



Informe especial #1

—

Negocios tradicionales y de subsistencia: **aproximaciones a una realidad local**



Cámara de
Comercio de
Cali

fundación
wwb
Colombia

• Resumen

El siguiente documento presenta una caracterización del emprendimiento informal en la ciudad de Cali, con base en 1803 pequeños negocios que han participado en los programas liderados por la Cámara de Comercio de Cali y la Fundación WWB Colombia entre los años 2018 y 2019. Para ello se usa una metodología que permite una aproximación a la descripción del sector informal clasificando los negocios de subsistencia y en tradicionales en la ciudad de Cali. Los primeros se caracterizan por ser liderados por personas que atravesaron una coyuntura económica que los obligo a dedicarse a una actividad económica con alta variabilidad en los ingresos del día a día, y como resultado tienen un bajo nivel de productividad. Por su parte, los tradicionales determinan su actividad económica con base en la experiencia del líder del negocio, mantienen el mismo lugar para su funcionamiento en el tiempo y están interesados en el crecimiento del negocio, aunque no cuentan con estrategias claras para lograrlo. Como principales hallazgos se encontró que, en Cali este tipo de negocios **son liderados en su mayoría por mujeres (76%), con grados de escolaridad entre secundaria y técnica (67%), tienen ingresos por ventas inferiores a 1 SMMLV (50%) con un promedio de ventas mensual de \$795.833 COP ubicados principalmente en sectores de comercio (26%) y servicios (25%)**. Adicionalmente, las principales falencias que presentan están relacionadas con la ausencia de registros de información de las principales variables financieras del negocio (57%); en concordancia con lo anterior, no cuentan con mecanismos confiables para la toma de decisiones en sus negocios con base en datos e información. Finalmente es importante destacar la persistente brecha de ingresos entre los negocios liderados por hombre y mujeres, donde los primeros venden 5 veces más que las mujeres.

¹ **Cámara de Comercio de Cali.** Entidad privada de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro, que trabaja por una región más próspera que genere mejor calidad de vida para sus habitantes. Más información en: www.ccc.org.co

² **Fundación WWB Colombia.** La Fundación WWB Colombia es una organización autónoma, sólida e independiente que trabaja para cerrar brechas de desigualdad para las mujeres y promover su participación activa en el desarrollo económico. A través de sus tres pilares estratégicos, Personas, Conocimiento y Negocios, la Fundación promueve el desarrollo de capacidades personales y empresariales, fomenta la generación de conocimiento de calidad a través de la investigación y analítica, e invierte en proyectos de impacto social.. Más información en: <https://www.fundacionwwbcolombia.org/>

● Contexto:

¿Por qué es importante conocer los negocios tradicionales y de subsistencia?

Al momento de hablar de pequeños negocios, en especial los que se crean como respuesta a una necesidad económica, es importante destacar que no todos presentan las mismas características. Debido a que dentro de esta categoría se identifican algunos que tienen mayores oportunidades de crecimiento, la Cámara de Comercio de Cali ha distinguido los negocios de subsistencia y tradicionales dentro de la gran categoría de negocios de necesidad, buscando establecer programas enfocados a cada sector buscando su crecimiento y desarrollo.

Según el CONPES 3956, los negocios de subsistencia se caracterizan por ser liderados por personas que se encuentran o encontraban atravesando una coyuntura que disminuye su generación de ingresos, además tienen alta variabilidad en sus ingresos del día al día y requieren un acompañamiento integral hacia el líder del negocio para potenciar sus habilidades. Por su parte, los negocios tradicionales, desarrollan su actividad económica con base en la experiencia del líder del negocio, la cual mantienen a través del tiempo al igual que el lugar donde operan, ya que actúa como un elemento clave para su posicionamiento en el mercado. Para estos negocios la tradición es la norma e impera el statu quo, teniendo como consecuencia la baja productividad.

Ahora bien, en Colombia el 92% del tejido empresarial está conformado por pequeños negocios (Confecámaras, 2019), que en su mayoría desarrollan actividades informales y tienen un impacto significativo en el Producto Interno Bruto (PIB); aproximadamente del 35%. En los últimos años, este tipo de emprendimientos se ha constituido como una importante fuente de autoempleo en el país, generando ingresos para el 47,2% de la población, que encuentran en estos negocios una alternativa por diversas razones, entre ellas, los problemas de vinculación al mercado laboral formal generados por su poca experiencia, habilidades bajas, u otras (Pineda, 2014).



Reconociendo su importancia, el DANE implementa la encuesta de micronegocios para entender sus principales características, encontrando para 2020, que en su mayoría se componen por emprendimientos unipersonales (88%), ubicados en el sector económico de servicios (51%) y comercio (35%). Además, que funcionan al interior de la vivienda, no llevan registros de sus cuentas (69,2%) y cuentan con una antigüedad mayor a los 5 años (59%).

Teniendo en cuenta esto, en 2017 se ejecutó el proyecto “Formalización empresarial para la competitividad regional en Colombia”, liderado

por el BID-LAB y coordinado por la Cámara de Comercio de Cali. El análisis realizado en alianza con 5 cámaras de comercio evidenció que las características, necesidades y fortalezas de las microempresas nacionales es diverso. Debido a esto se segmentó y caracterizó estas empresas entregando herramientas para su fortalecimiento con base en sus realidades, contexto, nivel de crecimiento, madurez, mentalidad de quienes las lideran y otras particularidades, los cuales se explican en la Ilustración 1 y fueron incorporados en el documento CONPES 3956- Política de formalización y desarrollo empresarial³.

Ilustración 1. Identificación cuatro segmentos empresariales.



³ Este CONPES no está dirigido a unidades productivas de subsistencia, las cuales se componen, en su mayoría, por trabajadores cuenta propia que no tienen un emplazamiento fijo, varían su negocio periódicamente y no crean oportunidades de empleo (Schoar, 2010). Para esta población, se desarrollará una política complementaria de inclusión productiva. Como se verá más adelante, una proporción significativa de los micronegocios puede interpretarse como unidades de subsistencia del sector informal de la economía.

Introducción

En el Valle del Cauca hay un ecosistema de entidades que trabajan por el fortalecimiento y desarrollo de las microempresas, entre ellas la Cámara de Comercio de Cali (CCC) y la Fundación WWB Colombia (FWWB), las cuales las acompañan y brindan una serie de ayudas para su desarrollo, consolidación y crecimiento. La Cámara de Comercio de Cali está enfocada en negocios tradicionales y empresas en crecimiento, ya que estas cuentan con el potencial necesario para adoptar las herramientas que les brinda la entidad. En tanto, la Fundación WWB Colombia enfoca sus esfuerzos en el apoyo a pequeños negocios tanto tradicionales como de subsistencia, orientándose especialmente al mejoramiento de las capacidades personales y empresariales de las emprendedoras.

El siguiente documento presenta una caracterización de los emprendimientos que han participado en los programas liderados por ambas instituciones entre

los años 2018 y 2019, aproximando una descripción del sector informal de subsistencia y tradicional en la ciudad de Cali. Este busca ser referente para futuros ejercicios de profundización, que permitan facilitar el diseño de políticas, proyectos e iniciativas que atiendan mejor a las necesidades de este tipo de negocios, dada su importancia en términos económicos y sociales. Está organizado en 6 secciones. La primera relaciona las características sociodemográficas de las personas, la segunda presenta las principales características de los negocios, la tercera un análisis de los principales errores que comenten este tipo de negocios denominados los pecados de la microempresa, la cuarta indaga sobre el comportamiento de los emprendimientos en relación con el número de pecados cometidos y la quinta expone los principales hallazgos de la clasificación de negocios en tradicionales y subsistencia, finalmente la sexta presenta las principales conclusiones y recomendaciones.

Metodología

Se recolectaron datos de 1803 emprendedores de la ciudad de Cali, de los cuales 1315 corresponden a los pequeños negocios acompañados en Prospera⁴ y 488 a usuarias(os) que han participado en el programa de capacitación Yarú⁵. La información de Prospera se recolectó por parte de los asesores empresariales, como parte de una línea de base al inicio del acompañamiento. En tanto la

información de Yarú fue recolectada a través de dos instrumentos, uno de caracterización sociodemográfica la cual es autodiligenciada y otro de diagnóstico del negocio levantada con acompañamiento de un asesor comercial. La información fue procesada a través de los softwares R y Excel. Para el análisis se normalizaron los datos y se realizaron cruces simples, así como cálculo de estadísticas descriptivas y una segmentación para clasificar los negocios en tradicionales y de subsistencia.

⁴ Prospera: Programa gratuito liderado por la Cámara De Comercio De Cali que brinda acompañamiento, asesoría y formación para aumentar los ingresos de los negocios. Más información en: <https://www.ccc.org.co/landing/prospera/>

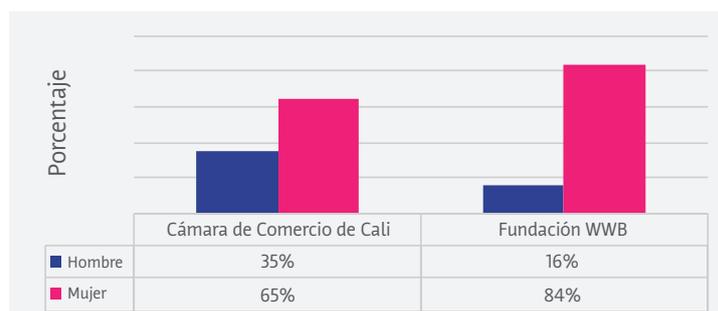
⁵ Yarú: Programa de capacitación presencial de la Fundación WWB Colombia. Con 4 niveles, busca impulsar y proyectar negocio a través del fortalecimiento de capacidades personales y empresariales.

Características sociodemográficas

Conocer las principales características de las personas y negocios, acompañados a través de los programas de capacitación orientados al fortalecimiento empresarial, permite generar procesos coherentes, con un impacto positivo que trasciende al ámbito netamente empresarial. A continuación, se presentan las características sociodemográficas en relación con: género, nivel educativo, grupo étnico y estrato socioeconómico de los empresarios.

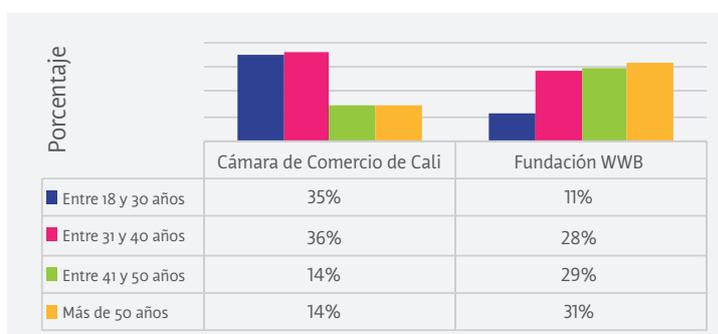
Como presenta el Gráfico 1, los negocios son liderados principalmente por mujeres. La mayor participación de ellas en actividades de emprendimiento, es en parte, el resultado de las brechas de género en los mercados laborales formales. De acuerdo con ONU Mujeres (2020), entre 2009 y 2019 la brecha de participación laboral por género sólo se redujo en 2 puntos porcentuales pasando de 23% a 21%, manteniéndose la mayor participación para los hombres (74%) frente a las mujeres (53%). Entre las barreras que limitan la participación de las mujeres se destacan: 1) la poca flexibilidad que ofrece el mercado laboral para conciliar el trabajo productivo y reproductivo; 2) la división sexual del trabajo; y 3) los estereotipos de género que asigna a las mujeres en las actividades del hogar y de cuidado (trabajo no remunerado). Debido a esto se generan incentivos para que ellas elijan el emprendimiento - principalmente de necesidad-, como una opción de generación de ingresos. Por lo que sus negocios tienden a ser de tamaños pequeños (Reza et al, 2013).

Gráfico 1. Distribución por género de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Gráfico 2. Distribución por rangos de edad de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



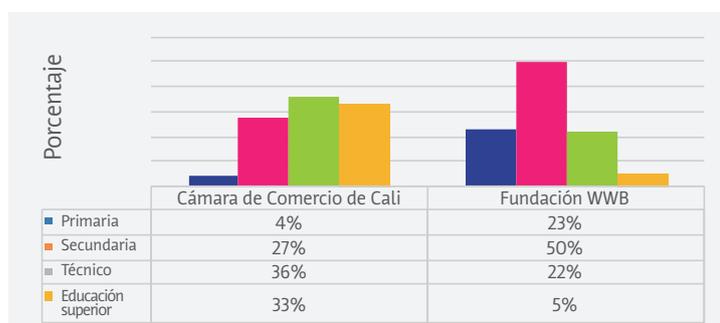
Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Al analizar los rangos de edad de la población acompañada, en el Gráfico 2 se identifica, una participación importante en los rangos de más de 40 años, edades en las que la inserción al mercado laboral formal sobrepone distintas barreras. Adicionalmente se destaca una participación importante en las personas entre los 18 y 30 años, quienes pueden encontrar el emprendimiento como un estilo de vida. Teniendo en cuenta lo anterior el GEM, (2019), identifica que las personas en los rangos inferiores de edad se ubican

principalmente en negocios nacientes y los de mayor edad en negocios establecidos, indicando la existencia de una relación entre la edad de la persona y del negocio. Adicionalmente resalta que las personas de menor edad emprenden porque logran identificar una oportunidad en el mercado.

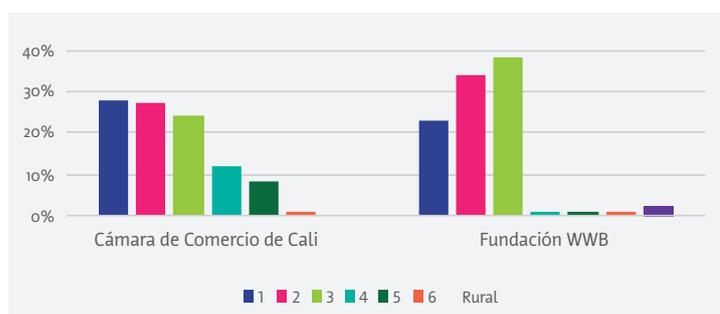
En relación al nivel educativo de las personas caracterizadas, el Gráfico 3 permite identificar una alta concentración en secundaria y técnica (67%). Aspecto que podría marcar una diferencia en el tipo de actividades en el que se enmarcan los emprendimientos,

Gráfico 3. Distribución por grados de escolaridad de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Gráfico 4. Distribución del estrato socioeconómico de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

así como la organización, la proyección de crecimiento y formalización de las unidades productivas. Según Polis (2019) se identifica una relación inversa entre los grados de escolaridad, la actividad económica y las condiciones de la persona, en la medida en que las personas con bajos niveles educativos tienden a ubicarse en actividades económicas de menor intensidad de capital con menores barreras de entrada como servicios y comercio los cuales tienen a su vez menores márgenes de rentabilidad en comparación con el sector industrial y el de tecnología (Saavedra y Camarena, 2015). Por su parte, el GEM (2018), destaca que las personas que cuentan con un mayor grado de escolaridad emprenden porque logran identificar una oportunidad de mercado con potencial de crecimiento.

Es importante destacar, que un mayor grado de escolaridad no exime a las mujeres de ocuparse en actividades más informales. De acuerdo con el Informe Nacional de Empleo Inclusivo (INEI, 2019), en Colombia es mayor la proporción de mujeres que alcanzan títulos de formación superior en los niveles de tecnólogo, profesional, especialización y maestría en comparación con los hombres. Aun así, pese a que las mujeres cuentan con mayores grados de escolaridad, presentan tasas de desempleo más altas (5.3 pp por encima de los hombres). Lo anterior, da cuenta de un problema estructural que desemboca en la desigualdad que enfrentan las mujeres en los mercados de trabajo, lo cual impulsa a estas a emprender y/o vincularse en actividades informales.

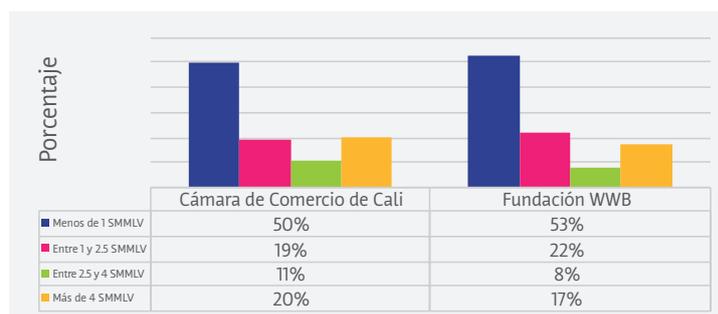
Finalmente, al analizar el nivel socioeconómico, el Gráfico 4 evidencia que el 80% de la población se concentra en los estratos 1, 2 y 3. Suarez (2011), destaca que la discriminación en el acceso a empleos formales se acentúa en los estratos socioeconómicos bajos, caracterizados por bajos niveles educativos, que ven el emprendimiento como una alternativa de generación de ingresos.

Características de los negocios

El Gráfico 5 muestra que en promedio el 50% de los negocios tienen ventas inferiores a un salario mínimo, con un promedio mensual de \$795.833 COP. Dichos valores corresponden a ingresos totales por ventas y no a utilidades netas, ya que no se han descontado todos los costos que implica el proceso de producción y comercialización. En línea con lo anterior, si los ingresos generados en estos negocios son la única fuente de sostenimiento del hogar, estos podrían ser insuficientes para cubrir los gastos básicos, reflejando el alto grado de vulnerabilidad, principalmente económica, de estas personas. Como ejemplo de lo anterior, para las personas atendidas por el Plan Reactívale de la FWWB⁶ el 81% de los hogares tienen un alto grado de dependencia ante los ingresos provenientes del negocio, en la medida en que para el 46% estos son la fuente principal de ingresos y para el 45% complementan el sustento personal o del hogar.

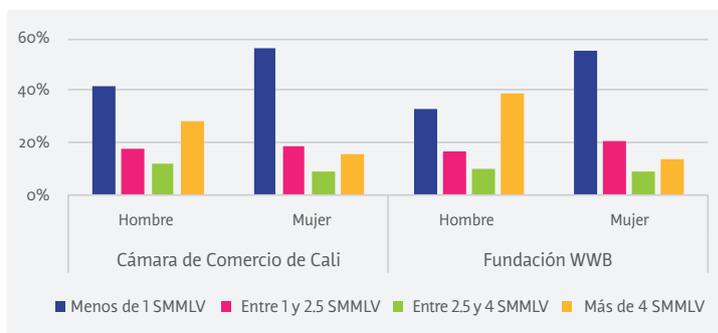
Por otro lado, el Gráfico 6 muestra que el 76% de las mujeres cuentan con negocios de menor tamaño (Menos de 1 SMMLV- Entre 1 y 2 SMMLV), mientras que los hombres (45%) tienen una mayor concentración en los negocios de mayor tamaño (Entre 2.5 y 4 SMMLV-Más de 4 SMMLV). Adicionalmente, los hombres venden en promedio \$5.799.188 COP, el doble de las mujeres⁷. Este comportamiento se asocia a que los emprendimientos liderados por mujeres se enfrentan a mayores barreras en comparación con los hombres. Por ejemplo, las mujeres tienen un menor acceso al

Gráfico 5. Distribución del tamaño de los negocios de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Gráfico 6. Distribución de ingresos por ventas mensuales según género de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

crédito de la banca tradicional, debido a que las entidades financieras tienden a negárselo, en la medida en que no cuentan con activos de respaldo, por ello deben recurrir a medios de financiamiento informales, como los ahorros propios (Saavedra, Camarena, 2015). Esto actúa como un limitante para el crecimiento de los negocios, además

⁶ Es un plan de asistencia transitoria desarrollado por la FWWB Colombia en el marco de la crisis sanitaria por la Covid-19.

⁷ Las ventas de mujeres corresponden a \$2.482.501 COP.

porque no hacen parte de redes comerciales y de fortalecimiento empresarial, limitando su desarrollo y crecimiento (Heller, 2010).

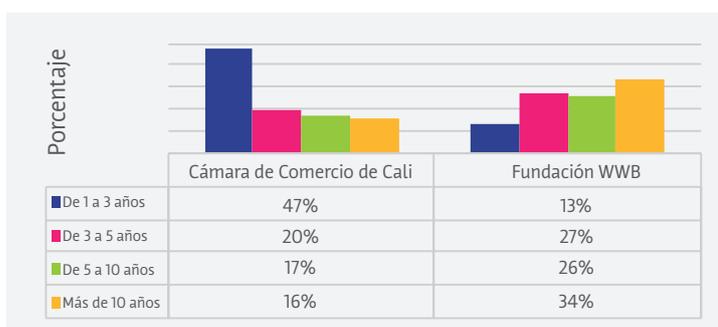
En lo que respecta al sector económico en el que se ubican estos negocios, se identifica una distribución similar entre los sectores de: comercio (26%) y servicios (25%) presentándose una mayor participación del sector de manufactura o industria (38%). Los resultados anteriores difieren un poco de la concentración a nivel nacional, debido a que servicios, con el 50%, es el sector de mayor concentración, seguido de comercio con el 35% y el industrial con el 14% (DANE, 2020).

Por otro lado, analizando la antigüedad de los negocios se encuentra que hay una concentración en las unidades productivas en los rangos entre 1 y 3 años y con más de 5 años. Existiendo una relación positiva entre la edad de las personas y la antigüedad de los emprendimientos, donde las personas

entre 18-35 años se ubican en negocios nacientes y los de más de 40 años en negocios establecidos (GEM, 2019) hipótesis que se confirma al analizar la información en la medida en que la población acompañada por la CCC se concentra en los de menor edad (71%) siendo estos de menor antigüedad. En tanto, las usuarias(os) de la FWWB, se concentran en los rangos de mayor edad (60%) con negocios de más antigüedad.

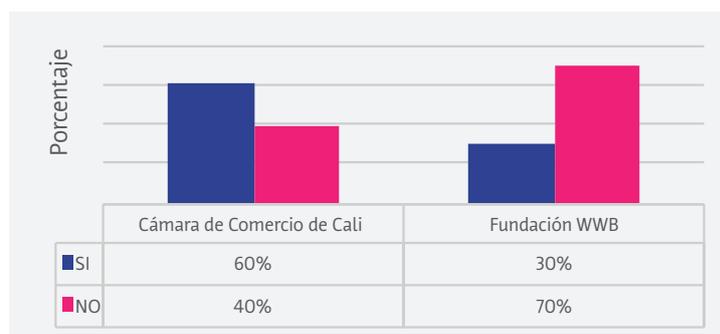
En lo que respecta a la generación de empleo, estos negocios en promedio generan empleo para 2 personas (adicional al propietario). El número de empleos generados por estas empresas podrían evidenciar su estado de desarrollo, explicados por dos razones: 1) no necesitan más empleados porque su empresa no requiere mayores niveles de productividad debido a su bajo crecimiento; y 2) no cuentan con los ingresos suficientes para contratar más personal llevándolos a su vez a bajos niveles de productividad.

Gráfico 7. Distribución del rango de edad de los negocios. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Gráfico 8. Distribución de empleo de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.

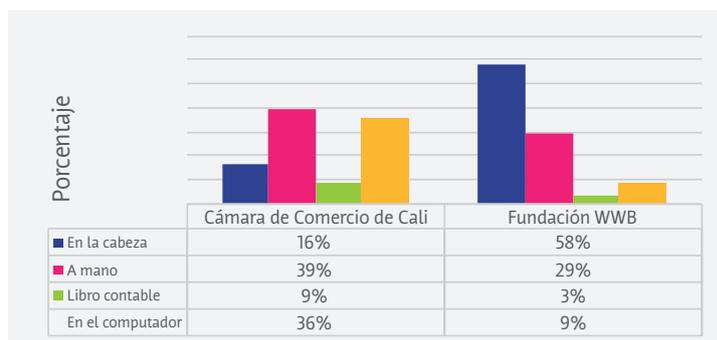


Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Finalmente, el Gráfico 9 analiza los mecanismos para registrar cuentas por parte de la población caracterizada. Se observa un bajo porcentaje de negocios que hacen uso de libros contables, reflejando la ausencia de sistematización en el registro de las principales cuentas del negocio. Lo anterior se reafirma al ver que más del 50% de las empresas de ambas entidades llevan las cuentas en la mente o a mano, es decir, no hacen uso de mecanismos confiables para el seguimiento de sus indicadores financieros. La ausencia de un sistema organizado de información dentro de la empresa les impide a estos negocios hacer uso de información confiable para la toma de decisiones.

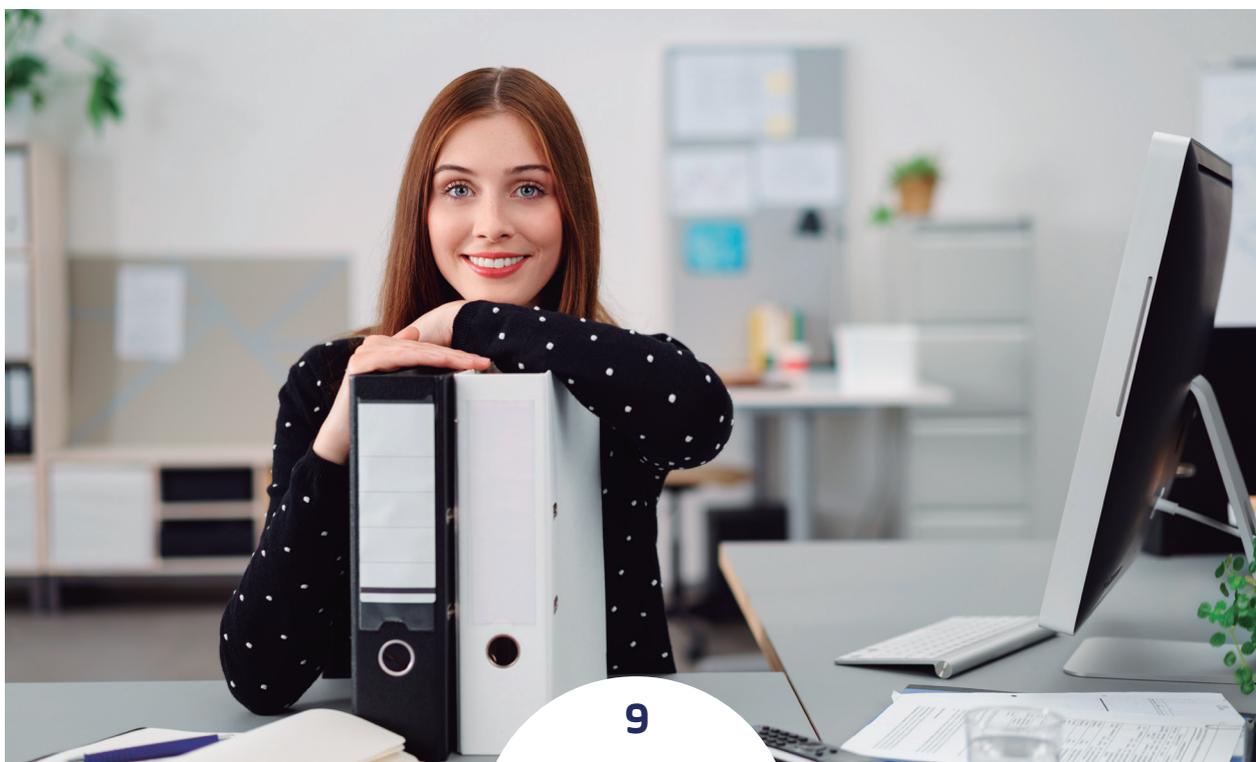
Situación similar ocurre a nivel nacional donde sólo el 4,2% de los negocios registra sus cuentas haciendo uso de algún sistema formal (como por ejemplo libros contables y herramientas como el balance general y el estado de resultados) y el 26,9% no cuenta con un sistema específico para registrar sus cuentas, usan cuadernos (DANE, 2019).

Gráfico 9. Distribución de los mecanismos para registrar las cuentas de la población caracterizada. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Lo anterior es un reflejo de la ausencia de organización en los negocios, lo cual evidencia su falta de claridad en la información financiera y genera consecuencias negativas en los rendimientos financieros de los negocios. O'Mahony (2020), identificó que contar con un sistema de información completo impacta positivamente en los desempeños de los emprendimientos.



● Características de los emprendimientos que limitan el crecimiento empresarial

La Cámara de Comercio de Cali como parte de su apuesta por el fortalecimiento del tejido empresarial durante dos años realizó observaciones a una muestra de 1300 empresarios para entender a profundidad su realidad y conocer sus motivaciones para permanecer en la informalidad, en la cual se identificaron cuatro barreras o fallas las cuales limitan el crecimiento empresarial. Al analizar estas cuatro limitantes en los 1803 negocios de este estudio se encuentra lo siguiente:

1 Ser empresario no está en el ADN del dueño

El 12% de los empresarios indicó que dejarían su negocio si recibieran una oferta para ser empleados o trabajan para otra empresa (ya que esto limitaría su tiempo y dedicación). No todas las personas deben convertirse en empresarios, pues algunos buscan emplearse para tener una fuente de ingresos constante y segura.

2 No usar mecanismos confiables para llevar las cuentas

El 57% de las unidades productivas no usan mecanismos confiables para registrar la información financiera de su negocio. No llevar cuentas o no hacerlo con mecanismos confiables restringe al empresario de un insumo necesario para tomar decisiones sobre el futuro de su empresa.

3 No generan ningún empleo después de cinco años de funcionamiento

El 38% de los empresarios presentan esta característica, al encontrarse que estas empresas no han generado ningún empleo luego de cinco años de operación en el mercado. Lo anterior implica que decidieron crear una empresa como fuente de ingresos propia en lugar de generadora de empleos, lo cual limita su crecimiento a largo plazo. Que una empresa no genere empleo podría darse por dos razones: 1) la empresa no genera la rentabilidad suficiente para contratar más personal; y 2) la visión de crecimiento es limitada lo cual no genera un incentivo para contratar más personal.

4 No conocen los indicadores financieros de su empresa

El 59% de las empresas no conocen la información financiera de sus negocios, dificultando la toma de decisiones basada en evidencia. Tomar decisiones que permitan regular los costos y disminuir gastos es fundamental para darle sostenibilidad a la actividad económica. La información para la toma de estas decisiones se debería basar en indicadores financieros, ya que conocer ingresos y gastos le permite al empresario optimizar el uso de sus recursos, diseñar estrategias para mejorar su desempeño y posicionarse en el mercado.

● Análisis del comportamiento de las empresas dado el número de características que limitan su crecimiento

Al analizar la cantidad de características de las empresas que limitan su crecimiento, se encuentra que en promedio el 71% de los emprendimientos analizados tienen en promedio tres. Al establecer un ranking de las características más usuales, se identifica que la principal limitante es el no conocer la información financiera del negocio, seguido de no usar mecanismos confiables para el registro de la información financiera.

También se encuentra que las empresas que no generan empleo luego de cinco años de funcionamiento tienen un promedio de ingresos mensual inferior al de empresas que comenten otras fallas (ver tabla 1). Esto podría indicar que ciertas características tienen un impacto en los desempeños financieros de las mismas.

Así mismo, al analizar la cantidad de fallas que cometen las empresas y el promedio de sus ventas mensuales, la Tabla 2 evidencia que las empresas que tienen un menor número de fallas tienen promedios de ventas mayores, mientras que las empresas con una mayor cantidad presentan promedio de ventas inferiores. Lo anterior podría evidenciar una relación inversa entre la cantidad de fallas cometidas por la empresa y su impacto en los desempeños financieros de la misma.

Tabla 1. Análisis de ventas por tipo de pecado cometido

Pecado	CCC	FWWB
No se dedican 100% a su empresa	\$5.198.443	\$945.393
No generar empleo	\$1.416.679	\$1.209.512
Usan mecanismos poco confiables para llevar las cuentas de su empresa	\$2.580.099	\$1.930.291
No conocen la información financiera de su empresa	\$3.566.808	\$2.991.398

Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Tabla 2. Análisis de pecados vs promedio ventas

Pecado	CCC	FWWB
0	\$8,448,918	\$6,605,411
1	\$4,269,587	\$6,878,551
2	\$2,541,825	\$2,775,614
3	\$1,530,584	\$877,433
4	\$1,292,000	\$1,343,579

Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

● Análisis de los negocios clasificados como de subsistencia y tradicionales

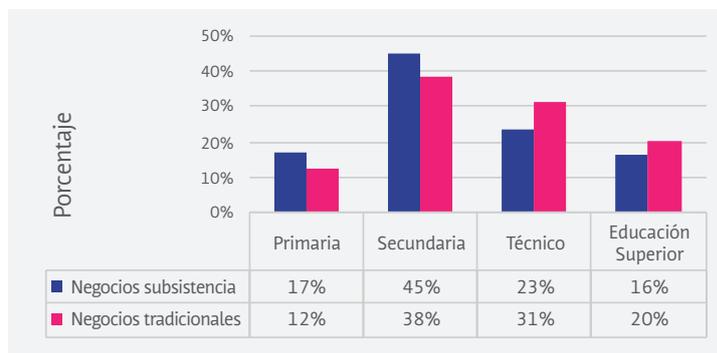
Entendiendo que las fallas que cometen los negocios impactan en sus desempeños, e identificándose que entre un mayor número de estas son menores los ingresos por ventas, siguiendo la metodología implementada por la CCC se clasificaron los emprendimientos en tradicionales y de subsistencia, buscando generar una aproximación que permita conocer las principales características de ese tipo de emprendimientos informales en Cali. Para la clasificación, se segmentó como negocios de subsistencia a los que cumplen entre 3 y 4 características, mientras que como tradicionales, los que tienen ninguno, 1 o 2. Con esta consideración, de la información analizada se encontró que el 79% de los negocios son tradicionales y el 21% restante de subsistencia.

A continuación, se presentan las principales características de estos negocios.

En lo que respecta al grado de escolaridad, en la Gráfica 10 se observa que los negocios de subsistencia se concentran en grados de escolaridad primaria y secundaria mientras que los tradicionales en educación técnica y educación superior. Lo anterior coincide con lo encontrado por otras instituciones. De acuerdo con el Observatorio de políticas de la Universidad Icesi (Polis, 2019), en Cali los negocios de subsistencia son liderados por emprendedores que cuentan como máximo con un grado de escolaridad primaria (33%). Por su parte el GEM (2018), destaca que las personas que

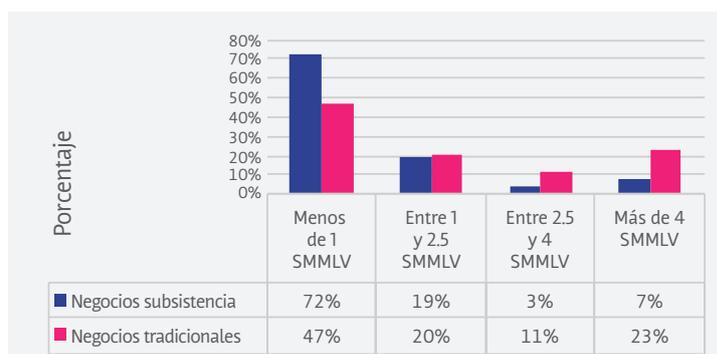
cuentan con un mayor grado de escolaridad emprenden porque logran identificar una oportunidad de mercado con potencial de crecimiento.

Gráfico 10. Distribución de los negocios tradicionales y de subsistencia según grado de escolaridad. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Gráfico 11. Distribución de los negocios tradicionales y de subsistencia según tamaño de negocio. Santiago de Cali, 2018-2019.

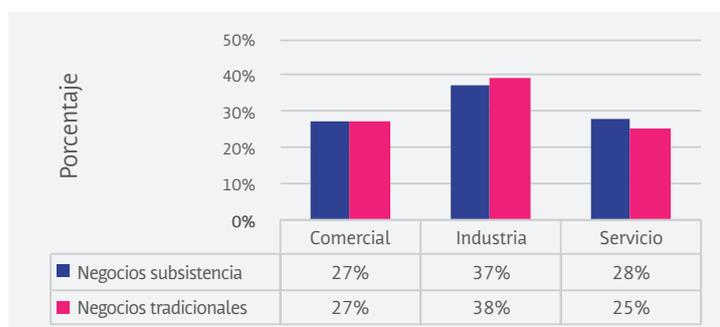


Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

Ahora bien, al analizar el tamaño de los negocios a partir de los ingresos por ventas⁸, en el Gráfico 12 se observa que los de subsistencia (91%) se concentran en los de menor tamaño (Menos de 1 SMMLV-Entre 1 y 2.5 SMMLV), con un promedio de ingresos de \$1.210.114 COP. En tanto, los tradicionales tienen una mayor participación en los negocios más grandes (Más de 4 SMMLV), con un promedio de ventas de \$5.070.861 COP. Se destaca que los negocios que venden entre 1 y 2.5 SMMLV, tanto en la categoría de subsistencia como de tradicionales, tienen una participación similar 19% y 20% respectivamente, por tanto, se recomienda profundizar con otro tipo de análisis y variables para identificar este comportamiento.

Respecto a sector económico y la clasificación de los negocios en tradicionales o de subsistencia, no se identificaron diferencias. Por tanto, se podría pensar que la actividad económica en la que se ubican no tiene un impacto significativo en el tipo

Gráfico 12. Distribución de los negocios tradicionales y de subsistencia según sector económico. Santiago de Cali, 2018-2019.

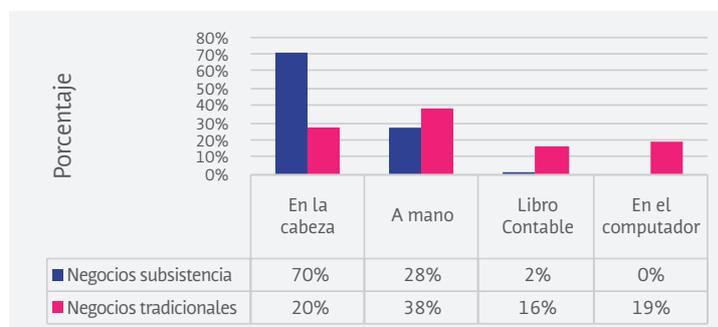


Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

de negocio. Sin embargo, en futuros estudios, valdría la pena profundizar, debido a que otras investigaciones han identificado que este tipo de emprendimientos tienden a ubicarse principalmente en actividades de comercio y servicios, los cuales tienen menores rendimientos financieros en comparación con el de industria o de tecnología (Heller, 2010). Por tanto, la elección de actividad económica impacta positivamente en los resultados económicos del emprendimiento. Por otro lado, en cuanto al número de empleados, los negocios tradicionales tienen un promedio de 3 en comparación con 1 de los negocios de subsistencia.

En lo que respecta a los mecanismos de registro, en el Gráfico 13 se identifica que los negocios de subsistencia no cuentan con mecanismos de registro de información confiable que les permita tomar decisiones. Lo anterior se expresa ya que para el 70% de los negocios, el mecanismo de registro de las cuentas es “la cabeza”, es decir, no

Gráfico 13. Distribución de los negocios tradicionales y de subsistencia según mecanismos para el registro de las cuentas. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

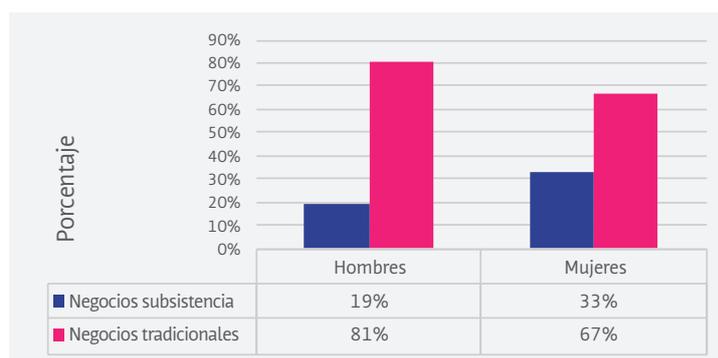
⁸ El tamaño de los negocios **no** es una medida de segmentación de emprendimientos como tradicionales o de subsistencia, esta se construyó a partir de la metodología implementada por CCC.

cuentan con un sistema de registro de información y por ende tampoco toman decisiones teniendo en cuenta la información disponible.

Por su parte, en los negocios tradicionales si bien hay un porcentaje que tampoco lleva registros escritos, el 73% los registra en algún medio que les permite tener una trazabilidad de esa información. Se ha identificado que contar con un sistema de información completo que permita tomar decisiones, impacta positivamente los desempeños de los negocios, siendo este un activo intangible (O'Mahony, 2020).

Finalmente, el Gráfico 14 presenta que independiente del tipo de segmentación de los emprendimientos, se mantienen las brechas de género. También que hay una mayor participación de las mujeres en los negocios de subsistencia (33%)⁹.

Gráfico 14. Distribución de los negocios tradicionales y de subsistencia según género. Santiago de Cali, 2018-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de la CCC y FWWB

⁹ Dicho porcentaje cae a un 19% para el caso de los hombres.

Conclusiones

Independiente del nivel de crecimiento y formalidad de las empresas se evidencia algunos rasgos en común para los negocios tradicionales y de subsistencia en la ciudad de Cali:

- Son empresas lideradas principalmente por mujeres 75% en comparación con una participación del 25% de los hombres.
- El 51% de las empresas se ubican en los sectores servicios (25%) y comercio (26%).
- Los dueños(as) suelen tener estudios técnicos o tecnológicos, relacionados con la actividad de su empresa.
- Los ingresos por ventas de estos negocios son bajos. En promedio el 50% tienen ingresos menores a un salario mínimo, con un valor promedio de \$795.833.
- En promedio tienen 7 años de antigüedad en el mercado.
- Se identifica una relación entre los años de antigüedad del negocio y la edad del propietario (a). Negocios con poco tiempo de funcionamiento en el mercado suelen pertenecer a personas jóvenes, mientras los que tienen más años de funcionamiento pertenecen a personas mayores.
- Estos emprendimientos no cuentan con un proceso definido para la sistematización de la información proveniente del negocio, en la medida en que más del 50% expresan que llevan sus cuentas en la cabeza o a mano. Por tanto, es posible concluir que tienen los insumos suficientes para tomar decisiones que les permitan llevar a cabo acciones que mejoren sus desempeños financieros.
- En su mayoría son negocios que generan empleo, en promedio 2 empleados por empresa.
- Los negocios de subsistencia venden en promedio \$1.210.1114 COP. Para los tradicionales su promedio de ventas se incrementa a \$5.070.861 COP.
- Los negocios de subsistencia (70%) no llevan mecanismos de información para la toma de decisiones. Por su parte, para los negocios tradicionales el 73% los registra, generando trazabilidad de que puedan hacer uso de dicha información. Esto puede estar relacionado con los grados de escolaridad de las personas que lideran los negocios, en la medida que para los de subsistencia, el 62% cuentan con primaria y secundaria, mientras, para los tradicionales el 51% cuenta con educación técnica y secundaria (51%). Teniendo en cuenta lo anterior, es posible plantear que los grados de escolaridad impactan en el tipo de capacidades que las personas al momento de desarrollar un sistema confiable de información del negocio para la toma de decisiones.

● Recomendaciones

- Es necesario que las entidades que trabajen con el ecosistema empresarial focalicen el perfil de las empresas que desean acompañar ya que no todas las herramientas de crecimiento le funcionan a todo tipo de negocios. Metodologías como la identificación de las barreras que impiden que los pequeños negocios crezcan son un primer avance para lograr este propósito, así como el proyecto que viene adelantando la FWWB para caracterizar el emprendimiento de necesidad.
- Es clave que se entiendan las características, necesidades, fortalezas y debilidades de las empresas, ya que esto facilita definir un plan de trabajo, que tenga en cuenta objetivos alcanzables de acuerdo con las realidades del negocio. En la medida en que por ejemplo los negocios tradicionales tienen una mayor probabilidad de lograr un crecimiento en sus niveles de ventas en comparación con los de subsistencia.
- Para avanzar en el conocimiento del tejido empresarial es necesario construir un marco conceptual compartido por los diferentes actores del ecosistema empresarial, el cual se construya con base en las características del tejido empresarial y la experiencia de las entidades que conforman dicho ecosistema.
- El ecosistema que trabaja por el desarrollo empresarial debe presentar activamente propuestas de políticas públicas que tengan en cuenta los hallazgos que se obtienen a través de los distintos programas y servicios que realizan. Esto con el objetivo de que cada vez las herramientas de crecimiento empresarial tengan un mayor impacto en las empresas y se puedan replicar mejores prácticas en el país.
- Es importante que los programas de acompañamiento incluyan dentro de sus componentes el enfoque de género, dada la alta participación de las mujeres en este tipo de negocios. Lo anterior ya que ellas se enfrentan a mayores barreras en comparación con los hombres al momento de iniciar un negocio. Además, una diferenciación entre emprendimientos de subsistencia y tradicionales, de manera que se apliquen componentes específicos a cada uno, permitiendo su crecimiento y desarrollo.
- Es importante que las entidades que atienden este tipo de emprendimientos evalúen en qué medida los negocios clasificados como subsistencia requieren de un apoyo para el fortalecimiento del negocio o requieren de otro tipo de iniciativas como programas de empleabilidad que les permitan subsanar sus necesidades de ingresos.

Referencias

- ANDI. (2020). Informe nacional de empleo inclusivo, 2018-2019. Recuperado de: <http://www.andi.com.co/Uploads/INEI.pdf>
- Banco Interamericano de desarrollo. (2017). “Kit de herramientas para la formalización- Tomo I”
- Confecámaras. (2018). Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia
- Confecámaras. (2019). Informe de dinámica empresarial en Colombia año 2018.
- DANE. (2020). Boletín técnico encuesta de micronegocios (Emicron) año 2019.
- GEM. (2018). Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. (Serie Mujer y Desarrollo). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Observatorio de políticas públicas [Poils]. (2019). Boletín de economía informal. Recuperado de: <https://www.icesi.edu.co/polis/investigaciones/economia-informal/vendedores-informales.php>
- ONU Mujeres. (2020). Boletín estadístico: empoderamiento económico de las mujeres en Colombia, marzo 2020. Recuperado de: <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2019/09/boletin-estadistico>
- O’Mary M. (2020) El trabajo en la era de los datos. BBVA OPENMIND. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/capital-intangible-productividad-y-mercados-laborales/>
- Pineda, J, A. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. Sociedad y economía, 60, 239-270.
- Reza, Z, M, Faghih, N, Ghotbi, S, Rajaie, S. (2013). The effect of necessity and opportunity driven entrepreneurship on business growth. International Research Journal of applied and basic sciences, 100-108.
- Suarez, G, R. (2011). Mujeres empresarias en Colombia: hacia la autonomía económica y la construcción del cuidado. [tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio institucional. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/51490>