

**Impacto de la Formalización de las Microempresas Ubicadas en las Comunas 13, 14 15 y 21
del Distrito de Aguablanca, Municipio de Cali, Período 2008 – 2013**

Presentado Por:

César Augusto Vinasco Pérez

Directora:

Adriana Aguilera Castro, Msc.

Universidad del Valle

Facultad de Ciencias de la Administración

Febrero De 2018

Contenido

Introducción	7
1. Planteamiento del problema	10
1.1 Descripción del problema	10
1.2 Formulación del problema	14
2. Objetivos	15
2.1 Objetivo General	15
2.2 Objetivos específicos	15
3. Justificación	16
4.1 Estado del Arte	18
4.2 Marco Teórico	24
4.4 Marco contextual	39
4.4.1 Composición, ubicación y aspectos demográficos.	39
4.4.2 Educación	46
4.4.3 Aspectos económicos	48
5. Metodología	54
5.1 Tipo de investigación	54
5.2 Fuentes de Información	56
5.2.1 Fuentes primarias: libros, monografías, disertaciones, informes técnicos, publicaciones periódicas y normas.	56
5.2.2 Fuentes secundarias: Informes estadísticos	56
5.2.3 Fuentes terciarias: sitios web.	56
6. Resultados	57
6.1 Definición del Marco Maestral	57
6.2 Definición de encuesta o estudio estadístico	57
6.3 Muestreo aleatorio simple (MAS)	58
6.4 Propuesta metodológica	59
6.4.1. Definición de la población del estudio.	59
6.4.2. Variables de interés del estudio	59
6.4.3. Cobertura.	59

6.4.4. Unidades estadísticas.	59
6.4.5. Periodo de referencia.	60
6.4.6. Marco Muestral.....	60
6.4.7. Método de muestreo a implementar.....	60
6.4.8. Tamaño maestral.	60
6.4.9. Aplicación del instrumento de Medición.	61
6.5 Identificación de las microempresas que formaron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca, durante el periodo 2008-2013.....	62
6.6 Descripción y análisis de las barreras que enfrentó la Cámara de Comercio de Cali para que las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca realizaran el proceso de formalización	65
6.7 Estrategias de integración con las microempresas asentadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca y que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” propuestas por la Cámara de Comercio de Cali.....	67
6.8 Impacto en la productividad, aumento en ventas y acceso a nuevos mercados que tuvo el programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las empresas que hicieron parte del programa y que están ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca.	72
6.8.1 Análisis descriptivo general.	72
6.8.2 Análisis de la relación de dependencia o independencia entre las variables de estudio	82
6.9 Desarrollo de un plan de acompañamiento y seguimiento para las microempresas que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” y se acogieron a la propuesta de formalización empresarial.....	98
7. Justificación	99
8. Conclusiones.....	103
9. Recomendaciones	106
Bibliografía	107
Anexos	110

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Jornada de sensibilización	9
Ilustración 2 Ejes de trabajo.....	101

Lista de tablas

Tabla 1. Característica multifacética de la informalidad.....	11
Tabla 2. Número de empresas formalizadas	13
Tabla 3. Marco lógico	54
Tabla 4. Notación básica para el MAS en atributos o proporciones.....	58
Tabla 5. Microempresarios entrevistados según comuna	61
Tabla 6. Conformación de las empresas por comunas	62
Tabla 7. Resumen de relaciones entre variables	84

lista de gráficos

Gráfico 1. Empresas formalizadas comunas 13,14,15 y 21	63
Gráfico 2. Conformación empresas formalizadas.....	64
Gráfico 3. Conocimiento sobre el concepto de formalización empresarial.....	72
Gráfico 4. Conocimiento sobre los requisitos para la formalización empresarial.	73
Gráfico 5. Percepción de la Importancia de la formalización empresarial	74
Gráfico 6. Dificultad para la formalización empresarial.	75
Gráfico 7. Sostenibilidad del negocio con el cual participó en el programa.	76
Gráfico 8. Continuidad en la formalización empresarial.....	77
Gráfico 9. Acceso a nuevos mercados como resultado del programa.	78
Gráfico 10. Aumento de ingresos como resultado del programa.....	79
Gráfico 11. Contribución del Programa Ruta Micros para la formalización	79
Gráfico 12. Contribución de la CCC para el crecimiento del negocio.	80
Gráfico 13 Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento del negocio a través de otros programas.....	81
Gráfico 14. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y conocimiento de los requisitos para la formalización.	89
Gráfico 15. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y percepción sobre las dificultades de formalizar su negocio.....	90
Gráfico 16. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y percepción sobre la importancia de formalizar su negocio.....	91
Gráfico 17. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y el estado actual de formalización de la microempresa.....	92
Gráfico 18. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y la percepción de dificultades para formalizar el negocio.....	93
Gráfico 19. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y la percepción de importancia de formalizar el negocio.....	94
Gráfico 20. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y el estado actual de la microempresa.....	95
Gráfico 21. Relación entre percepción de dificultades de la formalización empresarial y el estado actual de formalización de la microempresa	96

Gráfico 22. Relación entre percepción de importancia de la formalización empresarial y el estado actual de formalización de la microempresa	977
--	------------

Introducción

La Cámara de Comercio de Cali, de la mano con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE – y las alcaldías de Cali y Yumbo, llevó a cabo en el año 2005 un censo con el fin de analizar el panorama del sector industrial, comercial y de servicios que presentaban dichos municipios.

El Censo permitió identificar las unidades económicas con el registro mercantil vigente, aquellas que pagan impuesto de industria y comercio y las que cuentan con el registro único tributario – RUT –, así mismo las unidades informales ubicadas en Cali y Yumbo, de acuerdo con lo anterior, los datos que arrojó el censo fueron los siguientes:

- Unidades formales con registro mercantil 56,8%
- Unidades informales sin registro mercantil 43,2%
- Unidades formales con industria & comercio 47.6%
- Unidades informales sin industria & comercio 52.4%
- Unidades formales con RUT 56.5%
- Unidades informales sin RUT 43.5%

En la ciudad de Cali fueron registradas 23.360 unidades económicas informales que equivalen al 43% del tejido empresarial. A nivel sectorial, el sector comercio representa el 46%, la industria, por su parte, fue el segundo sector con mayor grado de informalidad 40% y finalmente, el sector de servicios representa el 38%. (DANE, 2005)

En cuanto al empleo, las unidades informales tienen el 21% del personal ocupado en la ciudad y de ellas solo el 41% hacen aportes al sistema de seguridad situación que implica un factor

negativo en la calidad del empleo generado por las empresas informales. El 46% del personal ocupado por las unidades económicas informales son mujeres, participación que es menor en las unidades que sí cuentan con registro mercantil. En cuanto al tiempo de funcionamiento de las unidades económicas informales, se observa que cerca del 60% tienen de uno a dos años de operación y el 24% cuentan entre tres a cinco años. Lo anterior refleja los bajos niveles de subsistencia de las unidades informales. (DANE, 2005)

De acuerdo con el último Censo Económico Cali-Yumbo 2005 y el estudio de población par Cali y su área de influencia hecho por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal de la ciudad de Cali (DAPM) y las Empresas Municipales de Cali (EMCALI) la tasa de informalidad de las comunas 13, 14, 15 y 21 se encuentra en un 35,3%; cifra bastante alta que afecta el desarrollo de una urbe como lo es la ciudad de Cali. (DANE, 2005)

Ante este panorama un poco desalentador, se creó el programa “Ruta Micros para la Formalidad” el cual hizo parte del Programa Nacional de Formalización y Fortalecimiento Empresarial ejecutado por las Cámaras de Comercio del país, bajo el liderazgo de la Cámara de Comercio de Cali y el MinCIT.

Este programa se efectuó entre los años 2008 – 2013; el objetivo central de la “Ruta Micros para la Formalidad” era lograr que las unidades productivas participantes se formalizaran y organizaran como empresas.

Para lograr este objetivo, se diseñó como un programa integral, que incluyó no solo las jornadas de sensibilización y formalización, sino también la capacitación con 4 módulos básicos para el fortalecimiento de la gestión empresarial denominados Unidades de Desarrollo.

Ilustración 1. Jornada de sensibilización



Fuente: Cámara de Comercio de Cali & MinCIT

Con esta investigación se obtendrá la información necesaria para corroborar si efectivamente las empresas que se formalizaron a través de este programa liderado por la Cámara de Comercio de Cali se han sostenido durante este tiempo y si han logrado alcanzar un crecimiento y participación en nuevos mercados.

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Diagnósticos previos sobre la informalidad indican que las microempresas son las que presentan mayores problemas de informalidad laboral. El 73 % de las empresas con 10 o menos trabajadores no contribuyen con pagos a la seguridad social, casi 50 puntos por encima del porcentaje de informalidad en las pequeñas y medianas empresas (entre 11 y 100 trabajadores) (Cárdenas & Rozo, 2007), Estos niveles de informalidad generan impactos negativos en el desarrollo competitivo de la economía colombiana, amenazan la sostenibilidad del sistema de seguridad social e inciden en que aumente la evasión de impuestos. (Quiroz P, 2015)

Según los parámetros de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), la informalidad puede ser analizada a través de dos enfoques: la informalidad sectorial o empresarial, y la informalidad laboral (Organización Internacional del Trabajo, Oficina Regional para América Latina y el Caribe octubre 2012).

La economía informal se puede entender entonces como “la ausencia total o parcial de requisitos legales establecidos por el Gobierno para el funcionamiento de una actividad económica y/o las condiciones laborales de los trabajadores”. (Bustamante I & Bayter H, 2013, pág. 3) Las actividades económicas informales presentan una o varias de las siguientes características: i) desarrollarse en pequeñas unidades de producción, ii) no llevar contabilidad, iii) no estar registradas ante la entidad correspondiente, iv) no cumplir con el pago de impuestos, v) falta de derechos de propiedad, y vi) bajos niveles de productividad como, por ejemplo, el manejo de

efectivo. Por otro lado, la informalidad laboral se clasifica según los siguientes elementos: i) aportes a seguridad social, ii) categorías de trabajadores, y iii) garantías laborales.

Tabla 1. Característica multifacética de la informalidad

Sector informal Empleo informal	Pequeñas unidades de producción	No lleva contabilidad	No se encuentran registradas	Cumplimiento de impuestos	Manejo de efectivo
No hace pagos a la seguridad social en salud					
No hace pagos a la seguridad social en pensiones					
Sin contrato laboral					

Fuente: Bustamante – Bayter, 2013

En la tabla anterior, que resume las características de la economía informal, se puede observar la característica multifacética de la informalidad; en ella se ven reflejadas las posibles combinaciones o superposiciones entre el sector informal y el empleo informal; es decir, la informalidad tiene diferentes grados y puede variar por sectores económicos. (Bustamante I & Bayter H, 2013)

La formalización de la economía se da como una condición necesaria para generar condiciones de crecimiento sostenible de las empresas y por ende en la economía, un crecimiento que estará acompañado de competitividad y productividad. Y esta formalización pasa primero por la empresa, que a su vez debe procurar por la formalización de todos sus empleados, porque “la informalidad en el ámbito de las empresas dificulta luego los procesos de formalización laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2012). Sin embargo, alcanzar un bajo nivel de

informalidad en la economía no es una tarea fácil, porque este problema tiene varias causas y, por tanto, no se puede remediar con un único tipo de política o programa (Bustamante I & Bayter H, 2013, pág. 3)

El programa “Ruta Micros para la Formalidad” hizo parte del Programa Nacional de Formalización y Fortalecimiento Empresarial ejecutado por las Cámaras de Comercio del país, bajo el liderazgo de la Cámara de Comercio de Cali y el MinCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2005).

En el periodo 2008-2013 se realizaron 4 versiones de la “Ruta Micros para la Formalidad” con consecuencias positivas, tal como lo demuestran los resultados tanto cuantitativos como cualitativos que se presentarán posteriormente.

El objetivo central de la “Ruta Micros para la Formalidad” fue lograr que las unidades productivas participantes se formalizaran y se organizaran como empresas. Para lograr este objetivo, se diseñó un programa integral, que incluyó, no solo las jornadas de sensibilización y formalización, sino también la capacitación con 4 módulos básicos para el fortalecimiento de la gestión empresarial denominados Unidades de Desarrollo.

El universo de empresas que se formalizaron en la Cámara de Comercio de Cali durante este periodo se presenta a continuación en la tabla 2:

Tabla 2. Número de empresas formalizadas

Año de matrícula	Número empresas
2008	103
2009	392
2010	416
2011	108
2012	1.024
2013	207
Total	2.250

Fuente: Rutas Empresariales Cámara de Comercio de Cali, año 2014

Tomando como base el Censo Empresarial Cali-Yumbo realizado por el DANE y la Cámara de Comercio de Cali, el cual se llevó a cabo en el año 2005, se logró identificar que la ciudad de Cali estaba compuesta por 23.360 empresas informales distribuidas de la siguiente manera:

- 15.088 ejerciendo actividad comercial
- 2.072 están en el campo industrial
- 6.200 figurando en el sector servicios.

De este total de empresas informales, se identificó que, en el Distrito de Aguablanca, compuesto por las comunas: 13, 14, 15 y 21, las cuales ocupan buena parte del oriente de la ciudad,

se ubican el 35.3% de unidades económicas sin formalizar; como puede observarse, en este sector de la ciudad de Cali existe un gran potencial de empresas a ser formalizadas. Es por lo anterior, que la investigación se centrará en evaluar la efectividad del modelo del programa en estas cuatro comunas.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál fue el impacto de la implementación de la “Ruta Micros para la Formalidad” aplicada por la Cámara de Comercio de Cali, en el periodo 2008 a 2013, sobre las empresas informales de la ciudad de Cali ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 que hacen parte del Distrito de Aguablanca?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Evaluar el impacto del programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las empresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 que hacen parte del Distrito de Aguablanca, Municipio de Santiago de Cali, período 2008 – 2013.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar a qué microempresas llegó la CCC con el Programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las comunas 13, 14, 15 y 21 del Distrito de Aguablanca, durante el período citado y cuál fue la estrategia para integrarlas al programa.
- Analizar si existieron barreras para que las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 realizaran el proceso de formalización.
- Evidenciar si la Cámara de Comercio de Cali sigue desarrollando estrategias de integración con las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 y que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad”.
- Estimar el impacto en productividad, aumento en ventas y acceso a nuevos mercados, que tuvo el programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las empresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 que hicieron parte del programa.
- Estructurar un plan de acompañamiento y seguimiento para las microempresas que hicieron parte del programa y se acogieron a la propuesta de formalización.

3. Justificación

Las Cámaras de Comercio han adquirido plena conciencia del amplio problema que genera la informalidad empresarial en el país. La Cámara de Comercio de Cali, entidad pionera en desarrollar actividades relacionadas con la formalización empresarial, realizó en el 2005 un Censo Empresarial en el área de Cali y Yumbo para caracterizar el sector productivo de la región.

El Censo permitió hacer una caracterización profunda de la informalidad empresarial, incluyendo su distribución geográfica y sectorial. Con el tiempo, y como consecuencia de los resultados del Censo, la Cámara de Comercio de Cali identificó la formalización como uno de sus objetivos claves para afianzar mayores niveles de competitividad. Con este objetivo en mente inició la campaña “Más y Mejores Empresas”. El objetivo fundamental de la Cámara fue incrementar el número de comerciantes que cumplen con la normatividad legal. La meta fue formalizar a 3.500 empresas identificadas por medio del Censo Económico de 2005. Por lo anteriormente mencionado, esta investigación busca:

- Confirmar si el programa “Ruta Micros para la Formalidad” fue el más adecuado para llegar al sector de las microempresas informales o si se debió utilizar otro tipo de estrategia
- Confirmar que el programa de “Ruta Micros para la Formalidad” haya llegado a las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 que hacen parte del Distrito de Aguablanca, y que éstas hayan alcanzado una permanencia en el tiempo, que se evidencie por ejemplo en productividad, aumento en sus ventas y acceso a nuevos mercados.

- Confirmar que las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 que hacen parte del Distrito de Aguablanca están cumpliendo con todo lo exigido por la normatividad legal: registro mercantil, uso de suelo, industria y comercio y seguridad social.

4. Marco Referencial

4.1 Estado del Arte

El estudio de la informalidad empresarial en Colombia ha sufrido la carencia de fuentes de información que permitan realizar una adecuada caracterización del fenómeno. Específicamente, solamente la Encuesta de Micro establecimientos y la Encuesta 123 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) ofrecen fuentes que pueden ser utilizadas para caracterizar la informalidad empresarial. No obstante, debido a que ambas encuestas están dirigidas a establecimientos comerciales micro (menos de 10 empleados), la literatura reciente sobre el tema se ha enfocado en este grupo de negocios.

Un importante aporte en este sentido fue realizado por (Cárdenas & Mejía , 2007) por contratación del Banco Interamericano de Desarrollo. Los autores utilizan la Encuesta de Micro establecimientos para identificar los principales rasgos de la informalidad empresarial en Colombia. En primer lugar, los autores demuestran que la definición más completa de informalidad empresarial es la de no contar con un registro mercantil (es decir, la definición que más se correlaciona con otras posibles definiciones o características de la informalidad).

Bajo esta definición, el 41.1% de los micro establecimientos son informales en Colombia. Posteriormente proceden a estimar un modelo de escogencia binaria (probit), donde la variable dependiente toma el valor de uno si la empresa es informal. La estimación permite concluir que la probabilidad de ser informal en el país disminuye con el tamaño de la firma y la antigüedad, y varía dependiendo del sector de actividad (el sector de servicios está asociado con mayores niveles de informalidad). Por último, en un tercer ejercicio los autores usan la metodología de emparejamiento por medio de probabilidades (propensity score matching) para analizar las

consecuencias de la informalidad. Los resultados les permiten concluir que los micro establecimientos informales tienen menores ingresos y activos fijos por trabajador que los establecimientos formales.

Otro esfuerzo importante fue realizado el mismo año por la Oficina del Economista Jefe para América Latina del Banco Mundial en su documento “Informality: Exit and Exclusion.” (Perry, 2007)

Este trabajo fue el primero en crear una clasificación sistemática de las causas de la informalidad, tanto empresarial como laboral. En particular, el autor plantea que existen dos tipos de razones por las cuales una persona o empresa puede decidir desarrollar sus actividades en la informalidad. Dentro de las primeras se encuentran las empresas o individuos que son informales por motivos de exclusión, como son, por ejemplo, las personas que no pueden conseguir un trabajo en el sector formal y las empresas que no pueden desarrollar sus actividades formalmente por causa de los excesivos requisitos y los altos costos. Por otro lado, dentro de las segundas, se encuentran todas las causas que puedan relacionarse con motivos de escape, como son, la independencia y la flexibilidad. En este último caso, la decisión de ser o no informal es voluntaria. Sin embargo, es importante notar que una de las causas del escape puede ser, precisamente, los altos costos de la formalidad (sus bajos beneficios o el desconocimiento que de ellos se tenga). En este caso, las empresas o los trabajadores prefieren, voluntariamente, operar en la informalidad porque la relación costo beneficio de la alternativa es negativa. Así, existe una clara relación entre exclusión y escape por este canal. Esta diferenciación es importante ya que las políticas dirigidas a solucionar cada tipo de informalidad son distintas.

La discusión anterior, sugiere que las acciones de política dirigidas a reducir los niveles de informalidad deben modificar la balanza de costos y beneficios de esta actividad de manera que sea rentable para los individuos o las empresas operar en la formalidad. De esta forma, deben disminuirse los beneficios, dentro de los que se incluyen los menores costos por evasión o elusión de tasas y contribuciones, mientras que deben incrementarse los costos los cuales están dados por el riesgo de detección y el menor acceso a mercados y a servicios gubernamentales.

Por último, el informe formula recomendaciones de política dirigidas a reducir los altos niveles de informalidad en Latinoamérica. Dentro de las más relevantes se encuentran (i) aumentar la productividad en el sector formal a través de la educación y mejoras en el clima de inversión, recomendación que aun pareciendo bastante común, es bastante importante.

En particular, sólo en la medida en que la productividad del sector formal sea baja es rentable operar en la informalidad. Si la productividad formal sube, a la par se incrementará el costo de la informalidad lo que conducirá a su reducción; (ii) reducir las barreras administrativas relacionadas con el registro de las empresas y su proceso de formalización; (iii) reducir otros costos de la formalidad (regulaciones motivadas por intereses particulares o burocracia gubernamental); (iv) y moverse hacia regímenes impositivos más simples y equitativos, en especial para las empresas pequeñas.

Otra aproximación, un poco más cualitativa, dirigida a identificar medidas de política que permitan reducir los altos niveles de informalidad en las microempresas, fue desarrollada por la Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) en el año 2007. En el libro “Tránsito Informalidad-Formalidad: La Hora de la Inclusión”, se plantean importantes lineamientos de política. Dentro de las recomendaciones de política más relevantes se encuentran:

(i) progresividad tarifaria en el pago del registro mercantil; (ii) otorgar beneficios iguales en el pago de otros servicios prestados por las Cámaras de Comercio, como la certificación de contratos contractuales; (iii) lograr que el registro mercantil conlleve al otorgamiento de los beneficios establecidos para las empresas mipymes; (iv) mayor vigilancia, control y depuración del sistema de impuestos municipales; y (v) la creación de una agenda digital para la microempresa.

Adicionalmente, con el objetivo de profundizar el análisis desarrollado en años pasados, Cárdenas y Rozo (2007), realizan otro estudio dirigido a caracterizar las tendencias y dinámicas de la informalidad empresarial y a analizar el impacto de los Centros de Atención Empresarial (CAEs) sobre la evolución de la informalidad. Los autores se apoyan en la Encuesta 123 realizada por el DANE en 2001 y en la Encuesta de Clima de Inversión realizada en el 2007 por el Banco Mundial. En el documento se realizan varios ejercicios que permiten obtener tres importantes resultados. Para empezar, se desarrolló un ejercicio de emparejamiento similar al realizado por (Cárdenas & Mejía , 2007) analizando otro tipo de variables. Éste permitió determinar que los costos de ser informal para las empresas se encuentran determinados por tener menor acceso al crédito y a los servicios gubernamentales, por enfrentar mayores problemas de servicio técnico y mayores inconvenientes con los controles de las autoridades. Así, se configura un escenario en el que las empresas informales muestran un desempeño menos satisfactorio que sus contrapartes formales en términos de utilidad e ingreso promedio por trabajador, que es una medida importante de productividad. Por otro lado, dentro de los beneficios de la informalidad se identificaron los menores costos de los insumos en comparación con los que enfrentan las empresas formales. En segundo lugar, los resultados del análisis de la Encuesta de Clima de Inversión muestran que en Colombia los negocios o establecimientos informales generan graves problemas de competencia “desleal” sobre las empresas formales. En particular, los resultados indican que esos efectos son

más graves sobre las empresas jóvenes, pequeñas y con poca experiencia en los sectores de alimentos, textiles, manufacturas y comercio al por menor. De esta forma, las prácticas de los empresarios informales no sólo limitan su propio crecimiento, sino que reducen la productividad de otras empresas formales.

Finalmente, el estudio desarrolló una evaluación de la efectividad del programa de simplificación de trámites de las Cámaras de Comercio, CAEs, que expone sus objetivos así:

“el programa tiene como objetivo general promover una relación más eficiente y transparente entre empresas, administración pública y entidades privadas que prestan servicios relacionados con el registro y la formalización de las empresas. Este esfuerzo consistió en la creación de los Centros de Atención Empresarial (CAEs) en las sedes de las Cámaras de Comercio de las ciudades participantes. Los CAEs cuentan con servicios integrados de información, asesoría especializada, terminales de autoconsulta y ventanillas para creación de empresa. Su meta es hacer posible: “crear empresas en 1 sólo día, en 1 sólo paso, en un sólo lugar, con un único contacto, con 1 único requisito y con el mínimo costo” La evaluación realizada por los autores se desarrolló en las seis principales ciudades, abarcando el período 2000-2005 y analizando el impacto de los CAEs sobre el número total de matrículas mercantiles nuevas que, como se mencionó, representa la mejor aproximación al fenómeno de informalidad empresarial. Los resultados sugieren que el programa generó un aumento de 5.2% en el número total de matrículas en las seis principales ciudades (aunque al analizar el efecto específico a cada ciudad sólo son significativos los coeficientes para Bucaramanga, Medellín y Bogotá)”

El último estudio realizado recientemente sobre el tema es el de (Mejia & Posada, 2007) Los autores desarrollan un modelo de equilibrio general que explica la coexistencia de la formalidad y la informalidad en situaciones de equilibrio estable y de un grado óptimo de imposición de las normas. Sus resultados indican que el nivel óptimo de informalidad en una economía siempre es mayor a cero y depende crucialmente de su nivel de desarrollo, lo cual representa un punto importante ya que induce a investigar si Colombia tiene un nivel mayor al que indicaría su nivel de desarrollo o si, por el contrario, su nivel de informalidad se puede considerar como “adecuado”.

Adicionalmente, encuentran que cuando la tarifa efectiva de impuestos se aleja mucho de la óptima, el nivel de producción total y formal se reduce generando una pérdida social, representada en un “exceso” de informalidad. Por último, curiosamente, los autores encuentran que corregir este problema aumentando los controles no es una solución adecuada ya que el costo de oportunidad de este tipo de gasto es muy alto.

En conclusión, la literatura desarrollada en los últimos años permite plantear algunas ideas clave que deben tenerse en mente al formular acciones de política dirigidas a reducir la informalidad y sus consecuencias negativas:

- Las acciones efectivas para reducir la informalidad deben modificar su estructura costo-beneficio, aumentando sus costos y reduciendo los beneficios. Esto implica aplicar políticas que incrementen la productividad en el sector formal, aumentar el conocimiento de los beneficios de la formalidad y hacer más efectiva la vigilancia y control a las empresas/actividades informales.
- Es fundamental identificar si la informalidad en Colombia es un fenómeno causado por razones de salida o exclusión o cual es la mezcla de las dos características.
- También es fundamental crear conciencia de que existen costos a la formalidad en Colombia que podrían reducirse. Estos costos incluyen el exceso, diseño poco técnico y complicación de los tributos en Colombia, incluyendo los impuestos a la nómina.
- La informalidad empresarial no sólo afecta las empresas que desarrollan sus actividades en este sector, sino que también afecta la productividad de las empresas formales que son pequeñas y jóvenes.

Finalmente, cabría resaltar que si bien es cierto que existe una amplia gama de literatura que estudia la informalidad empresarial en el país, también es cierto que existen aún importantes preguntas por responder. Por no ir muy lejos, sería ideal poder analizar los determinantes de la informalidad en el grupo de empresas medianas y grandes, la evolución temporal de este fenómeno y su dispersión geográfica. Así mismo sería ideal poder profundizar el análisis desarrollado en (Cárdenas & Rozo, 2007) en el cual se identifica el género, la edad y el nivel de educación de los dueños de las firmas para analizar también el nivel socioeconómico de estos individuos e identificar o descartar problemas de inclusión social. La respuesta a estos interrogantes no ha sido formulada debido a las restricciones de información cuantitativa.

4.2 Marco Teórico

Informalidad

Es indudable que buena parte del crecimiento económico de un país y en particular de uno que se encuentra en vía de desarrollo proviene del grado de avance de su tejido empresarial. Es allí donde se genera en mayor proporción el valor agregado y un porcentaje importante del empleo nacional.

Uno de los factores que limitan las posibilidades de crecimiento y de vinculación de empleo de buena calidad es la informalidad, la cual a su vez está ligada al desarrollo del tejido empresarial. Pero a pesar de ello, no hay consenso en cuanto a su definición y, por el contrario, esta es muy amplia e imprecisa. Usualmente la informalidad se ha asociado con actividades de la economía que operan por fuera de la institucionalidad, es decir, aquellas que no pagan impuestos o no registran su actividad. De otra parte, también se asocia al escaso desarrollo de sectores de la

economía que llevan a un amplio porcentaje de la sociedad a recurrir a actividades de subsistencia producto de la falta de oportunidades para un grueso de la población.

La informalidad puede ser vista a partir de dos de sus principales enfoques: el estructuralista y el institucionalista.

La visión estructuralista plantea que el sector moderno o tecnológicamente avanzado no alcanza a absorber toda la mano de obra existente, lo que genera un residuo de oferta laboral que se emplea en trabajos de muy baja calidad en el sector informal (Uribe J I & Ortiz C H , 2006). Desde este enfoque, la economía informal es un competente de un mercado laboral segmentado en: Mercados primarios: altos salarios, buenas condiciones laborales, estabilidad en el empleo, proyección y equidad.

- Mercados secundarios: bajos salarios y escasa prestaciones, malas condiciones de trabajo, alta inestabilidad y poca proyección.

En este mercado coexiste un sector moderno productivo y otro no tan productivo, que se caracteriza por bajo capital y pocos requerimientos de capacitación.

La informalidad desde esta perspectiva se mide de acuerdo con el número de empleados de las unidades económicas y según el tipo de vinculación a las mismas. En el caso colombiano, el DANE considera trabajadores informales a todos aquellos empleados, obreros y patrones que laboren en unidades económicas de menos de diez personas, trabajadores familiares sin remuneración, empleados domésticos y los trabajadores por cuenta propia, excepto los profesionales independientes.

De otra parte, el enfoque institucionalista define la informalidad de acuerdo con la forma como se ejerce la actividad empresarial, es decir, si las empresas cumplen o no con la normatividad legal vigente. Según de Soto (1989, pag.200).

La informalidad se convierte en una respuesta a las excesivas regulaciones económicas y a la ineficiencia del Estado para proveer sus servicios. Es así como, desde este enfoque, la informalidad es resultado de una decisión voluntaria, para lo cual los individuos evalúan los costos y beneficios de estar o no al margen de la legislación (Uribe J I & Ortiz C H , 2006)

Los beneficios de ser formal radican en que los emprendedores formales pueden financiar el exceso de demanda de capital en los mercados internacionales a la tasa de interés internacional, la cual usualmente es más baja que aquella que resultaría si la economía estuviera en autarquía financiera. Los informales, por el contrario, no tienen acceso a los mercados internacionales y la demanda de capital resulta limitada por la oferta disponible localmente. Como sólo existe un activo para suavizar el consumo, los mercados financieros son incompletos como en Aiyagari (1994) y en consecuencia los emprendedores ahorran por motivos precautelativos. Por ende, el grado de impaciencia y aversión al riesgo de los emprendedores es demasiado alto.

Los autores interpretan este costo fijo, como un “costo de entrada”. Sin embargo, tal interpretación no es precisa, pues el emprendedor paga dicho costo período a período y no cuando crea la empresa. Igual que la incertidumbre idiosincrática también contribuye a determinar el tamaño del sector informal, medido dentro del modelo como la relación de activos de las firmas formales con respecto a las informales.

La problemática de la informalidad tiene rasgos diferenciales en los diversos sectores, siendo las necesidades en materia de formación y capacitación, de tecnologías, etc., propias de

cada uno, por ello que surge la necesidad de políticas focalizadas, como forma de generar empleo productivo, de calidad y con remuneraciones justas.

A nivel microeconómico, la informalidad reduce el bienestar de los agentes económicos involucrados y en el caso de los trabajadores, los salarios se reducen y se crea un subempleo que no puede ser controlado.

Las diversas nociones del sector informal se pueden enlistar en las siguientes características:

- Los individuos que buscan obtener un ingreso por vías ilegales y distintas al desempeño de una actividad económica y que caben en lo que se conoce como estrategias de supervivencia.
- Los trabajadores domésticos remunerados.
- Los trabajadores asalariados, esto es, trabajadores por cuenta propia o trabajadores familiares no remunerados.
- Los trabajadores asalariados que carecen de condiciones adecuadas de trabajo sea en términos de salario, contrato laboral o pago de prestaciones.
- Los trabajadores que realizan alguna tarea en el marco de la subcontratación con empresas típicamente capitalistas.
- Las microempresas, por lo general entendidas como unidades de producción con un número de trabajadores inferior a diez
- Todos los establecimientos que no cumplen con alguna disposición legal relativa al ámbito laboral.
- Aquellas unidades que incumplen alguna regulación gubernamental, por ejemplo, el registro fiscal, el registro mercantil.

Barreras de entrada

El emprendimiento en Colombia es visto como un potente impulso para el desarrollo económico. Es por eso que han surgido proyectos y estrategias que buscan fortalecer el tejido empresarial en el país y aprovechar la capacidad que tienen los emprendedores para ayudar a su crecimiento.

De acuerdo con la Asociación Colombiana de Emprendedores (ASEC), Colombia es dos veces más propensa a la creación de nuevas empresas, pero seis veces menos capaz de generar compañías con más de 50 empleados, y tres veces menos capaz de crear firmas con más de 10 empleados. Esto se debe a algunas barreras existentes en torno al emprendimiento y que en muchas ocasiones pasan desapercibidas.

A continuación, se detallan las 10 barreras más comunes que enumera la ASEC, que se deben considerar para impulsar los emprendimiento, y por ende, la formalización empresarial en el país.

Deficiente educación acerca del emprendimiento

De acuerdo con investigaciones de la ASEC, se estima que un 56% de las personas en Colombia no creen que, en las entidades educativas como las universidades, se brinda formación suficiente sobre el emprendimiento y creación de nuevos negocios. Esto se considera una barrera muy grande considerando que, sin bases educativas, no es posible un progreso empresarial adecuado.

Dificultad de tipo legal

Por otro lado, muchos emprendedores no tienen conocimiento acerca de cómo deben empezar a formar su negocio formalmente. Encontrar información acerca de las regulaciones legales y los trámites que son necesarios se vuelve un gran reto. Estos documentos rara vez se presentan a las personas y hay una gran dificultad de entendimiento de los mismos. Es por esto que Colombia es un país donde menos del 35% de las empresas que se registran lo hacen como sociedades.

Falta de apoyo estatal

Las personas no creen que el Estado apoya sus proyectos. Solo un 20% afirma que el Estado ayuda las nuevas empresas y empresas en crecimiento.

Pago de impuestos

Otra gran barrera para el emprendimiento y la formalización es que los impuestos son considerablemente altos, lo que hace muy difícil el progreso económico. Colombia cuenta con una tasa impositiva de tributación total del 68%. Es el tercer país en Latinoamérica con las tasas más altas, solo por debajo de Argentina y Bolivia. Y, por otro lado, ser sujetos de crédito impone tasas cercanas o superiores al 19,78% para créditos de consumo y 31,2% en tarjeta de crédito.

Escasas entidades de apoyo

No hay suficientes entidades que apoyen el inicio y el desarrollo de nuevas empresas. En Colombia solo el 16% cree que las entidades de apoyo son suficientes. La cantidad de emprendedores en Colombia ha aumentado en gran medida, pero las entidades de apoyo no

parecen ser suficientes para brindarle a los emprendedores una constante ayuda. 73% de las personas no cree que hay suficiente capital semilla para empresas de alto riesgo.

No hay suficientes recursos e incentivos

Los emprendedores cuentan con pocos recursos para iniciar su proyecto. Los costos de operación y de creación empresarial son muy elevados. No hay instrumentos ni tampoco numerables incentivos con los cuales los emprendedores puedan empezar su empresa de forma segura y confiable.

Lento crecimiento y sostenibilidad

Formar empresa en Colombia es un proceso lento y difícil, y alcanzar los recursos económicos para hacerlo es un reto muy grande. En el país solo el 6% de los que consideran crear empresa mantienen el esfuerzo por más de 3 años. Solo el 25% de las empresas que se constituyen superan los 5 años de operación y menos del 10% aguantan más de 10 años.

Uso anticuado de recursos tecnológicos

27% de las personas utilizan tecnología de más de 5 años y más de 54% utilizan tecnología aún más anticuada. Esto es una barrera para procesos de producción en cualquier área de mercado y más aún en un mundo en el que las bases tecnológicas se han vuelto algo vital para cualquier empresa.

Escasos esquemas de financiación

Países como Colombia son 2 veces más propensos a la creación de nuevas empresas, pero 6 veces menos capaces de generar compañías con más de 50 empleados. 17% arrancan con

recursos propios, 13% con deuda y 7% con capital semilla. Solo 3% utilizan los recursos públicos disponibles, 3% son ángeles inversionistas y 0,5% capital de riesgo.

Concepto equivocado del emprendedor colombiano

El emprendedor es visto como una figura capaz de revolucionar industrias, solucionar problemas del desempleo en el país y dinamizar economías regionales. El problema es que esto no puede hacerse por sí solo. Es necesario no limitarse a la discusión de cómo creamos empresas, sino que hay que enfocar todos los esfuerzos en recursos y apoyos para conquistar mercados y clientes de manera más objetiva.

Productividad

En la última década y media, Colombia avanzó significativamente en materia social y económica. Entre el 2002 y el 2016, la pobreza disminuyó cerca de 22 puntos porcentuales, al pasar de 50% a 28%, mientras que la pobreza extrema se redujo de 18% a 8,5%. La desigualdad, por su parte, medida por el coeficiente de Gini, pasó de 0,57 en el 2002 a 0,52 en el 2016, dando lugar a una mejor distribución del ingreso.

Así mismo, el ingreso por persona PPA aumentó 56% en estos años, pasando de cerca de 8 mil dólares al comienzo de la década anterior a casi 13 mil dólares en el 2015, lo que denota una mayor capacidad adquisitiva de los colombianos. Como resultado de estos avances, la clase media se duplicó y por primera vez en la historia supera a la población en situación de pobreza.

Los logros alcanzados en estos años fueron posibles, en buena parte, gracias al boom de commodities, que permitió financiar el gasto público y dinamizar la economía. Este, no obstante, llegó a su fin con la caída de los precios de las materias primas y el país tendrá que encontrar

nuevas fuentes de crecimiento para sostener lo alcanzado y lograr aún mayores niveles de bienestar para los colombianos.

Como lo han señalado diferentes publicaciones de entidades multilaterales e investigaciones nacionales, el principal camino para lograr tasas de crecimiento altas y sostenidas en el tiempo es uno: la productividad.

Tasas de crecimiento de la productividad cada vez más altas y sostenidas de las empresas no solo se traducen en mayor eficiencia, menores costos y más ganancias, sino que, además, benefician a los trabajadores al proporcionar empleo de más calidad y mejor remunerado. De igual forma, los consumidores consiguen mejores productos a un menor precio; el Gobierno recauda más impuestos para financiar el gasto público y la inversión, y, en términos ambientales, se generan beneficios por producir lo mismo, o más, con menos insumos. Así, mayores niveles de productividad permiten impulsar el crecimiento económico en el largo plazo y favorecen procesos de convergencia con los países más desarrollados, a la vez que acrecientan el bienestar de la población.

Sin embargo, lograrlo no es nada fácil. Durante las últimas tres décadas la productividad de la economía colombiana ha estado prácticamente estancada. Incluso, en algunos años, ha contribuido negativamente al crecimiento del PIB.

Revertir esta tendencia requiere el uso de estrategias de políticas públicas transversales que permitan generar condiciones más adecuadas para el desarrollo de la actividad empresarial, como las relacionadas con la institucionalidad, la educación, la infraestructura, la eficiencia de los mercados y la diversificación de la economía.

También se necesitan estrategias para mejorar la productividad al interior de las propias empresas, pues el 65% del crecimiento de la productividad de estas se ha explicado en los últimos años por sus esfuerzos internos (Eslava y Haltiwanger, 2016). La inversión de recursos para lograr mayores niveles de eficiencia, adoptar mejores prácticas gerenciales y productivas, innovar o capacitar a sus empleados, son algunas de las alternativas que tienen las firmas para lograrlo. Estas estrategias no son excluyentes. Las aproximaciones transversales y las intervenciones al nivel de la compañía son igual de relevantes para poder alcanzar mayores niveles de productividad.

Planeación estratégica

Se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permitan a una empresa alcanzar sus objetivos, de esta definición se desprende que la planeación estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing y los negocios internacionales, la contabilidad y las finanzas, la producción y las operaciones, la I&D y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización.

El término de planeación estratégica tiene su origen en la década de 1950 y gozo de gran popularidad de mediados de la década de 1960 a mediados de la de los setenta. En ese entonces se pensaba que la planeación estratégica era la solución a todos los problemas y muchas de las corporaciones estadounidenses se obsesionaron con ella. Sin embargo, después de ese gran auge, en la década de 1980, la planeación estratégica cayó en el olido., pues los diversos modelos de planeación no generaron rendimientos mayores. No obstante, la década de 1990 trajo consigo el resurgimiento de la planeación estratégica, y en la actualidad, este proceso es muy practicado en el mundo de los negocios.

Un plan estratégico es el resultado del difícil proceso de elegir entre numerosas alternativas buenas, pero también de la vinculación con los planes operativos de la organización e indica el compromiso de la empresa con ciertos mercados, políticas, procedimientos y operaciones específicos, en lugar de otros cursos de acción “menos deseables”.

Estrategia

Son las acciones que se emprenden para lograr objetivos a largo plazo. El marco temporal para implementar estrategias y lograr objetivos debe ser congruente, y abarcar un periodo de dos a cinco años.

Tipos de estrategias

Estrategias de integración

La integración hacia adelante, la integración hacia atrás y la integración horizontal también son conocidas como estrategias de integración vertical. Las estrategias de integración vertical permiten que la empresa gane control sobre sus distribuidores y/o proveedores, mientras que la integración horizontal se refiere a ganar la propiedad y/o control sobre los competidores. Las acciones verticales y horizontales de las empresas se conocen de manera general como ***estrategias de integración***.

Estrategias intensivas

La penetración de mercado, el desarrollo de mercado y el desarrollo de productos suelen recibir el calificativo de ***estrategias intensivas***, debido a que requieren grandes esfuerzos para mejorar la posición competitiva de los productos de la empresa.

La estrategia de penetración de mercado busca incrementar la participación de los productos o servicios actuales de la empresa a través de una intensificación de sus esfuerzos de marketing. Esta estrategia es muy utilizada, ya sea por sí sola o en combinación con otras. La penetración de mercado comprende medidas como aumentar el número de vendedores, elevar el gasto en publicidad, ofrecer artículos de promoción o aumentar los esfuerzos publicitarios.

La estrategia de desarrollo de mercado supone la introducción de los productos o servicios actuales de la empresa en nuevas áreas geográficas.

La estrategia de desarrollo de producto es una estrategia que busca aumentar las ventas a través de la modificación o mejora de los productos o servicios actuales de la empresa. El desarrollo de producto suele exigir grandes gastos en investigación y desarrollo I&D.

Estrategias de diversificación.

Hay dos tipos generales de estrategias de diversificación: ***relacionadas y no relacionadas***. Se dice que las empresas están *relacionadas* cuando existen relaciones competitivamente valiosas entre las actividades de sus cadenas de valor, y *no relacionadas* cuando sus cadenas de valor son tan diferentes que no existen relaciones competitivamente valiosas entre sus actividades.

Estrategias defensivas

Además de las estrategias integradoras, intensivas y de diversificación, las organizaciones también pueden aplicar *recorte de gastos*, la *desinversión* o la *liquidación*.

4.3 Marco legal

A continuación, se mencionan las principales normas que regulan la formalidad en Colombia:

- Ley 798 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.
- Ley 1014 de 2006. Fomento a la Cultura del Emprendimiento.
- Ley 1257 DE 2008, ésta tiene por objeto dictar normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres; el artículo 23 de dicha Ley, hace referencia en términos de empleabilidad, que los empleadores que ocupen trabajadoras mujeres víctimas de la violencia comprobada, y que estén obligados a presentar declaración de renta y complementarios, tienen derecho a deducir de la renta el 200% del valor de los salarios y prestaciones sociales pagados durante el año o período gravable, desde que exista la relación laboral, y hasta por un período de tres años.
- Ley 1258 de 2008, que crea la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).
- Ley 429 de 2010, primer empleo.
- Ley anti trámites, Decreto-Ley 19 de 2012, se reducen los costos del trámite entre un 25% y un 30% (supresión del trámite ante notario, consulta gratuita del uso del suelo, reducción de \$23.000 a \$ 8.600 la inscripción de los libros)
- Ley 1429 de 2010; esta Ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

- Ley 1607 de 2012; Por la cual se expiden normas en materia tributaria.
- Ley 1780 de 2016; esta Ley tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial para este grupo poblacional en Colombia.
- Ley 1801 de 2016, la cual tiene por objeto establecer las condiciones para la convivencia en el territorio nacional al propiciar el cumplimiento de los deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, así como determinar el ejercicio del poder, la función y la actividad de policía, de conformidad con la Constitución Política y el ordenamiento jurídico vigente. En el Artículo 85. *Informe de registro en Cámaras de Comercio*, hace referencia a que las Cámaras de Comercio permitirán el acceso permanente en tiempo real a la administración municipal o distrital correspondiente y a la Policía Nacional a las matrículas mercantiles registradas o modificadas. Corresponde a la administración municipal o distrital verificar que las actividades económicas estén autorizadas por la reglamentación de las normas de uso del suelo.
- Ley 1819 de 2016, por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 410 de 1971, por el cual se expide el Código de Comercio.
- Decreto 1868 de 2008. Reduce las tarifas para el registro de libros y otros trámites, en las cámaras de comercio.
- Decreto 1879 de 2008: suprime los requisitos para la apertura de establecimientos de comercio evitando que las autoridades territoriales exigieran otros requisitos no establecidos en la ley.

- Decreto 2300 de 2008, con este Decreto se disminuye el número de empresas sujetas a vigilancia de la Superintendencia de Sociedades, teniendo en cuenta básicamente el riesgo que generen.
- Decreto 525 de 2009, da operatividad al beneficio consagrado en el Artículo 43 de la Ley 590 de 2000. De acuerdo con esta norma, las Mipymes constituidas e instaladas podrán acceder a un beneficio consistente en el pago gradual de los aportes parafiscales, de la siguiente forma:
 - 75% de descuento para el primer año de operación.
 - 50% para el segundo año de operación.
 - 25% para el tercer año de operación. De esta forma, solo al cuarto año de operación las Mipymes beneficiarias empiezan a pagar la tarifa completa de aportes parafiscales.
- Decreto 525 de 2009, se busca mejorar la operatividad del artículo 43 de la Ley 590 de 2000, permitiendo a las Mipymes beneficiarias descontar automáticamente el pago de los aportes parafiscales en la PILA, de forma que ya no tendrán que adelantar trámites adicionales para la devolución de sus dineros.
- Decreto 545 de 2011; por el cual se reglamentan parcialmente los artículos 5°, 7°, 48 y 50 de la Ley 1429 de 2010.
- Decreto 2025 de 2011; por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1233 de 2008 de las organizaciones solidarias y el artículo 63 de la Ley 1429 de 2010.
- Decreto 4910 de 2011; Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010 y el artículo 616-1 del Estatuto Tributario.
- Decreto 489 de 2013; Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010.
- El ICONTEC, con el apoyo del MCIT, expidió:

- La Norma Técnica 6001 certificable para la gestión de la calidad de Mipymes, la cual incluye requisitos certificables de formalización.
- La Norma Técnica 5520-1 certificable para la calidad de servicio para el pequeño comercio, la cual incluye requisitos certificables de formalización.
- Prepara una Guía Técnica para la formalización empresarial.

4.4 Marco contextual

4.4.1 Composición, ubicación y aspectos demográficos.

Santiago de Cali, es un municipio colombiano, capital del departamento del Valle del Cauca y la tercera ciudad más poblada de Colombia. Está situada en la región Sur del Valle del Cauca, entre la cordillera occidental y la cordillera central de la Región Andina. La ciudad forma parte del Área Metropolitana de Cali, junto con los municipios aledaños a esta. Fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, lo que la convierte en una de las ciudades más antiguas de América.

La ciudad es uno de los principales centros económicos e industriales de Colombia, además de ser el principal centro urbano, cultural, económico, industrial y agrario del suroccidente del país y el tercero a nivel nacional. Como capital departamental, alberga las sedes de la Gobernación del Valle del Cauca, la Asamblea Departamental, el Tribunal Departamental, la Fiscalía General, instituciones y organismos del Estado, y también es la sede de empresas oficiales como la municipal EMCALI.

Es uno de los principales centros deportivos de Colombia, destacándose la organización de importantes eventos deportivos como los Juegos Panamericanos de 1971 y los Juegos Mundiales de 2013. Es a su vez conocida como “la capital mundial de la salsa”.

El área urbana de la ciudad se divide en 22 comunas, estas a su vez se dividen en barrios y urbanizaciones. En toda la ciudad hay 249 barrios aprobados y 91 urbanizaciones. De acuerdo a la administración pública hay 509.987 casas y apartamentos. La distribución de clases sociales se cuenta en lados de manzana por estrato, y para finales del 2005 era: 7071 bajo-bajo 20,20%, bajo 31,92%, medio-bajo 32,45%, medio 6,72%, medio-alto 7,61% y alto 1,10%.

La zona rural se divide en 15 corregimientos, estos a su vez se dividen en veredas. La zona rural se extiende 43.717,75 hectáreas y en ella viven 36.621 personas según poblaciones proyectadas por el Departamento Administrativo de Planeación Municipal (DAPM).

Cada comuna y corregimiento cuenta con una Junta Administradora Local -JAL-, integrada por no menos de cinco ni más de nueve miembros, elegidos por votación popular para un período de cuatro años que deberán coincidir con el período del Concejo Municipal.

Una JAL cumple funciones concernientes con los planes y programas municipales de desarrollo económico y social de obras públicas, vigilancia y control a la prestación de los servicios municipales en su comuna o corregimiento, y las inversiones que se realicen con los recursos públicos, además de lo concerniente a la distribución de las partidas globales que les asigne el presupuesto municipal, reunirse por lo menos una vez al mes, dictar su propio reglamento, expedir actos con el nombre de resoluciones y, en general, velar por el cumplimiento de sus decisiones, recomendar la adopción de determinadas medidas por las autoridades municipales, y promover la participación ciudadana.

La comuna 13 está localizada en el distrito de Aguablanca, al suroriente de la ciudad de Cali. Limita por el oriente con la comuna 14, por el norte con el área de expansión de la Poligonal E, por el suroriente con la comuna 15, por el sur con la comuna 16, por el oriente con las comunas 11 y 12.

La comuna 13 cubre el 4% del área total del municipio de Santiago de Cali con 473,7 hectáreas, que, en términos comparativos, corresponde a 75,8 hectáreas menos que el área promedio por comuna de la ciudad.

La comuna 13 está compuesta por 15 barrios, siete urbanizaciones y sectores y una unidad deportiva.

Esta comuna cuenta con 24.158 predios construidos, número por encima del promedio por comuna, y representa el 5,1% del total de predios de la ciudad. Está conformada por 36.814 viviendas, lo cual corresponde al 7,3% del total de viviendas de la capital vallecaucana. Así, el número de viviendas por hectárea es 77,7, cifra muy superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea.

En cuanto a población, los resultados del censo de 2005 muestran que en esta comuna habita el 8,3% de la población total de la ciudad, es decir 169.659 habitantes. De los cuales el 47,8% son hombres (81.092) y el 52,2% restante mujeres (88.567). Esta distribución de la población por género es similar a la que se presenta para el consolidado de Cali (47,1% son hombres y el 52,9% mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta– es el más grande de todas las comunas de la ciudad y corresponde a 358,14.

Al considerar la distribución de la población por edades se encuentra una gran similitud entre las cohortes de hombres y mujeres. Así mismo, es interesante observar que la pirámide poblacional de esta comuna aún presenta una forma piramidal, concentrando 74,9% de la población en las edades productivas (10 a 64 años) mientras que la población mayor representa el 4,5%.

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 2 (estrato moda), mientras que el estrato moda para toda la ciudad es el 3. El estrato

2 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna. El 89,9% de las manzanas de la comuna se concentra en los estratos 1 y 2 y de hecho no exhibe lados de manzana en los estratos 4,5 y 6.

En resumen, esta comuna concentra el 8,3% de la población total de la ciudad en un área que corresponde al 3,9% de la ciudad lo cual implica una de las densidades brutas (habitantes por hectárea) más altas de la ciudad (358,1) por encima del promedio municipal de 168,7.

La comuna 14 se encuentra ubicada al oriente de la ciudad. Limita al occidente y noroccidente con la comuna 13, al oriente con la 21 y al sur con la comuna 15. Cubre el 3,8% del área total del municipio de Santiago de Cali con 454,3 hectáreas.

Está compuesta por seis barrios y cuatro urbanizaciones y sectores. Así, se encuentran ubicados en esta comuna el 2,4% de los barrios de la ciudad. Las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 4,5% del total. Por otro lado, esta comuna posee 1.041 manzanas, muy por encima del promedio municipal de 630 manzanas que representan el 7,5% del total de manzanas de Cali.

Esta comuna cuenta con 22.524 predios construidos, por encima del promedio municipal de 21.398 predios por comuna. En ella se encuentran ubicados un 4,8% de los predios municipales.

A su vez la comuna 14 está conformada por 32.116 viviendas, que corresponden al 6,4% del total para Cali. Por último, el número de viviendas por hectárea es 70,7, cifra considerablemente superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea.

En cuanto a población, en esta comuna habita el 7,4% de la población total de la ciudad, es decir, 151.544 habitantes, lo que la convierte en la tercera más poblada después de las comunas 6 y 13. Del total de la población de la comuna el 47,7% son hombres (72.238) y el 52,3% restante

son mujeres (79.306). Esta distribución de la población por género es similar al consolidado de Cali (47,1% son hombres y el 52,9% son mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta– es de 333,614 considerablemente superior si se le compara con el promedio municipal de 168,7 habitantes por hectárea.

Al considerar la distribución de la población por edades, se encuentra una gran similitud entre hombres y mujeres. Así mismo es interesante observar que la pirámide poblacional de esta comuna presenta una forma piramidal, de acuerdo con ella se puede observar que existe una mayor concentración, 74,1%, de la población en las edades entre 10 y 64 años, mientras que la población mayor representa el 4,0%.

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 1 (estrato moda), mientras que el estrato moda para toda la ciudad es el 3. El estrato 1 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna con el 68,4%. Se puede observar que en esta comuna no existen lados de manzana para los estratos del 3 al 6. Así en los estratos 1 y 2 se concentra el 100% de todas las manzanas de la comuna.

La comuna 15 se encuentra ubicada en el suroriente de la ciudad. Limita al norte con las comunas 13 y 14, al sur y oriente con el corregimiento de Navarro y al occidente con las comunas 13 y 16.

La comuna 15 está compuesta por cuatro barrios, tres urbanizaciones y sectores, solo el 1,6% de los barrios de la ciudad se encuentra en esta comuna. Por otra parte, las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 3,4% del total. Esta comuna posee 948 manzanas, es decir, el 6,8% del total de toda la ciudad.

Esta comuna cuenta con 21.275 predios construidos, que representan el 4,5% del total de la ciudad. Está conformada además por 27.890 viviendas, correspondiente al 5,5% del total de viviendas de la capital vallecaucana. El número de viviendas por hectárea es 68,7, cifra considerablemente superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea.

En cuanto a población, en esta comuna habita el 6,2% de la población total de la ciudad, es decir 126.496 habitantes, de los cuales el 47,2% son hombres (59.715) y el 52,8% restante mujeres (66.781). Esta distribución de la población por género es similar a la que se presenta para el consolidado de Cali (47.2% son hombres y el 52.8% mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta– es de 311.5, considerablemente superior al promedio municipal por comuna de 168.7 habitantes por hectárea.¹⁵

Al considerar la distribución de la población por edades, se encuentra una gran similitud entre hombres mujeres. Así mismo es interesante observar que la pirámide poblacional de esta comuna presenta una distribución con forma de pirámide, así se puede observar que existe una mayor concentración, 74,3%, de la población en las edades productivas (10 a 64 años) mientras que la población mayor representa el 3.6%.

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 1 (estrato moda), mientras que el estrato moda para toda la ciudad es el 3. El estrato 1 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna, con el 41,6%, seguido por el estrato 2 con el 38,7% y por último el estrato 3 con el 19,7% de lados de manzana.

En resumen, esta comuna concentra el 6,2% de la población total de la ciudad en un área que corresponde al 3,4% de la ciudad lo cual implica una de las densidades poblacionales más altas de la ciudad.

La comuna 21 se encuentra en el oriente de la ciudad. Delimita por el sur con el corregimiento de Navarro, por el oriente y nororiente con el límite del perímetro urbano de la ciudad. Al noroccidente linda con la comuna 13, al norte con la comuna 7, y al occidente con la comuna 14. La comuna 21 cubre el 4% del área total del municipio de Santiago Cali con 482,9 hectáreas, que en términos comparativos corresponde al 88% del área promedio por comuna de la capital.

La comuna 21 está compuesta por ocho barrios y seis urbanizaciones y sectores. Comparativamente esta comuna tiene el 3,3% de los barrios de la ciudad. Las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 6,7% del total. Por otro lado, esta comuna posee 955 manzanas, es decir el 6,9% del total de manzanas en la ciudad.

Esta comuna cuenta con 18.858 predios construidos, y representa el 4% del total de la ciudad. Está conformada por 22.161 viviendas, lo cual corresponde al 4,4% del total de viviendas de la capital vallecaucana. Así, el número de viviendas por hectárea es 45,9 cifra superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea.

En cuanto a población, en esta comuna habita el 4,5% del total de la ciudad, es decir 92.170 habitantes, de los cuales el 47,8% son hombres (44.057) y el 52,2% restante mujeres (48.113). Esta distribución de la población por género es similar a la que se presenta para el consolidado de Cali (47,1% son hombres y el 52,9% mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta– es de 190,9 cifra superior a la densidad bruta para Cali (168,7).²¹

Por otro lado, la composición étnica de la población de esta comuna difiere ligeramente de la de toda la ciudad. Mientras que en esta comuna el 44,7% de sus habitantes se reconocen como afrocolombianos o afro descendientes, en la ciudad este porcentaje alcanza el 26,2%. Por otro lado, la participación de la población indígena es del 0,4% de la población total, porcentaje parecido al del total de la ciudad (0,5%).

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 1 (estrato moda), mientras que el estrato moda para toda la ciudad es el 3, el estrato 1 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna (80,7%). No hay presencia de estratos 3, 4, 5 ó 6.

4.4.2 Educación

En la comuna 13 existían, para el 2005, un total de 29.850 estudiantes matriculados. De este total, se encontraban matriculados en el nivel preescolar un 13,2% en 69 instituciones educativas. Un 67,3% estaba matriculado en primaria en 69 establecimientos y finalmente, el 58,4% se hallaba en secundaria y media en 49 establecimientos educativos.

Por otro lado, según el Censo de Población de 2005, la comuna 13 presentaba una asistencia escolar del 58,5% para el rango de edad de 3 a 5 años, lo que significa que, del total de niños en ese rango de edad, sólo el 58,5% asiste a un establecimiento educativo de básica preescolar. En el rango de edad de los 6 a 10 años hay una asistencia del 94,5%, la mayor en comparación con el resto de rangos. Para los rangos de edad de los 18 a los 26 y de los 27 años en adelante la asistencia escolar es del 16,7 y 3,5% respectivamente.

En la comuna 14 existían, para el 2005, un total de 32.205 estudiantes matriculados. De este total, se encontraban matriculados en el nivel preescolar un 13% en 84 instituciones educativas.

Un 72,3% estaba matriculado en primaria en 85 establecimientos y finalmente un 52,4% se encontraba en secundaria y media en 65 establecimientos educativos.

Por otro lado, según el Censo de Población de 2005, la comuna 14 presentaba una asistencia escolar del 50% para el rango de edad de 3 a 5 años, lo que significa que del total de niños en ese rango de edad sólo el 50% asiste a un establecimiento educativo de básica preescolar. En el rango de edad de los 6 a 10 años hay una asistencia del 93%, la mayor en comparación con el resto de rangos.

En la comuna 15 existía en 2005, un total de 23.775 estudiantes matriculados. De este total se encontraban matriculados en el nivel preescolar un 11,5% en 64 instituciones educativas. Un 55,3% estaban matriculados en primaria en 62 establecimientos y finalmente un 34,8% de estudiantes matriculados en secundaria y media en 32 establecimientos educativos.

Por otro lado, según el Censo de Población de 2005, la comuna 15 presentaba una asistencia escolar del 56,0% para el rango de edad de 3 a 5 años, lo que significa que del total de niños en ese rango de edad sólo el 56,0% asistían a un establecimiento educativo de básica preescolar. En el rango de edad de los 6 a 10 años hay una asistencia del 92,6%, la mayor en comparación con el resto de rangos.

Para los rangos de edad de los 18 a los 26 y de los 27 años en adelante la asistencia escolar es del 18,7% y 3,1% respectivamente.

En la comuna 21 asistían, para 2005, un total de 22.520 estudiantes matriculados en 133 establecimientos educativos. De este total se encontraban matriculados en el nivel preescolar un 9,4% en 47 instituciones educativas. El mayor porcentaje de matriculados se encontraba en primaria, con un 48,5% en 47 establecimientos y, finalmente, en secundaria y media un 42,1% de

los matriculados, en 39 establecimientos educativos. Así, un 5,4% de la oferta educativa pública de la ciudad se encuentra en la comuna 21 y presta servicios de educación al 5,6% del total de estudiantes de la educación pública del municipio.

Por otro lado, según el Censo de Población de 2005, la comuna 21 presentaba una asistencia escolar del 64,4% para el rango de edad de 3 a 5 años, lo que significa que del total de niños en ese rango de edad sólo el 64,4% asiste a un establecimiento educativo de preescolar. En el rango de edad de los 6 a 10 años hay una asistencia del 95,6%, la mayor en comparación con el resto de rangos.

4.4.3 Aspectos económicos

El Censo Económico de 2005 nos permite caracterizar económicamente la comuna 13 así: El 5,3% de las unidades económicas de la ciudad existentes en 2005 se encontraba en esta comuna. De dicho número, 67,5% pertenece al sector comercio, 22,7% al sector servicios y 9,8% a industria.

Esta composición es similar al total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad. Sin embargo, al analizar el trabajo generado por esas unidades económicas encontramos que el 45,9% corresponde al sector servicios, superando levemente a la cantidad de trabajo generado por el comercio, 44,2%.

De esas unidades económicas, el 97,3% corresponde a microempresas, 2,4% a pequeñas, 0,2% a medianas y el 0,1% son empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 10,8% de las unidades económicas son informales.

Por otro lado, el 1,8% de las unidades económicas de esta comuna corresponde a puestos móviles y el 48,3% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho de que en esta comuna se presenta un porcentaje menor de puestos móviles que en el total de la ciudad y un mayor porcentaje de viviendas con actividad económica. Lo anterior puede estar asociado con el alto grado de informalidad encontrado en esta comuna.

Finalmente, es importante anotar que en ella se concentra el 8,4% de establecimientos de educación, y esta es la tercera participación más significativa de la ciudad y el 8,3% de fabricantes de equipos y aparatos de radio, convirtiéndose en la sexta comuna con más productores de este tipo de bienes. Finalmente, esta comuna presenta un relativamente alto grado de informalidad representado en porcentajes bastante altos de puestos móviles y de viviendas con actividad económica.

El Censo Económico de 2005 nos permite caracterizar económicamente la comuna 14 así: El 4,2% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en el 2005 en esta comuna, de las cuales 71,8% pertenecen al sector comercio, 19,9% al sector servicios y 8,3% a industria. Esta composición mantiene lo observado para el total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad. Así, esta comuna presenta una vocación comercial. Esta vocación es corroborada al analizar el trabajo generado por esas unidades económicas. Para esta comuna encontramos que el 52,4% corresponde al sector comercio, mientras que para el total de la ciudad el sector que genera más trabajo son los servicios con el 47%.

De esas unidades económicas, el 98,4% corresponde a microempresas, 1,3% a pequeñas, 0,3% a medianas; en esta comuna no se ubican grandes empresas (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de la formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 7,1% de las unidades económicas son informales. Por otro lado, tan solo el 1% de las unidades económicas de esta comuna corresponde a puestos móviles y el 55,4% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho de que en esta comuna se presenta un porcentaje mayor de viviendas con actividad económica que en el total de la ciudad, hecho que puede estar asociada con el alto grado de informalidad encontrado en esta comuna.

Finalmente, si bien la comuna se caracteriza por su vocación comercial, es importante anotar que en ella se concentra el 17,7% de las unidades económicas fabricantes de maquinaria de oficina, además del 11,8% de unidades dedicadas a la fabricación de otros tipos de transporte y el 10,7% de los proveedores de electricidad, gas y agua. En conclusión, esta comuna se caracteriza por su vocación comercial.

De acuerdo con el censo económico de 2005, 3,6% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en la comuna 15, de las cuales 69,9% pertenecen al sector comercio, 19,8% al sector servicios y 10,3% a industria. Esta composición es similar a la del total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad. Así, esta comuna presenta una vocación hacia el comercio.

Esta vocación es corroborada al analizar el trabajo generado por esas unidades económicas. Para esta comuna encontramos que el 49,3% corresponde al sector comercio, mientras que para el total de la ciudad el sector que genera más trabajo son los servicios con el 47%. De esas unidades económicas, el 98,3% corresponde a microempresas, 1,4% a pequeñas, 0,3% a medianas y tan solo el 0,1% a empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de la formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 11,4% de las unidades económicas son informales.

Por otro lado, tan solo el 0,9% de las unidades económicas de esta comuna corresponde a puestos móviles y el 55,6% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho de que en esta comuna se presenta un porcentaje mayor de viviendas con actividad económica que el del total de la ciudad.

Finalmente, si bien la comuna se caracteriza por su vocación comercial, es importante anotar que en ella se concentra el 11,8% de las unidades económicas dedicadas a la fabricación de otros tipos de equipo de transporte, además del 7,1% de las unidades dedicadas al suministro de electricidad, gas y agua.

En conclusión, esta comuna se caracteriza por su vocación comercial y un alto grado de informalidad.

De acuerdo con el Censo Económico de 2005, 2,5% de las unidades económicas de la ciudad se encontraban en la comuna 21, de las cuales 67,7% pertenecen al sector comercio,

25,3% al sector servicios y 7,1% a industria.

Esta composición es similar al total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad. Para esta comuna encontramos que el 51,5% de los puestos de trabajo generados corresponde al sector servicios, mientras que para el total de la ciudad el sector genera únicamente el 47% de los puestos de trabajo. Vale la pena resaltar que solo el 25,3% de los establecimientos de este sector son de servicios. En cuanto al comercio, el 67,7% de los establecimientos son de este tipo, pero solo generan el 43% de los empleos.

De esas unidades económicas, el 98,3% corresponde a microempresas, 1,3% a pequeñas, 0,3% a medianas y tan solo el 0,1% son empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de la formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 6% de las unidades económicas son informales.

Por otro lado, el 1% de las unidades económicas de esta comuna corresponde a puestos móviles y el 57,8% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho de que en esta comuna se presenta un porcentaje mayor de viviendas con actividad económica y puestos fijos que en el total de la ciudad.

Finalmente, el 5% de los establecimientos de educación de la ciudad se encuentra en la comuna 21, así como el 3% de las empresas que elaboran productos alimenticios.

En conclusión, esta comuna se caracteriza por la predominancia de la formalidad en los empleos y el alto empleo que se da en el sector servicios.

5. Metodología

5.1 Tipo de investigación

Para el desarrollo de este trabajo se realizará una investigación cuantitativa, y descriptiva porque con esta investigación se logran recolectar datos numéricos a través de encuestas y luego estos datos llevarlos a cuadros estadísticos para contrastar resultados y obtener una evaluación final que permita llegar a conclusiones acertadas acerca del problema que se está abordando.

Tabla 3. Marco lógico

Objetivos	Actividades	Recursos	Indicadores	Supuestos (dificultades/riesgos)
Evaluar la efectividad del modelo de “Ruta Micros para la Formalidad” de la CCC en la formalización de las microempresas ubicadas las comunas 13, 14,15 y 21 del distrito de Aguablanca de la ciudad de Cali.	1. Se llevarán a cabo entrevistas con microempresarios ubicados en las comunas 13, 14, 15 y 21 del sector de Aguablanca. 2. se realizarán entrevistas con los Gerentes de la CCC que tienen a su cargo la implementación de las Rutas para la Formalización. 3. Se analizará la información estadística que se tiene en la CCC acerca del programa de Formalización Empresarial. 4. Se analizará la información estadística sobre las	1. Bases de datos de la CCC. 2. Bases de datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 3. Personal que realizará trabajo de campo.	1. Bases de datos consultadas y procesadas. 2. Encuestas realizadas y procesadas	1. Acceso limitado de la información. 2. Resistencia de los microempresarios del distrito de Aguablanca a responder la encuesta. 3. Inseguridad en el sector del distrito de Aguablanca

Identificar a qué microempresas llegó la CCC con su “Ruta Micros para la Formalidad” ubicadas en las comunas 13, 14,15 y 21 del distrito de Aguablanca de la ciudad de Cali.	empresas formalizadas en la ciudad de Cali desde el año 2009 1. Se llevarán a cabo entrevistas con microempresarios ubicados en las comunas 13, 14, 15 y 21 del sector de Aguablanca. 2. Analizar el Registro Mercantil de las empresas matriculadas desde el año 2009 y que estén ubicadas en el distrito de Aguablanca.	1. Bases de datos de la CCC. 2. Personal que realizará trabajo de campo.	1. Bases de datos consultadas y procesadas. 2. Encuestas realizadas y procesadas	1. Acceso limitado de la información. 2. Resistencia de los microempresarios del distrito de Aguablanca a responder la encuesta. 3. Inseguridad en el sector del distrito de Aguablanca
Identificar si existen barreras para que las microempresas entren en un proceso de formalización.	1. Se llevarán a cabo entrevistas con microempresarios ubicados en las comunas 13, 14, 15 y 21 del sector de Aguablanca.	3. Personal que realizará trabajo de campo.	1. Encuestas realizadas y procesadas	1. Acceso limitado de la información. 2. Resistencia de los microempresarios del distrito de Aguablanca a responder la encuesta. 3. Inseguridad en el sector del distrito de Aguablanca
Confirmar si la CCC logró impactar en la formalización de las	1. Se llevarán a cabo entrevistas con microempresarios ubicados en las	1. Bases de datos de la CCC. 2. Personal	1. Bases de datos consultadas y procesadas. 2. Encuestas	1. Acceso limitado de la información. 2. Resistencia de

microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del sector de Aguablanca.	comunas 13, 14, 15 y 21 del sector de Aguablanca. 2. Analizar el Registro Mercantil de las empresas matriculadas desde el año 2009 y que estén ubicadas en el distrito de Aguablanca.	que realizará trabajo de campo.	realizadas y procesadas	los microempresarios del distrito de Aguablanca a responder la encuesta. 3. Inseguridad en el sector del distrito de Aguablanca
---	---	---------------------------------	-------------------------	---

Fuente: Elaboración del autor

5.2 Fuentes de Información

Para llevar a cabo el presente trabajo de investigación se consultarán las siguientes fuentes:

5.2.1 Fuentes primarias: libros, monografías, disertaciones, informes técnicos, publicaciones periódicas y normas.

5.2.2 Fuentes secundarias: Informes estadísticos.

5.2.3 Fuentes terciarias: sitios web.

6. Resultados

6.1 Definición del Marco Maestral

Es un listado ya sea físico o digital que contiene las unidades que pertenecen a la población de interés de una investigación, no siempre se tiene este listado y muchas veces se tendrá que construir, ya que, si no se tiene, sería imposible realizar un estudio usando muestreo probabilístico, además con el conocimiento del marco muestral se podrá decidir qué muestreo aplicar a la población. (Klinger C, 2011) Elementos estadísticos para una investigación

Todas las investigaciones estadísticas tienen elementos básicos predefinidos los cuales son:

- La población objeto de estudio: Es el conjunto de unidades objeto de análisis sobre las cuales, se aplicará el instrumento de medición, esta población tiene diferente naturaleza, por ejemplo, individuos, animales, cultivos, etc.
- La muestra: Es un conjunto de unidades estadísticas las cuales se eligen de la población objeto de estudio a partir de un muestreo probabilístico.
- Datos: Son los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento a las unidades de la muestra.
- Estadísticas descriptivas: Es un resumen cuantitativo de la muestra donde se mostrará gráficas e indicadores, donde su objetivo es describir el comportamiento de los datos mediante medidas de tendencia central, variabilidad, etc. (Klinger C, 2011)

6.2 Definición de encuesta o estudio estadístico

El propósito de una encuesta o estudio estadístico, es obtener información acerca de una muestra o población (depende del contexto de la investigación), existen dos alternativas para adquirir información las cuales son: el censo y muestreo.

6.3 Muestreo aleatorio simple (MAS)

Esta metodología es la más utilizada ya que es la base para la realización de los otros métodos probabilísticos de muestreo. (Klinger, 2011)

Este método consiste en seleccionar una muestra de n elementos uno a uno de una población N (Klinger, 2011), de igual modo, que cada unidad poblacional tenga la misma probabilidad que las demás en salir en dicha muestra.

Tabla 4. Notación básica para el MAS en atributos o proporciones

N	Número de unidades en la población
n	Es el tamaño de muestra necesario
$A = NP$	Número total de unidades que pertenecen a una clase. (Objeto de investigación)
$P = \frac{A}{N}$	Proporción poblacional de unidades que pertenecen a la clase (objeto de investigación)
$\hat{P} = p = \frac{a}{n}$	Proporción muestral de unidades que pertenecen a una clase
$Q = 1 - P$	Proporción muestral de unidades que pertenecen a la otra clase
$Z_{\alpha/2}^2$	nivel de confianza
δ	precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

El tamaño de muestra para atributos para el MAS cuando se conoce el tamaño de la población está definido de la siguiente manera:

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 pq}{\delta^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

6.4 Propuesta metodológica

6.4.1. Definición de la población del estudio.

275 microempresas ubicadas en las comunas 13,14, 15 y 21 del Distrito de Aguablanca en la ciudad de Cali que participaron en el programa “Ruta Micros para la Formalidad”. De estas microempresas se dispone de un listado de 243 que se pueden contactar por vía telefónica.

6.4.2. Variables de interés del estudio.

Acceso al programa, conocimientos sobre la formalización, dificultades para la formalización, percepción sobre la importancia de la formalización, estado actual de la microempresa, efectos percibidos por haber participado en el programa, percepción de la Cámara de Comercio de Cali.

6.4.3. Cobertura.

El instrumento está dirigido a las personas con microempresas ubicadas en las comunas 13,14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca que participaron en el programa “Ruta Micros para la Formalidad” entre los años 2008-2013.

6.4.4. Unidades estadísticas.

Personas con microempresas ubicadas en las comunas 13,14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca que participaron en el programa “Ruta Micros para la Formalidad” entre los años 2008-2013.

6.4.5. Periodo de referencia.

Se trabajarán las microempresas que hayan participado en cualquier año entre 2008 y 2013.

6.4.6. Marco Muestral.

Listado suministrado por la Cámara de Comercio de Cali de las microempresas participantes del programa “Ruta Micros para la Formalidad”.

6.4.7. Método de muestreo a implementar.

Después de analizar el marco muestral se ha observado que no existen diferencias distinguibles entre los individuos por lo que el más adecuado es el Muestreo Aleatorio Simple (MAS).

6.4.8. Tamaño muestral.

En este caso utilizamos $Z_{\alpha/2}^2$ igual a 1.64 para una confianza aproximada de 90% y un error permitido o error de precisión igual a 10%.

La proporción de individuos en una clase p se estima como una proporción equitativa que nos da la varianza más alta posible igual a

$$p * q = 0,5 * 0,5 = 0,25$$

Entonces reemplazando en la fórmula de tamaño de muestra:

$$n = \frac{243 * 1.64 * (0,5 * 0,5)}{(0,1)^2(243 - 1) + (1.64)(0,5 * 0,5)}$$

$$n \approx 53$$

Por lo tanto, se deben tomar al azar 53 microempresas del marco muestral.

Estas empresas se tomaron de manera sistemática cada 5 microempresas de la lista.

Tabla 5. Microempresarios entrevistados según comuna

Comuna	Microempresarios Entrevistados	Microempresarios Participantes en el programa	Porcentaje de Microempresarios entrevistados
Comuna 13	18	87	20,7%
Comuna 14	17	100	17,0%
Comuna 15	19	72	26,4%
Comuna 21	5	16	31,25%
Total general	59	275	21,5%

Fuente: elaboración del autor

6.4.9. Aplicación del instrumento de Medición.

Esta encuesta se implementó vía telefónica y el almacenamiento de los datos por parte de los encuestadores se hizo a través de una aplicación móvil, la cual ayudó a los encuestadores a recolectar la información de manera más sencilla.

La aplicación usada es KoBoToolbox desarrollada por (Pham, et al, 2017), es una aplicación gratuita para investigadores alrededor del mundo. Permite recoger datos de múltiples maneras e interactivamente sin necesidad de hacer encuestas en papel para luego tabular.

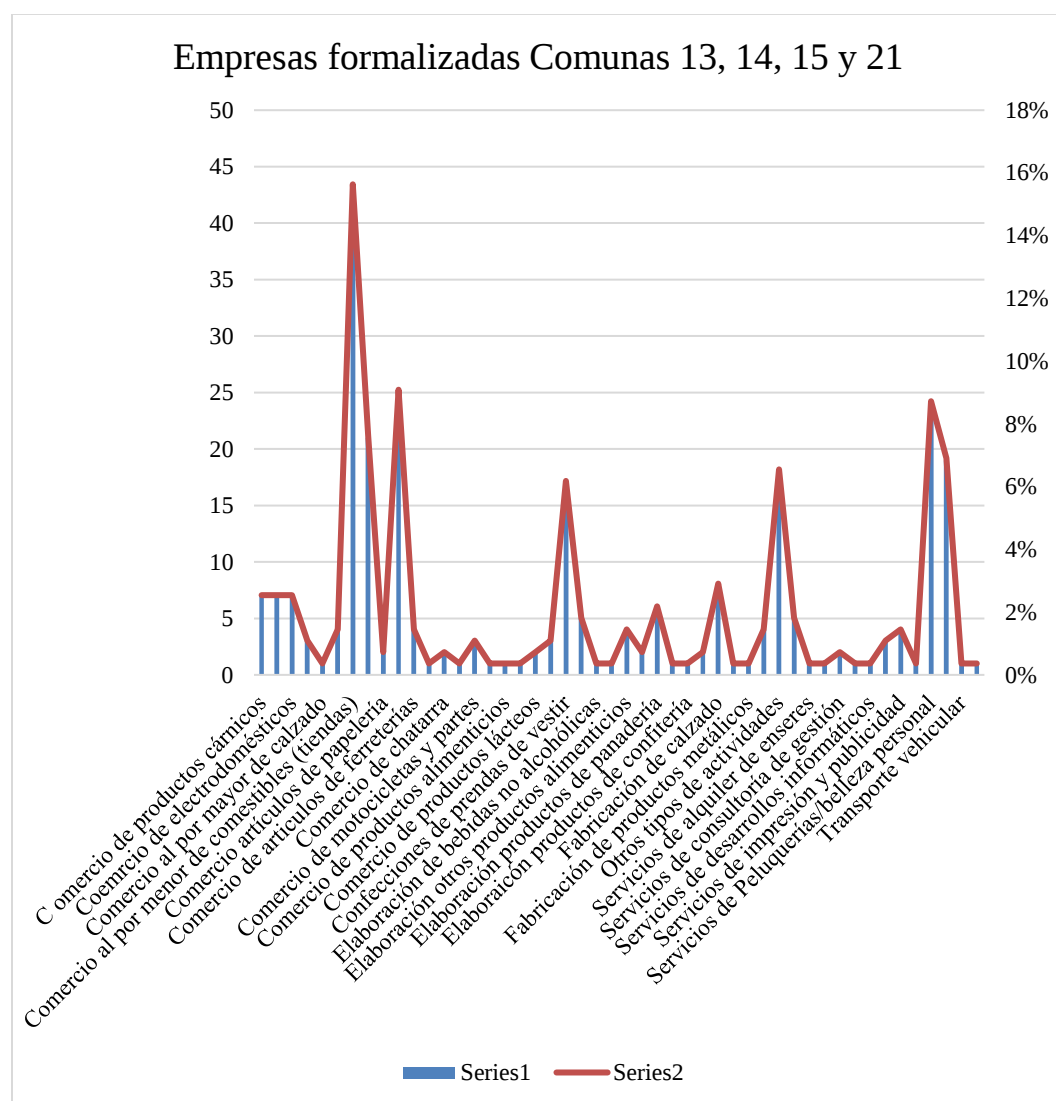
6.5 Identificación de las microempresas que formaron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca, durante el periodo 2008-2013

Las empresas objeto de estudio de esta investigación están conformadas por las formalizadas en las comunas 13, 14 15 y 21 del Distrito de Aguablanca entre los años 2008 y 2013, y que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad”; a continuación, se detallan la conformación de éstas:

Tabla 6. Conformación de las empresas por comunas

Comuna 13	87
Comuna 14	100
Comuna 15	72
Comuna 21	16
Total empresas por Comunas	275

Fuente: elaboración del autor

Gráfico 1. Empresas formalizadas comunas 13,14,15 y 21

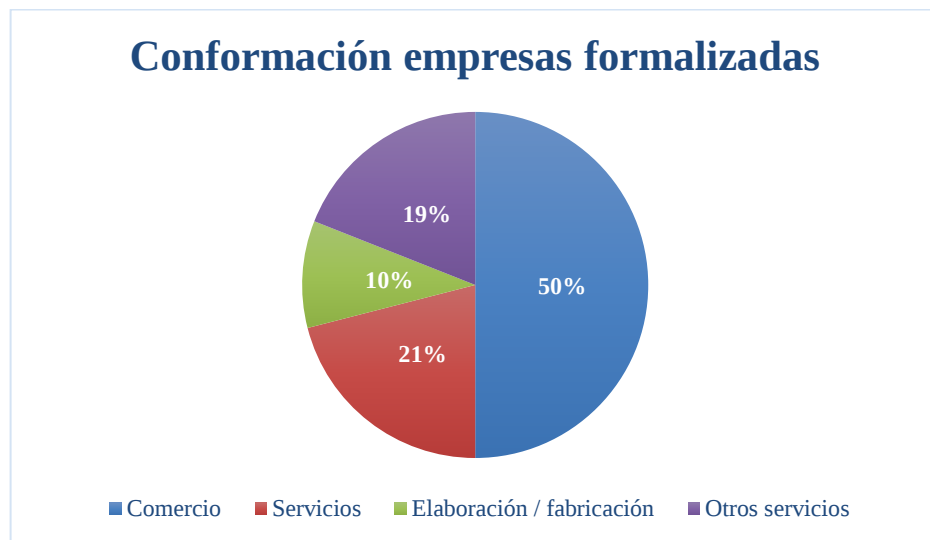
Fuente: Elaboración del autor

El 81% de las empresas formalizadas se encuentran distribuidas en tres (3) grandes grupos distribuidos de la siguiente manera: un primer grupo conformado por un 139 empresas que representan un 50% del total y que corresponden al sector comercio entre las cuales sobresalen: 43 tiendas que representan un 16%; 25 cacharrerías que representan 9% y 21 almacenes de ropa de vestir que representan un 8%; un segundo grupo conformado por 57 empresas que representan

el 21% del total y que corresponden al sector de servicios entre los cuales sobresalen: 24 peluquerías que representan un 9% y 19 restaurantes que representan el 7%; por último, hay un tercer grupo conformado por 28 empresas que representan el 10% del total y que se dedican a la fabricación o elaboración de productos tangibles entre los cuales sobresalen: 8 fábricas de calzado que representan un 3% y 6 panaderías que representan un 2%; por último, el restante 19% de empresas, es decir 51, se dedican a diversas actividades como son mantenimiento de equipos, transporte, salas de internet, entre otros.

La estrategia que la Cámara de Comercio de Cali implementó para integrar las empresas informales al programa fue la de sensibilizar a las unidades productivas a cerca de la importancia de estar formalizados, para ello se les mostraron los beneficios de ser formal, las bondades del programa y las desventajas de estar en la informalidad; el resultado de este proceso fue que se realizaron 645 jornadas de sensibilización a las cuales asistieron 7.008 unidades productivas durante todo el periodo 2008 – 2013.

Gráfico 2. Conformación empresas formalizadas



Fuente: Elaboración del autor

6.6 Descripción y análisis de las barreras que enfrentó la Cámara de Comercio de Cali para que las microempresas ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca realizaran el proceso de formalización

La dinámica para la formalización empresarial depende de factores institucionales, individuales, características de la microempresa y condiciones del mercado; por lo anterior, y con el fin de que el crecimiento económico vaya de la mano con la disminución de la informalidad, se requiere trabajar en la complementariedad de los objetivos del mercado laboral, comercio y la política macroeconómica; de esta manera la Región, y específicamente la ciudad de Santiago de Cali, sería beneficiaria de la apertura de nuevos mercados, promotora de la dimensión social de la globalización e incentivaría el crecimiento de la economía.

Estas son variables que la Cámara de Comercio de Cali no puede controlar debido a que dependen de las políticas públicas del Gobierno de turno o a las situaciones de mercado que afecten la economía; es por ello que en el desarrollo de la “Ruta Micros para la Formalidad” la Cámara de Comercio se encontró con las siguientes barreras:

- Problemas en la productividad laboral debido a que la educación no refleja las necesidades de la demanda laboral.
- Procesos administrativos complicados y costosos para formalizarse.
- Sistema tributario complejo.
- Dificultad en el cumplimiento con la legislación laboral.

- Barreras a la Inclusión y Educación financiera.
- No ser de utilidad para el comerciante estar formalizado.
- Regulación poco flexible para la creación de nuevas empresas.
- Reducido acceso a redes comerciales.
- Insuficiencia tecnológica.

La dinámica de inclusión formal tiene como marco de acción una política macroeconómica sana unida a instituciones con una oferta de servicios apropiados para los sectores económicos, que promuevan el crecimiento y la inversión en la Región. En este marco se requiere un sistema tributario sencillo y que promueva la visibilidad de las actividades económicas del país, con ayuda de la inclusión financiera; así mismo es importante que exista un marco regulatorio que haga flexible al empresario formalizar su negocio. Esto debe estar en congruencia con el aumento en el acceso a beneficios en seguridad social para la población trabajadora; adicionalmente, la Cámara de Comercio debe ofrecer al comerciante productos y servicios que le hagan sentir la importancia de estar formalizado.

Durante el desarrollo del programa se logró evidenciar que las empresas que participaron en el programa entendieron que la formalización no es una carga económica o impositiva, que pudieron ver a la Cámara de Comercio como un aliado para su proyección y permanencia y por último vieron la formalización como la posibilidad de acceder a nuevos mercados, encontrar posibles fuentes de financiación para sus negocios y generar la organización administrativa que antes no tenían.

6.7 Estrategias de integración con las microempresas asentadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca y que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” propuestas por la Cámara de Comercio de Cali.

Una vez surtido el proceso de formalización para las empresas que hicieron parte de la “Ruta Micros para la Formalidad”, la Cámara de Comercio emprendió dos estrategias para facilitarle a las empresas su continuidad en el escenario empresarial; la primera estrategia tiene que ver con el fortalecimiento empresarial para garantizar que el empresario que se formalizó sintiera beneficios tangibles al haber cumplido con este trámite, y la segunda, fue la creación del “Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca”

La primera estrategia fue abordada conjuntamente con las Cámaras de Comercio de Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla y Cartagena, siendo la Cámara de Comercio de Cali la coordinadora, el objetivo de esta estrategia fue la de trabajar enfocados en comprender cómo se produce el fenómeno de la informalidad empresarial en el país, pero, más importante aún, en formular estrategias que permitan identificar los caminos más adecuados para abordar esta problemática.

Más de 1.200 pequeños negocios, entre restaurantes, peluquerías, hoteles, droguerías y ferreterías fueron seleccionados para realizar las intervenciones, en el marco del proyecto cofinanciado por el Fondo Multilateral de Inversiones BID-FOMIN. Las unidades productivas que participaron en el proyecto contaron con formación y consultoría en aspectos como costos, modelos de negocio, mercadeo, buenas prácticas de administración y buen uso de las tecnologías de información y comunicaciones, entre otros. La meta era medir qué impacto se podría obtener sobre la formalización luego de surtir todo el proceso de fortalecimiento.

Los aprendizajes de todas las Cámaras fueron recogidos y procesados. La primera lección significativa fue que los negocios no se podían abordar de la misma forma y, en segundo término, que era indispensable comprender que la formalización es un proceso continuo, que se da de diferentes maneras dependiendo de la actividad que desarrolla el empresario y de los requisitos legales que se le imponen para avanzar en su proceso de crecimiento.

La Cámara de Comercio de Cali trabajó con peluquerías; la de Cartagena desarrolló su agenda de la mano de Corpoturismo para aglutinar a las empresas que formaban parte del sector en la ciudad; la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia se enfocó en el sector de ferreterías; la de Barranquilla conformó un grupo multisectorial con pequeñas droguerías, operadores turísticos, productores de muebles y agroindustria; la de Bucaramanga se concentró en pequeños negocios de calzado, confecciones, restaurantes y tiendas; y la de Bogotá conformó grupos de trabajo con peluquerías, servicios de comida, negocios del sector textil, de las artes gráficas y hoteles.

Como parte de los hallazgos, encontraron cuatro sub-segmentos incluidos en el concepto de microempresa: unidades de subsistencia, redes de proveedores independientes, pequeños negocios tradicionales y empresas emergentes. A las dos primeras se renunció en el marco de la estrategia por sus características; en cambio, los pequeños negocios y las empresas emergentes cumplían con una vocación de permanencia en su actividad empresarial.

Además del impacto positivo que se evidenció en la mayoría de los negocios intervenidos, esta estrategia ha dejado invaluable lecciones:

Una de las conclusiones más importantes se enfoca en aclarar que la definición de formalidad empresarial se ha modificado hasta llegar a considerarla un proceso, en el cual se

incluyen aspectos de la organización de las empresas que van más allá del cumplimiento de las obligaciones que exige la ley y que tienen que ver más directamente con lo que requiere una empresa para consolidarse y crecer.

También se desvirtuó la creencia que la formalidad, vista como el cumplimiento de todas las normas y obligaciones legales del sector empresarial, impulsaba de manera automática la productividad; esta es una concepción equivocada y costosa pues ha significado la concentración de recursos en esfuerzos que no resultan en aumentos en la productividad y competitividad de las empresas.

La segunda estrategia fue la creación del “Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca”, el cual se inauguró el 10 de mayo de 2013 con el fin de fortalecer el tejido empresarial formal e informal asentado en este sector, así como también, impulsar el cambio y el desarrollo social y económico del distrito de Aguablanca desde adentro, con una metodología que buscaba potenciar la herramienta de desarrollo más poderosa que tiene el distrito: su gente.

Es un proyecto creado como respuesta a la problemática socio-económica que se vive en la ciudad de Cali y, específicamente, en las comunas 13, 14, 15 y 21 que comprenden el Distrito de Aguablanca, en cuanto a la inestabilidad laboral, altos índices de violencia y falta de acceso de los habitantes a programas de capacitación empresarial y empleos dignos.

En Prospera Aguablanca, se busca activar la prosperidad de los habitantes del Distrito, partiendo de sus necesidades y con un trabajo en equipo constante con la comunidad, escuchando sus iniciativas, validando los programas y empoderándolos en el proceso; buscando el

fortalecimiento de sus capacidades y oportunidades, para lograr alcanzar una mejor calidad de vida, mayor seguridad pública, interacción social y crecimiento económico.

El Centro de Desarrollo Empresarial y Empleabilidad es un espacio para la comunidad y de la comunidad.

Después de conocer la comunidad a fondo, entender su potencial y sus necesidades, se identificaron tres detonantes de prosperidad:

- Formar y asesorar a los microempresarios para fortalecer el crecimiento de sus empresas formalizadas.
- Impulsar, promover y fortalecer la cultura emprendedora en la comunidad.
- Desarrollar las competencias de los individuos para potenciar su acceso al trabajo.

El proyecto ha sido un ejemplo de transformación social, superando las expectativas y convirtiéndose en un modelo de éxito para otras ciudades. Comisiones internacionales se han acercado para conocer cómo se han logrado generar modelos de negocio a través de la innovación social.

El Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca, tiene sus raíces en la metodología de los Small Business Development Centers- SBDCs (Centros para el desarrollo de micro, pequeña y mediana empresa), centros creados en los años 70 en Estados Unidos para apoyar la creación de nuevas empresas y brindar servicios de consultoría, asesoría, capacitación e información a las MIPYMES existentes, para así contribuir a incrementar su competitividad y

dinamismo. El programa se realiza en forma conjunta entre los gobiernos federales y locales, y las universidades.

En conversaciones entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Alcaldía de Santiago de Cali se concluyó que una forma de lograr emprendimiento de alto impacto en la ciudad era adaptar el modelo de los SBDC e implementarlo en Aguablanca.

Desde ese punto, la Cámara de Comercio de Cali, empezó un proceso para desarrollar la metodología y el concepto, basados no solo en los SBDCs con la colaboración de la Universidad de Texas en Estados Unidos, sino también analizando las experiencias de centros similares dentro de Colombia como los Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZO) en Medellín y los Centros de Emprendimiento Empresarial (CEMPRENDE) en Cartagena, uniendo fuerzas también con las Universidades Icesi y del Valle.

Para poder crear una metodología propia para la ciudad y la comunidad de Aguablanca, se complementaron las experiencias externas con las que ha desarrollado la Cámara de Comercio de Cali en su labor con emprendedores.

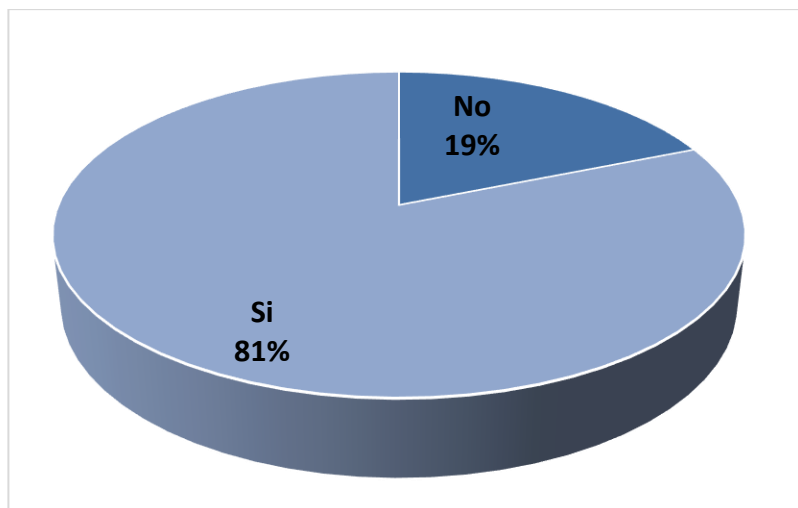
Desde la puesta en marcha del Centro de Desarrollo Empresarial, se ha realizado un proceso con la comunidad para involucrarlos en el proceso, escuchándolos y haciéndolos partícipes de su propio desarrollo, además de llegar a acuerdos mutuos para lograr que el Centro Próspera Aguablanca lograra ser parte de la comunidad y no actuara como actor externo.

6.8 Impacto en la productividad, aumento en ventas y acceso a nuevos mercados que tuvo el programa “Ruta Micros para la Formalidad” en las empresas que hicieron parte del programa y que están ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca.

6.8.1 Análisis descriptivo general.

En una primera parte del instrumento, se les preguntó a los microempresarios del distrito de Aguablanca encuestados, por sus conocimientos sobre la formalización. Si bien, cada uno de los encuestados participó del programa “Ruta Micros para la Formalidad”, en la cual en una primera jornada de sensibilización se le mostraba los beneficios de ser formal, las bondades del Programa y las desventajas de estar en la informalidad, para posteriormente ingresar al programa para facilitar el proceso de formalización y creación de las empresas, el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo, a través de las unidades de desarrollo que conformaron la “Ruta Micros para la Formalidad”, el 19% de los participantes en el programa señalan no conocer el concepto de formalización empresarial.

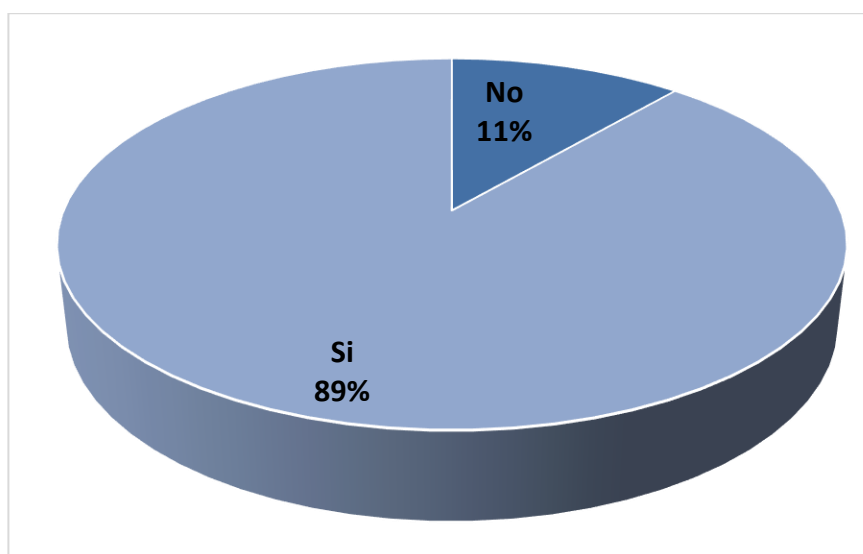
Gráfico 3. Conocimiento sobre el concepto de formalización empresarial.



Fuente: Elaboración del autor

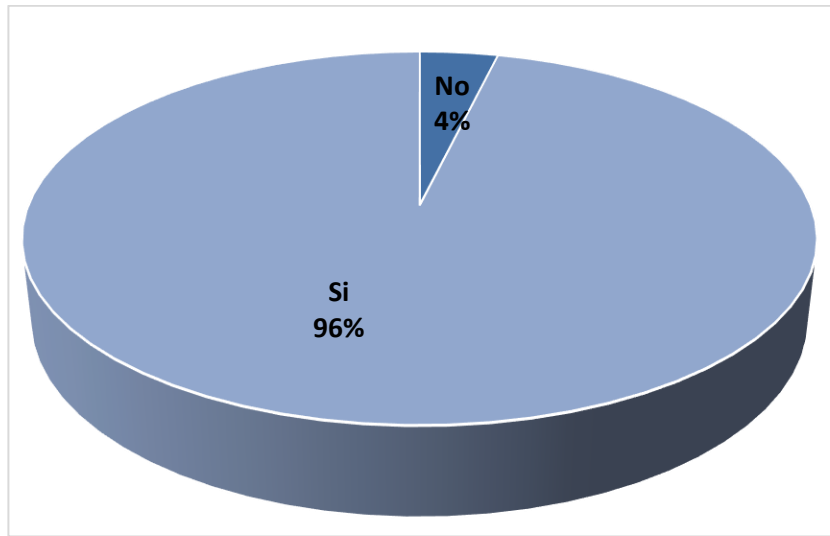
El 89% de los encuestados conocen los requisitos para la formalización, esto podría indicar que más allá de la conceptualización de formalización, los encuestados están más interesados en conocer los requisitos para alcanzar dicha formalización.

Gráfico 4. Conocimiento sobre los requisitos para la formalización empresarial.



Fuente: Elaboración del autor

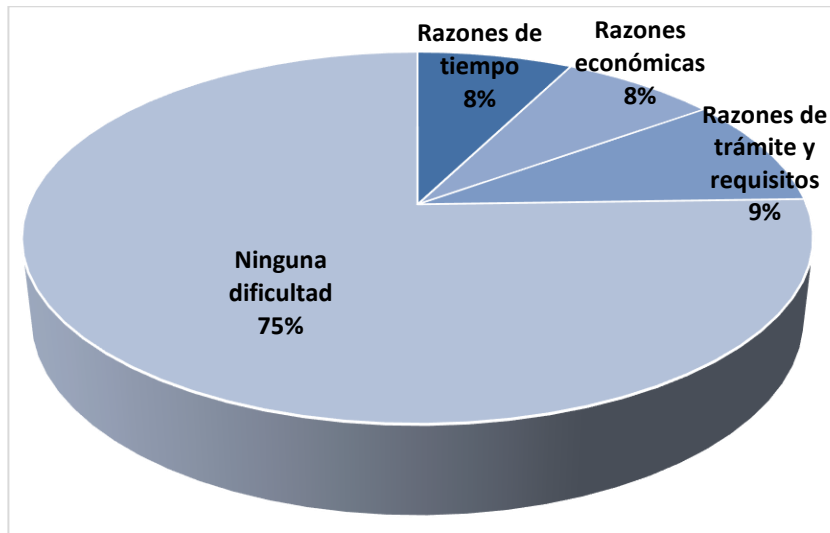
El programa logra transmitir la importancia de formalizarse a los microempresarios participantes. El 96% participantes del programa de “Ruta Micros para la Formalidad” consideran que es importante la formalización empresarial.

Gráfico 5. Percepción de la Importancia de la formalización empresarial

Fuente: Elaboración del autor

En una segunda parte del instrumento, se preguntó por las dificultades para la formalización empresarial. El 75% de las microempresas del distrito de Aguablanca que participaron del programa no encuentran ninguna dificultad en la formalización empresarial. El resto de los microempresarios que participaron del programa (25%) señalan alguna dificultad para formalización. El 8% considera que no dispone de tiempo para hacer el trámite, el 8% considera que la formalización está asociada a un mayor pago de impuestos y el 9% de los microempresarios que participaron del programa consideran que la formalización se dificulta por la cantidad de requisitos y lo complejo de los trámites.

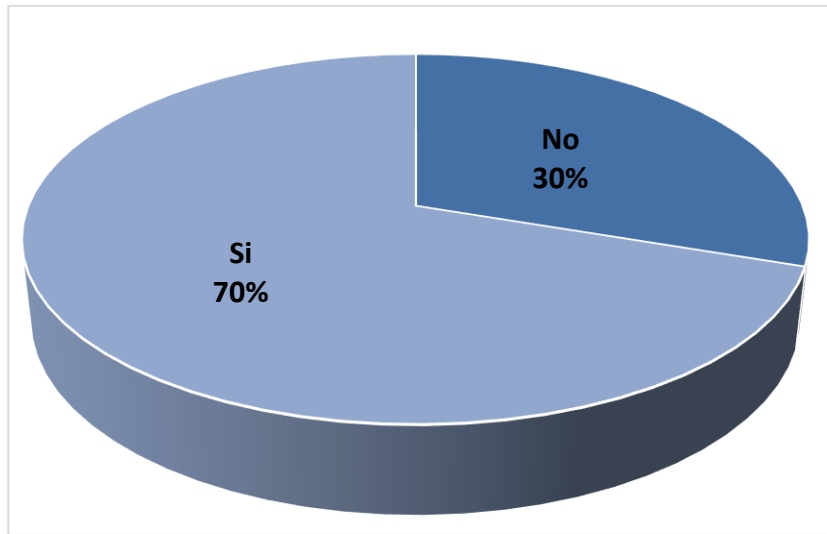
Gráfico 6. Dificultad para la formalización empresarial.



Fuente: Elaboración del autor

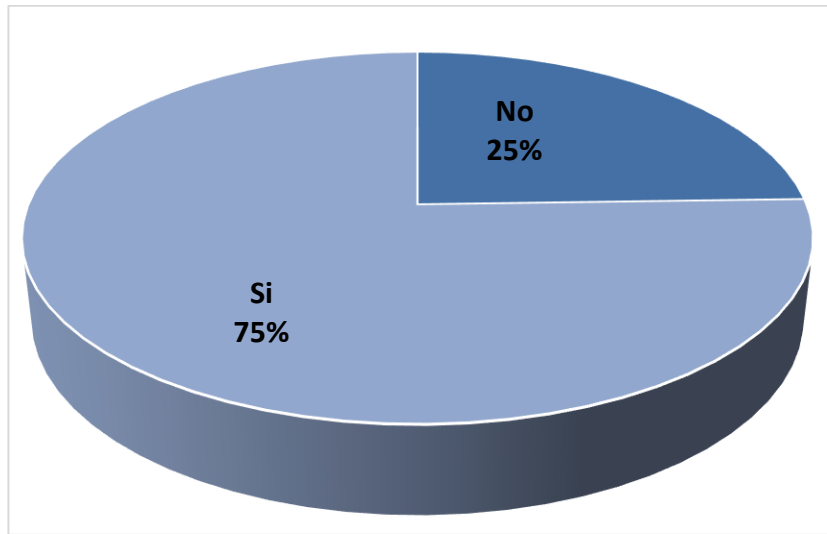
En una tercera parte se preguntó por el estado actual de la microempresa. Un punto de interés en la investigación es conocer si las microempresas del distrito de Aguablanca que participaron del Programa son sostenibles. En este sentido, el 70% de las microempresas que participaron en el programa continúan en funcionamiento y solo el 30% de las microempresas participantes suspendieron su operación, es decir, de 275 microempresas participantes en el programa ubicadas en el distrito de Aguablanca, 193 microempresas siguen funcionando.

Gráfico 7. Sostenibilidad del negocio con el cual participó en el programa.



Fuente: Elaboración del autor

Si bien, con el programa “Ruta Micros para la Formalidad”, las microempresas se formalizaban por primera vez, es importante conocer si las empresas continúan formalizándose año a año. Se destaca que el porcentaje de las microempresas del distrito de Aguablanca participantes en el programa que se mantienen formalizadas en la actualidad, es de 75%. Si generalizamos los resultados, de 275 microempresas que entraron al programa, aproximadamente 145 continúan formalizadas, lo cual es un gran logro para el programa porque implica que las microempresas apropiaron el proceso de formalización y actualmente es una práctica permanente de la empresa.

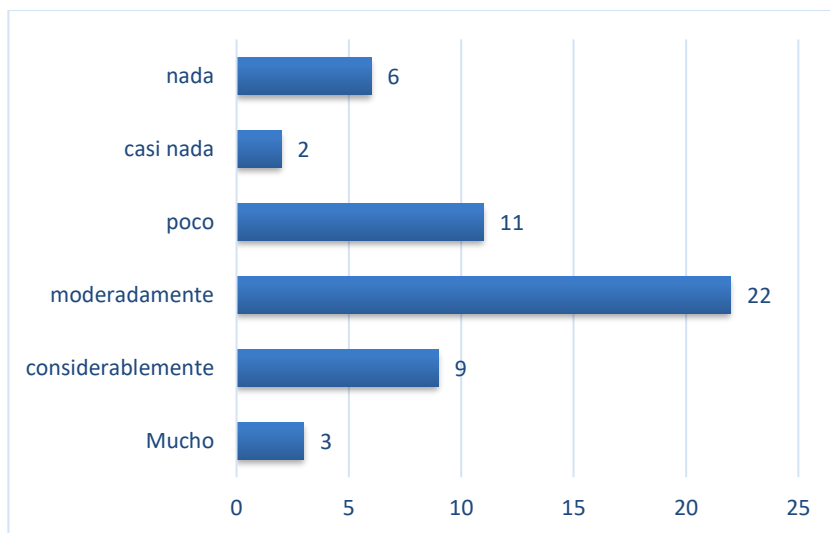
Gráfico 8. Continuidad en la formalización empresarial

Fuente: Elaboración del autor

En una cuarta parte se preguntó a los microempresarios por los efectos percibidos del programa ruta Micro para la formalización en cuanto a acceso a nuevos mercados, aumento de ingresos y otro tipo de aportes (como por ejemplo conocimientos).

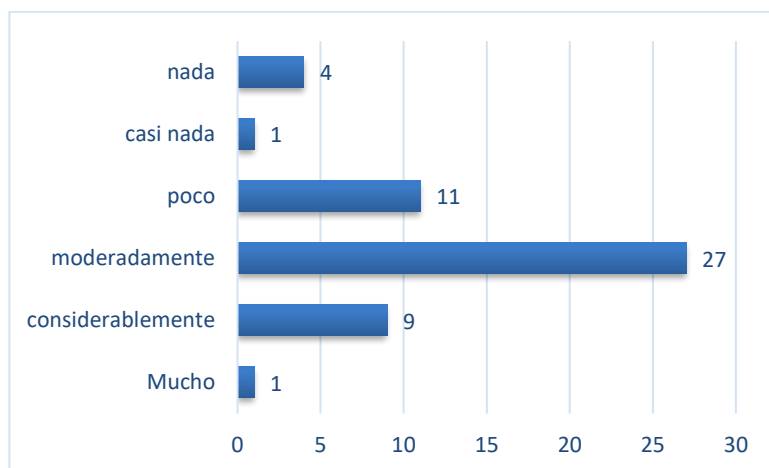
El 64% de los microempresarios participantes en el programa, perciben que la formalización afectó positivamente el acceso a nuevos mercados. Sin embargo, dicha percepción se manifiesta en diferentes valoraciones. El 41% considera que lo afectó moderadamente, el 17% considerablemente y el 5% manifiestan que la formalización amplió mucho el acceso a nuevos mercados.

Gráfico 9. Acceso a nuevos mercados como resultado del programa.



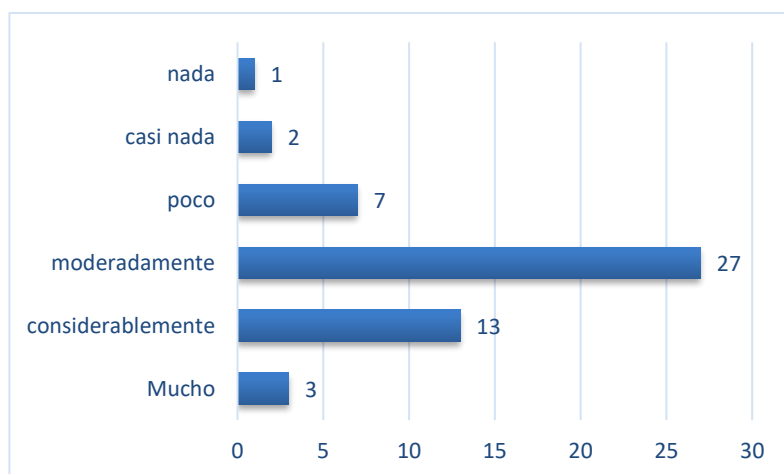
Fuente: Elaboración del autor

El 70% de los microempresarios participantes en el programa, perciben que la formalización aumentó los ingresos del negocio. Sin embargo, dicha percepción se revela en diferentes valoraciones. El 51% de las microempresas participantes del distrito de Aguablanca en el programa de ruta micro para la formalización, consideran que la formalización contribuyó moderadamente al aumento de los ingresos de su negocio. El 17% de los microempresarios consideran que contribuyó considerablemente y un 2% manifiestan que contribuyó mucho al aumento de ingresos. Comparado con el resultado anterior, en general los microempresarios consideran que, si bien los ingresos y el acceso a nuevos mercados se vieron favorecidos por la formalización, el aumento en los ingresos es más evidente que el acceso a nuevos mercados.

Gráfico 10. Aumento de ingresos como resultado del programa

Fuente: Elaboración del autor

El 81% de los microempresarios participantes consideran que el programa aportó al negocio. Sin embargo, dicha percepción se revela en diferentes valoraciones. El 51% de las microempresas consideran que el programa de ruta micro para la formalización contribuyó moderadamente al negocio. El 24% manifiestan que el programa contribuyó considerablemente y el 5% consideran que el aporte fue mucho.

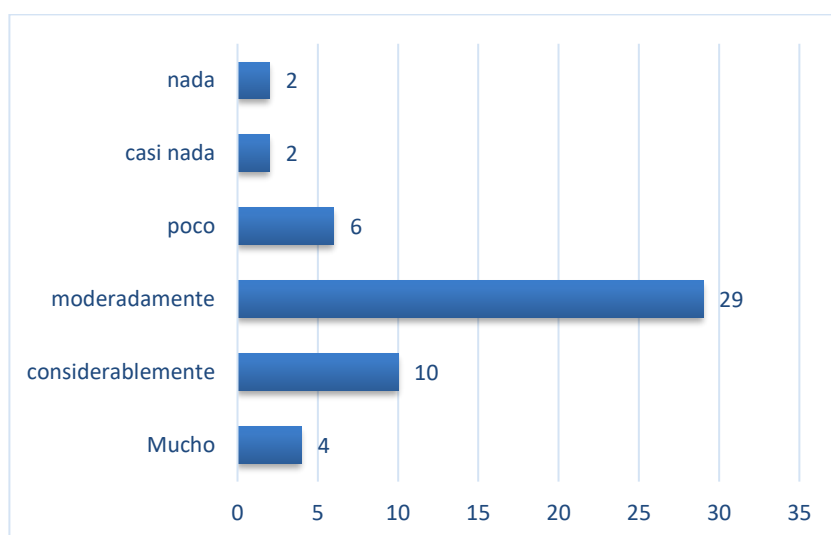
Gráfico 11. Contribución del Programa Ruta Micros para la formalización

Fuente: Elaboración del autor

En una quinta parte, se preguntó por el papel de la Cámara de Comercio de Cali (CCC) en el fortalecimiento del negocio.

La mayoría de los microempresarios participantes en el programa (81%) perciben que la CCC contribuye al crecimiento del negocio, distribuidos de la siguiente manera: el 67% consideran que el aporte de la CCC es moderado, el 19% manifiestan que contribuye considerablemente y el 7% indican que el programa contribuyó mucho al crecimiento del negocio.

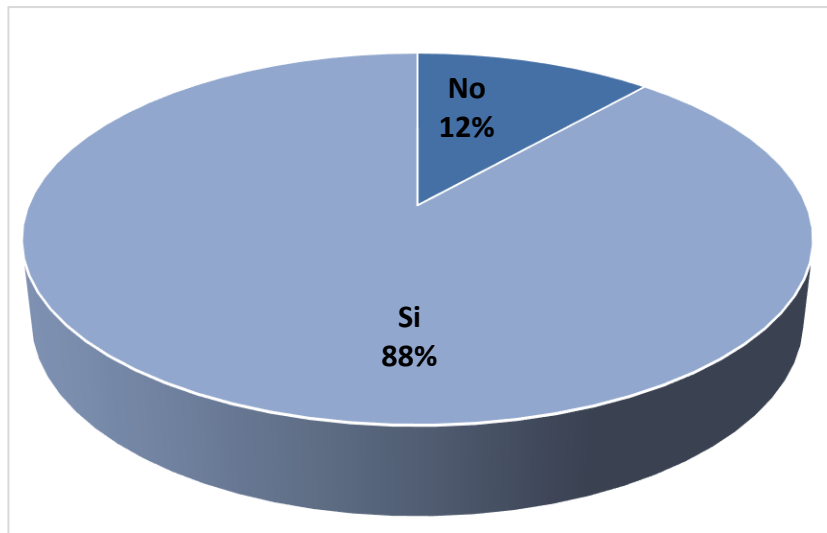
Gráfico 12. Contribución de la CCC para el crecimiento del negocio.



Fuente: Elaboración del autor

Los microempresarios perciben que después del programa de “Ruta Micro para la Formalización”, la CCC ha continuado el proceso de acompañamiento a través de otros programas que han fortalecido su negocio.

Gráfico 13 Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento del negocio a través de otros programas.



Fuente: Elaboración del autor

De esta primera parte del análisis descriptivo se puede logra identificar que las empresas que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” en un alto porcentaje, 96%, reconocen la importancia de estar formalizados y un 75% no encuentra mayor dificultad al continuar formalizado, adicionalmente, el 75% de las empresas aún continua activa, esto es muy importante si se tiene en cuenta que el promedio de vida de una empresa en Colombia es de 5 años (Domínguez, Julián 2017) y que la cultura de la informalidad es más fuerte teniendo en cuenta que le aliviana a los comerciantes cargas onerosas de impuestos, seguridad social, etc.; por otra parte, el 64% de las empresas ha manifestado que logró acceso a nuevos mercados, en donde un 41% manifestó que lo ha logrado modernamente, un 19% considerablemente y un 5% considera que ha sido mucho; variable muy importante y de alto impacto para el programa debido a que uno de sus objetivos era lograr que las empresas que se formalizaran logaran ampliar la oferta de sus productos o servicios a nivel local, regional y nacional, gran parte de esto se logró hacer con la invitación y participación de estas empresas de forma preferencial en los programas y eventos de

fortalecimiento realizados por la Cámara de Comercio como fueron: las Macroruedas de Negocios, y Exponegocios en sus primeras versiones. En cuanto a la segunda variable de impacto para medirla en los ingresos, se logró identificar que el 70% de las empresas percibieron que sus ingresos aumentaron clasificadas así: 51% manifestó que moderadamente, 17% manifestó que considerablemente y un 2% manifestó que mucho mejoraron sus ingresos con la participación en el programa; esto es importante si se tiene en cuenta que un alto porcentaje de estas empresas no llevaban un control de sus costos, ingresos y gastos y el programa les facilitó organizar su contabilidad para que pudieran determinar sus ventas y ganancias al finalizar el año.

6.8.2 Análisis de la relación de dependencia o independencia entre las variables de estudio

6.8.2.1 Pruebas de dependencia para variables cualitativas.

Con el propósito de establecer la dependencia o independencia de las variables tratadas, se usaron las siguientes pruebas:

- Chi-cuadrado de Pearson
- Exacta de Fisher.
- U de Mann-Whitney

A continuación, se presenta brevemente en qué consiste cada una de las pruebas.

Chi-cuadrado de Pearson

La prueba Chi-Cuadrado de Pearson se usa para probar si dos variables cualitativas están o no asociadas empleando tablas de contingencia. El estadístico se puede escribir como:

$$\chi^2 = \sum_{ij} \frac{(fo_{ij} - fe_{ij})^2}{fe_{ij}}$$

Donde:

fo_{ij} : es la frecuencia observada de la ij -ésima casilla.

fe_{ij} : es la frecuencia esperada de la ij -ésima casilla.

Se rechazará la hipótesis nula de independencia cuando χ^2 calculado sea mayor que el χ^2 crítico (valor de la tabla). Los grados de libertad gl vienen dados por $gl = (i - 1)(j - 1)$.

Prueba exacta de Fisher

La prueba exacta de Fisher es una técnica válida para variables cualitativas tanto para datos nominales u ordinales, siempre que la muestra sea pequeña. Se caracteriza porque no utiliza una aproximación de probabilidad sino la distribución de probabilidad exacta de la configuración de las frecuencias observadas.

Como para totales marginales fijos, la distribución de probabilidad de las frecuencias observadas sigue una ley hipergeométrica, en el caso de que las dos variables observadas sean independientes la probabilidad p de obtener cualquier disposición de las fo_{ij} viene dada por:

$$p = \frac{(fo_{11} + fo_{12})! (fo_{21} + fo_{22})! (fo_{11} + fo_{21})! (fo_{12} + fo_{22})!}{fo_{11}! fo_{12}! fo_{21}! fo_{22}! N!}$$

Donde

N : es el tamaño de la muestra.

Se rechazará la hipótesis nula de independencia si el valor p es menor a 0,05. La prueba de Fisher se usa cuando alguno de los valores de la tabla de contingencia es cero.

Prueba U de Mann-Whitney

Es una prueba no paramétrica de comparación de dos muestras independientes, esta prueba es utilizada cuando se quiere comparar dos grupos de rangos medidos en escala ordinal y determinar que la diferencia sea significativa estadísticamente.

$$U = \min(U_1, U_2)$$

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - \sum R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - \sum R_2$$

U_1 y U_2 = valores estadísticos de U Mann-Whitney.

n_1 = tamaño de la muestra del grupo 1.

n_2 = tamaño de la muestra del grupo 2.

R_1 = sumatoria de los rangos del grupo 1.

R_2 = sumatoria de los rangos del grupo 2.

De los dos valores de U calculados, se elige el más pequeño y se comparan con los valores críticos de U Mann-Whitney

Transformándolos a la distribución normal se encuentran los p.valores asociados de tal forma que si $P < 0.05$ se rechaza H_0 de independencia y si $P > 0.05$ se rechaza H_a de dependencia.

6.8.2.2. Resultados del análisis de dependencia entre variables del estudio

Las tablas de contingencia y las distintas pruebas realizadas se presentan a continuación

Tabla 7. Resumen de relaciones entre variables

Variable 1	Variable 2	Prueba usada	p-valor
Conocimiento del concepto de formalización empresarial	Contribución del programa al negocio	U de Mann-Whitney	0,055
	Contribución de CCC para el crecimiento de su negocio	U de Mann-Whitney	0,022

Conocimiento de los requisitos de formalización	Dificultades de formalización para el negocio	Chi-cuadrado de Pearson	0,018
	Importancia de formalización	Chi-cuadrado de Pearson	0,078
	Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas	Chi-cuadrado de Pearson	0,000
Dificultades de formalización para el negocio	Contribución al acceso a nuevos mercados	U de Mann-Whitney	0,014
	Contribución al incremento de ingresos	U de Mann-Whitney	0,007
	Contribución del programa al negocio	U de Mann-Whitney	0,073
	Estado actual de formalización del negocio	Chi-cuadrado de Pearson	0,063
	Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas	Chi-cuadrado de Pearson	0,012
Estado actual de operatividad	Contribución al incremento de ingresos	U de Mann-Whitney	0,075
	Estado actual de formalización del negocio	Chi-cuadrado de Pearson	0,000
Estado actual de formalización del negocio	Contribución al acceso a nuevos mercados	U de Mann-Whitney	0,001
	Contribución al incremento de ingresos	U de Mann-Whitney	0,000
	Contribución del programa al negocio	U de Mann-Whitney	0,009
	Contribución de CCC para el crecimiento de su negocio	U de Mann-Whitney	0,014
	Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas	Chi-cuadrado de Pearson	0,035
Acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas	Contribución al acceso a nuevos mercados	U de Mann-Whitney	0,000
	Contribución al incremento de ingresos	U de Mann-Whitney	0,004
	Contribución del programa al negocio	U de Mann-Whitney	0,004
	Contribución de CCC para el crecimiento de su negocio	U de Mann-Whitney	0,000

Fuente: Elaboración del autor

La tabla N° 7 muestra el **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

Según la prueba indicada se realiza la comparación de grupos de respuestas sí o no versus los otros grupos de respuesta.

Las pruebas se realizaron para todos los cruces posibles de variables, sin embargo, en esta tabla se muestran las relaciones entre variables que dieron estadísticamente significativas, es decir, que están relacionadas.

Para las variables cualitativas nominales (sí o no) se utilizó la prueba chi-cuadrado de Pearson y para las variables cualitativas ordinales se utilizó la prueba U de Mann-Whitney. En los casos en los cuales, la tabla de contingencia tenía ceros, se utilizó la prueba exacta de Fisher, sin embargo, en ninguno de estos casos fue significativa esta relación.

De la tabla N° 7 se puede concluir que:

- El grado que considera le aportó el programa para su negocio, es diferente si conoce el concepto de formalización empresarial
- El grado que considera le aporta la CCC para el crecimiento de su negocio, es diferente si conoce el concepto de formalización empresarial
- El grado en que considera amplió sus oportunidades de acceder a nuevos mercados, es diferente si considera que existen dificultades para formalizar su negocio
- El grado que considera que incrementó sus ingresos, es diferente si considera que existen dificultades para formalizar su negocio
- El grado que considera le aportó el programa para su negocio, es diferente si considera que existen dificultades para formalizar su negocio
- El grado que considera que incrementó sus ingresos, es diferente si considera importante formalizar su negocio
- El grado en que considera amplió sus oportunidades de acceder a nuevos mercados, es diferente si su negocio actualmente se encuentra formalizado

- El grado que considera que incrementó sus ingresos, es diferente si su negocio actualmente se encuentra formalizado
- El grado que considera le aportó el programa para su negocio, es diferente si su negocio actualmente se encuentra formalizado
- El grado que considera le aporta la CCC para el crecimiento de su negocio, es diferente si su negocio actualmente se encuentra formalizado
- El grado en que considera amplió sus oportunidades de acceder a nuevos mercados, es diferente si considera que la CCC ha brindado acompañamiento para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas
- El grado que considera que incrementó sus ingresos, es diferente si considera que la CCC ha brindado acompañamiento para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas
- El grado que considera le aportó el programa para su negocio, es diferente si considera que la CCC ha brindado acompañamiento para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas
- El grado que considera le aporta la CCC para el crecimiento de su negocio, es diferente si considera que la CCC ha brindado acompañamiento para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas
- Existe una relación entre el conocimiento de los requisitos de formalización y la percepción sobre las dificultades para formalizarse.
- Existe una relación entre el conocimiento de los requisitos de formalización y la percepción de importancia por formalizarse.

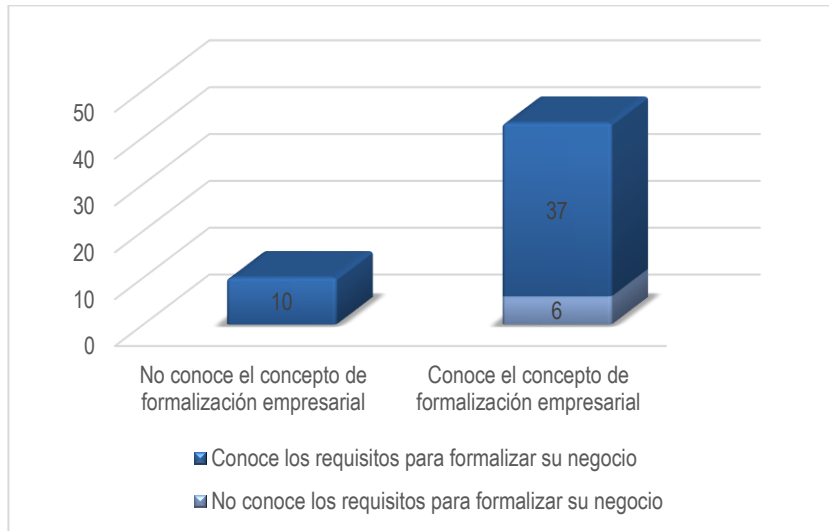
- Existe una relación entre el conocimiento de los requisitos de formalización y el acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas.
- Existe una relación entre la percepción de dificultades de formalización para el negocio y el estado actual de formalización de la microempresa
- Existe una relación entre la percepción de dificultades de formalización para el negocio y el acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas.
- Existe una relación entre el estado actual de formalización del negocio y la continuidad en la operación del negocio.
- Existe una relación entre el estado actual de formalización del negocio y el acompañamiento de la CCC para el fortalecimiento de su negocio a través de otros programas.

6.8.2.3 Análisis descriptivo de la relación de dependencia entre variables.

Aproximadamente el 70% de los microempresarios que participaron en el programa “Ruta Micros para la Formalidad” ubicados en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca, conocen el concepto de formalización empresarial y los requisitos para formalizar su negocio. En otros casos, por ejemplo, el 18% de ellos no conocen el concepto de formalización empresarial, pero conocen los requisitos para formalizarse. De igual forma, el 11% conocen el concepto de formalización, pero no los requisitos necesarios para formalizarse. Ninguno de los microempresarios manifestó desconocer tanto el concepto de formalización como sus requisitos.

Al usar la prueba exacta de Fisher para conocer si existe una dependencia entre estas variables, se puede concluir que, no hay evidencia suficiente para indicar que exista una relación entre el conocimiento que tenga el microempresario sobre el concepto de formalización y el conocimiento sobre los requisitos necesarios para la formalización, es decir, como se evidenció en los porcentajes anteriormente explicados, existe independencia entre el conocimiento de ambos temas.

Gráfico 14. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y conocimiento de los requisitos para la formalización.

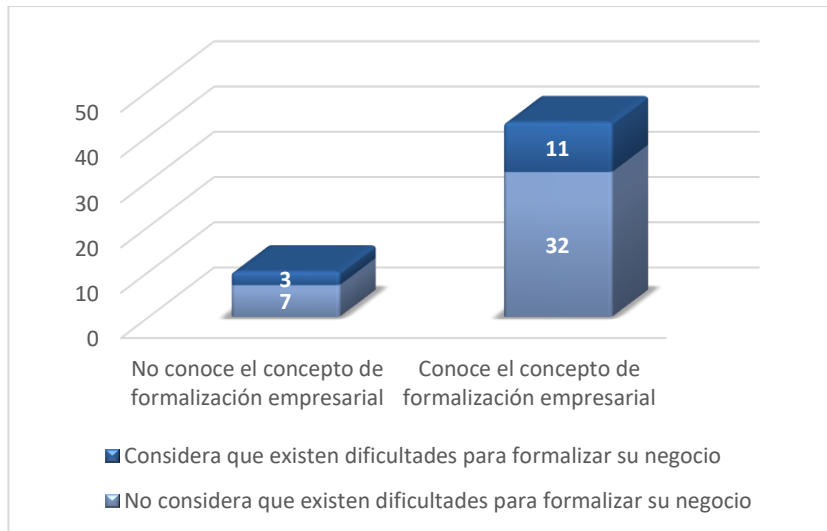


Fuente: Elaboración del autor

Aproximadamente el 60% de los microempresarios que conocen el concepto de formalización no perciben dificultades para la formalización del negocio. En contraste, el 21% que conocen también el concepto, si perciben dificultades. En el caso en el cual los microempresarios desconocen el concepto de formalización, se distribuyen entre el 13% que no percibe dificultades y el 6% que si las percibe. Al usar la prueba Chi-cuadrado para comprobar la dependencia entre variables, se

evidencia que independientemente del conocimiento que se tenga sobre la formalización, los microempresarios perciben o no dificultades.

Gráfico 15. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y percepción sobre las dificultades de formalizar su negocio.

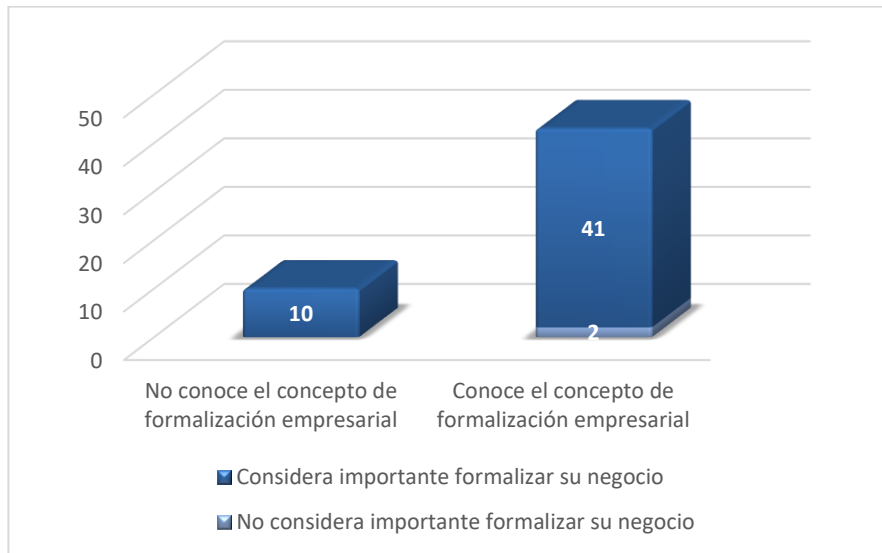


Fuente: Elaboración del autor

El 77% de los microempresarios conocen el concepto de formalización y consideran importante formalizarse. En contraste, el 19% de los microempresarios no tienen conocimiento del concepto de formalización, pero consideran importante formalizar el negocio. Solo el 4% de los microempresarios que conocen el concepto de formalización, no les parece importante formalizarse.

Al aplicar la prueba de dependencia, no existe evidencia de que dichas variables estén asociadas, es decir, independiente del conocimiento que se tenga sobre el concepto de formalización, los microempresarios consideran que la formalización es importante o no.

Gráfico 16. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y percepción sobre la importancia de formalizar su negocio.

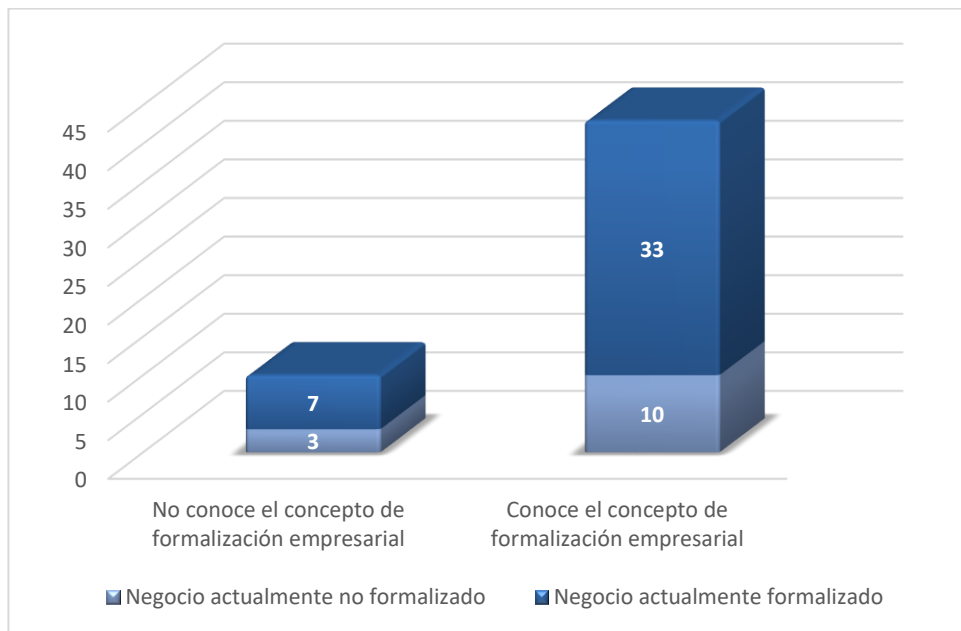


Fuente: Elaboración del autor

El 62% de los microempresarios que conocen el concepto formalización, tienen formalizado su negocio. En comparación con el 18% que pese a conocer el concepto de formalización, no están formalizados. Existen un grupo de microempresarios, 13%, que, si bien no conocen el concepto de formalización, pero están formalizados, y un 4% de los microempresarios que no conocen el concepto y además no están formalizados.

La prueba de dependencia arrojó que no hay evidencia suficiente para indicar que exista una relación entre conocer el concepto de formalización y el estado de formalización de la microempresa actualmente.

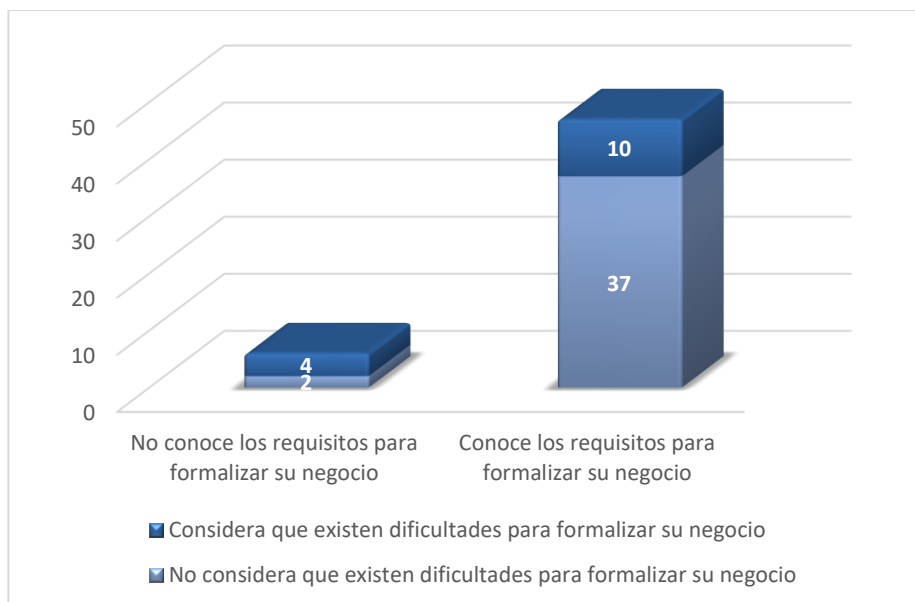
Gráfico 17. Relación entre el conocimiento sobre el concepto de formalización y el estado actual de formalización de la microempresa.



Fuente: Elaboración del autor

El 70% de los microempresarios que conocen los requisitos para formalizar el negocio no encuentran dificultades para formalizarse. Mientras que el 19% señala que conoce los requisitos y que existen dificultades para la formalización del negocio. Por otra parte, los que no conocen los requisitos, se distribuyen entre los que consideran que existen dificultades (7%) y los que no consideran que existen dificultades para lograr la formalización (4%). La prueba de dependencia chi cuadrado arrojó que hay evidencia que indica la relación entre el conocimiento de los requisitos para formalizar el negocio y la percepción de dificultades para formalizar el negocio.

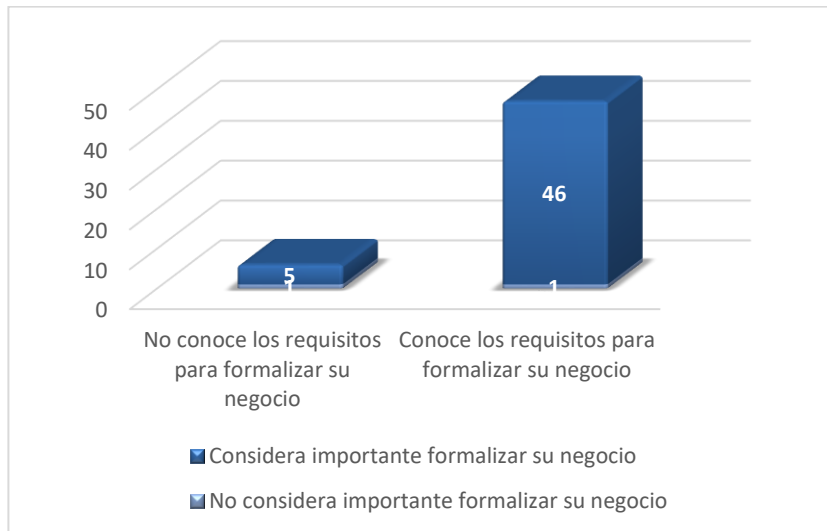
Gráfico 18. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y la percepción de dificultades para formalizar el negocio.



Fuente: Elaboración del autor

El 87% de los microempresarios conocen los requisitos para formalizar su negocio y consideran importante formalizarse. En contraste el 9% de los que no conoce los requisitos, considera que es importante. Según la prueba de dependencia de la chi-cuadrado, existe una relación entre el conocimiento de los requisitos para formalizar el negocio y la percepción de importancia de la formalización. En particular, si se conoce cuáles son los requisitos para formalizarse, los microempresarios consideran importante formalizarse.

Gráfico 19. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y la percepción de importancia de formalizar el negocio.



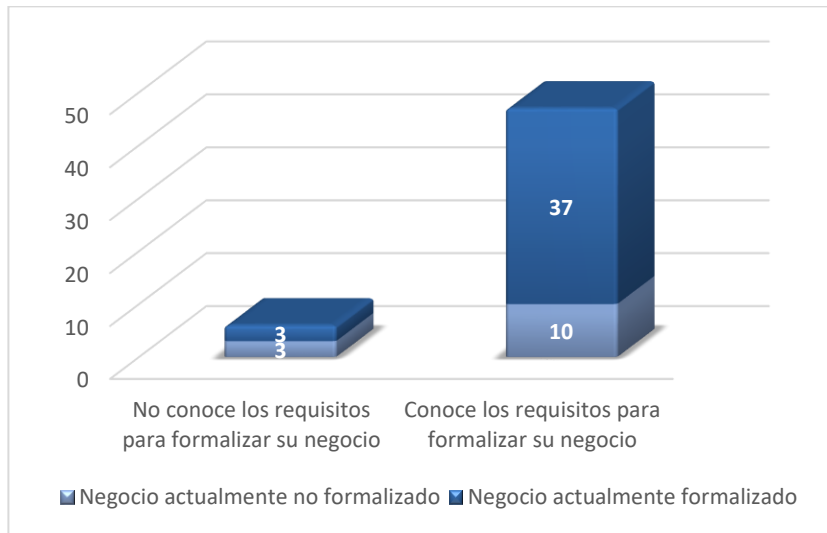
Fuente: Elaboración del autor

El 70% de los microempresarios conocen los requisitos para formalizados y actualmente su microempresa se encuentra formalizada. El 19% si bien conoce los requisitos no se encuentra formalizado. El 11% que no conoce los requisitos de formalización, se distribuye homogéneamente entre negocios formalizados y no formalizados.

De acuerdo con los resultados de la prueba chi-cuadrado de Pearson, se puede concluir que, no hay evidencia suficiente para indicar que exista una relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y el estado de formalización de la microempresa actualmente. Es decir, independientemente de conocer los requisitos para la formalización o no, la microempresa actualmente puede estar formalizada. Por ejemplo, como se evidenció anteriormente, se dan casos donde se conocen los requisitos para formalizarse, no obstante, el negocio no se encuentra

formalizado, y casos donde se desconocen los requisitos para formalizarse, pero el negocio está formalizado. Esto quizás podría explicarse porque terceros realizan el proceso de formalización.

Gráfico 20. Relación entre conocer los requisitos necesarios para la formalización y el estado actual de la microempresa

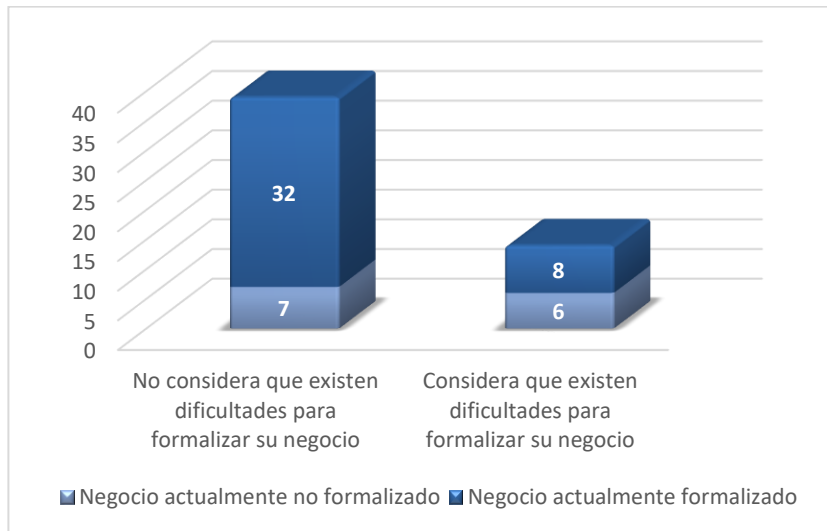


Elaboración del autor

El 60% de los microempresarios no consideran que existen dificultades para formalizarse y actualmente su negocio se encuentra formalizado. Mientras que el 13% no indicó dificultades para formalizarse, pero su negocio no se encuentra formalizado. El 26% restante que considera que existen dificultades para la formalización, el 15% está formalizado y el 11% no lo está.

Según los resultados de la prueba chi-cuadrado de Pearson, se puede concluir que, esta relación existe, es decir, si se perciben dificultades en la formalización empresarial, esto influye en el estado actual de formalización de la microempresa.

Gráfico 21. Relación entre percepción de dificultades de la formalización empresarial y el estado actual de formalización de la microempresa

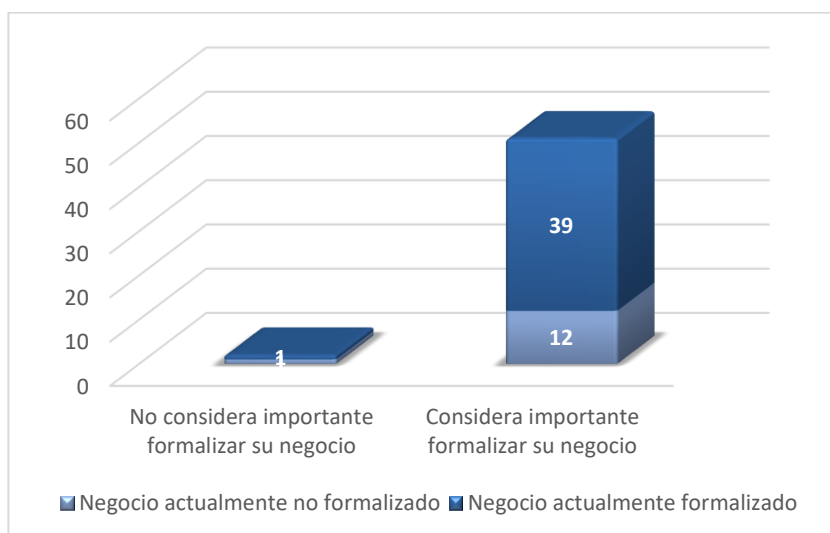


Fuente: Elaboración del autor

Se esperaría que, si una persona percibe la importancia de formalizarse, su microempresa esté efectivamente formalizada y lo mismo en el caso contrario, es decir, sino se percibe la importancia de estar formalizado, efectivamente no lo esté. Esto se cumple para el 73% de los microempresarios, los cuales consideran que es importante estar formalizado y efectivamente están formalizados, sin embargo, un 23% también considera importante formalizarse, pero su negocio lo está.

En este sentido, la prueba chi-cuadrado de Pearson arroja que no hay suficiente evidencia para encontrar una relación entre los negocios formalizados y la percepción de importancia de formalizarlos, es decir que, independientemente de la importancia que le asignó el microempresario a estar formalizado, éste podría formalizarse o no.

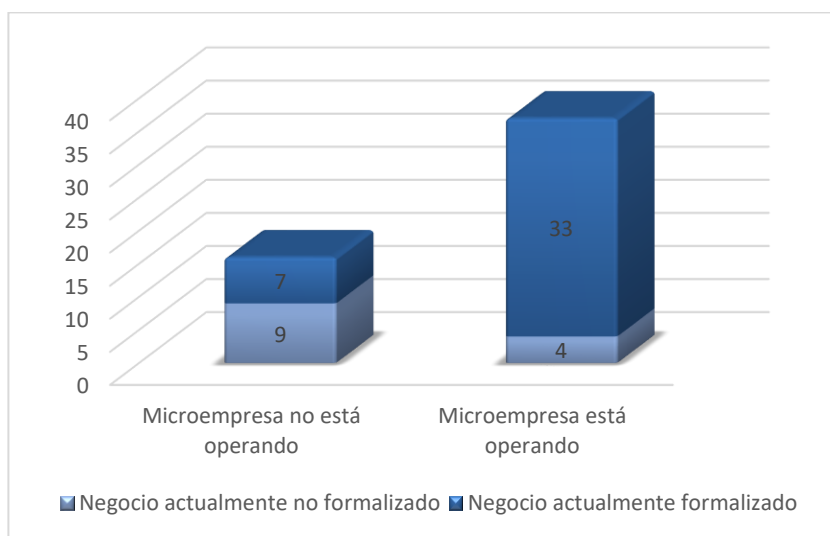
Gráfico 22. Relación entre percepción de importancia de la formalización empresarial y el estado actual de formalización de la microempresa



Fuente: Elaboración del autor

El 63% de los microempresarios cuya microempresa actualmente está en operación, se encuentra también formalizada. Solo un 7% de los negocios en operación no están formalizados. Y el 17% de los negocios no formalizados no están operando. Es decir, existe una relación entre la continuidad de la microempresa y la formalización, la cual se ve corroborada con la prueba de dependencia chi-cuadrado. En este sentido, la formalización dependerá, y como es lógico, de si la microempresa esté en funcionamiento.

Gráfico 23. Relación entre la existencia actual del negocio y el estado de formalización de la microempresa



Elaboración del autor

6.9 Desarrollo de un plan de acompañamiento y seguimiento para las microempresas que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” y se acogieron a la propuesta de formalización empresarial.

7. Justificación

El proceso de acompañamiento y seguimiento se entiende como un generador de cambio que tiene como principal propósito consolidar la base del tejido empresarial de la ciudad ubicado en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca que hicieron parte de la “Ruta Micros para la Formalidad” y que sienten que el haber participado en este programa les dio las herramientas necesarias para conocer la importancia de la formalización empresarial, les permitió implementar buenas prácticas para sus negocios en los campos comercial, finanzas y de organización, de tal manera que a la fecha han visto traducido en resultados positivos el logro del incremento en sus ventas, el ser reconocidos como empresas formales y la oportunidad de llegar a nuevos mercados que antes no tenían la posibilidad al descubrir, lo que les da la oportunidad de abarcar más y mejores espacios para sus productos y servicios. Será entonces tarea de la Cámara de Comercio de Cali que asuma su liderazgo frente a estas empresas, y las demás que hicieron parte del programa, identificando aquellas con potencial de crecimiento para que sean incluidas en los diferentes programas que la Cámara tiene y que les permita a ellas continuar creciendo rentable y sosteniblemente.

Una manera de lograr establecer campañas de “formalización focalizada”, aunque no es la única, es concentrarse en aquellas empresas que puedan ser parte de las seis iniciativas clúster que impulsa la Cámara de Comercio de Cali: Belleza y Cuidado Personal, Bioenergía, Excelencia Clínica, Macrosnacks, Proteína Blanca y Sistema Moda; y las demás que la Cámara logre identificar con potencial para el desarrollo económico y empresarial de la región. Como iniciativa para el 2018 tiene la creación de un nuevo clúster alrededor del sector de la construcción, el cual busca aglutinar todas las empresas relacionadas de forma directa con las actividades de construcción y adecuación de espacios urbanos, en Cali y el Valle del Cauca.

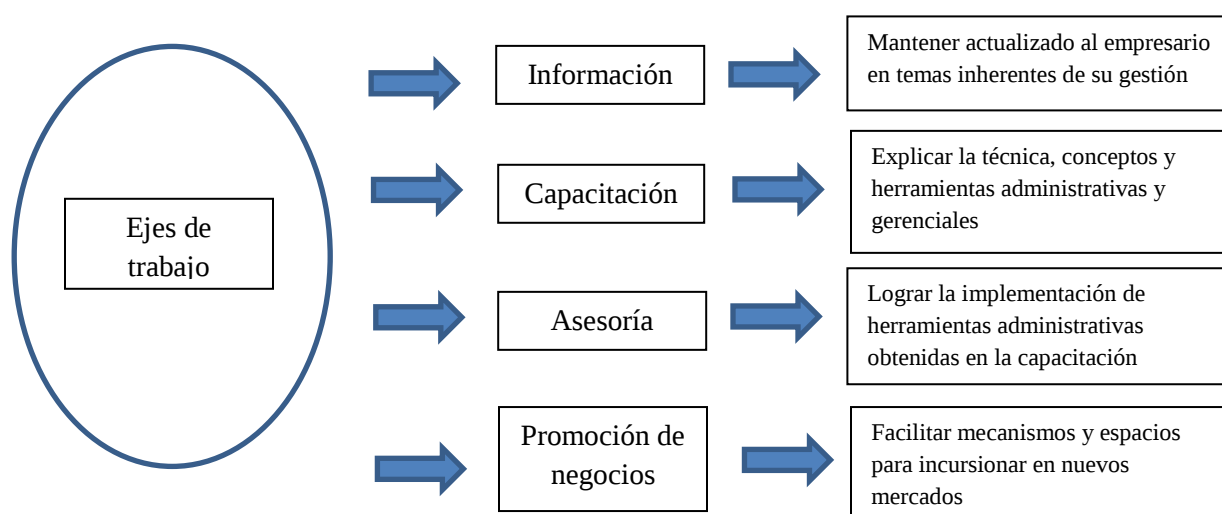
Por otro lado; a continuación, se mencionan otras formas para acompañar a los empresarios que hicieron parte del programa de formalización:

- A través de las alianzas con instituciones como el SENA y la Alcaldía de Cali y las Alcaldías de los municipios pertenecientes a su jurisdicción, pero este tipo de alianzas deben ser de largo plazo y a refrendados a través de normas expedidas por parte de los respectivos Consejos Municipales y no dejarlos al interés o discreción del gobierno de turno. Con este tipo de alianzas se busca obtener recursos para financiar iniciativas y lograr con el SENA programas de capacitación y fortalecimiento en aspectos que los empresarios requieren y que la Cámara no puede ofrecerles.
- Trabajando con las unidades de emprendimiento de las universidades, lo que permitirá crear espacios de participación que permita a los nuevos empresarios explorar sus capacidades innovadoras y creativas necesarias para el diseño de una idea de negocio; asimismo, capacitar a los nuevos empresarios para diseñar su plan de negocio, base fundamental para proyectar la viabilidad de la empresa
- Por último, generando convenios para que las empresas formalizadas logren obtener recursos a través del Fondo Emprender, el cual es un fondo de capital semilla cuyo objeto exclusivo es el de financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que, para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado.

Modelo de Asesoría, Acompañamiento y Seguimiento

A partir del conocimiento de las empresas que hicieron parte del programa “Ruta Micros para la Formalidad” se hace necesario realizar un filtro de aquellas empresas con potencial de crecimiento, sobre todo aquellas empresas que sean motor de desarrollo: empleo, tecnología, remuneración, innovación, entre otras, de tal manera que se logre con esto dinamizar la economía local y consolidar el tejido empresarial: Dicha propuesta establecería cuatro ejes fundamentales:

Ilustración 2 Ejes de trabajo



Elaboración del autor

Seguimiento

Objetivo

Obtener información de las acciones implementadas para la toma de decisiones y proporcionar un seguimiento que facilite la evaluación de estas acciones.

Líneas de acción:

- Establecer indicadores con los que se acceda a la información sobre los avances de las empresas que participen en los programas de la Cámara de Comercio.
- Revisión de las acciones que las empresas están implementando y que puedan medir el impacto de estas acciones en su crecimiento y sostenibilidad.

8. Conclusiones

Al medir el impacto que tuvo al “Ruta Micros para la Formalidad” desarrollada por la Cámara de Comercio de Cali específicamente para las empresas formalizadas durante el periodo 2008 – 2013 ubicadas en las comunas 13, 14, 15 y 21 del distrito de Aguablanca se puede concluir:

1. La estrategia utilizada por la Cámara de Comercio de Cali para formalizar las 275 empresas objeto de este estudio fue la correcta, puesto que de ellas aún están activas el 70%, es decir, 193 empresas continúan funcionando, si bien es cierto que apenas el 75% de estas, o sea, 145 empresas, están formalizadas el hecho de haber recibido la formación en la “Ruta Micros para la Formalidad” les ha servido para continuar con su actividad comercial; especialmente si se tiene en cuenta que la vida promedio de una empresa es de cinco años.
2. A pesar que las barreras para la formalización siempre estarán presentes para los empresarios, es importante resaltar que las mismas no han sido un impedimento para que las empresas que se formalizaron a través del programa continúen en esta categoría, es decir, no han percibido nada negativo al encontrarse formalizados, al contrario, han sido más las ventajas que han encontrado al estar formalizados a si no lo hubieran hecho.
3. La Cámara de Comercio de Cali fue muy acertada para enfrentar la informalidad al desarrollar el programa “Ruta Micros para la Formalidad”, desafortunadamente cuando comenzó a implementarse se abarcaron unidades productivas de diferentes comunas, diferentes tipos de actividad comercial, es decir no hubo una segmentación por tipo de servicios o actividad, por ello es importante realizar una formalización focalizada, es decir, concentrarse en empresas que presenten una mayor oportunidad de crecimiento que sea rentable y sostenida en el tiempo; si bien las empresas formalizadas en las comunas objeto de

estudio aún está activas, el 70%, sólo un pequeño porcentaje de ellas pueden ser generadora de mejores ingresos, empleo formal, dinamizadora de la cadena productiva, tal es el caso de las peluquerías, los restaurantes y los almacenes dedicados al comercio de ropa de vestir.

4. Fue importante el aprendizaje de la Cámara de Comercio Cali con su proceso de formalización empresarial; la primera lección significativa fue que evidenció es que los negocios no se podían abordar de la misma forma y, la segunda lección, que era indispensable comprender que la formalización es un proceso continuo, que se da de diferentes maneras dependiendo de la actividad que desarrolla el empresario y de los requisitos legales que se le imponen para avanzar en su proceso de crecimiento. Así mismo, la Cámara de Comercio fue determinante para la creación del “Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca” el cual lo logró en convenio con la Alcaldía de Santiago de Cali y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, pues este centro logró activar la prosperidad de los habitantes del Distrito, partiendo de sus necesidades y con un trabajo en equipo constante con la comunidad, escuchando sus iniciativas, validando los programas y empoderándolos en el proceso; buscando el fortalecimiento de sus capacidades y oportunidades, para lograr alcanzar una mejor calidad de vida, mayor seguridad pública, interacción social y crecimiento económico
5. Por último, el programa “Ruta Micros para la Formalidad” impactó positivamente en el 75% de las empresas formalizadas y que continúan activas, es decir, en 193 de 275 de ellas; en primer lugar, se sabe que el promedio de vida de una empresa en Colombia es de 5 años, y estas empresas se han mantenido por cerca de 9 años y mínimo 5 años; adicionalmente, el programa les ha permitido incrementar sus ingresos, así lo manifestó el 70% de los encuestados, y el 64% de ellos manifestó que ha accedido a nuevos mercados; por lo

anterior, se puede inferir que el programa cumplió con sus objetivos, aunque pudo haber sido mejor el resultado si desde el inicio se realiza una formalización focalizada.

9. Recomendaciones

Como recomendaciones se pueden mencionar las siguientes:

1. Que la Cámara de Comercio de Cali continúe ofreciendo programas a las empresas informales que aún se encuentran en esta situación para que puedan obtener los beneficios que la formalidad les puede ofrecer como son: acceso a nuevos mercados, acceso al sistema financiero, mejoramiento de sus ingresos y costos, fomento del empleo, fortalecimiento de la seguridad social.
2. Que la Cámara de Comercio participe a través de Confecámaras en la formulación al Gobierno Nacional de Leyes que promuevan la formalización a través de incentivos económicos vía disminución de tributos.
3. Que la Cámara de Comercio de Cali promueva convenios con entidades gubernamentales y/o entidades multilaterales que permitan fortalecer la formalización y el emprendimiento de nuevas unidades comerciales que sean rentables y sostenibles en el tiempo.
4. Que la Cámara de Comercio de Cali continúe realizando formalización focalizada, es decir, que segmenten este proceso de formalización hacia las empresas que tengan potencial de crecimiento, sostenibilidad y que a la vez permita el desarrollo de la cadena productiva de su sector.

Bibliografía

- Aiyagari, R. (1994). Uninsured idiosyncratic risk and aggregate saving. *Quarterly Journal of Economics*, 109:659–684.
- Bustamante I, M., & Bayter H, M. (2013). Colombia.
- Cárdenas, Mauricio, y Mejía, Carolina. “Informalidad en Colombia: Nueva Evidencia”. Working Papers Series. No. 35. Fedesarrollo. Bogotá, Colombia. 2007.
- Cárdenas, Mauricio, y Rozo, Sandra. “Análisis de la Informalidad Empresarial en Colombia”. Mimeo. Fedesarrollo. Bogotá, Colombia. 2007.
- Cárdenas, Mauricio, y Rozo, Sandra. “Informalidad empresarial en Colombia: Problemas y soluciones”. DESARROLLO Y SOCIEDAD. Bogotá, Colombia. 2009.
- Cámaras de Comercio de Cali & MinCIT. (2008 -2013). Programa Nacional de Formalización y Fortalecimiento Empresarial. Ruta Micros para la Formalidad. Cali.
- Confecámaras. “Impacto de la formalización empresarial en Colombia”. 2011.
- Dane. Metodología informalidad Gran encuesta Integrada de Hogares – GEIH -, 2009
- Dane, Censo Económico de Cali – Yumbo 2005, Censo de población 2005, Colombia.
- De Soto, Hernando (1989) “The other path: The Invisible Revolution in the Third World”. Harper Collins.
- Fedesarrollo. “Informalidad empresarial en Colombia: alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos. 2008.
- Fred R David, y David R. Forester. “Conceptos de Administración Financiera”. Decimoquinta Edición. 2017.
- Gaviria, A. (2004). Ley 789 de 2002: ¿funcionó o no? Technical report, Documentos CEDE No. 45. Universidad de los Andes.
- Henao, Martha; Rojas, N. y Parra A. “El mercado laboral urbano y la informalidad en Colombia: Evolución reciente”. *Revista Planeación y Desarrollo*, Volumen XXX, Número 2, abril-junio, 1999.
- Klinger C. (2011). “Conectivismo” A new paradigm for the mathematics anxiety challenge? *Adults Learning Mathematics. An International Journal*,.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Iniciación formal de la actividad empresarial, guía básica.” 2011.
- Mejia, & Posada. (2007). Borradores de economía

- Núñez, J. (2004). Éxitos y fracasos de la reforma laboral. Technical report, Universidad de los Andes.
- Ortíz, Carlos H. y Uribe, Ignacio. “Informalidad laboral en el área metropolitana de Cali 1992-1998”.
- Perry. (2007). Informality: Exit and Exclusion.
- Quiroz P, O. (2015). Aglomeración empresarial y eficiencia técnica: un enfoque de frontera estocástica en la producción para Bogotá. Bogota.
- Santa María, M. y Rozo, S. (2009). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia: Desarrollo y Sociedad.
- Schneider, F. (2007). The shadow economies in middle and south america and their influence on the official economy: What do we know? Mimeo, Johannes Kepler University of Linz.
- Secretaría Distrital de Planeación. “Análisis de informalidad empresarial para la ciudad de Bogotá, 2015.
- Universidad ICESI. Centro de investigación en economía y finanzas. “Una mirada descriptiva a las comunas de Cali”. 2007.
- Uribe J I, & Ortiz C H . (2006). Informalidad laboral en Colombia 1988-2000: evolución, teorías y modelos. Cali: Universidad del Valle.
- Vélez, Francisco. “Estudio sobre la informalidad y las MIPYMES en Colombia: Análisis y Propuestas.” ANDI. Bogotá, Colombia. 2006.
- World Bank (2010). Informality in colombia: Implications for worker welfare and firm productivity. Report No. 42698-CO.
- Ydrovo Echeverry, Carolina. “Informalidad empresarial en Colombia: un obstáculo a la distribución creativa. 2010.

9 Webgrafia.

<http://www.ccc.org.co/revista-accion-ccc/aguablanca-si-prospera>

http://www.ccc.org.co/categoria_articulo/seis-camaras-comercio-del-pais-se-unen-comprender-la-informalidad-empresarial/

<http://www.ccc.org.co/la-informalidad-oportunidad/>

<http://www.elpais.com.co/economia/en-colombia-la-vida-promedio-de-una-empresa-es-de-5-anos-corfecamaras.html>

<http://www.enter.co/especiales/empresas/barreras-emprendimiento-en-colombia/>

Anexos

Listado de empresas

Cantidad	Núm. Matricula	Nombre / razón social	Comuna	Fecha Matricula	Descripción CIUU
1	772870	AGUIRRE VASQUEZ MARGARITA MIRYAM	13	2008	peluquería y otros tratamientos de belleza
2	773747	BENITEZ VALENCIA JOSE GILBERTO	13	2008	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
3	354828	ACERO DE VILLA LUCILA	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
4	548397	SARRIA MARIA LEONILDE	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
5	754588	ARCILA SANCHEZ LEIDY JOHANNA	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
6	754905	VILLEGAS GONZALEZ AMPARO	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
7	755040	SALINAS GUERRERO JOHN ALEXANDER	13	2009	actividades de impresión
8	756076	MAYA ZAMBRANO RUBEN DARIO	13	2009	tratamiento y revestimiento de metales; mecanizado
9	762468	QUIÑONES BENITEZ JIMY ALEXANDER	13	2009	comercio al por menor de productos textiles en

					establecimientos especializados
10	763618	DISEÑOS SEXAPEAL S.A.S	13	2009	comercio al por mayor de prendas de vestir
11	764221	LONDOÑO RAMIREZ MARIA EUCARIS	13	2009	expendio a la mesa de comidas preparadas
12	765661	CANGA JACKELINE J.C	13	2009	elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería
13	767550	VASQUEZ MILLAN NODIER	13	2009	actividades teatrales
14	770019	MURILLO CAICEDO ALEXANDRA	13	2009	Otros tipos de educación n.c.p.
15	770181	RENTERIA RIVAS ELIZABETH	13	2009	fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel
16	770278	QUIÑONES MURILLO DEIRA TOMAZA	13	2009	Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.
17	771195	MARIN SANTAMARIA PEDRO ANTONIO	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
18	771208	DUQUE MUÑOZ SANDRA	13	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
19	772134	MENDOZA BELTRAN ALVARO	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
20	772464	ARIZA PAEZ OSCAR DIDIER	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
21	773289	CUADRADO CRUZ CECILIA	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco

22	773588	ORTIZ MORENO LUZ EDITH	13	2009	comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
23	773693	CARDONA GARCIA EDITH	13	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
24	774017	GOMEZ CRUZ JAIR	13	2009	comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios
25	777175	HERRERA CORRALES MARIA GLORIA	13	2009	comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
26	778348	MENDEZ DE PASAJE ROSA MARIA	13	2009	Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.
27	787909	GIRALDO VALENCIA ADRIANA MILENA	13	2010	elaboración de productos de panadería
28	789003	OSORIO DE ZAMBRANO OLIVA	13	2010	comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados
29	789329	ECHEVERRY RUIZ YOLANDA	13	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
30	789669	DAVILA MORALES ORLANDO	13	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
31	791709	UCHIMA GARCIA GLORIA EUGENIA	13	2010	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
32	792853	DELGADO SACHICA LUZ STELLA	13	2010	comercio al por menor de productos textiles en

					establecimientos especializados
33	794991	ROJAS GOMEZ CONSUELO	13	2010	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
34	770163	AGUDELO BRAVO LUZ EDITH	13	2011	fabricación de otros productos elaborados de metal ncp
35	820063	PAREDES ALVEIRO ANTONIO	13	2011	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.
36	827709	MOLINA DE MORENO MERCEDES ROSA	13	2011	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
37	354857	GALLEGO DE RAMIREZ ORFA	13	2012	expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
38	616330	GOMEZ GIRALDO LUZ MARINA	13	2012	comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
39	771438	MORAN MARIA CONSUELO	13	2012	comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados
40	773921	GIRALDO SALAZAR GILDARDO ALONSO	13	2012	elaboración de productos de panadería
41	783646	COMERCIALIZADORA GILBER A. RIVERA H. LIMITADA	13	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
42	840483	DAZA RUIZ JUAN FELIPE	13	2012	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
43	843149	GARCIA LOPEZ CARMEN ELISA	13	2012	elaboración de productos de molinería

44	843260	MONTENEGRO MURILLO JHON JAIRO	13	2012	fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela
45	843262	MINA BERMUDEZ ISIS	13	2012	comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados
46	843950	TORRES ARISMENDY MARLENE	13	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
47	843956	CLAVIJO LORZA MARIA ISMAELINA	13	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
48	844029	MINA OBANDO RICARDO NELSON	13	2012	actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría tributaria
49	845008	FLOREZ HERRERA OSCAR MARINO	13	2012	construcción de edificios residenciales
50	846294	BARCO CEBALLOS JANIA	13	2012	fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
51	846547	GOMEZ GIRALDO WILLIAM NORBEY	13	2012	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
52	846564	FRANCO DIAZ LILIANA/LF	13	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
53	846827	POVEDA MARTINEZ MIGUEL ANTONIO	13	2012	Preparación y exposición de carteles de publicidad pintados y luminosos.
54	847694	PRADO PABON ANA MARIA	13	2012	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados

55	849408	BEDOYA SANCHEZ JHONNY ABEL DE JESUS	13	2012	comercio al por menor de otros productos en puestos de venta móviles
56	849738	ECOR LUIS MARTIN CARVAJAL S.A.S.	13	2012	Otras actividades de servicios personales n.c.p.
57	850125	GONZALEZ GONZALEZ SANDRA PATRICIA	13	2012	comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados
58	850287	MARTINEZ ALBA ROCIO	13	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
59	850788	HINESTROZA JOHN FREDDY	13	2012	expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
60	850923	CAICEDO CASTILLO ALFREDO	13	2012	Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
61	851140	RODRIGUEZ MOSQUERA PEDRO JOSE	13	2012	Otras industrias manufactureras n.c.p.
62	851261	ARENAS LENIS MARILYN	13	2012	educación técnica profesional
63	852093	HURTADO MICOLTA JOHN WILLIAM	13	2012	publicidad
64	852804	CHURTA CORTES JONNY FRANKLIN	13	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
65	852918	TALAGA ERAZO GLORIA	13	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
66	853228	MINA CARMEN ELISA	13	2012	elaboración de productos lácteos
67	853231	LOPEZ LONDOÑO LILIANA	13	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
68	853332	CARABALI PERLAZA ESTELA	13	2012	recuperación de materiales

69	853572	RAMIREZ BERNAL CLAUDIA PATRICIA	13	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
70	853760	LUCUMI POPO MARIA TERESA	13	2012	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
71	853845	ZAPATA CAMPOS JAIRO	13	2012	comercio al por menor de otros productos en puestos de venta móviles
72	853862	PALACIOS OCORO LILIA	13	2012	procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos
73	855253	MORENO ANDRADES YUBI	13	2012	elaboración de productos de molinería
74	855398	LOPEZ BERMUDEZ MARIA EUSEBIA	13	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
75	855446	HINESTROSA MOSQUERA OSCAR RODRIGO	13	2012	comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores
76	855636	PAZ EDWIN	13	2012	comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomesticos de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación
77	855858	MARTINEZ AGUIRRE LUIS HERNANDO	13	2012	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
78	580682	CORREA LAVERDE DUBER	13	2012	comercio al por menor de productos nuevos de consumo doméstico ncp, en establecimientos especializados
79	853285	ALVARADO NARVAEZ JOSE DAVID	13	2012	comercio al por menor de lubricantes (aceites, grasas), aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores
80	773602	MOSQUERA MIRANDA JOHN JADER	13	2013	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados

81	621412	MURILLO BONILLA ANA FELISA	13	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza
82	770019	MURILLO CAICEDO ALEXANDRA	13	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza
83	773046	ORTIZ OLIVIA	13	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza
84	773614	PULIDO MUÑOZ MARIA LUISA	13	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza
85	767550	VASQUEZ MILLAN NODIER	13	2013	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
86	865458	ROMERO VARGAS JOHN EDER	13	2013	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
87	865501	BOLAÑOS MORALES LEIDY JOHANNA	13	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza

Comuna 14

Cantidad	Núm. Matricula	Nombre / razón social	Comuna	Fecha Matricula	Descripción CIUU
1	790942	LOAIZA GABRIEL	14	2008	comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados
2	9999916	FUNDACION GRANITO DE ESPERANZA	14	2008	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
3	9999917	FUNDACION AMERICA SOCIAL ONG	14	2008	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
4	771324	CARO HURTADO MARILUZ	14	2008	expendio a la mesa de comidas preparadas

5	771967	CARDONA CASTAÑEDA DAMARIS	14	2008	peluquería y otros tratamientos de belleza
6	789762	GONZALEZ BONILLA MARIA YOLANDA	14	2008	peluquería y otros tratamientos de belleza
7	771527	VERA CURACA ELTON MILCIADES	14	2009	actividades de consultoría de gestión
8	754475	SALAZAR GRANADOS ANA MILENA	14	2009	actividades de telecomunicaciones alámbricas
9	776181	MONTERO JAIRO /J.M.	14	2009	comercio al por mayor de desperdicios, desechos y chatarra
10	755345	GARCIA TORO HUGO EFREN	14	2009	comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción
11	759820	MARTINEZ QUINTERO DANIERY	14	2009	comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados
12	755293	LAVERDE ESQUIVEL JENNY CATERINE	14	2009	comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados
13	755185	LOPEZ LOPEZ RUBY STELLA /R.S.	14	2009	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
14	771700	ANGUCHO POPO JULY JOHANNA	14	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
15	772683	BURGOS ORTIZ MARIA ISABEL	14	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
16	776200	VELEZ MIRANDA ALICIA	14	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido

					compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
17	776203	MARTINEZ TORRES REINEL	14	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
18	774281	VALENCIA MARIN EDISON	14	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
19	769689	MARTINEZ LONDOÑO YOLIMA	14	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
20	774636	BATIOJA SOLIS MARIA AMPARO	14	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
21	767105	ARANGO VALDES EDINSON ELBERT	14	2009	elaboración de productos de panadería
22	771237	OSPINA BLANDON ARLEY	14	2009	expedio a la mesa de comidas preparadas
23	774023	VALENCIA YANDI MARLENE	14	2009	expedio a la mesa de comidas preparadas
24	773899	TRIVIÑO CARLOS ALBERTO	14	2009	mantenimiento y reparación de otros efectos personales y enseres domésticos
25	771978	VALENCIA VASQUEZ LUZ ENID	14	2009	peluquería y otros tratamientos de belleza
26	788282	GONZALEZ BOTINA MARIA ELENA	14	2010	fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
27	792766	ANGULO CASTILLO OLGA LILIANA	14	2010	otras actividades de telecomunicaciones
28	792447	MILLAN ALVAREZ SORANY	14	2010	peluquería y otros tratamientos de belleza

29	771216	RIVAS REYES SANDRA YOVANA	14	2011	comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados
30	827991	LOPEZ BERMUDEZ MARIA YANETH	14	2011	fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel
31	828017	BOCANEGRA VELASCO EVERT	14	2011	fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel
32	854247	HENAO MEJIA JOHNNY FERNANDO	14	2012	actividades de apoyo terapéutico
33	853368	VALENCIA MARTINEZ JAIRO ENRIQUE	14	2012	Alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p.
34	846510	PIRA MARIN DIANA MARIA	14	2012	comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados
35	845496	MARTINEZ CAICEDO PAULA ANDREA	14	2012	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
36	846699	ASPRILLA PEÑALOSA CELESTINA EVELIA	14	2012	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
37	853147	ANGULO QUIÑONES SILVERIA FLORENTINA	14	2012	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados
38	854057	COLLAZOS CAÑAR LILIANA YANETH	14	2012	comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
39	849269	CANCINO NIETO CARLOS OLIVER	14	2012	comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados
40	855098	SALAZAR GALVIS	14	2012	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye

		KAROL LIZETH			artículos de piel) en establecimientos especializados
41	847049	MONDRAGON SANCHEZ NATALY	14	2012	comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados
42	840461	CANO SOTO LEONARDO FABIO	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
43	846571	HURTADO OROBIO MAYUDI	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
44	847243	RODRIGUEZ ORDOÑEZ ANA DELIA	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
45	848664	CANO GALEANO ALEXANDER	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
46	848783	AGUDELO MONTTOYA DIANA FERNANDA	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
47	850828	CORDOBA RODRIGUEZ RICAURTE	14	2012	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
48	843244	VENTE VALENCIA CAROLINA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
49	846242	VERGARA HOYOS JAVIER DARIO	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
50	846577	HENAO ZULUAGA LUIS ANGEL	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco

51	846678	VERGARA HOYOS LORENZO DE JESUS	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
52	848276	URRUTIA MORENO FERNEY	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
53	852418	PEREZ VELEZ AYDA MARIA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
54	852913	GOMEZ ZAPATA LUZ MARINA/L	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
55	853318	VALENCIA OBREGON DIANA ROCIO	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
56	500996	CARDONA PEREZ RAMON ILDER	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
57	844586	VARGAS BOLAÑOS LUIS ALFREDO	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
58	846313	LOPEZ ARBOLEDA NICIDA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
59	846421	MOSQUERA ORTIZ MARIA OFIR	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido

					compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
60	846508	MONTOYA CANO EVANGELINA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
61	846684	ESCOBAR HURTADO WILMAN	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
62	853311	HURTADO GUAITOTO FRANCISCA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
63	853555	HIGUITA RUBIO YESICA ANDREA	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
64	853558	MURILLO LARGACHA FRANKLIN ARTURO	14	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
65	846846	BERMUDEZ HOLGUIN ERVIN JOHASON	14	2012	comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios
66	851854	RENTERIA MARIA DEL CARMEN	14	2012	confección de artículos con materiales textiles, excepto prendas de vestir
67	843962	AVENDAÑO ROLDAN ELDA NUR	14	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
68	843195	VALENCIA HURTADO	14	2012	elaboración de productos de panadería

		DORIS ELIZABETH			
69	853569	COLLAZOS CAÑAR OLGA LUCIA	14	2012	elaboración de productos de panadería
70	853281	TORRES CHANTRE TEODOLINDA	14	2012	expendio a la mesa de comidas preparadas
71	853283	DE LA CRUZ ROMELIA	14	2012	expendio a la mesa de comidas preparadas
72	853376	RENTERIA CUERO NORA ELENA	14	2012	expendio a la mesa de comidas preparadas
73	848803	CABEZAS TORRES SARA LUISA	14	2012	expendio de alimentos preparados en el sitio de venta
74	846516	GARCIA MURILLO DANE	14	2012	fabricación de partes y piezas de madera, de carpintería y ebanistería para la construcción
75	855479	OSPINA MONTTOYA ADRIANA MARCELA	14	2012	mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática
76	846427	MERCADO VALENCIA ALEX MAURICIO	14	2012	Otras actividades de servicios personales n.c.p.
77	849683	PINEDA ARAGON NIDIA	14	2012	Otras industrias manufactureras n.c.p.
78	849024	SANCHEZ ANTONIO RICAURTE	14	2012	Otros tipos de educación n.c.p.
79	847120	CARVAJAL BORRERO RAUL	14	2012	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
80	854149	GALVIS ORTIZ ANGELICA	14	2012	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
81	846526	APONTE CASTRO NUBIA MILETH	14	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
82	846689	RAMOS ZAMORA CLAUDIA PATRICIA	14	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza

83	853264	VIVEROS PANAMEÑO ANA MARIELA	14	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
84	853391	CORTES ESPAÑA SOCORRO	14	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
85	853738	NORIEGA PERDOMO MARTHA CECILIA	14	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
86	853446	HIGUITA DAVID JAIME ALBERTO	14	2012	preparación del terreno
87	846298	JORDAN DAGUA JENNIFER JULIETH	14	2012	procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos
88	846520	SANCHEZ CHICA JHONN EDUIN	14	2012	servicio de transmisión e intercambio de datos
89	846528	CAMAYO BANBAGUE MARIA ZENAIDA	14	2012	servicio de transmisión e intercambio de datos
90	853573	RUBIO ELIANA MARIA	14	2012	servicio de transmisión e intercambio de datos
91	848776	CAMACHO VALLECILLA JAIME	14	2012	trabajos de instalación de equipos
92	771527	VERA CURACA ELTON MILCIADES	14	2013	comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados
93	866011	HENAO DURAN GABRIEL FRANCISCO	14	2013	comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados
94	771993	QUIÑONEZ COABU CLAUDIA PATRICIA	14	2013	comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados

95	771237	OSPINA BLANDON ARLEY	14	2013	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
96	865579	ERAZO PAZ EZEQUIEL	14	2013	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
97	773055	RODRIGUEZ BLANCA GLADIS	14	2013	expendio a la mesa de comidas preparadas
98	865527	SHOES D PARRA	14	2013	fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel
99	771216	RIVAS REYES SANDRA YOVANA	14	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza
100	771978	VALENCIA VASQUEZ LUZ ENID	14	2013	peluquería y otros tratamientos de belleza

Comuna 15

Cantidad	Núm. Matricul a	Nombre / razón social	Comun a	Fecha Matricul a	Descripción CIUU
1	773514	BERNAL RICO DERLY	15	2008	fabricación de calzado ncp
2	771303	CARVAJAL CARDONA LUIS TIBERIO	15	2008	fabricación de calzado ncp
3	9999915	COOPERATIV A MULTIACTIV A DE TRANSPORTE PUBLICO EN MOTOCARRO S DE COLOMBIA	15	2008	transporte vehicular
4	773193	DURAN VELASCO	15	2008	expendio a la mesa de comidas preparadas

		MARTHA ELIANA			
5	411644	RIVERA MARIA BEATRIZ	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
6	470977	PERDOMO AMEZQUITA ALBA LUZ	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
7	754830	MOSQUERA PEDRAZA LUIS FELIPE	15	2009	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
8	756254	PABON DOMINGUEZ GIOVANNY JESUS	15	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
9	770186	CHANTRE IBARRA LUIS HERNANDO	15	2009	comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados
10	770232	ALVAREZ DE GUACHETA DAMARIS	15	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
11	770256	VALVERDE SONIA DE JESUS	15	2009	comercio al por mayor de prendas de vestir
12	770940	BERNAL GARCIA MANUEL SALVADOR	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
13	770962	BERNAL WILFER ASLEY	15	2009	actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales
14	770973	GOMEZ GOMEZ	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no

		RUSBERT ADER			especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
15	770979	HERNANDEZ HECTOR M	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
16	771287	CORTES NINCO LUZ DARY	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
17	771432	ORTIZ ANGULO MARIA DE JESUS	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
18	771628	ARREDONDO DE SIERRA ELVIA LUCIA	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
19	771679	ORTIZ CALVO JORGE ARLES	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
20	771891	RINCON MONTES BEATRIZ	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
21	771988	CANCHIMBO BALANTA ALBA MARIA	15	2009	elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas

22	772184	CARDENAS PUCHANA CECILIA	15	2009	tejeduría de productos textiles
23	773639	ALARCON CAICEDO CATHERINE	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
24	773699	POLO FLOREZ RUBEN ANTONIO	15	2009	actividades de consultoría de gestión
25	773831	REYES DE GONZALEZ GLADYS	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
26	774007	GUERRERO MEJIA GERARDO ANTONIO	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
27	774078	OSPINA OSPINA MARIA SURAGNY	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
28	774332	RUBIO MORALES VIVIANA	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
29	774455	ORTIZ NAIVER	15	2009	comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
30	774717	ARCOS VEGA FRANCIA ELENA	15	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
31	775016	FLOR HERNANDEZ	15	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido

		ROCIO EUCARIS			compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
32	778687	FILIGRANA SERRATO AMPARO	15	2009	fabricación de tejidos de punto y ganchillo
33	787306	ZAMUDIO GOMEZ ALBA MARIA	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
34	787877	GARCIA VELASCO MERCEDES	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
35	788938	CABUYALES QUIÑONES ROSA ELENA	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
36	788997	REYES ORTEGA ANA JULIA	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
37	789362	ESPOSITO GIRALDO GLADIS	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
38	789635	GONZALEZ VALENCIA PAOLA ANDREA	15	2010	comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados
39	789688	ARENAS MONTES NELLY	15	2010	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente

					por alimentos, bebidas o tabaco
40	764894	CAICEDO ARBOLEDA FABIO NELSON	15	2011	actividades de impresión
41	769730	ROSAS DORRONSOR O CARLOS ARTURO	15	2011	fabricación de calzado ncp
42	827039	GRUESO MARIEN AMANDA	15	2011	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
43	842868	RAMOS DIAZ GRANADOS JOKABEL DEL SOCORRO	15	2012	expendio a la mesa de comidas preparadas
44	843238	OSPINA GONZALEZ MONICA CRISTINA	15	2012	expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
45	843871	TENORIO TOVAR LILIANA	15	2012	peluquería y otros tratamientos de belleza
46	845936	SULES MARTINEZ NORA LILIANA	15	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
47	846230	ASTUDILLO JUAN CARLOS /JC	15	2012	comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios
48	848710	VICTORIA CONCHA YINA ISABEL	15	2012	comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
49	848785	VENTE CHALA LUCY	15	2012	expendio de alimentos preparados en el sitio de venta
50	848797	CORTES CASTAÑO AVERSALAIN	15	2012	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
51	849367	ANGULO DELGADO BENITO	15	2012	Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.

52	849432	CASTILLO MURILLO JOHN ANDERSON	15	2012	mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática
53	849507	SANCHEZ MOSQUERA HELMER	15	2012	comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados
54	849562	ARIAS MOLINA NORALBA	15	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
55	849784	CARDENAS DE RAMIREZ MARIA LILIA	15	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
56	850100	HERNANDEZ ZAPATA URIEL AUGUSTO	15	2012	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
57	851257	VILLEGAS GARCIA JOSE RUBIEL	15	2012	comercio al por mayor de calzado
58	852193	CALDON TUMIÑA DAVID	15	2012	comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
59	852954	MANYOMA GONZALEZ JORGE	15	2012	fabricación de pinturas, barnices y revestimientos similares, tintas para impresión y masillas
60	853590	PATIÑO OCAMPO HUGO DE JESUS	15	2012	servicio de transmisión e intercambio de datos
61	855526	ORDOÑEZ CHALA CARLOS ALBERTO	15	2012	comercio al por mayor de prendas de vestir
62	855605	PEÑA GIRALDO CARMEN TULIA	15	2012	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos

					de piel) en establecimientos especializados
63	855828	ERAZO PORTILLA MARGOTH AMANDA	15	2012	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
64	849340	MOSQUERA MOSQUERA JOSE HELEODORO	15	2012	expendio a la mesa de comidas preparadas, en cafeterías
65	855397	MENDEZ MARGARITA	15	2012	elaboración de otros productos alimenticios ncp
66	771986	OSORIO OLAYA AIDA LUZ	15	2013	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
67	470977	PERDOMO AMEZQUITA ALBA LUZ	15	2013	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
68	772586	REBOLLEDO HERNANDEZ CLAUDIA ESTER	15	2013	expendio a la mesa de comidas preparadas
69	771891	RINCON MONTES BEATRIZ	15	2013	comercio al por mayor de prendas de vestir
70	411644	RIVERA MARIA BEATRIZ	15	2013	expendio a la mesa de comidas preparadas
71	864342	INDI CREATIVOS SAS	15	2013	actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas) otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos, procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas, portales web
72	869999	VALENCIA ARIAS BEATRIZ LUCIA	15	2013	comercio al por mayor de prendas de vestir

Cantida d	Núm. Matricul a	Nombre / razón social	Comun a	Fecha Matricul a	Descripción CIUU
1	754836	GUTIERREZ LOZANO YELSON	21	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
2	755909	BOTERO NARANJO WALTER ARNULFO	21	2009	elaboración de productos de panadería
3	755968	ARANGO GOMEZ LUZ EDITH	21	2009	confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
4	763197	GRANADA BEDOYA SANDRA MILENA	21	2009	peluquería y otros tratamientos de belleza
5	771106	GOMEZ GERARDO ANTONIO GA	21	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
6	771423	NIMERO ARRUBLA OLGA	21	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
7	771572	CORTES SEVILLANO BLANCA MORAIMA	21	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
8	772457	MEJIA GARCIA PABLO EMILIO	21	2009	gestión de instalaciones deportivas
9	772703	GARCIA OMAIRA	21	2009	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por

					productos diferentes de alimentos (víveres en ge
10	774032	SANCHEZ MONTENEGRO MARIA FERNANDA	21	2009	comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
11	775024	MARIN MURILLO ARNOLD MAURICIO	21	2009	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
12	777179	ESCOBAR DE LA TORRE LAURA VANESSA	21	2011	otras actividades empresariales ncp
13	826796	SUAREZ PILLIMUE YENIFER	21	2011	servicio de transmisión e intercambio de datos
14	485979	CRUZ MACIAS CENaida	21	2012	comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en ge
15	843197	ALVAREZ ANGEL MARTHA LILIANA	21	2012	elaboración de productos de panadería
16	845945	ARIAS TORO JORGE WALTER	21	2012	comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados