

La microempresa es protagonista en la economía caleña

El 90% de las empresas de Cali son microempresas que tienen diversos factores en común pero también exhiben algunas características que las diferencian. Para diseñar soluciones de acompañamiento acordes a cada tipo de negocio, la Cámara de Comercio de Cali y la Fundación WWB realizaron una caracterización de los emprendimientos que participaron en sus programas entre los años 2018 y 2019, encontrando que tanto en los negocios de subsistencia como en los tradicionales los líderes son en su mayoría mujeres (76%) y sus ingresos suelen ser inferiores a un salario mínimo mensual legal vigente (smmlv).

Segmentos de las Microempresas identificados por la Cámara de Comercio de Cali

<p>Unidades de subsistencia</p> <ul style="list-style-type: none"> Vendedor ambulante de diversos productos (aguacates, mangos, elementos para celulares, etc) Son personas con necesidades de supervivencia y sin proyecciones de ingresos. Sus ingresos varían en el día a día pero no hay crecimiento El cliente 'le colabora' cuando le compra Su identidad está dada por el producto 	<p>Redes de proveedores independientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Vendedores de productos con una marca de mayor reconocimiento, no cuentan con un local y sus ventas dependen de su movilidad. Para generar ingresos debe ubicarse en espacios de alto tráfico ó recurrir a redes de conocidos. Su identidad la determina la marca ancla que distribuye. Tienden a cambiar de ancla con frecuencia o a combinar varias ofertas. 	<p>Negocios tradicionales</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuenta con un local en el cual opera y atiende a su clientela. Son personas expertas en un oficio, tipo peluquero, tendero, entre otros. Es un negocio con bajos niveles de productividad El negocio usualmente tiene el nombre o apellido de su propietario El negocio no evoluciona con el tiempo 	<p>Empresas emergentes</p> <ul style="list-style-type: none"> El negocio tiene un modelo distintivo Cuenta con una mentalidad orientada al crecimiento Se apoyan en el equipo de trabajo para la realización de tareas Registran dinámica positiva de crecimiento cada año Cuentan con una marca y concepto Sus productos se pueden vender en diversas geografías

Generan empleo, tienen una visión de crecimiento y sostenibilidad, buscan movilidad intergeneracional, apuestan en un solo negocio pero pueden escalar.

1.803 Empresarios que se analizaron en la investigación, de los segmentos negocio tradicional y unidades de subsistencia.

Características comunes en los dos segmentos

El 80% de los dueños de estos negocios están ubicados en estratos 1,2 y 3.

El 60% de las empresas tienen de **1 a 3 años** de constitución. Las más antiguas, llevan más de cinco años de funcionamiento en el mercado.

El 59% de las empresas **no conocen la información financiera** de sus negocios.

Factores que limitan el crecimiento de los negocios

- El dueño no contempla en su plan de vida ser empresario.
- Usan mecanismos poco confiables para el registro de la información financiera de las cuentas del negocio.
- No generan empleo luego de cinco años de funcionamiento.
- Desconocimiento de los indicadores financieros de la empresa.



El negocio tradicional, por lo general, incurre en dos fallas que limitan su crecimiento

Los dueños de unidades subsistencia cometen más de tres errores que afectan su dinámica.

Conclusiones

Los dueños

de los negocios de subsistencia se concentran en grados de escolaridad primaria y secundaria mientras que los dueños de los negocios tradicionales en educación técnica y educación superior.

El 79%

de los negocios de subsistencia generan ingresos menores a un smmlv, por su parte, el **50% de los negocios tradicionales** tienen ingresos de un salario mínimo o más.

El 70%

de los dueños de los negocios de subsistencia llevan sus cuentas en su cabeza, mientras que el **73% de los dueños de los negocios tradicionales** registra las cuentas en algún medio que les permite tener una trazabilidad de esa información.

El 81%

de los negocios de subsistencia no generan empleo luego de cinco años de funcionamiento en el mercado, mientras que el **63% de los negocios tradicionales** generan como mínimo un empleo.

Para conocer más detalles de este estudio y sus recomendaciones, consulta el documento completo en el siguiente enlace:

Pendiente.