

CENTRO DE ESTUDIOS DE LA  
**empresa**  
micro<sup>®</sup>

**Informe de Resultados de  
la Encuesta de la Empresa  
Micro Valle de Aburrá 2022**

L I D E R A N



# Primera encuesta de la Empresa Micro Valle de Aburrá

Una publicación del Centro de Estudios de la Empresa Micro – CEM.  
Mayo / 2023

**Lillyam Mesa Arango**  
Presidenta Ejecutiva  
Cámara de Comercio Aburrá Sur

**Lina Vélez de Nicholls**  
Presidenta Ejecutiva  
Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia

**David Escobar Arango**  
Director  
Comfama

**Lina Montoya Madrigal**  
Directora Ejecutiva  
Interactuar

**David Bocanument Trujillo**  
Presidente  
FGA Fondo de Garantías  
- Fundación FGA

**María Bibiana Botero Carrera**  
Presidenta  
Proantioquia

**Autora:**  
**Karol Vanessa Bautista Muñoz**  
Coordinadora  
Centro de Estudios  
de la Empresa Micro – CEM –

**Equipo Técnico:**  
**Dany Cano**  
Coordinador de Competitividad  
Cámara de Comercio de Aburrá Sur

**Olga María Ospina Trejos**  
Jefe de Economía e Inteligencia  
Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia

**David Betancur**  
Responsable Operación Aportes  
Comfama

**Andrea Zuluaga**  
Directora Transformación  
Empresarial  
Interactuar

**Vanessa Cardona**  
Directora de Mercadeo  
FGA Fondo de Garantías  
- Fundación FGA

**Julián Mazo**  
Profesional Especializado Desarrollo  
Económico y Competitividad  
Proantioquia

**Coordinación editorial:**  
Vicepresidencia de Comunicaciones  
y Mercadeo Cámara de Comercio de  
Medellín para Antioquia

**Edición:** Marcela Hernández Sanzón  
**Diagramación:** Adrián Osorno Rúa

Los contenidos de esta publicación son propiedad del Centro de Estudios de la Empresa Micro - CEM, su reproducción total o parcial sin autorización expresa del titular está prohibida.

Todos los derechos reservados ©.

# Contenido

<b>Introducción</b> .....	8
---------------------------	---

<b>1. Características generales</b> .....	10
---	----

<b>1.1</b> Empresarios .....	11
------------------------------	----

<b>1.2</b> Perfil de la unidad productiva .....	20
---	----

<b>1.2.1</b> <i>Operación de la empresa</i> .....	29
---	----

<b>2. Formalización</b> .....	34
-------------------------------	----

<b>2.1</b> Dimensiones de la informalidad .....	35
---	----

<b>2.1.1</b> De entrada .....	35
-------------------------------	----

<b>2.1.2</b> De insumos .....	37
-------------------------------	----

<b>2.1.3</b> De producto .....	39
--------------------------------	----

<b>2.1.4</b> De tributaria .....	40
----------------------------------	----

Barreras en el proceso de formalización .....	42
---	----

<b>3. Financiamiento</b> .....	49
--------------------------------	----

<b>4. Soporte institucional</b> .....	56
---------------------------------------	----

<b>4.1</b> <i>Relaciones</i> .....	57
------------------------------------	----

Recomendaciones .....	59
-----------------------	----

<b>5. Comentarios finales</b> .....	62
-------------------------------------	----

Bibliografía .....	65
--------------------	----

<b>Ficha técnica</b> .....	66
----------------------------	----

Técnica .....	66
---------------	----

Grupo objetivo .....	66
----------------------	----

Cubrimiento .....	66
-------------------	----

Tipo de muestreo .....	66
------------------------	----

Tamaño de la muestra .....	66
----------------------------	----

## Gráficos

**Gráfico 1.** Sexo.....11

**Gráfico 2.** Grupos etarios según segmento.....12

**Gráfico 3.** Grupos etarios según sector.....13

**Gráfico 4.** Escolaridad según segmento.....14

**Gráfico 5.** Escolaridad según sexo.....15

**Gráfico 6.** Tenencia de salario fijo periódico según segmento.....16

**Gráfico 7.** Tenencia del salario fijo periódico según sector.....16

**Gráfico 8.** Principales motivaciones según segmento\*.....17

**Gráfico 9.** Principales motivaciones según sexo\*.....18

**Gráfico 10.** Aspiración de tenencia de la empresa o negocio según segmento.....19

**Gráfico 11.** Aspiración de tenencia de la empresa o negocio según sexo.....20

**Gráfico 12.** Nivel socioeconómico de la unidad productiva según segmento.....21

**Gráfico 13.** Nivel socioeconómico de la unidad productiva según sexo.....21

**Gráfico 14.** Ubicación de la unidad productiva según segmento.....22

**Gráfico 15.** Ubicación de la unidad productiva según sexo.....23

**Gráfico 16.** Tipología de la empresa según segmento.....23

<b>Gráfico 17.</b> Tipología de la microempresa según sexo.....	24
<b>Gráfico 18.</b> Tiempo de funcionamiento de la microempresa según segmento.....	25
<b>Gráfico 19.</b> Tiempo de funcionamiento de la microempresa según sector.....	25
<b>Gráfico 20.</b> Empleo generado según segmento.....	26
<b>Gráfico 21.</b> Empleo generado según sector.....	27
<b>Gráfico 22.</b> Ventas mensuales según segmento.....	28
<b>Gráfico 23.</b> Ventas mensuales según sexo.....	28
<b>Gráfico 24.</b> Mercados atendidos por los negocios informales según sector* (%).....	30
<b>Gráfico 25.</b> Mercados atendidos por los negocios formales según sector* (%).....	30
<b>Gráfico 26.</b> Canales de comercialización utilizados por los formales según sector* (%).....	31
<b>Gráfico 27.</b> Canales de comercialización utilizados por los informales según sector* (%).....	32
<b>Gráfico 28.</b> Conocimiento, uso y aprovechamiento de herramientas digitales de los negocios formales según sector (%).....	33
<b>Gráfico 29.</b> Conocimiento, uso y aprovechamiento de herramientas digitales de los negocios informales según sector (%).....	33
<b>Gráfico 30.</b> Cumplimiento del RUT según segmento.....	36
<b>Gráfico 31.</b> Cumplimiento del RUT según sexo.....	36
<b>Gráfico 32.</b> Tenencia futura del RPM y conocimiento de costos y beneficios de la formalización...	37

<b>Gráfico 33.</b> Cumplimiento de la afiliación y pago de la seguridad social y parafiscales según segmento .....	38
<b>Gráfico 34.</b> Cumplimiento de la afiliación y pago de la seguridad social y parafiscales según sexo .....	38
<b>Gráfico 35.</b> Cumplimiento de certificados de bomberos y de uso de suelo según segmento .....	39
<b>Gráfico 36.</b> Cumplimiento de certificado bomberos y uso de suelo según sector .....	40
<b>Gráfico 37.</b> Pago de los impuestos de renta y de industria y comercio según segmento .....	41
<b>Gráfico 38.</b> Pago de los impuestos de renta y de industria y comercio según sexo .....	41
<b>Gráfico 39.</b> Tenencia de procesos administrativos y contables físicos o electrónicos según segmento .....	42
<b>Gráfico 40.</b> Grado de dificultad evaluado por los empresarios en los criterios: capital financiero, acceso a mercados, apoyo social, asesoría y costos, trámites e impuestos en la creación de la empresa (%) .....	43
<b>Gráfico 41.</b> Factores del entorno que afectan a los empresarios .....	44
<b>Gráfico 42.</b> Valor de la cuota de seguridad en donde opera la microempresa según segmento .....	45
<b>Gráfico 43.</b> Valor de cuota de seguridad en donde opera la microempresa según sexo .....	45
<b>Gráfico 44.</b> Tipo de acudimiento en momentos de inseguridad según segmento .....	46
<b>Gráfico 45.</b> Factores comerciales que afectan al empresario .....	47
<b>Gráfico 46.</b> Factores tributarios .....	48
<b>Gráfico 47.</b> Factores personales .....	48

<b>Gráfico 48.</b> Cubrimiento de gastos de la microempresa según segmento*	50
<b>Gráfico 49.</b> Cubrimiento de gastos de la microempresa según sexo*	51
<b>Gráfico 50.</b> Solicitud de préstamos en el sector financiero	52
<b>Gráfico 51.</b> Monto de financiación requerido según segmento	53
<b>Gráfico 52.</b> Destinos del recurso según sexo*	54
<b>Gráfico 53.</b> Razones por las que no solicitó un préstamo en el sector financiero según segmento*	55
<b>Gráfico 54.</b> Recibió apoyo o soporte institucional	57
<b>Gráfico 55.</b> Instituciones que ayudan o ayudaron a la microempresa según segmento*	58
<b>Gráfico 56.</b> Tipos de incentivos recibidos para el ejercicio de la actividad económica según segmento	59
<b>Gráfico 57.</b> Acciones que facilitarían la permanencia de la microempresa*	60
<b>Gráfico 58.</b> Acciones que facilitarían la formalización*	61

## Introducción

Según el DANE, en 2021 Colombia contaba con 5,8 millones de micronegocios, que aportaban el 28 % de los ocupados del país. De estos, el 25 % trabajaba por cuenta propia y el 3 % eran empleadores. Para la misma fecha, entidades como Asomicrofinanzas y Confecámaras reportan cifras cercanas a los 3,5 millones y 1,5 millones de microempresas, respectivamente. Aunque los datos distan entre ellos debido a la diferencia en la clasificación empresarial y al conteo de la informalidad y la formalidad, esto no le resta importancia al rol que ejerce la microempresa en el equilibrio económico y social del territorio. Por el contrario, se convierte en dinamizadora de la economía local y, gracias a que son bajas las barreras de entrada y salida, es una fuente de ingreso y de empleo de fácil acceso. Por lo tanto, estudiarla, levantar información sobre su comportamiento y hacerle seguimiento se ha convertido en un ejercicio fundamental para la toma de decisiones de los hacedores de las políticas públicas.

En el país existen pocas fuentes de información que aborden de forma integral y focalizada las características, necesidades y condiciones de la microempresa, tanto formal como informal. Esto ha llevado al Gobierno nacional y a los centros de pensamiento privados a aplicar, con alcances diversos, encuestas a este importante segmento de la economía. Para el Centro de Estudios de la Empresa Micro (CEM) y sus aliados, las microempresas tienen sus propias particularidades, diversas y complejas, que requieren de investigaciones específicas. De allí que decidieran orientar parte de los esfuerzos del CEM para realizar la Encuesta de la Empresa Micro (EEM). Esta encuesta permitirá hacer un seguimiento periódico de su estado y evolución, así como del de sus propietarios, inicialmente, en el Valle de Aburrá.



El propósito es aportar nueva información y conocimiento y entregar insumos a los aliados y las autoridades para que puedan orientar sus decisiones sobre estrategias o políticas públicas dirigidas a este segmento, que representa el 89 % del tejido empresarial en la región.

Para alcanzar este propósito, durante el segundo semestre del 2022 se diseñó y aplicó una encuesta de carácter multitemático a una muestra de 1237 unidades económicas formales e informales<sup>1</sup> de los sectores comercio, industria y servicios del Valle de Aburrá. El instrumento tiene cuatro módulos: el primero indaga las características generales de los negocios y su operación, así como los atributos de los dueños; el segundo se dedicó a la formalización, sus dimensiones y barreras, profundizando en los factores del entorno; el tercero aborda el financiamiento de los negocios, y el cuarto, el soporte institucional. El documento cierra con comentarios y recomendaciones finales.

.....

<sup>1</sup> Informal es todo negocio que no cuenta con el Registro Público Mercantil de una cámara de comercio. Si bien esta definición se refiere solo a una dimensión de la informalidad, es la única variable, previo a la realización de la encuesta, que permite una diferenciación de su población objetivo, que incluye formales e informales.



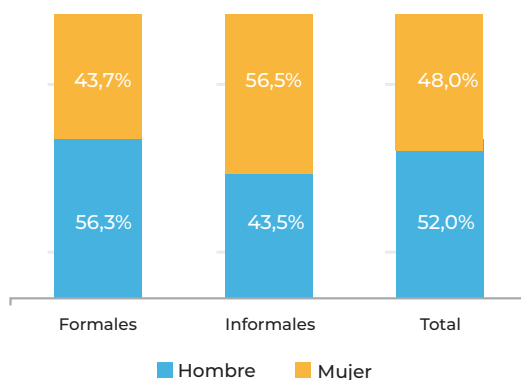
# 1. Características generales

El primer capítulo de este informe presenta los resultados de una serie de preguntas que buscan caracterizar al propietario y a su unidad productiva. En él se evidencian las similitudes y diferencias existentes entre los empresarios formales e informales de los sectores comercio, industria y servicios en el Valle de Aburrá.

## 1.1 Empresarios

El 52 % del total de los encuestados son hombres y el 48 % mujeres (Gráfico 1). Sin embargo, entre formales e informales la distribución es diferente. Mientras en los primeros hay mayor participación masculina, en los segundos, es femenina. La relación hombre/mujer<sup>2</sup> en los formales es 1,29, y en los informales, 0,77. El sector con mayor participación de mujeres en situación informal es la industria (61 %), seguido de comercio (59 %) y servicios (51 %).

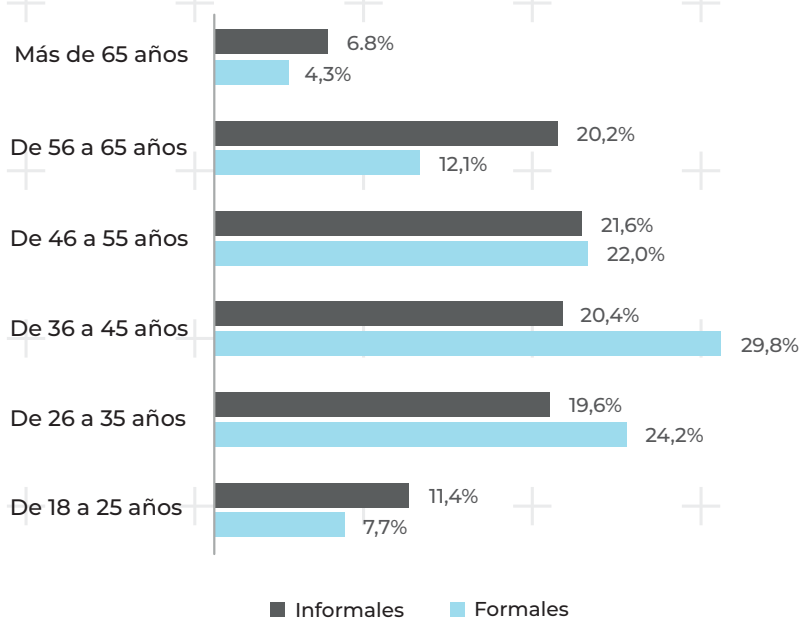
Gráfico 1. Sexo



<sup>2</sup> H/M= total hombres sobre total mujeres.

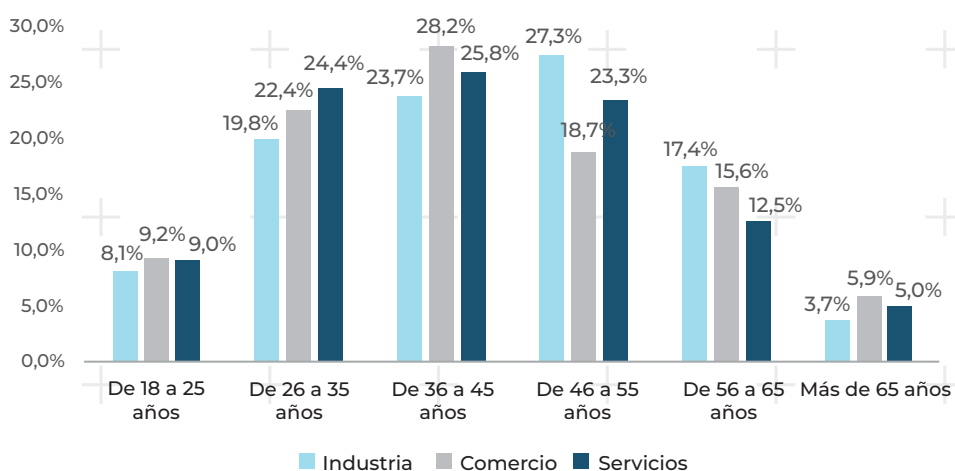
Del agregado de los empresarios encuestados, el 71 % se distribuye en los grupos etarios: de 26 a 35, de 36 a 45 y de 46 a 55 años, siendo el segundo grupo el de mayor participación (26,6 %). El resto (29 %) se distribuye entre los grupos etarios: de 18 a 25, de 56 a 65 y más de 65. Esa distribución es diferente entre formales e informales. La mayor concentración de formales corresponde a los grupos que van de los 26 a los 55 años, mientras que para los informales la mayor participación se da entre los 36 y los 65 años. De manera particular, por cohortes de edad, las poblaciones de 36 a 45 años y de 26 a 35 años tiene el mayor peso entre los formales. Las más relevantes para los informales son de 46 a 55 años y de 56 a 65 años (Gráfico 2).

| Gráfico 2. Grupos etarios según segmento



Por sexo no se evidencian diferencias significativas en la concentración de los empresarios por grupos etarios. Para ambos, el 71 % se ubica entre los 26 y los 55 años. Según el sector (Gráfico 3), la participación de los grupos etarios presenta diferencias. Por ejemplo, en la industria el rango de 46 a 55 años es el que reporta la más alta contribución con el 27,3 %; mientras que en comercio y servicios los valores más altos, el 28,2 % y el 25,8 % respectivamente, se ubican en el grupo de los 36 a 45 años.

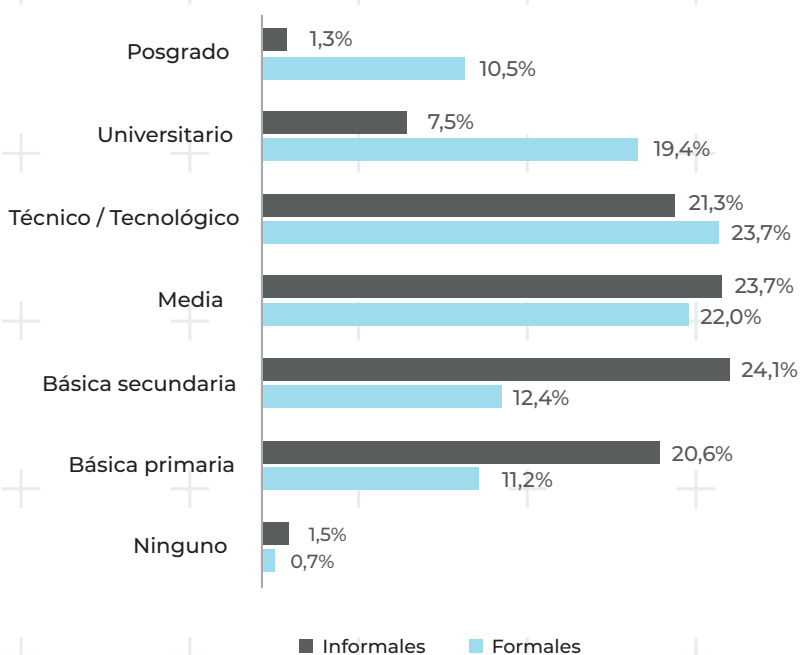
Gráfico 3. Grupos etarios según sector



En cuanto al nivel de escolaridad (Gráfico 4), en la distribución agregada de los empresarios, el máximo nivel alcanzado, en primer lugar, es el técnico/tecnólogo (22,9 %), seguido de la media y de la básica secundaria. Entre formales e informales se evidencian diferencias significativas. Los máximos niveles de formación alcanzados para el 65 % de los empresarios formales son la formación media, la técnica/tecnológica y la universitaria; en el caso de los informales, para el 69 % el nivel máximo de formación está entre la secundaria, la media y la técnica/tecnológica.

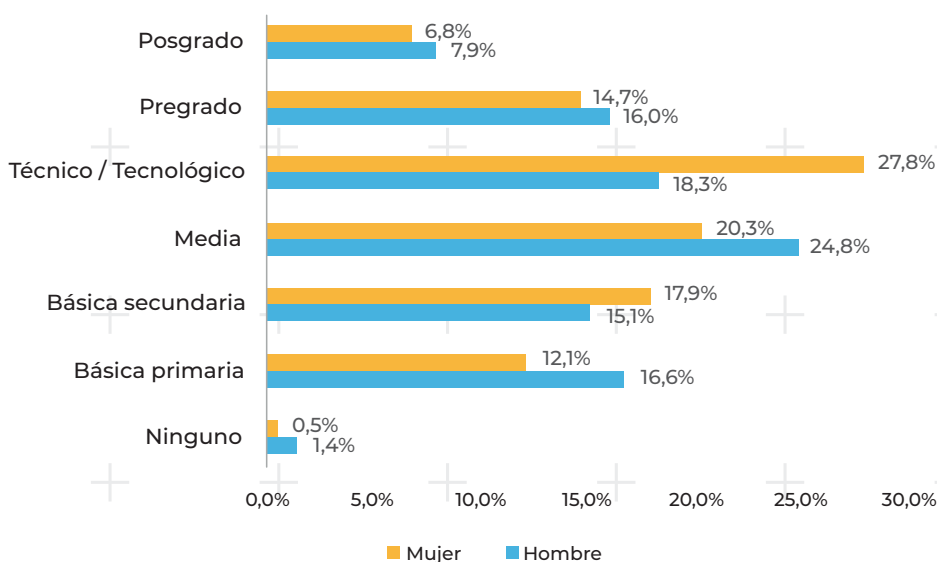
A los empresarios que respondieron tener un nivel educativo técnico o superior se les preguntó el área de conocimiento en la que se suscribía el programa cursado. Para ambos segmentos, formales e informales, las respuestas fueron economía, administración, contaduría o afines.

| Gráfico 4. Escolaridad según segmento



La escolaridad según sexo muestra diferencias importantes (Gráfico 5). El 66 % de las mujeres tienen como niveles máximos de formación la básica secundaria, la formación media y la técnica/tecnológica, este último con una participación destacada. El 60 % de los hombres logró terminar la primaria, la formación media o la técnica/tecnológica. Lo anterior permite concluir que las mujeres empresarias tienen mayores niveles de formación.

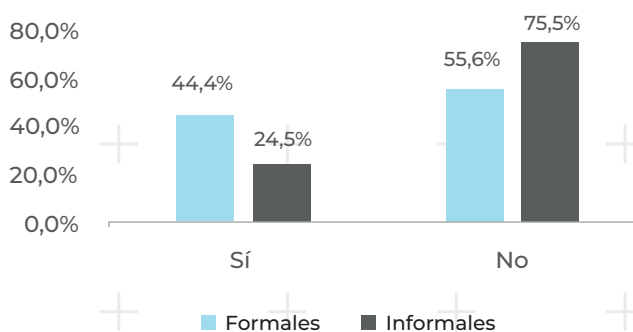
Gráfico 5. Escolaridad según sexo



Según sectores, los empresarios de servicios son los más cualificados con un 11 % de participación en posgrados y un 18 % en pregrados. En cambio, los de comercio reportaron participaciones altas, pero en grados inferiores: básica primaria (17 %) y secundaria (18 %).

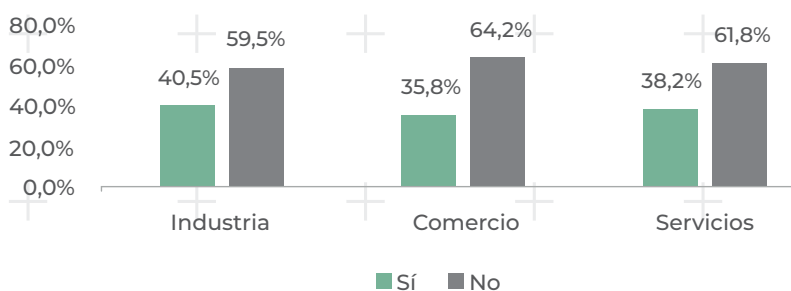
Sobre la remuneración (Gráfico 6), el 62,5 % de los empresarios micro no cuentan con un salario fijo, porcentaje que es superior entre los informales (el 75,5 % vs. El 55,6 % de los formales). Estos resultados muestran la dificultad de los empresarios micro (sin importar el sexo) de tener una recompensa diferenciada por su labor.

Gráfico 6. Tenencia de salario fijo periódico según segmento



Por sectores, el que tuvo el más alto porcentaje en la respuesta de no contar con un salario fijo fue comercio (Gráfico 7). En comparación, los empresarios de la industria parecen tener mejores condiciones: el 40,5 % indicó tener un salario fijo.

Gráfico 7. Tenencia del salario fijo periódico según sector



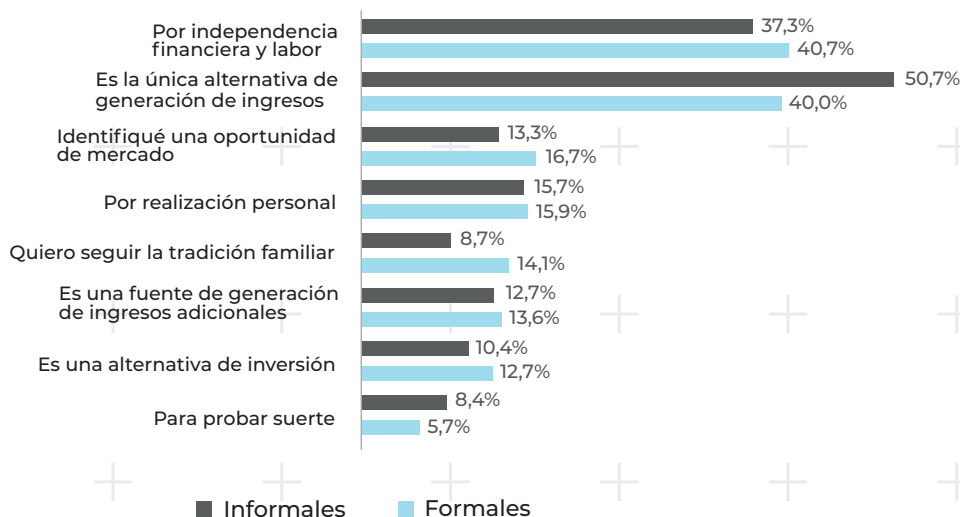
Con relación a la motivación que tienen los empresarios micro para establecer sus negocios, existe un debate alrededor de la diferenciación entre motivos de subsistencia y de oportunidad, también llamados de exclusión y de escape. De acuerdo (Cárdenas & Roza, 2009), en el primer caso la creación de un negocio es motivada por la necesidad de generar ingresos entre individuos que están por fuera del mercado laboral.



En el segundo, la decisión se da de forma voluntaria después de analizar los costos y los beneficios de la formalidad. Siguiendo a los autores, y para entender esa diferenciación, en la encuesta se les preguntó a los empresarios por las principales motivaciones para tener su negocio.

Para el análisis de exclusión se estableció la respuesta: *es la única alternativa de generación de ingresos; y para escape, el resto: el negocio es el resultado de una oportunidad de mercado, por tradición familiar, por independencia y realización personal*, entre otras. Se encontró que la exclusión sigue siendo la motivación más frecuente (43,7 %), con predominancia entre los informales (50,7 %). La independencia financiera, la identificación de una oportunidad de mercado, la realización personal y la tradición familiar son las principales razones de escape tanto de formales como de informales (Gráfico 8).

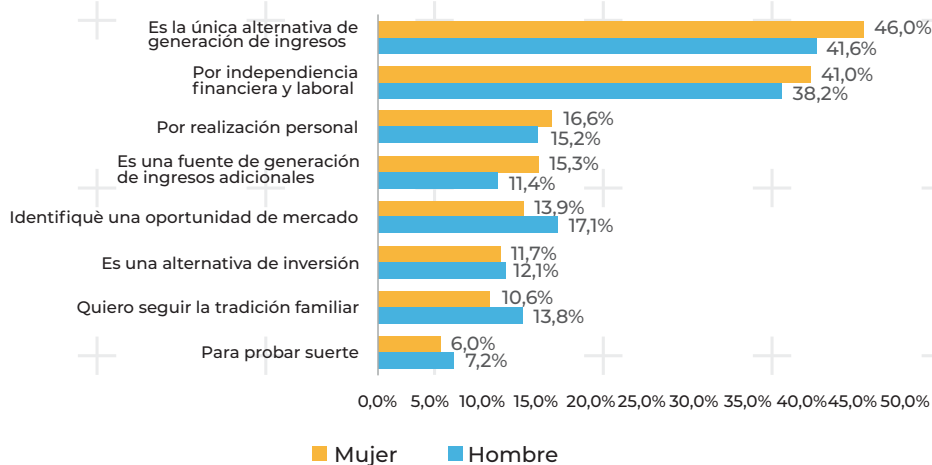
Gráfico 8. Principales motivaciones según segmento\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Según el sexo (Gráfico 9), tanto mujeres como hombres señalaron la exclusión como la principal motivación. Sin embargo, entre las mujeres fue superior (el 46 % vs. El 41,6 % de los hombres). En las motivaciones de escape el orden presenta una diferencia: para mujeres y hombres la *independencia financiera y laboral* se encuentran en primer lugar, respectivamente; mientras que en el segundo puesto las mujeres escogieron por *realización personal* y los hombres la *identificación de una oportunidad de mercado*.

| Gráfico 9. Principales motivaciones según sexo\*

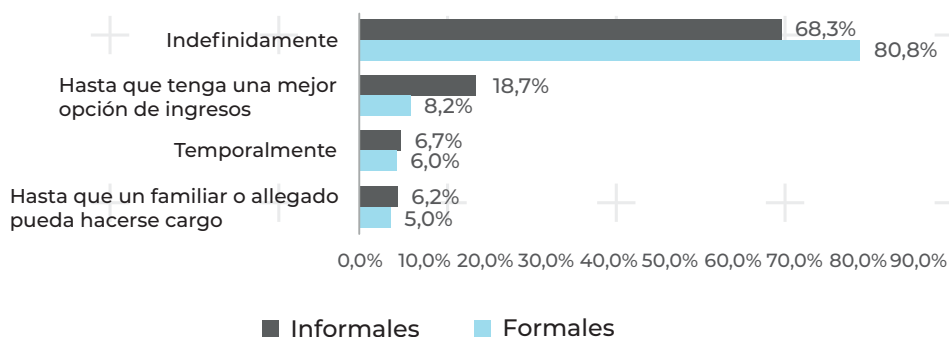


\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Según sector, los empresarios de comercio e industria priorizaron en su selección la motivación de exclusión por encima de la de escape; mientras que los de servicios señalaron como principal motivación una de las opciones de escape: independencia financiera y laboral (40 %).

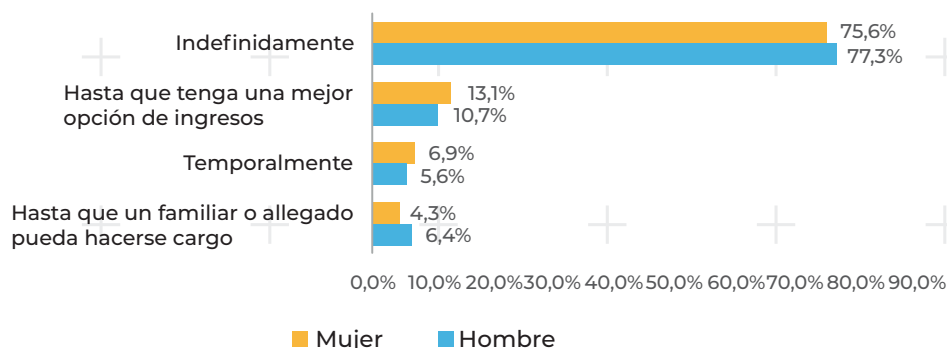
Otra manera de profundizar en la exclusión y en el escape fue consultarles hasta cuándo aspiraban tener su empresa o negocio, siendo “indefinidamente” la respuesta asociada al escape y las otras respuestas, a la exclusión. Se halló que un 76,5 % de los encuestados quiere tener su negocio de manera indefinida, siendo este porcentaje mucho más alto entre los empresarios formales (80,8 %). Entre los informales, la segunda opción fue “hasta tener una mejor opción de ingresos”, con un 18,7 %. Si bien los empresarios informales siguen revelando características de exclusión o subsistencia, estas no superan significativamente las de escape (Gráfico 10).

Gráfico 10. Aspiración de tenencia de la empresa o negocio según segmento



Según sexo (Gráfico 11), hombres y mujeres coinciden en querer tener su empresa o negocio de manera indefinida (77,3 % y 75,6 %, respectivamente).

Gráfico 11. Aspiración de tenencia de la empresa o negocio según sexo



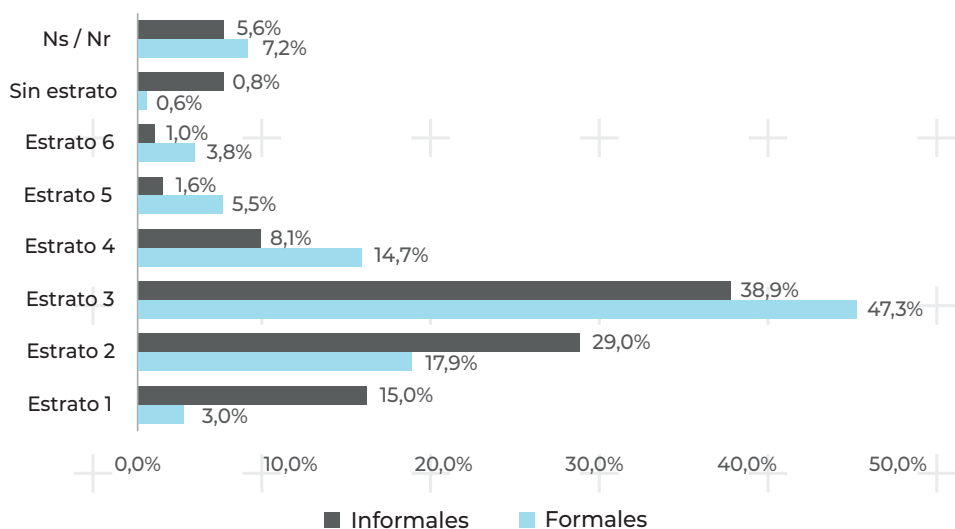
## 1.2 Perfil de la unidad productiva

El enfoque de esta segunda parte del primer capítulo es la caracterización de las unidades económicas desde diversas dimensiones: estrato socioeconómico, emplazamiento, operación de la empresa, experiencia, canales de comercialización y uso de herramientas digitales, entre otros.

Se encontró que un 73,3 % de los empresarios se ubica en los estratos uno, dos o tres. El último es el de mayor contribución (44,2 %), seguido del estrato dos (21,7 %) y del uno (7,2 %). Los negocios formales están principalmente en los estratos tres, dos y cuatro; y los informales, en los estratos del uno al tres.

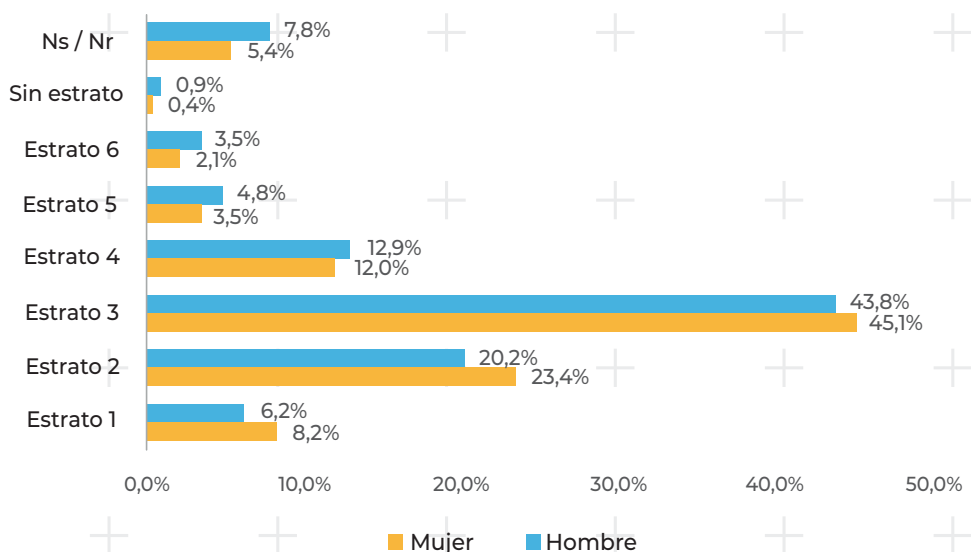
Si bien el estrato tres es donde se observó la mayor ubicación tanto de los negocios formales como de los informales, es evidente que la distribución de los primeros se configura hacia mayores niveles socioeconómicos (Gráfico 12).

Gráfico 12. Nivel socioeconómico de la unidad productiva según segmento



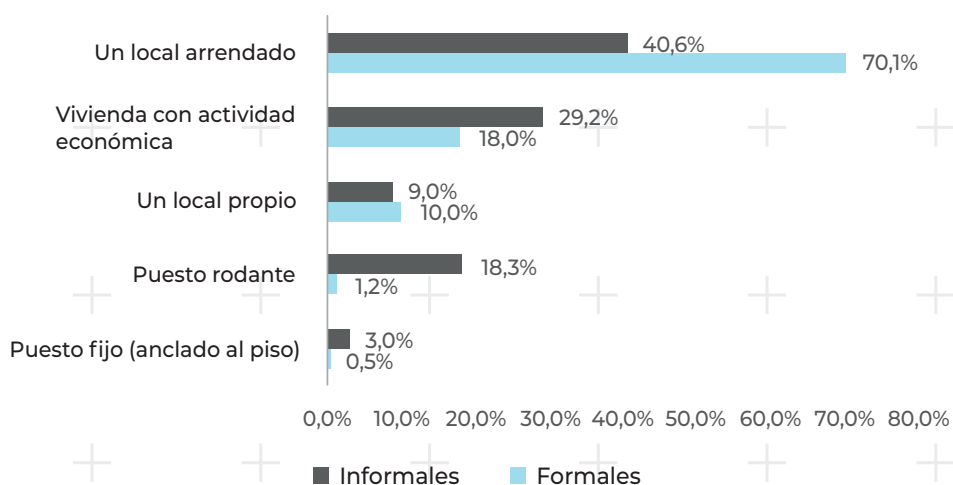
Una situación similar se ve al evaluar la información por sexo, donde las mujeres registran mayor participación que los hombres en los estratos inferiores, quienes prevalecen en los superiores (Gráfico 13).

Gráfico 13. Nivel socioeconómico de la unidad productiva según sexo



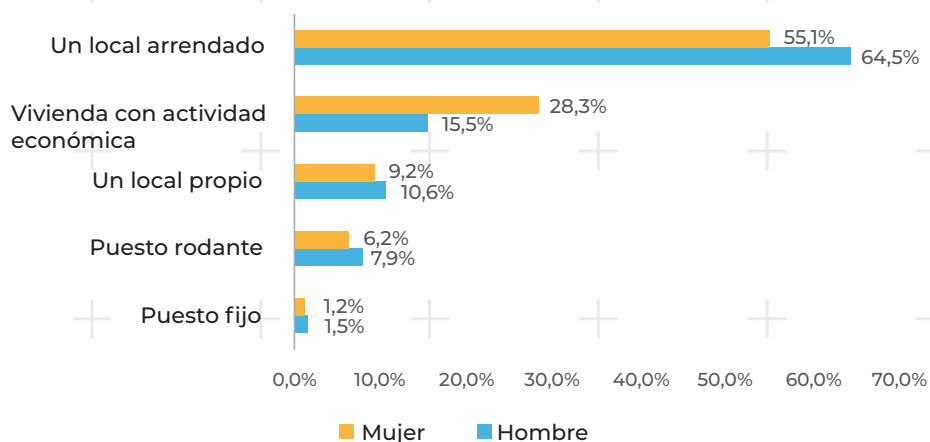
En cuanto a la localización del negocio (Gráfico 14), se encontró que el 59,9 % opera en un local arrendado, porcentaje que es muy superior en el caso de los negocios formales (70,1 %). Entre los informales, los tipos de emplazamiento con mayores participaciones son el local arrendado (40,6 %), la vivienda (29,2 %) y el puesto rodante (18,3 %).

Gráfico 14. Ubicación de la unidad productiva según segmento



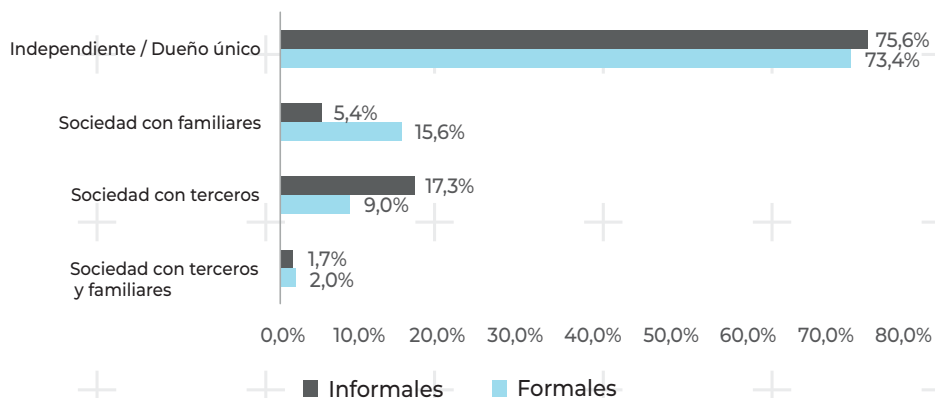
Según sexo, la mayoría de hombre y mujeres operan sus negocios en un local arrendado. Sin embargo, se observa un alto porcentaje de mujeres (28,3 %) que opera desde sus viviendas (Gráfico 15). Por sectores, sobresale comercio con la mayor participación en la ubicación de puesto rodante; industria, desde la vivienda, y servicios, en local propio.

Gráfico 15. Ubicación de la unidad productiva según sexo



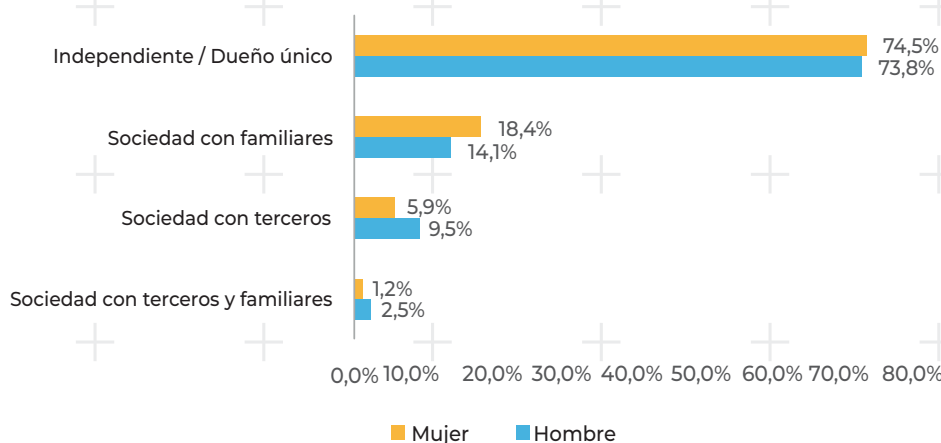
Referido a la propiedad del negocio, la mayoría de los empresarios encuestados, tanto formales como informales, manifestó ser el dueño único. De forma particular, los informales prefieren la sociedad con terceros (17,3 %), mientras que los formales se asocian con familiares (15,6 %) (Gráfico 16).

Gráfico 16. Tipología de la empresa según segmento



Una situación similar se evidencia en el Gráfico 17, que revela que, según sexo, en su mayoría hombres y mujeres son dueños únicos de sus negocios, y que un porcentaje importante de las mujeres prefiere asociarse con familiares. En los tres sectores analizados, la opción de dueño único también tuvo la mayor participación.

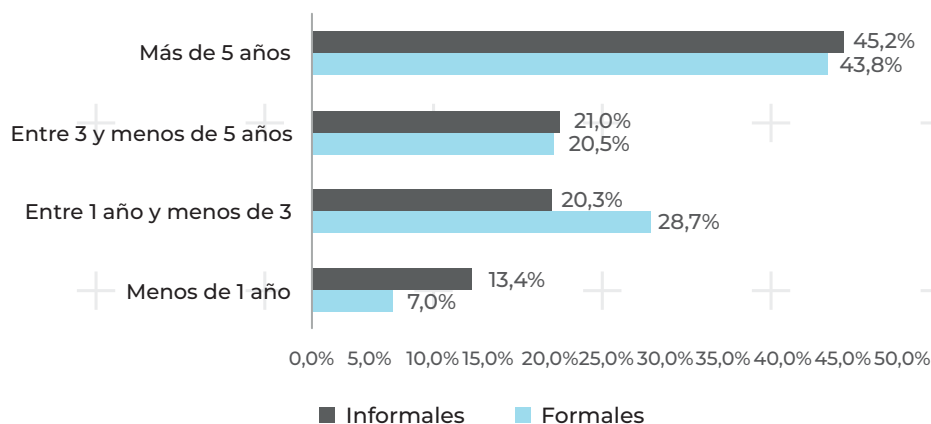
| Gráfico 17. Tipología de la microempresa según sexo



En relación con los años del negocio o de operación en el mercado, se observó que el 44,3 % opera desde hace más de cinco años, seguido por el 25,8 % que se ubicó entre uno y menos de tres años. Entre formales e informales, de los tres años en adelante no hubo diferencias significativas, como sí las hubo en los rangos inferiores: el porcentaje de empresas con uno y menos de tres años fue mayor en los formales (28,7 %) que en los informales (20,3 %); mientras que, en el rango de menos de un año, los informales superaron a los formales (Gráfico 18).

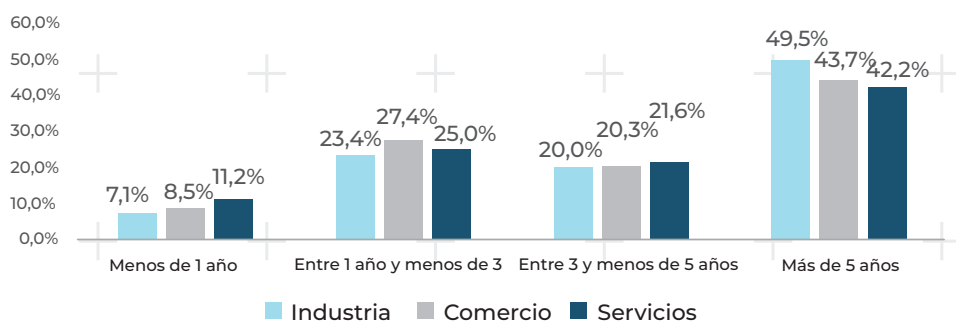


Gráfico 18. Tiempo de funcionamiento de la microempresa según segmento



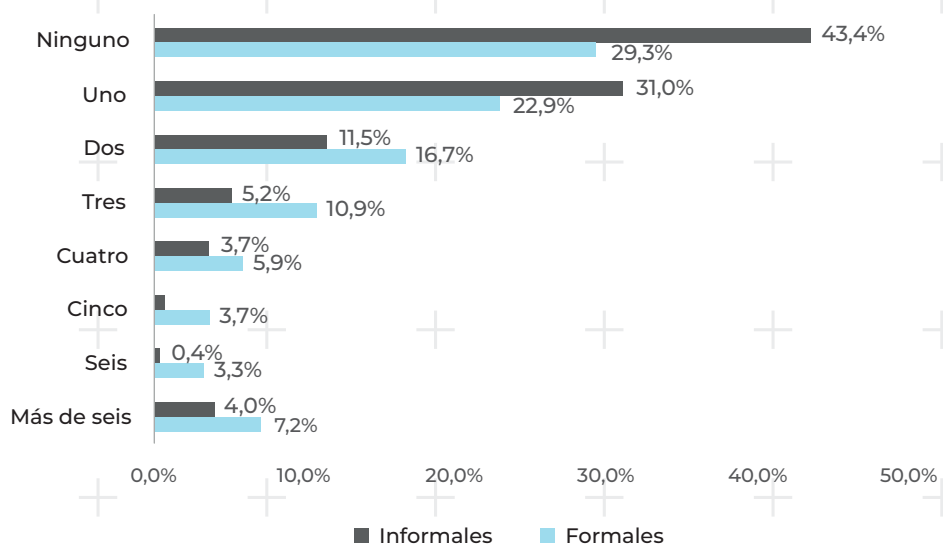
Por sector, no se observaron diferencias significativas en los rangos de tiempo (Gráfico 19). Por sexo, la participación femenina encabezó el rango de menos de un año con el 10,9 %, y entre tres y menos de cinco años, con el 21,8 %.

Gráfico 19. Tiempo de funcionamiento de la microempresa según sector



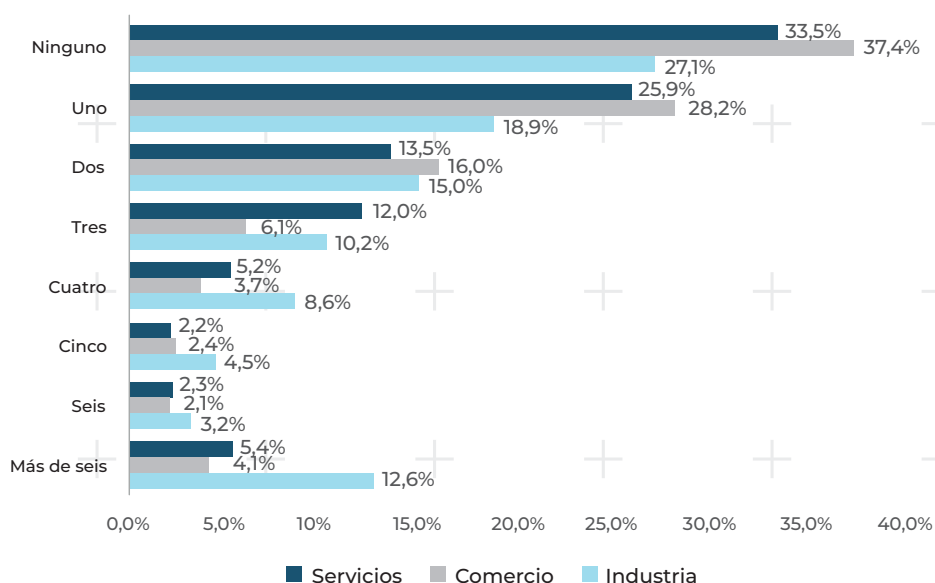
Referido a la creación de empleos, se observó que un 34,2 % de las empresas encuestadas no genera empleo (Gráfico 20). Para los informales, dicho porcentaje fue del 43 %, y del 29 % en los formales. En el rango de un empleo también los informales superaron a los formales, mientras que en las otras categorías los formales encabezaron las contribuciones. Esto evidencia que la formalidad contribuye en mayor proporción a la empleabilidad y que los empresarios informales tienden a satisfacer su propio empleo.

Gráfico 20. Empleo generado según segmento



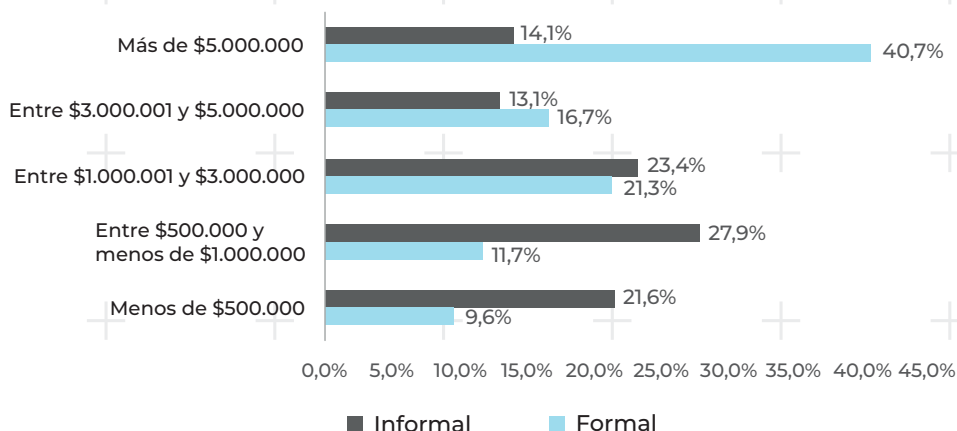
Por sectores, donde se observó mayor generación de empleo fue en la industria, mientras que comercio fue el que menos contrató (Gráfico 21).

Gráfico 21. Empleo generado según sector



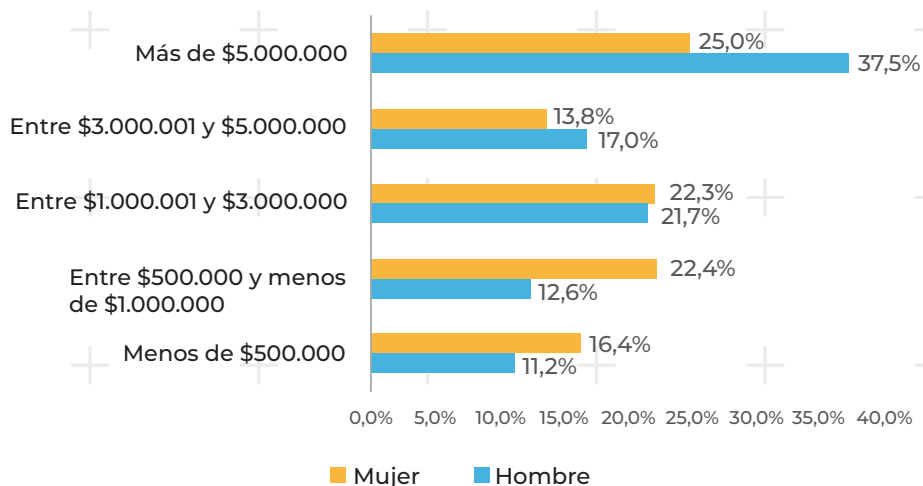
En ventas mensuales, el 31,5 % del total de empresarios encuestado reveló vender más de cinco millones de pesos, seguido por un 22 % que indicó vender entre uno y tres millones de pesos. Entre los formales y los informales se presenta una distribución por rangos diferenciada: para los formales, más de la mitad de sus ventas superan los tres millones de pesos; mientras que para los informales, las unidades productivas se concentran en ventas inferiores a los tres millones (Gráfico 22).

Gráfico 22. Ventas mensuales según segmento



Según sexo, las ventas mensuales señaladas por las mujeres no superan los tres millones de pesos, mientras que las de los hombres se ubican por encima de este valor (Gráfico 23).

Gráfico 23. Ventas mensuales según sexo



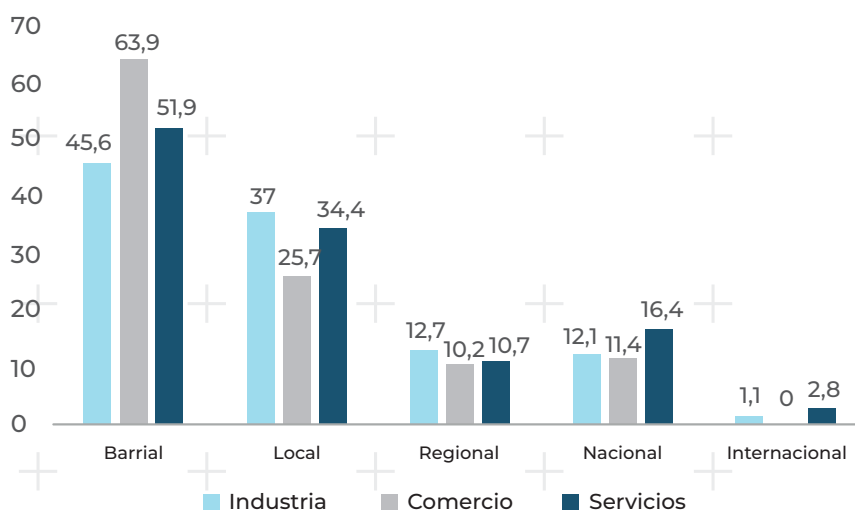
### 1.2.1 *Operación de la empresa*

Para el 46,2 % de los empresarios analizados, el principal mercado es el barrio donde se ubica el negocio, seguido del área municipal. El país, la región (Antioquia) y el mercado internacional reportan baja participación. En general, y significativamente para el segmento informal, se obtuvo que su principal mercado es el barrio donde opera la empresa, en especial, para aquellas del sector comercio (63,9 %).

Asimismo, los tres sectores respondieron atender localmente, es decir, en el área metropolitana, teniendo mayor porcentaje la industria (37 %). En una escala más baja, y con cifras similares en los tres sectores, revelaron atender clientes en la región (Antioquia) y a nivel nacional (Gráfico 24).

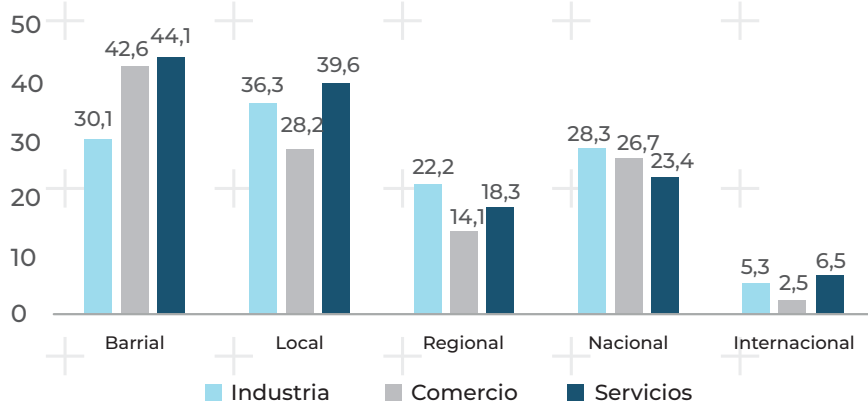
En el caso de los negocios formales de comercio y servicios, la primera opción de mercado es el barrio, con el 42,6 % y el 44,1 %, respectivamente; mientras que los negocios de la industria se interesan más en el mercado local. Se destaca que los tres sectores de dicho segmento coinciden en tener cifras significativas con respecto a la atención del mercado nacional: industria, el 28 %; comercio, el 27 %, y servicios, el 23 %. Las microempresas formales e informales del Valle de Aburrá, indistintamente del sector, no están muy involucradas con los mercados internacionales (gráficos 24 y 25).

Gráfico 24. Mercados atendidos por los negocios informales según sector\* (%)



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Gráfico 25. Mercados atendidos por los negocios formales según sector\* (%)

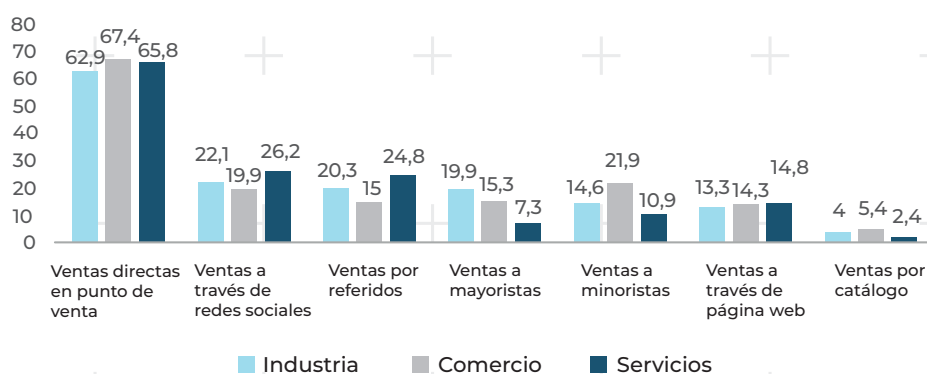


\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

De los siete canales de comercialización analizados en el ejercicio, las ventas directas en punto de venta (66 %) es el preferido por los empresarios micro, tanto formales como informales, seguido por las ventas por redes sociales (21 %).

En el caso particular de los formales, se observó preferencia por los referidos y por las ventas a mayoristas, este último, con mayor importancia en la industria (19,9 %) y el comercio (15,3 %) (Gráfico 26).

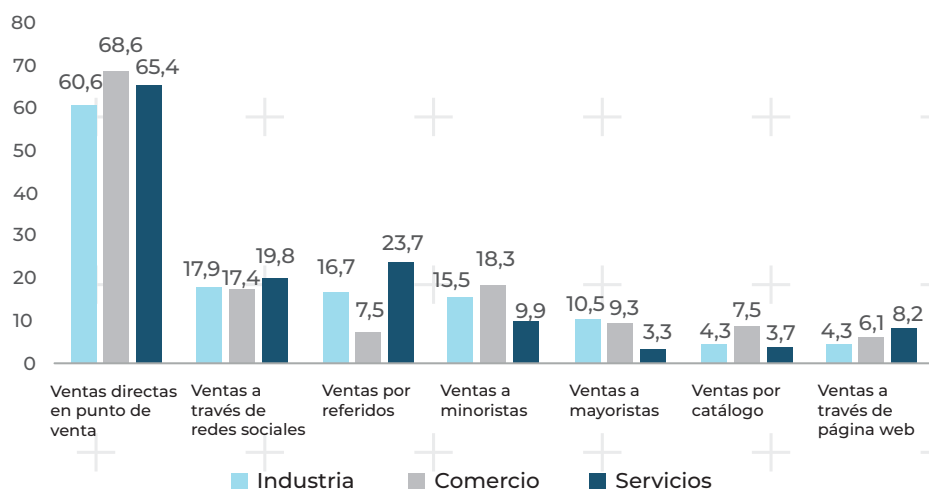
Gráfico 26. Canales de comercialización utilizados por los formales según sector\* (%)



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Entre los informales, las ventas a minoristas superan a las mayoristas en los tres sectores. De igual manera, las ventas por referidos son más frecuentes, especialmente en el sector servicios (23,7 %) (Gráfico 27).

Gráfico 27. Canales de comercialización utilizados por los informales según sector\* (%)



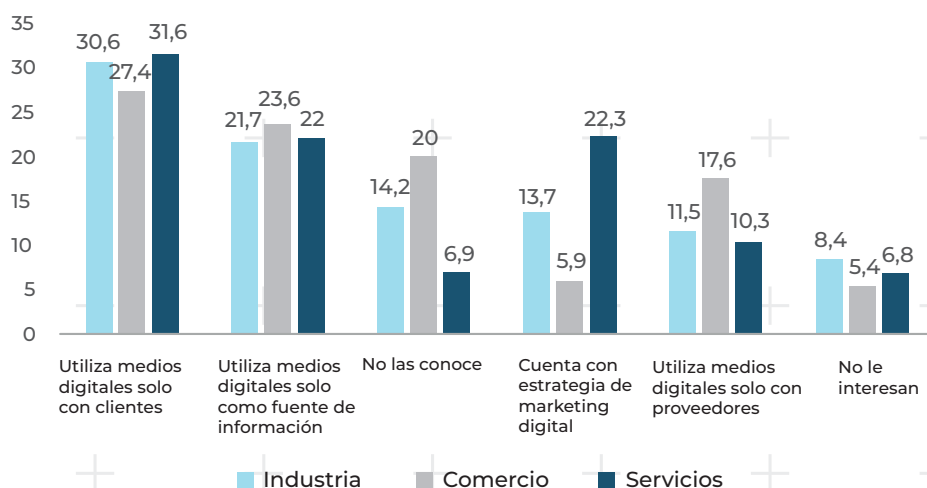
\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

El uso más común que formales e informales hacen de las herramientas digitales es para interactuar con los clientes en la venta de productos o servicios. Sin embargo, al revisar los resultados por segmento y sector, se encuentran algunas diferencias importantes.

Los empresarios formales de los sectores comercio (20 %) e industria (14,2 %) dicen no conocer las herramientas. En servicios esa cifra fue inferior (6,9 %). En ese sector, el 22,3 % dijo contar con una estrategia de *marketing* digital, y el 22 % mencionó utilizar los medios digitales como fuente de información (Gráfico 28).

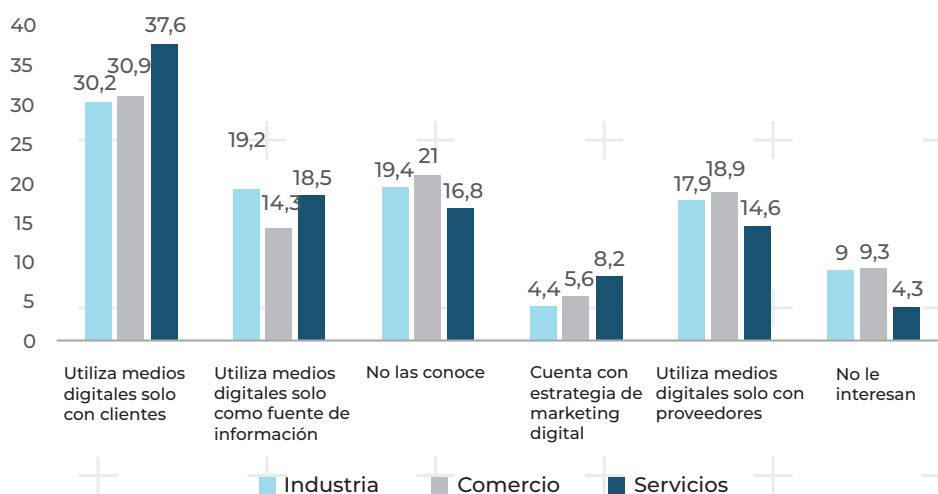


Gráfico 28. Conocimiento, uso y aprovechamiento de herramientas digitales de los negocios formales según sector (%)



En el segmento informal, el desconocimiento de las herramientas es elevado en los tres sectores, con una leve disminución en servicios (16,8 %). Y aunque también coinciden en tener una estrategia de *marketing* digital, la participación es baja: el 4,4 % en industria; el 5,6 % en comercio, y el 8,2 % en servicios (Gráfico 29).

Gráfico 29. Conocimiento, uso y aprovechamiento de herramientas digitales de los negocios informales según sector (%)





## 2. Formalización

## 2.1 Dimensiones de la informalidad

Hablar de **informalidad** es hablar de un concepto de enorme impacto que, en la opinión del CEM, genera diversos debates sobre su definición, medición y análisis, y aún muchos interrogantes teóricos sobre cómo debería ser entendida.

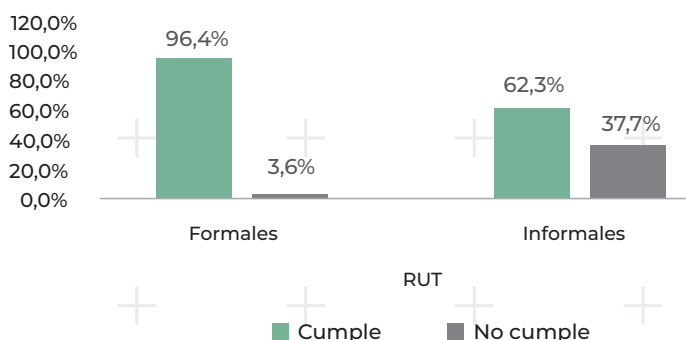
Sin embargo, para efectos de esta investigación, y entendiendo que la informalidad no es una condición binaria, sino un proceso en el cual la unidad productiva lícita cumple en mayor o menor medida algunas normas, se acoge la agrupación presentada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) alrededor de cuatro dimensiones: la **de entrada**, que alude al Registro Único Tributario (RUT); **de insumos**, que hace referencia a los trámites laborales; **de producto**, que se relaciona con certificados o normas de acuerdo con el sector, y **la tributaria**, como el pago o declaración de los diferentes impuestos.

En este capítulo se indagó sobre el conocimiento que los empresarios formales e informales tienen de las principales características de cada una de estas dimensiones. A quienes respondieron que las conocían se les consultó por su cumplimiento.

### 2.1.1 De entrada

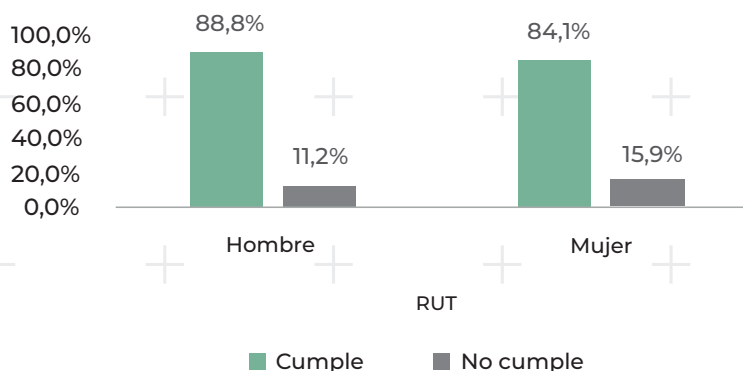
La categoría de la dimensión de entrada evaluada fue la tenencia del RUT. Se encontró que del total de encuestados, el 86,6 % cumple con el requisito. Entre los empresarios formales, el 92 % aseguró conocerlo, y de este total, el 96,4 % lo cumple. El 71 % de los informales también lo conoce, de ellos, el 62,3 % dijo cumplir con este requisito (Gráfico 30).

Gráfico 30. Cumplimiento del RUT según segmento



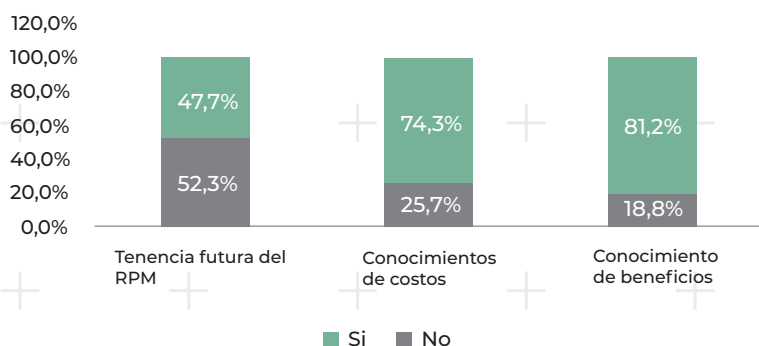
El porcentaje de los hombres (88,8 %) que dijeron cumplir con el RUT fue mayor que el de las mujeres (84,1 %) (Gráfico 31). Por sectores, todos cumplieron significativamente con el requisito: industria, el 87,1 %; comercio, el 86,4 %, y servicios, el 86,5 %.

Gráfico 31. Cumplimiento del RUT según sexo



Considerando que los empresarios formales son aquellos que tienen el Registro Público Mercantil, únicamente se les consultó a los empresarios informales si les gustaría contar con él (Gráfico 32). Un 52,3 % respondió de manera afirmativa. También se les preguntó si conocían los costos y beneficios de la formalización, lo que evidenció que en ambos aspectos el desconocimiento es muy alto: el 74,3 % y el 81,2 %, respectivamente.

Gráfico 32. Tenencia futura del RPM y conocimiento de costos y beneficios de la formalización



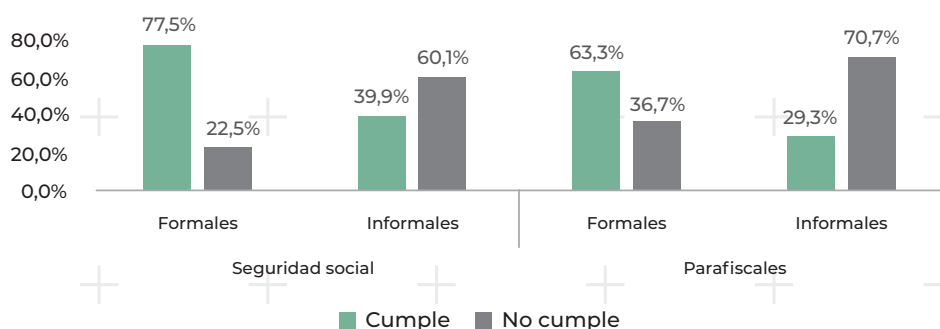
## 2.1.2 De insumos

En esta dimensión, las características a capturar fueron la afiliación y pago a seguridad social (EPS, pensión y ARL) y parafiscales (caja de compensación, ICBF y SENA), sin discriminar entre propietario y trabajador. De manera agregada, se encontró que el 67,1 % de los encuestados cumple con el pago a la seguridad social, y el 54,1 %, con el de parafiscales.

Se observó que el 77,5 % de los empresarios formales cumple con la seguridad social. Un porcentaje menor afirmó cumplir con los parafiscales (63,3 %). En comparación, en los informales el cumplimiento de las obligaciones de seguridad social (39,9 %) y parafiscales (29,3 %) es significativamente menor (Gráfico 33).

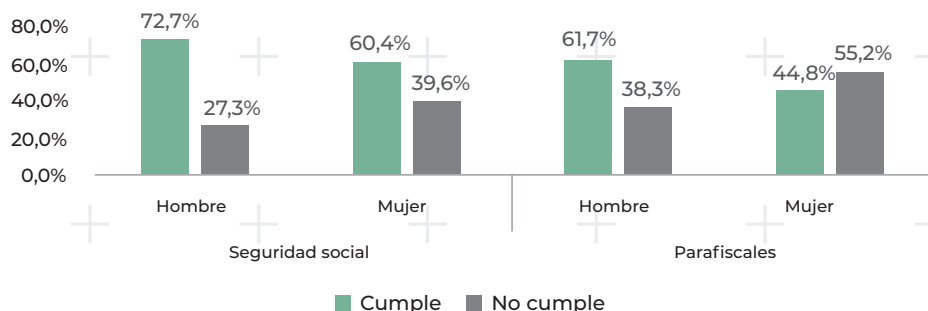
De los empresarios formales e informales que cumplen con los aportes, un 38 % y un 48 %, respectivamente, lo hace de manera directa, mientras que el resto acude a un tercero, lo que afecta los costos de las micro. En contravía de las políticas públicas de reducción y facilitación de trámites, estos se han incrementado.

Gráfico 33. Cumplimiento de la afiliación y pago de la seguridad social y parafiscales según segmento



Aunque en el cumplimiento de las obligaciones de insumos los hombres superan a las mujeres, el pago de la seguridad social es priorizado tanto por los hombres (72,7 %) como por las mujeres (60,4 %) (Gráfico 34). Por sectores también se privilegia el pago de la seguridad social por encima de los parafiscales, siendo industria el más cumplidor en ambos requisitos: el 72,9 % y el 58,5 %, respectivamente.

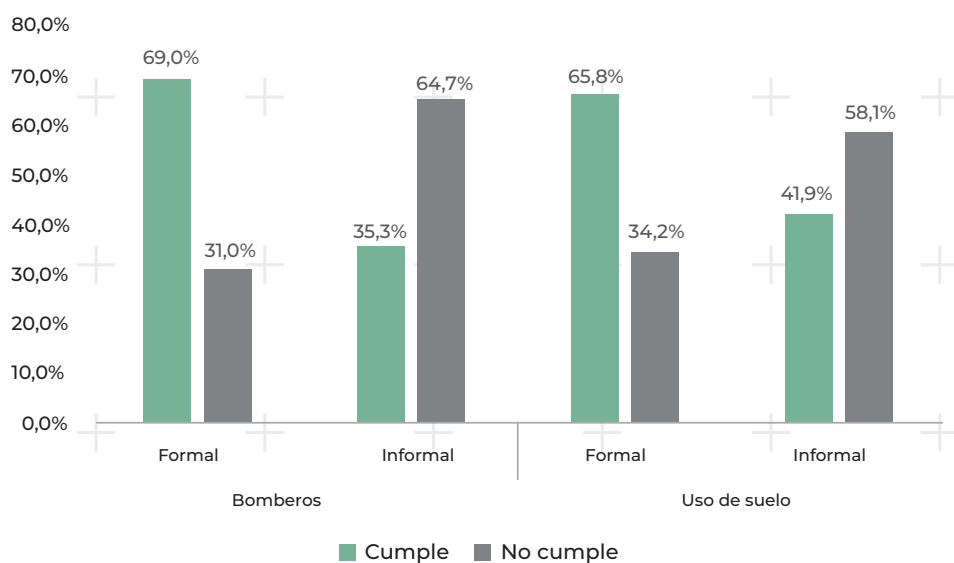
Gráfico 34. Cumplimiento de la afiliación y pago de la seguridad social y parafiscales según sexo



### 2.1.3 De producto

Para la dimensión de producto se utilizaron los certificados de uso de suelo y bomberos como características a observar. Entre los empresarios analizados, el 62,4 % cumple con el de bomberos y el 61 % con el de uso de suelo. De los formales que afirmaron conocer estos certificados, el 69 % cumple con el de bomberos y el 65,8 % con el de uso del suelo; mientras que el 64,7 % de los informales no cuenta con certificado de bomberos y el 58,1 % con el de suelo (Gráfico 35).

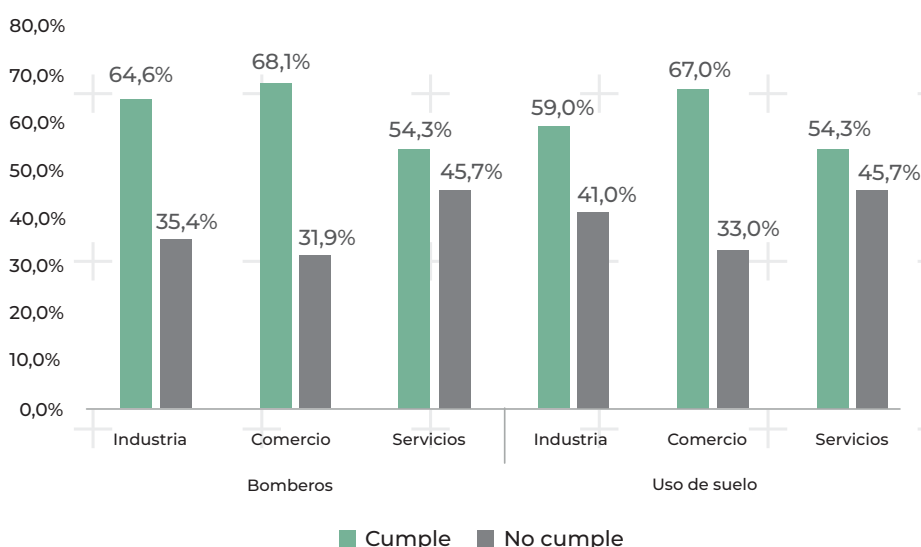
Gráfico 35. Cumplimiento de certificados de bomberos y de uso de suelo según segmento



El concepto técnico emitido por el Cuerpo Oficial de Bomberos mediante una visita o inspección técnica ocular se exige a todos los negocios que reportan un establecimiento. Por las características propias del sector servicios, donde los negocios no siempre operan desde un establecimiento, es probable que el cumplimiento de este requisito sea inferior al que se presenta en comercio o industria, tal como se observa en el Gráfico 36.

De los tres sectores, comercio reportó el mayor cumplimiento del certificado de bomberos y de uso de suelo (67 %), seguido por industria.

Gráfico 36. Cumplimiento de certificado bomberos y uso de suelo según sector



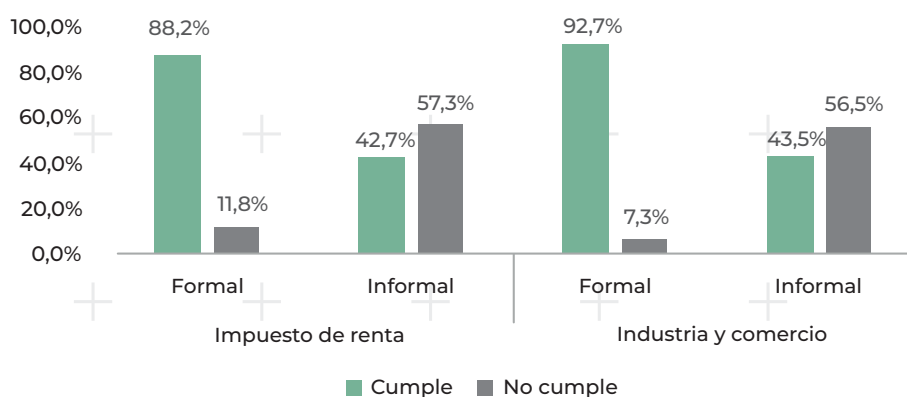
#### 2.1.4 De tributaria

En esta dimensión se indagó por el impuesto de renta (de alcance nacional), el impuesto de industria y comercio (municipal) y sobre si la empresa tenía registros contables físicos o electrónicos, aspecto que reportó el mayor cumplimiento en el total de los empresarios (81,1 %).

Los formales que informaron conocer los tributos municipales y nacionales reportaron un alto cumplimiento de estas obligaciones con el 92,7 % y el 88,2 %, respectivamente. En el caso de los informales, en promedio, el 43 % respondió afirmativamente al cumplimiento de ambas obligaciones (Gráfico 37).



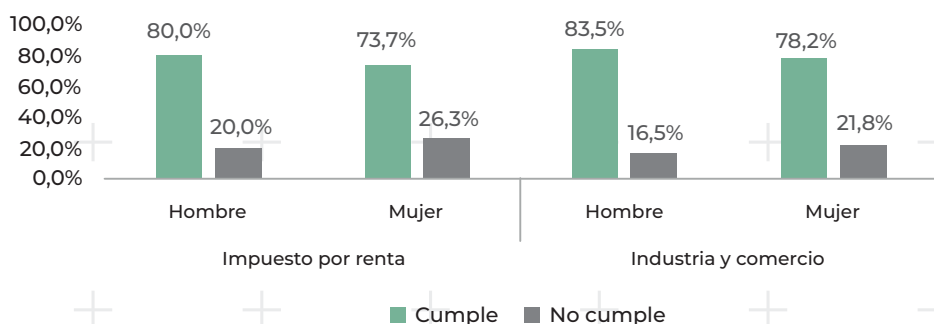
Gráfico 37. Pago de los impuestos de renta y de industria y comercio según segmento



Según sexo, los hombres reportan un mayor cumplimiento en el pago de los impuestos de industria y comercio y de renta. En ambos grupos, el impuesto municipal tiene un mayor porcentaje de acatamiento (Gráfico 38).

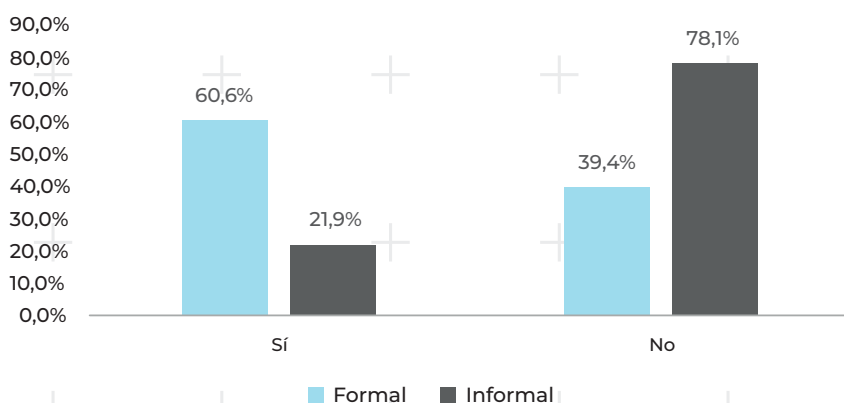
Comercio fue el sector con mayor cumplimiento en el pago del impuesto de industria y comercio (85,4 %); mientras que en el impuesto de renta fue el sector industria (80,8 %).

Gráfico 38. Pago de los impuestos de renta y de industria y comercio según sexo



Del total de los empresarios encuestados, el 52,8 % no lleva procesos administrativos y contables ni físicos ni electrónicos. Sin embargo, por segmento se encontró que el 60,6 % de los formales sí lo hacen, comparado con el 21,9 % de los informales (Gráfico 39).

Gráfico 39. Tenencia de procesos administrativos y contables físicos o electrónicos según segmento



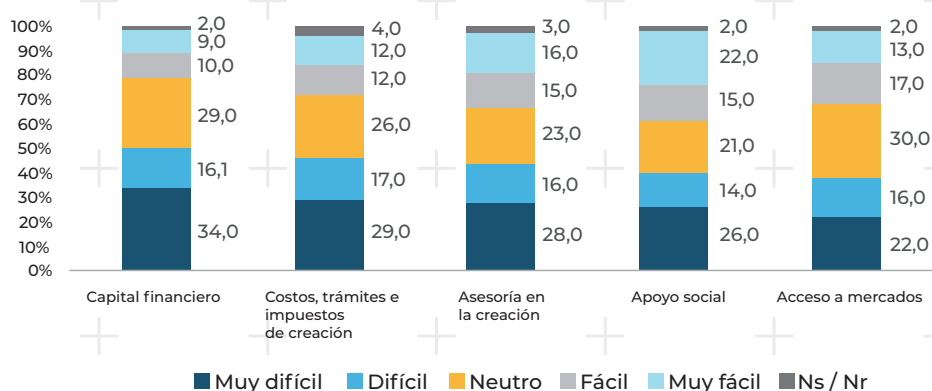
De acuerdo con el sexo, los hombres (50 %) son más rigurosos con la tenencia de este tipo de procesos que las mujeres (44,2 %). Por sectores, se halló que la mitad de los empresarios de industria (51,6 %) y servicios (51,1 %) implementan estos procesos en sus operaciones.

### ***Barreras en el proceso de formalización***

Aunque los empresarios, sin distinción, enfrentan diferentes obstáculos en todas las etapas, la encuesta indagó por aquellos que son más frecuentes al inicio del proceso de creación (Gráfico 40). En general, coinciden en que el capital financiero es la mayor barrera: un 38 % de los informales indicó que la falta de este es una gran dificultad, seguida de los costos, los trámites y los impuestos (36 %) de creación; del acceso a mercados (28 %), y de la falta de apoyo social (17 %).

Para los formales, después del capital financiero el porcentaje más alto en la categoría de muy difícil se presentó en los costos, trámites e impuestos de la creación; el apoyo social, y el acceso a mercados.

Gráfico 40. Grado de dificultad evaluado por los empresarios en los criterios: capital financiero, acceso a mercados, apoyo social, asesoría y costos, trámites e impuestos en la creación de la empresa (%)

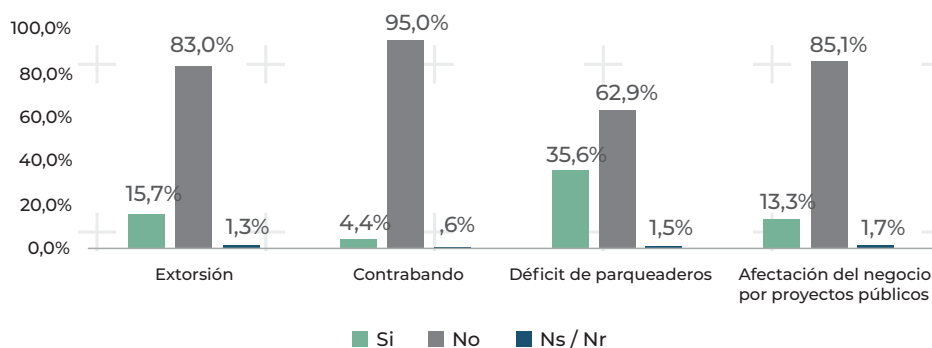


Asimismo, y con el propósito de consultar por otros aspectos develados en un estudio previo (Bautista Muñoz, 2022), se consultó a los empresarios por las dificultades enfrentadas en la actualidad para encaminar un proceso de formalización desde las dimensiones: entorno, normativa, comercial, tributaria, financiera y personal.

Frente a los factores del entorno, los empresarios en general respondieron no verse afectados significativamente por estos (Gráfico 41). Sin embargo, las cifras reportadas en déficit de parqueaderos (35,6 %), extorsión (15,7 %), y afectación por proyectos públicos (13,3 %) superan los dos dígitos. Para formales e informales, aunque la mayor preocupación reportada es el déficit de parqueaderos, la cifra de la extorsión es algo preocupante porque la seguridad debería ser la garantía mínima del Estado para el ejercicio empresarial.

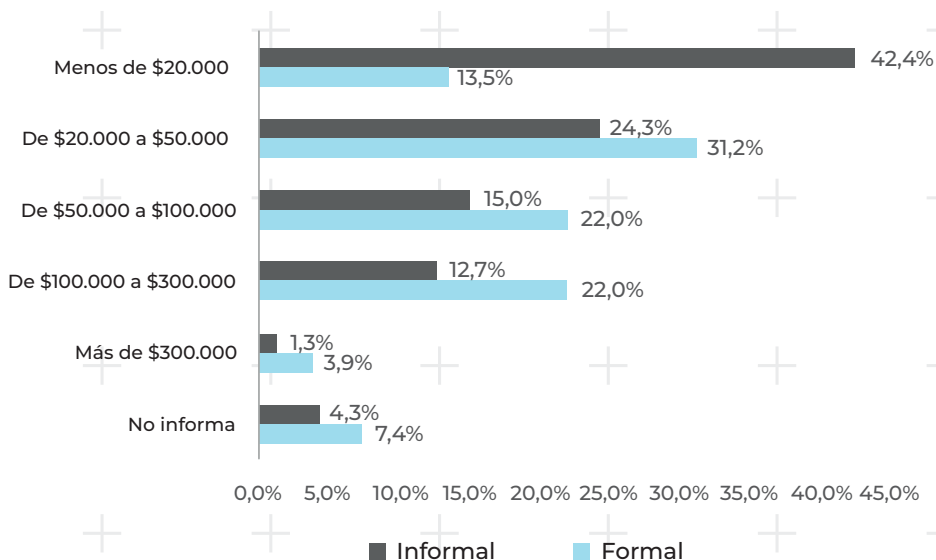
Adicional, y específicamente en el tema del entorno, se evaluaron otros aspectos de seguridad asociados con las restricciones para el ingreso de proveedores a la zona donde se encuentra el establecimiento, pago de cuota de seguridad y el contrabando. Se halló que el 16 % de los empresarios, tanto formales como informales, paga una cuota por operar en la zona donde se ubican; mientras que un 14 % reportó la existencia de restricciones para la circulación de proveedores en la zona de operación.

Gráfico 41. Factores del entorno que afectan a los empresarios



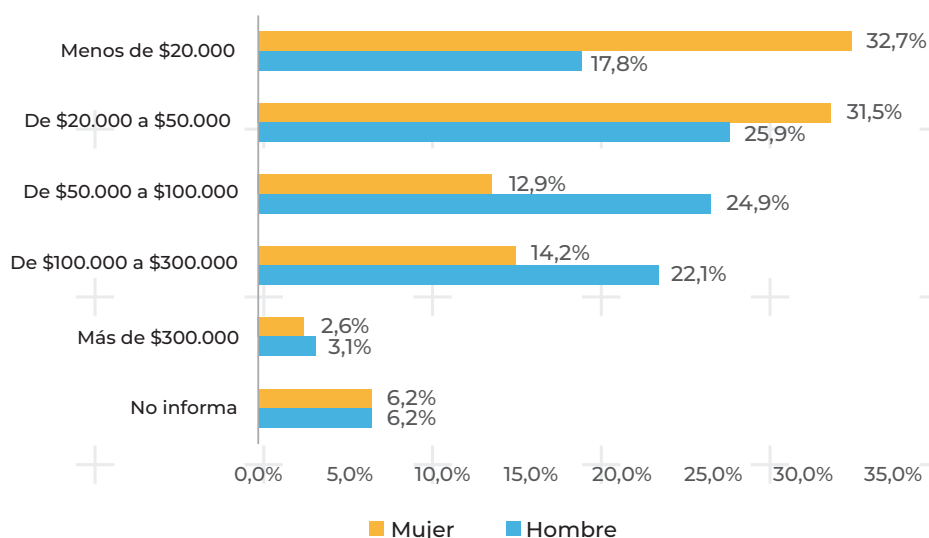
A quienes pagan una extorsión por la mal llamada cuota de seguridad se les preguntó por su costo mensual (Gráfico 42). El 24,3 % de los empresarios informales, manifestó pagar entre \$20.000 y \$50.000 y el 42,4 %, menos de \$20.000. En el caso de los formales, la cuota a pagar es más alta. El 31,2 % informó pagar entre \$20.000 y \$50.000; el 22 %, entre \$50.001 y \$100.000, el 22 %, entre \$100.001 y \$300.000. Este pago es un costo para los empresarios y un obstáculo para el crecimiento de las empresas.

Gráfico 42. Valor de la cuota de seguridad en donde opera la microempresa según segmento



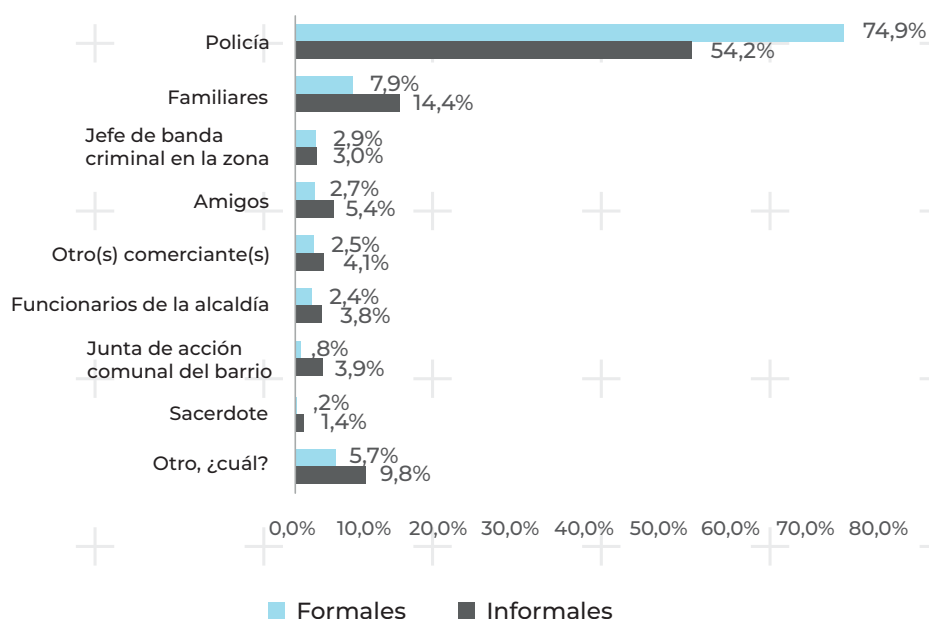
Según sexo, el 64,2 % de las mujeres paga una cuota de seguridad por debajo de los \$50.000; mientras que 50,1 % de los hombres se ven obligados a pagar tarifas que superan los \$50.000 (Gráfico 43). En cuanto al sector, los empresarios de industria y de comercio reportan una mayor participación en el rango de \$20.000 a \$50.000. Y en comercio, el 26,8 % de los empresarios hace pagos inferiores a \$20.000.

Gráfico 43. Valor de cuota de seguridad en donde opera la microempresa según sexo



Cuando los empresarios se enfrentan a situaciones de inseguridad, el 67,8 % acude a la policía (Gráfico 44). La siguen, en orden de importancia, familiares, amigos y los jefes de bandas criminales. En el caso particular de los formales, el 75 % recurre a la policía y el 8 % a familiares. Aunque para los informales su principal fuente de soluciones o ayuda en temas de seguridad también es la policía (54 %), los familiares tienen una participación importante (14 %), seguidos de los amigos (5 %).

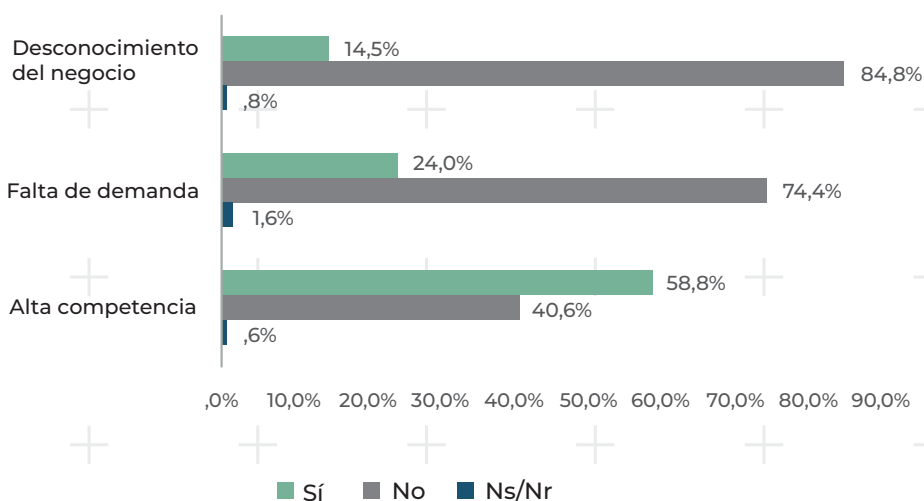
Gráfico 44. Tipo de acudimiento en momentos de inseguridad según segmento



Una situación similar se evidenció según sexo. Tanto hombres (70,9 %) como mujeres (64,4 %) acuden a la policía como primera opción, seguida, en las mujeres, por familiares (14,1 %), funcionarios de la alcaldía y amigos. Por su parte, los hombres recurren en menor medida a familiares (6,4 %), a los amigos (4,1 %) y los jefes de banda (3,7 %).

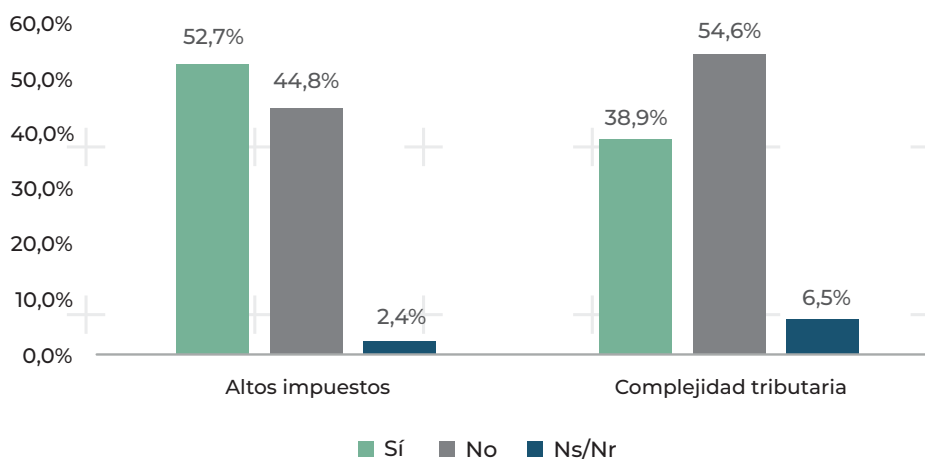
Respecto a los factores comerciales, la alta competencia resultó ser la principal dificultad que en general enfrentan los empresarios (58,8 %), seguido de la falta de demanda y del desconocimiento del negocio (Gráfico 45). Entre formales e informales. El orden de los factores, según su relevancia, es igual, solo que la alta competencia es levemente más alta en los formales (61,2 %) que en los informales (54,2 %).

| Gráfico 45. Factores comerciales que afectan al empresario



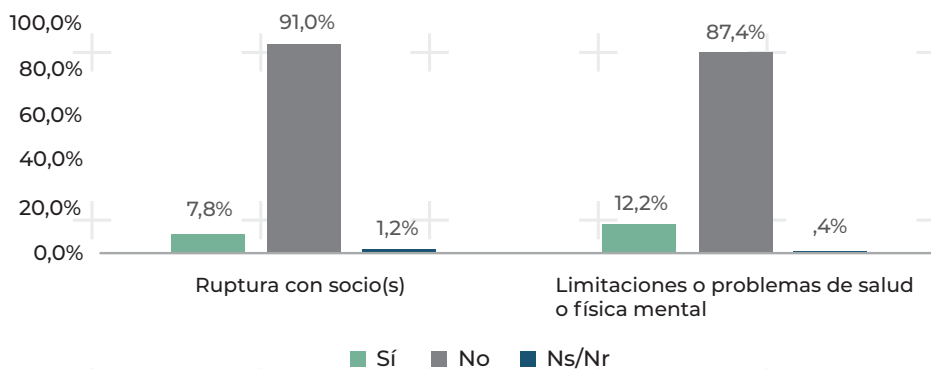
Otro aspecto indagado fueron los factores tributarios. Los empresarios en general, formales e informales, revelaron que la mayor dificultad son los altos impuestos (Gráfico 46).

Gráfico 46. Factores tributarios



En el ámbito personal, tanto en agregado como por segmento, ni formales ni informales manifestaron de manera significativa tener dificultades en el proceso de formalización por la separación con un socio o por presentar alguna limitación física o mental (Gráfico 47).

Gráfico 47. Factores personales







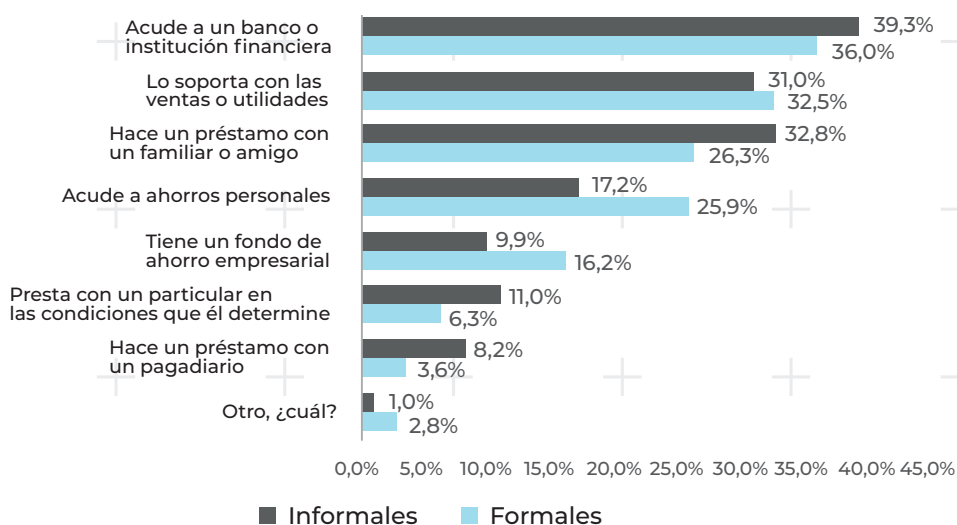
### 3. Financiamiento

Esta sección tiene como propósito conocer diversos aspectos relacionados con el financiamiento: solicitud, otorgamiento y destino del préstamo; necesidades de financiación y montos requeridos, y tipo de proveedor de financiamiento, entre otros temas.

Se observó que cuando los empresarios necesitan cubrir un gasto las opciones consideradas, en orden de importancia, son: acudir a un banco o institución financiera (37,2 %), soportarlo con las ventas o utilidades del negocio (32 %), realizar un préstamo con amigos (28,5 %) y acudir a los ahorros personales (22,9 %). Con menor importancia: recurrir a los ahorros de la microempresa (14 %), a particulares en las condiciones que éstos determinen (7,9 %) y a los pagadario (5,2 %).

Por segmento, se observó que la primera opción tanto de los empresarios informales (39,3 %) como de los formales (36 %) es acudir a un banco o institución financiera (Gráfico 48). La segunda, y con una diferencia mínima en los informales (32,8 %), es acudir a familiares y amigos.

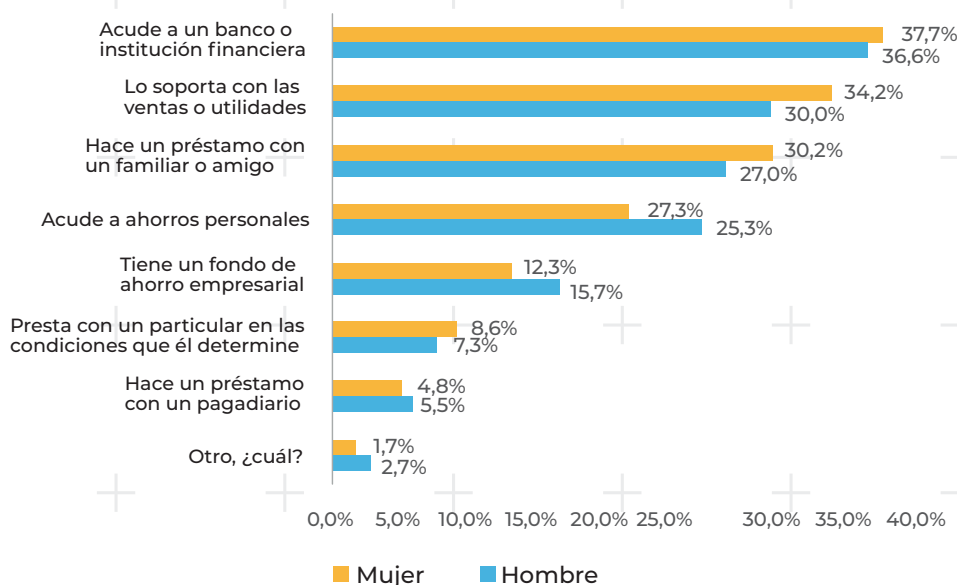
Gráfico 48. Cubrimiento de gastos de la microempresa según segmento\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Las mujeres, en mayor proporción que los hombres, acuden a las entidades financieras, a las ventas o utilidades del negocio, a los amigos y familiares o a un particular en las condiciones que él determine. En cambio, los hombres lideraron las opciones de acudir a los ahorros personales, los ahorros de la microempresa o a los pagadarios (Gráfico 49).

Gráfico 49. Cubrimiento de gastos de la microempresa según sexo\*

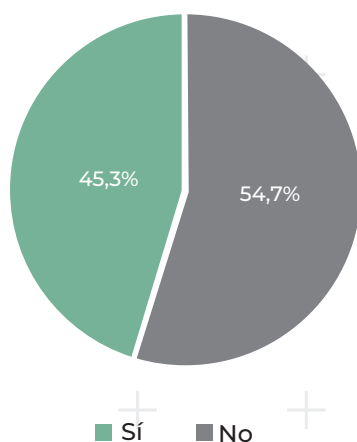


\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

El acceso a capital financiero es una de las principales necesidades de las empresas micro. En coherencia con ello, el 54,7 % de los empresarios encuestados indicó haber solicitado préstamos con el sector financiero (Gráfico 50), porcentaje que asciende al 55,8 % en las mujeres y al 60,8 % en los informales. Asimismo, de esta población, el 91,4 % de las mujeres y el 91,3 % de los informales indicaron que el préstamo les fue otorgado.

En el caso de los formales, el 51,6 % manifestó haber solicitado un préstamo que le fue aprobado al 85,9 %. Por sectores, comercio es donde existe mayor demanda de financiación (60,4 %), seguido de servicios (51,2 %) e industria (46,7 %).

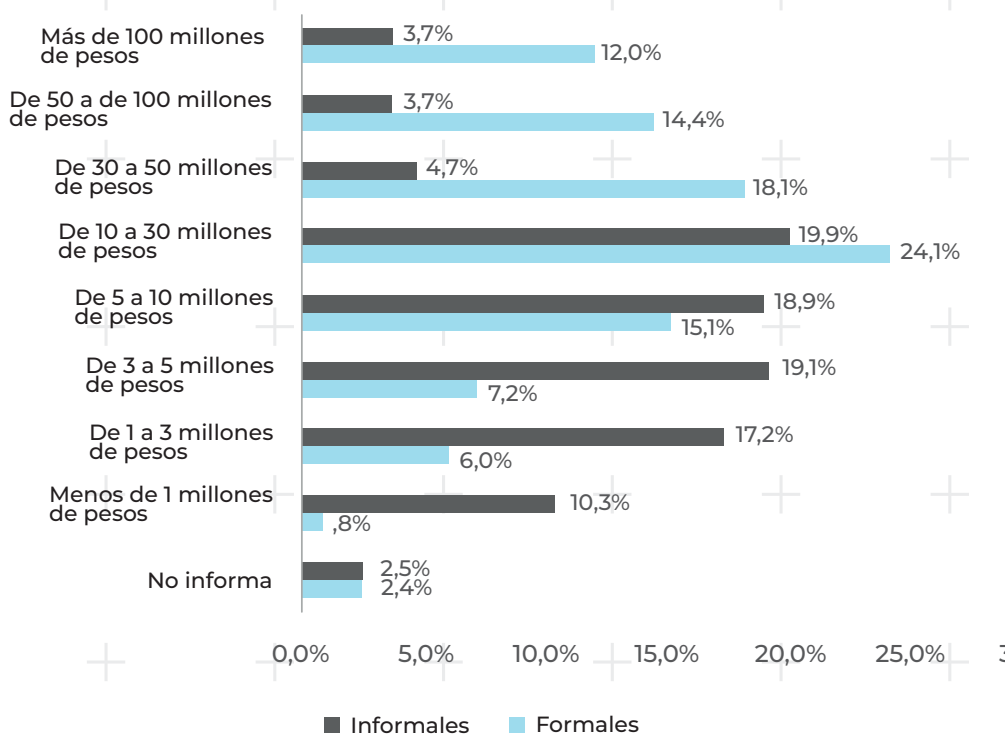
| Gráfico 50. Solicitud de préstamos en el sector financiero



Cuando se les preguntó si al momento de la realización de la encuesta la empresa necesitaba financiación, el 41 % de los negocios formales y el 45 % de los informales respondieron afirmativamente.

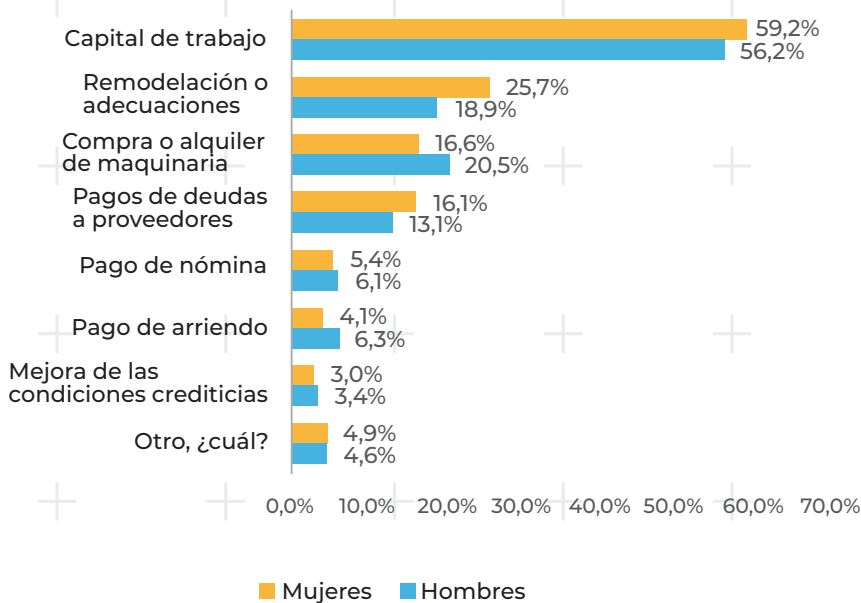
Los montos requeridos por los empresarios informales se encuentran, en mayor medida, en los rangos inferiores, mientras que los de los formales, en los superiores (Gráfico 51). Lo mismo sucede por sexo: el 51,7 % de las mujeres requieren montos inferiores a \$10.000.000, mientras que para el 40,4 % de los hombres los valores superan los \$30.000.000.

Gráfico 51. Monto de financiación requerido según segmento



El 57,7 % de los empresarios a los que les otorgaron el préstamo expresa que los recursos fueron destinados a capital de trabajo, resultado que se repite en hombres y mujeres. No obstante, en orden de importancia, en la segunda destinación hay diferencias por sexo. Las mujeres lo destinaron a remodelaciones; los hombres, para la compra o alquiler de maquinaria (Gráfico 52).

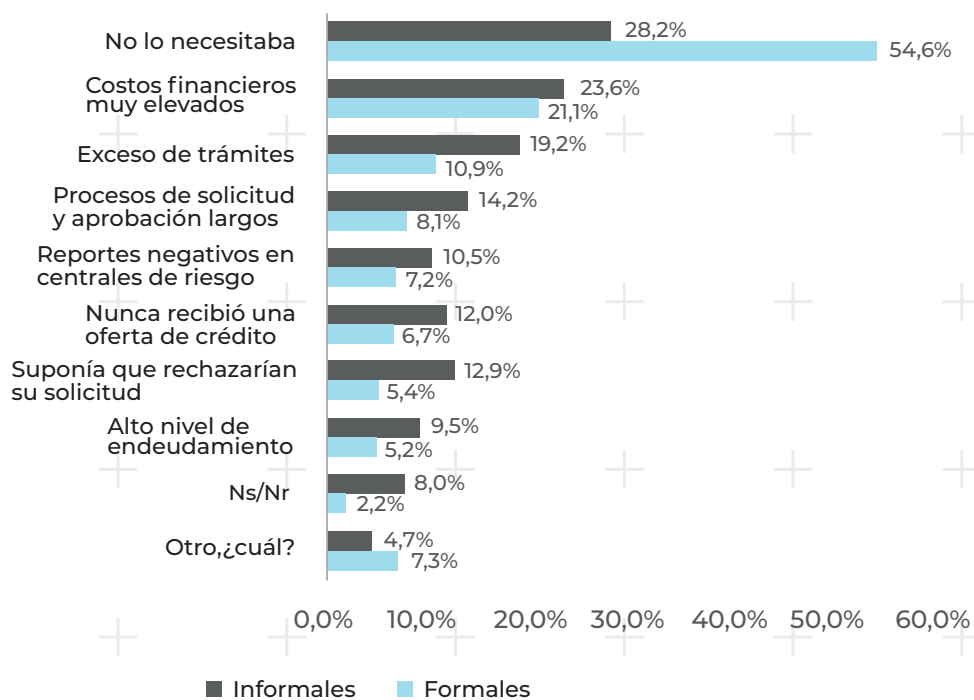
Gráfico 52. Destinos del recurso según sexo\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Entre los empresarios que no solicitaron préstamos en el sector financiero, se encontró que las tres principales razones para no hacerlo fueron: no lo necesitan, costos financieros elevados y exceso de trámites. La principal para los formales fue porque no lo necesitaban (54,6 %); mientras que en el ordenamiento de las otras alternativas, los informales registraron mayores frecuencias (Gráfico 53).

Gráfico 53. Razones por las que no solicitó un préstamo en el sector financiero según segmento\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple



## 4. Soporte institucional

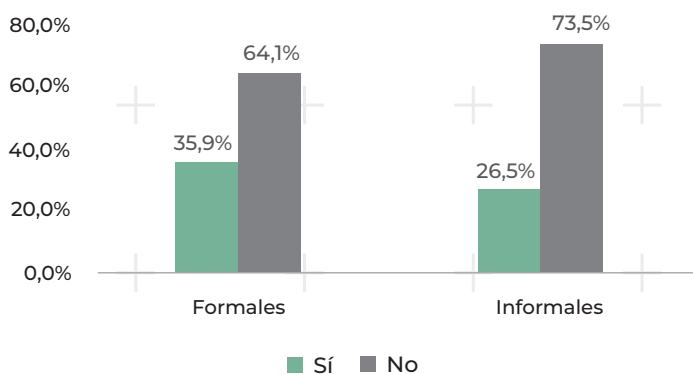


En esta sección se propone una serie de preguntas referentes a las relaciones de los empresarios con las instituciones del ecosistema, recomendaciones para el proceso de formalización y expectativas para el futuro cercano.

#### 4.1 Relaciones

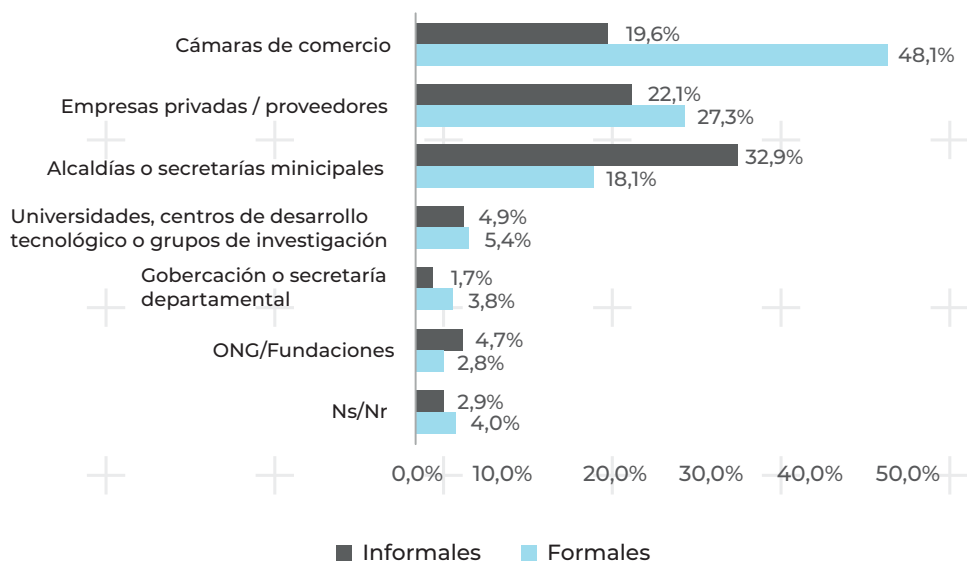
En general, el 66,4 % de los empresarios negó haber recibido ayuda o soporte de las instituciones del ecosistema. Este porcentaje fue superior en los informales (73,5 %) y levemente inferior en los formales (64,1 %) (Gráfico 54).

| Gráfico 54. Recibió apoyo o soporte institucional



El 48,1 % de los empresarios formales que indicó haber recibido ayuda señala que esta provino de las cámaras de comercio, seguidas, en orden de importancia, por empresas privadas y por las alcaldías o secretarías municipales (Gráfico 55). Entre los informales, se encontró que las alcaldías (32,9 %) son su primera opción, seguidas de las empresas privadas y de las cámaras de comercio.

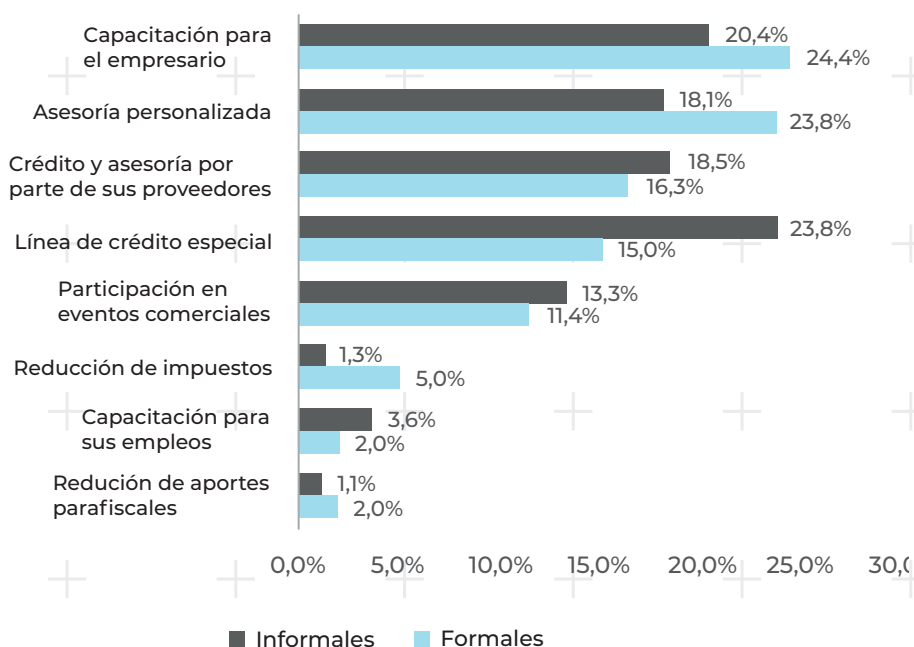
Gráfico 55. Instituciones que ayudan o ayudaron a la microempresa según segmento\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Sobre el tipo de incentivos o ayudas recibidas, el 23,8 % de los informales señaló tener líneas de crédito especial, seguidas de capacitación empresarial (20,4 %) y crédito y asesoría por parte de sus proveedores (18,5 %). Entre los formales, los incentivos más significativos fueron: capacitación empresarial (24,4 %), asesoría personalizada (23,8 %) y créditos y asesoría por parte de sus proveedores (Gráfico 56).

Gráfico 56. Tipos de incentivos recibidos para el ejercicio de la actividad económica según segmento



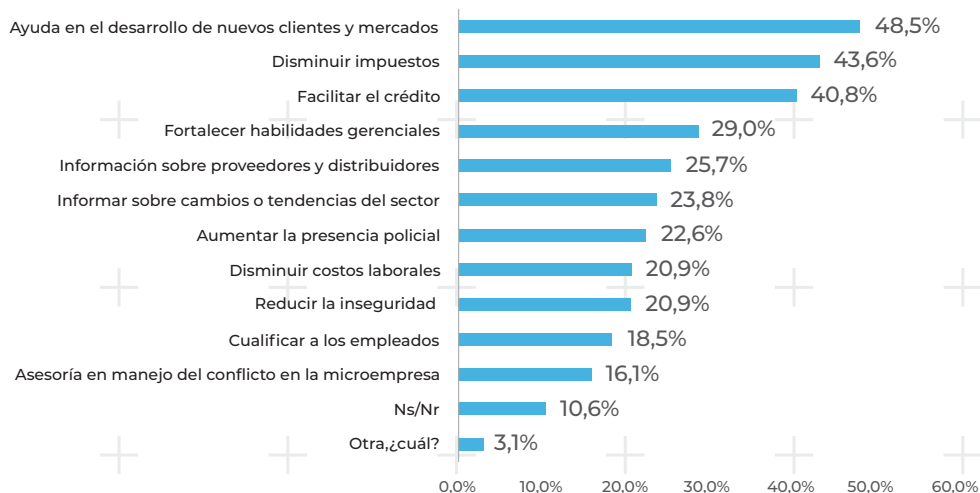
## Recomendaciones

Los empresarios, en agregado, coinciden en que ayudarles a desarrollar nuevos clientes o mercados facilitaría la permanencia de sus empresas, como también lo harían la reducción de impuestos y la facilitación de créditos (Gráfico 57).

Los formales le dan más importancia a la reducción de impuestos, al fortalecimiento de habilidades gerenciales y a la obtención de información de proveedores, por mencionar los más altos. Para el segmento informal, la acción más importante es la de facilitación del crédito, seguida por la reducción de la carga impositiva y por el fortalecimiento de las habilidades gerenciales.

Es importante resaltar que entre estas acciones también se encuentran la reducción de la inseguridad y el incremento de la presencia policial.

Gráfico 57. Acciones que facilitarían la permanencia de la microempresa\*



\*Pregunta con opción de respuesta múltiple

Adicionalmente, a los empresarios informales se les consultó sobre las acciones que consideran que facilitarían el proceso de formalización (Gráfico 58). Entre las más relevantes están el acceso a crédito y la garantía de este, el subsidio a los servicios públicos y la reducción en los aportes a la seguridad social.

| Gráfico 58. Acciones que facilitarían la formalización\*



- Acceso y garantías a crédito
- Subsidios a los servicios públicos
- Reducción en los aportes a la seguridad social
- Pago de impuestos diferidos
- Pago de renta diferido
- Otra



## 5. Comentarios finales

Los resultados de la primera versión de la EEM reflejan un empresario informal con rostro femenino, de edad adulta, bajos niveles de formación y con dificultades para obtener una recompensa salarial diferenciada por su labor dentro de la empresa.

En cuanto al perfilamiento de la unidad productiva informal, el 50,7 % de los empresarios respondió que estableció su negocio por una motivación de subsistencia, participación que no es muy superior a la respuesta de “por oportunidad”. El 68,3 % afirmó querer continuar indefinidamente con su negocio. El 40,6 % de los informales opera en un local arrendado; mientras que el 29,2 % lo hace en la casa del microempresario y el 18,3 % en puestos rodantes. Son negocios que generan poco empleo y bajas ventas mensuales (el 50 % vende menos de un millón de pesos). Su principal mercado es el barrio donde opera (especialmente, en los negocios del sector comercio [63,9 %]), y su canal favorito de comercialización es el punto de venta.

En contraste, las unidades formales se caracterizan por tener mayores ventas mensuales, generar empleo, atender el mercado local, regional y nacional, y operar desde un local arrendado. En términos de conocimiento y cumplimiento de obligaciones (inscripción en el RUT; afiliación y pago de la seguridad social y parafiscales; cumplimiento de las reglas que condicionan la producción de bienes o servicios, y la declaración y pago de impuestos, así como la tenencia de registros contables), los empresarios formales superan ampliamente a los informales.

Sin embargo, cuando se profundizó en los factores del entorno, específicamente en la seguridad, un porcentaje importante de empresarios formales e informales afirmó que pagan una extorsión por la mal llamada cuota de seguridad por operar en

la zona donde se localizan. También indicaron la existencia de restricciones para la circulación de proveedores en el sector.

El financiamiento sigue siendo una gran dificultad para los empresarios a pesar de las mejoras en el acceso. Los préstamos obtenidos continúan teniendo como destino el capital de trabajo y las remodelaciones o adecuaciones, principalmente. Entre los empresarios que afirmaron requerir financiación, la mayoría de los informales indicó necesitar un monto inferior a \$30 millones, mientras que en la mayoría de los formales, los montos requeridos superan esa cifra.

En cuanto al apoyo de las instituciones del ecosistema, la mayoría coincidió en responder que no lo recibe. Quienes afirmaron haberlo hecho, expresaron que proviene, principalmente, de las cámaras de comercio, las alcaldías y de empresas privadas.

Otro punto en común que tuvieron formales e informales fueron las recomendaciones. Para ambos grupos recibir ayuda sobre cómo desarrollar nuevos clientes o mercados facilitaría la permanencia de sus empresas.

A partir de esta información se recomienda:

1. Garantizarles a los empresarios y proveedores seguridad en los territorios reforzando la comunicación y sus herramientas con la policía local.
2. Formular políticas diferenciadas para las mujeres en todas las etapas o dimensiones de la formalización para que puedan cumplir con las obligaciones.
3. Comprometerse con facilitar el acceso a créditos y a formas de financiamiento ajustadas al tamaño, segmento y sector de la microempresa.



4. Desarrollar programas y plataformas que permitan la consecución de nuevos clientes y mercados.

5. Hacer mayor difusión de la oferta institucional de programas y portafolios para apalancar a los empresarios en cada una de las etapas de desarrollo de la empresa micro.

## Bibliografía

Bautista Muñoz, K. V. (2022). Informalidad: Una perspectiva multidimensional para el Valle de Aburrá. Cartilla CEM, 4-85.

Cárdenas , M., & Rozo, S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. Desarrollo y sociedad, 211-243.

## Ficha técnica

### *Técnica*

Entrevista telefónica o presencial al propietario o representante legal de la empresa micro con la aplicación de un cuestionario estructurado.

### *Grupo objetivo*

Unidades empresariales formales e informales, donde la informal es aquella que no está registrada en las cámaras de comercio de Medellín para Antioquia ni Aburrá Sur.

### *Cubrimiento*

Valle de Aburrá.

### *Tipo de muestreo*

Estratificado por segmento (formal e informal) y sector.

### *Tamaño de la muestra*

1237 empresas encuestadas

Segmento	Comercio	Industria	Servicios	Muestra total
Informal	183	180	185	548
Formal	260	226	203	689

### Margen de error

Por segmento (formal - informal), estimaciones al total con un error estándar relativo máximo del 5,3 % para frecuencias observadas en la población con una frecuencia mínima del 40 % y con una confiabilidad del 95 %.

Por sector económico (comercio, industria y servicios), para cada uno de los segmentos, estimaciones con un error estándar relativo menor al 10 % para frecuencias observadas en la población con una frecuencia mínima del 40 % y con una confiabilidad del 95 %.

Para el agregado de las empresas formales e informales, estimaciones con un error estándar relativo máximo del 4,7 % para frecuencias observadas en la población con una frecuencia mínima del 30 % y con una confiabilidad del 95 %.

**Medición:** agosto 2022 - Enero 2023.

**Empresa encargada de la medición:** Cifras & Conceptos



L I D E R A N

