



Famiempresas, sector empresarial activo

Chaves-Campo, Carlos Felipe¹ & Rojas-Grisales, Gladis²

¹Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Unicatólica, Facultad de Ciencias Empresariales
Cali, Valle, Colombia, cchaves@unicatolica.edu.co, Carrera 122 #12 – 459, (+572) 3120038 Ext. 3440

²Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Unicatólica, Facultad de Ciencias Empresariales
Cali, Valle, Colombia, direccioncontaduria@unicatolica.edu.co, Carrera 122 #12 – 459, (+572) 3120038 Ext. 3440

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de envío: abril de 2017

Fecha de publicación en línea: junio de 2018

Resumen

Las famiempresas pueden entenderse como una actividad mercantil que tiene su origen y desarrollo al interior del hogar, por lo tanto, se fundamenta en recursos, ocupación y una administración familiar. Las famiempresas brindan un porcentaje considerable de ocupación laboral y producción de bienes y servicios, impulsando la economía de los países de Latinoamérica, tanto como su producto interno bruto. De igual manera esta situación compromete a Colombia. Para el Consultorio Contable FUCLG es una necesidad latente el caracterizar las famiempresas ubicadas en las colonias Meléndez, Buenos Aires, Caldas y Nápoles, delegación 18 de Santiago de Cali, Colombia. El conocer ciertas particularidades de este sector en cuanto a formalismo, fuentes de financiación y su relación con el resto de empresas del sector, brinda información útil que facilita el diseñar las estrategias orientadas a fortalecer e impactar de forma positiva a las famiempresas.

Palabras clave: Delegación 18, empresas, famiempresas, familias, formalismos.

Abstract

Famiempresas, this type of company due to its characteristics can be understood as a mercantile activity that has its origins and develops inside the home. It is based on resources, occupation and a family administration. The famiempresas provide a considerable percentage of labor occupation and production of goods and services, boosting the economy of the countries of Latin America, as well as their gross domestic product. In the same way, this situation jeopardizes Colombia. For the FUCLG Accounting Firm it is a latent need to characterize the famiempresas located in the Melendez, Buenos Aires, Caldas and Naples colonies, delegation 18 de Santiago de Cali - Colombia. Knowing certain particularities of this sector in terms of formalism, sources of funding and its relationship with other companies in the sector, provides useful information that facilitates the design of strategies aimed at strengthening and positively impacting the famiempresas.

Key words: Commune 18, companies, famiempresas, families, formalisms.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años las famiempresas son parte importante para la economía colombiana, a tal nivel que están siendo consideradas como un elemento esencial en la dinámica empresarial del país. Se entiende como famiempresa a toda aquella actividad manufacturera, comercial o de servicios que se desarrolla en un área destinada dentro del mismo hogar. Las famiempresas tienen un factor familiar preponderante que las diferencia de las empresas familiares como tal. Mientras que las empresas familiares se clasifican como MiPyME, y son susceptibles de ser categorizadas por su número de empleados o por el valor de sus activos totales; las famiempresas, tienen como característica que inician sus actividades mercantiles en un área específica del mismo hogar, muchas veces inician en un estado de informalidad, con un patrimonio, una mano de obra y una administración provenientes de la misma familia. Al tenerse en cuenta que al momento de constituir la Famiempresa se crea la ilusión de que está pueda perdurar de generación en generación y con la idea de poder dejar un legado para la familia.

La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) definió a las famiempresas en el Simposio Nacional de Negocios Familiares realizado en 2006 como: “aquellas compañías en las cuales una o varias familias de la misma fuente genealógica, disfrutan de su control accionario y el manejo administrativo de la misma”. La definición anterior solamente contempla la consanguinidad, el control accionario y gerencial de las famiempresas. Pero no tiene en cuenta aspectos importantes de este tipo de empresas, tales como que su creación pudo ser basada en el emprendimiento, en la iniciativa de tener un negocio propio, en la creación de una nueva idea, en crear una fuente alternativa para subsanar una necesidad económica del contexto familiar, o incluso en la falta de opciones de empleo; así como también que este tipo de empresas no solamente tiene la capacidad de generar autoempleo a sus integrantes, sino que dependiendo del crecimiento puede generar empleos formales e informales a terceros. Como tampoco contempla la participación que tienen las famiempresas en la producción de bienes o servicios, el impacto en el desarrollo del país y en el producto interno bruto. Al igual que todos estos aspectos siempre estarán matizados por los sentimientos, principios y valores propios de la familia.

Se basa en la investigación terminada en el año 2015 por parte del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, proyecto que se realiza mediante la aplicación de un instrumento de investigación. Esa investigación se compone de 66 reactivos de forma no aleatoria a 174 empresas de las colonias Meléndez, Buenos Aires, Caldas y Nápoles en la delegación 18 de la ciudad de Cali, y servirá de fundamento para la creación del *Consultorio Contable FUGL*, como el espacio ideal para confrontar la problemática actual del sector empresarial con la formación de la comunidad universitaria en tiempo real (Chaves, C. & Paz, M., 2015).

Este instrumento permite caracterizar aspectos tales como que el 97.7% de las empresas del sector pertenecen a las microempresas o que existe un alto porcentaje de empresas que están registradas en la Cámara de Comercio de Cali, que llevan alguna forma de registros contables. Los indicadores obtenidos hacen referencia a las prácticas administrativas o contables, y

facilitan el desarrollo de otros estudios basados en este análisis inicial (Chaves, C. & Paz, M., 2015).

Del proyecto desarrollado en el año 2015, se desprende un aspecto muy importante producto de la investigación inicial que pasa desapercibido y adquiere una importancia relativa no solo por su naturaleza sino por su magnitud. Se basa en la alta participación que tienen las famiempresas en el sector estudiado, pues se observa que el 25.86% del total de las empresas estudiadas son Famiempresas, o sea que 1 de cada 4 de las empresas pertenece a este subsector. Este nuevo indicador permite comprender el protagonismo que tienen las Famiempresas, pues de las 174 empresas estudiadas, 45 de ellas llevan a cabo sus actos mercantiles en un área destinada para esta actividad dentro de los límites del hogar (Chaves, C. & Paz, M., 2015).

Las condiciones actuales que afectan a las familias en Colombia tales como la pobreza, el cierre de empresas y la falta de empleo obligan a que muchas familias tomen la decisión de crear su propia empresa dentro de su hogar (famiempresas), pensando que esta opción puede ser la mejor alternativa para combatir estos flagelos y por lo tanto poder subsanar los gastos familiares. Estos aspectos son relevantes para el Consultorio Contable FUGL, por lo que es de suma importancia poder identificar a las famiempresas, conocer las situaciones que llevan a la familia a tomar estas decisiones de emprendimiento, comprender los sistemas de operación, sus relaciones laborales, las dinámicas empresariales, los roles familiares y la conformación de este tipo de empresas, así como también entender las condiciones administrativas y contables bajo las cuales se llevan a cabo las actividades mercantiles.

Con base en la alta participación que tienen las famiempresas en la delegación 18, se desprende como objetivo general de este estudio el caracterizar el subsector de las famiempresas, así como el conocer la relación que estas tienen con su entorno empresarial, su nivel de formalismo, su legalidad, las características para su conformación, sus fuentes de financiación, la relación entre el hogar y la famiempresa, sus procesos contables, entre otros aspectos que resultan importantes para entender este subsector.

De tal manera que, al analizar este subsector se observarán la carencia que serán fundamental conocer para el diseño de las estrategias necesarias para brindar asesorías y consultorías en temas administrativos, contables, tributarios, jurídicos y laborales, ya que el Consultorio Contable FUGL exige que se realice un acompañamiento profesional que le permita a las famiempresas el afrontar sus necesidades actuales, para poder desarrollar sus actividades mercantiles y afrontar las situaciones económicas venideras propias de un entorno cambiante.

El estudio actual presenta ciertas limitaciones, por lo que demanda realizar investigaciones posteriores a las famiempresas que permitan caracterizar y comprender aspectos relacionados con las necesidades de financiación, impulso al emprendimiento, sus relaciones laborales, sus dinámicas administrativas y los roles familiares que se ejecutan al interior de las famiempresas.

II. MARCO TEÓRICO

La principal causa para la creación de las famiempresas proviene de situaciones externas, tales como movimientos del mercado laboral, reestructuraciones organizacionales, despidos masivos, la liquidación de grandes empresas como ha sucedido en los últimos años en la ciudad de Cali; o quizá por cuestiones de jubilación por vejez o invalidez de los trabajadores. Para la familia, lo relevante es colocar un pequeño negocio en su hogar para subsanar algunas de sus carencias, tales como generar una fuente de ingresos, sustentar la familia y, al mismo tiempo, poder ocupar su tiempo libre (Tapies, 2012); sin embargo, no se toman en cuenta sus actividades mercantiles en un estado de formalismo ante las entidades gubernamentales; tal como lo comenta Chen (2012, p.2): “si los tiempos económicos difíciles vienen acompañados por una inflación en aumento o recortes en los servicios públicos, los hogares con frecuencia tienen que complementar los ingresos del sector formal con ingresos informales” (Chen, 2012). Al tener en cuenta que este tipo de empresarios que buscan a largo plazo el poder brindar a los miembros de su familia otras oportunidades de mejoramiento en su calidad de vida, pretenden dejar un legado de prácticas tradicionales que perdure a través de las generaciones venideras (Trevinyo-Rodríguez, 2012).

Los niveles de consanguinidad y los sentimientos de familia predominan al interior de las famiempresas y se hacen presentes desde el mismo momento de iniciar las actividades mercantiles, estos son: los bajos niveles de control que existen en cuanto a procesos administrativos, manejo de los recursos, la inexistencia de una reglamentación documentada para la ejecución de los asuntos operativos, escasa o nula información financiera, entre muchos otros aspectos (Folle, 2016). Quizá los pocos niveles razonables de control se puedan justificar en el elevado nivel de confianza que existe entre los propietarios (Romero, 2006), pero, por otra parte, desde el punto de vista legal, este tipo de empresas no tiene una normativa específica que la regule y le estipule obligaciones y beneficios especiales (Sonneveld, 2012).

Muchas de estas familias inician sus actividades de forma informal y llevan a cabo actividades mercantiles tales como una pequeña miscelánea, donde comercializan comestibles, artículos de calzado y ropa, artículos de belleza, farmacias, bisutería, papelería, electrodomésticos y electrónicos, chatarra, entre otros; mientras que otras familias montan pequeños talleres donde se confecciona, se repara ropa, calzado, estructuras, bicicletas, motocicletas, vehículos, bordado de telas, entre otras; el resto de familias desarrollan actividades de servicios tales como peluquería, belleza, fotocopias, ensambladores, alimentación, enfermería, odontología, inyectología, entre muchas otras actividades. Resaltando como característica obtenida de su estudio que la mayoría de estos empresarios corresponden a mujeres (Rodríguez, J. H. P., & Rodríguez, A. A. S., 2016)

A pesar de que las famiempresas son consideradas un renglón importante de la economía y su participación en esta es de gran relevancia, las cifras que se obtienen respecto a las famiempresas son difusas y poco actualizadas. Rodríguez, et. al (2016, p. 3) consideran que “según algunas estimaciones como la aportada por el Departamento Nacional de Planeación, la economía informal representa un 52% del PIB colombiano en la actualidad, y un valor similar es el representado por la participación en el empleo” (Rodríguez, J. H. P., & Rodríguez, A. A. S., 2016). Además se cuenta con pocos datos, como los ofrecidos por la superintendencia de sociedades donde refiere

que el 68% de las empresas que presentaron estados financieros en 2001 eran empresas familiares. Como también se revela que este tipo de sociedad son las menos rentables debido a los altos costos y gastos de operación (Danés, 2006). Esto demuestra que existe una tendencia marcada a que este tipo de empresas familiares participen de manera activa en el desarrollo del país.

Actualmente y según el artículo 2º de la ley 590 de 2000 modificado por el artículo 2º de la ley 905 de 2004, se entiende por “micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana”. De igual manera, este artículo define que los criterios para clasificar una empresa según el tamaño empresarial son: el número de trabajadores totales, el valor de ventas brutas anuales y el valor de activos totales.

Actualmente, existe en Colombia una política pública que brinda todas las bases jurídicas para la creación de empresas, por lo que se cuenta con un marco normativo robusto para el apoyo a las micro y pequeñas empresas para su crecimiento a través de programas de emprendimiento, al igual que define la naturaleza para la participación de las instituciones educativas en actividades de emprendimiento. Un aspecto a tener en cuenta son las condiciones financieras bajo las cuales operan las MiPyME actualmente en Colombia, es la dificultad que se tiene para acceder al mercado financiero tradicional, que agobian al emprendedor con elevadas tasas de interés, múltiples trabas y trámites engorrosos que le impiden al microempresario acceder a capitales blandos para crecer, posicionarse y ser más competitivo; estos factores comprometen la liquidez, la rentabilidad y a largo plazo la sostenibilidad de las MiPyME (Valencia, F. Á. M., & Gualdrón, 2017).

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) es una entidad pública que opera a nivel nacional, está adscrita al Ministerio de Trabajo y fue creada con el objetivo de brindar capacitación laboral de forma gratuita a todos los colombianos, como también a todo aquel que desee capacitarse a través de múltiples programas en ambientes virtuales, brinda servicios para la colocación de sus egresados y la generación de empleo, y además lidera el programa de emprendimiento y empresarismo más completo del país.

Todos los programas para impulso a las MiPyME se fundamentan en la Constitución Política de 1991, como carta magna, complementado con la legislación emitida por el Congreso y la Presidencia de la República. Marco jurídico que incluye: leyes, decretos, códigos, y regulaciones. Tales como el artículo 38 y el artículos 333 de la Constitución Política de Colombia, sobre Libertad de Asociación y la Libertad Económica, respectivamente; Ley 344 de 1996, dicta normas para la destinación del gasto público a través de normas encaminadas a fomentar la creación de empresas y la destinación de recursos de la nación para el desarrollo de proyectos incubadoras asociadas al SENA; Ley 550 de 1999, dicta normas que promulgan por el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, por tal razón es conocida como Ley MiPyMEs; Decreto 934 De 2003, crea el Fondo Emprender FE como recursos independientes, con un objetivo de fomentar la creación de empresas y adscrita al SENA; Ley 905 de 2004, dicta otras normativas para fomentar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana; Ley 1014 de 2006,

establece normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia; Decreto 1192 de 2009, regula la Ley 1014 de 2006 y se fundamenta en el fomento de la cultura del emprendimiento; entre muchas otras regulaciones.

La responsabilidad social que compromete a las instituciones educativas tanto públicas como privadas, se fundamenta en la obligación de generar el ambiente ideal y destinar los recursos en busca de mejorar no solo la competitividad de las empresas, sino también brindar las condiciones ideales que permitan el desarrollo integral, tanto para fortalecer las unidades

III. MÉTODO

El presente estudio se basó en el artículo desarrollado para la constitución del Consultorio Contable FULCG, que tenía dentro de sus objetivos específicos el poder realizar la caracterización de la población empresarial ubicada en las colonias de Meléndez, Buenos Aires, Caldas y Nápoles de la delegación 18. Para el estudio se utilizó una base de datos aportada por la Cámara de Comercio de Cali, con población total de 731 empresas, de la cual se extrae una muestra de 174 empresas, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error de 6,5%, los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de un instrumento de investigación necesario para la constitución del consultorio, validado por pares profesionales y la aplicación de una prueba piloto a 10 empresarios, por lo que se logró validar los resultados deseados, como también se obtuvo como resultado el entendimiento del instrumento por parte del entrevistado.

El caracterizar el sector permitió tipificar las fortalezas y debilidades en los diferentes procesos de formalismo, contables y administrativos de las MiPyMEs. Con un sentido social, impactar de manera positiva y responder en forma adecuada a las necesidades y problemática que enfrentan los empresarios, identificando sus falencias al momento de realizar sus prácticas empresariales. Para recolectar la información se construyó un instrumento tipo test compuesto por 66 preguntas de temática contable y administrativa; la mayoría de estas preguntas son cerradas y unas pocas preguntas abiertas, en donde el empresario podía extender que tipo de necesidades encontraba en su negocio. (Chaves, C. & Paz, M., 2015)

Las técnicas aplicadas en esta investigación para procesar la información que reposa en el documento de investigación para la constitución del Consultorio Contable FULCG, son de tipo cuantitativas, pues expresan en términos numéricos las variables que se estudian, analizan y explican; y cualitativas porque permiten el describir las características y comportamientos.

Para realizar la investigación de las famiempresas se hizo uso de una metodología de carácter descriptiva, por cuanto se busca describir la situación actual de esta comunidad, la relevancia que estas tienen en este sector y sus particularidades. Además, se aplicó una técnica cuantitativa que logra determinar una variable matemática, por lo que facilita el entender la relación que tienen las famiempresas con el resto de las empresas objeto de estudio,

IV. RESULTADOS

Del documento con el que se construye esta investigación, se sustrae la relación que existe entre las famiempresas con su entorno, así como la participación que estas tienen ante la comunidad empresarial objeto de estudio. De allí la importancia

mercantiles, como también para mejorar el desempeño empresarial por parte de los integrantes, a través de ofertar las capacitaciones que les ayude al cumplimiento no solo de las regulaciones gubernamentales; “[...] de qué modo pueden contribuir las instituciones educativas públicas [...], las políticas de desregulación económica adoptada desde la apertura no ha facilitado el desarrollo de una mayor competitividad de las microempresas informales [...]”, como también el brindar las mejores técnicas empresariales que le permita al empresario el desarrollar unas mejores prácticas contables, administrativas y de mercadeo. (Rodríguez, J. H. P., & Rodríguez, A. A. S., 2016)

basados en su participación con el sector empresarial de las colonias estudiadas, su nivel de formalismo, fuentes de financiación, entre otros aspectos relevantes; se considera mayoría cuando se obtiene un resultado superior del 50%. También se utilizó una metodología transversal, pues los empresarios encuestados de la población empresarial no hizo de manera aleatoria para su escogencia y que también las observaciones que se hicieron de los objetos de estudios están dadas en un momento en el tiempo.

El proyecto se fundamentó en dos variables de estudio: una para medir el grado de formalización por el registro en la cámara de comercio, y la otra para el constituir la famiempresa como un medio de sustento para los hogares, tanto la relación que mantiene a través del tiempo la Famiempresa con el hogar, así como la procedencia de los recursos iniciales para constituir la empresa.

Para el desarrollo de la investigación se propusieron dos hipótesis a comprobar:

H1. Las famiempresas de las MiPyMEs del sector estudiado en su mayoría se constituyen como negocios formales, su creación se realiza con los aportes de la familia y se crea para la manutención del hogar.

H2. Las famiempresas de las MiPyMEs del sector estudiado en su mayoría no se constituyen como negocios formales, su constitución no se realiza con los aportes de la familia y no se crea para la manutención del hogar.

El instrumento fue aplicado de manera no aleatoria a las empresas objeto de estudio, pertenecientes al sector privado, por lo que se pudo observar que el 97.7% de todas las empresas encuestadas son microempresas, las cuales se determinaron según el número de empleados (Chaves, C. & Paz, M., 2015). De esta base de datos se extrajo los datos para realizar la presente investigación, por lo que se procedió a reprocesar la base de datos del consultorio, y se realizó un análisis de estadística descriptiva a través del uso del software estadístico SPSS 18, licenciado por la Unicatólica, y herramienta necesaria para poder obtener los siguientes resultados.

de comprender la relación que tiene esta población de empresas de características muy particulares con las variables seleccionadas y el resto de empresas; estos resultados permiten

comprender el comportamiento de las famiempresas en el grupo de empresas objeto de estudio en la delegación 18 en la ciudad.

Tomando como base el instrumento de investigación del Consultorio Contable FUCLG, se analiza la información obtenida de las 174 MiPyMEs. De tal forma que se puede observar que 45 de las 174 empresas son famiempresas. Entendiendo como famiempresa aquella empresa que lleva a cabo sus actividades mercantiles en un área específica al interior del hogar. Por lo que se determinó que el 25,9% de todas las empresas estudiadas son famiempresas, mientras que el 74,1% corresponden a aquellas empresas que llevan a cabo su actividad en un local comercial. Así que una de cada cuatro empresas corresponde a una famiempresa. Resultado del que se destaca un aspecto interesante en cuanto a la composición del sector empresarial de las colonias estudiadas en la delegación 18. (Tabla 1)

Tabla 1. Tamaño muestral en porcentajes, composición de la comunidad empresarial delegación 18, Cali

Tipo de empresa	Cantidad	Porcentaje
MiPyMEs	129	74,1%
Famiempresas	45	25,9%
Total	174	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS v18

De esta información obtenida se observó una población de 45 Famiempresas, de las cuales existe un porcentaje muy representativo de estas que tienen registro mercantil ante la Cámara de Comercio de la ciudad, de tal manera que el 80,0% de las famiempresas llevan a cabo sus actividades mercantiles dentro de un marco de formalismo, mientras que el 20,0% de estas no lo hacen. Respecto al resto de las empresas MiPyMEs presentó una tasa porcentual de cumplimiento del 86,8% y el 13,2%; de estas se desempeñan en la informalidad. (Tabla 2)

Tabla 2. Tamaño muestral en porcentajes, total empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cali

Tipo de empresa	Famiempresas		MiPyMEs	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Matriculada	36	80,0%	112	86,8%
No matriculada	9	20,0%	17	13,2%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS v18

Respecto a la relación económica que existe desde la empresa hacia el hogar, se puede observar que el 55,6% de los jefes de las famiempresas admitieron que la empresa le reconoce a la familia una partida por concepto de arrendamiento por el espacio que ocupan dentro del hogar, mientras que el 40,0% de estas no lo hacen y el 4,4% no lo reportaron. En cuanto a las MiPyMEs el 100,0% no lo hacen. (Tabla 3)

Tabla 3. Tamaño muestral en porcentajes, empresas que paga arrendamiento por el espacio que ocupan

Tipo de empresa	Famiempresas		Mipymes	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Paga	25	55,6%	0	0,0%
No pagan	18	40,0%	129	100,0%
No Informan	2	4,4%	0	0%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS v18

En lo que respecta a las famiempresas que se constituyen como fuente de sustento y para mejorar los ingresos de la familia se detectó que el 82,2% de las famiempresas financian o ayudan al hogar con sus gastos, mientras que el 17,8% no lo hacen. En cuanto al resto de las empresas observamos que solamente el 38,0% de estas colaboran con los gastos de sus hogares mientras que el 35,5% no lo hacen, y el 26,4% no reportan. (Tabla 4)

Tabla 4. Tamaño muestral en porcentajes, empresas que sustentan los hogares

Tipo de empresa	Famiempresas		MiPyMEs	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Ayudan al hogar	37	82,2%	49	38,0%
No ayudan	8	17,8%	46	35,6%
No Informan	0	0,0%	34	26,4%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS v18

En cuanto a que los hogares que continúan financiando los costos y gastos de las empresas durante su funcionamiento, se observó que el 46,7% de los hogares que tienen famiempresas lo hacen, mientras que el 51,2% de estas expresaron no ayudar a las empresas y el 2,2% no informó. En cuanto a las otras empresas, un escaso 17,1% de los hogares ayudan para mantener la empresa, el 51,2% no lo hacen y el resto no lo informaron. (Tabla 5)

Tabla 5. Tamaño muestral en porcentajes, hogares que subsidian los costos y gastos de las empresas

Tipo de empresa	Famiempresas		MiPyMEs	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Ayudan al negocio	21	46,7%	22	17,1%
No ayudan	23	51,1%	66	51,2%
No Informan	1	2,2%	41	31,8%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS v18

En cuanto al origen o procedencia de los aportes iniciales para constituir las empresas, se observó que el 51,1% de las famiempresas hicieron uso de recursos propios, el 28,9% pidieron prestado para crearlas, el 13,3% hicieron uso de las dos fuentes de financiación y el 6,7% no informó. El resto de las empresas muestran que el 45,7% de estas usaron recursos propios para dar inicio a sus operaciones, mientras que el 31,0% se endeudaron para este fin, el 18,6% hicieron uso de ambas fuentes de financiación y el 4,7% no informa. (Tabla 6)

Tabla 6. Tamaño muestral en porcentajes, origen de los aportes para constituir la empresa

Tipo de empresa	Famiempresas		Mipymes	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Propios	23	51,1%	59	45,7%
Préstamos	13	28,9%	40	31,0%
Mixto	6	13,3%	24	18,6%
No informa	3	6,7%	6	4,7%
Total	45	100,0%	129	100,00%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

Referente a la teneduría de libros, contabilización, o algún mecanismo que permita el realizar los registros contables, se observó que el 62,2% de las famiempresas llevan alguna forma de contabilidad, mientras que el 35,6% no hacen esta práctica, y el 2,2% no lo informó. Por su parte las otras empresas reportan que el 79,1% llevan alguna forma de contabilización, mientras que el 18,6% de estas no lo hacen y el 2,3% no lo informa. (Tabla 7)

Referente al registro de las empresas ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, se pudo apreciar que el 80,0% de las famiempresas se han registrado ante el Registro Único Tributario, mientras que el 20,0% no hicieron el registro. Por su parte las otras empresas reportan que el 85,3% hicieron el

V. CONCLUSIONES

Según se desprende de los resultados del presente estudio podría decirse que al interior de las colonias Meléndez, Buenos Aires, Caldas y Nápoles de la delegación 18 en la ciudad de Cali, las famiempresas son parte importante de la comunidad empresarial, por lo que se puede considerar que la relevancia social y económica que tienen las famiempresas en la ciudad no es indiferente a lo que acontece a nivel latinoamericano y en muchas otras partes del mundo. De tal manera que se puede concluir lo siguiente:

El análisis de la composición del grupo objetivo nos indica que el 97,7% de las empresas que forman parte de esta comunidad son microempresas, pudiendo concluir que las famiempresas tienen una participación representativa, que aun sin ser la mayoría, una de cada cuatro empresas de la delegación 18 es una famiempresa.

En lo que respecta al formalismo por parte de las famiempresas, los datos obtenidos indican que la mayoría de las famiempresas estudiadas han realizado su trámite de registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Cali, de tal manera que un elevado porcentaje de estas empresas se encuentran en una situación de formalismo ante esta entidad municipal; pero, por otra parte, existe un porcentaje relativamente considerable de empresas que operan en la clandestinidad mercantil; en este sentido, aplica lo mencionado por Chen (2012,p.2), quien comenta que las familias se ven obligadas a emprender en alguna actividad mercantil debido a ciertas circunstancias económicas y sociales con el único objetivo de mejorar los ingresos del hogar, quedando en un segundo plano la necesidad de regularizar la empresa. En otro sentido, también se puede considerar que esta situación de informalidad puede estar fundamentada en el hecho de los elevados costos que se tiene que incurrir para constituir una empresa en Colombia. Al igual que lo menciona Rodríguez,

registro ante la DIAN, mientras que el 13,2% de estas no lo hicieron y el 1,6% no lo informa. (Tabla 8)

Tabla 7. Tamaño muestral en porcentajes, empresas que llevan contabilidad

Tipo de empresa	Famiempresas		MiPyMEs	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Lleva contabilidad	21	46,7%	22	17,1%
No lleva	23	51,1%	66	51,2%
No Informan	1	2,2%	41	31,8%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

Tabla 8. Tamaño muestral en porcentajes, empresas que tramitaron ante la Administración de Impuestos

Tipo de empresa	Famiempresas		MiPyMEs	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Registradas	36	80,0%	110	85,3%
No registradas	9	20,0%	17	13,2%
No Informan	0	0,0%	2	1,6%
Total	45	100,0%	129	100,0%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

et. al (2016, p. 2), al considerar a las famiempresas dentro del grupo de microempresas que pertenecen al sector informal.

Referente a la relación existente entre la famiempresa y el hogar, los mecanismos de financiación entre ambas instancias se pueden observar ciertos comportamientos que denotan la supremacía que tienen los hogares sobre las famiempresas.

Referente la necesidad de reconocer la famiempresa a sus propietarios el uso del espacio dentro del hogar, los datos obtenidos son interesantes, pues demuestran que un número considerable de encargados de las famiempresas le reconocen al hogar el pago de un canon de arrendamiento mensual, características que corroboran la importancia que tiene este tipo de empresas para la sustentabilidad del hogar. Por otra parte, el resto de las MiPyMEs en cuanto a este indicador ofrece cifras irrelevantes en que se refiere a este tipo de ayudas hacía las familias.

En lo que respecta a los flujos de efectivo desde las famiempresas hacia el hogar, los resultados obtenidos denotan que son las famiempresas las que se constituyen como pilares importantes para la sustentabilidad de los hogares, puesto que la mayoría de las famiempresas declaran el ayudar al hogar con sus gastos. Este resultado es de suma importancia puesto que demuestra que son las famiempresas las que ayudan financieramente a las familias, por lo que se convierten en medios propicios para mejorar los ingresos, armonizar la situación económica de la familia, y como una forma de sustento para el hogar. En este sentido, la mayoría de las famiempresas muestran una tendencia que es concluyente: el objetivo de haber constituido la famiempresa era crear una forma de sustentabilidad para los hogares. Situación que puede ser contraproducente, debido a que estos flujos de recursos continuos hacia el hogar, comprometen al mismo tiempo el

crecimiento, la sostenibilidad, la liquidez y la permanencia de la empresa en el mercado. Tal como lo corrobora Folle (2016, p. 34), que en cualquier situación, los problemas de las familias afectan los negocios y los problemas de los negocios afectan las empresas. Cabe acotar que el resto de las MiPyMEs en cuanto a este tipo de ayudas hacia las familias marcan una tendencia muy baja.

Referente a los flujos de efectivo desde la familia hacia la Famiempresa, los resultados obtenidos permiten entender y que contrariamente al resultado anterior, una vez instaurada la empresa con recursos de la familia, la ayuda proveniente del hogar hacia la famiempresa representa un porcentaje mínimo, entendiéndose así que el apoyo que le brinda la familia a la Famiempresa es básicamente en sus inicios y este se va reduciendo una vez iniciada las operaciones.

En lo que respecta al origen de los recursos para constituir la empresa, los resultados obtenidos confirman que la mayoría de las familias constituyen sus famiempresas haciendo uso de propios recursos, solamente una tercera parte de esta población lo hace a través del financiamiento con entidades financieras, y aproximadamente una décima parte de la población recurren a la familia en búsqueda de estos recursos. De tal manera, el origen de los recursos o aportes sociales necesarios para constituir las famiempresas provienen de la propia familia.

Otro aspecto que debe ser considerado, es la importancia que tienen las famiempresas en el sector empresarial de la delegación analizada. Queda entendido que, el origen de las famiempresas es con el objetivo de sustentar los hogares que las constituyeron. De tal manera, que por ser este un subsector incipiente, en continua formación y que se constituyó con la única ilusión por parte de sus integrantes, de crear una alternativa para mejorar las condiciones del hogar, requiere que se les acompañe en su gestión, que se les impulse con estrategias que permitan el garantizar no solo la sostenibilidad y sustentabilidad en el tiempo, sino que busquen impulsar el crecimiento de este tipo de empresas.

Referente a la teneduría de libros, contabilidad, y de alguna manera de llevar el registro de los hechos económicos, los resultados permiten observar que un alto porcentaje de las famiempresas llevan algún tipo de contabilidad, mientras que un porcentaje considerable tiene poco interés en llevar contabilidad. Un comportamiento similar se observa en el resto de las empresas del sector empresarial, aunque existe una tendencia a que las famiempresas utilicen en menor medida esta herramienta de trabajo por parte de sus administradores para los procesos de toma de decisiones.

Un aspecto a tener en cuenta, se fundamenta en la falta de regularidad, el desconocimiento en cuanto al uso de los recursos por falta de información contable, como el no soportarse en una contabilidad acorde a las circunstancias y la falta de claridad en los procesos operativos, son aspectos que limitan el accionar de las famiempresas, pues comprometen en cierta forma la sustentabilidad y la posibilidad de expandirse hacia otros mercados; al igual que le impide a las famiempresas el tener acceso a préstamos blandos en los diferentes sectores financieros, teniendo que recurrir a prestamistas informales con exageradas tasas de interés y un alto riesgo de incumplimiento.

En lo que respecta a registrarse como actividad mercantil ante la Administración de Impuestos (DIAN), los resultados obtenidos permiten el determinar una tendencia marcada de las famiempresas a operar en estado de legalidad, mientras un pequeño grupo no lo ha hecho, en contra posición por lo expuesto por Rodríguez, et. al (2016, p. 3) quien expone que la constitución de este tipo de empresa en su mayoría se lleva a cabo dentro de la informalidad. En el resto de empresas del sector, estas tienen una mayor tendencia a estar funcionando en estado de legalidad.

Aunque son muy bajos los niveles de informalidad ante la Cámara de Comercio y la DIAN, así como el número de empresas que no llevan contabilidad, no dejan de ser resultados importantes que permiten el entender, las famiempresas tienen sus inicios en la informalidad e ilegalidad, y quizá, se puede conjeturar que una vez las famiempresas alcanzan un nivel razonable de sostenibilidad, o quizá obligado por contratos con empresas debidamente legalizadas, a que normalicen su situación jurídica ante las entidades gubernamentales.

Por último se puede concluir de forma contundente como producto del estudio realizado, que se alcanza el objetivo deseado y que se acepta la hipótesis planteada. Por una parte, se logra caracterizar la supremacía que tiene el renglón de las famiempresas en el sector estudiado y la importancia de desarrollar actividades desde el Consultorio Contable FUCLG para impulsar, fortalecer y asesorar este subsector. Por otra parte se logra resultados concluyentes que permiten el aceptar la hipótesis *H1. Las famiempresas de las MiPyMEs del sector estudiado en su mayoría se constituyen como negocios formales, su creación se realiza con los aportes de la familia y se crea para la manutención del hogar.* Pues la mayoría de famiempresas se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Cali operando en un estado de formalismo; la mayoría de las famiempresas fueron constituidas con recursos propios de la empresa; y la mayoría de las famiempresas se constituyen como una alternativa para solventar las necesidades del hogar y como medio para su manutención, pues no solamente le reconocen un monto por el arriendo del espacio que ocupan, sino que también ayudan con los gastos que se originan dentro del hogar.

Está investigación brinda el ambiente propicio para desarrollar el precepto social bajo el cual se constituyó el Consultorio Contable FUCLG: fomentar la sostenibilidad, el crecimiento empresarial e impulsar la creación de nuevas empresas en su área de influencia; de tal manera que este estudio permite el cimentar las estrategias encaminadas a mejorar las prácticas administrativas y contables de los empresarios mientras se crean espacios extracurriculares para la comunidad académica. Estas estrategias incluyen el ofrecer los servicios de consultorías y asesorías a los empresarios, también como ofrecer capacitaciones virtuales certificadas en asuntos tales como contabilidad sistematizada, costos, presupuestos e impuestos, al igual que ofrecer alternativas de acceso a capitales semilla destinados para el fomento de la generación de empresa, generación de empleo, ampliación de negocios, desarrollo de innovaciones, entre otros. Programas canalizados a través del consultorio y radicados en el Centro de Servicios a la Comunidad adscrito a la Vice Rectoría de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

V. REFERENCIAS

- Chaves, C. & Paz, M. (2015) “Consultorio Contable) En tiempos de cambio una luz para los Empresarios” en Vinculatégica EFAN Año 1 N° 1, Julio-Diciembre 2015. Monterrey, México. (1340-1352)
- Chen, M. (2012). La economía informal: definiciones, teorías y políticas. Documento de trabajo de, (1). Recolectado de URL: <http://www.wiego.org/sites/wiego.org/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Daníes, R. (2006). SOCIEDADES DE FAMILIA EN COLOMBIA AÑO 2005 Superintendencia de sociedades: sociedades de familia en Colombia año 2005. Recolectado de URL: <http://www.supersociedades.gov.co/imagenes/SOCIED.DE.FLIA1.html>
- Folle, C. (2006). Revista de Negocios del IEEM: Las trampas profundas en las empresas familiares. Recolectado de URL: <http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/08/focalizado.pdf>.
- Rodríguez, J. H. P., & Rodríguez, A. A. S. (2016, July). LA UNIVERSIDAD PÚBLICA: FACILITADORA ESTRATÉGICA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA ECONOMÍA INFORMAL. In Memorias del Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad (Vol. 9, No. 1, pp. 1534-1551). Recolectado de URL: <http://riico.net/index.php/riico/article/view/86/213>.
- Romero, L. (2006). Universidad EAN: competitividad y productividad en empresas familiares pymes una aproximación desde la interacción familia-empresa. Recolectado de URL: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/378/371>.
- Sonneveld, R. (2012). Revista de Negocios del IEEM: Family office: ¿Qué es y cómo se establece? Recolectado de URL: <http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/08/focalizado.pdf>.
- Tapies, J. (2002). Revista de Negocios del IEEM: Empresas familiares: La espina dorsal de la economía. Recolectado de URL: <http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/08/focalizado.pdf>.
- Treviño-Rodríguez R. Revista de Negocios del IEEM: Empresa familiar: ¿Para servir o para servirse?, Recolectado de URL: <http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/08/focalizado.pdf>.
- Valencia, F. Á. M., & Gualdrón, S. T. M. (2017). Entorno y motivaciones para emprender. Revista EAN, (81), 12-28., Recolectado de URL: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1556/1520>