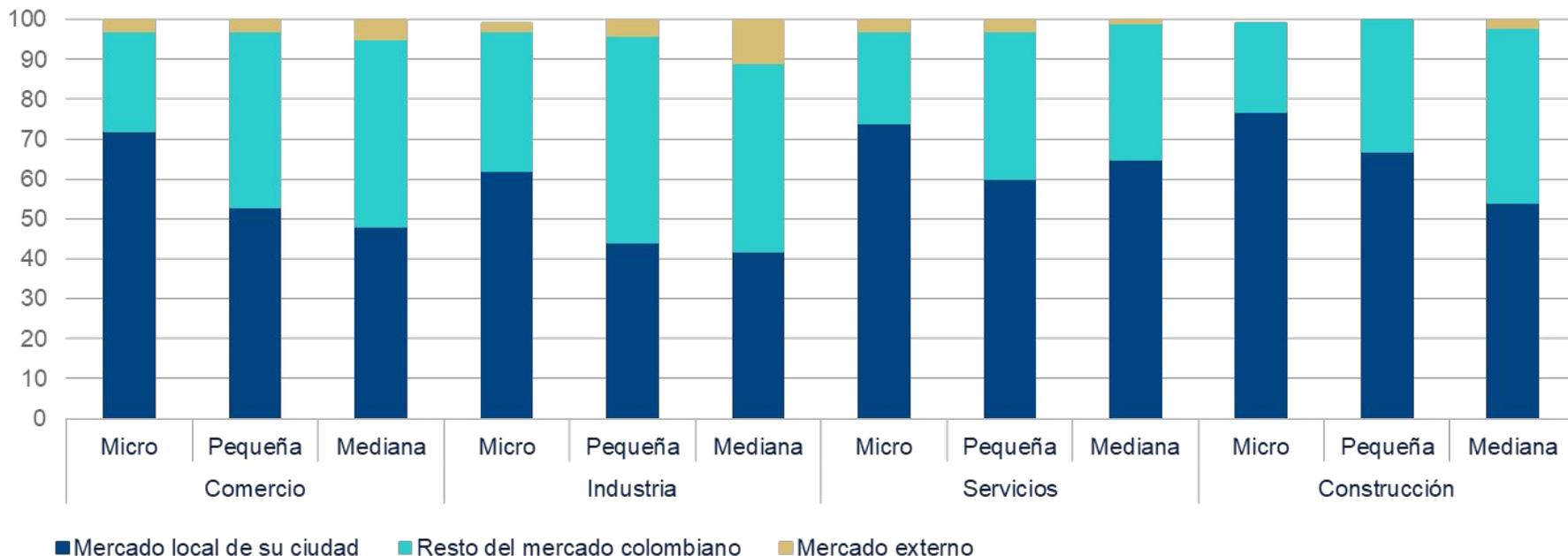


(*): Respuestas múltiples ¿Cuáles fueron las razones por las que el negocio no exportó?

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21.

El mercado local, incluso de la misma ciudad en donde están ubicadas, parece ser una opción importante para las mipymes y más para las micro

PARTICIPACIÓN DE LAS VENTAS EN LOS DIFERENTES MERCADOS EN EL 1S21 POR TAMAÑO Y SECTOR^(*) (% DE EMPRESAS CON MAYOR PARTICIPACIÓN DE CADA MERCADO)

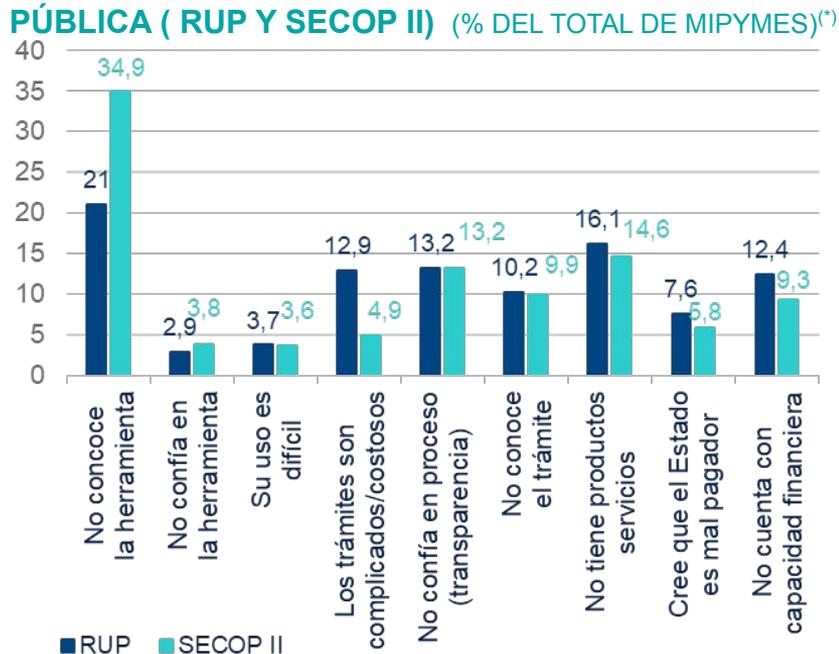


(*): ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2021?

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21.

Para las mipymes ser proveedoras del sector público sigue siendo un reto, en parte, porque pocas conocen las herramientas necesarias para participar

RAZONES DE LAS MIPYMES PARA NO CONTAR CON LAS HERRAMIENTAS PARA CONTRATACIÓN PÚBLICA (RUP Y SECOP II) (% DEL TOTAL DE MIPYMES)^(*)



- Las empresas pueden proveer bienes y servicios al sector público si hacen parte del Registro Único de Proponentes (RUP) y del Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II).
- Según la Encuesta de Desempeño Empresarial -EDE-, sólo el 39,8% de las Mipymes cuenta con el RUP y solo el 40% utiliza el SECOP II.
- La principales razones para no usar esas herramientas es el desconocimiento de las mismas, la poca oferta disponible de bienes para ofrecer al sector público y porque no confían en el proceso.

03

¿Cómo y qué financian las mipymes?

¿Cómo se financian las mipymes?



¿Cómo es el acceso a crédito formal?

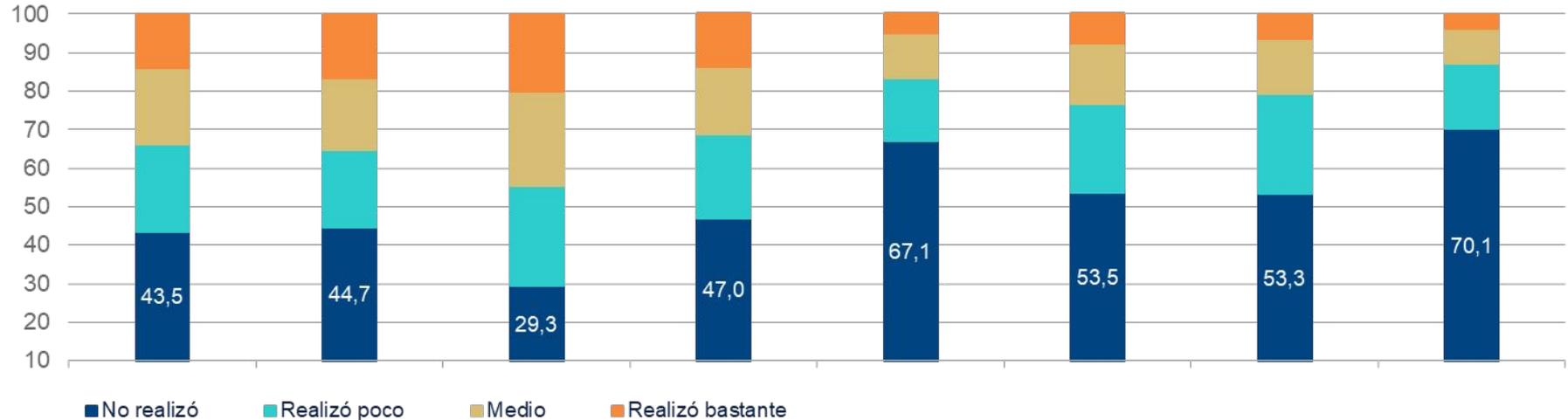


(*): En el microcrédito es difícil diferenciar el destinatario final y muchas veces es un microempresario
Fuente: BBVA Research

Las mipymes invierten principalmente en la capacitación de sus equipos. También en el desarrollo de nuevos procesos y productos y servicios

DESTINO DE LA INVERSIÓN DE LAS MIPYMES SEGÚN ENCUESTA

(% DE EMPRESAS)

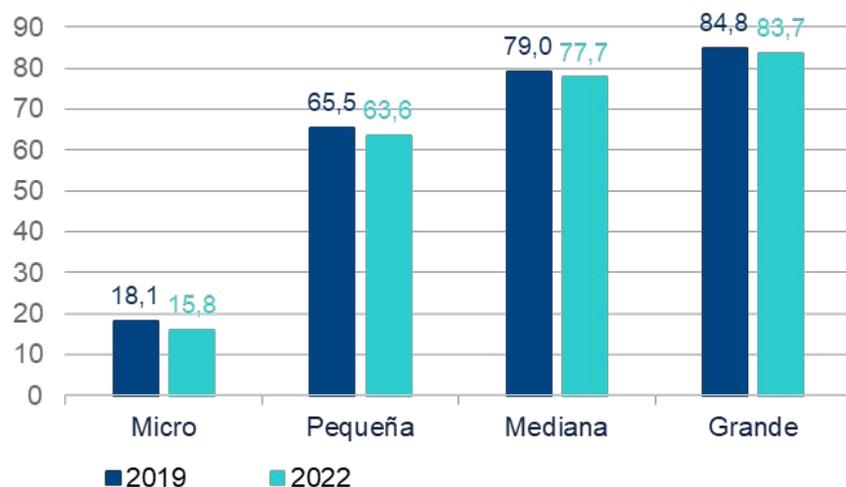


Fuente: BBVA Research y ACOPI (2023) con datos de la EDE del 2T23 y EMICRON (2022)

Resalta su baja inversión en automatización de Maquinaria y equipo y en nueva infraestructura. La inversión en transformación digital también parece baja si se tiene en cuenta que tan sólo el 40% de las microempresas usa internet, frente a un uso casi universal por parte de las empresas grandes

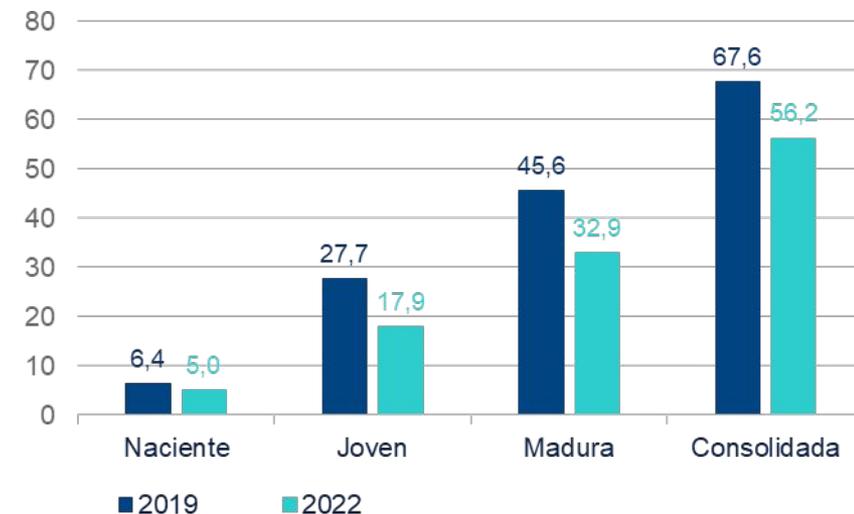
El 78% de las empresas medianas tiene acceso a crédito formal, el 64% de las pequeñas y sólo 16% de las micro, comparado con el 84% de las grandes

ACCESO A ALGÚN PRODUCTO DE CRÉDITO FORMAL DE LAS EMPRESAS SEGÚN TAMAÑO (% DE EMPRESAS)^(*)



(*): Se refiere al acceso a crédito de las personas jurídicas con registro activo en cámaras de comercio.
Fuente: BBVA Research y Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (2022) con datos del RUES y Transunion.

ACCESO A ALGÚN PRODUCTO DE CRÉDITO FORMAL DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU EDAD (% DE EMPRESAS)^(*)

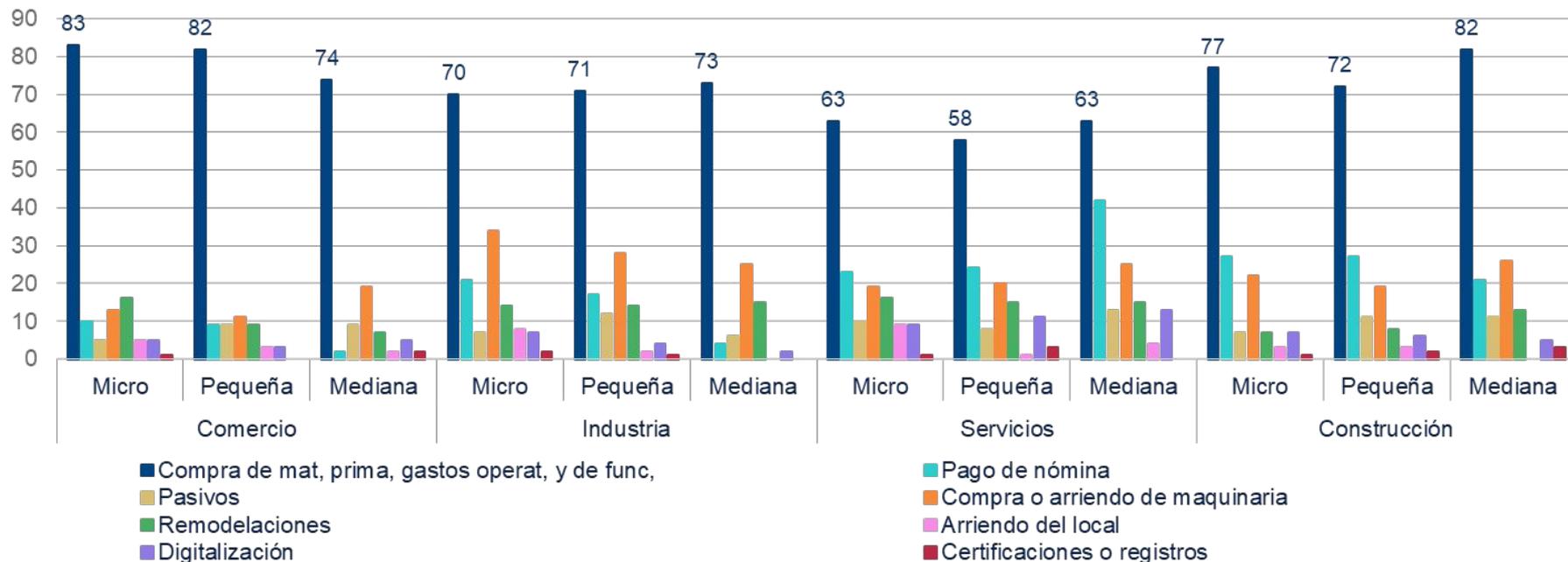


El acceso a crédito también depende de lo jóvenes que sean las empresas, siendo menor para las empresas nacientes y mayor para las consolidadas

Las mipymes también buscan financiación para compra de materias primas y gastos operacionales y de funcionamiento

CRÉDITOS SOLICITADOS SEGÚN TAMAÑO, SECTOR Y DESTINO DEL CRÉDITO

(% DEL TOTAL DE CRÉDITOS SOLICITADOS)*



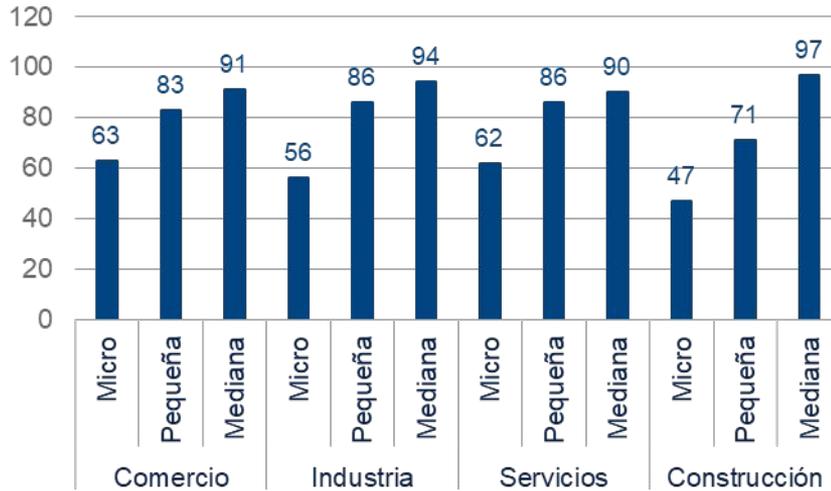
(*): Respuestas múltiples. Los recursos solicitados tenían como destino*?

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EME del 2S21.

Entre las mipymes, el nivel de aprobación de los créditos es mayor para las empresas medianas y pequeñas que para las micro

CRÉDITO APROBADO SEGÚN LAS ENCUESTAS A CLIENTES

(% DE CRÉDITOS SOLICITADOS)^(*)

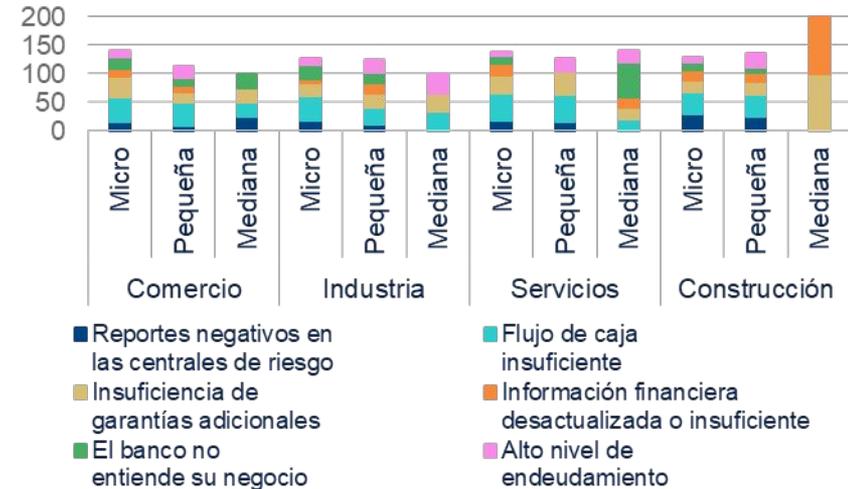


(*): ¿El crédito le fue aprobado?

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21.

PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES LAS RAZONES DE NO APROBACIÓN DEL CRÉDITO

(% DEL TOTAL DE CRÉDITOS SOLICITADOS)^(**)



(**): Respuestas múltiples. ¿Cuál cree usted que fueron las razones por las cuales no le fue aprobado?

Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EMP del 2S21

Los clientes perciben que la principal razón de rechazo es el flujo de caja en la mayoría de las empresas de todos los sectores.

Las mipymes usan recursos propios o reinversión de utilidades como fuentes alternativas de financiamiento, principalmente

OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN (% DEL TOTAL DE CRÉDITOS SOLICITADOS)^(*)



(*): Respuestas múltiples ¿Accedió a otras fuentes para satisfacer sus requerimientos de financiación?

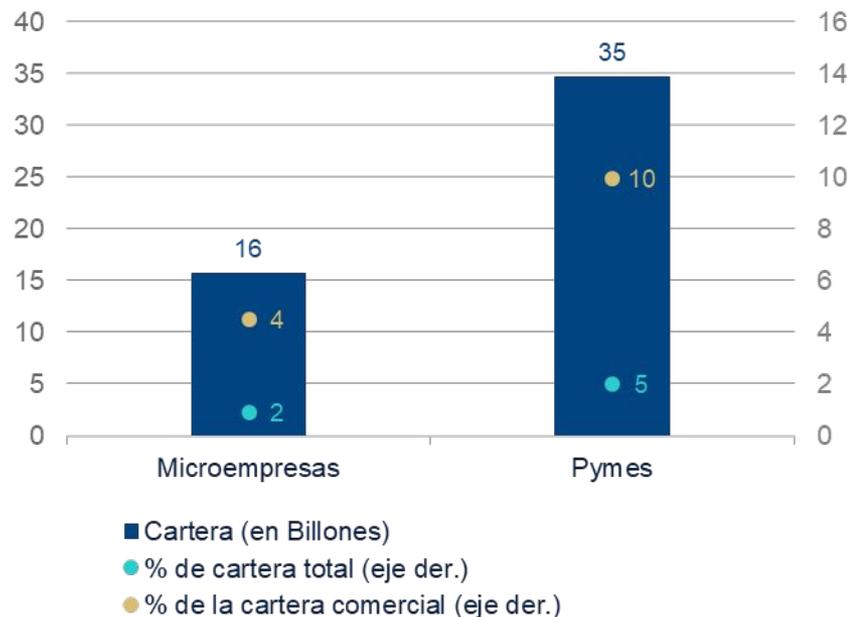
Fuente: BBVA Research y ANIF (2023) con datos de la EME del 2S21.

Las mipymes también se financian con préstamos a proveedores. El factoring es una alternativa de financiamiento poco utilizada por los empresarios Mipymes, a pesar de ser una forma de obtener liquidez. El leasing también es poco utilizado.

Entre la cartera comercial, la de las mipymes representa el 14%, equivalente al 7% de la cartera total, y el microcrédito representa el 3% de la cartera total

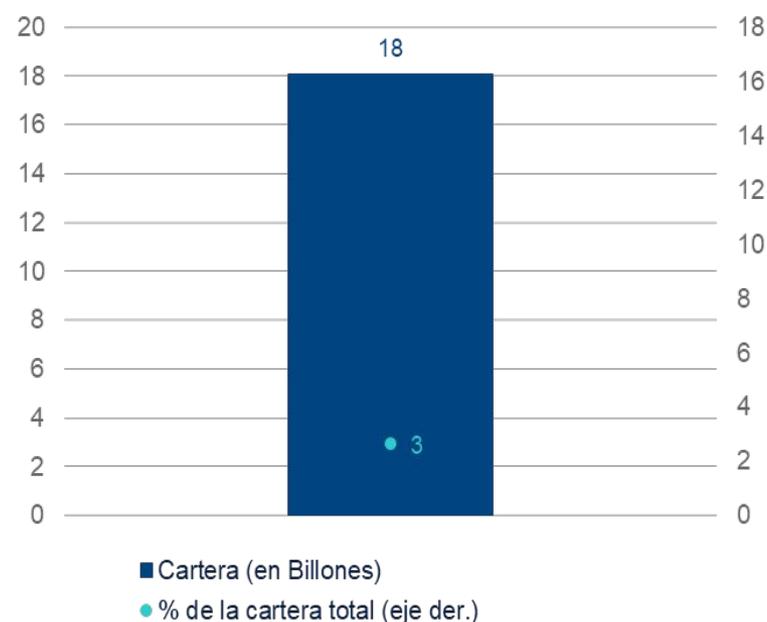
CARTERA COMERCIAL DE MICROEMPRESAS Y PYMES

(BILLONES DE PESOS y %. AGO-23)



MICROCRÉDITO(*)

(BILLONES DE PESOS Y %. AGO-23)



(*): El microcrédito se destina tanto a consumo como a financiar las necesidades de las empresas.
Fuente: BBVA Research con datos de la Superintendencia Financiera de Colombia.

04

Resumen y reflexiones finales

Resumen y reflexiones finales



Las empresas formales en el país ascienden a 1,7 millones y el total de empresas, entre formales e informales, ascienden a 5,7 millones. Las mipymes representan el 99,5% de las empresas, entre las formales, generan el 79% del empleo del país y contribuyen con entre el 35 y 40% del PIB anual.



Las mipymes formales son en su mayoría empresas nacientes y empresas jóvenes (el 58% conjuntamente). Estructura que tiene implicaciones sobre el acceso al crédito, las tasas de supervivencia y de movilidad de las empresas, entre otras.



Entre las mipymes existe cierta heterogeneidad, siendo las pymes más productivas y más formales que las microempresas. Así, las microempresas muestran una mayor informalidad empresarial y concentran la mayoría de la informalidad laboral. Además, la productividad laboral de las microempresas es baja.



Las mipymes acceden marginalmente a los mercados externos y a las compras del Estado. El mercado local, incluso de la misma ciudad en donde están ubicadas, parece ser una opción importante de negocio para las mipymes, especialmente para las microempresas. Entre las mipymes, las empresas medianas son las más orientadas al comercio exterior y las que en menor proporción recurren como principal mercado al de la misma ciudad en donde están ubicadas.

Reflexiones finales



Las mipymes invierten principalmente en la capacitación de sus equipos, pero la inversión en equipos, en tecnología y en digitalidad, entre otros, parece baja. Las mipymes buscan financiación para la compra de materias primas y gastos operacionales y de funcionamiento, principalmente. Además, su acceso a crédito formal es más bajo que el de las empresas grandes. Sin embargo, nuevamente, el desempeño de las medianas sobresale entre las mipymes, con un acceso a crédito similar al de las empresas grandes. Las mipymes usan recursos propios o reinversión de utilidades como fuentes alternativas de financiamiento.



La tasa de supervivencia de las mipymes es más baja que la de las grandes empresas, al igual que la probabilidad de movilizarse. Al interior de las mipymes, las pymes tienen mayores tasas de supervivencia y probabilidad de movilidad empresarial que las microempresas. También son consolidadas en mayor proporción que las microempresas.



En cuanto a la probabilidad de movilidad de las empresas, a partir de los hallazgos de confecámaras, se encuentra que: las empresas constituidas como sociedades tienen más probabilidad de movilidad ascendente que las constituidas como persona natural y más en el caso de las microempresas; las exportadoras más que las no exportadoras y especialmente las empresas pequeñas exportadoras; las empresas pequeñas y medianas más que las micro; las que pertenezcan a una Iniciativa Clúster más que las que no. Por sectores, más las empresas en el agro y en el sector extractivo que las de comercio, y en el agro más en el caso de las empresas medianas y en el sector extractivo más en las micro y pequeñas. Más en el eje cafetero.

Para que las mipymes sumen más se debe aumentar su productividad y promover medidas que potencien su movilidad

ALGUNAS RECOMENDACIONES



Aumentar la productividad

Formalidad empresarial

La mayor formalidad empresarial facilita la inclusión económica de las empresas potenciando así mejoras en productividad.

La formalidad empresarial potencia el acceso a algunos mercados, como el público; facilita la inclusión financiera y permite acceder a otros beneficios que vienen con la formalidad



Promover la integración

Digitalidad

Lograr que todas las empresas accedan a internet extendiendo la conectividad, reduciendo los costos de internet y logrando mayor apropiación digital mediante formación.

Encadenamientos productivos

Lograr que las mipymes participen en los mecanismos de encadenamiento productivo



Desarrollo de mercados

Internacionales, con el estado y más alcance local

Impulsar el mejor y mayor acceso a mercados internacionales y locales, potenciando así la movilidad de las empresas.

Clusters

Generar clusters con capacidad de atraer recursos (humano y de capital) y generar valor y que permitan un mayor acceso a más mercados (locales más extensos e internacionales). Entre los sectores con mayor potencial y que impulsan la movilidad empresarial está la agroindustria.

Aviso Legal

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El contenido de la presente comunicación o mensaje no constituye una recomendación profesional para realizar inversiones en los términos del artículo 2.40.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010 o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA en su sitio web www.bbvarsearch.com.

Este informe ha sido elaborado por:

Economista Jefe

Juana Téllez

juana.tellez@bbva.com

Juan Sebastián González Patiño

juansebastian.gonzalez.patino@bbva.com

María Claudia Llanes Valenzuela

maria.llanes@bbva.com

INTERESADOS DIRIGIRSE A: BBVA Research Colombia Carrera 9 No 72-21, piso 10. Bogotá, (Colombia).

Tel.: 3471600 ext 11448 - bbvaresearch@bbva.com / www.bbvaresearch.com

Una mirada a las mipymes en Colombia

Juan Sebastián González Patiño, María Claudia Llanes Valenzuela

Febrero de 2024