



Para comprender la dinámica de las empresas en Colombia, lo primero que se debe tener claro es la perspectiva legal. En este orden de ideas, surgen algunos conceptos que se deben apropiar:

1. Razón social



Es el nombre con el cual se **identifica una empresa** en términos mercantiles, es decir, representa su existencia a nivel jurídico.

2. Marca



Es la denominación con la cual la empresa **quiere ser identificada en el mercado**, generalmente es un nombre corto o de fácil recordación.

3. Número de Identificación Tributario o NIT



Es un número con el cual se reconoce la empresa, podría compararse el NIT con el número de identificación de una persona. En Colombia, el NIT es asignado por la DIAN y las Cámaras de Comercio, está compuesto por 10 números en total, de los cuales se conocen los 9 primeros como los dígitos del NIT y el último de ellos va antecedido de un guion y se denomina dígito de verificación (DV).

4. Objeto social



Hace alusión a la principal actividad económica que realiza la empresa, es decir, a qué se dedica y lo que representa su mayor fuente de ingresos (ganancias). En Colombia, una empresa puede matricular una actividad principal, una actividad secundaria y dos actividades adicionales, es decir, en total podría desempeñar hasta cuatro actividades económicas.

Cabe mencionar que no existe una relación directa entre el NIT y el objeto social, dado que el NIT está asociado a la empresa o persona natural, mientras que el objeto social está relacionado con los bienes y servicios que produce o presta la empresa (según sea el caso). En Colombia, la información anterior, se encuentra compilada en el RUT (Registro Único Tributario) que es un documento que es gestionado y entregado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para todas aquellas personas y empresas que realizan cualquier actividad económica. A continuación, se planteará un caso práctico para entender mejor estos conceptos:

Razón Social (Nombre legal de la empresa)	NIT (Número con el que se identifica la empresa)	Dígito de verificación (Número de validación del NIT)	Marca (Nombre Comercial)	Objeto social (aquello a lo que se dedica a empresa)
CI Hermeco S.A.	890.924.167-6	6	Offcors	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
Empresas publicas de Medellín E.S.P.	890.904.996-1	1	EPM	Prestación de los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, energía y distribución de gas combustible.
Compañía de Galletas Noel S.A.	811.014.994-9	9	Noel	Elaboración de otros productos alimenticios.
KOBA Colombia S.A.S.	900.276.962-1	1	D1	Comercio al por menor en establecimientos no especializados.
STF Group S.A.	805.003.626-4	4	Studio F	Confección de prendas de vestir excepto prendas de piel.

La razón social generalmente obedece a una denominación legal mientras que el NIT son números que identifican a nivel tributario a una empresa, la marca es un ícono, nombre, signo de cómo usualmente se conoce la empresa en el mercado, por ejemplo, las personas conocen a Tiendas D1, pero no a Koba Colombia, cuando en términos prácticos es la misma empresa. También vale la pena resaltar que en Colombia las empresas tienen diferentes tipos de clasificaciones, que son útiles para comprender su dinámica, contextualizarlas e incluso realizar análisis comparativos. En la siguiente imagen se muestra a nivel de esquema este detalle para mayor comprensión:



Según el enfoque de su actividad económica

- > Industriales
- > Comerciales
- > Servicios



Según su tamaño

- > Microempresas
- > Pequeñas empresas
- > Medianas empresas
- > Grandes empresas



Según su forma jurídica

- > Personas naturales
- > Personas jurídicas



Según su ámbito de actuación

- > Locales
- > Regionales
- > Nacionales
- > Multinacionales



Según la composición del capital

- > Privada
- > Pública
- > Mixta

5. Clasificación de las empresas según el enfoque de la actividad económica

Las empresas tienen objetos sociales específicos; sin embargo, para tener una mayor agrupación existen en la economía tres grandes grupos para clasificarlas, estas son:



Las empresas industriales

Son aquellas que transforman materia prima u otros bienes para convertirlos en otros productos.



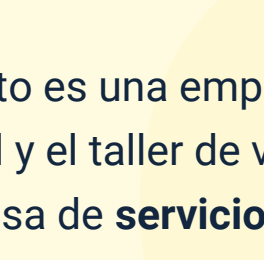
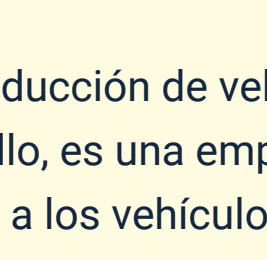
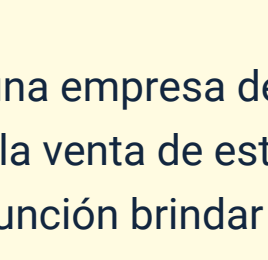
Las empresas comerciales

Son aquellas que compran y venden productos.



Las empresas de servicios

Son aquellas que venden servicios intangibles



Ejemplo de lo anterior es Sofasa, una empresa dedicada a la producción de vehículos, por tanto es una empresa **industrial**. Vehículos al volante es una organización dedicada a la venta de estos carros por ello, es una empresa **comercial** y el taller de vehículos al Volante que tiene por función brindar mantenimiento a los vehículos es una empresa de **servicios**.

6. Clasificación según el tamaño de la empresa

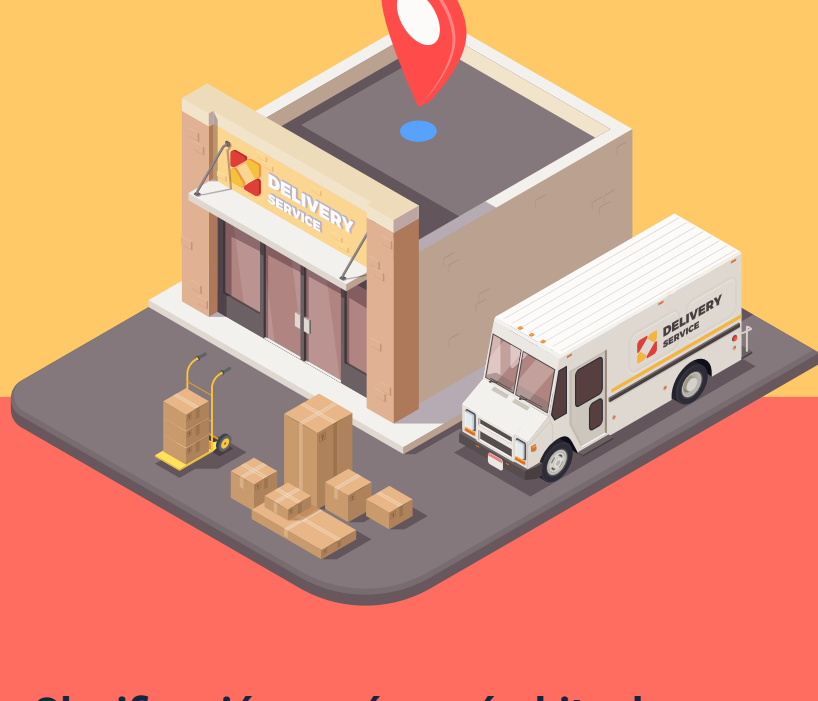
Hasta la Ley 905 de 2004, el tamaño de las empresas colombianas se definía a partir del monto de los activos (todo aquello que tiene la empresa) y el número de empleados; sin embargo, con la cada vez mayor participación en la economía colombiana de las multinacionales, las startup (emprendimientos basados en innovación) y las empresas digitales y tecnológicas, en 2019 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia clasificó las empresas según su actividad económica y la relación con los ingresos obtenidos en el desempeño de su actividad económica, lo cual constituye una perspectiva más acorde con el desarrollo actual del mercado, en la tabla que se expone a continuación se muestra cómo se establece este lineamiento:

Clasificación	Manufactura	Servicios	Comercio
Microempresas	Hasta \$895.488.252	Hasta \$1.253.675.952	Hasta \$1.701.401.076
Pequeña empresa	Superior a \$895.488.252 y hasta \$7.790.629.980	Superior a \$1.253.675.952 y hasta \$5.014.665.804	Superior a \$1.701.401.076 y hasta \$16.387.172.784
Mediana empresa	Superior a \$7.790.629.980 y hasta \$65.996.416.260	Superior a \$5.014.665.804 y hasta \$18.357.224.136	Superior a \$16.387.172.784 y hasta \$82.114.938.768
Grande empresa	Superior a \$65.996.416.260	Superior a \$18.357.224.13	Superior a \$82.114.938.768



Clasificación según su forma jurídica:

en Colombia una persona puede desempeñar una actividad empresarial y matricular un establecimiento de comercio, en este caso se denominará persona natural o puede decidir tener una empresa, lo cual si bien muestra una mayor estructura, lleva inmersas varias obligaciones legales y tributarias, en este segundo caso se denominará persona jurídica.



Clasificación según su ámbito de actuación:

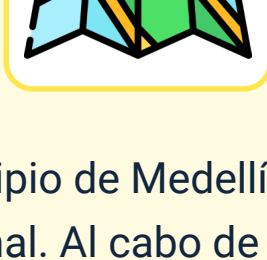
el ámbito de actuación representa la cobertura geográfica donde una empresa tiene presencia. Para el caso colombiano, se denomina ámbito de actuación local si la empresa tiene un alcance municipal en el desarrollo de su actividad económica, regional si tiene un alcance departamental, nacional si tiene alcance a nivel país o multinacional si opera en al menos dos países.



Clasificación según la composición del capital:

una empresa será pública si su capital proviene del Estado, será privada si su capital procede de personas particulares y será mixto si la composición tiene componente público y privado.

Es importante mencionar que cualquier cambio de la empresa, asociado a alguno de los elementos previamente mencionados, implica una actualización en el RUT (Registro Único Tributario), dado que dichas variaciones pueden tener implicaciones en el cambio de su objeto social, sus actividades económicas, e información relevante que impacte sus obligaciones tributarias (es decir, en términos de impuestos).



Así entonces, si la **empresa Taconitos Ltda.** desarrolla su actividad en el municipio de Medellín, su ámbito de actuación es local; ocho meses después abren cuatro tiendas en otros municipios ubicados en Antioquia, por tanto, su ámbito cambió a regional. Al cabo de un año logran abrir tres puntos de venta nuevos en Bogotá, Cali y Barranquilla, por tanto, ahora ya tienen alcance Nacional. En este sentido, cabe resaltar que este cambio en su ámbito de actuación implicará ajustes en el número de establecimientos que tiene matriculados en la DIAN.

Asimismo, la empresa deberá revisar si con dicha ampliación de mercado se generó un cambio en su tamaño, dado que al incursionar en nuevos mercados necesariamente implicará costos y gastos adicionales, que a su vez deberán verse reflejados en mayores ventas.

7. Características de las empresas

Como se mencionó previamente, las empresas se diferencian unas de otras principalmente por su actividad económica, su forma jurídica, el tamaño, su ámbito de actuación y la procedencia de capital; sin embargo, tienen características comunes, tales como:

- Se convierten en herramientas para apalancar el desarrollo y crecimiento económico de la región donde hagan presencia, siempre y cuando ejerzan sus actividades de forma legal.
- Su finalidad general es obtener ganancias, con el fin de atender sus obligaciones y satisfacer las expectativas de sus propietarios.
- Desde el punto de vista social, son habilitadoras del cumplimiento de metas corporativas, grupales e individuales.
- Desempeñan mínimo una actividad económica y en caso de cambiarla deben revisar los impactos jurídicos de su decisión.
- Los bienes que fabrican o servicios que prestan satisfacen una necesidad específica.
- Cuentan con talento humano, que según el perfil y nivel de especialización aportan a la operación de la empresa.
- Las empresas con el fin de operar deben poder disponer de recursos técnicos y/o tecnológicos (herramientas, bienes y/o insumos) que garanticen su funcionamiento.
- Tienen jerarquías, es decir, tiene una estructura a partir de la cual se establecen las relaciones de mando, por tanto, las diferentes áreas o procesos que la conforman tienen claro su importancia, actividades y aporte al cumplimiento de los objetivos empresariales.
- Su razón social y NIT las hacen únicas, las identifica y diferencia de las demás.
- Son impactadas por los factores del entorno, ello significa que al margen de su estrategia y desempeño las variables exógenas las afectan de manera positiva o negativa (según el alcance del fenómeno).
- El centro de su estrategia deberían ser los clientes, ya que son ellos los que permiten que la empresa cumpla exitosamente con su objeto social.
- Tienen grandes retos como consecuencia de la cada vez mayor apertura de los mercados que ha originado grandes avances tecnológicos, clientes más informados y escenarios de competencia creciente.
- El desempeño de la empresa se evidencia a través de los indicadores, que permiten medir y ver su desempeño en tiempo presente y a nivel comparativo a través de los históricos (datos de períodos anteriores).
- Las empresas deben ser autosostenibles, es decir, ellas por sí mismas deben estar en la capacidad de cubrir sus costos, gastos y generar un excedente.

