



“OPORTUNIDADES Y RETOS DE LA JURISDICCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN
ECONÓMICA POST-PANDEMIA”

Estudio Piloto para la provincia del Tequendama
Municipios de Anolaima y Cachipay

Realizado por:



Consultores / Investigadores:

MBA. JORGE E. ARDILA A

Arq. LINA M. ROJAS R.

Diciembre de 2021

Tabla de Contenido

1. Ficha técnica del estudio
2. Sobre la Cámara de Comercio de Facatativá
3. La jurisdicción
4. La provincia de Tequendama
5. Municipio de Anolaima
6. Municipio de Cachipay
7. Sectores económicos con vocaciones y condiciones prometedoras de prosperidad
8. Factores que incidieron en la comercialización de bienes y servicios en el marco de la reactivación económica post-pandemia
9. Grado de desarrollo de la empresa en la utilización de herramientas tecnológicas para la comercialización de sus bienes y servicios.
10. Anexos.

1. Ficha Técnica

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES Y RETOS DE LA JURISDICCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST-PANDEMIA</p> <p style="text-align: center;">Estudio Piloto para la provincia del Tequendama</p>			
Diseño del Estudio	Oferta Colombia S.A.S.	Firma especializada con 11 años de experiencia en capacitación y consultoría gerencial	
Investigadores	<ul style="list-style-type: none"> • MBA. Jorge E. Ardila A. • Arq. Lina M. Rojas R. 		
Recolección de información de campo	<ul style="list-style-type: none"> • Exploración visual a los municipios con registro fotográfico • Entrevistas semiestructuradas a comerciantes y empleados de micronegocios • Entrevistas semiestructuradas a funcionarios públicos (Secretarías de Gobierno de los municipios) 		
Recolección de información documental	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los planes de desarrollo 2021 -2023 de los municipios • Revisión de sitios web de las Alcaldías de los municipios, gobernación de Cundinamarca, Procolombia, • Revisión de estudios sobre informalidad y afines de entidades como: Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica (GAFILAT), Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Acopi). • Revisión de documentos relacionados de fuentes como: diario Portafolio, DANE, DNP 		
Período de desarrollo	Noviembre y diciembre de 2021	Registros sobre comerciantes	264
Tipo de estudio	No probabilístico	Número de Contrato o Convenio:	151 de 2021
Población objetivo	Comerciantes de los municipios de la provincia del Tequendama sobre los que tiene jurisdicción la Cámara de Comercio de Facatativá: Anolaima y Cachipay		
Objetivo	"Primera fase de dos estudios de la dinámica empresarial que permitan identificar oportunidades y retos de los empresarios para su reactivación económica post-pandemia y realizar un análisis para determinar el nivel de informalidad en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá"		

2. Sobre la Cámara

La Cámara de Comercio de Facatativá es una organización privada, gremial y sin ánimo de lucro dedicada fundamentalmente a prestar servicios delegados por el estado de alta calidad de manera eficiente, fortaleciendo proyectos de desarrollo socioeconómico en la jurisdicción y comprometidos con nuestro talento humano y el mejoramiento continuo, apoyados en sólidos principios éticos, excelencia trabajo en equipo y liderazgo.

3. La jurisdicción



4. La provincia del Tequendama

Tequendama es una provincia del departamento de Cundinamarca, en Colombia Conformada por diez municipalidades, cuenta con aproximadamente 160.000 habitantes, sus tierras tienen la mayoría de los pisos térmicos pero prevalecen los templados, aptos

para la producción de frutas. Su capital es La Mesa, su economía esencialmente agropecuaria, aunque presenta algunas industrias como la producción hidroeléctrica a través de las plantas generadoras de energía eléctrica ubicadas en las municipalidades de Mesitas de El colegio y San Antonio del Tequendama.

El principal atractivo turístico es el Salto del Tequendama, ubicado en la municipalidad de Soacha, Cundinamarca, (vereda San Francisco), catarata sobre el río Bogotá. También se destacan el zoológico de Santa Cruz en San Antonio del Tequendama, los balnearios en Anapoima y Apulo, el recorrido en tren de la montaña de Cachipay, y que decir del Festival del Café en la bella municipalidad de Viotá, capital cafetera por excelencia de Cundinamarca, Festival de los Reyes Magos y Reinado Departamental del Folclor en la municipalidad de Quipile, las festividades de Corpus Christi en Anolaima, etc. Las vías carretables unen la totalidad de las municipalidades, cantones e inspecciones. Cuenta con numerosos ríos como El Curí, Bogotá, Apulo, entre otros.

Los municipios que corresponden a la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá son los de Anolaima y Cachipay, cuya información se presenta a continuación.

5. Municipio de Anolaima

El Municipio de Anolaima está ubicado en el Departamento de Cundinamarca, provincia del Tequendama, al occidente del distrito capital a una distancia de 71 kms. Posee un área aproximada de 118,8 km² que representa el 0,3545% del total del área del Departamento del cual hacen parte 116 municipios; Anolaima abarca 11.883,39 has. distribuidas de la siguiente forma: 11.742,9 hectáreas en sector rural y 87,41 hectáreas en el casco urbano de Anolaima; 45,32 hectáreas en la zona urbana de La Florida; 3,65 hectáreas en la zona urbana de Reventones; 3,11 hectáreas en la zona urbana de Corralejas y aproximadamente una hectárea en la zona urbana de Boquerón de Iló.

Geográficamente su cabecera municipal está localizada a 1'018.300 metros al norte de la línea del ecuador y 957.000 metros al este del meridiano de Greenwich 74° 02' de longitud

al oeste de meridiano de Greenwich, con una altura de 1.650 m.s.n.m. y una temperatura media de 20°C. Anolaima cuenta con una biodiversidad ecosistémica y alta riqueza en variedad agropecuaria por las condiciones ambientales en sus pisos térmicos.

Los límites generales del municipio de Anolaima son los siguientes: Al norte: Municipios de Guayabal de Siquima y Albán Al oriente: Municipios de Facatativá y Zipacón. Al Sur: Municipio de Cachipay Al occidente: Municipios de Quipile y Bituima.

En su división político administrativa, está conformado por 32 veredas y 4 centros poblados (La Florida, Reventones, Boquerón de Ilo, Corralejas)

En el marco de índice departamental de competitividad Cundinamarca ocupa el puesto 7 entre 25 entes territoriales, existiendo en el territorio 1.541.595 hectáreas dedicadas a la producción agrícola, ganadera y explotación de recursos naturales.

El municipio se encuentra categorizado en Sexta categoría atendiendo los criterios establecidos en la Ley 617 de 2000. Extensión del Municipio: La extensión del municipio es 118 km² .

Así mismo, con respecto a sus aportes al PIB departamental, ocupa el quinto lugar. Presenta nacimientos 58%, Defunciones No Fetales 37%, Defunciones Fetales 5%, aportando el 4%. Este aporte se puede explicar a través del suministro de electricidad, gas y agua, que representa el 20,5% del PIB provincial seguido de las actividades de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (19,5%).” (Gobernación de Cundinamarca, 2020)

Las proyecciones realizadas por el DANE, indican que el municipio de Anolaima para el 2020 cuenta con 14.577 residentes, el 57% del total de la provincia, ponderándose como el más grande. Adicionalmente se indica que el 48,41% son mujeres y el 51,59% hombres.

La población apta para trabajar se detalla a continuación:

Grupos de Edad	No. Personas
Infancia (0- 9 años)	1.980

		De lo anterior se puede concluir que el 49,08% de la población adulta y juvenil analizada es apta para trabajar, es decir 7.154 personas
Preadolescente (10-14 años)	1.065	
Adolescentes (15-19 años)	1.026	
Jóvenes (20-24 años)	871	
Adultos (25-59 años)	5.998	
Adultos Mayores 60 Años	3.637	

Tabla No. 1: Estudio socio económico 2020 noroccidente de Cundinamarca- Información del DNP, elaboración propia de los autores del estudio.

Anolaima tiene 9.933 afiliados tanto del régimen contributivo con un 27% como del subsidiado con un 73%, en general el 68% de la población está registrada en el sistema de salud.

Anolaima se prospecta así: “En el 2040 será reconocida como ejemplo regional en su modelo competitivo integral de mejoramiento de calidad de vida desde lo social y económico, contribuyendo en una nueva generación de Anolaimunos con oportunidades en la promoción del desarrollo”.

Ha planteado un modelo de desarrollo encaminado al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del territorio, enfocándose principalmente en el desarrollo integral en la parte humana y la parte económica, en búsqueda de la transformación de la sociedad en los procesos que cierran la brecha de desigualdad y desarrollar libremente aquello que quiere ser y hacer con su vida disfrutando su dignidad.

Buscan el desarrollo sostenible, inteligente y ordenado con un crecimiento encaminado al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan en su territorio de una forma equitativa.

6. Municipio de Cachipay

Cachipay es un municipio colombiano de Cundinamarca, ubicado en la Provincia del Tequendama, a 58 km de Bogotá. Su consigna es: "Tierra de Ensueño de Luz y De Amores", gracias a la letra del pasillo compuesto en su honor.

Elevación: 1.600 m

Superficie: 56 km²

Población: 9.833 (2015)

Hoteles: Precio promedio en hotel tres estrellas: \$ 289.089

Alcalde: Efraín Moncada Sánchez (2020-2023)

Tiempo: 24 °C, viento del N a 5 km/h, humedad del 91 % weather.com

Hora local: lunes, 11:57 p. m.

Gentilicio: Cachipayuno, -a

Coordenadas: 4°43'53"N 74°26'11"O / 4.731363, -74.4365

De acuerdo al DANE la proyección de población para el 2020, fue de 10.703 habitantes, de ellos 5.447 corresponden al sexo masculino, es decir el 50,89% y 5.256 al femenino, es decir 49,11%. La tabla especifica la participación de los habitantes por el grupo de edad al que pertenecen:

La población apta para trabajar se detalla a continuación:

Grupos de Edad	No. Personas	
Infancia (0- 9 años)	1528	De lo anterior se puede concluir que el 51,25% de la población adulta y juvenil analizada es apta para trabajar, es decir 5.486 personas
Preadolescente (10-14 años)	767	
Adolescentes (15-19 años)	758	
Jóvenes (20-24 años)	671	
Adultos (25-59 años)	4.541	
Adultos Mayores 60 Años	2.438	

Tabla No. 2. Estudio socio económico 2020 noroccidente de Cundinamarca- Información del DNP, elaboración propia de los autores del estudio.

El total de personas afiliadas al sistema de salud para el año 2020 está en 6.511, siendo 1.418 pertenecientes al régimen contributivo y 6.511 al subsidiado.

El municipio está especializado en la producción de pastos, los cuales son de tipo exportación. Además, el cultivo de café, la ganadería y la pesca, también hacen parte de las actividades generadoras de ingresos.

7. Sectores económicos con vocaciones y condiciones prometedoras de prosperidad

De acuerdo a información del DANE (2014) el sector agropecuario contribuye en el departamento de Cundinamarca en aproximadamente un 30% en cultivos agrícolas, un 50% en uso de suelo para área de bosques y un 20% en otros usos. Siendo uno de los departamentos con mayor vocación agrícola del país.

Anolaima

Se puede considerar un municipio altamente agrícola dado que cuenta con una biodiversidad ecosistémica, por las condiciones ambientales en sus pisos térmicos. Considerado como la capital frutera de Colombia, ya que, dedica el 100% de su territorio a la siembra y cultivo de frutas y hortalizas.

Su potencial frutícola es una parte fundamental para el crecimiento económico del municipio, debido a que dedican el 81% de su territorio a la siembra y cultivo de frutas, como lo son la piña, limón, naranja, entre otras. Dada la variedad de climas podemos encontrar cultivos de fresa, mora, calabacín en la zona más templada y la parte cálida tenemos guayaba, mandarina, banano, mango. De ésta forma, la fruta que se destaca dentro del municipio es el mango, ya que la temporada del cultivo y la siembra de ésta, se realiza en los meses de diciembre y enero.

Las hortalizas también son una parte muy importante para la economía del municipio, debido a que dedican el 19% de su territorio a la siembra y cultivo de ellas. Se siembran y

se cultivan 39 hortalizas como lo son: habichuela, berenjena, tomate, arveja, etc., donde, de estas, se destaca la habichuela de la cual se realiza tanto siembra como cosecha constantemente durante todo el año.

Su economía depende también de la floricultura, que es el cultivo y ornamentación de las flores, del procesamiento del café y de la leche, etc. Según la Alcaldía del municipio, “la actividad está representada en un 60.3% con cultivos como el café, las hortalizas y frutales.

En un 36,0% su vocación económica se inclina hacia la actividad pecuaria y en un 3.7% hacia el sector piscícola y el resto son cultivos permanentes como los cítricos y el plátano.

De otro lado y dada la tecnificación en pastos, la producción ganadera y lechera ha venido posicionándose y formando parte importante en la economía, según el informe que presenta la Secretaría de Planeación Departamental con base en los datos del censo 2005.

Finalmente, cabe destacar que actualmente se inicia el desarrollo de la economía turística del municipio.” (Alcaldía Anolaima)

Cachipay

La economía es mayoritariamente agropecuaria, pero en muchos casos se dedican las fincas como lugares de veraneo, lo que promueve el turismo del municipio. También hay pequeñas industrias de artesanía. Dentro de la industria agropecuaria se destacan la del café, las flores, la producción de diversidad de frutas, ganado vacuno, porcino, aves y piscicultura, entre otras actividades.

Cachipay basa su economía en la explotación de follajes.¹ Los follajes son un término que denominan los botánicos para designar a las ramas y los tallos que tienen hojas abiertas y

¹ Factores que inciden en el transporte de follaje tipo exportación en Cachipay, Cundinamarca. Efrén Eduardo Rojas Burgos. 2018.

llamativas (Roziar, 2018) estos son utilizados para la confección de bouquet entre otros arreglos florales, corresponden a las hojas con pecíolo, ramas en topes y terminales, tallos y algunas flores con pedúnculo, se emplean generalmente para las ramas u hojas (Rocha Nieto, 2010)

Cabe destacar que la floricultura colombiana incluyendo follajes, destina el 95% de su producción a la comercialización en mercados internacionales y el 5% de la producción restante al mercado nacional, según MinAgricultura (2018) los floricultores han tratado de aumentar la oferta cada vez más y han trabajado arduamente por muchos años y como evidencia de ello el ICA por medio del SISFITO (Sistema de Información Epidemiológica y Vigilancia Fitosanitaria) se reportó 8.391 hectáreas cultivadas de flores y follajes para exportación (2018), por lo que a continuación se realizará una breve descripción del proceso productivo.

En los planes de desarrollo municipal se relaciona la floricultura como la principal actividad económica de Cachipay con un total de 526 fincas sembradas con un área de 204 hectáreas (Plan de Ordenamiento Municipal, 2015). El Plan de Desarrollo Municipal (2016) reporta que de esta actividad económica se beneficia el 72% de la población y que este renglón tiene una participación del 42% del total de la economía municipal. De acuerdo con los productores una hectárea cultivada genera cinco empleos directos; es decir que para las 204 hectáreas serían 1.020 empleos directos. La importancia radica en que aproximadamente 4.000 personas dependen de esta actividad, casi un 30% de la población total del municipio. Dependiendo de la especie los cultivos la densidad de siembra por hectárea es de 30.000 plantas y producen entre 1,5 y 2 tallos mes. En consecuencia, se estima que la producción mensual del municipio puede estar en 12.240.000 tallos, los cuales se embalan en cajas de 400 tallos, lo que implica 30.600 cajas mes que debe ser transportadas en los diversos medios de transporte.

De acuerdo con lo que se conoce en la zona de los 450 productores existentes, aproximadamente el 80% cuenta con vehículos que no son apropiados ni aptos por

legislación para la actividad del transporte de flor y follaje ni cuentan con tecnología para esta, ya que no tienen los equipos de refrigeración necesarios ni el aislamiento térmico requerido para mantener la cadena de frío, tal como lo establece la normatividad colombiana. Lo mencionado altera drásticamente la calidad puesto que afecta la hidratación, el color y la vida útil del producto. La problemática se agudiza aún más cuando se observa resistencia al cambio.

Condiciones prometedoras

Frutas

La Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas, ONU, declaró 2021 como el Año Internacional de las Frutas y las Verduras, no solo para promover el aumento del consumo de estos grupos de alimentos, sino reducir el impacto medioambiental y fomentar estilos de vida más saludables².

“Las frutas y verduras son la piedra angular de una dieta sana y variada. Proporcionan al cuerpo humano abundantes nutrientes, refuerzan el sistema inmunológico y contribuyen a reducir el riesgo de contraer muchas enfermedades. Sin embargo, a pesar de estos enormes beneficios, no las consumimos en cantidades suficientes”, aseguró António Guterres, secretario General de la ONU.

Uno de los objetivos dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible busca mostrar la importancia de los sistemas alimentarios en la lucha contra el hambre, la eliminación de la pobreza y la protección del planeta. Aún así, el secretario resaltó que estos sistemas están en riesgo por "el crecimiento de la población, el aumento de la urbanización, la creciente escasez de recursos naturales, la contaminación agrícola y el cambio de uso de la tierra, los altos niveles de pérdida y desperdicio de alimentos, así como los efectos del cambio climático", por lo que propuso este año para tomar conciencia sobre la relación entre los alimentos y la manera en la que se producen.

² Neira Marciales, Laura. www.agronegocios.co

La obesidad es otra de las problemáticas que buscan enfrentar este año, pues información de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, muestran que tres de cada cuatro muertes en América Latina y Caribe son causadas por enfermedades no transmisibles generadas por el sobrepeso y obesidad tales como: enfermedades cardiovasculares, cáncer y diabetes.

Las iniciativas mundiales se centran en fomentar dietas saludables y reducir la ingesta de alimentos con altos niveles de grasas, azúcar, sal y calorías, los principales factores de riesgo de enfermedades no transmisibles, para así impulsar el consumo diario de un mínimo de 400 gramos de frutas y verduras.

Follaje

Se destaca que entre enero y junio de 2021 las ventas externas de productos agropecuarios, alimentos y bebidas sumaron US\$4.418,6 millones FOB, creciendo un 16,4%, principalmente por el impulso de la exportación de flores y follajes cortados que aportaron 5 puntos porcentuales a la variación de la canasta, creciendo 24,3% más que en el mismo periodo del 2020 y 16,9% si se compara con datos del 2019³.

Turismo

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, el 2022 se proyecta como el año de la consolidación del turismo como jalonador de la economía nacional. Al presentar los resultados del sector este año, la ministra destacó que el PIB de alojamiento y servicios de comidas podría terminar 2021 en una cifra alrededor de los 32,9 billones de pesos, que representaría entre el 93 % y el 98 % del valor obtenido en 2019, hasta ahora el mejor año para el turismo en el país.

3 <https://www.sectorial.co/informativa-flores/item/436714-las-exportaciones-de-flores-y-follajes-cortados-crecieron-un-24,3-en-el-primer-semester-de-2021>

“Para 2022 esperamos una completa recuperación en este indicador y estimamos un PIB de alojamiento y servicios de comida de alrededor de 37,5 billones de pesos, lo que representaría un incremento entre el 8 % y el 14 % al compararlo con los mismos valores del año 2019”, señaló la ministra citando las proyecciones de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Viceministerio de Turismo.

Por otro lado, es importante mencionar que la diversificación de la demanda turística se puede clasificar en diferentes formas como lo plantea el libro de Fabio Cárdenas Tabares, *Mercadotecnia y productividad turística*; una de ellas es el Turismo Receptivo, que es la demanda de turistas extranjeros o nacionales residentes en otro país; la segunda es el Turismo Emisivo, es la demanda de turistas nacionales y extranjeros residentes en el país; la tercera es el Turismo Interno, que hace referencia a la demanda de nacionales dentro del mismo país.

Consumo local

Frutas

Lo primero que se debe acotar es que: “Colombia tiene 433 especies nativas de frutales comestibles identificados, que la hacen el primer país del mundo en biodiversidad de frutas por kilómetro cuadrado”⁴.

El mercado interno de frutas en Colombia se caracteriza por la diversidad de productos disponibles. En 2002 de acuerdo a la CCI se ofrecían 42 frutas diferentes en los mercados locales, a las que se le añadían las importadas y las exóticas que no se vendían en forma generalizada como el caso del agraz, el carambolo o el borojó. La producción de estos alimentos tanto para el año del estudio como actualmente, se caracteriza por ser estacional aunque la oferta general es constante durante todo el año, su producción es dispersa

⁴ Tafur R, Toro J. Frutas tropicales de Colombia para el mundo: producción, agroindustria, comercialización y cadena productiva. In: Montañó P, Toro J, editors. *Presente y futuro de la fruticultura colombiana*. Santiago de Cali: Produmedios; 2007. p. 9–22.

regionalmente, aunque en algunos departamentos se observa una especialización debido a la oferta agroclimatológica como el caso de la piña y la guayaba en Santander⁵.

En cuanto a verduras, en el mismo estudio se determinó que en el país se producían alrededor de 30 productos diferentes, con destino principal al mercado interno; sobre su producción se encontró que la regularidad de la oferta dependía principalmente a decisiones de corto plazo de los agricultores determinadas por razones de precio, abastecimiento y de estado sanitario de los cultivos principalmente, otra situación característica de las hortalizas era que las exportaciones eran muy bajas y las importaciones en fresco también lo eran y solo productos muy especializados⁶.

Follaje

El mercado local ha sido estimado en \$ 180 mil millones⁷. El mayor canal mayorista lo representa el Mercado de Plantas de Paloquemao en Bogotá. El canal mayorista representa el 60% de la comercialización. Las grandes superficies el 20% de las ventas. Las ventas directas en vivero de ciudad o carretera se estiman en un 15%. Sólo un 5% de las ventas se generan vía medios digitales. El sector no cuenta con un Centro Nacional de Consolidación como los existentes en Brasil, México y Holanda.

Turismo Interno

A través de Fontur, el Ministerio de Comercio adelanta la campaña “Por Colombia Yo voy”, para impulsar el turismo doméstico. Durante la rueda de prensa, el presidente de esta entidad, Irvin Pérez, destacó que se han realizado inversiones por 64.000 millones de pesos en promoción, 34.000 millones de pesos para mejorar la competitividad y 96.000 millones

⁵ Corporación Colombia Internacional (CCI), Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Comercialización y encadenamientos productivos en el sector agroalimentario. Bogotá: Corporación Colombia Internacional (CCI), Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; 2002. p. 261.

⁶ Ibid

⁷ <https://www.colviveros.org/El-viverismo-en-Colombia-jun-2019.pdf>

de pesos en infraestructura. El directivo hizo un llamado a recuperar la confianza y aprovechar la potencialidad que ofrecen los distintos destinos colombianos⁸.

“Para 2022 esperamos un turismo que crezca sostenido, sin interrupciones por pandemia y ojalá con un turismo MICE⁹ que reinicie y nos permita salir del golpe financiero que aún deben superar los hoteleros como consecuencia de las pérdidas y el endeudamiento para enfrentar la pandemia”

De acuerdo a los resultados obtenidos por PROCOLOMBIA se quiere destacar que al ser la agricultura la actividad económica principal de Colombia, no se da la suficiente participación e importancia al municipio de Anolaima Cundinamarca, puesto que es conocido como la capital frutera de Colombia, razón por la cual se cree que al establecer una relación entre el turismo y la agricultura se podría generar una alternativa económica para el municipio.

Al ser un municipio netamente agrícola el desarrollo que se ha visto de la actividad turística es casi nulo pues la comunidad local no tiene conocimiento de los beneficios económicos, sociales y culturales que trae consigo el turismo, es por ello que se cree que con este proyecto se podría establecer el turismo como una fuente económica alterna sólida para el municipio.

Mercado internacional

Frutas

La oferta de frutas nacionales ha incluido tradicionalmente productos como uchuvas, gulupas, maracuyás, granadillas, tomates de árbol y maracuyá. Sin embargo, según reportó

⁸ <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/colombia-terminaria-2021-con-cifras-prepandemia-en-turismo-domestico/202137/>

⁹ El término MICE significa turismo de negocios, este engloba el ámbito del turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones. Cada inicial se corresponde a la definición original en inglés: Meeting, Incentives, Conferencing y Exhibitions.

Asohofrucol, el mango y la pitahaya también se han convertido en frutas de exportación por su alta demanda a nivel internacional.

Según con las cifras reportadas por el Dane y analizadas por ProColombia, durante el año 2019 las exportaciones de frutas colombianas alcanzaron los US\$80,3 millones, lo que representó un incremento del 7% frente al año anterior, cuando la cifra fue de US\$75,1 millones.

Según cifras del Dane, con análisis de ProColombia, entre enero a abril del 2021 las exportaciones de frutas exóticas sumaron US\$37,8 millones, 27,5% más que lo registrado en el mismo periodo del año anterior. Las más exportadas en ese periodo fueron gulupa, uchuva, granadilla, pitahaya, arándanos, tomate de árbol y maracuyá.

Las producción de frutas comercializadas hacia el exterior tuvo como destino 37 países, entre los cuales los mayores compradores fueron: Países Bajos, Alemania, Bélgica, Estados Unidos y Reino Unido.

Dentro de los destinos que más compraron frutas exóticas estuvieron Países Bajos, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Francia, Brasil y Hong Kong. Asimismo, Europa aumentó 29,7% sus compras, al llegar a los US\$32,1 millones, lo cual representó 84,9% del total de las exportaciones de estas frutas.

Por su parte, los mayores exportadores a nivel de departamentos fueron Antioquia, Cundinamarca, Bogotá, Risaralda y el Valle del Cauca. Al respecto, la presidenta de ProColombia, Flavia Santoro, manifestó que *“se ha dado una diversificación de nuevas frutas en los primeros lugares en ventas internacionales, tanto así que el aguacate, las uchuvas y las gulupas encabezaron el incremento. Para 2020, la estrategia de ProColombia para este sector es mantener lo que se viene haciendo en Europa y Norteamérica, posicionar la oferta en Latinoamérica y seguir avanzando con la diplomacia sanitaria para la admisibilidad en Asia”*.

Adicionalmente, el presidente de Asohofrucol recalcó la importancia de los trámites para acceder a los mercados internacionales. Por su parte, los expertos señalan que, a pesar del crecimiento de exportaciones de productos de este tipo, es fundamental contar con un mayor del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para seguir impulsando las frutas exóticas y posicionarnos como líderes del sector.

Follajes

El mercado de la Unión Europea es considerado el mayor importador de flores y follajes¹ en el mundo. Se calcula que compra el 50 por ciento de las flores que se cultivan a nivel mundial. Sus importaciones superan los cinco mil millones de Euros al año. Las flores tropicales, y los productos que cuentan con certificaciones de tipo ambiental y social, son los de mayor demanda por los europeos, especialmente los alemanes, británicos, franceses y holandeses.

El TLC firmado con la Unión Europea beneficia directamente la internacionalización de los follajes hacia Francia ya que es otorgado el 0% de arancel según Procolombia (2017) haciendo así mismo un producto competitivo en el mercado. En la última década, la compra de flores para uso doméstico, han presentado un fuerte aumento, especialmente para la decoración de los hogares. El segmento de las flores destinadas para regalos representa entre el 50 y 60% del total de las compras en la Unión Europea.

Otro segmento representativo son las bodas y los funerales que representan alrededor del 20%, seguido por el mercado institucional que tiene entre el 10 y el 20% de la participación. Estas, generalmente, son ventas planificadas y están destinadas a eventos especializados. La compra está condicionada principalmente por el precio. Se busca una relación entre la calidad y las características de la flor como el color, la especie y el aroma.

El mercado de subastas en Holanda es el principal medio de distribución usado por los importadores para adquirir flores de diferentes países. Las flores y follajes son distribuidos a través de tres tipos de canales principalmente. El canal de mayoristas que se especializa

en demandar grandes cantidades de productos y trabaja por medio de agentes encargados de acordar los términos de negociación. El canal minorista que demanda cantidades fijas de productos a precios bajos, sin embargo, las cadenas de supermercado han comenzado a realizar importaciones directas para eliminar los costos de intermediación. Por último están los vendedores especializados que pueden ser de carácter mayorista o minorista y demandan productos exclusivos y de calidad.

En conclusión Colombia no tiene gran participación en las importaciones de la Unión Europea pero sin embargo sí es un país el cual tiene una importante participación en las exportaciones de follaje, lo que genera una oportunidad para Colombia. Proexport ha detectado oportunidades para la exportación de flores y follajes colombianos en los siguientes países¹⁰:

- Reino Unido
- Portugal
- España
- Francia
- Alemania
- República Checa
- Holanda
- Eslovaquia
- Eslovenia
- Países Bálticos (Estonia, Lituania, Letonia)
- Finlandia
- Irlanda
- Polonia
- Rumania
- Austria
- Bélgica
- Suecia
- Hungría

¹⁰ Revista “Colombia, proveedor mundial de alimentos”. Proexport Colombia.

RUMHORA es una empresa líder en la producción y comercialización de follajes, ubicada en el municipio de Cachipay Cundinamarca y está certificada con Florverde Sustainable Flowers, sello que cuenta con el más robusto estándar específico para la producción de flores y ornamentales, cubriendo aspectos sociales, ambientales, laborales y de calidad del proceso y del producto. La certificación en sí es otorgada por organismos de certificación de terceros, como ICONTEC y NaturaCert. El proceso de certificación incluye la revisión de la documentación de la granja, la inspección de granjas, la entrevista a los trabajadores y la revisión de los resultados de las pruebas de laboratorio y esto se debe a que está ubicada a 1015 metros sobre el nivel del mar y sus temperaturas oscilan entre 12 grados centígrados hasta 20 grados centígrados.

Turismo Receptivo

El turismo se ha transformado en un motor de desarrollo social, cultural y económico muy importante a nivel mundial y Colombia no ha sido la excepción, puesto que el país está centrado en apostarle al turismo, el presidente de Colombia, Iván Duque Márquez se refirió al turismo como: “Estoy convencido –y lo quería compartir con todos ustedes– que el turismo puede ser realmente definido como ‘un nuevo petróleo’ de Colombia.”¹¹

El Viceministro de Turismo, Juan Pablo Franky, destacó que, “el crecimiento total de visitantes no residentes es del 8% en comparación con 2017. De este total, los pasajeros en cruceros aumentaron cerca de 10%, los extranjeros no residentes crecieron 9%, mientras que los colombianos residentes en el exterior se mantuvieron. Estas cifras confirman el dinamismo del turismo receptivo, pues el crecimiento de turistas en Colombia sigue por encima del promedio mundial del 6% y regional del 3%”¹²

El año pasado llegaron a Colombia más de 4,2 millones de visitantes no residentes, el turismo se ha convertido en una finalidad de gran importancia, Hoy en día la práctica de

¹¹ DUQUE, Iván, palabras del presidente Iván Duque en la presentación del índice de competitividad turística regional de Colombia, Colombia, 2018.

¹² FRANKY, Juan Pablo, el turismo obtuvo resultados históricos en 2018, Colombia, 2019.

realizar turismo es muy habitual y aquellos quienes realizan esta actividad conocidos como turistas son los protagonistas.

8. Factores que incidieron en la comercialización de bienes y servicios en el marco de la reactivación económica post-pandemia

Según la CEPAL¹³, en 2020 América Latina y el Caribe fue la región en desarrollo más afectada por la pandemia del COVID-19, a la vez que se intensificaron las brechas estructurales en materia de desigualdad, espacio fiscal limitado, baja productividad, informalidad y fragmentación de los sistemas de protección social y salud. Para hacer frente a los efectos sociales y económicos de la pandemia, los países de la región adoptaron políticas fiscales expansivas. Los esfuerzos fiscales anunciados en 2020 representaron 4,6% del PIB en promedio para los países de la región. Estos esfuerzos se dirigieron a fortalecer los sistemas de salud pública, apoyar a las familias y proteger la estructura productiva. Los principales instrumentos utilizados para mitigar los impactos sociales y económicos de la pandemia fueron los subsidios y transferencias corrientes.

La expansión del gasto público para atender la crisis y la caída en la recaudación tributaria conllevó aumentos significativos en los déficits fiscales y en los niveles de endeudamiento en la región, alcanzando un nivel promedio de la deuda pública bruta de los gobiernos centrales de 56,3% del PIB. A su vez, la región es una de las más endeudadas del mundo y presenta el mayor servicio de la deuda externa en relación con las exportaciones de bienes y servicios (59%).

La expansión del gasto público para atender la crisis y la caída en la recaudación tributaria conllevó aumentos significativos en los déficits fiscales y en los niveles de endeudamiento en la región, alcanzando un nivel promedio de la deuda pública bruta de los gobiernos centrales de 56,3% del PIB. A su vez, la región es una de las más endeudadas del mundo y presenta el mayor servicio de la deuda externa en relación con las exportaciones de bienes y servicios (59%).

¹³ Panorama fiscal de América Latina y del Caribe, 2021.

“Vincular la emergencia con la reactivación es esencial para potenciar el papel del gasto público en una trayectoria de desarrollo inclusivo y sostenible. Ello pasa por ligar la atención de demandas de corto plazo con inversiones sostenibles e intensivas en empleo, especialmente para mujeres, promover la transformación productiva y el fortalecimiento y universalización de los sistemas de protección social”, enfatizó Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de la CEPAL.

Por ello es imprescindible que la cooperación internacional, a través del financiamiento para el desarrollo, apoye en ampliar el espacio fiscal de los países en el corto y mediano plazo. Ello pasa por la “ampliación y redistribución de la liquidez global, el alivio de la deuda, fortalecer la capacidad de crédito de la banca de desarrollo y el uso de instrumentos innovadores de financiamiento, incorporando la perspectiva de género en el diseño de las políticas fiscales a través del análisis de los efectos distributivos de las políticas de ingresos, gastos e inversión en las mujeres, además de resaltar la importancia de incorporar el enfoque de género en todo el ciclo presupuestario, y asegurar que las reasignaciones o recortes presupuestarios no afecten el financiamiento para las políticas de igualdad de género.

Desde el contexto nacional¹⁴

Para que el país no se detenga en medio de la emergencia del COVID-19, el Gobierno ha creado herramientas encaminadas a solucionar las necesidades inmediatas que impactan el bolsillo de los ciudadanos en general y de los empresarios en particular, así como para disponer de los medios que permitirán adaptarse a las condiciones del futuro.

Del Estudio del Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica - GAFILAT¹⁵ se destacan algunos hallazgos de interés como:

¹⁴ Fuente: <http://colombiasiguedelante.mincit.gov.co/>

¹⁵ Análisis del abordaje e impacto de la economía informal en los procesos de evaluación mutua del GAFILAT y elementos o factores que los evaluadores podrían considerar para comprender el alcance de este fenómeno, Agosto 2020

- Son necesarias políticas enfocadas en la formalización de las MyPES y emprendedores.
- Es necesario reducir los costos y/o simplificación de los trámites asociados a la constitución de empresas.
- Importante generar promoción al acceso a créditos y financiamiento para el desarrollo de su actividad.
- De acuerdo con el Banco Mundial, la inclusión financiera significa que las personas y las empresas tengan acceso a productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades (transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguros), los cuales son entregados de manera responsable y sostenible. Por su parte, la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) establece que en términos generales, la inclusión financiera se refiere al “acceso y uso de una variedad de productos y servicios financieros proporcionados por proveedores formales de servicios financieros a grupos objetivo específicos o todos los segmentos de la población, así como la calidad de estos productos y servicios”.
- El acceso al sistema financiero facilita la vida diaria y ayuda a las familias y a las empresas a planificar, desde objetivos a largo plazo hasta emergencias inesperadas. Como titulares de cuentas de depósito es más probable que las personas utilicen otros servicios financieros como créditos y seguros para iniciar y expandir negocios, invertir en educación o salud, administrar riesgos y enfrentar las crisis financieras, lo que puede mejorar la calidad general de sus vidas.
- En este sentido, las personas y empresas que se encuentran excluidas del sistema financiero utilizan el efectivo como único medio de pago y de captación de recursos; por lo que, un país con un nivel bajo de inclusión financiera posiblemente tendrá una economía mayormente basada en el efectivo.

De igual manera se recomienda llevar a cabo, las siguientes:

1. Incentivos económicos para diferentes sectores de la economía, así como las micro y pequeñas empresas.

2. Planes de ayuda financiera, tanto para las empresas como para el ciudadano común en grupos vulnerables.
3. Apoyos o bonos económicos a personas dentro de la economía informal.
4. Facilidades de otorgamiento de créditos.
5. Prórroga del pago de impuestos para las empresas que les paguen a sus trabajadores.
6. Descuentos en el pago de impuesto.
7. Apertura de cuentas a través de medios digitales para personas y empresas.
8. Medidas de transparencia complementarias a los procesos de adquisiciones de bienes e insumos necesarios para la atención al estado de emergencia a fin de evitar la corrupción.
9. Prórroga del pago de servicios básicos y del alquiler para sectores más vulnerables.

A continuación una selección de algunas de las múltiples medidas adoptadas por el gobierno nacional a las cuales pueden acogerse los empresarios de los municipios de Anolaima y Cachipay, y por ende del resto de la jurisdicción de la Entidad, que pueden ser orientadoras para la gestión de la reactivación económica.

Ruedas de negocios Compra lo Nuestro

Son espacios comerciales con clientes potenciales para promover la compra o venta de productos y servicios, acceder a contenidos comerciales especiales, escenarios de networking, vitrinas virtuales. Estará abierta para empresas pertenecientes a los sectores de agroindustria y alimentos; moda y confección; industria, manufactura y medio ambiente; economía naranja e industrias creativas; estilo de vida y consumo. Participarán al menos 1.300 empresas. Las compañías registradas en Compra Lo Nuestro podrán acceder sin costo a estos encuentros, liderados por Econexia. Los espacios comerciales se realizan entre el segundo semestre de 2021 y el primer semestre de 2022.

Más información en: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-servicios/ptp-proyectos/compra-lo-nuestro/ejes/ruedas-negocios-cln-econexia>

Reactivación Comercial para Micronegocios

Convocatoria del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Colombia Productiva, en alianza con la Promotora de Comercio Social, a través de la cual se brindará capacitación y asesoría especializada para mejorar las habilidades gerenciales, comerciales, logísticas y financieras de al menos 2.000 micronegocios del país, de manera que aumenten sus ventas o abran nuevos canales para comercializar sus productos o servicios. Podrán postularse micronegocios que hayan completado al menos un año en funcionamiento, con uno o varios productos o servicios puestos en el mercado, que tengan máximo nueve personas ocupadas y que desarrollen una actividad productiva de bienes o servicios.

Los micronegocios que resulten beneficiados con esta convocatoria accederán a cursos de mercadeo y diagnósticos especializados para mejorar en productividad y digitalización. También aprenderán a realizar estrategias comerciales y tendrán la oportunidad de ofertar sus productos y servicios para que sean vendidos en almacenes como Alkosto, Éxito, Carulla, Surtimax, Homecenter, Merka Orgánico, Isa, Cueros Vélez, Makro, Flamingo, Los Tres Elefantes, Sentry y Jumbo, entre otros.

Más información: www.compralonuestro.co/micronegocios y www.pcsocial.org

Programa de las Fábricas de Internacionalización

Es la iniciativa de Procolombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que busca incrementar las exportaciones no minero energéticas, fomentar la cultura exportadora y ampliar el tejido empresarial exportador. Trabaja en seis líneas de servicio que abordan desde el diseño de nuevos modelos de negocio, de cara a la internacionalización y a la medida del empresario, hasta el servicio de consultoría para la creación o el fortalecimiento del área de comercio exterior. También promoverá alianzas estratégicas entre las empresas, de manera que compartan costos y riesgos en el proceso de internacionalización. Además, se hará énfasis en lograr eficiencias en logística, entre otros beneficios. La experiencia de empresas mentoras será aprovechada con el fin de que transfieran su conocimiento a otras firmas, con el fin de que no incurran en costos adicionales o errores que el mentor ya superó en el pasado. Así, la idea es aprovechar

nuevos canales de comercialización, como el e-commerce, y la orientación a las empresas para su instalación en otros mercados.

ProColombia, con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, e iNNpulsa, abrieron una nueva convocatoria para 305 empresas de bienes para el programa Fábricas de Internacionalización dirigida a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que hayan exportado o no, que estén legalmente constituidas, ubicadas en todo el territorio nacional y que hagan parte de los sectores de agroalimentos, químicos y ciencias de la vida, metalmecánica y sistema moda, con bienes con potencial exportador para lograr internacionalizar su oferta. Si bien la convocatoria está abierta para todos los departamentos del país, ProColombia ha detectado grandes oportunidades de aumentar el tejido empresarial exportador en regiones como Quindío, Risaralda, Caldas, Valle del Cauca, Santander, Norte de Santander, Huila, Tolima, Magdalena, Bolívar y Atlántico.

Más información: www.fabricasdeinternacionalizacion.com.co

ReactivaTECH - Negocios Abiertos

Portafolio articulado de soluciones de formación, herramientas digitales y financiación diseñadas para beneficiar e impactar a más de 100.000 empresas de todo país en sus acciones de reactivación, generada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, iNNpulsa Colombia y su iniciativa CEmprende, así como Credibanco, Facebook, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y distintos aliados del sector privado. Es una plataforma en línea que dispondrá de herramientas digitales, ventas online, rutas de formalización, alternativas de financiación, capacitaciones, medios de pago electrónicos y más, mediante canales virtuales y presenciales.

Inicialmente se viene realizando una gira por las regiones que a 31 de mayo de 2021 ya pasó por Cali y Montería. Para junio y julio se programaron visitas en Barranquilla, Tunja y Bucaramanga. Los emprendedores y empresarios de estas ciudades accederán a una oferta articulada entre las autoridades locales, el ecosistema de cada ciudad, el sector privado, y

la oferta disponible por parte del Estado por medio de una feria virtual y puntos físicos de información, luego estará disponible para todo el país. Las mipymes de las primeras cinco ciudades tendrán acceso a un portafolio extendido gracias a la articulación con las alcaldías, las cámaras de comercio y entidades que pusieron a disposición de estas regiones alternativas adicionales de desarrollo y acompañamiento.

La oferta financiera incluye opciones a través de líneas preferenciales en alianza con Bancóldex y el Fondo Nacional de Garantías, Banco Agrario y Finagro, entre otros; las alternativas que brinda “a2censo”, la primera plataforma de crowdfunding del país, así como iniciativas adicionales a este portafolio de la mano de entidades bancarias y microfinancieras. También podrán acceder a las herramientas de pagos electrónicos que ofrece CredibanCo.

La oferta de herramientas digitales y formación incluye que los emprendedores y empresarios encontrarán, en el marco de la estrategia CEmprende, programas como ALDEA, enfocado en el acompañamiento y aceleración de emprendimientos. Dentro del portafolio de oportunidades se incluyen iniciativas diseñadas de la mano con el Ministerio TIC, como lo son los Centros de Transformación Digital Empresarial, la disponibilidad de dominios gratuitos para 100.000 empresas a través de Dominios.CO y líneas de crédito preferencial dirigidas al sector TIC. Aunado a esto, Huawei se suma a la iniciativa por medio de su programa Education4All, que otorgará becas certificadas en tecnologías como Inteligencia Artificial y Big Data. También participan otras entidades como Facebook, Crehana, Ubits, Universidad EAN, y Área Andina con una oferta de formación y capacitación en línea, a través de cursos enfocados en capacidades digitales, comercio electrónico y más. Más información: ReactivaTECH – Negocios Abierto Montería y Feria Virtual ReactivaTECH – Negocios Abiertos

Fondo Mujer Emprende

Patrimonio autónomo creado en medio de la pandemia para fortalecer el emprendimiento de las colombianas en todas las regiones del país. Opera como patrimonio autónomo

derivado de iNNpulsa y bajo los lineamientos de política pública definidos por la Vicepresidencia de la República y la Consejería para la Equidad de la Mujer. Prioriza, en su primera fase, promover y financiar emprendimientos, empresas y asociaciones de mujeres en las distintas regiones del país. Bajo un esquema de cofinanciación con gobiernos territoriales, se promoverá la sostenibilidad y rentabilidad de los negocios de las mujeres rurales y urbanas, el financiamiento y fortalecimiento de iniciativas empresariales en sectores como aguacate, cacao, café, panela, ganadería y artesanías -en el caso de las mujeres rurales-, y moda, turismo, software y alimentos procesados, entre otros -para las mujeres urbanas-.

El primer programa, Núcleo E Mujer, beneficiará iniciativas que desarrollen actividades de producción y que favorezcan el empoderamiento económico de mujeres rurales. La convocatoria para iniciar el proceso de identificación de emprendimientos y organizaciones de mujeres rurales de todo el país, ya está abierta. Se deberá diligenciar el formulario, que se encuentra disponible en la página web <https://emprendimientoinnpulsa.com/convocatoria/nucleo-e-mujer>.

Para inscribirse al banco de proyectos en esta primera etapa, organizaciones o emprendimientos de mujeres, deben tener las siguientes características:

- Ser emprendimientos u organizaciones de mujeres urbanas y rurales.
- Contar con actividad comercial demostrable de mínimo dos años.
- Estar legalmente constituidas o en proceso de formalización.

Más información: Página Web Mincit y Presidencia de la República

Ofertas gratuitas para mitigar el impacto del covid 19

Página de Colombia Emprende E Innova, enfocada en los siguientes temas:

- Salud y medicina.
- Trabajo en casa.
- Soluciones tecnológicas para empresas.
- Provisión de servicios y productos básicos.

Más información: <https://innpulsacolombia.com/ColombiaEmprendeInnova/>

Garantías para acceso a crédito

El Fondo Nacional de Garantías, FNG, ha creado una línea especial para que las Instituciones Microfinancieras puedan otorgar créditos en la modalidad de “retanqueos”, bajo ciertas condiciones, a los empresarios informales afectados por la actual coyuntura originada por el COVID-19. Cuenta con una cobertura del 60% y está dirigido *a las personas naturales que cuenten con ventas anuales hasta de \$1.559.000.000*, pertenecientes a todos los sectores de la economía, y quienes solo asumirán el 25% del pago de la comisión que cobra el FNG, ya que el Gobierno Nacional asumirá el 75% restante. Maneja un periodo de gracia mínimo de 3 meses y plazos que van de 1 a 3 años.

“Unidos por Colombia”- *Personas Naturales*. El Fondo Nacional de Garantías (FNG), estructuró un programa especial de garantía denominado “Unidos por Colombia”. Tiene como finalidad otorgar a las mipymes (personas naturales y jurídicas) el respaldo necesario, para acceder al financiamiento, suplir la falta de ingresos y de esta manera contrarrestar las dificultades económicas que atraviesan a raíz de la coyuntura económica ocasionada por la COVID-19. Se ha dispuesto un cupo para esta garantía por valor de \$1 billón de pesos. La línea está *dirigida a personas que son trabajadores independientes de diversas profesiones u oficios (por ejemplo, odontólogos, artistas, contadores, peluqueros, zapateros, sastres, entre otros) quienes dejaron de tener ingresos por la cuarentena obligatoria decretada en el país.*

Esta línea les permitirá a los profesionales o trabajadores independientes acceder a créditos garantizados por hasta 25 salarios mínimos ante los intermediarios financieros tradicionales; y hasta \$4.5 millones a través de las fintech. Los créditos tendrán plazos variables que irán hasta 24 meses con un mínimo de tres meses de gracia. El valor de las comisiones que el FNG cobra por la emisión de las tres líneas de garantía mencionadas serán asumidas en su mayor parte (75%) por el Gobierno Nacional con el fin de aliviar la

carga financiera de las empresas. Igualmente se han previsto mecanismos para que las entidades financieras difieran el pago del 25% que queda a cargo del empresario.

Más información: Programa de garantía especial "Unidos por Colombia"

“Unidos por Colombia” - Mipymes. El Fondo Nacional de Garantías (FNG), estructuró un programa especial de garantía denominado “Unidos por Colombia” el cual, en el conjunto de las iniciativas, asciende a \$16 billones. Este programa de garantía tiene como finalidad otorgar el respaldo necesario que le permita a las mipymes, (personas naturales y jurídicas) acceder al financiamiento necesarios para suplir la falta de ingresos y que de esta manera puedan contrarrestar las dificultades económicas que atraviesan a raíz de la pandemia ocasionada por el COVID-19.

Garantía para Pago de Nóminas. Se ha dispuesto un cupo para esta garantía por valor de \$12 billones de pesos. Esta garantía tendrá una cobertura del 90% y respaldará los desembolsos que efectúen las entidades financieras para financiar el valor de las nóminas mensuales de micro, pequeñas y medianas empresas de todos los sectores de la economí. El monto máximo en crédito será de hasta \$4.400 millones de pesos por empresa. El plazo podrá ser hasta 36 meses y con un periodo de gracia mínimo de 4 meses.

Garantía para Capital de Trabajo. Se ha dispuesto un cupo para esta garantía por valor de \$3 billones de pesos. El monto por garantizar de esta línea será hasta de \$4.400 millones de pesos por empresa, con una cobertura del 80%, un plazo hasta de 36 meses y un periodo de gracia mínimo de 4 meses. Esta línea está dirigida a micro, pequeñas y medianas empresas, de todos los sectores de la economía.

El valor de las comisiones que el FNG cobra por la emisión de las tres líneas de garantía mencionadas será asumido en su mayor parte (75%) por el Gobierno Nacional con el fin de aliviar la carga financiera de las empresas. Igualmente se han previsto mecanismos para que las entidades financieras difieran el pago del 25% que queda a cargo del empresario.

Mitigación del impacto en la informalidad

Para hacer frente a la informalidad, desde el gobierno, en un escenario pandémico Bustamante (2020)¹⁶ afirma lo siguiente¹⁷:

“El Gobierno Nacional se creará una ‘Misión de Empleo’ junto a diversos sectores económicos, centrales obreras y entidades del Estado para formular propuestas encaminadas a mitigar la crisis por la pandemia, privilegiando la protección del trabajo y la formalización laboral. Algunos de estos programas son:

- Ingreso Solidario: Aporte de 160 mil pesos para empleados informales y desempleados.
- Familias en Acción: Aportes monetarios por familia, población vulnerable, con menores de edad, población adulta y/o en estado de discapacidad.
- Devolución del IVA: Compensación económica a hogares en situación de pobreza en busca de mejorar capacidad de consumo.
- Colombia Mayor: Entrega de un subsidio económico para proteger población adulta que se encuentra en la extrema pobreza, no cuentan con salud ni pensión y/o viven como habitantes de calle.
- Jóvenes en Acción: Brinda apoyo a jóvenes en situación de pobreza y vulnerabilidad para que continúen sus estudios técnicos, tecnológicos y profesionales.
- Bogotá Solidaria en Casa: Un sistema que permite la entrega de un ingreso mínimo garantizado a las familias más vulnerables de la capital por el tiempo que dure el aislamiento preventivo por Covid-19 (Bustamante, 2020).”

Con estas medidas, el Gobierno Nacional intenta suavizar los choques macroeconómicos en tiempos de pandemia a corto plazo, tanto para los empresarios y empleados formales, como para los informales; sin embargo, esto es solo un pequeño paso cuando se habla de una recuperación económica post pandemia.

¹⁶ Bustamante, C.(2020) ¿Aumentará la informalidad laboral en Colombia por el Covid- 19?

¹⁷ Informalidad en Colombia 2000-2020. Un análisis histórico dentro de un contexto pandémico. Juan Camilo Vásquez Camila Andrea Agudelo. Universidad EAFIT, 2021

En el ámbito departamental

Un ejemplo de gestión desde el departamento se puede ver aquí:

El proyecto Cundinamarca + Innovadora busca apoyar 140 micro y pequeñas empresas y/o asociaciones del sector agropecuario y agroindustrial, que deseen fortalecer sus capacidades y competencias en innovación y gestión empresarial para acompañarlos en la identificación de oportunidades de mercado, mejorar sus ingresos, generar empleos, mejorar sus habilidades en ventas, diseñar e Implementar estrategias de crecimiento sostenible, gestionar la aceleración de sus empresas, Identificar fuentes de financiación, desarrollar nuevos productos y/o servicios y desarrollar nuevos mercados, que los llevará a la formulación de planes de innovación para su crecimiento.

Seleccionaremos los 70 mejores planes para apoyar su implementación y 14 empresas tendrán la oportunidad de contar con planes para internacionalización a Canadá.

Información municipal

Es sabido que las ferias y los eventos convoca a propios y extraños a los lugares donde se realizan generando claras oportunidades para la comercialización de productos y servicios. Como lo menciona la dra. Diana Rojas Monroy, Secretaria de Desarrollo Económico, Agropecuario y Ambiental, del municipio de Cachipay: *“Una de las estrategias que hemos pensado es la generación más frecuente de eventos que atraigan la comunidad al municipio”*. De acuerdo a ello se tiene:

Generación de eventos y celebraciones

Anolaima

Las frutas en este municipio son de gran importancia, siendo así que, realizan comparsas elaboradas a base de frutas que han sido cosechadas en el municipio, para rendirle homenaje a su gran potencial en un día que denominaron “el día del campesino”.

A la ganadería también se le destina unos días para la celebración de la feria ganadera, la cual se realiza en los días 22 y 23 de septiembre o el último fin de semana de dicho mes. En

esta feria se realizan actividades como: cabalgatas ecológicas, concursos para la mejor vaca lechera, exposición bovina, feria equina, muestras artesanales, selección de la Reina Caballista, entre otros concursos.

Los preparativos del Corpus Christi comienzan con muchos días de anticipación: arreglan, limpian las casas, las calles y la plaza principal. El evento tiene una duración de tres días. La festividad se inicia con quema de pólvora y música interpretada por la banda del municipio.” (IDECUT, s.f)

Otros eventos específicos son muestra del tema:

Cultura Fest Anolaima 2021, llegó a la Inspección de La Florida para vivir la magia de la navidad con todas las familias, quienes participaron activamente de la novena de aguinaldos dirigiendo las oraciones, entonando villancicos, apreciando la presentación de la Banda Sinfónica de Anolaima y la Escuela de Música , compartiendo y disfrutando de la música .

Primer festitorneo navideño de natación, organizado por la Escuela de Natación de Anolaima en compañía de la Escuela de Natación Depormesa y el Club Deportivo Shark Tribal. Agradecemos a la profe Andrea Esquivel y a la Concejal Sandra Niño que nos colaboraron con la premiación, a la Sra Nana Carrillo que nos donó 50 Flotones para demarcar los carriles, a los padres de familia que contribuyeron con la premiación y la logística de este evento, a los niños y niñas quienes fueron los protagonistas de este gran evento, al cuerpo de bomberos por el mantenimiento del escenario deportivo y la comunidad en general quienes de una manera u otra apoyan las diferentes actividades promovidas por la Escuela de Natación.

Tercera Ciclo Rodada Nocturna Anolaima 2021. Este martes 21 de diciembre a las 5:00 p.m. atrévete a vivir esta experiencia en la Tercera Ciclo Rodada Nocturna Anolaima 2021. Una ruta cargada de adrenalina y con un gran grupo de ciclistas compartiendo la pasión por la #bicicleta .

Cachipay

Gran noche deportiva y cultural. Con el objetivo de reconocer y destacar el ejemplo de quienes con sus aportes y esfuerzos contribuyen al fortalecimiento y la consolidación del deporte y la cultura en estos tiempos de cambio, la administración municipal en cabeza de nuestro Alcalde Efraín Moncada Sánchez y la Secretaria de cultura, turismo, recreación y deporte realiza este Jueves 23 de diciembre la “GRAN NOCHE DEPORTIVA Y CULTURAL”. Estaremos entregando implementación deportiva y cultural que permite el fortalecimiento de nuestros procesos de formación, de igual manera destacando la labor de agentes culturales y artísticos, también los mejores deportistas de cada proceso. Los esperamos.

Convocatoria bailarines. La escuela de formación en danza Herencias de mi Tierra abre la convocatoria para bailarines que deseen hacer parte del proyecto formativo que tendrá representación departamental, nacional e internacional para la temporada 2022 los esperamos

Novena de aguinaldos. Se invitamos estos días a la novena de aguinaldos por parte de la administración municipal nos encontraremos a las 06:00 Pm en la Casa de la Cultura, no faltes y asiste con toda tu familia

Para terminar el abordaje de los factores que incidieron en la comercialización de bienes y servicios en el marco de la reactivación económica post-pandemia, se revisarán los siguientes factores:

- Cultura, educación y estilo de vida
- Estructura y capacidad organizacional de las empresas
- Infraestructura (vías)
- Tecnología (Conectividad)

Cultura, educación y estilo de vida

Para ilustrar este tema se presenta como ejemplo la situación de los follajes con algunos de los cultivadores de la región, tomada del estudio “Factores que inciden en el transporte

de follaje tipo exportación en Cachipay, Cundinamarca” realizado por Efren Eduardo Rojas Burgos, en febrero de 2018.

La situación que se presenta es que se relaciona la floricultura como la principal actividad económica con un total de 526 fincas sembradas con un área de 204 hectáreas en Cachipay, Cundinamarca. (Plan de Ordenamiento Municipal, 2015). Ellos colocan sus productos en los mercados, pero no cuentan con medios de transporte adecuados, ya que deben transportar el producto en vehículos que no son aptos para esta actividad. El problema se genera debido que el 80% de los productores no cuentan con transporte propio por falta de recursos financieros y dependen de la intermediación comercial. Otra razón es que los productores no conocen el concepto de cadena de frío y en consecuencia no consideran importante que los vehículos cuenten con tales equipos o no les preocupa quién es su comprador ya que no existe fidelidad con respecto a los clientes intermediarios, con los que sostienen relaciones comerciales.

Al indagar la razón del por qué no se utilizan otros medios o estrategias de transporte más eficientes para poder colocar sus productos de manera directa en las comercializadoras internacionales (CI), se obtiene la respuesta de que siempre ha funcionado así, lo que fortalece a los intermediarios y les permite continuar con su modelo de negocio sin tener en cuenta el concepto de responsabilidad social y sometiendo cada vez más al empresario del campo a las condiciones precarias en su calidad de vida.

Esto demuestra que existe una barrera mental ampliamente limitante en razón a la conciencia en los productores que se han acostumbrado a realizar procesos logísticos incipientes sin pensar en un mejoramiento, puesto que consideran que es muy difícil cumplir con los requisitos que exigen los clientes, por lo tanto, dejan el mercadeo a los intermediarios.

Esto es muy evidente ya que los empresarios utilizan vehículos como motocicletas, camionetas de doble cabina tradicionales, vehículos de transporte público de pasajeros

como taxis, vehículos de servicio especial, automóviles particulares y camiones, entre otros. Aunque existen empresarios organizados, son muy pocos con respecto al grueso de personas dedicadas a esta actividad. Se ha podido establecer que existen diez empresas organizadas que cuentan con su propio transporte en condiciones óptimas, pero esto comparado con la cantidad de productores es equivalente al 2% del total de productores.

Si bien es cierto, los empresarios cuentan con la experiencia y la trayectoria para la producción de flores y follajes, es evidente que falta formación y educación tal como lo ratifica el Plan de desarrollo municipal (2015), el 45.8% de la población residente en Cachipay ha alcanzado el nivel de básica primaria; el 30.4% la secundaria; el 2.4% el nivel profesional y solo el 0,7% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es del 11%. De igual forma, falta asesoría y acompañamiento para planificar y establecer procesos administrativos y logísticos adecuados y ajustados a la necesidad de cada ente económico. El desconocimiento hace que se pierdan posibilidades de crecer y ser protagonistas de proyectos exitosos.

Estructura y capacidad organizacional de las empresas

Para fortalecer la capacidad de respuesta de los microempresarios de los municipios se plantea el fortalecimiento de clústeres empresariales y de conocimiento, para el desarrollo del comercio interregional, planteado por ACOPI en su estudio: “Reflexiones y propuestas para la reactivación y fortalecimiento de las mipymes en Colombia en el marco del covid 19. Presidencia Nacional de ACOPI y FAEDPYME internacional y Colombia”. Agosto de 2020. Allí se plantea:

- Consolidar redes de cooperación empresarial y generar condiciones habilitantes para la inserción a cadenas globales de valor, donde las empresas involucradas lleven a cabo procesos de producción masiva y modular apoyados en ciencia tecnología e innovación.
- Mejorar en productos y procesos, por las interacciones entre empresas, proveedores y el ecosistema de ciencia, tecnología e innovación.

- Fortalecer la estructura de clúster, con focalización de estrategias que permitan aprovechar las capacidades productivas y tecnológicas de los mismos, en búsqueda de nuevos mercados.
- Implementar un modelo de sustitución inteligente de importaciones.
- Desarrollo de proveedores.
- Facilitar recursos de cofinanciación para sofisticación del aparato productivo.

Así mismo y a manera de ejemplo, la importancia de fomentar la asociatividad empresarial como respuesta para el fortalecimiento de los eslabones productivos, como en el caso de Colviveros (Asociación Colombiana de Viveristas y de productores de Ornamentales). Gremio constituido el 26 de septiembre de 2016 como respuesta a la necesidad de organizar, estimular y promover la competitividad y la sostenibilidad de los viveristas y de los pequeños productores de ornamentales en el país. Afiliados: 536 (a junio de 2019) Cobertura: 12 departamentos (Antioquia, Atlántico, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Quindio, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca). Frentes de trabajo: Acciones de defensa y representación del segmento, formación y asistencia técnica, plataformas comerciales, misiones internacionales.

Como lo ratifica el plan de desarrollo de Anolaima 2022 – 2024, en una de sus metas para la “TRANSFORMACION AGROPECUARIA ANOLAIMA AVANZA”, Implementar modelos de asociatividad como una estrategia para afrontar los principales problemas que enfrentan las asociaciones agropecuarias, tales como el acceso a recursos financieros, la penetración en mercados locales e internacionales y la innovación y producción de nuevos productos., así como su importancia en el desarrollo y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Infraestructura (vías)

“Una región que posee modos de transporte eficientes tendrá en el actual mercado global una mayor ventaja competitiva” (Gobernación de Cundinamarca, 2009). Como se puede observar, el mayor porcentaje de kilómetros de la red vial departamental es el afirmado, situación que afecta la integración, conectividad, productividad y agroturismo en aquellas

provincias donde se concentran dichos tramos viales, a los cuales esporádicamente se les realiza mantenimiento rutinario, sobre todo en épocas de verano, originando incomunicación entre los municipios del departamento y de estos con las arterias principales.

Dada su cercanía al Aeropuerto internacional y a la capital del país para alcanzar mejores niveles de competitividad y fortalecer la cadena logística, se deberán recurrir a la innovación, ciencia y tecnología por lo que se promoverán este tipo de iniciativas aplicadas en la producción y transformación de la producción agropecuaria y de servicios.

Anolaima cuenta con una red de vías terciarias de aproximadamente 207 kms para sostener y garantizar que la producción agrícola se pueda sacar a precios razonables tanto para el mercado de la capital y el mercado internacional a través del aeropuerto el Dorado y el mercado regional el cual se abastece transversalmente a través de la conectividad existente por una red terciaria y una red secundaria en regular estado que lo comunica directamente con Cachipay, Zipacón, Quipile, La Mesa, Tena, Anapoima, Apulo, Mosquera, Facatativá y Madrid como mercados adyacentes y de buen consumo de nuestros productos agropecuarios.

Esta red requiere de un mantenimiento periódico antes de los ciclos de invierno que garantice el funcionamiento del sistema y una inversión en infraestructura de drenajes y estructuras que den estabilidad al sistema vial, representadas en alcantarillas cunetas gaviones y muros de contención.

Por su lado, Cachipay es importante establecer que la problemática radica en la infraestructura vial la cual se desarrolló en torno a tres ejes viales significativos: vía Bogotá-La Mesa, vía Bojacá-Peña Negra y la vía Férrea Bogotá-Girardot, que hacen de su distribución e implantación urbana algo muy orgánico, y causan algunos obstáculos en la circulación y movilidad vial.

En total el municipio cuenta con sesenta y cuatro (64) km de vía terciaria sin pavimentar, dieciséis y medio (16,5) km de vía terciaria pavimentada y aproximadamente cuatro (4) km de vías urbanas de las cuales un 80 % de las mismas se encuentran en mal estado. (Concejo Municipal, 2018)

Dentro de este contexto, la implementación de los planes de retorno para agilizar la movilidad de los corredores viales nacionales ha ocasionado la desviación de un alto volumen de tráfico vehicular compuesto por todo tipo de vehículos livianos, buses, camiones y tractomulas. Esto, a su vez, ha generado un alto grado de deterioro en las vías internas de los municipios, incrementos en los índices de accidentalidad, afectaciones en la movilidad, incremento en los niveles de ruido y polución, afectaciones a la comodidad, a la economía y el confort de los locales y de los turistas en los municipios.

Tecnología

Sin duda la tecnología a través del internet se convierte en el principal canal para visibilizar los bienes y servicios que pueden ofrecer los municipios, sin embargo su uso es bastante bajo a pesar de tener la disponibilidad de conexión.

Iniciativas del gobierno como el Punto Vive Digital, inaugurado en 2014 en Cachipay, ubicado en la casa de Cultura del Municipio, con 24 equipos de cómputo de última tecnología; Sala de juegos conformada por 3 televisores LCD de 42 pulgadas y 3 consolas de video; Sala de capacitación, donde se darán cursos para la adquisición de competencias digitales; un tablero digital de 70 pulgadas y un proyector y un costo de \$190 millones son esfuerzos para acercar los municipios al contexto global.

Recientemente, el programa “Quiero Vender en Línea” les permitió a 3.570 emprendedores y mipymes implementar canales digitales de ventas, con lo que fortalecieron sus negocios, generaron más empleos, aumentaron sus ganancias y alcanzaron nuevos mercados.

"Con Quiero Vender en Línea logramos que 3.570 colombianos llevaran sus productos al mundo virtual y así aumentar sus oportunidades de desarrollo. Esto se traduce en el mejoramiento de la calidad de vida de más de 3.500 familias", afirmó la ministra TIC, Karen Abudinen.

El programa, que se desarrolló a través de un esquema virtual, para que empresarios y mipymes conocieran el ecosistema del comercio electrónico, en especial los pagos digitales, tuvo impacto en 310 municipios de 30 departamentos, además de la capital del país con 714 beneficiados.

Los departamentos con mayor número de empresas participantes son Antioquia (447), Valle del Cauca (464), Atlántico (295), Cundinamarca (267), Santander (166), Norte de Santander (136), Risaralda (106), Bolívar (98), Boyacá (91), y Cauca (89).

La mayoría de los beneficiarios corresponde a emprendedores (74,5%), les sigue empresarios (12,9%) y comerciantes (12,5%), y pertenecen a diversos sectores económicos, como moda (18,52%), alimentos y bebidas (14,59%), industrias creativas (13,36%), tecnología (7,7%), belleza (5,97%), hogar (6,16%), salud (3,17%), comercio al por menor (3,11%), turismo (2,58%) y deportes (1,46%). Otro dato destacable es que el 8,96% se ubica en zonas rurales y el 62% son mujeres.

El programa de fortalecimiento en comercio electrónico se desarrolló en diferentes etapas, que iniciaron con el diagnóstico de cada negocio; entrega de material de apoyo; talleres generales y específicos sobre ecosistema y cadena de valor del comercio electrónico, marketing digital, pagos digitales, estrategias comerciales y de comunicaciones, y formalización; talleres específicos, asesorías en el proceso de transformación digital del negocio, y seguimiento a la implementación de las estrategias planteadas

Así mismo, cabe destacar que el @Ministerio_TIC confirmó que instalará 615 #CentrosDigitalesConInternetGratis en el departamento y serán parte de los 5.443 que

tendrá la región Andina y llegarán para beneficio de las áreas rurales que se beneficiarán con internet gratuito hasta 2031.

9. Grado de desarrollo de la empresa en la utilización de herramientas tecnológicas para la comercialización de sus bienes y servicios.

A manera de ilustración las herramientas tecnológicas para ventas dejaron de ser un simple valor agregado para convertirse en una necesidad imperante para las PyMEs de hoy. En la actualidad, los equipos de venta más efectivos son aquellos que recolectan datos, utilizan recursos para acelerar las transacciones y operan en sistemas de gestión digitales. En el mercado actual se encuentran un amplio abanico de posibilidades que lo que respecta a herramientas tecnológicas para ventas, entre las cuales destacan¹⁸:

1. CRM (Customer Relationship Management). Un sistema de gestión de Administración de Relaciones con el Cliente o, en inglés, *Customer Relationship Management*, es un recurso enfocado en obtener datos sobre los usuarios, administrar las interacciones con los mismos y, en general, fomentar la satisfacción. Se trata de softwares automatizados con los cuales se da apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes, al marketing y en general a la comercialización. Predefinición y seguimiento de KPI de ventas, centralización de comentarios del cliente en diferentes plataformas y gestión de reclamaciones y resoluciones son apenas una muestra de las funciones de esta herramienta.

2. Software de base de datos de cliente. Los software de base de datos de clientes son instrumentos tecnológicos mediante los cuales se gestiona un almacenamiento automatizado y organizado de la información de los usuarios. Es tan amplio y competitivo el mercado de estos softwares que muchos proveedores ofrecen versiones gratuitas para ganar espacio entre su público objetivo. Un ejemplo de esto son María DB, MySQL, PostgreSQL, MongoDB, SQLite, Firebird o Cubrid, entre otros. Gracias al uso de estas herramientas, los departamentos de IT de las empresas y PyMEs solucionan los problemas que trae consigo el contar con una cantidad inmensa de datos sin control.

¹⁸ 5 herramientas tecnológicas para ventas que debes conocer. Atik, Daniel. <https://blog.nubox.com/software/herramientas-tecnologicas-para-ventas>

3. Leads management. Puede definirse como el software que centraliza el conjunto de procesos que nos permiten captar, elegir y clasificar los procesos para gestionar potenciales clientes - leads - y ayudarlos a avanzar en el embudo de ventas. Se sabe que el lead management existía antes de la llegada de la era digital, pero de una forma menos organizada y estructurada. Su fundamento siempre ha sido maximizar las oportunidades representadas por los leads y no dejarlos ir.

4. Buscadores de clientes potenciales. Los buscadores de clientes potenciales son usados por los especialistas en marketing y ventas para atraer más tráfico de leads y oportunidades en general. Estas plataformas permiten configurar formularios en sitios web, analizar bases de datos y muchos otros procesos para llegar a quienes pueden convertirse en compradores.

5. Software integral de ventas. Se trata del "Santo Grial" de las herramientas tecnológicas de ventas, ya que es un recurso global para acompañar todos los procesos y actividades del equipo. Así como los ERP y software de gestión buscan atender todas las necesidades del negocio, este recurso intenta abarcar todo el diagrama comercial, lo cual los convierte en un sistema neurálgico.

Gracias a estas herramientas, las organizaciones pueden optimizar el control de su negocio, mediante el mejoramiento del rendimiento, ganando tiempo y evitando la pérdida de información, mercadería e inclusive dinero. Así, los beneficios del software integral de ventas se verán reflejados de forma muy rápida en los resultados de la organización. Algunas funciones tangibles son:

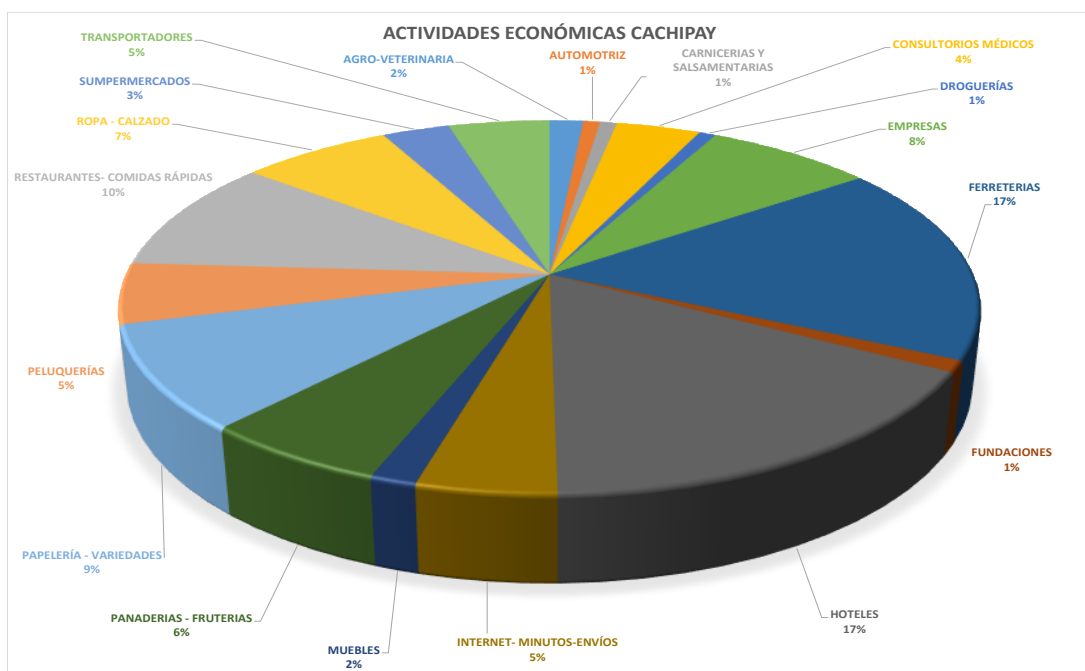
- Seguimiento de las existencias y su dinámica de ventas;
- Visualización de actividades de venta y sus responsable;
- Seguimiento de KPI generales de comercialización;
- Gestión de datos de clientes.

Por otro lado, estas soluciones permiten la integración de sistemas de facturación electrónica, sistemas contables, nómina electrónica y otros recursos que pueden trabajar de la mano con el proceso de ventas.

Lamentablemente las empresas de estos municipios se encuentran muy lejos de este tipo de herramientas, teniendo niveles muy básicos en el uso de ellas. La gran mayoría no usa un correo corporativo, ni poseen un sitio en la web. Algunos usan WhatsApp como herramienta de comunicación más no como canal de promoción de sus productos y servicios. De igual forma, muy pocos usan redes sociales para promocionar su empresa o negocio y solo algunos usan sistema POS (Point of Sales), para registrar las ventas de sus negocios.

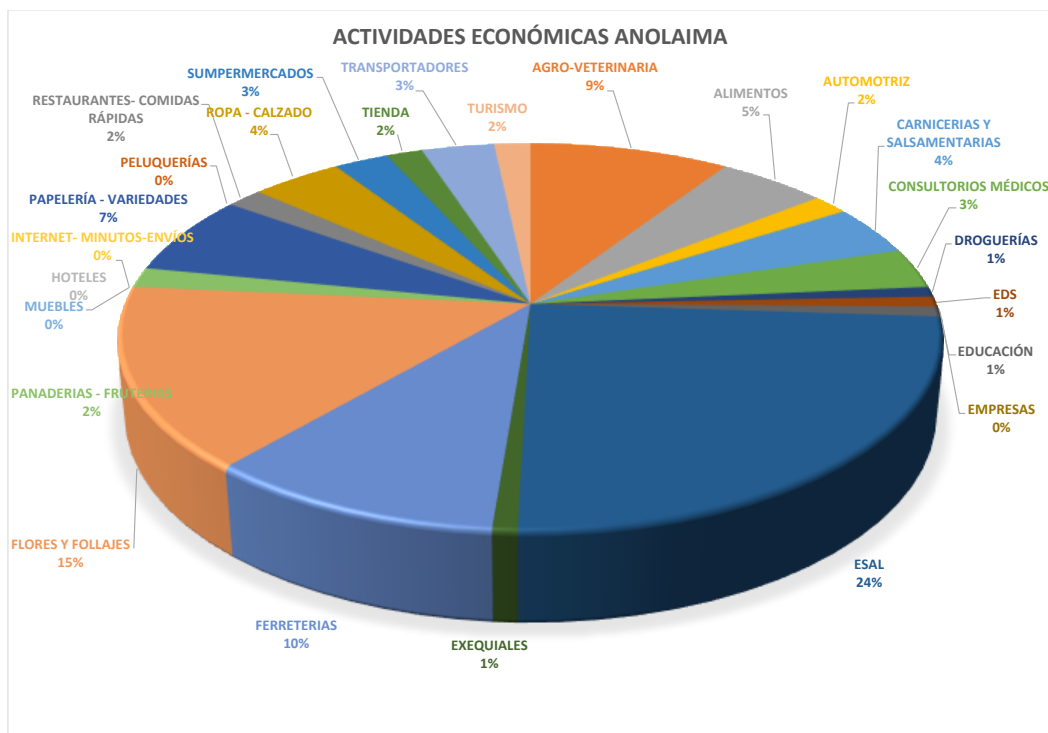
Para visualizarlo a continuación se presenta un muestreo de las empresas de los municipios, una caracterización por tipo de actividad económica y la presencia en algún medio digital para mostrar su negocio. En la caracterización de 144 empresas encontradas en el municipio de Cachipay, solo 39 de ellas tienen presencia en la red a través de los motores de búsqueda, es decir un 27%, y 4 poseen página web, es decir un 0,02%.

A continuación la caracterización de las empresas del municipio por actividad económica:



Para ver la lista de las empresas encontradas, vea el anexo no. 1 Cachipay actividades comerciales.

En el caso de Anolaima, en la caracterización de 120 empresas encontradas en el municipio, 86 de ellas tienen presencia en la red a través de los motores de búsqueda, es decir un 71%. A continuación las caracterización de las empresas del municipio por actividad económica:



Para ver la lista de las empresas encontradas, vea el anexo no. 2 Anolaima actividades comerciales.

10. Anexos

Anexo No. 1: Cachipay actividades comerciales

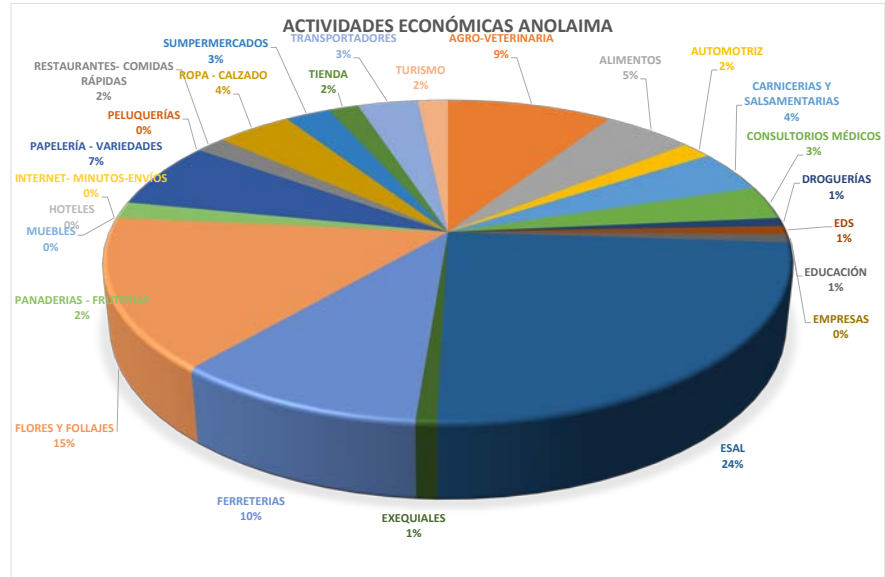
Anexo No. 2: Anolaima actividades comerciales

Anexo No. 3 . Registro Fotográfico

ESTRATEGIA BRIGADA DE FORMALIZACIÓN 2021				
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO NO MATRICULADOS .				
CAMARÀ DE COMERCIO DE FACATATIVÀ				
FECHA	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN Y BARRIO	TELEFONO	MUNICIPIO
16/06/2021	EXEQUIALES JERUSALEN	CLL 6 # 1 - 19	3142995398	ANOLAIMA
16/06/2021	FERRETERIA RIOS ANOLAIMA	CLL 6 # 1 - 12	3112088515	ANOLAIMA
16/06/2021	PANADERIA Y PASTELERIA KARDEPAN	CLL 6 # 3 - 04 LOC 2	3143127650	ANOLAIMA
16/06/2021	CHECHENTOS	CLL 6 # 3 - 12	3042506040	ANOLAIMA
16/06/2021	VARIEDADES CANDY PAPER	CLL 6 # 3 - 15	3134389229	ANOLAIMA
16/06/2021	PANADERIA SAN VICENTE	CLL 6 # 3 - 11	3212719286	ANOLAIMA
16/06/2021	MICELANEA EL REGALITO	CLL 4 # 4 - 09	3112319846	ANOLAIMA
16/06/2021	RESTAURANTE GUATAPURI	CLL 4 # 4 - 22	3173186517	ANOLAIMA
16/06/2021	FERRETERIA NIÑO	CLL 4 # 4 - 27	3112190527	ANOLAIMA
16/06/2021	FERREPINTURAS LA MUNDIAL	CLL 4 # 4 - 41	3232304692	ANOLAIMA
16/06/2021	DROGUERIA DA SALUD ANOLAIMA	CLL 4 # 4 - 48	3144684087	ANOLAIMA
16/06/2021	AGROPUNTO ANOLAIMA	CRA 4 # 4 - 20	3143545628	ANOLAIMA
16/06/2021	SUPERMERCADO SAN VICENTE	CLL 6A # 2 - 41	3107924002	ANOLAIMA
16/06/2021	YEIMY TIENDA	CLL 6 # 3 - 01	31329964690	ANOLAIMA
16/06/2021	CARNES SAN VICENTE	CLL 6 # 3 - 47	3133175126	ANOLAIMA
16/06/2021	EL ÉXITO LAS CARNES FINAS	CLL 5 # 5 - 11	3203299447	ANOLAIMA
16/06/2021	VIDRIOS PELDAR	CLL 4 # 5 - 29	3103443740	ANOLAIMA
16/06/2021	SHARICK MOTOS	BRR EL PORVENIR	3112129172	ANOLAIMA
16/06/2021	ALMACEN MICHELL ANOLAIMA	CRA 5 # 2 - 52	3142384084	ANOLAIMA
16/06/2021	CARNES LAS MARGARITAS	CLL 5 # 2 - 48	3118502956	ANOLAIMA
16/06/2021	MISCELANEA Y PAPELERIA DANNY	CLL 3 # 3 - 04	3143900954	ANOLAIMA
16/06/2021	EXPENDIDO DE CARNES AVILEÑA	CLL 3 # 2 - 94	3127544059	ANOLAIMA
16/06/2021	TIENDA NUEVA	CLL 6 # 2 - 12	3212027450	ANOLAIMA
16/06/2021	MUNDO ELEGANTE	CLL 6 # 4 - 06	3102685916	ANOLAIMA
16/06/2021	RESTAURANTE BAR YELUMT	CRA 5 # 4 - 87	3024080981	ANOLAIMA
16/06/2021	AUTO SERVICIO DELGADO CASTRO	CRA 5 # 4 - 75	3184412533	ANOLAIMA
16/06/2021	MINIMERCADO	CRA 5 # 4 - 69	3041558875	ANOLAIMA
16/06/2021	UNDER SPORT	CRA 6 # 3 - 12	3042668177	ANOLAIMA
16/06/2021	KLAUSS MISCELANEA	CLL 3 # 8 - 34	3112042117	ANOLAIMA
16/06/2021	TENTACIONES LIZ	CLL 3 # 5 - 50	3138693098	ANOLAIMA
16/06/2021	HATPYLOVE	CRA 5 # 2 - 20	3103002284	ANOLAIMA
16/06/2021	FRANELA	CRA 5 # 2 - 21	3102827948	ANOLAIMA
16/06/2021	TIMOTEO	CRA 5 # 2 - 01	3114677180	ANOLAIMA

33 registros

ANOLAIMA		
1	AGRO-VETERINARIA	9%
2	ALIMENTOS	5%
3	AUTOMOTRIZ	2%
4	CARNICERIAS Y SALSAMENTARIAS	4%
5	CONSULTORIOS MÉDICOS	3%
6	DROGUERÍAS	1%
7	EDS	1%
8	EDUCACIÓN	1%
9	EMPRESAS	0%
10	ESAL	24%
11	EJEQUIALES	1%
12	FERRERERIAS	10%
13	FLORES Y FOLLAJES	15%
14	HOTELES	0%
15	INTERNET- MINUTOS-ENVÍOS	0%
16	MUEBLES	0%
17	PANADERIAS - FRUTERIAS	2%
18	PAPELERÍA - VARIEDADES	7%
19	PELUQUERÍAS	0%
20	RESTAURANTES- COMIDAS RÁPIDAS	2%
21	ROPA - CALZADO	4%
22	SUMPERMERCADOS	3%
23	TIENDA	2%
24	TRANSPORTADORES	3%
25	TURISMO	2%



ANOLAIMA				
NOMBRE	ACTIVIDAD ECONOMICA	BUSCADOR	PÁGINA WEB	WAPP
1	Agropecuaria arca castró s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
2	Arbolco turismo y recreación s a s	TURISMO	X	
3	Asociación de productores agrarios de reventones	ESAL	X	
4	Asociación de productores agropecuarios de sachu inchi	ESAL	X	
5	Asociación de productores campesinos de anolaima	ESAL	X	
6	Asociación de suscriptores del servicio de acueducto vereda san agustin del municipio de anolaima	ESAL	X	
7	Asociación de usuarios de acueducto veredal santa barbara santa ana san rafael	ESAL	X	
8	Asociación de usuarios del acueducto de las vds babillas los balos corama san sidro y matina del mpio de anolaima	ESAL	X	
9	Asociación de usuarios del acueducto de las veredas la laguna la esmeralda y otras	ESAL	X	
10	Asociación de usuarios del acueducto regional la capina	ESAL	X	
11	Asociación pro desarrollo socio cultural de la florida cundinamarca	ESAL	X	
12	Comercializadores HP SAS	TURISMO	X	
13	Comite de usuarios del acueducto comunitario la capilla municipio de anolaima	ESAL	X	
14	Exporporcion cultural de eventos turísticos dispositivos ambientales y sociales	ESAL	X	
15	Bulivos cayunda sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
16	Distribuidora y papeleria laura e u	PAPELERIA - VARIETADES	X	
17	Ecolifolia el mundo de los verdes s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
18	Follajes albor s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
19	Follajes monte verde s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
20	Fundacion anolaima frutos de solidaridad	ESAL	X	
21	Fundacion hogar senarica casa jereh	ESAL	X	
22	Granja avicola villa natal s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
23	Hola pc world sas	PAPELERIA - VARIETADES	X	
24	Industrias ram lida	ROPA - CALZADO	X	
25	Inversiones la granja tvl s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
26	Inversiones lopez buitrago s a s	ALIMENTOS	X	
27	Planos s a s	FERRETERIAS	X	
28	Roa vivas distribuciones s a s	ALIMENTOS	X	
29	Sac agropecuaria la veronica sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
30	Transportes tequendama s a	TRANSPORTADORES	X	
31	Agricola cotera sas	AGRO -VETERINARIA	X	
32	Agroindustria aren h c s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
33	Agroindustria la rivera s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
34	Agroinsumos y ferreteria maia sas	AGRO -VETERINARIA	X	
37	Aparlos apinanes sas	AGRO -VETERINARIA	X	
38	Asociación de mujeres cultivadoras de cafe en anolaima	ESAL	X	
39	Asociación de padres de familia del instituto tecnico elga santamaria	ESAL	X	
40	Asociación de productores agropecuarios de anolaima	ESAL	X	
41	Asociación de productores de aguacate y otros frutales de anolaima	ESAL	X	
42	Asociación de suscriptores del servicio de acueducto vereda san agustin del municipio de anolaima	ESAL	X	
43	Asociación de usuarios de acueducto urbano y rural de reventones municipio de anolaima	ESAL	X	
44	Departamento de cundinamarca		X	
45	Asociación de usuarios del acueducto de las veredas la esmeralda montelargo san jeronimo milan y limonal del municipio de anolaima	ESAL	X	
46	Asociación de usuarios del acueducto de las veredas la maria calandaima san juanito y san cayetano	ESAL	X	
47	Asociación de usuarios del acueducto de mestizas de caballero	ESAL	X	
48	Asociación de usuarios del acueducto interveredal de reventones corrales boqueron de ilo y veredas adyacentes asociacion inter veredal	ESAL	X	
49	Asociación de usuarios del distrito de adecuacion de tierras de pequena escala quebrada gualauta	ESAL	X	
50	Autoservicio la quinta anolaima s a s	SUPERMERCADOS	X	
51	Cafe de antano anolaima sas	ALIMENTOS	X	
54	Casa campesina de anolaima luo avellana perez	ESAL	X	
56	Construcciones l e c sas	CONSTRUCCION	X	
57	Construccion de edificaciones harvard s a s	CONSTRUCCION	X	
58	Cooperativa multiactiva de transportes de anolaima cootrasan lida	ESAL	X	
62	Empresa productora y comercializadora la selva sas	ALIMENTOS	X	
66	Ferreterias sas	FERRETERIAS	X	
67	Ferreteria forero roa lida	FERRETERIAS	X	
69	Ferreteria rio anolaima s a s	FERRETERIAS	X	
70	Fire colombia capacitaciones sas	EDUCACION	X	
71	FLORIDA VERDE SAS	FLORES Y FOLLAJES	X	
72	FOLLAJES DEL TEQUENDAMA SAS	FLORES Y FOLLAJES	X	
73	Follajes el eden sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
74	Follajes green life s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
75	Follajes l b s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
76	Follajes la marina sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
79	Figueroalaima sas	CARNICERIAS Y SALSAZONARIAS	X	
81	Granja cotornicola la primavera s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
82	Guardanas y motosierras del tequendama s a s	FERRETERIAS	X	
83	Hacienda agropecuaria y ganadera nuevo sol s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
85	limunos y concentrados anolaima s a s	AGRO -VETERINARIA	X	
91	Nebraska greens sas	AGRO -VETERINARIA	X	
92	Omega y construccion sas	CONSTRUCCION	X	X
93	Pabico del constructor almacen y ferreteria sas	FERRETERIAS	X	
98	RODRIGUEZ LIDA	EDS	X	
99	Rodriguez y casas s a s	TRANSPORTADORES	X	
100	Servicios h sas	FERRETERIAS	X	
102	Sociedad agroindustrial de sachu inchi cundinamarca sas	ALIMENTOS	X	
103	Sotos multiservicios eu	FERRETERIAS	X	
104	Special greens mt sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
106	Surtiflores sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
110	Transportes anolaima transanolaima s a	TRANSPORTADORES	X	
111	TRANSPORTES BELQUIN SAS	TRANSPORTADORES	X	
114	Verdes de oriente s a s	FLORES Y FOLLAJES	X	
115	Verdes del campo sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
116	Verdes pr sas	FLORES Y FOLLAJES	X	
117	Vico international business office s a s	CONSTRUCCION	X	
120	ZURALAC ALIMENTO SAS	ALIMENTOS	X	

ANOLAIMA		
AGRO-VETERINARIA	11	2%
ALIMENTOS	6	5%
AUTOMOTRIZ	2	2%
CARNICERIAS Y SALSAZONARIAS	5	4%
CONSULTORIOS MEDICOS	4	3%
DROGUERIAS	1	1%
EDS	1	1%
EDUCACION	1	1%
EMPRESAS	1	0%
ESAL	29	24%
FEQUIALES	1	1%
FERRETERIAS	12	10%
FLORES Y FOLLAJES	18	15%
HOTELES		0%
INTERNET- MINUTOS-ENVIOS		0%
MUEBLES		0%
PANADERIAS - FRUTERIAS	2	2%
PAPELERIA - VARIETADES	8	7%
PELLUQUERIAS		0%
RESTAURANTES- COMIDAS RAPIDAS	2	2%
ROPA - CALZADO	5	4%
SUPERMERCADOS	3	3%
TIENDA	2	2%
TRANSPORTADORES	4	3%
TURISMO	2	2%

NOMBRE	ACTIVIDAD ECONÓMICA
AGROPUNTO ANOLAIMA	Insumos agropecuarios
ALMACEN MICHELL ANOLAIMA	Miscelanea
AUTO SERVICIO DELGADO CASTRO	Automotriz
CARNES LAS MARGARITAS	Alimentos
CARNES SAN VICENTE	Alimentos
CHECHENTOS	Sin clasificar
DROGUERIA DA SALUD ANOLAIMA	Farmacéutica
EL EXITO LAS CARNES FINAS	Alimentos
ESEXUALES JERUSALEN	Esequiales
EXPENDIDO DE CARNES AVILERA	Alimentos
FERREPIATURAS LA MUNDIAL	Ferreteria
FERRETERIA NIÑO	Ferreteria
FERRETERIA RIOS ANOLAIMA	Ferreterias
FRANELA	Ropa
HATPYLOVE	Sin clasificar
KLAUSS MISCELANEA	Miscelanea
MICELANEA EL REGALITO	Miscelanea
MINIMERCADO	Alimentos
MISCELANEA Y PAPELERIA DANNY	Miscelanea
MUNDO ELEGANTE	Ropa
PANADERIA SAN VICENTE	Alimentos
PANADERIA Y PASTERERIA KARDEPAN	Alimentos
RESTAURANTE BAR YELUMT	Alimentos
RESTAURANTE GUATAPURI	Alimentos
SHARICK MOTOS	Automotriz
SUPERMERCADO SAN VICENTE	Alimentos
TENTACIONES LIZ	Ropa
TIENDA NUEVA	Tienda
TIMOTEO	Miscelanea
LUNDER SPORT	Ropa
VARIEDADES CANDY PAPER	Miscelanea
VIDRIOS PELDAR	Ferreteria
VEIMY TIENDA	Tienda

Esequiales	1	3%
Ferreteria	4	12%
Alimentos	10	30%
Miscelanea	6	18%
Insumos Agrícolas	1	3%
Farmacéutica	1	3%
Tienda	2	6%
Automotriz	2	6%
Ropa	4	12%
Sin clasificar	2	6%
	33	100%



PARQUE PRINCIPAL (13 actividades económicas) CLASIFICACIÓN

- Pinchos "Donde Lucre" (Parque) Comidas rápidas
- Chorizos Marta Zafra (Parque) Comidas rápidas
- Empanadas (esquina frente Terranova) Comidas rápidas
- Caseta de perros calientes y hamburguesas (fin de semana frente a Swett) Comidas rápidas
- Caseta del peto de doña Cecilia (segunda materia) Comidas rápidas
- Caseta de peto Gladys Ortegón Comidas rápidas
- Venta de obleas Etelvina Postres
- Venta de obleas (frente Plaza Grumet) Postres
- Venta de obleas (costado materia) Postres
- Carro de perros frente Plaza Grumet (venta arepas y perros calientes) Comidas rápidas
- Venta de tinto café (frente ferretería Niño) Bebidas calientes
- Venta de tinto y bebidas calientes (frente droguería Don Libardo) Bebidas calientes
- Vendedor ambulante comidas variadas y empanadas (frente a Ara) Comidas rápidas

BARRIO SAN VICENTE (1 actividad económica)

- Carro de comidas rápidas (empanadas, chorizos, hamburguesas, perros calientes) ubicado frente empedrado vía Ara calle Colonial Comidas rápidas

CALLE COMERCIAL CARRERA QUINTA (29 actividades económicas)

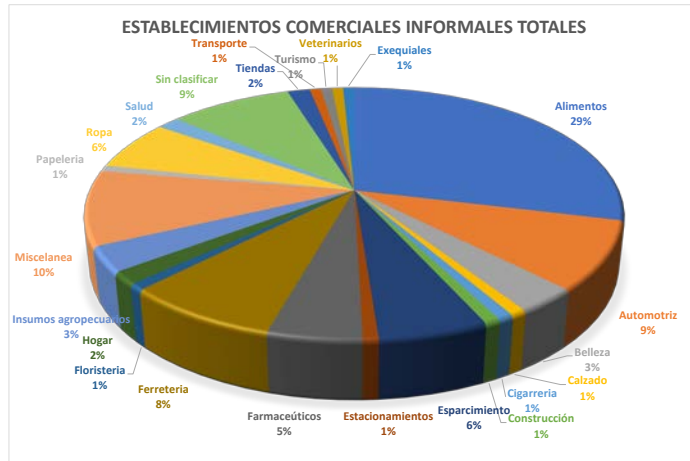
- Venta de aguacates (costado droguería Vida) Frutas y verduras
- Venta de frutas (frente almacén la Libélula) Frutas y verduras
- Venta frutas y verduras (frente de piñatería Laura Salvador Zubieta) Frutas y verduras
- Venta de frutas y plantas escalera Martha Vargas (Ignacio Melo) Frutas y verduras
- Venta de pescado Luis Galindo Pescado
- Venta de pescado (frente a Surtifruver L&L) Pescado
- Venta de gallinas (frente expendio de carne Ferrey Pulido) Animales vivos
- Ventade ensaladas picadas y verduras (en un carro frente atrio discoteca Sweet) Alimentos
- Venta ambulante (en carro de almojobanas y amasijos) Alimentos
- Venta de tortas y pasteles (frente ferretería Niño sobre parque) Alimentos
- Venta ambulante comidas variadas bebidas calientes Doña María en un coche Comidas rápidas y Bebidas calientes
- Bebidas calientes (frente al hospital) Bebidas calientes
- Caseta frente al terminal Coca-cola (Venta de bebidas alcohólicas y comidas rápidas) Comidas rápidas y bebidas alcohólicas
- Carro venta comidas rápidas con música Comidas rápidas
- 5 motos venta de lácteos y cárnicos El Paisa Lácteos y Cárnicos
- 3 motos venta de cárnicos y pescado del Choco Lácteos y Cárnicos
- 5 vendedores ambulantes a pie de empanadas en cajas de icopor callejeras. Lácteos y Cárnicos
- 2 motos venta de helados en zona rural Sr. Cancelado Helados

Cómodas Rápidas	15	36%
Alimentos	3	7%
Frutas y verduras	4	10%
Cárnicos y pescado	3	7%
Pescado	2	5%
Lácteos y Cárnicos	5	12%
Bebidas calientes	3	7%
Postres	3	7%
Helados	2	5%
Comidas rápidas y bebidas alcohólicas	1	2%
Animales vivos	1	2%
	42	100%



Establecimientos comerciales

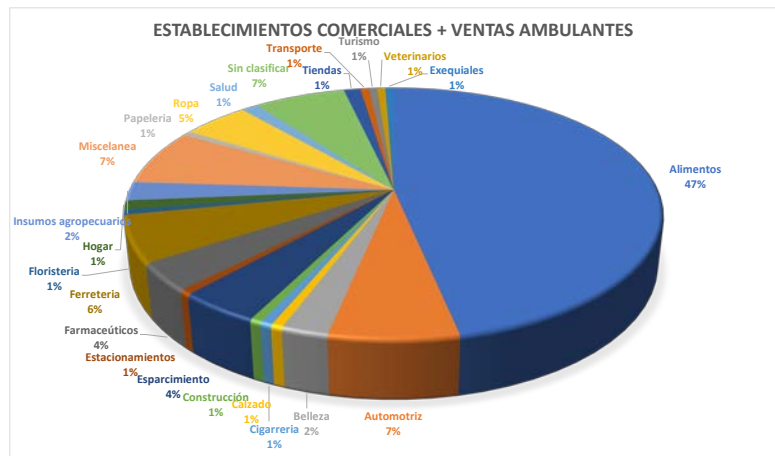
Alimentos	29%
Automotriz	9%
Belleza	3%
Calzado	1%
Cigarrería	1%
Construcción	1%
Esparcimiento	6%
Estacionamientos	1%
Farmacéuticos	5%
Ferretería	8%
Floristería	1%
Hogar	2%
Insumos agropecuarios	3%
Miscelánea	10%
Papelaría	1%
Ropa	6%
Salud	2%
Sin clasificar	9%
Tiendas	2%
Transporte	1%
Turismo	1%
Veterinarios	1%
Exequiales	1%
	100%



Establecimientos comerciales + Ventas ambulantes

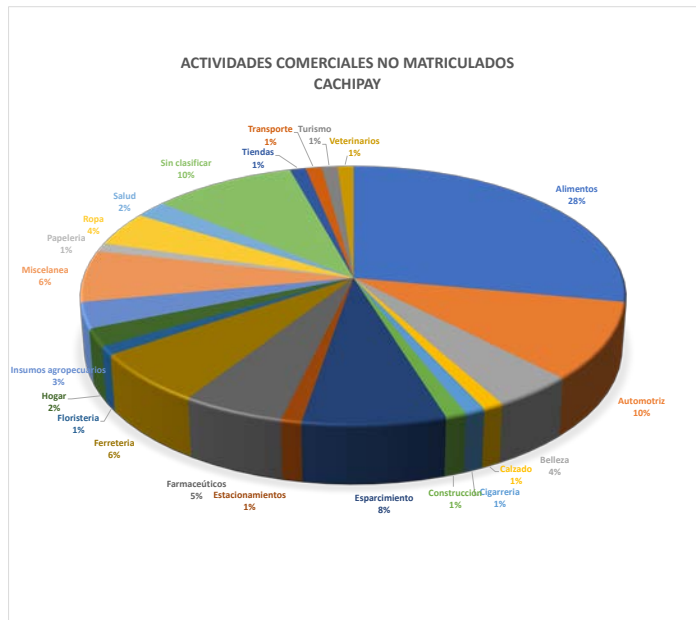
Cómodas Rápidas
Alimentos
Frutas y verduras
Cárnicos y pescado
Pescado
Lácteos y Cárnicos
Bebidas calientes
Postres
Helados
Comidas rápidas y bebidas alcohólicas
Animales vivos

Alimentos	47%
Automotriz	7%
Belleza	2%
Calzado	1%
Cigarrería	1%
Construcción	1%
Esparcimiento	4%
Estacionamientos	1%
Farmacéutico	4%
Ferretería	6%
Floristería	1%
Hogar	1%
Insumos agro	2%
Miscelánea	7%
Papelaría	1%
Ropa	5%
Salud	1%
Sin clasificar	7%
Tiendas	1%
Transporte	1%
Turismo	1%
Veterinarios	1%
Exequiales	1%
	100%



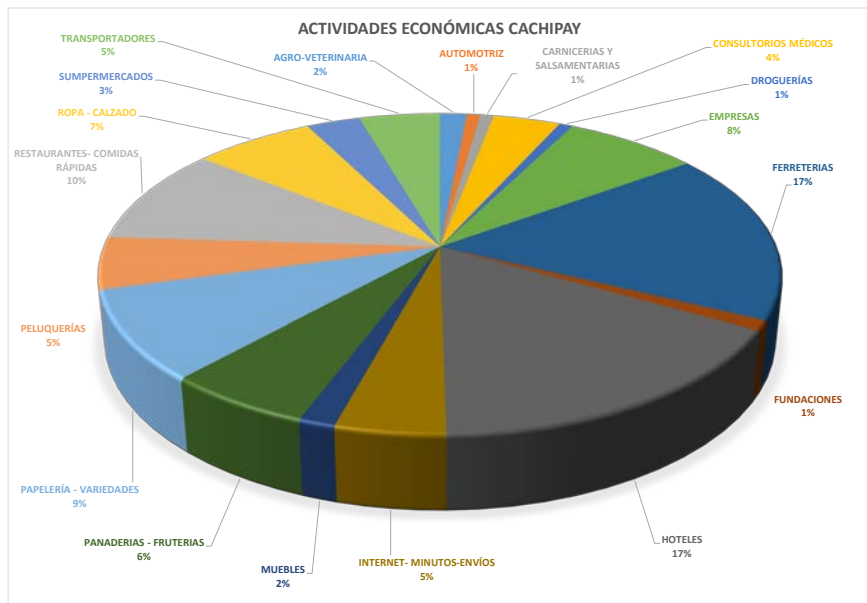
Nombre	Actividad Económica	comercio
1 FERRE MAJO	Ferretería	
2 CIGARRERIA EL TIO	Cigarreria	
3 EL OASIS DE CACHIPAY	Sin clasificar	
4 PESCADERIA	Alimentos	
5 ROMANYSO	Sin clasificar	
6 ELECTRO AMERICANA	Ferretería	
7 PANADERIA CACHIPAY	Alimentos	
8 SUPERMERCADO PROVIDENCIA	Alimentos	
9 SPORT LESSES	Ropa	
10 EL PORVENIR	Sin clasificar	
11 PAÑALERA LA BENDICION J Y M	Ropa	
12 BABY STORE LUCY	Ropa	
13 MICELANA SHADAI DE CACHIPAY	Miscelanea	
14 EL MARCO DE CACHIPAY	Sin clasificar	
15 BAR VIP	Esparcimiento	
16 DEPOSITO Y FERRETERIA J.C	Ferretería	
17 SOLO FRENOS RC	Automotriz	
18 AUTOSERVICIO AHORREMAS	Automotriz	
19 DECORACIONES MYR	Hogar	
20 ARTEMOTOS JS	Automotriz	
21 SERVIDIO Y ALUMINIO	Ferretería	
22 RESTAURANTE EL CONDUCTOR	Alimentos	
23 CASINO CACHIPAY	Esparcimiento	
24 EXPENDIDO DE CARNES LA O6	Alimentos	
25 VIDA SALUD	salud	
26 SUPR HOGAR	Hogar	
27 SALAMENTARIA SYI	Alimentos	
28 DROGUERIA SUPER DE CACHIPAY	Farmacéutico	
29 TIENDA LA FLORESTA DORADA PAUL	Alimentos	
30 PANADERIA TRIGO PAN	Alimentos	
31 PAPELERIA MICROSSI	Papelaría	
32 LA CABAÑA DE LA SALUD	Salud	
33 ASADERO LAS BRASAS DE CACHIPAY	Alimentos	
34 ALMACEN LOS MUÑOZ	Miscelanea	
35 VIVERES CASTIPAY	Alimentos	
36 EXPENDIDO DE CARNES FINAS	Alimentos	
37 BOUTIQUE DE LA TANGUITA	Ropa	
38 STYLOS Y MODA	Belleza	
39 LA BARBA BAN CACHIPAY	Esparcimiento	
40 CAPRICHOS DE YAMY'S	Sin clasificar	
41 HELADERIA Y PANADERIA MARTE	Alimentos	
42 SALASAMENTARIA JNA	Alimentos	
43 AGROTIKA CACHIPAY	Insumos agropecuarios	
44 FARMIDROGAS CACHIPAY	Farmacéutico	
45 MERK BELLEZA	Belleza	
46 ALMACEN DEL CAFÉ	Alimentos	
47 DROGUERIA MADISON	Farmacéutico	
48 COLOMBIA FARMA	Farmacéutico	
49 AMARINO CREAM	alimentos	
50 HOTEL LETTY	Turismo	
51 EXPRESO DEL SOL CACHIPAY	Transporte	
52 CLUB DE BILARES CORONITA	Esparcimiento	
53 DEPOSITO EL FARAON	Construcción	
54 LUBRICANTES EL BOYACO	Automotriz	
55 DROGAS Y VAREDADES 2000	Farmacéutico	
56 RESTAURANTE EL MOSCO	Alimentos	
57 CLUB DE TEJO LAS PALMAS	Esparcimiento	
58 MOTOPRIX DE CACHIPAY	Automotriz	
59 FERREPIÑURAS SHARLOTH K	Ferretería	
60 ALMACEN EL AGROPIUNTO	Insumos agropecuarios	
61 HC BIKES	Insumos deportes	
62 SERVIDIO ALUMINIO	Ferretería	
63 FLORISTERIA CACHIPAY	Floristería	
64 P.O.R TENIS	Calzado	
65 SALA DE BELLEZA YOLI	Belleza	
66 CARAMELO LEE CREAM	Alimentos	
67 DULCE PLACER	Alimentos	
68 ALMACEN FANCY	Sin clasificar	
69 AUTO PARTES CACHIPAY	Automotriz	
70 SUPERMERCADOS DEL CAMPO	Alimentos	
71 REFUESTOS D6	Automotriz	
72 EL MINANTAL	Sin clasificar	
73 EXPENDIDO DE CARNES MAUTER	Alimentos	
74 CENTRO VETERINARIO DOCTOR MEDINA	Veterinarios	
75 MI VIOLETA Y ACCESORIOS	Miscelanea	
76 VAREDADES CECILIA	Miscelanea	
77 ALMACEN ARMONICA	Miscelanea	
78 STATION SIBER	Esparcimiento	
79 SALA DE BELLEZA	Belleza	
80 PASION FUJIBELERA FAST FOOD	Alimentos	
81 PANADERIA Y PASTELERIA CASTILLO	Alimentos	
82 MOTO PRIX DE CACHIPAY	Automotriz	
83 PLASTIKALMY	Sin clasificar	
84 DISTRIVARIOS	Miscelanea	
85 PANADERIA SABOR Y FIESTA	Alimentos	
86 CENTRO DE SERVICIO TECNICO	Automotriz	
87 VAREDADES EL PAISA	Miscelanea	
88 MARIA BONITA RESTAURANTE BAR	Esparcimiento	
89 TIENDA DONDE BARBARITA	Tiendas	
90 JAMACO PARQUEADERO	Estacionamientos	
91 ALMACEN PUNTO AGRICOLA	Insumos agropecuarios	
92 COLOSA SALAMENTARIA	Alimentos	
93 AROMATICAS MARIA	Alimentos	
94 SALAMENTARIA SALSA	Alimentos	

Alimentos	26	28%
Automotriz	9	10%
Belleza	4	4%
Calzado	1	1%
Cigarreria	1	1%
Construcción	1	1%
Esparcimiento	7	8%
Estacionamientos	1	1%
Farmacéuticos	5	5%
Ferretería	6	6%
Floristería	1	1%
Hogar	2	2%
Insumos agropecuarios	3	3%
Miscelanea	6	6%
Papelaría	1	1%
Ropa	4	4%
Salud	2	2%
Sin clasificar	9	10%
Tiendas	1	1%
Transporte	1	1%
Turismo	1	1%
Veterinarios	1	1%
	93	



CACHIPAY

ACTIVIDAD ECONÓMICA	PORCENTAJE
1 AGRO-VETERINARIA	2%
2 AUTOMOTRIZ	1%
3 CARNICERÍAS Y SALSAMENTARIAS	1%
4 CONSULTORIOS MÉDICOS	4%
5 DROGUERÍAS	1%
6 EMPRESAS	8%
7 FERRERERÍAS	17%
8 FUNDACIONES	1%
9 HOTELES	17%
10 INTERNET- MINUTOS-ENVIOS	5%
11 MUEBLES	2%
12 PANADERÍAS - FRUTERÍAS	6%
13 PAPELERÍA - VARIETADES	9%
14 PELUQUERÍAS	5%
15 RESTAURANTES- COMIDAS RÁPIDAS	10%
16 ROPA - CALZADO	7%
17 SUMPERMERCADOS	3%
18 TRANSPORTADORES	5%



CACHIPAY

	ACTIVIDAD ECONÓMICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	AGRO-VETERINARIA	2	1%
2	AUTOMOTRIZ	1	1%
3	CARNICERIAS Y SALSAMENTARIAS	1	1%
4	CONSULTORIOS MÉDICOS	5	4%
5	DROGUERÍAS	1	1%
6	EMPRESAS	10	7%
7	FERRETERIAS	23	17%
8	FUNDACIONES	2	1%
9	HOTELES	22	16%
10	INTERNET- MINUTOS-ENVÍOS	6	4%
11	MUEBLES	2	1%
12	PANADERIAS - FRUTERIAS	8	6%
13	PAPELERÍA - VARIEDADES	12	9%
14	PELUQUERÍAS	7	5%
15	RESTAURANTES- COMIDAS RÁPIDAS	13	10%
16	ROPA - CALZADO	9	7%
17	SUMPERMERCADOS	4	3%
18	TRANSPORTADORES	6	4%



AGRO-VETERINARIA



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	EDUARDO	OROZCO	AGROINSUMOS VETERINARIOS					
2	JORGE MARIO	MEDINA CUBILLOS	CENTRO DE SERVICIOS VETERINARIOS	CLL 3-3B-18	3142461054			



AUTOMOTRIZ



NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
DIEGO ALEXANDER	MENDEZ	MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ	CLL2-3-11	3202665615			

1



CARNICERIAS-SALSAMENTARIAS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	JANETH	SEGURA	SALSAMENTARIA JNA	CRA 3A- 3-29	3206762470			



CONSULTORIOS MEDICOS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	PAOLA ANDREA	MARTINEZ	OPTICA VISION	CLL 3-3-23	3112733488			
2	RAFAEL	REYES	IPS REYES	CRA 6 N°4-40	311 4686225			
3	DANY	RODRIGUEZ	ODONTOLOGIA MODERNA		310 2445003			
4	CENTRO DE SALUD			CRA8 CON CALLE 4	320 3026625			
5	JULIA GOMEZ		ODONTOLOGIA MODERNA		310 8676262			



DROGUERIAS



NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
NASLY INGRID	DUEÑAS ORTOÑEZ	LA CABAÑA DE LA SALUD	CRA 3A- 3-24	3506714392			



EMPRESAS



	NOMBRE	ADMINISTRADOR	TELEFONO	DIRECCION	CORREO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	RUMORA FLORA	4 SEDES	3115953024-3102696480					
2	EL JARDINERITO FLORA	LAURA RECURSOS HUMANOS	3219150397		desarrollohumano@cicolombiaverde.com	X		
3	JORGE LUZ	flower	3123903417					
4	CELSO ACUNA		3132813538					
5	MERY PARDO							
6	WIL SPORT		3138617475					
7	ELITE flower		3152907168			X	X	
8	GELSA		3147714680					
9	COORATIENDAS		3134786610	CARRERA3#5A-12		X		
10	PEDRO NILSON							

	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	GLORIA ESPERANZA	MORENO	FERRETERIA BM	CRA 5-5-58	3123799849			
2	CARLOS ALIRIO	FORERO	FEREPINTURAS	CLL3-5-66	3172799133			
3	LIGIA	GOMEZ	FERRTERIA GYG	CR 3-1-72	3125221448			
4	LIGIA	GOMEZ	FRUTERIA	CR 3-1-72	3125221448			
5	ABEL	MALVER CASTILLO	FERRETERIA UBATE	CLL3-3-24	3114782652			
6	MARIA LOURTES	MEZA PICO	AUTOLAVADO	CLL3-6-33	3203885131			
7	OSCAR	GONSALEZ CARDENAS	VIDRIOS S	CLL 4-2-17	3125525146			
8	CARLOS MARIO	MORENO AGUIRRE	COMERCIALIZADORA FERRETERIA	PEÑA NEGRA	3005084570			
9	CESAR	GONSALES CARDENAS	MONTALLANTAS PUNTO 5	CRA 3-1-51	3144291728			
10	DANNY	MUÑOZ	DANNY MUÑOZ	CLL 5-5-100	3014035285			
11	JOSE ARTURO	MUNAR	RECICLADORA GAVOTA	CLL 5a-92-08	313529208			
12	LUZ HELENA	ANTOLINE	ROCAMOTOS	CLL 3-10-19	3203887954			
13	DIANA CAROLINA	LLANOS	PARQUEADERO Y LAVADERO	CLL 2-3-15	3124603475			
14	LIBARDO	FIGUEROAT	TECNI MOTO	CRA 3-1-54	3124387498			
15	ERIKA	CARVAJAL	NION PARA LA CONSTRUCCIO	CLL 3-5-03	3229476519			
16	OMAR EDUARDO	TORRES REYES	MOTO PRIX	CLL 3-5-70	3045568660			
17	ANA JOAQUINA	VARGAS MUÑOZ	ENDA DE LA CONSTRUCCIO	CRA 3-7-21	3144422110			
18	JENNIFER	RAMOS CHAPRRO	FERRE MAJO	CRA 3-5-14	3132157276			
19	JHON ALEXANDER	ALMARIO VARGAS	MOTO REPUESTO	CRA 3-6-35	3142466110			
20	GLADIS	SUAREZ	FERRETERIA EL CONTRUCTO	CLL 3-3B-38	3112309394			
21	HELBER ANDRES	GIRALDO	ANTENIMIENTO Y REPUESTO	CRA 3-5a-01	3118260203			
22	MIGUEL DVID	BULLA CUBILLOS	AUTOPARTES CACHIPAY	CRA 3-5A-55	3112921294			
23	MANUEL	GUEVARA PEÑA	TALLERES GUEVARA	CRA 3-5A-20	3115433268			



FUNDACIONES-ASOCIACIONES



NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO
DIANA	LOPEZ	ECOCIRCO	SN JUANITO	3112781812
JULIA ANDREA	LOMBO	FUNDACION 20/20	CLL3-4-11	3203997741



	NOMBRE	DIRECCION O VEREDA	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	CASA AZUL	PETALUMA	X		
2	MARANATA	SAN JOSE	X		
3	MIRADOR	PROGRESO	X		
4	LAS PALMAS	CAYUNDA	X		
5	SANTORINE	PEÑA NEGRA	X		
6	VILLA AURORA	PEÑA NEGRA	X		
7	CATTUS CACHIPAY	TIERRA DE ENSUEÑOS	X	X	Cactus y suculentas
8	TIENDA NUEVA	CAYUNDA			
9	VERTIGO EN LA MONTAÑA	TOLU BAJO	X		
10	VILLA ALEJANDRINA	ALTO	X		
11	VILLA CAROLINA	CAYUNDA	X		
12	CENTRO APU		X		Centro de Eventos
13	PISCINA SAN PEDRO	VEREDA SAN PEDRO	X		
14	HOTEL LETTY	CENTRO	X		
15	HOTEL BARCELONA	CENTRO	X		
16	HOTEL LUZ DARY	CENTRO FRENTE A COOPTENJO	X		
17	OMAR GARZON	PEÑA NEGRA			
18	CASA BLANCA	CAYUNDA			
19	VILLA SANTANA	CAYUNDA	X		
20	HERNESTO ZAMORA	PEÑA NEGRA			
21	ALBERTO ORJUELA	PEÑA NEGRA			
22	PARAISO	PEÑA NEGRA			

	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CORREO
1	CENTRO MISIONERO BETHESDA- JUSTINO CENTENO	CALLE 3 # 7-37	300 2138619	c.m.b.cachipay@hotmail.com
2	PASTOR VICTOR MORA- MINISTERIO CRISTIANO CAMINO A JESUS	Finca el Delirio Vereda Puerto Lopez	3208274422	morachalavictor67@gmail.com
3	PASTORA MARIA ELIZABETH MUÑOZ- CASA DE ORACION DE FUENTE DE AGUA VIVA	CARRERA 6 # 3-29	3156661012	
4	PASTOR JAIRO		3127092455	
5	IGLESIA NUETRA SEÑORA DEL CARMEN-PADRE CLAUDIO		314 4138165	colparrosantacruz@yahoo.com
6	PASTOR JOSE IGLESIA PENTECOSTAL	CARRERA 2 #1-00	3164497993	villagomvi21@gmail.com
7	PASTOR LEONEL MOVIMIENTO MISIONERO MUNDIAL		3123782263	
8	PASTORA GLORIA ASAMBLEA DE IGLESIAS CRISTIANA	CARRERA 7 #3-34	3115722111	
9	PASTORA LUZ MARY DELGADO- IGLESIA DE VIDA ETERNA	INSPECCION DE PEÑA NEGRA	3132682799	
10	OLGA VILLARRAGA		3118427814	



INTERNET-MINUTOS Y ENVIOS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	GERMAN ANDRES	LOPEZ	INTERNET SHADAI	CRA 3a 3-40	3209365443			
2	SINDY YULIETH	AYALA	STATION CYBER	CLL 4-5-07	3158699034	X		
3	YURANY	GIRALDO	COMUNICACIONES VIOETA	CLL 3-3B-24	3107799712			
4	WILLIAM	AGUILERA	CHINO WILLIAM	CLL 5-2-28	3124593786			
5	YURANY	GIRALDO	COMUNICACIONES MY	CLL 3#3B-24	3107797912			
6	WILLIAM JAVIER	AGUILERA RICO	CHINO WILLIAM	CLL5#2-28	3124593786			



MUEBLES



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	GIOVANY	ZAMBRANO	GYSOL MUEBLES Y ELETRICOS	CALLE 2#3-87	3012363168			
2	MANUEL GUILLERMO	HERNANDEZ	ELETRO AMERICA	CLL3#2-34	3123784572			



PANADERIAS-FRUTERIAS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	MARIA	CARREÑO CRUZ	FRUTERIA HELDERIA	CLL 4-5-28	3135513762			
2	LEADY	HERRERA	FRUTERIA HELADERIA CARAMELO	CARRERA 5 #5-11	3204822440			
3	JHOANA	RUBIO	ICE CREAM SHOP	CARRERA 3B # 3-38	3146292969			
4	VICTORIA	PINEDA	PANADERIA EL CASTILLO DE LA SABANA	CARRERA 6 # 3-15	3177100261			
5	CRISTIAN	PULIDO	PANADERIA TOCAREMA	CALLE 3 #5-55	3124825890			
6	EFRAIN	FORERO	FRUTERIA Y PANADERIA MARTE	CARRERA 3A #3-30	3128051596			
7	WILLIAM	PEREZ	PANADERIA CACHIPAY	CARRERA 3 #2-40				
8	FABIAN	BARRANTE	PANADERIA SABOR Y FIESTA	KR 3 #3-31	3153068950	X		



PAPERERIAS Y VARIEDADES



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	HECTOR ORLANDO	ROJAS GARZON	PAPELERIA DEL PARQUE	CLL 4-3B-15	3014733151			
2	MARGARITA	RAMIREZ RUIZ	PAPELERIA Y MICELANIA PAPIROS	CR 3a-3-46	3125214843	X		
3	CLARA DADYLDE	BARON LEON	PAPELERIA MISIPI	CLL3-3-12	311259382			
4	MARIA CECILIA	PARRADO	VARIEDADES CECILIA	CLL3- 3B-46	313303999	X		
5	ARCENIO	SOTO VARGAS	ALMACEN CENTRAL	CLL3a-3-45	3123761792			
6	JESUS OSMEDO	SALAZAR	VARIEDADES EL PAISA	CLL 3-3-91	3208093703	X		
7	ANGI DANIELA	SALAZAR	EL PALACIO EN VARIEDAD	CLL3-3-87	3205650516			
8	OSCAR FERNANDO	SOSA	DISTRIVRIOS	CRA 3-3-47	3222439309			
9	MARIA TERESA	SEGURA	PALACIO DEL REMOTE	CRA 3B 3-20	31225044510			
10	MARIA NELLY	PALMAR	SURTIHOGAR	CRA 3-2-28	3007545204			
11	NAZLY	DUENA	LA CABANA DE LA SALUD	CR 3A- 3-24	3506714392			
12	OSCAR	HERRERA	ATLANTIC MOVIC	CRA3-3-03	3104923715			

	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	PEDRO PABLO	LOZANO	BARBESHOP		3006432771			
2	JORGE LUIS	FRANCO PULIDO	MR. FRANCO BARBERIA	CLL3-5-78	3124072560	X		
3	MARTA PATRICIA	LEIVA	SALA DE BELLEZA JUY JEISON	CLL3-3-81	3219466642			
4	ZULMA KATERIN	SEGURA	ZULMA TU PELUQUERIA	CLL 4- 2-28	3115595310			
5	AYDEE	BARRIOS SANABRIA	STILOS	CLL2 -60	3133073885			
6	EDILMA	CASTILLO BOHORQUEZ	SALA DE BELLEZA NARERIIK	CLL3-4-11	3143815711			
7	ANA LORENA	RIAÑO	MEKA BELLEZA	CLL 3-3B-08	3007266992			



RESTAURANTES -COMIDAS RAPIDAS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	MARINA JAQUELINE	BAEZ MEJIA	LA BARRA EMPANADAS	LOCAL 3 COLEGIO P	3143222342			
2	JORGE ALEXANDER	HOYOS SAENZ	ASADERO LAS BRAZAS	CLL 3-3-17	3186319346	X		
3	ALFONSO	CASTILLO	RAPIZ POLLO	CRA 3-3-23	3143694016	X		
4	RITA EMA	VARGAS	COMIDAS RAPIDAS		3133307664			
5	OSCAR MAURICIO	PINZON RUEDA	GOURMET EXPRES	CLL3-6-33	3112696417			
6	PATRICIA	SUAREZ BARRERA	COMIDAS RAPIDAS PEÑA NEGRA	CLL2-3-50	3125946986			
7	MELIDA	DE PRIETO	EL CONDUCTOR	KR 3 #3-46	3108059411	X		
8	ESTELLA	CARDENAS	MAMA MIA	KR 3 #2-62	3133634591	X		
9	ANGELA	RODRIGUEZ	MARIA BONITA	CALLE -#5-00	3213603696	X		
10	NIDIA	GUEVARA	CAFÉ SANTO DULCE TENTACION	CALLE 4 #5-16	333935345	X		
11	JAISON	MEDINA	LA PARRILLA DE ALEJO	KR 3 #3-21	3143694016	X		
12	NICOLAS	LEON	EL RACHERO BURSUER	KR 3 #5A-27	3144542578	X		
13	CLEMENCIA	MALDONADO	VENDEDORA AMBULANTE		3228874620			



ROPA-CALZADO



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	LUZ ESPERENZA	AVILA	CREACIONES LUZ	CRA 3a-3-39	3115785065			
2	JHON ESTIFENN	JEREZ	DEPORTENIS	CRA 3B-3-26	3108837344			
3	DORA ALCIRA	DAZA	BOUTIQUE LA DE LA TANGUIT	CRA 3B-3-35	3102999402			
4	DEYANIRA	ZAMUDIO DE MUÑOZ	ALMACEN MUÑOZ	CRA 3a-3-03	3133836160			
5	CECILIA	PACHON AGUDELO	BUTIQUE Y CALZADO	CRA 3-2-10	3112262904			
6	LUZ ALEIDA	PEREZ	CALZADO DANIELITO	CRA 3-3-19	3006425278			
7	BLANCA LUCIA	LOZADA	MODA Y ESTILO	CRA 3B 3-43	3124634313			
8	LUZ MERY	DELGADO	VARIEDADES MIREYA	CRA 3A-3-17	35330910			
9	JAIME	AMAYA	SASTRERIA ROYMER	CRA 3B-3-16	3214303190			



SUPERMERCADOS



	NOMBRE	APELLIDOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	JOSE VICENTE	CASTRO	TIENDA EL FUTURO	CLL3-7-12	3204926915			
2	MARIA BETY	RAMOS ORTIZ	SUPER MERCADO EL CASTILLO	CLL3-5-48	3212033214			
3	DORIS	AGUDELO ARIAS	LA DULCERIA	CLL 3-5-77	3193851658			
4	JANETH	SEGURA	SALSAMENTARIA	CRA 3A-3-29	3206762470			



TRANSPORTADORES



	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	CORREO	BUSCADORES	PÁGINA WEB	WAPP
1	EXPRESO EL SOL		3174380151	info@expresoelsol.com	X	X	X
2	RAPIDO EL CARMEN		3187164029		X	X	
3	COONTRANSCACHIPAY		3112247122	coontranscachipay@hotmail.com	X		
4	CONTRASAN		3208369069		X		
5	TRANSGALAXIA		3144319255		X		
6	AUTO FACA		3213065826		X		