

Formalización empresarial de las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa
Naranka S.A.S.

Carolina Gutiérrez Amezcuita

Johanna Villegas León



Universidad Santiago De Cali

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Maestría Dirección Empresarial

Santiago de Cali

2023

Plan de formalización empresarial de las maquilas de confección que le prestan servicios a la
empresa Naranka S.A.S.

Carolina Gutiérrez Amezquita

Johanna Villegas León

Asesor:

Josnel Martinez

Modalidad: Monografía



Universidad Santiago De Cali

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Maestría Dirección Empresarial

Santiago de Cali

2023

Formalización empresarial de las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa Naranka S.A.S

Business formalization of the garment factories that provide services to the company Naranka S.A.S

Carolina Gutiérrez Amezquita¹

Johanna Villegas León²

Resumen

Introducción: la formalización empresarial es crucial para la sostenibilidad. La falta de adherencia a normas y obligaciones fiscales limita el crecimiento, y en el ámbito industrial textil en Colombia afecta su posicionamiento y crecimiento en el mercado. Siendo así, que la informalidad de empresas maquilas no solo afecta su competitividad, las condiciones laborales y la recaudación de impuestos, creando un entorno empresarial menos equitativo y sostenible.

Objetivo: analizar el estado de la formalización empresarial de las maquilas de confección que prestan servicios a la empresa Naranka, S.A.S. **Metodología:** investigación analítica en el que se distingue por ser exploratoria y descriptiva con un diseño transversal. La población objeto de estudio se seleccionó mediante muestreo convencional, se trabajó con 20 empresas maquilas de un total de 64 que prestan este servicio. Estas se destacan por variables con mayor probabilidad de transformación hacia la formalización empresarial, buscando beneficios mutuos entre empresa y proveedor. Se aplicó un muestreo convencional. Analizar a fondo esta población y revisar fuentes de información en el sector manufacturero proporcionó datos cruciales para entender la

¹ Programa de Maestría en Dirección Empresarial, Universidad Santiago de Cali, e-mail: Carolina.gutierrez07@usc.edu.co

² Programa de Maestría en Dirección Empresarial, Universidad Santiago de Cali, e-mail: Johanna.villegas00@usc.edu.co

situación actual y definir estrategias para fomentar la formalización empresarial. **Resultados:** de las 20 empresas estudiadas, solo 2 (10%) están completamente formalizadas, mientras que el 65% ha obtenido el Registro Único Tributario (RUT). Esto indica la posibilidad de iniciar un proceso de formalización a través de la Cámara de Comercio. Además, el 65% de las empresas mantiene registros contables, pero solo el 15% los tiene actualizados. El 55% tiene un RUT vigente, y solo el 15% realiza aportes tributarios anuales. El 70% de las empresas informa contratación "al destajo," y solo el 10% efectúa pagos de obligaciones laborales debido a su formalidad legal. Estos resultados subrayan la oportunidad de iniciar un proceso de formalización empresarial, especialmente a través de la Cámara de Comercio, y brindar capacitación y sensibilización a los emprendedores. **Conclusiones:** el análisis destaca la alta informalidad en el sector manufacturero, principalmente en maquilas familiares. La falta de comprensión del Registro Único Tributario (RUT) contribuye a esta informalidad. Se proponen estrategias de sensibilización y colaboración con entidades gubernamentales para fomentar la formalización. La formalización no solo mejora la competitividad sino también las condiciones laborales. Se sugiere que la empresa Naranka S.A.S. implemente procesos especializados y cree instrumentos de seguimiento para fortalecer la cadena de suministro y adaptarse a cambios normativos.

Abstract

Introduction: Business formalization is crucial for sustainability. Non-compliance with rules and tax obligations limits growth, particularly in the Colombian textile industry, affecting market positioning and growth. The informality of maquila companies not only impacts competitiveness, labor conditions, and tax revenue but also creates a less equitable and sustainable business environment. **Objective:** To analyze the state of business formalization of

clothing maquilas that provide services to Naranka, S.A.S. **Methodology:** An analytical research approach, which is both exploratory and descriptive with a cross-sectional design. The study population was selected through conventional sampling, involving 20 maquila companies out of a total of 64 providing this service. These were selected based on variables with a higher probability of transitioning towards business formalization, seeking mutual benefits between the company and its suppliers. Conventional sampling was employed. In-depth analysis of this population and a review of information sources in the manufacturing sector provided crucial data to understand the current situation and define strategies for promoting business formalization.

Results: out of the 20 companies studied, only 2 (10%) are fully formalized, while 65% have obtained the Unique Tax Registry (RUT). This indicates the opportunity to initiate a formalization process through the Chamber of Commerce. Furthermore, 65% of the companies maintain accounting records, but only 15% keep them up to date. 55% have a valid RUT, and only 15% make annual tax contributions. 70% of the companies report "piecework" hiring, and only 10% make labor obligation payments due to legal formality. These results underscore the opportunity to begin a business formalization process, especially through the Chamber of Commerce, and provide training and awareness to entrepreneurs.

Conclusions: The analysis highlights high informality in the manufacturing sector, particularly in family-owned maquilas. Lack of understanding of the Unique Tax Registry (RUT) contributes to this informality. Strategies for raising awareness and collaborating with government entities to promote formalization are recommended. Formalization not only enhances competitiveness but also improves labor conditions. It is suggested that Naranka, S.A.S. implement specialized processes and tracking instruments to strengthen the supply chain and adapt to regulatory changes.

Introducción

En el marco de la dinámica empresarial contemporánea, la formalización emerge como un tema de suma importancia que afecta a diversos sectores económicos. La informalidad empresarial en Colombia es un fenómeno relevante para la operación de las microempresas y actividades económicas que se encuentran incumpliendo parcialmente o rotundo el contexto del marco legal y regulatorio establecido en el país. Esto implica que estas empresas no están registradas formalmente ante los entes reguladores y, por tanto, no cumplen con las regulaciones fiscales, laborales y administrativas, de tal manera que no contribuyen de manera adecuada al aporte del crecimiento económico del país (PIB). Entonces, la formalización empresarial constituye un aspecto crítico para garantizar la sostenibilidad de las empresas, en este sentido, la búsqueda de soluciones para abordar esta problemática no solo se ajusta a nuestros objetivos, sino que también demuestra nuestro compromiso de elevar la gestión empresarial hacia una formalidad (Organización Internacional del Trabajo, 2017).

Algunos como De Soto (2016), indican que la economía informal es aquella que está al margen de la ley y de normas que permiten el seguimiento, control y pagos de las empresas para con la Nación. Igualmente, Salazar (2022) manifestó que la complejidad de las regulaciones fiscales y la alta carga tributaria son factores críticos que desincentivan a las empresas para formalizarse. Por lo que este resultado indica la relevancia de conocer el nivel de carga fiscal que puede representar en la estructura financiera una parte significativa de los costos operativos, lo que lleva a que muchas empresas opten por operar en la economía informal más aun en el sector textil como maquila de confección (Salazar, 2022).

Por otro lado, Arruñada (2007) explora las estrategias empleadas por los actores del entorno empresarial para facilitar el proceso de formalización de las empresas destacando la

importancia de la simplificación de trámites y la reducción de los costos de transacción como factores fundamentales que fomentan la formalización. Concordando con lo anterior, Fernández (2020) en su investigación, se plantea la necesidad de simplificar los procedimientos burocráticos, implementar incentivos fiscales y promover programas de capacitación financiera. Estas medidas, al impulsar la formalización, no solo contribuyen a la legalidad y transparencia en el entorno empresarial, sino que también fortalecen la competitividad y el crecimiento sostenible de la economía en la virtualidad y agilidad de procesos.

Ahora bien, Flórez et al. (2019), destaca que los emprendimientos que operan sin adherirse a normas y obligaciones fiscales enfrentan serias limitaciones en su crecimiento. Esta afirmación es particularmente relevante para Colombia, donde se observa una falta de programas contables en los micronegocios, en gran parte debido a los elevados costos asociados y los riesgos financieros que enfrentan, los hallazgos de este estudio pueden ayudar a enmarcar la situación específica de las empresas textiles y aportar ideas sobre las posibles soluciones y estrategias que podrían promover la formalización en este sector. En la misma línea, Velásquez y Vargas (2015) explican en su artículo “hacia la formación de un espíritu emprendedor, orientado a la formalidad” una experiencia basada en la particularidad del impacto de la informalidad en los emprendedores. Los resultados destacaron cómo los trabajadores informales enfrentan mitos del voz a voz en la ruta hacia la formalización, desconociendo los beneficios de esta. En efecto estos resultados resaltan la importancia de abordar la informalidad para mejorar las condiciones laborales en la industria textil desde la promoción y visibilización clara de la ruta de formalización empresarial.

De acuerdo con Rodríguez (2021), este fenómeno afecta en distinción a la globalización, la región de América Latina y el Caribe, por lo cual es importante conocer a fondo porque las

empresas de maquilas son en su mayoría informales a pesar de que pertenecen al sector Textil y confección del País. Según en el informe presentado por el Dane (2023), en año 2021 este sector aportó al PIB nacional el 3% y el 7.5% del PIB Manufacturero en Colombia, ocupando un aporte importante a nivel nacional. Además, según Rodríguez y Dussán (2018), en su revisión literaria, la informalidad en los microempresarios se origina debido a un paradigma que abarca una serie de factores interconectados, que incluyen aspectos sociodemográficos, legislación, ordenanzas y gobernanza, así como variables macroeconómicas. En resumen, estos elementos no están adecuadamente sincronizados para ofrecer una solución al crecimiento de las pequeñas empresas, lo que, en última instancia, contribuye a la falta de medidas efectivas para abordar la formalización y que resulta imperante para la creación de estrategias que aborden la promoción de esta.

En este contexto, al llevar una investigación relacionada con la formalización de una empresa maquila, es necesario tener presente que la industria de la confección en Colombia es un sector económico importante que ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. Colombia tiene una larga tradición en la producción de textiles y prendas de vestir, y la confección se ha convertido en una actividad clave en términos de generación de empleo y contribución al PIB. Por otro lado, históricamente, la confección en Colombia ha estado influenciada por una combinación de factores, como la disponibilidad de materias primas textiles, la mano de obra relativamente asequible y la ubicación estratégica dentro de la competitividad del mercado.

Según los datos obtenidos de la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM), el sector Textil ha experimentado un incremento en su Índice de Producción de Hilatura, Tejeduría y Acabado de Productos textiles, que reflejó un alza del 2,6% en comparación con el año

precedente. Este resultado es especialmente relevante si se compara con la variación negativa registrada en el mismo indicador, la cual alcanzó el -7,8% durante el año anterior. Colombia para el 2020, inicio un modelo de internacionalización para las Pymes del sector textil-confecciones, donde la informalidad es una de las variables que debe mejorar para ser aceptados en dicho modelo de internacionalización (López et al., 2020).

Tabla 1

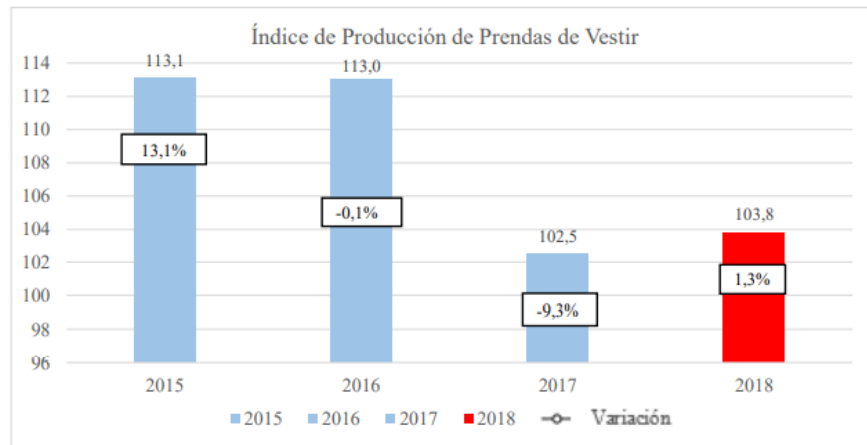
Comportamiento de la industria de la confección en Colombia.

2009-2019 ^P											
Descripción productos	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 ^p
Hilados E Hilos; Tejidos De Fibras Textiles Incluso Afelpados	-9,6	-16,8	5,7	-3,3	-4,8	-13,8	4,7	-1,8	-3,9	0,9	-7,8
Artículos Textiles (Excepto Prendas De Vestir)	-15,4	13,0	2,8	-6,4	-2,1	9,2	6,0	0,1	-10,4	-0,8	-5,2
Tejido De Punto O Ganchillo; Prendas De Vestir	-13,8	8,5	8,5	-0,9	-1,0	3,1	-1,4	4,8	-2,6	-0,9	-1,1
Total productos textiles	-13,4	4,2	7,5	-1,8	-1,6	1,3	0,1	3,5	-3,6	-0,7	-2,2

Nota: datos tomados del DANE (2023)

Lo anterior constituye un problema de dos caras, porque no solo afecta a las Pymes que hoy están formalizadas y que desean internacionalizar sus productos con mejores garantías y costos, sino que también se afecta las empresas informales porque no podrán participar de la oportunidad presentada. Convirtiéndose en un problema no solo de la empresa privada si no también del Estado.

Ahora bien, la industria ha presentado bajas en la producción textil, por el alto grado de importación este hecho, genera aún más el nivel de informalidad en las maquilas, tal y como lo presentan las estadísticas del sector (Ver **Figura 1**).

Figura 1*Índice de producción de prendas de vestir*

Nota: imagen tomada de Dane (2023)

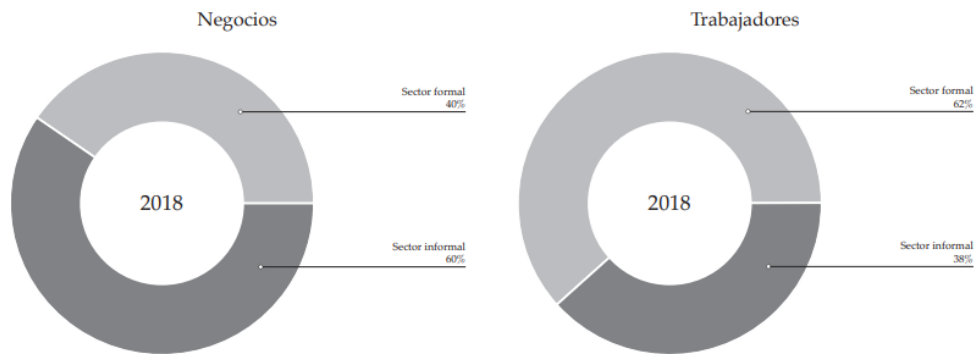
Dentro del contexto de las maquilas textiles, se encuentran la investigación hecha por Bancoldex,(2013), en que afirma que, la principal fragilidad de la estructura en el ámbito de la confección, son los propios productores quienes, en una dinámica informal, se encargan de comercializar sus productos. Esta desconexión entre los niveles de producción y distribución agrega otra capa de complejidad a la estructura del sistema moda con un porcentaje de informalidad del más del 55%.

Indudablemente, en el panorama empresarial colombiano, se ha observado un aumento gradual en el establecimiento de nuevas empresas (Ver

Figura 2). No obstante, resulta evidente que se ha registrado un retroceso en lo que respecta a la formalización de estas entidades. Esta situación es particularmente notable en el caso de las micro y pequeñas empresas, las cuales, además de desempeñar un papel vital como generadoras de empleo, también aportan con modestia en términos de valor añadido a la coyuntura económica nacional (López, Lozano, Martínez L, & Tunjo, 2020).

Figura 2

Participación del mercado informal en Colombia



Nota: cálculos de Fedesarrollo presentada por Fernandez (2020).

Frente a los datos anteriores, se observa una discrepancia entre el aumento de empresas y la reducción en la formalización, especialmente en el caso de las micro y pequeñas empresas en Colombia, esta problemática plantea desafíos y retos en el ámbito de la dirección administrativa tal y como lo explica la Dirección Nacional de Planeación- DNP (2017). Si bien el aumento de empresas puede indicar una creciente actividad emprendedora, es crucial analizar las barreras que obstaculizan su formalización. Las micro y pequeñas empresas, al ser componentes esenciales del tejido económico, enfrentan obstáculos diversos para cumplir con los requerimientos regulatorios, tal y como lo afirma Hamann y Mejia (2012), en el que por medio de su investigación en análisis de sensibilidad para diferentes escenarios, la conclusión radica en que la decisión de ser informales en la microempresas, es que los gastos inherentes al establecimiento, la disolución de una empresa formal, las erogaciones salariales, las tasas tributarias y la viabilidad de acceder al entramado financiero no es “negocio” para quien inicia una ruta de escalabilidad empresarial.

Así mismo, se respalda este tipo de investigaciones con el aporte de Arango (2022), donde en su entrevista al dueño de Creaciones Olimpo en la ciudad de Cali, explica que las causas del empeoramiento sistemático de los ingresos de las maquilas, están dadas, por los bajos precios que se le ofertan a las microempresas dedicadas a la confección, pues los índices de trabajo son los mismos de hace ocho o diez años y mientras tanto, para ellos como emprendedores les sube la inflación y todo su material, en ese orden de ideas, para los confeccionistas los obliga a trabajar paulatinamente y buscar confeccionar ellos mismo su propia marca.

En el sector de confección textil, las maquilas es una de las actividades más informales que se presenta. Esta informalidad del casi 60% de acuerdo con cifras estimadas por el Dane (2018) genera problemáticas económicas, sociales y de crecimiento. Dicha problemática se ha identificado debido a la experiencia de trabajar en una empresa textil, la cual para lograr su producción realiza contratación con Maquilas de Confección quienes brindan una solución económica, de calidad y eficiencia para la elaboración de sus productos ya que con estos talleres satélites se planea una producción constante y a bajo costo, pero generando el problema que en su mayoría las empresas de maquila son informales y no demuestran interés en formalizarse.

En una época donde la digitalidad obliga a las empresas a facturar electrónicamente se está convirtiendo en una carga tributaria y contable para la empresa contratante debido a que el costo o servicio pagado a ellos no es deducible legalmente de la renta porque no tienen ningún documento soporte, generando una contabilidad con información incompleta en sus costos, alterando la utilidad operativa, e incrementando el valor a pagar en impuestos.

Ahora bien, la mayoría de los trabajadores en estas maquilas son familias que no cuentan con seguridad social ni políticas de riesgo laboral que los protejan en sus funciones diarias. Esto

significa que carecen de prestaciones sociales y de un sistema de respaldo en caso de accidentes o situaciones adversas en el entorno laboral.

Además, el sistema de pago basado en destajo, que es común en estas maquilas, genera una alta rotación de trabajadores. El hecho de que el salario no sea fijo puede ocasionar inestabilidad económica y laboral entre los empleados, lo que a su vez impacta negativamente en la calidad y eficiencia de las entregas. La rotación constante de trabajadores dificulta la formación de un personal calificado y experimentado en esta actividad, lo que puede afectar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Esta problemática pone de manifiesto la necesidad de abordar no solo la informalidad empresarial, sino también las condiciones laborales y de seguridad de los trabajadores en estas maquilas. Es esencial implementar políticas que brinden seguridad social y beneficios laborales a los empleados, promoviendo así la retención de personal calificado y mejorando la calidad y eficiencia en la producción y entrega de productos. La solución a estas cuestiones requerirá una atención integral que abarque tanto la formalización empresarial como la mejora de las condiciones laborales en el sector de las maquilas de confección.

La informalidad, no es ajena a la empresa Naranka S.A.S., debido a que sus proveedores, es decir la maquilas en su generalidad más del 72% son informales y no cuentan los requisitos necesarios para seguir operando como grupo de interés, Sin contar que este es un problema que también se afecta los impuestos que esta actividad debería aportar y descontar a la misma.

En este sentido, y frente al nivel de informalidad de la cadena de suministro que actualmente sostiene la empresa se debe abordar esta situación con estrategias que faciliten la transición de la informalidad a la formalidad evitando que siga en aumento costos de operación y

problemas contables, deberán buscar alternativas próximas que mejore el panorama y evite una salida de los actuales proveedores.

Considerando lo anterior, la presente investigación tiene el objetivo de analizar la formalización empresarial de las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa Naranka, SAS, para dar cumplimiento a dicho planteamiento se realizó una caracterización del diagnóstico situacional de las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa Naranka S.A.S, adicionalmente, se identificaron los elementos de formalización empresarial para las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa Naranka S.A.S, y por último, se proponen estrategias gerenciales para la formalización empresarial de las maquilas de confección que le prestan servicios a la empresa Naranka S.A.S.

Entonces, el propósito de este tema objeto de estudio contribuye a generar nuevas bases teóricas y datos relevantes en este sector. Al formalizar maquilas, se impacta positivamente en dos áreas clave: mejora de condiciones laborales para los trabajadores y estímulo del crecimiento económico regional. Su investigación plantea nuevos enfoques de conocimiento y práctica para enriquecer la discusión existente.

Finalmente, esta investigación aborda desafíos en la formalización de talleres satélites que proveen a Naranka, SAS, en la ciudad de Cali, con el objetivo de mejorar diversas variables. En primer lugar, busca mejorar las condiciones laborales y la seguridad de los trabajadores, lo que tendrá un impacto positivo en su calidad de vida entre beneficiarios directos e indirectos. Además, desde una perspectiva económica, aspira a estimular el crecimiento del sector manufacturero a nivel local y nacional, contribuyendo al desarrollo sostenible. Esta investigación académica ha sido realizada por estudiantes cursantes de maestría en Dirección Empresarial y establece bases como referencia para empresarios que enfrentan desafíos similares. También

sirve como un documento que fomenta mejoras en aspectos económicos, sociales y fiscales, así como el crecimiento y sostenibilidad del sector y busca dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Cómo se puede promover la formalización empresarial de las maquilas de confección que brindan servicios a la empresa Naranka SAS para beneficio entre ambas partes?

Metodología

En esta investigación, se optó por un punto de partida analítico, explorando diversas metodologías y clases disponibles en el desarrollo metodológico, tras un análisis, se encontró que la metodología analítica, tal como la propone Lopera et al. (2010), se ajusta de manera más congruente a los objetivos de este estudio.

Este enfoque implica transitar por varias etapas de investigación con el propósito de lograr una comprensión integral del contexto, conforme a lo dispuesto por Ramos (2020), esta metodología permite desglosar el problema en cuestión, analizar sus componentes críticos y obtener una visión global que arroja resultados significativos sobre aspectos clave del tema de investigación.

Por lo anterior, el diseño de esta investigación se distingue por ser exploratoria y descriptiva, exploratoria debido a que es una investigación nueva en la empresa Naranka SAS y descriptiva porque identificar las causas más repetitivas entre las maquilas que limita su formalización, estando acorde a lo que señala Binda y Balbastre (2013).

Para la adquisición de información se empleará un instrumento en forma de encuesta. Siguiendo la definición proporcionada por Sampiere y Mendoza (2018), la encuesta se presenta como el método más habitual y preciso para recopilar datos específicos, identificando las variables estadísticas que otorgan una preeminencia al objeto de estudio, con el propósito de llevar a cabo un análisis subsiguiente.

El instrumento seleccionado para este propósito es la encuesta, la cual comprende una serie de interrogantes destinadas a obtener una visión comprensiva de la coyuntura actual frente a la informalidad de las maquilas que actualmente son proveedoras de la empresa. Cabe mencionar que esta encuesta estará disponible para su aplicación mediante la plataforma Google Forms.

La realización de la encuesta se efectuará en modalidad virtual, asegurando la observancia de las pautas establecidas por la entidad para la obtención de información proveniente de los proveedores vigentes.

Fuentes de información

Con el propósito de respaldar la información vinculada a los objetivos propuestos, se emplea la encuesta como fuente primaria que indiquen datos directos y pertinentes, así es que, se aplicara este instrumento para adquirir conocimiento acerca de la microempresa como proveedora textil de la empresa y obtener una comprensión de su percepción respecto a su estado de informalidad, así como de las barreras que le impiden formalizarse. (Ver anexo 1.)

Por otro lado, se obtendrá información de carácter literario como sopeso hacia los objetivos a través de revistas científicas, documentos legales de los actores del ecosistema empresarial y distintos trabajos relacionados con el objeto de estudio y su afectación a los empresarios de la informalidad en Colombia.

Población

Considerando las particularidades de la población de proveedores, que consta de un total de 64 de talleres satélites activos según los datos proporcionados por Naranka S.A.S., en agosto de 2023, se decide utilizar un método de muestreo no probabilístico. Esta elección se justifica por el tamaño reducido de la población y su gran frecuencia de rotación. De los 64 micro empresarios, 60 participaron en el estudio.

Por lo tanto, se han establecido criterios de selección fundamentados en factores directamente pertinentes a los objetivos de la investigación. Esto permitirá tener una elección deliberada de las unidades de muestreo y en las que ellas decidan participar, lo cual se considera más adecuado para abordar la complejidad y diversidad de los proveedores actuales.

Estos criterios de selección se han diseñado considerando variables claves, como el tamaño de la empresa, la ubicación geográfica, la experiencia en la industria, el tipo de productos manufacturados, el cumplimiento regulatorio, la relación con la empresa principal, el tamaño de la fuerza laboral y la reputación en la industria.

De tal manera que estos criterios sean una muestra representativa de maquilas de confección que abarque una variedad de perfiles y situaciones en informalidad empresarial que se pueda intervenir y adaptar a un proceso de cambio e implementación.

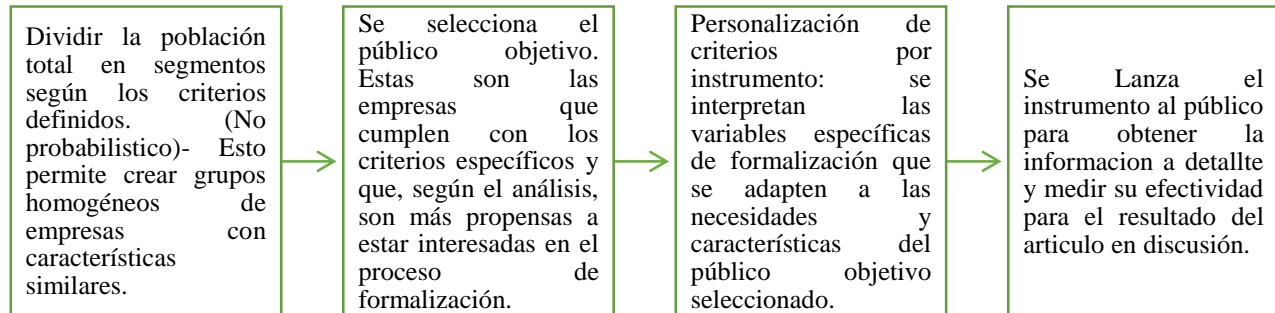
Por lo anterior, para la muestra se aplicó un método de muestreo no probabilístico conocido como "muestreo por criterio" en el que, de acuerdo con los criterios establecidos y el cumplimiento de los mismo de la sección anterior, se seleccione la muestra en el que se considere relevante y significativa para la investigación.

Fases de la metodología

A continuación, se presenta la fase metodológica que se utilizara en la investigación para la recopilación de información y la selección de un público objetivo que serán fundamentales en la planificación de cualquier proceso de formalización empresarial, ya que permiten enfocar los recursos y esfuerzos de manera efectiva para lograr una ruta de implementación.

Figura 3

Variables para la fase de análisis de datos



Recopilación de información de la población total

Antes de definir una muestra es esencial recopilar información de la población total de empresas que podrían estar interesadas en este proceso y deseen participar en el proceso, por tanto, en este paso inicial se permite obtener una visión completa de las empresas y sus características a través del formulario inicial de participación.

Selección del público objetivo

Una vez que se ha recopilado la información de la población total, se puede seleccionar el público objetivo, dado que esta fase implica la identificación de empresas que cumplen con ciertos criterios y que son más propensas a desear un proceso de formalización.

- **Datos de Ventas:** Obtener información sobre las ventas anuales de cada empresa es fundamental. Esto ayuda a categorizarlas según su tamaño y facturación, lo que será útil para definir estrategias específicas para diferentes segmentos.
- **Número de Colaboradores:** Registrar la cantidad de empleados que tiene cada empresa es importante para determinar su tamaño y complejidad. Esto puede clasificarlas en micro, pequeñas, medianas o grandes empresas. / Si le paga seguridad social

- **Antigüedad:** Conocer la antigüedad de cada empresa brinda información sobre su trayectoria en el mercado y su nivel de experiencia. Esto puede influir en su disposición para formalizarse.
- **Nivel de Formalización Actual:** Evaluar el nivel de formalización actual de cada empresa es crucial. Esto incluye verificar si están registradas legalmente, si cumplen con obligaciones fiscales y laborales, entre otros aspectos.

Análisis de datos

Al recopilar los datos, se procederá a realizar un análisis detallado, en lo que implica identificar patrones y tendencias en función de variables como ventas, número de colaboradores, antigüedad y nivel de formalización actual frente a la disposición al cambio.

Los datos se analizarán en un procesador de datos como Excel, tomando la información de respuestas más frecuentes y su presentación será gráficos estadísticos como figuras y tablas de frecuencia que permitan el análisis de manera objetiva que mantenga el nivel de confiabilidad en sus resultados.

Resultados

En el marco de esta investigación, se ha llevado a cabo exhaustivos análisis con el objetivo de abordar de manera integral la situación de las maquilas de confección que prestan servicios a la empresa Naranka S.A.S. Este apartado de resultados se centra en tres aspectos clave que han sido investigados en profundidad. En primer lugar, se lleva a cabo una caracterización detallada del diagnóstico situacional de estas maquilas, proporcionando una visión holística de su funcionamiento y desafíos. A continuación, se presentan los elementos identificados en el proceso de formalización empresarial de estas entidades, Por último, se exponen las estrategias gerenciales propuestas con el propósito de impulsar la formalización

empresarial de las maquilas de confección que prestan servicios a Naranka S.A.S., contribuyendo así al desarrollo y sostenibilidad del sector.

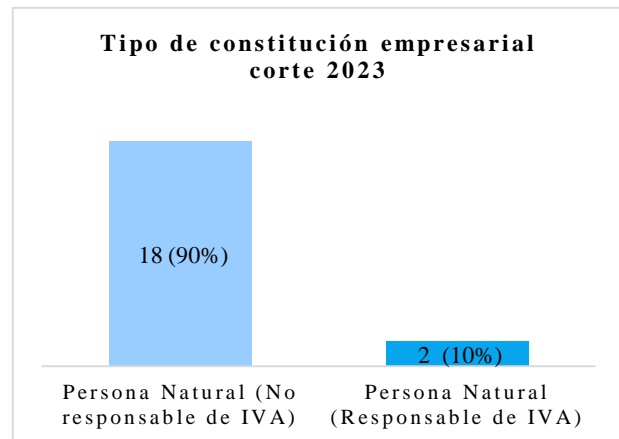
A continuación, se presenta a detalle cada una de las variables identificadas para el desarrollo de la caracterización, desde la aplicación de instrumento en el que los resultados se presentan de acuerdo con el orden metodológico.

Caracterización diagnóstico situacional de las maquilas

Inicialmente, se halló que dentro de las empresas que hoy son palpitantes de procesos de contratación con la empresa al cohorte del 2023 en su segundo semestre, el interés de 20 en participar de este estudio se efectuó de manera virtual. Además, los datos presentados muestran el tipo de constitución empresarial para el año 2023, y se dividen en dos categorías principales: "Persona Natural (No responsable de IVA)" y "Persona Natural (responsable de IVA)".

En el análisis de estos datos, se puede observar que el 90% de las empresas registradas se clasifican como "Persona Natural (No responsable de IVA)", lo que indica que la gran mayoría de las empresas en este período se han constituido como personas naturales que no están obligadas a recaudar el Impuesto sobre el Valor Agregado

Figura 4
Tipo de constitución empresarial corte 2023.



Nota: elaboración propia

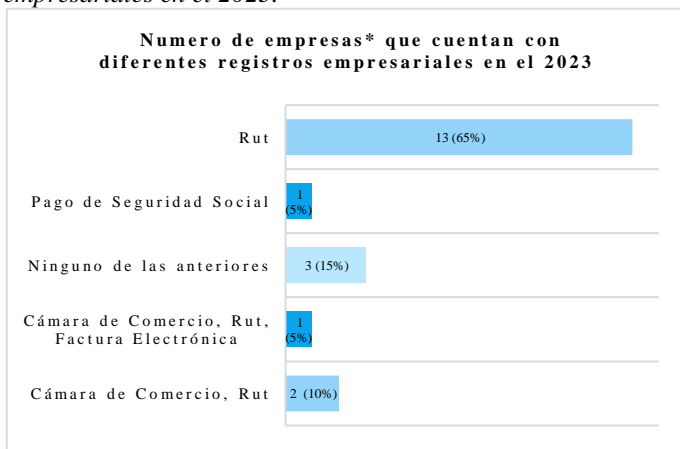
(IVA). Este tipo de constitución empresarial suele estar relacionado con negocios más pequeños o con ingresos por debajo de los umbrales requeridos para la responsabilidad del IVA. Es el resultado de la falta de garantías en un entorno que promueva una mayor responsabilidad fiscal y una estructura empresarial más formalizada para fortalecer el sector. Por otro lado, el 10%

restante de las empresas se clasifican como "Persona Natural (responsable de IVA)". Esto sugiere que un segmento más reducido de empresas ha optado por constituirse como personas naturales y asumir la responsabilidad de recaudar y declarar el IVA, lo que generalmente se asocia con un nivel de ingresos más elevado y una mayor complejidad fiscal (Ver **Figura 4**).

En lo que respecta a la formalización y el cumplimiento de requisitos legales y comerciales en el año 2023, los datos revelan una variada gama de niveles de formalización entre las empresas. El 65% de las empresas, en su mayoría, han adquirido al menos el registro del RUT (Registro Único Tributario), lo que denota un nivel básico de formalización y reconocimiento legal, un requisito fundamental para cualquier ciudadano que emprende una actividad comercial independiente.

Además, un 5% de las empresas han avanzado aún más en su ruta de formalización. Estas empresas no solo cuentan con el registro de la Cámara de Comercio y el RUT, sino que también han implementado la facturación electrónica y realizan pagos de seguridad social a sus colaboradores. Esto sugiere un compromiso más profundo con las prácticas empresariales y un alto nivel de adaptación a las regulaciones fiscales y comerciales (Ver **Figura 5**).

Figura 5
Número de empresas* que cuentan con diferentes registros empresariales en el 2023.



Nota: elaboración propia

En contraste, un preocupante 15% de las empresas no han logrado adquirir ninguno de los registros mencionados, lo que indica una alta tasa de informalidad y un incumplimiento significativo de los requisitos legales y comerciales básicos. Esto pone de manifiesto una

brecha considerable en la adopción de compromisos legales mínimos para la constitución y operación de emprendimientos y pequeñas empresas.

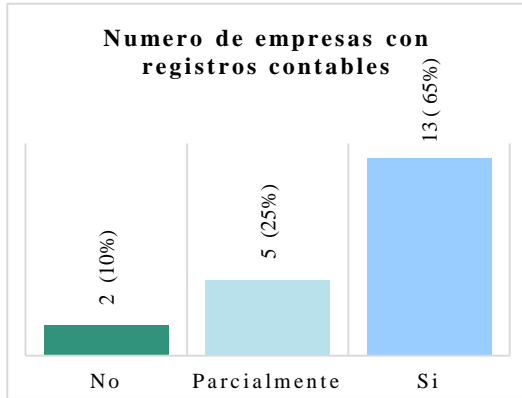
Los datos detallan que el 10% de las empresas han obtenido registros tanto en la Cámara de Comercio como el RUT, lo que sugiere un nivel de formalización moderado y un cumplimiento parcial de los requisitos legales y fiscales. Asimismo, otro 5% de las empresas se destacan por su compromiso con la formalización empresarial, al tener registros en la Cámara de Comercio, el RUT y utilizar la facturación electrónica. Estos datos proporcionan una visión diversa de los niveles de formalización empresarial en 2023, lo que podría ser esencial para comprender el panorama empresarial y diseñar estrategias efectivas para promover la formalización en el futuro (Ver **Figura 5**).

El análisis de los datos de la **Figura 6** revela que un porcentaje significativo de las empresas (65%) en estudio mantienen registros contables. Este hallazgo es alentador, ya que los registros contables desempeñan un papel fundamental en la gestión empresarial eficaz. Estos registros proporcionan información valiosa que permite a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas para su funcionamiento. Además, la existencia de registros contables suele ser un requisito normativo, por lo que su mantenimiento contribuye al cumplimiento de las regulaciones legales.

A pesar de este resultado positivo, es importante destacar que un 25% de las empresas solo mantienen registros contables de manera parcial, lo que podría indicar la necesidad de mejorar sus prácticas contables. Mantener registros parciales puede limitar la capacidad de la empresa para comprender completamente su situación financiera y tomar decisiones sólidas. Por lo tanto, podría

ser beneficioso para estas empresas considerar la posibilidad de fortalecer y ampliar sus registros contables.

Figura 6
Numero de empresas con registros contables



Nota: elaboración propia

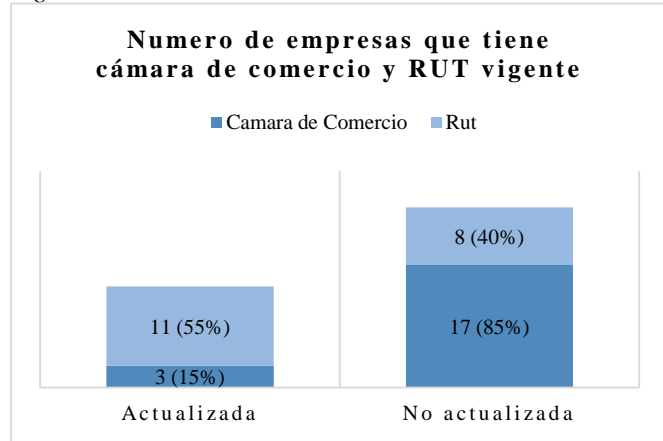
Por otro lado, el 10% de las empresas no mantiene registros contables en absoluto. Este grupo podría enfrentar desafíos significativos en términos de gestión financiera y toma de decisiones, ya que carecen de una herramienta fundamental para evaluar su desempeño y planificar estratégicamente. En este caso, sería esencial brindar orientación y apoyo a estas empresas para fomentar la adopción de

prácticas contables adecuadas.

En resumen, los datos indican que la mayoría de las empresas en estudio reconocen la importancia de mantener registros contables. Sin embargo, aún existe margen para mejorar la calidad y la extensión de estos registros, especialmente entre las empresas que mantienen registros parciales o no los mantienen en absoluto. La inversión en la mejora de la gestión contable podría resultar en beneficios significativos para estas empresas en términos de toma de decisiones informadas y cumplimiento normativo.

En cuanto a la actualización de su registro en la Cámara de Comercio, en la **Figura 7** se observa que el 15% de las empresas encuestadas (3 de un total de 20) tienen su registro actualizado, mientras que el 85% (17 de 20) no lo tienen actualizado. Esto indica que la mayoría de las empresas encuestadas no han mantenido su registro en la Cámara de Comercio al día.

Figura 7
Numero de empresas que tiene Cámara de comercio y RUT Vigente



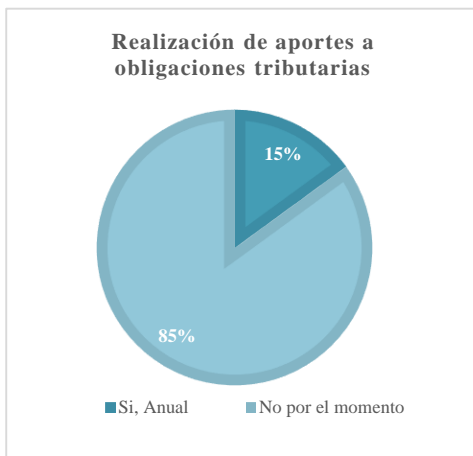
Nota: elaboración propia

En lo que respecta a la vigencia del RUT, el 55% de las empresas encuestadas (12 de 22) tienen un RUT vigente, mientras que el 40% (8 de 22) no tienen un RUT vigente. Esto sugiere que, aunque un número considerable de empresas tiene un RUT en regla, todavía un porcentaje significativo no lo tiene vigente.

El análisis de estos datos sugiere que existe una brecha significativa entre las empresas que están al día en sus registros legales y fiscales y aquellas que no lo están. Esto puede tener implicaciones en la competitividad, la posibilidad de acceder a mercados más amplios y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Es esencial que las empresas que no están actualizadas en estos aspectos consideren la importancia de hacerlo para fortalecer su posición en el mercado y mejorar su situación financiera. Además, este análisis destaca la necesidad de implementar estrategias de sensibilización y apoyo para promover la formalización empresarial en este grupo de empresas.

Los datos presentados muestran información sobre el comportamiento del grupo de empresas, en relación con la realización de aportes a obligaciones tributarias. El análisis de estos datos revela que un 15% de las empresas han realizado aportes a obligaciones tributarias de manera anual, mientras que el 85% restante ha indicado que no lo ha hecho en ese momento (Ver **Figura 8**).

Figura 8
Realización de aportes a obligaciones tributarias



Nota: elaboración propia

Estos datos sugieren que la mayoría de los gerentes en el grupo de empresas han optado por no realizar aportes a obligaciones tributarias en el momento en que se recopiló la información. Esto podría indicar una variedad de posibles situaciones, como la implementación de estrategias de diferimiento de impuestos, la planificación fiscal, la posibilidad de que algunas empresas estén exentas de ciertos impuestos o que se estén

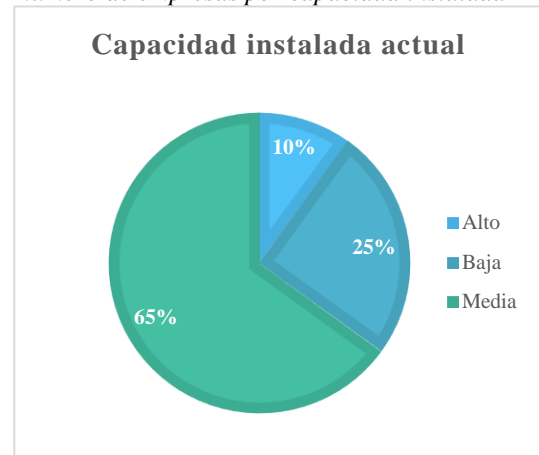
beneficiando de incentivos fiscales. También podría indicar una necesidad de mayor conciencia y cumplimiento en términos de responsabilidades tributarias por parte de este grupo de empresas.

Es importante destacar que estos datos brindan una instantánea en un momento específico y que la situación tributaria de las empresas y los gerentes puede cambiar con el tiempo. Por lo tanto, se sugiere un análisis más detallado que incluya información adicional sobre las razones detrás de las decisiones de los gerentes en cuanto a los aportes a obligaciones tributarias, así como posibles implicaciones fiscales y financieras a largo plazo para el grupo de empresas.

En este análisis, se ha categorizado la capacidad instalada en tres niveles: Alto, Baja y Media, y se ha proporcionado el porcentaje de empresas en cada categoría.

En la **Figura 9** se observa que el 10% de las empresas encuestadas posee una capacidad instalada clasificada como "Alto". Esto sugiere que un pequeño porcentaje de las empresas tiene una capacidad de producción considerable en comparación con el resto del grupo. Las empresas con una alta capacidad instalada suelen estar mejor posicionadas para atender pedidos de gran volumen o enfrentar picos de demanda sin problemas significativos.

Figura 9
Numero de empresas por capacidad instalada



Nota: elaboración propia

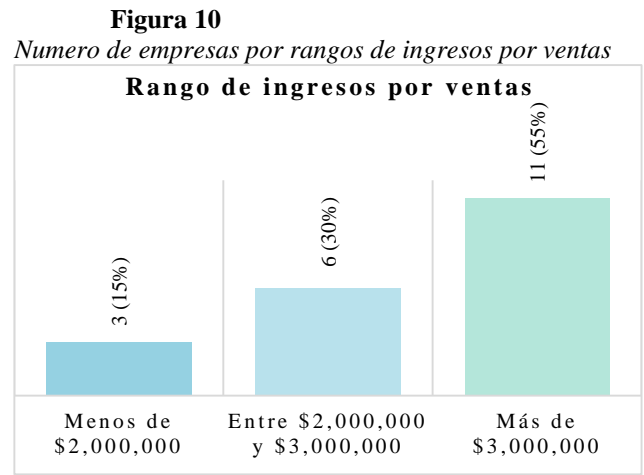
Por otro lado, el 25% de las empresas del grupo tiene una capacidad instalada catalogada como "Baja". Esto indica que un cuarto de las empresas del grupo posee una capacidad de producción limitada. Esto puede deberse a diversas razones, como recursos financieros limitados, infraestructura insuficiente o falta de inversión en tecnología y maquinaria. Las empresas con baja capacidad instalada pueden enfrentar desafíos en términos de escalabilidad y pueden no ser capaces de aprovechar oportunidades de crecimiento significativo.

Finalmente, la mayoría de las empresas del grupo, aproximadamente el 65%, se encuentra en la categoría de "Media" capacidad instalada. Esto significa que la mayoría de las empresas tienen un nivel intermedio de capacidad de producción. Estas empresas pueden manejar pedidos de tamaño moderado y tienen un potencial para el crecimiento y la expansión, aunque es posible que también enfrenten desafíos en términos de competencia en el mercado.

Los datos anteriores muestran una distribución de las empresas del grupo en función de su capacidad instalada actual, lo que proporciona información importante sobre la diversidad en el tamaño y la capacidad de producción de estas empresas. Este análisis puede servir como base

para tomar decisiones estratégicas y desarrollar enfoques adaptados a las necesidades y características de cada categoría de capacidad instalada.

Continuando con el análisis de datos, en la **Figura 10** se puede observar que el 15% de las empresas del grupo tienen ingresos por ventas inferiores a \$2,000,000, el 30% se encuentra en el rango de ingresos entre \$2,000,000 y \$3,000,000, y el 55% de las empresas tienen ingresos por ventas superiores a \$3,000,000.



Nota: elaboración propia

Esta información proporciona una visión clara de la diversidad de ingresos entre las empresas del grupo. La mayoría de las empresas (55%) tienen ingresos significativamente más altos, superando los \$3,000,000 en ventas. Esto podría indicar un segmento de empresas más grandes y posiblemente más establecidas en el mercado. Por otro lado, el 30% de las empresas se encuentra en el rango intermedio, con ingresos por ventas que oscilan entre \$2,000,000 y \$3,000,000, lo que sugiere un grupo de empresas con un tamaño moderado. El 15% restante representa a las empresas con ingresos más bajos, por debajo de \$2,000,000, lo que podría incluir a las empresas más pequeñas o recién establecidas en el grupo.

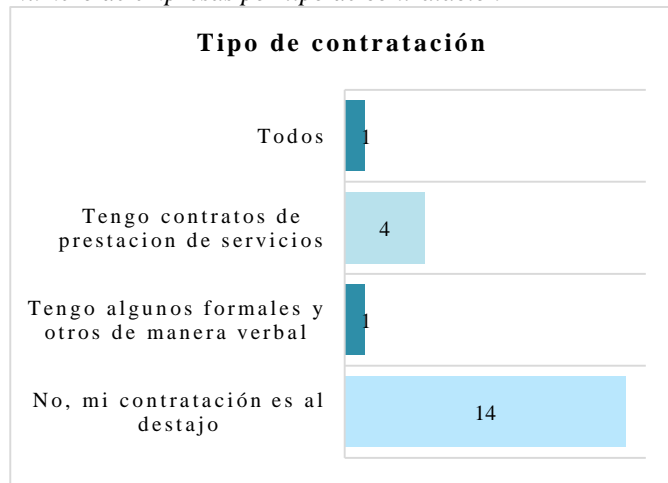
Este análisis de la distribución de ingresos por ventas es fundamental para comprender la composición del grupo de empresas y podría ser útil para diseñar estrategias específicas adaptadas a las necesidades y características de cada segmento. Además, podría servir como punto de partida para el desarrollo de políticas y programas que respalden el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas en función de su tamaño y nivel de ingresos.

Los datos presentados en la **Figura 11** muestran el número de empresas en un grupo específico, categorizadas según el tipo de contratación que utilizan. Esta información proporciona una visión sobre cómo estas empresas gestionan su fuerza laboral y los acuerdos de empleo que emplean. El análisis de estos datos revela varias tendencias y consideraciones importantes.

En primer lugar, el 70% de las empresas en este grupo informa que su contratación se realiza "al destajo". Esto significa que la mayoría de estas empresas emplean trabajadores bajo un esquema de trabajo por encargo, donde los empleados reciben pagos basados en la cantidad de trabajo realizado, en lugar de salarios fijos o contratos formales. Este enfoque de contratación puede sugerir una mayor flexibilidad en la administración de la fuerza laboral, pero también puede plantear desafíos en términos de estabilidad laboral y beneficios para los trabajadores.

Por otro lado, un pequeño porcentaje de empresas (5%) indica que utilizan una combinación de contratos formales y acuerdos verbales para su contratación. Esto podría indicar una cierta diversidad en la estructura de empleo de estas empresas, con algunos trabajadores bajo contratos más sólidos y otros bajo arreglos menos definidos. La presencia de acuerdos verbales también plantea preocupaciones sobre la claridad de las condiciones de empleo y los derechos de los trabajadores.

Figura 11
Numero de empresas por tipo de contratación



Nota: elaboración propia

El 20% de las empresas afirma que utilizan contratos de prestación de servicios. Este enfoque de contratación implica que los trabajadores son considerados prestadores de servicios independientes en lugar de empleados directos de la empresa. Esto puede tener implicaciones significativas en cuanto a la responsabilidad legal y fiscal, así como en los derechos y beneficios de los trabajadores.

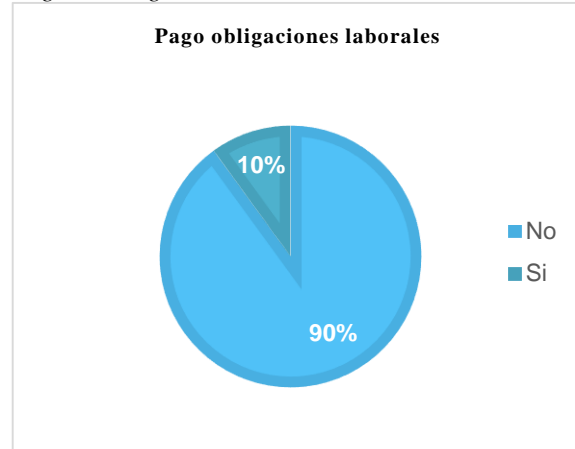
Finalmente, el 5% restante de las empresas indica que todos sus trabajadores están bajo un tipo de contrato de contratación específico, lo que sugiere una mayor uniformidad en sus acuerdos de empleo. Esto puede ser un indicio de una estructura más formal y una mayor estandarización en sus prácticas de contratación (Ver **Figura 11**).

El análisis de los datos anteriores revela que las empresas en este grupo emplean una variedad de enfoques de contratación, lo que puede reflejar diferencias en la naturaleza de sus operaciones y la gestión de su fuerza laboral. Cada tipo de contratación tiene sus propias implicaciones en términos de estabilidad laboral, derechos de los trabajadores y responsabilidades legales y fiscales, lo que destaca la importancia de abordar adecuadamente estos aspectos en el entorno empresarial.

El grupo de empresas estudiado presenta un dato importante relacionado con el pago de obligaciones laborales, en particular, el pago de seguridad y prestaciones sociales a sus colaboradores. El análisis de estos datos revela que el 90% de las maquilas no efectúan el pago de seguridad y prestaciones sociales, mientras que solo el 10% declara realizar este tipo de pagos. Está marcada discrepancia se asocia directamente al grado de formalización de estas empresas, ya que solo el 10% que efectúa estos pagos lo hace debido a su formalidad legal (Ver **Figura 12**).

Este dato refleja una situación crítica en la estructura financiera de la mayoría de las maquilas estudiadas y pone de manifiesto las carencias existentes en términos de cumplimiento de las normativas de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). La falta de pago de seguridad y prestaciones sociales es un asunto de gran relevancia, ya que tiene consecuencias negativas tanto en la calidad de vida de los colaboradores como en su estabilidad laboral a largo plazo.

Figura 12
Pago de obligaciones laborales

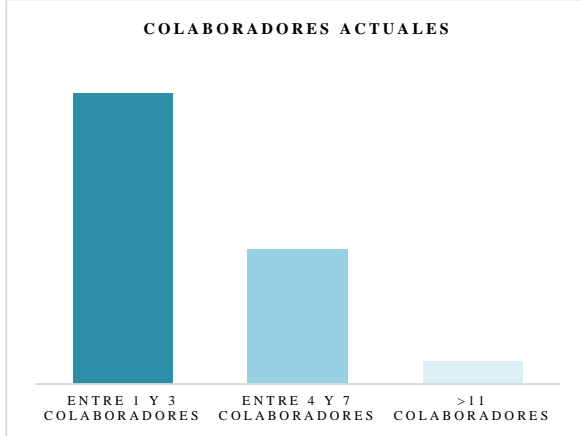


Nota: elaboración propia

En profundidad, estos datos sugieren que la informalidad empresarial prevalece en el sector de maquilas de confección, lo que conlleva a la omisión de responsabilidades laborales fundamentales. El incumplimiento de las obligaciones de seguridad y prestaciones sociales plantea serios problemas tanto para los trabajadores, que pueden carecer de seguridad social y beneficios esenciales, como para la estabilidad del sector en su conjunto, al debilitar la competitividad y sostenibilidad a largo plazo. El análisis de estos datos resalta la urgencia de abordar la formalización empresarial y la implementación efectiva de políticas que promuevan el cumplimiento de estas obligaciones laborales para proteger tanto a los trabajadores como al sector en su totalidad.

Ahora bien, en la **Figura 13** se destaca que el 65% de las maquilas cuentan en la actualidad con entre 1 y 3 colaboradores, lo que sugiere un predominio de microempresas en este sector. Además, un 30% de las maquilas tienen entre 4 y 7 colaboradores, y solo un reducido 5% cuentan con más de 11 colaboradores.

Figura 13
Numero de colaboradores actuales



Nota: elaboración propia

Este análisis revela que el entorno laboral en el sector de las maquilas está caracterizado por la presencia de pequeñas empresas con un número limitado de empleados. Esta distribución de colaboradores refleja un patrón de generación de empleo donde predominan los microemprendimientos. Sin embargo, también es importante notar que

la mayoría de estas empresas tienen un número reducido de colaboradores, lo que puede indicar limitaciones en términos de recursos financieros y capacidades para abordar los costos asociados con la formalización de empleados.

En otras palabras, el alto porcentaje de maquilas con 1 a 3 colaboradores sugiere que muchas de estas empresas pueden carecer de la capacidad financiera necesaria para asumir los gastos y responsabilidades que implica la formalización de empleados, lo que incluye cargas laborales, seguridad social y cumplimiento de regulaciones legales. Esto plantea un desafío importante en el proceso de formalización de las maquilas, ya que es necesario encontrar enfoques y soluciones adecuadas para apoyar la transición hacia la legalidad sin imponer una carga excesiva a estas pequeñas empresas.

Los datos de la **Figura 1414** se centran en el tiempo de experiencia de las maquilas en el sector manufacturero y arrojan información valiosa sobre la dinámica del mercado.

En primer lugar, se observa que el 70% de las maquilas tienen más de 6 años de experiencia en el sector manufacturero, lo que indica una tendencia significativa hacia la permanencia a largo plazo en esta actividad económica. Esta cifra sugiere que estas empresas

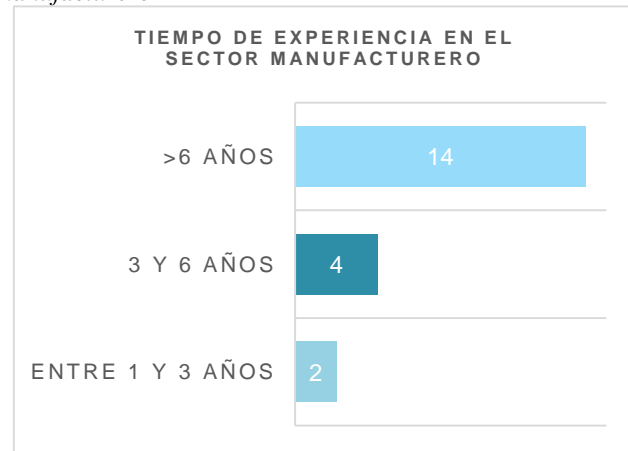
han logrado establecerse y mantenerse en el mercado durante un período prolongado. Esto podría interpretarse como un indicio de su capacidad para adaptarse a lo largo del tiempo y la consolidación de procesos comerciales sólidos.

Sin embargo, es importante destacar que, a pesar de la larga experiencia en el sector, el 100% de las maquilas analizadas aún enfrenta desafíos relacionados con la informalidad empresarial. La informalidad empresarial es un obstáculo importante que no se debe pasar por alto, ya que puede socavar el

desarrollo sostenible y la competitividad de estas empresas. A pesar de su experiencia y estabilidad en el mercado, la presencia de la informalidad empresarial sugiere la necesidad de abordar cuestiones relacionadas con la legalidad, la formalización y el cumplimiento de las regulaciones pertinentes. Esto puede requerir estrategias específicas y políticas que promuevan la formalización empresarial en este grupo de empresas, a pesar de su largo historial en el sector manufacturero.

Figura 14

Tiempo de experiencia como maquila en el sector manufacturero



Nota: elaboración propia

Figura 15

Nube de palabras sobre la no formalización empresarial



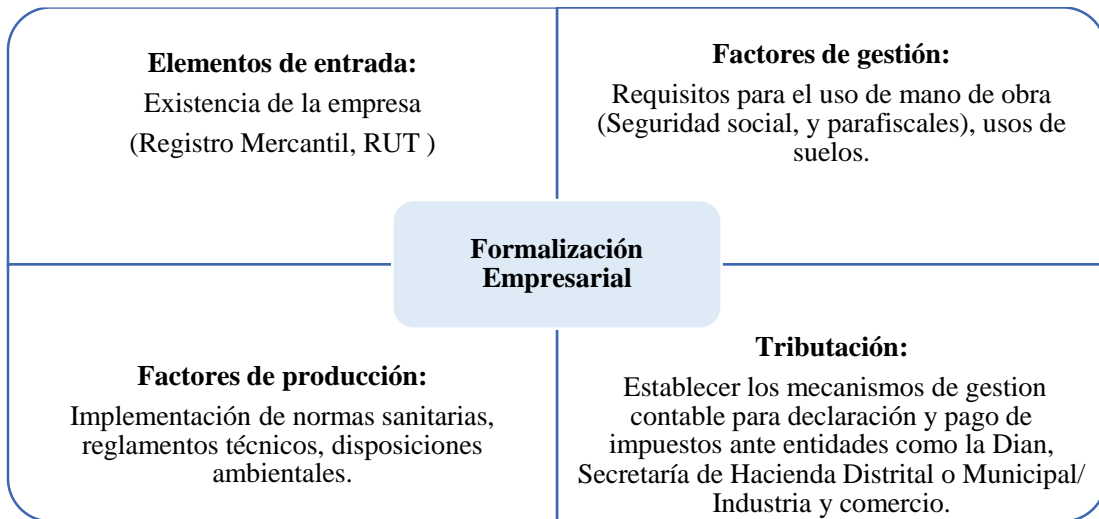
Elementos de formalización empresarial para las maquilas

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020), ha dispuesto dentro de sus políticas publicas buscar el fortalecimiento empresarial desde una base de la ruta hacia la formalización empresarial, estas metodologías abordan elementos claves para que una empresa está mejor preparada para enfrentar los desafíos del entorno empresarial y tener sostenibilidad en el mercado.

La formalización no solo asegura la conformidad legal, sino que también lograr mediar entre las áreas para que exista una integralidad, por tanto, a continuación, se establece a ruta básica que cualquier emprendedor puede disponer para iniciar su formalización empresarial de acuerdo a las dimensiones propuestas como elemento integradores (ver **Figura 16**).

Figura 16

Elementos de la formalización empresarial por dimensiones.



Nota: elaboración propia de los autores, basado en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2020.

Inicialmente, se debe definir, es el modelo de negocio, si realmente este exige una ruta desde su forma de constitución, es decir, existen dos vías, a título personal, como persona natural, o como una institución, a nivel de persona jurídica, la primera se explica por lo general, como aquella que no tienen la obligación de pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y asumen la responsabilidad de todas las deudas relacionadas con el negocio, es decir, la persona es la misma empresa y todos sus bienes y viceversa son constitutivos de ella.

Por el contrario, una persona jurídica es una entidad legal con derechos y responsabilidades, que puede ser con o sin fines de lucro, esta es Responsable de IVA y demás carga impositiva y para establecerse, es necesario redactar el documento de constitución correspondiente y autenticarlo.

También en esta misma línea se debe verificar que su actividad económica corresponda con el código CIU que establece la Dian como ente regulador para la realización de la actividad

comercial, así mismo, a través de este se valida el concepto de uso de suelo y si el lugar en donde dispone las prácticas empresariales está habilitado para ese ejercicio.

Paralelamente a este proceso, se debe verificar la disponibilidad y la posibilidad de utilizar el nombre de tu empresa (Consulta de Homonimia), en el que deberá de buscarlos a través de las plataformas web dispuestas por Cámara de Comercio de su ciudad, así mismo, si este no resulta positivo para el proceso deberá hacer un cambio para poder registrarse, de lo contrario no podrá registrar ante esta institución.

Así es que para llegar a este primer estamento de la ruta de formalización empresarial que es el registro de Cámara de Comercio, deberá garantizar que se cumpla lo anterior, de ahí en adelante la ruta se convierte en enlazar sus procesos de ventas con Facturación Electrónica con la Dian, Disposición al pago de impuesto, y otros elementos que se requieren, pero en lo que cabe, una microempresa debe empezar inicialmente por estos elementos.

Una vez valide lo anterior, deberá contemplar con su estructura financiera si esta cumple con una base solidad de sostenibilidad que le permite migrar el comportamiento de formalización empresarial, hacia sus colaboradores, pagando todo lo que contempla la ley que en efecto tiene una carga prestacional sobre un salario base dispuesto cada año por la centralización del gobierno.

Ahora bien, al hablar de formalización empresarial, también se reconoce otra noción importante para hablar de empresas sostenibles, y es que la responsabilidad social empresarial, que en adelante llamaremos RSE, se destaca por su capacidad para adaptarse a las realidades sociales y de sostenibilidad económica, lo que involucra elementos como valores corporativos, identidad y propósito hacia las particularidades del efecto que desea crear la empresa frente a sus

grupos de interés en el entorno que opera, es decir que puede integrarse hacia el Foda como una práctica de cohesión empresarial

No obstante, al habla de RSE a menudo surgen confusiones y discrepancias entre los empresarios en términos de la definición y acciones, debido a su amplio alcance y naturaleza cambiante, pues este es un efecto gradual que debe ir implementando cualquier empresa en su grado de crecimiento, de ahí que, este término como lo explica Andrade et al. (2020) ha sufrido una notoria connotación para Latinoamérica, pues estos comportamientos responsables recaen sobre una estrategia empresarial particular para únicamente “empresas de gran manigutd” desde una percepción de expansión de manera interna y externa, frente a las obligaciones económicas y legales que permean su expansión monetaria.

Concordando con lo que expresa Ocampo et al. (2016), en el que asume el término como la capacidad de ampliar la visión a compromisos de áreas en específico que minimicen un impacto negativo en el ambiente, equilibren la cargas sobre los campos éticos y sociales, y finalmente tengan cohesión en la maximización de la rentabilidad en el aprovechamiento de los recursos, este término no tiene una adaptación a las pequeñas empresas por el nivel de conocimiento que tienen sobre estas mismas prácticas.

Para Luque (2018), la responsabilidad social en el sector textil tiene una connotación significativa, pues el entorno ha emergido con nuevas reglamentaciones que inciden en la calidad de la innovación en la que deben someterse las grandes empresas para sobrevivir en el mercado; Estos factores que son exógenos y ajenos a la operación interna condicionan los sistemas de la cadena de suministro, frente al uso de manufacturas pymes y su competitividad en el mercado.

La filosofía social que reposa en el centro de la RSE, tiene incidencia sobre la conciencia de los grupos de interés, por tanto, al ser los proveedores una fuente de su cadena de suministro

una visión de futuro debe permearse sobre el liderazgo ante las microempresas emergentes, capaz de sostener una movilización y trato más humano, civil y ético hacia el ecosistema empresarial (Rengifo & Sanchez, 2022).

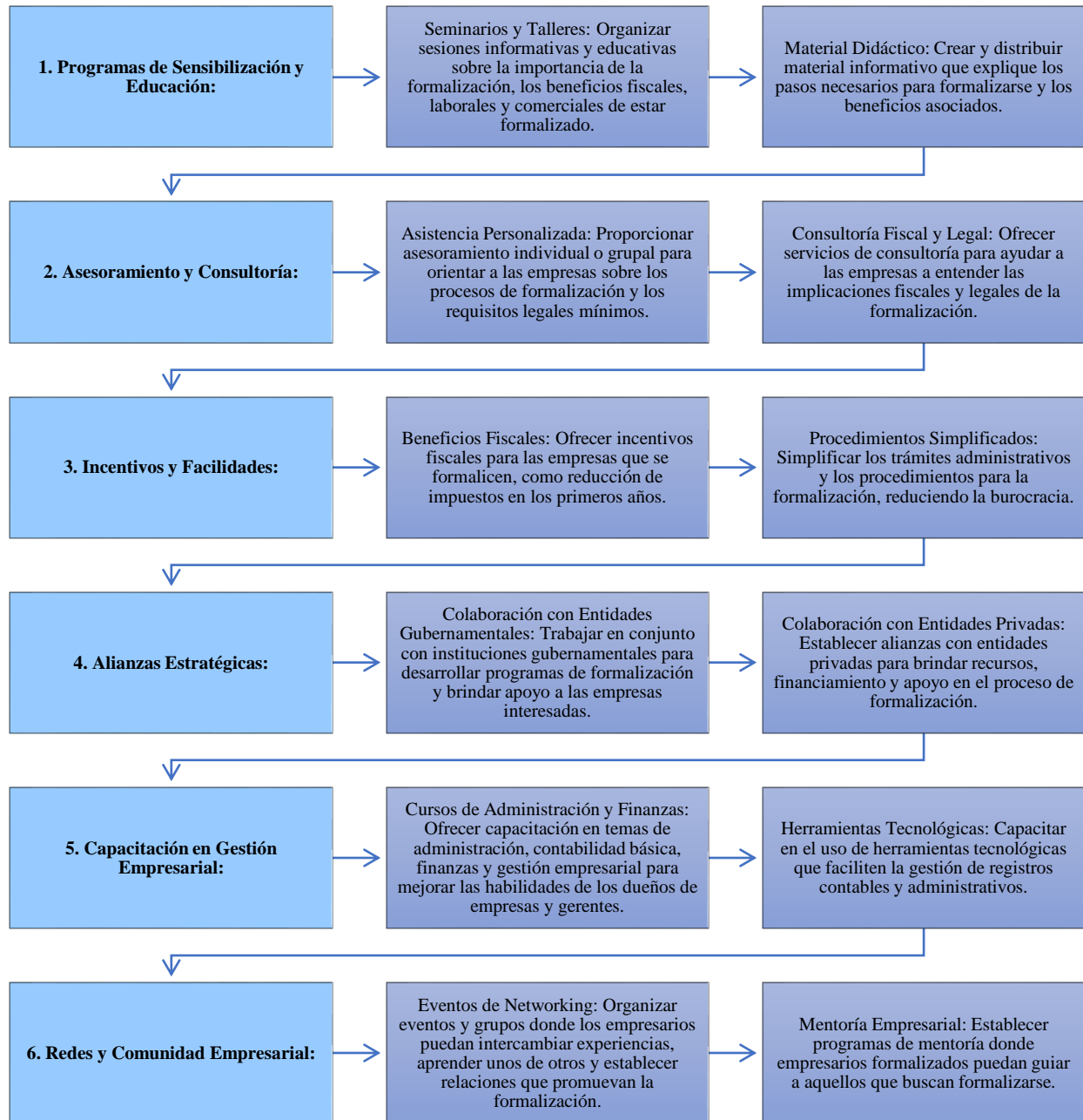
Estrategias gerenciales para la formalización empresarial de las maquilas

Una vez realizada la caracterización y comprendidas las variables de mayor influencia en la ruta de formalización empresarial, se identifican los factores críticos que inciden directamente en la formalización de las maquilas de confección. Estos factores críticos están relacionados con dimensiones de recursos, limitaciones regulatorias y una cultura empresarial que tiende a favorecer la informalidad. En este contexto, se proponen rutas específicas que abordan cada uno de estos factores de riesgo, con el objetivo de allanar el camino hacia la formalización. Estas rutas se centran en la sensibilización, educación y acceso a recursos y apoyo para las empresas.

Como se ilustra en la **Figura 17**, el papel de las entidades públicas adquiere un rol esencial, destacando la participación activa de la Cámara de Comercio de Cali, la DIAN, Industria y Comercio, así como otras instituciones competentes como Compromiso Valle y la Secretaría de Desarrollo Económico. Estas instituciones cumplen una función crucial al proporcionar orientación e información valiosa sobre los procesos de formalización empresarial, junto con los beneficios y garantías asociados con dicho proceso. Es importante destacar que estas asesorías son de acceso gratuito, tanto en modalidades presenciales como virtuales, lo que resulta beneficioso tanto para las maquilas como para las entidades que brindan el apoyo.

Figura 17

Actividades gerenciales



Nota: elaboración propia

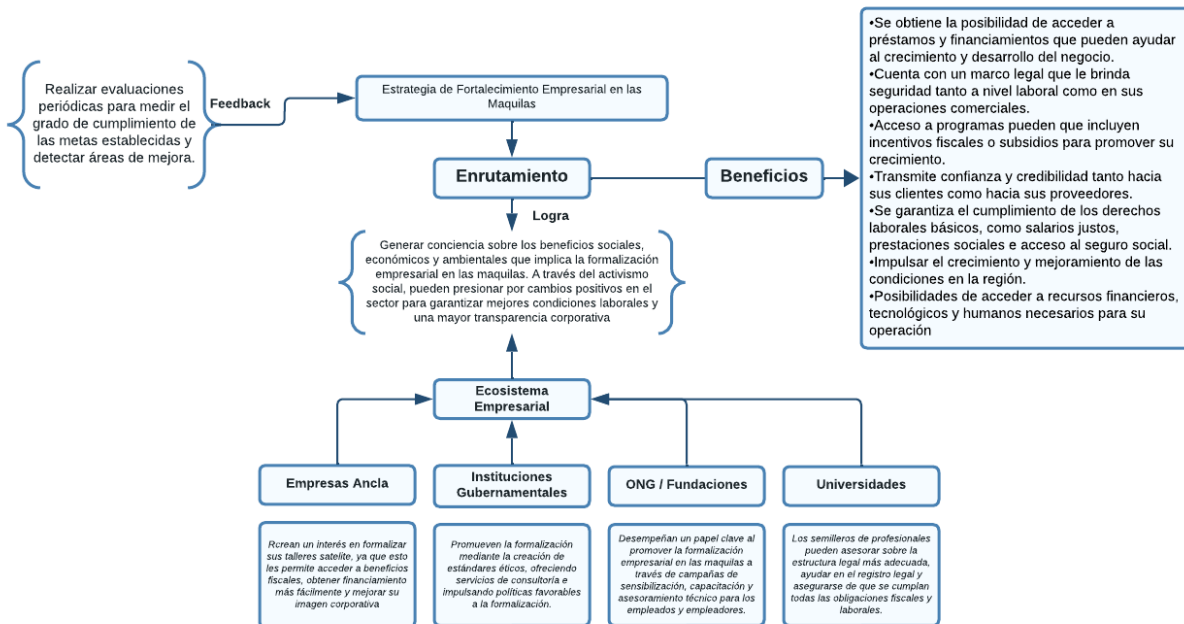
Por otro lado, es fundamental establecer una estrecha colaboración con las empresas ancla del sector, es decir, las grandes empresas que pueden servir como ejemplos de éxito en la

formalización. Además, se pueden involucrar orientadores profesionales a través de consultorios jurídicos y asesorías especializadas. La ruta propuesta busca articular los beneficios tangibles de la formalización con los desafíos inherentes al proceso, de modo que las maquilas puedan visualizar claramente cómo este cambio puede mejorar su posición en el mercado.

Finalmente, es importante subrayar que la ruta de formalización no solo se enfoca en términos de fortalecimiento económico y competitividad para las maquilas, sino que también está diseñada para mejorar la calidad de vida de todos los implicados en estas empresas familiares. Se busca que la formalización no solo sea un paso hacia la legalidad, sino también un medio para mejorar las condiciones laborales, la seguridad de los trabajadores y, en última instancia, la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.

Figura 18

Estrategia de fortalecimiento empresarial en las maquilas



Nota: elaboración propia

Discusión

La formalización empresarial es un tema de gran relevancia en la investigación que se ha llevado a cabo, y los datos de la encuesta aplicada a un grupo de empresas proporcionan una valiosa perspectiva sobre este asunto. En primer lugar, destaca el hecho de que el 85% de las empresas encuestadas indicaron que, en el momento de la encuesta, no estaban realizando aportes a obligaciones tributarias. Este dato por sí solo arroja luz sobre la prevalencia de la informalidad en el sector empresarial que es objeto de estudio. Ahora bien, es crucial profundizar en la comprensión de por qué esta informalidad es tan pronunciada y qué implica para las empresas y la economía en general. Como señala, Prado, Lozano, y Álvarez, (2023) los procesos y medidas de formalización desempeñan un papel fundamental en la transformación de la informalidad empresarial en el sector manufacturero. Se destaca la necesidad de adaptar estas estrategias a las circunstancias específicas que enfrentan tanto las unidades económicas como los trabajadores en los países y categorías relevantes. El análisis identificó que las unidades económicas, particularmente en el contexto de las "talleres satélites" o maquiladoras, a menudo son empresas familiares con una fuerte herencia cultural. Esto plantea desafíos particulares en términos de acceso a mercados amplios y condiciones laborales. Por lo tanto, las estrategias de formalización deben considerar estos aspectos culturales y sociales para ser efectivas.

Además, se destaca que la comprensión y la sensibilización son esenciales, ya que existe un alto grado de desconocimiento sobre aspectos como el Registro Único Tributario (RUT) y su propósito. Por lo tanto, es fundamental proporcionar información clara y accesible sobre los beneficios de la formalización, así como orientación práctica para cumplir con los requisitos legales. La colaboración entre gobiernos, organizaciones empresariales y otros actores del ecosistema empresarial es crucial para diseñar estrategias de formalización efectivas que se

adapten a las realidades locales. En ese orden de ideas, la informalidad empresarial puede tener una serie de consecuencias negativas. En primer lugar, afecta la recaudación tributaria, lo que a su vez reduce los recursos disponibles para financiar servicios públicos esenciales, como la educación, la salud y la infraestructura. Además, la informalidad puede dar lugar a una competencia desleal, ya que las empresas informales a menudo pueden operar con costos más bajos al evadir impuestos y no cumplir con regulaciones laborales y ambientales (Cárdenas y Rozo, 2009).

En este sentido, los resultados de la encuesta enfatizan la necesidad de implementar estrategias y políticas destinadas a promover la formalización empresarial en el sector estudiado. Las empresas deben ser conscientes de los beneficios que conlleva la formalización y de las consecuencias negativas de la informalidad. Las entidades gubernamentales, como la Cámara de Comercio, la DIAN, Industria y Comercio, y otras instituciones competentes, desempeñan un papel crucial en proporcionar orientación y apoyo a las empresas que buscan formalizarse.

Además, la informalidad empresarial puede dar lugar a una competencia desleal en el mercado. Las empresas informales, al no cumplir con las regulaciones tributarias, laborales y medioambientales, pueden operar con costos más bajos. Esto pone en desventaja a las empresas formales que cumplen con todas estas regulaciones, creando un entorno desigual y poco equitativo en el sector. La competencia desleal afecta negativamente a las empresas formales y puede llevar a una pérdida de empleos y a la reducción de la calidad de los servicios y productos ofrecidos.

Por otro lado, la formalización empresarial conlleva una serie de beneficios significativos. En primer lugar, permite a las empresas acceder a créditos y financiamiento en mejores condiciones. Las empresas formales son vistas como más confiables por las instituciones

financieras, lo que les brinda la oportunidad de obtener recursos para invertir en su crecimiento y expansión. Esto a su vez contribuye al desarrollo económico y a la creación de empleo.

La formalización también tiene un impacto positivo en la seguridad laboral y las condiciones de empleo de los trabajadores. Las empresas formales tienden a ofrecer salarios más justos, beneficios laborales y un entorno de trabajo más seguro en comparación con las empresas informales. Esto no solo mejora la calidad de vida de los empleados, sino que también contribuye a la retención de talento y a la construcción de equipos más comprometidos y productivos.

En un nivel macroeconómico, la formalización empresarial tiene un impacto positivo en la estabilidad económica y en el fortalecimiento de la economía local y nacional. El aumento de la recaudación de impuestos proveniente de las empresas formales contribuye a financiar servicios públicos y proyectos de infraestructura esenciales para el desarrollo de la sociedad en su conjunto.

En resumen, los datos de la encuesta subrayan la importancia crítica de abordar la informalidad empresarial y promover la formalización en el sector estudiado. Las empresas deben tomar conciencia de los beneficios que conlleva la formalización, y las instituciones gubernamentales, como la Cámara de Comercio, la DIAN y otras entidades competentes, desempeñan un papel fundamental al proporcionar orientación y apoyo a las empresas que buscan formalizarse. La formalización no solo es un paso hacia la legalidad, sino que también es un medio para mejorar las condiciones económicas y sociales, tanto para las empresas como para los trabajadores y la sociedad en general.

Conclusiones

En el análisis de los resultados, en primer lugar, se destaca que la informalidad empresarial en el sector manufacturero tiene repercusiones a largo plazo. Esta informalidad se manifiesta en la figura de una persona natural que ejerce una actividad independiente, lo que refleja la complejidad de la falta de conocimiento legal y los desafíos inherentes a este proceso. Esta situación pone de manifiesto la coherencia entre el desconocimiento de las leyes y los desafíos que enfrenta el sector.

Además, la investigación identificó que prevalece la informalidad en los "talleres satélites" o maquiladoras, que suelen ser empresas familiares con una herencia arraigada en el tejido empresarial. En gran medida, sus colaboradores son familiares, lo que plantea limitaciones significativas en términos de acceso a mercados más amplios y en la calidad de vida de los empleados y sus familiares.

Las variables mencionadas explican que el 90% de las maquiladoras operan en la informalidad, en contraste con el 65% que poseen un Registro Único Tributario (RUT) que no implica una obligación fiscal. El RUT es esencial para propósitos comerciales y expansión del negocio. La falta de comprensión sobre el propósito del RUT ha llevado a miles de casos de fraude e informalidad, lo que subraya la necesidad de concienciar a las personas sobre su importancia (Prado et al., 2023).

Por lo tanto, se han diseñado estrategias clave para abordar la informalidad, centradas en la sensibilización, educación y facilitación de los procesos de formalización. La participación de entidades gubernamentales, cámaras de comercio y otros actores del ecosistema empresarial es fundamental para brindar apoyo, orientación y recursos a estas empresas en su camino hacia la formalización.

Es fundamental reconocer que la formalización no solo afecta la competitividad y el crecimiento empresarial, sino que también mejora las condiciones laborales. Por lo tanto, es importante implementar estrategias adaptadas a las necesidades específicas del sector, permitiendo que las maquiladoras accedan a la ruta de formalización.

En consecuencia, se debe analizar la viabilidad de que algunas maquiladoras puedan cumplir con los requisitos para seguir siendo proveedores de empresas como "Narkarka S.A.S.". Esto implica promover la formalización a través de medidas prácticas y políticas, como la colaboración con entidades especializadas como Compromiso Valle, Fundación WWB y Fundación Carvajal, que ofrecen rutas de formalización sin costos significativos (Prado et al. 2023).

En última instancia, se necesita implementar procesos especializados desde áreas de innovación y conocimiento en la empresa "Narkarka S.A.S". para fortalecer su cadena de suministro y promover la formalización. Esto permitirá que tanto la empresa como las microempresas del sector se beneficien de programas gubernamentales. Además, se deben crear instrumentos que evalúen las variables más influyentes en la ruta de formalización, lo que permitirá ajustar estrategias de mejora de acuerdo con los cambios en la normativa y los beneficios ofrecidos por entidades como la Secretaría de Desarrollo Económico, la Cámara de Comercio y entidades privadas en el ámbito empresarial.

Referencias

- López, H., Lozano, M., Martínez L, O., y Tunjo, E. (2020). Determinantes del emprendimiento empresarial en Colombia: una mirada desde el mercado informal. *Palermo Business Review*, 21(15), 169-183.
- Rodríguez, J., y Dussán, C. (2018). La informalidad empresarial, evolución literaria que denota un fenómeno complejo. *Polo del Conocimiento*, 3(8), 561-578.
doi:doi:http://dx.doi.org/10.23857/pc.v3i8.655
- Departamento Administrativo Nacional De Estadística - DANE . (2023). *Índice de Producción Industrial (IPI)- Manufactura comportamientos*. Gobierno de Colombia. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/indice-de-produccion-industrial-ipi>
- Rodríguez, C. (2021). *El sector industrial generó \$25,97 billones durante los primeros tres meses de este año*. La República.
- Fernández, C. (2020). Informalidad empresarial. *Coyuntura Económica* , 10(1), 133-168.
- DNP. (2017). *Documento Conpes 3856: Política de Formalización Empresarial*.
- Hamann, F., y Mejía, F. (2012). Formalizando la informalidad empresarial en Colombia. *Banco de la República de Colombia*, 26(2), 399-427.
- Fernández, C. (2020). Informalidad empresarial en Colombia. *Investigación Económica y Social*(50), 133-168,.
- Congreso de la República. (2000). *Ley 590 de 2000*.
- Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2069 de 2020*.
- Congreso de Colombia. (2004). *Ley 905 de 2004*.

- López, M., Mejía, D., y Forero, L. (2020). Modelo de InternacIonalIzacIón para las pyMes del sector textIl-confeccIones en coloMbia: InforMalIdad y otras varIables deterMINantes. *Palermo Business Review*, 21.
- Medina, J. (2016). The change in the structure of the garment industry in Colombia, outsourcing and supplier development. . *In Civilizar*, 16(30).
- Méndez, A. (2005). Economía informal de baja productividad. . *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.35319/lajed.20054272>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2006). Decreto 3078 de 2006. *Banca de las Oportunidades*, 46(388), 1-4.
- Pérez, L. (2021). Políticas educativas para el emprendimiento rural en Colombia. *Reflexión Política*, 23(47), 60–72. doi: <https://doi.org/10.29375/01240781.4098>
- Vallejo, L. (2019). El plan nacional de desarrollo 2018-2022: “Pacto por Colombia, pacto por la equidad. *Apuntes Del Cenes*, 38(68). doi:<https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.9924>
- Sampiere, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. :Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. . *CienciAmérica*, 9(3), 1-6.
- Binda, N., y Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.
- Bancoldex. (2013). *Estudio para definir y caracterizar la informalidad en 8 sectores productivos*. Universidad Sergio Arboleda.

- Arango, C. (2022). *La informalidad deja sin trabajo a las operarias de confecciones*. El colombiano.
- Andrade, J., Crespo, J. F., y Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 175-193.
- Ocampo, O., Vargas, L., y Suárez, K. (2016). Determinación de brechas estructurales en la integración de la responsabilidad social en empresas del sector textil-confección de la región Centro-Sur de Caldas. *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(35), 137-154.
- Luque, A. (2018). Elementos que favorecen la producción textil transnacional y relación con su responsabilidad social empresarial. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 14(26). doi:<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v14i26.2610>
- Rengifo, C., y Sanchez, S. (2022). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada [Artículo científico semilleros]*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- Barragán, C., y González, G. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. *International Journal of Good Conscience*, 15(1), 2-8.
- Ramírez, J. (2017). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresa. *Ciencia Administrativa* , 2(1), 54-60.
- Huerta, D. (2020). *Análisis foda o dafo*. . Bubok.
- García, M. (2018). El análisis FODA como herramienta estratégica para analizar la pertinencia de programas educativos. . *TEPEXI*, 1(2), 18-22. doi:<https://doi.org/10.29057/estr.v1i2.1509>
- Sánchez, A., y Pino, M. (2020). Vigencia de los conceptos, métodos, herramientas y matrices de la planeación estratégica: una revisión bibliográfica. *Revista Modum*(2), 189–204. doi:https://revistas.sena.edu.co/index.php/Re_Mo/article/view/303

- Otero, D., y Gache, F. (2016). Evoluciones Dinamicas en el diagrama FODA. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 6(2).
- Barragán, C., y González, G. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. *Revista Daena International Journal of Good Conscience*, 15(1).
- Torres, M. (2019). *Matriz FODA herramienta para la estrategia*. Universidad La Salle Cancún.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Estrategia Transversal: Formalización Empresarial*. . Gobierno de Colombia. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial>
- Lopera, J., Ramírez, C., y Zuluaga, A. (2010). El método analítico como metodo natural. *Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25(1).
- Salazar, H. (2022). *Formalización empresarial: propuesta simplificada para solicitar el certificado de existencia y representación legal para micronegocios como persona natural y jurídica[Tesis de grado]*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Arruñada, B. (2007). El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad* , 1(1), 106-115.
- Flórez, M., Cabrera, R., y Londoño, C. (2019). Prácticas contables y tributarias que adoptan los pequeños negocios en Colombia. . *Via Inveniendi Et Iudicandi*, 14(1), 207-223. doi:<https://doi.org/10.15332/s1909-0528.2019.0001.08>
- Velásquez, J., y Vargas, L. (2015). Hacia la formación de un espíritu emprendedor, orientado a la formalidad. . *Revista Logos, Ciencia y Tecnología*, 7(1), 57-64. .
- Prado, L., Lozano, C., y Álvarez, T. (2023). *Beneficios de la formalización empresarial para microempresarios "Personas Naturales" en Colombia*. Recuperado el 2023, de Universidad Piloto de Colombia: <https://lc.cx/-BnZxn>

Organización Internacional del Trabajo. (2017). *La formalización de las empresas*. Obtenido de

Organización Internacional del Trabajo: <https://lc.cx/2FAo5N>

Cárdenas, M., y Rozo, S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones.

Desarrollo y Sociedad, 1(63), 211 - 243.

Anexos

Anexo 1. Instrumento encuesta para determinar la primera población participante.

Características de las maquilas de confección y sus brechas en la formalización

En esta encuesta encontrara diferente tipos de preguntas que tienen la finalidad académica de realizar un estudio que permita identificar las razones más repetitivas sobre las limitaciones en formalizar las maquilas de la empresa Naranka S.A.S.

Nombre del Taller de Maquila: _____

1. Desea participar en el estudio?
 - a. Si
 - b. No
2. Ciudad: _____
3. Años de experiencia en Maquila de confección _____
4. Cuántos operarios maneja? _____
5. Cuánto es su facturación al mes? _____
6. ¿Llevas las cuentas de tu negocio? (Ingresos, costos y gastos)
 - a. Si
 - b. No

Parcialmente

7. Con cuales de estos registros cuenta su empresa?

Otro: _____

8. Motivo por el cuál no se a formalizado?
 - a. No tengo conocimiento de los requisitos de formalización
 - b. Para evitar gastos tributarios
 - c. No hay trabajo fijo que sostenga un negocio formalizado
 - d. No lo exigen las empresas de confección
 - e. Pierdo el subsidio que recibo del Estado
 - f. Los ingresos son muy bajos para pagar prestaciones a los empleados
 - g. Otro: