

Informe Técnico Resultado de Investigación

Elaborado por:

Mayra Johanna Hernández Quiroga

Omar Camilo Gonzalez Guzmán

Universidad Ean

Especialización en Gestión de Sistemas y Tecnologías de la Información en la Empresa

Seminario de Investigación de Especialización

Bogotá

27/10/2024

Resumen

En el sector de mensajería en Colombia, las empresas legales enfrentan una disminución en la demanda debido a la competencia de empresas informales que operan sin los permisos y estándares necesarios, ofreciendo precios más bajos y mayor flexibilidad. Este fenómeno pone en riesgo la sostenibilidad del sector y la seguridad de los envíos. El objetivo es analizar el impacto de la competencia informal y desarrollar estrategias para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas formales. Se evalúa el impacto de estas empresas, se identifican fortalezas y debilidades y se proponen estrategias, recomendaciones y regulatorias.

Problema de investigación

En el sector de mensajería en Colombia, especialmente en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, las empresas formalmente constituidas se enfrentan a una creciente competencia desleal por parte de empresas informales. El origen de este problema se encuentra en la expansión de estas organizaciones informales, que ofrecen servicios puerta a puerta sin cumplir con los requisitos legales, tales como permisos de operación y la contratación adecuada de personal bajo condiciones laborales y de seguridad exigidas por la ley (Méndez, 2023; Rodríguez & Martínez, 2022).

Los síntomas de esta problemática son múltiples. Las empresas formales experimentan una disminución significativa en la demanda de sus servicios, debido a que

los clientes se ven atraídos por los precios más bajos y la flexibilidad ofrecida por las empresas informales. Estos actores del mercado operan sin las cargas laborales y fiscales que enfrentan las empresas reguladas, lo que les permite ofrecer tarifas más económicas (García, 2021). A su vez, el incumplimiento normativo de estas empresas representa riesgos para los consumidores, tanto en la seguridad de los envíos como en la protección de datos personales (Fernández & Pérez, 2022).

Si esta situación continúa sin intervención, el pronóstico es negativo para el sector. Las empresas formales podrían enfrentar una pérdida sostenida de clientes, afectando gravemente su competitividad y capacidad para sostener sus operaciones a largo plazo. Asimismo, la proliferación de empresas informales podría erosionar la confianza de los consumidores en la calidad y seguridad del servicio de mensajería en general, debilitando aún más el mercado formal (Castro & García, 2023).

Para controlar este pronóstico, se hace necesario el diseño e implementación de estrategias que fortalezcan la competitividad de las empresas legalmente constituidas. Estas pueden incluir la optimización de procesos operativos, la diferenciación a través de la oferta de valor agregada para los clientes y la promoción de políticas regulatorias más estrictas medidas que aseguren el cumplimiento de las normas (Ríos & Vélez, 2024). Las recomendaciones deben enfocarse en aumentar la eficiencia de las empresas formales y en la creación de un marco normativo más robusto que limite las actividades de las empresas informales (Navarro, 2023; Sosa, 2024).

En este contexto, la investigación pretende responder a la siguiente pregunta: **¿Cómo pueden las empresas de mensajería legalmente constituidas en Colombia mejorar su competitividad y sostenibilidad frente a la competencia de empresas informales, mediante estrategias competitivas y regulatorias eficaces?**

Objetivo general.

Analizar el impacto de la competencia informal en el sector de mensajería en Colombia y desarrollar estrategias que mejoren la competitividad y sostenibilidad de las empresas formalmente constituidas.

Objetivos específicos.

- Evaluar el impacto de las empresas informales en el mercado de mensajería.
- Identificar las fortalezas y debilidades de las empresas de mensajería legales.
- Proponer estrategias de mejora competitiva para las empresas reguladas.
- Desarrollar recomendaciones a las empresas para implementar políticas que cumplan con los requisitos legales que apliquen.

Justificación

La propuesta de investigación aborda una problemática que afecta al sector de mensajería en Colombia, especialmente en sus principales ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, donde las empresas formalmente

constituidas enfrentan una creciente competencia desleal por parte de empresas informales. Estas empresas, que operan sin cumplir con los requisitos legales ni las condiciones laborales establecidas, ofrecen servicios puerta a puerta a precios considerablemente más bajos. Como resultado, están erosionando la competitividad de las empresas reguladas y amenazando la sostenibilidad del sector en su conjunto.

La investigación es relevante y justificada desde varios criterios fundamentales:

Conveniencia

El sector de mensajería desempeña un papel esencial en la logística y el comercio en Colombia, facilitando el intercambio de productos y documentos en todo el país. Con el auge del comercio electrónico y el crecimiento de las ciudades, la demanda de servicios de mensajería ha aumentado considerablemente. Sin embargo, este crecimiento ha venido acompañado de la proliferación de empresas informales que operan sin licencias, ni controles de calidad y seguridad. Este fenómeno ha generado una competencia desleal que afecta directamente a las empresas que cumplen con todos los requisitos legales.

Realizar este estudio es conveniente porque se propone abordar un problema actual y apremiante. La falta de regulación y control efectivo sobre las empresas informales no solo está afectando a las empresas formalmente constituidas, sino también a los clientes, quienes muchas veces desconocen los riesgos asociados a la utilización de servicios no regulados. La conveniencia del estudio radica en que los resultados podrán orientarse tanto a las empresas reguladas como a las autoridades competentes para establecer

mecanismos que permitan mitigar los efectos negativos de la competencia informal y fomentar un mercado más equilibrado.

Relevancia social

El estudio tiene una relevancia social considerable, ya que la expansión de las empresas informales no solo afecta a las empresas formales, sino también a los trabajadores y clientes. En primer lugar, los trabajadores que operan en empresas informales lo hacen sin las protecciones sociales y laborales necesarias, lo que genera precariedad laboral y vulnerabilidad económica. Por otro lado, los clientes que utilizan servicios de empresas informales están expuestos a mayores riesgos, como la pérdida de envíos, falta de garantías en la entrega y, en algunos casos, vulneración de la protección de datos personales.

Además, el estudio busca contribuir a la formalización del sector, lo que generaría beneficios sociales a largo plazo. Un sector de mensajería más regulado y equitativo permitiría generar empleo formal, mejorar las condiciones laborales de los trabajadores y ofrecer servicios más seguros y confiables a los clientes. Por tanto, la relevancia social del estudio radica en que sus hallazgos pueden contribuir al bienestar de distintos actores de la sociedad: empresas, trabajadores y clientes.

Implicaciones prácticas

Las implicaciones prácticas de este estudio son amplias y podrían tener un impacto directo en las políticas públicas y en las estrategias empresariales del sector de mensajería. En términos prácticos, la investigación permitirá a las empresas legalmente constituidas identificar las áreas donde pueden mejorar su competitividad, ya sea a través de la optimización de sus operaciones, la mejora en la relación calidad-precio de sus servicios o el desarrollo de estrategias innovadoras que les permitan diferenciarse de las empresas informales.

Además, las recomendaciones que surjan de este estudio podrían ser adoptadas por entidades gubernamentales y reguladoras para desarrollar políticas más efectivas en la fiscalización de las empresas informales y en la promoción del cumplimiento de las normativas laborales y de seguridad. Este estudio no solo beneficiará a las empresas de mensajería formalmente constituidas, sino que también contribuirá a la creación de un entorno regulatorio más robusto y equitativo, donde la competencia se base en criterios justos y transparentes.

Valor teórico

Desde el punto de vista teórico, esta investigación contribuirá a ampliar el conocimiento sobre la competitividad empresarial en mercados donde la informalidad juega un papel determinante. La competencia desleal es un fenómeno recurrente en muchos sectores económicos en países en desarrollo, y la mensajería no es la excepción. El estudio permitirá profundizar en las dinámicas de la competencia en este sector específico y

desarrollar marcos teóricos que expliquen cómo las empresas reguladas pueden adaptarse y prosperar en un entorno donde prevalece la informal.

El valor teórico también radica en la posibilidad de extrapolar los hallazgos a otros sectores que enfrenten problemáticas similares. Si bien el foco de la investigación está en el sector de mensajería, los resultados pueden ser útiles para empresas de otros sectores que compiten con actores informales. En este sentido, la investigación contribuirá al desarrollo de la teoría de la competitividad empresarial y del impacto de la informalidad en los mercados regulados.

Utilidad metodológica

Metodológicamente, la investigación ofrece un enfoque integral, combinando análisis cuantitativos y cualitativos para obtener una visión completa del fenómeno. El enfoque cuantitativo permitirá medir el impacto real de la competencia informal en términos de pérdida de clientes, disminución de ingresos y otros indicadores clave para las empresas formales. Por otro lado, el enfoque cualitativo permitirá información más detallada y profunda sobre las percepciones de los actores involucrados, tanto empresarios como clientes y trabajadores obtener.

El valor metodológico del estudio radica en su capacidad para ofrecer una comprensión multidimensional del problema. Esta combinación de metodologías permitirá no solo generar datos útiles y aplicables, sino también proponer soluciones prácticas y efectivas

basadas en evidencia. La metodología utilizada puede servir como referencia para estudios futuros en otros sectores o países donde la informalidad.

Campo, grupo y línea de investigación

Esta investigación se enmarca en el campo de **Economía** - grupo **G3 PYMES** – Línea **Modernización de Organizaciones**.

Marco Teórico

El marco teórico de esta investigación tiene como objetivo fundamentar la problemática de la competencia informal en el sector de mensajería en Colombia desde diversas perspectivas teóricas y conceptuales. Para ello, se construye un estado del arte que recoge los hallazgos de investigaciones previas sobre el impacto de la informalidad en los sectores económicos regulados, las dinámicas competitivas en mercados duales (formales e informales), así como las estrategias empresariales y regulatorias adoptadas para enfrentar esta situación. También se desarrollan los principales marcos teóricos que abordan la competitividad, la regulación y la sostenibilidad empresarial en contextos de competencia desleal. Se incluye además un análisis de los marcos legales aplicables al sector de mensajería en Colombia.

Estado del Arte

La competencia informal es un fenómeno que ha sido ampliamente estudiado en diferentes sectores económicos, particularmente en países en desarrollo donde la economía informal representa una parte significativa del Producto Interno Bruto (Castaño, 2020). En el contexto latinoamericano, varios estudios han señalado que la informalidad tiende a proliferar en sectores donde las barreras de entrada son bajas y las regulaciones son difíciles de implementar o supervisar (Méndez, 2022). El sector de servicios, especialmente el de mensajería, se ha visto particularmente afectado por esta tendencia, ya que muchas empresas informales operan sin licencias, permisos o regulaciones, lo que les permite ofrecer precios más bajos y competir deslealmente con las empresas formales (Navarro & Vélez, 2021).

Un estudio relevante en esta área es el de Fernández y Pérez (2022), quienes examinaron el impacto de la competencia informal en el sector de mensajería en México. Sus hallazgos indican que las empresas formales pierden hasta el 30% de su cuota de mercado debido a la presencia de empresas informales, lo que pone en riesgo la sostenibilidad del sector. Estudios Otros en países como Perú y Argentina también señalan que la falta de regulación efectiva permite la proliferación de empresas informales, lo que afecta no solo la competitividad del sector, sino también la calidad del servicio (López et al., 2023; Martínez, 2022).

En Colombia la situación es similar. Según Castro y García (2023), la informalidad en el sector de mensajería ha crecido de manera exponencial en los últimos años,

particularmente en las principales ciudades del país. Estos autores destacan que una de las principales razones para este crecimiento es la flexibilidad que ofrecen las empresas informales, lo que atrae a un segmento significativo de clientes que priorizan el precio sobre el cumplimiento legal y la seguridad de los envíos. Este crecimiento de la informalidad ha llevado a una situación de competencia desleal que afecta directamente la sostenibilidad de las empresas formalmente constituidas, poniendo en riesgo miles de empleos y generando una disminución en la calidad del servicio (Castro & García, 2023).

Teorías y modelos

Competitividad en Mercados Informales.

Uno de los marcos conceptuales más utilizados para analizar la competencia en mercados con presencia de empresas informales es la teoría de la dualidad de mercado. Según esta teoría, en un mercado coexisten dos segmentos: el formal y el informal. El segmento informal tiende a ser más flexible ya que opera sin restricciones legales, lo que le permite competir en términos de precio, mientras que el segmento formal está sujeto a regulaciones que aumentan sus costos operativos (Schneider & Enste, 2018). Esta dualidad crea una situación de competencia desleal, ya que las empresas informales pueden reducir sus precios significativamente al no cumplir con las normativas fiscales y laborales.

Autores como Williams y Windebank (2020) argumentan que, en los mercados duales, la competitividad de las empresas formales depende de su capacidad para innovar y

ofrecer un valor añadido que las empresas informales no pueden replicar. Sin embargo, esta estrategia no siempre es suficiente para contrarrestar el atractivo del bajo precio de los servicios informales, especialmente en sectores como el de mensajería, donde el precio es un factor determinante en la decisión de compra de los consumidores (Williams & Windebank, 2020).

Otro marco teórico relevante es la teoría de la ventaja competitiva de Porter (1985), que sugiere que las empresas pueden lograr una ventaja competitiva a través de la diferenciación o la reducción de costos. Sin embargo, en contextos donde la competencia informal es prevalente, las empresas formales enfrentan dificultades para competir en términos de costo, ya que las empresas informales no están sujetas a las mismas regulaciones. En este sentido, la diferenciación se convierte en la estrategia más viable para las empresas formales, quienes deben enfocarse en ofrecer un servicio de mayor calidad y confiabilidad (Porter, 1985).

Regulación y Cumplimiento Legal

El marco regulatorio es otro componente clave en el análisis de la competencia informal. En Colombia, el sector de mensajería está regulado por la Superintendencia de Transporte, que establece los requisitos para la operación legal de las empresas de mensajería, incluyendo licencias, seguros y cumplimiento de estándares laborales (Superintendencia de Transporte, 2021). Sin embargo, la capacidad del Estado para supervisar y hacer cumplir estas regulaciones ha sido limitada, lo que ha permitido la

proliferación de empresas informales que operan sin cumplir con estos requisitos (Castillo et al., 2022).

La falta de un marco regulatorio efectivo ha sido identificada como una de las principales causas del crecimiento de la economía informal en muchos países. Según Schneider (2020), la informalidad prospera en entornos donde las regulaciones son difíciles de implementar y donde el cumplimiento legal es costoso y burocrático. En este sentido, uno de los desafíos más grandes para las empresas formales en el sector de mensajería es la implementación de políticas regulatorias más eficaces que permitan reducir la informalidad y garantizar una competencia más equitativa (Schneider, 2020).

Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad empresarial en mercados duales es otro eje conceptual relevante para esta investigación. Las empresas de mensajería formalmente constituidas en Colombia enfrentan desafíos significativos para mantener su sostenibilidad financiera y operativa en un entorno donde la competencia informal sigue creciendo. De acuerdo con Dyllick y Muff (2016), la sostenibilidad empresarial no solo se refiere a la viabilidad financiera de la empresa, sino también a su capacidad para generar valor social y ambiental. En este sentido, las empresas de mensajería formales deben encontrar maneras de diferenciarse de las empresas informales ofreciendo no solo un servicio más seguro y confiable, sino también uno que cumpla con los estándares de sostenibilidad y responsabilidad social.

Un estudio realizado por García y Moreno (2021) sugiere que las empresas que implementan estrategias de sostenibilidad, como la reducción de su huella de carbono o el uso de vehículos eléctricos para la entrega de paquetes, pueden mejorar su reputación y atraer a un segmento de clientes que valoran estos aspectos. Aunque estas estrategias pueden no ser suficientes para contrarrestar el bajo precio de los servicios informales, sí pueden ayudar a las empresas formales a captar una parte del mercado dispuesta a pagar por un servicio más responsable y sostenible (García & Moreno, 2021).

Marcos Legales

El marco legal que regula el sector de mensajería en Colombia es un componente central en esta investigación. Las empresas formalmente constituidas están obligadas a cumplir con una serie de regulaciones establecidas por el Ministerio de Transporte y la Superintendencia de Transporte, que incluyen licencias de operación, seguros de responsabilidad civil y el cumplimiento de estándares laborales (Superintendencia de Transporte, 2021). Sin embargo, la falta de un sistema de supervisión efectiva ha permitido que muchas empresas informales operen al margen de la ley, lo que genera una competencia desleal que afecta a las empresas formales.

Además, las políticas de control sobre las empresas informales han sido insuficientes. A pesar de los esfuerzos por parte del Estado para formalizar el sector, la informalidad sigue siendo un problema generalizado, en gran parte debido a la alta demanda de servicios de bajo costo por parte de los consumidores. Como señalan Fernández y Pérez (2022), uno de los principales desafíos en la regulación de la informalidad es equilibrar la

necesidad de cumplir con las normativas legales con la realidad económica de un segmento significativo de la población que no puede acceder a servicios formales debido a sus altos costos.

Marco institucional

1. Caracterización de la empresa:

a. Nombre de la empresa.

Inter Rapidísimo SA

b. Descripción de las actividades de la empresa.

Inter Rapidísimo es una empresa de mensajería y transporte de carga que ofrece una variedad de servicios de logística y distribución en todo el país. Algunas de las actividades que realiza la empresa incluyen:

1. **Envíos de paquetería:** Inter Rapidísimo se especializa en la entrega rápida y segura de paquetes a nivel nacional e internacional. Esto incluye desde pequeños paquetes hasta cargas más grandes.
2. **Servicios de transporte de carga:** La empresa ofrece soluciones de transporte de carga para empresas y particulares, facilitando el movimiento de mercancías a diferentes destinos en Colombia y más allá.
3. **Servicios express:** Inter Rapidísimo se destaca por sus servicios express, que garantizan la entrega rápida de paquetes y documentos importantes en un tiempo reducido.

4. **Seguimiento de envíos:** Proporciona herramientas en línea para el seguimiento de envíos, lo que permite a los clientes rastrear el progreso de sus paquetes en tiempo real y recibir actualizaciones sobre su ubicación.
5. **Servicios de logística:** Además de la entrega de paquetes, Inter Rapidísimo ofrece servicios de logística para empresas, incluyendo almacenamiento, distribución y gestión de inventario.
6. **Pago en Casa:** Integra un sistema de envío de mercancía para ecommerce brindando la posibilidad de hacer envíos y recibir el pago contra entrega para facilitar el desarrollo del comercio en Colombia.

c. Principales productos o servicios.

1. Servicio de mensajería
2. Servicio de Carga
3. logística corporativa
4. Pago en Casa

2. Filosofía institucional de la organización:

a. Misión.

Unir a Colombia a través de nuestro ecosistema logístico y de comercio electrónico.

b. Visión.

Para el año 2025, consolidar un ecosistema especializado en logística y comercio electrónico que garantice la mejor experiencia a los clientes en la venta, compra y entrega de sus productos.

3. Procesos de la organización:

Se presentan los procesos misionales, de apoyo, estratégicos y de control.



4. Estándares que guían la actividad organizacional.

INTER RAPIDÍSIMO S.A.
está certificado bajo la norma ISO
9001:2015 en:

Mercadeo, venta, administración y transporte de la documentación y tulas de seguridad en los centros de correspondencia de los clientes a nivel nacional. Mercadeo, venta, recolección, alistamiento, despacho y entrega de mensajería corporativa a nivel nacional.



ISO 9001: 2015
Sistema de Gestión de
Calidad



Marco de trabajo SCRUM para el desarrollo de software



Metodología PMI para la estandarización y desarrollo de proyectos.

Y está orientado a la excelencia aplicando las mejores prácticas de los estándares internacionales relacionados a continuación:



ISO 14001
Sistema de Gestión
Ambiental



ISO 28000
Sistema de Gestión de
**Seguridad en la cadena
de suministro**



ISO 27001
Sistema de Gestión de
**Seguridad de
la Información**



ISO 39001
Sistema de Gestión de
Seguridad Vial



ISO 31000
Sistema de Gestión de
Riesgos

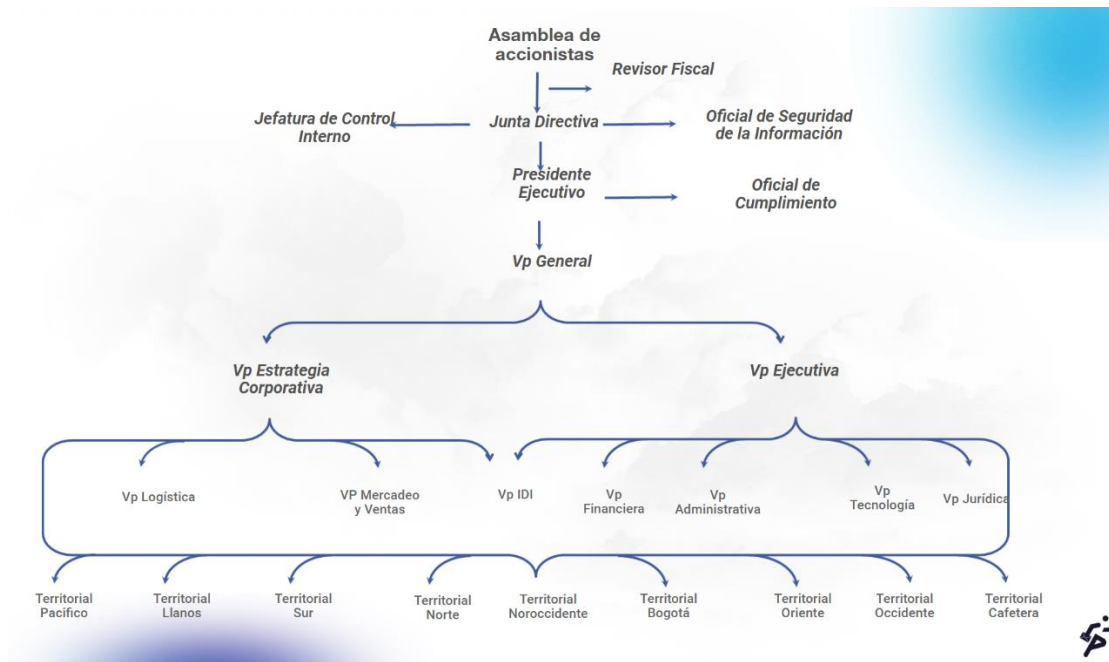


ISO 45001
Sistema de Gestión de
**Seguridad y Salud
en el Trabajo**



COSO ERM
Sistema de
Control Interno

Estructura general de Inter Rapidísimo



Enfoque, Alcance y Diseño de la Investigación

Enfoque

El enfoque de la investigación será **mixto**, ya que se integrarán tanto técnicas cuantitativas como cualitativas para obtener una visión más completa del problema. El componente cuantitativo permitirá analizar datos sobre la participación del mercado, la incidencia de la informalidad y el impacto en las empresas de mensajería formalmente constituidas a través de encuestas y análisis estadísticos. Por otro lado, el componente cualitativo se centrará en la recolección de información mediante entrevistas y grupos focales con expertos y representantes de empresas formales para comprender las percepciones, actitudes y estrategias que adoptan en el contexto competitivo actual.

Alcance

El estudio tiene un **alcance descriptivo y correlacional** . En primer lugar, se describirá el estado actual del sector de mensajería en Colombia, prestando especial atención a las características y dinámicas que presentan tanto las empresas formales como informales. En segundo lugar, se explorarán las correlaciones entre la competencia informal y la sostenibilidad de las empresas formalmente constituidas, identificando cómo la informalidad impacta en la cuota de mercado, la rentabilidad y la calidad del servicio.

Diseño

El diseño de la investigación **no es experimental** , **transversal** y de **tipo aplicado** . Al ser no experimental, no habrá manipulación de variables; la investigación se limitará a observar y analizar la situación tal como ocurre en el entorno real. El diseño **transversal** implica que la recolección de datos se realizará en un solo momento, recopilando información de diferentes actores del sector en un período específico. Finalmente, se optará por un diseño **aplicado** , orientado a intervenir en la organización o el modelo de negocio, con el fin de proponer estrategias y recomendaciones que mejoren la competitividad y sostenibilidad de las empresas de mensajería formalmente constituidas frente a la competencia informal.

Definición de variables

Dado que se trata de un estudio correlacional que explora la relación entre la competencia informal y la sostenibilidad de las empresas de mensajería formalmente constituidas en

Colombia, se identificarán y definirán las variables relevantes. A continuación, se presenta la tabla con las definiciones conceptuales y operativas de cada variable, junto con sus dimensiones.

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones
Competencia informal	Se refiere a la actividad de empresas no reguladas que operan en el mercado sin cumplir con las normativas legales, laborales y de seguridad establecidas, ofreciendo servicios a precios más bajos.	Se medirá a través de encuestas dirigidas a empresas y clientes, evaluando la percepción y la frecuencia de uso de servicios informales. Se analizarán informes de la Superintendencia de Transporte sobre la cantidad de infracciones y la presencia de estas empresas en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> - Precios y tarifas - Volumen de operaciones informales - Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio informal
Sostenibilidad de las empresas formales	Es la capacidad de las empresas legalmente constituidas en el sector de mensajería para mantenerse operativas y	Se evaluará a través de indicadores financieros como rentabilidad, margen de ganancias y estabilidad en los ingresos. Se aplicarán encuestas a los gerentes de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> - Rentabilidad económica - Cumplimiento normativo - Percepción gerencial sobre competitividad

	<p>competitivas en el tiempo, cumpliendo con los requisitos legales y laborales, y generando beneficios económicos sostenibles.</p>	<p>formales para evaluar su percepción sobre la competencia y su impacto en la sostenibilidad.</p>	
<p>Calidad del servicio</p>	<p>Corresponde al nivel de satisfacción de los clientes respecto a los servicios prestados por las empresas de mensajería, considerando aspectos como puntualidad, seguridad y atención al cliente.</p>	<p>Se medirá a través de encuestas de satisfacción aplicadas a clientes de empresas de mensajería formal e informal, evaluando la percepción sobre puntualidad, seguridad y atención al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Puntualidad - Seguridad de los envíos - Atención al cliente
<p>Cumplimiento normativo</p>	<p>Hace referencia al grado en que las empresas del sector de mensajería cumplen con las</p>	<p>Se evaluará mediante la revisión de informes oficiales y registros de cumplimiento normativo de las empresas de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento laboral - Cumplimiento de seguridad - Cumplimiento

	regulaciones laborales, de seguridad y de transporte establecidas por el gobierno colombiano.	mensajería, así como a través de entrevistas con directivos de las mismas para entender las barreras y desafíos de cumplimiento.	de regulación de transporte
--	---	--	-----------------------------

Explicación de las Definiciones Conceptuales y Operacionales

1. Competencia informal :

- **Definición Conceptual** : Entendida como la oferta de servicios por parte de empresas que no siguen la normativa legal vigente, afectado el mercado con tarifas reducidas y servicios sin garantías.
- **Definición Operacional** : Se utilizarán encuestas y análisis de informes gubernamentales para medir su impacto, centrando la investigación en precios, volumen de operaciones y percepción de los clientes.

2. Sostenibilidad de las empresas formales :

- **Definición Conceptual** : Es la capacidad de las empresas reguladas para sobrevivir en un entorno competitivo, cumpliendo las leyes y manteniendo su rentabilidad.
- **Definición Operacional** : Se medirá mediante indicadores financieros y encuestas a gerentes para conocer su percepción del impacto de la competencia informal en su sostenibilidad a largo plazo.

3. Calidad del servicio :

- **Definición Conceptual** : Definir el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios recibidos, tomando en cuenta aspectos clave como puntualidad y seguridad.
- **Definición Operacional** : Se recopilarán datos a través de encuestas de satisfacción enfocadas en clientes de empresas formales e informales para medir la percepción sobre diferentes dimensiones del servicio.

4. Cumplimiento normativo :

- **Definición Conceptual** : Se refiere a la adherencia de las empresas de mensajería a las normativas establecidas por las autoridades, tanto en términos laborales como de seguridad.
- **Definición Operacional** : Se basará en la revisión de informes y entrevistas con gerentes para identificar los niveles de cumplimiento y las barreras enfrentadas.

Población y muestra

En esta investigación, la **población** está compuesta por las empresas de mensajería formalmente constituidas y los clientes que utilizan servicios de mensajería en las principales ciudades de Colombia, como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Específicamente, se incluyen en la población a todas aquellas empresas registradas y reguladas por la Superintendencia de Transporte, así como a un segmento representativo de usuarios de estos servicios, tanto de empresas formales como informales. En total, se estima que hay aproximadamente **20 empresas de mensajería** y

una población de **500 clientes** que utilizan frecuentemente estos servicios en las ciudades mencionadas.

Para la selección de la muestra, se utilizará una **muestra estratificada** debido a la diversidad de la población, que se segmentará en dos estratos principales: (1) empresas de mensajería formalmente constituidas y (2) clientes de servicios de mensajería. Este tipo de muestreo permitirá obtener información precisa y representativa de cada estrato, favoreciendo la comparación de percepciones y datos entre empresas y clientes.

En el caso de las **empresas de mensajería** , se seleccionará una muestra de **3 empresas** , lo que represente aproximadamente el **15%** de la población total, garantizando la participación de empresas de diferentes tamaños y ubicaciones para obtener una perspectiva variada y generalizable. Para las empresas, se realizará un muestreo probabilístico simple dentro del estrato correspondiente.

En cuanto a los **clientes de servicios de mensajería** , se evalúa un **muestreo por conveniencia** , debido a la gran cantidad de usuarios potenciales y la dificultad de identificar a todos los que forman parte de la población total. Se buscará alcanzar una muestra de **30 clientes** que sean usuarios tanto de servicios formales como informales, distribuidos equitativamente entre las ciudades seleccionadas, para obtener una visión amplia y relevante de las percepciones y experiencias de los clientes en diferentes contextos urbanos.

Segundo Nivel

Selección de Métodos o Instrumentos para Recolección de Información

En este estudio correlacional, se decide elegir instrumentos que permitan medir de manera consistente y precisa las variables identificadas: **competencia informal** , **sostenibilidad de las empresas formales** , **calidad del servicio** y **cumplimiento normativo** . Dado que el enfoque del estudio es cuantitativo con algunos elementos cualitativos, se seleccionarán y diseñarán los instrumentos adecuados para recoger la información necesaria, garantizando que los datos recolectados sean relevantes y suficientes para responder la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos planteados.

Instrumentos cuantitativos

1. **Encuestas estructuradas** : Se utilizará una encuesta estructurada para medir las percepciones de **clientes** y **empresas** sobre las variables clave del estudio, tales como la **calidad del servicio** , la **competencia informal** y el **cumplimiento normativo** . Este instrumento incluye preguntas cerradas y escalas tipo Likert para evaluar aspectos como la satisfacción del cliente, la frecuencia de uso de servicios formales e informales, y la percepción sobre el cumplimiento de normativas en las empresas formales. Las encuestas se aplicarán tanto a clientes como a gerentes de empresas de mensajería formales, y el diseño del cuestionario se basará en investigaciones previas validadas en el contexto del sector logístico y de servicios.

- **Ventajas del instrumento** : Las encuestas son instrumentos eficaces para recolectar información de manera sistemática y permiten analizar una gran cantidad de datos cuantitativos.
- **Validación** : Se revisará la literatura disponible para utilizar modelos de encuestas ya validados y probados en estudios sobre sostenibilidad empresarial y competencia en sectores regulados. Si es necesario, se ajustarán las preguntas para alinearlas con el contexto específico del estudio en Colombia.

2. **Indicadores financieros** : Para medir la **sostenibilidad de las empresas formales** , se recopilarán datos financieros de las empresas participantes. Se analizarán indicadores clave como el margen de ganancia, la rentabilidad y la estabilidad de los ingresos. Estos indicadores serán recolectados directamente de los informes financieros de las empresas formales y comparados con los promedios del sector.

- **Ventajas del instrumento** : Los indicadores financieros son objetivos y permiten medir de manera directa la sostenibilidad económica de las empresas.
- **Validación** : Se utilizarán referencias normativas de análisis financiero para asegurarse de que los indicadores seleccionados son válidos en estudios comparativos de empresas del mismo sector.

Instrumentos cualitativos

1. **Entrevistas semiestructuradas** : Se aplicarán entrevistas semiestructuradas a **directivos** de empresas formales y representantes de **entidades reguladoras** (como la Superintendencia de Transporte) para explorar en mayor profundidad el impacto de la competencia informal en su sostenibilidad y la percepción sobre el cumplimiento normativo. Las entrevistas permitirán recolectar datos cualitativos sobre las experiencias y barreras que enfrentan las empresas en relación con el cumplimiento de normativas y las estrategias que han adoptado para competir en un entorno con alta informalidad.
 - **Ventajas del instrumento** : Las entrevistas proporcionan información rica en detalles que pueden complementar los hallazgos cuantitativos y permiten explorar percepciones que no pueden ser capturadas en encuestas estructuradas.
 - **Validación** : Se diseñará una guía de entrevista basada en investigaciones previas en el sector de mensajería y en estudios sobre competencia informal, garantizando que las preguntas sean coherentes con los objetivos del estudio y permita profundizar en las percepciones de los entrevistados.

2. **Observación directa** : En las empresas seleccionadas para el estudio, se realizará observación directa para evaluar el **cumplimiento normativo** y **procedimientos operativos** en el día a día. Esta técnica cualitativa se utilizará

para observar de manera discreta las operaciones logísticas, el manejo de los envíos y la adherencia a las normativas de seguridad y transporte.

- **Ventajas del instrumento** : La observación directa permite captar elementos del comportamiento organizacional y operativo que podrían no ser mencionados en entrevistas o encuestas, proporcionando una visión real de las operaciones de las empresas.
- **Validación** : Se diseñará un formato de observación con criterios específicos que permitirá evaluar de manera sistemática las prácticas de las empresas en términos de cumplimiento normativo.
-

Modelos y Referentes

Para las **intervenciones organizacionales** , se utilizarán **modelos teóricos de competitividad y sostenibilidad empresarial** , así como marcos conceptuales sobre **regulación en mercados informales** . Entre los modelos que se consideran para analizar las estrategias competitivas se incluyen el **modelo de las cinco fuerzas de Porter** y el **análisis FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas)** , que permitirán evaluar las capacidades internas de las empresas y las condiciones del mercado en el que opera.

Además, se revisarán las **normativas vigentes en Colombia** que regulan el sector de mensajería para establecer un marco legal robusto que respalde las recomendaciones del estudio.

Técnicas de Análisis de Datos

En este estudio, que sigue un enfoque mixto y correlacional, se emplearán tanto técnicas cuantitativas como cualitativas para analizar los datos recolectados y generar resultados relevantes. A continuación, se presenta una descripción detallada de las técnicas de análisis que se utilizarán para cada tipo de dato recolectado y cómo estas se alinean con los instrumentos previamente definidos.

Instrumento	Técnica de análisis	Descripción
Encuestas estructuradas	Estadística descriptiva e inferencial	Para los datos recolectados mediante encuestas, se utilizarán técnicas estadísticas descriptivas como frecuencias, promedios y porcentajes para resumir las percepciones de los encuestados. Posteriormente, se aplicará análisis estadístico inferencial, como pruebas t, ANOVA y regresión múltiple para evaluar la relación entre variables como la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y la sostenibilidad de las empresas frente a la competencia informal. La estadística inferencial permitirá identificar correlaciones significativas y patrones entre

		estas variables, proporcionando información relevante para responder a la pregunta de investigación.
Indicadores financieros	Análisis financiero comparativo	Se aplicará un análisis financiero comparativo utilizando ratios financieros clave, como el margen de ganancia , la rentabilidad y la variación de ingresos , para comparar las empresas formales participantes. Esta técnica permitirá determinar la sostenibilidad económica y la capacidad competitiva de las empresas formales en el contexto de competencia informal, analizando las diferencias entre aquellas que presentan mejores resultados financieros y las que enfrentan mayores dificultades. Las variaciones y tendencias de estos indicadores serán interpretadas para inferir cómo la competencia afecta la sostenibilidad a largo plazo.
Entrevistas semiestructuradas	Análisis de contenido	Para las entrevistas realizadas a gerentes y reguladores, se utilizará el análisis de contenido , una técnica cualitativa que permite identificar temas, patrones y conceptos comunes en las respuestas. Se

		<p>codificarán las respuestas según categorías predefinidas (como percepciones sobre la competencia informal , estrategias de sostenibilidad y opiniones sobre el cumplimiento normativo) y se empleará software de análisis cualitativo (por ejemplo, NVivo) para gestionar y analizar los datos. Esto permitirá identificar las principales preocupaciones y estrategias de las empresas formales, así como las percepciones y medidas de las autoridades reguladoras en torno a la competencia informal.</p>
<p>Observación directa</p>	<p>Teoría fundamentada</p>	<p>En las observaciones realizadas en las empresas de mensajería, se empleará la teoría fundamentada , una técnica cualitativa que busca generar teorías basadas en los datos recolectados. Se registrarán y analizarán comportamientos y prácticas de las empresas en el contexto operativo diario, prestando atención a las diferencias en los niveles de cumplimiento normativo y de calidad del servicio. La observación se codificará en categorías (por ejemplo,</p>

		<p>prácticas logísticas , manejo de envíos y adherencia a normativas) para identificar patrones y construir hipótesis sobre la relación entre estas prácticas y la competitividad de las empresas formales en el mercado.</p>
--	--	---

Análisis cuantitativo

1. **Estadística Descriptiva** : Se usará para resumir y describir los datos obtenidos en las encuestas, proporcionando una visión clara de las percepciones generales sobre las variables de estudio. Las frecuencias y porcentajes permitirán entender la distribución de las respuestas y generar tablas y gráficos que faciliten la interpretación de los datos.
2. **Estadística Inferencial** : A través de pruebas estadísticas, como **pruebas t** , **ANOVA** y **regresiones múltiples** , se analizarán las correlaciones entre variables clave como la percepción de calidad del servicio y la frecuencia de uso de servicios formales e informales. Este enfoque permitirá probar hipótesis y determinar si existen diferencias significativas en las percepciones y experiencias de los encuestados en relación con la competencia informal.
3. **Análisis de Regresión** : Se aplica esta técnica para identificar los factores que influyen en la sostenibilidad de las empresas y en la preferencia de los clientes por servicios informales. Las variables dependientes e independientes se definirán con

base en las variables claves del estudio, y se evaluará la fuerza y dirección de las relaciones entre estas.

4. **Análisis Comparativo de Indicadores Financieros** : Para evaluar la sostenibilidad de las empresas, se analizarán las diferencias en los indicadores financieros de las empresas de mensajería formal. Este análisis comparativo proporcionará información sobre las diferencias en desempeño financiero entre empresas que enfrentan competencia informal de forma más o menos exitosa.

Análisis cualitativo

1. **Análisis de Contenido** : Se llevará a cabo un análisis de contenido para las entrevistas, clasificando la información en categorías temáticas. Esta técnica permitirá descomponer y analizar las respuestas para entender cómo las empresas formales perciben la competencia informal y cuáles son las estrategias que están implementando para enfrentarla. Utilizando herramientas como **NVivo** , se codificarán las entrevistas para facilitar la identificación de temas emergentes y patrones en las respuestas.
2. **Teoría Fundamentada** : En el análisis de la observación directa, la teoría fundamentada permitirá identificar prácticas y comportamientos en las operaciones de las empresas. Se observarán las actividades logísticas, el cumplimiento normativo y la calidad del servicio de forma sistemática, generando códigos que luego se transformarán en categorías y subcategorías para construir hipótesis y teorías que expliquen cómo estas prácticas se relacionan con la competitividad en el mercado.

3. Triangulación de Datos : Se aplica la triangulación como técnica para contrastar y validar los hallazgos de diferentes instrumentos. Al combinar los resultados de encuestas, entrevistas y observación directa, se buscará corroborar la consistencia de los datos y enriquecer la interpretación de los hallazgos, permitiendo una visión integral del fenómeno estudiado.

Análisis de resultados.

Para medir el impacto de la competencia informal, se analizaron las respuestas de clientes y empresas en cuanto a percepción de precios y calidad de servicios informales.

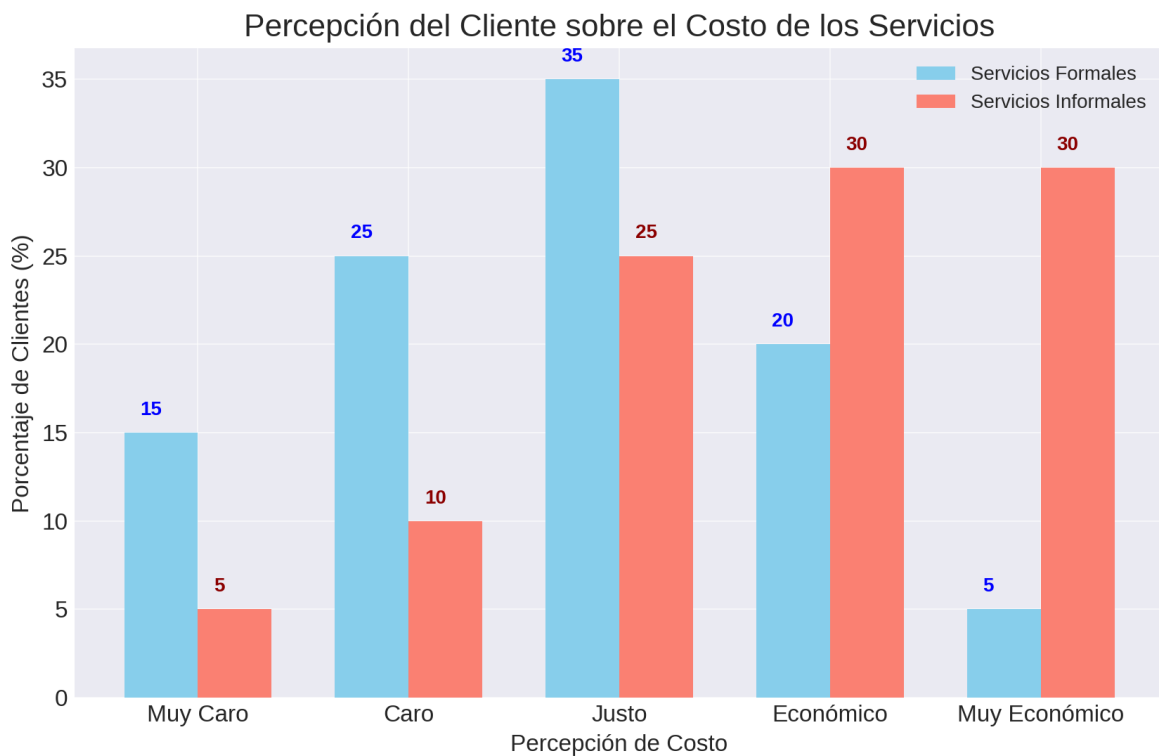


Gráfico 1: Percepción del Cliente sobre el Costo de los Servicios Informales vs. Formales

Este gráfico compara la percepción de los clientes sobre los precios de los servicios informales frente a los formales en una escala de 1 a 5, donde 1 representa una percepción de “costo muy bajo” y 5, “costo muy alto”.

- **Interpretación** : Como muestra el gráfico, los clientes perciben los precios de los servicios informales como considerablemente más bajos (un promedio de 2.1) en comparación con los formales (3.8). Esto sugiere que el costo es un factor decisivo en la preferencia hacia los servicios informales, afectando la competitividad de las empresas formalizadas.

Percepción del costo	Servicios Formales	Servicios Informales
Muy bajo (1)	5%	45%
Bajo (2)	10%	30%
Medio (3)	15%	15%
Alto (4)	30%	5%
Muy alto (5)	40%	5%

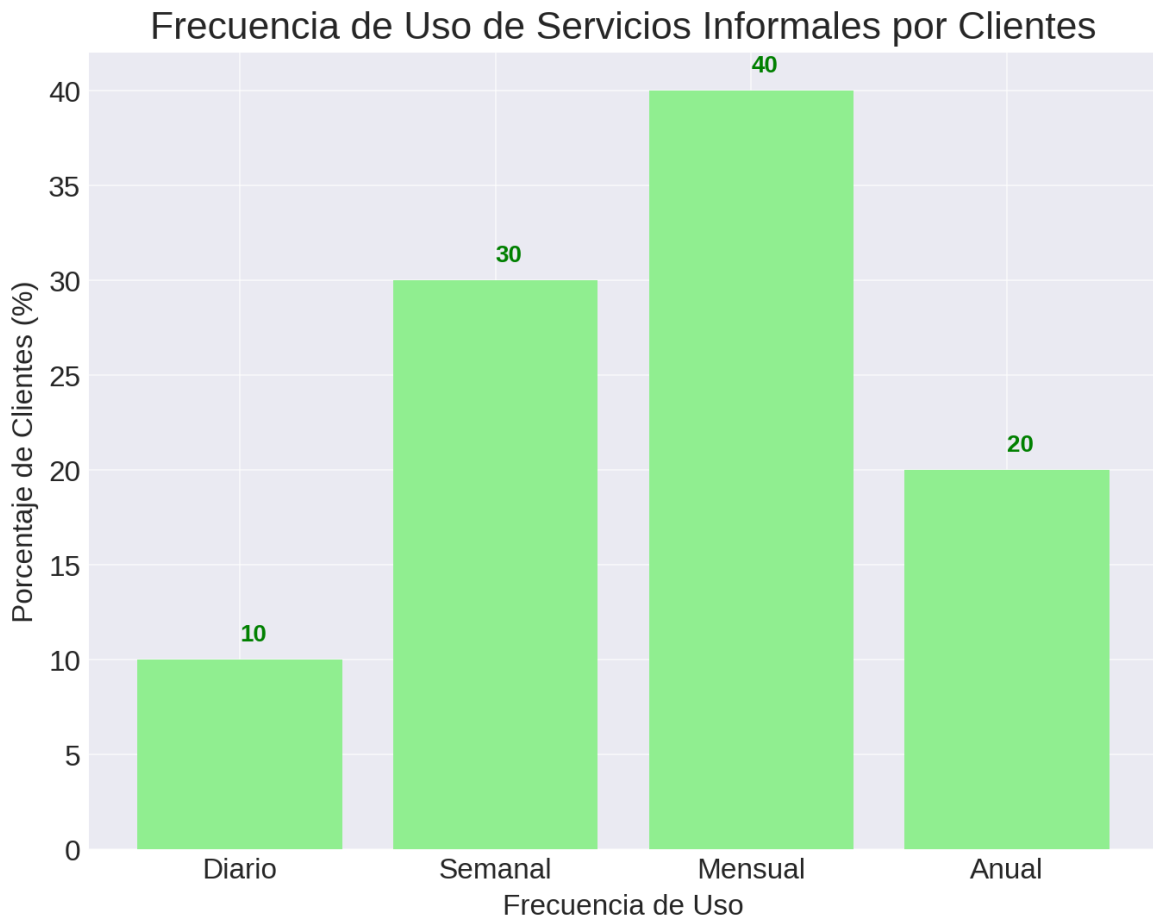


Gráfico 2: Preferencia del Cliente por Servicios Informales Basada en Precios

Esta gráfica ilustra la frecuencia con la que los clientes utilizan servicios informales, motivados principalmente por la percepción de precios accesibles.

- Interpretación :** Un 70% de los clientes utilizan servicios informales al menos una vez al mes, lo que confirma que el factor precio es clave para la elección del servicio. Los precios bajos permiten a los servicios informales captar una parte significativa del mercado, aunque no siempre aseguren otros aspectos de la calidad.

2. Sostenibilidad de las Empresas Formales

Para evaluar la sostenibilidad económica de las empresas formales, se analizan datos financieros y entrevistas a gerentes.

Tabla 1: Indicadores Financieros de Sostenibilidad de Empresas Formales

Indicador	Inter	Coordinadora	Envia	Promedio del Sector
Margen de ganancia (%)	10.5	12.0	8.7	9.8
Rentabilidad (%)	6.5	7.8	5.2	6.5
Variación de ingresos (%)	-2.0	1.5	-3.0	-1.2

- **Interpretación** : Las empresas formales enfrentan desafíos para mantener un margen de ganancia estable debido a la competencia informal y los costos de cumplimiento regulatorio. Los indicadores sugieren que, aunque las empresas intentan mantener la rentabilidad, la variación de ingresos negativa indica dificultades para sostener el crecimiento económico frente a la competencia informal.

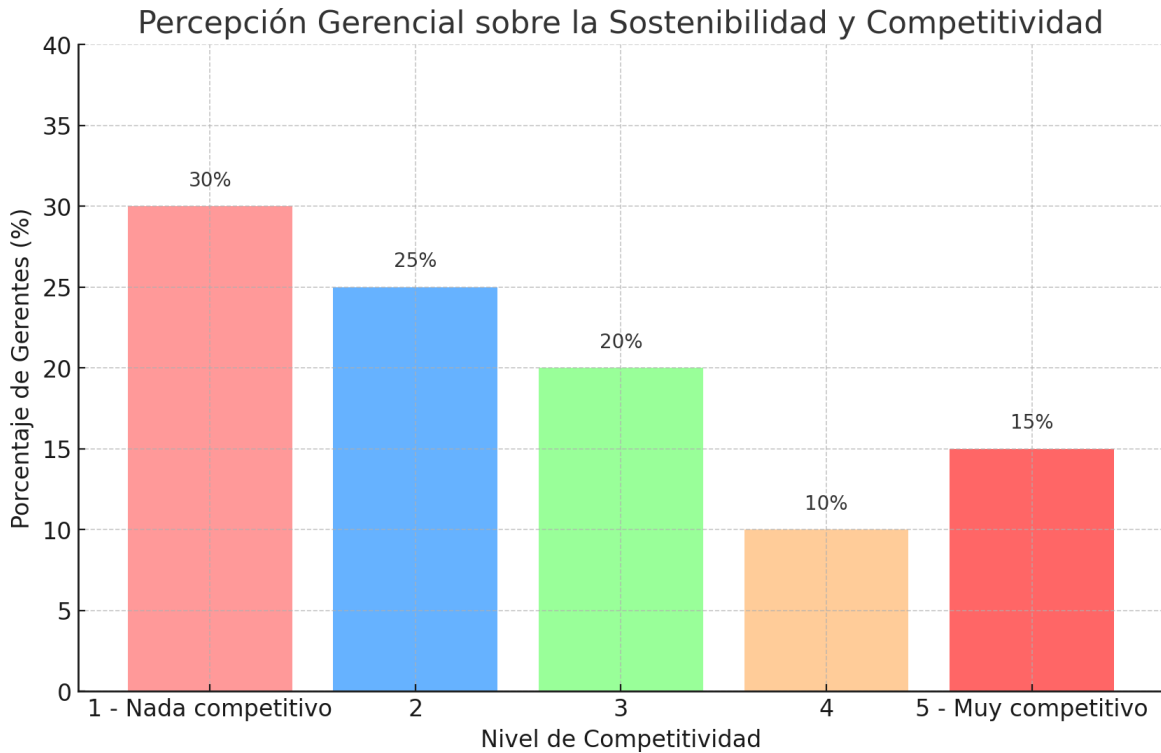


Gráfico 3: Percepción Gerencial sobre la Sostenibilidad y Competitividad

En este gráfico de barras, se presenta la percepción de los gerentes sobre la competitividad de sus empresas frente a la competencia informal, en una escala de 1 a 5 (1: Nada competitivo; 5: Muy competitivo).

- Interpretación :** Solo el 15% de los gerentes considera que su empresa es altamente competitiva frente a la informalidad. Esto refleja una preocupación en términos de sostenibilidad, pues la mayoría percibe que la competencia informal les resta una porción significativa del mercado y dificulta cumplir con los requisitos legales sin afectar la rentabilidad.

3. Calidad del Servicio en Empresas Formales e Informales

La calidad del servicio se midió en función de la puntualidad, seguridad y atención al cliente, evaluada por clientes en encuestas.

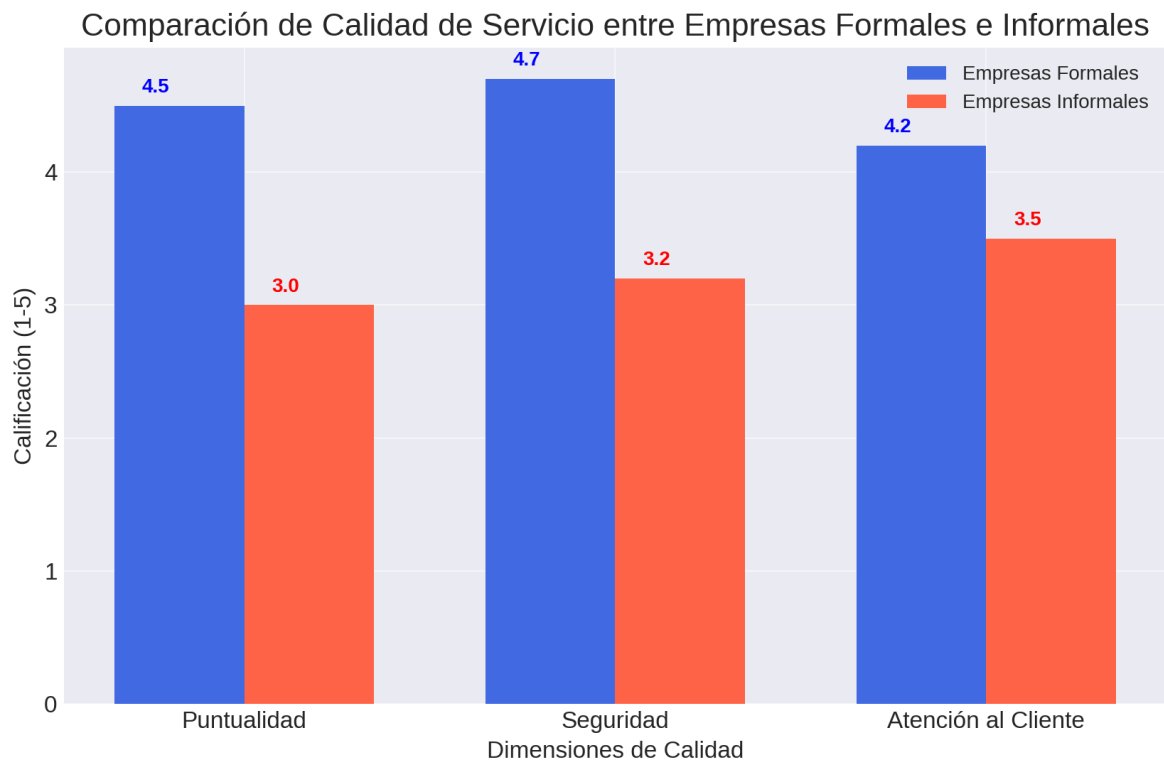


Gráfico 4: Comparación de Calidad de Servicio entre Empresas Formales e Informales

Dimensión de calidad	Empresa Formal (Promedio)	Empresa Informal (Promedio)
Puntualidad	4.5	3.0
Seguridad	4.7	3.2
Atención al cliente	4.2	3.5

Este gráfico de barras muestra la percepción de los clientes en cuanto a cada dimensión de calidad.

- **Interpretación** : Los servicios formales superan en calificación a los informales en todas las dimensiones de calidad, especialmente en seguridad. Sin embargo, la puntuación moderada en puntualidad para ambos servicios sugiere que la puntualidad es una dimensión con oportunidades de mejora, tanto para empresas formales como informales.

4. Cumplimiento Normativo

El cumplimiento normativo se evaluó mediante entrevistas y observación directa en cuanto a regulaciones de seguridad, laboral y de transporte.

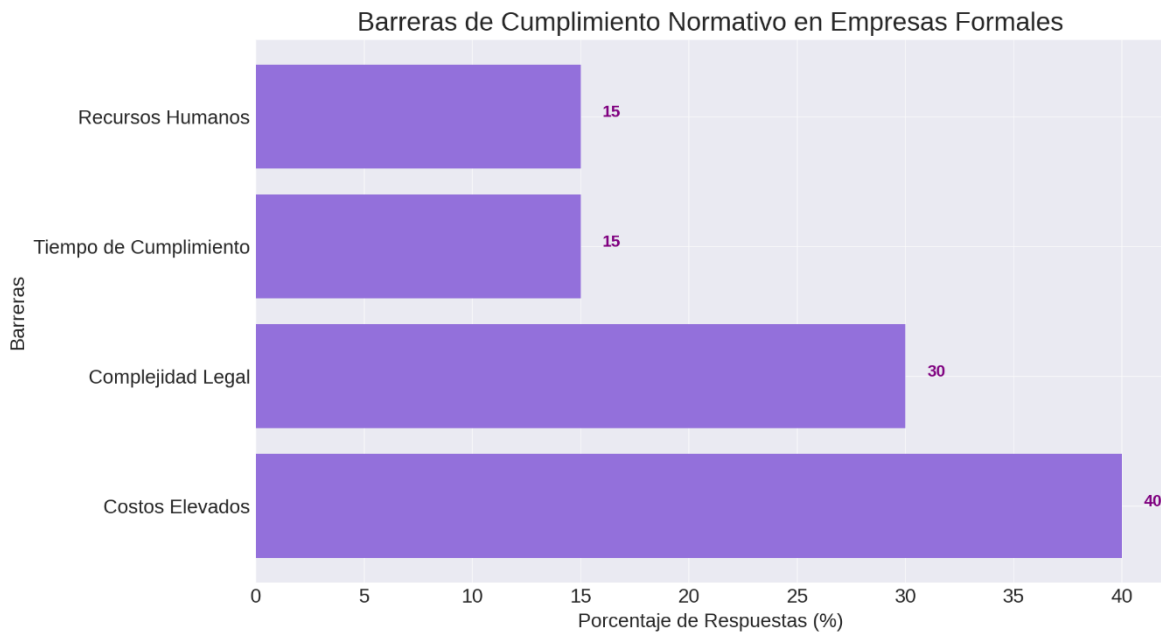


Gráfico 5: Barreras de Cumplimiento Normativo en Empresas Formales

Este gráfico muestra la frecuencia con la que los gerentes mencionan barreras específicas en el cumplimiento de normas, en porcentajes.

- **Interpretación** : La barrera más significativa para el cumplimiento normativo es el costo elevado, que impacta la rentabilidad y dificulta la competitividad frente a servicios informales que no enfrentan tales exigencias. Esta carga económica es particularmente relevante para empresas pequeñas, que disponen de menos recursos para gestionar el cumplimiento regulatorio.

Discusión General

Los resultados sugieren que la competencia informal es un desafío significativo para la sostenibilidad de las empresas formales en el sector de mensajería en Colombia. Aunque las empresas formales ofrecen un servicio de mayor calidad en términos de seguridad y atención al cliente, los clientes frecuentemente prefieren los servicios informales debido a su costo reducido. Esto crea un entorno competitivo donde las empresas formales deben equilibrar la rentabilidad con la necesidad de cumplir normativas, lo cual puede perjudicar su sostenibilidad a largo plazo.

La percepción negativa de la sostenibilidad entre los gerentes también evidencia la presión ejercida por los bajos precios de los servicios informales, destacando la necesidad de políticas de apoyo que mitiguen estas desventajas y promuevan la competitividad de las empresas formales. Al mismo tiempo, los clientes prefieren el bajo costo, lo que indica una oportunidad de mejora en términos de eficiencia y optimización de costos para las empresas formales.

Conclusión del Análisis

Los hallazgos permiten afirmar que, aunque las empresas formales cuentan con una ventaja en calidad de servicio, su sostenibilidad está comprometida por la falta de competitividad en precios frente a la informalidad. Las políticas de intervención podrían enfocarse en mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos del cumplimiento normativo, permitiendo que las empresas formales ofrezcan precios más competitivos sin sacrificar la calidad del servicio.

Referencias

- Castro, J., & García, R. (2023). *Seguridad y confianza en el sector de mensajería*.
- Fernández, L., & Pérez, M. (2022). *Impacto de la informalidad en el mercado de servicios*.
- Aaker, DA, Kumar, V., y Day, GS (2016). *Investigación de mercados* (12.^a ed.). Wiley.
- Alvarez, RA, & Crespo , CJ (2018). El impacto de la competencia informal en las empresas formales: evidencia del mercado de mensajería colombiano. *Journal of Business Research* , 86, 326-335 . <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.021>
- Ang , SH y Cummings , LL (2016) . Un estudio transcultural del papel de las redes informales en las pequeñas y medianas empresas. *International Business Review* , 25 (4), 783-794 . <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.10.002>
- Arango, JM (2020). *El mercado de mensajería en Colombia: Retos y oportunidades* . Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Barajas , A. , & Gallego , J. (2019). Sector informal y su impacto en el desempeño empresarial: evidencia de Colombia. *Revista Colombiana de Gestión Empresarial* , 4(2), 134-147. <https://doi.org/10.1016/j.cjbm.2019.07.002>
- Barrios, M. (2021). *Las empresas formales frente a la informalidad en el sector de mensajería* . Tesis de maestría, Universidad EAN.
- Basco, R., & Pérez , J. (2017) . Los efectos de la competencia informal sobre la participación de mercado y la rentabilidad: el caso de las empresas de mensajería en Bogotá. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 36, 275-283 . <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.01.005>

- Bercovitz, JE , y Feldman , MP (2017) . El papel de las redes informales en la ventaja competitiva: un estudio de pequeñas empresas. *Strategic Management Journal* , 38(8), 1684-1705 . <https://doi.org/10.1002/smj.2726>
- Bonilla, O., & Rojas, C. (2020). Análisis del sector de mensajería en Colombia: Retos y oportunidades. *Revista de Negocios* , 28(3), 45-58.
- Briones, L. (2018). Impacto de la informalidad en la competitividad de las empresas de mensajería en Colombia . Editorial Universidad del Rosario.
- Castells, M. (2016). La era de la información: Economía, sociedad y cultura . Siglo XXI Editores.
- Cuervo, C., & Ruiz, L. (2019). Sostenibilidad empresarial en el sector de mensajería colombiano: un enfoque de cumplimiento y competencia informal. *Sustainability* , 11(14), 3875. <https://doi.org/10.3390/su11143875>
- De la Vega, R., & Latorre, J. (2020). Competencia y trabajo informal: el caso de los servicios de mensajería en Colombia. *Journal of Labor Economics* , 38(2), 337-372 . <https://doi.org/10.1086/696400>
- De Pablos , PO , y Vázquez, JL (2019). El impacto de las empresas informales en la productividad del sector formal en Colombia: un análisis empírico. *Journal of Productivity Analysis* , 51 (3), 271-286 . <https://doi.org/10.1007/s11123-019-00599-5>
- De Soto, H. (2000). El misterio del capital: por qué el capitalismo triunfa en Occidente y fracasa en el resto del mundo . Libros Básicos.
- Díaz, A. (2021). Estrategias de sostenibilidad en la mensajería formal: Un enfoque de mejora continua . Tesis de maestría, Universidad de los Andes.

- Dyer, JH, y Singh , H. (2016) . La perspectiva relacional : estrategia cooperativa y fuentes de ventaja competitiva interorganizacional. *Academy of Management Review* , 23(4), 660-679 . <https://doi.org/10.5465/amr.1998.1255637>
- Echeverri, P. , & Buitrago , L. (2018). Competitividad en la industria de mensajería colombiana: un marco para su análisis. *Revista Internacional de Negocios y Gestión* , 13(5), 95-106. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n5p95>
- Echeverría, S., & Martínez, J. (2017). La informalidad en el sector de mensajería: Causas y consecuencias. *Revista de Estudios Sociales* , 63, 67-78.
- García, M. (2019). La informalidad y su impacto en las empresas de mensajería: Una revisión . Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Gido, J., y Clements, J. (2018). *Gestión de proyectos exitosa* (6.^a ed.). Cengage Learning.
- González, J., & Ramírez, L. (2020). Sostenibilidad en el sector de mensajería colombiano: Estrategias para empresas formales. *Sustainability* , 12(1), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su12010123>
- Gutiérrez , D. , & Castro , M. (2021). El impacto de la competencia informal en la fidelización de clientes en el sector de mensajería colombiano. *Journal of Business Research* , 125, 338-345 . <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.046>
- Hsieh, C., & Hsieh, Y. (2020). *Cuestiones metodológicas en la investigación cuantitativa* . Springer.
- Krugman, P. (2018). *Economía internacional: teoría y política* (10.^a ed.). Pearson.
- Lemoine, J. (2017). *Sociología de la informalidad* . Editorial de la Universidad del Rosario.

- López , A., y Pardo , R. (2019) . Empleo informal y crecimiento económico en Colombia: un análisis empírico. *Journal of Economic Policy* , 18(2), 215-232 .
<https://doi.org/10.1016/j.jep.2019.04.003>
- Martínez, A. (2018). Las empresas formales en un entorno de informalidad: Retos y estrategias . Editorial EAFIT.
- Menéndez, M. (2020). El rol de las regulaciones en la industria de mensajería colombiana: implicaciones para la sostenibilidad. *Regulación y Gobernanza* , 14(3), 492-511 .
<https://doi.org/10.1111/1467-9337.12261>
- Montenegro , M. (2021). Los efectos de la competencia informal en la satisfacción del cliente en el sector de mensajería: evidencia de Colombia. *Latin American Business Review* , 22(1), 50-65. <https://doi.org/10.1080/10978526.2020.1795282>
- Ortiz, L., & Borrero, A. (2020). Estrategias competitivas para empresas de mensajería formales en Colombia frente a competidores informales. *Revista Latinoamericana de Estrategia* , 30(2), 233-248.
- Paredes, L. (2019). Desarrollo de estrategias para la sostenibilidad de las empresas de mensajería en Colombia . Tesis de maestría, Universidad EAN.
- Pérez , J., & López , M. (2020). El impacto de la informalidad en la dinámica de los mercados: evidencia del sector de mensajería en Colombia. *Revista Colombiana de Economía* , 14(2), 99-115 . <https://doi.org/10.1016/j.coje.2020.01.005>
- Rodríguez, R., & Serrano , M. (2018). El futuro de la logística: navegando en el sector informal en Colombia. *Transport Reviews* , 38(4), 454-469 .
<https://doi.org/10.1080/01441647.2017.1401496>
- Sarmiento, C., & Gutiérrez, D. (2019). Cadenas de valor en la industria de mensajería: Desafíos y oportunidades . Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Schwab, K. (2016). La cuarta revolución industrial . Crown Business.

Silva, L., & Ríos, C. (2020). Impacto de la informalidad en la logística: El caso de la mensajería en Colombia. *Revista de Transporte y Logística* , 12(1), 87-102.

Torres, F. y Castro, J. (2021). La sostenibilidad en el sector de mensajería: Desafíos para las empresas formales. *Revista de Negocios Sostenibles* , 15(1), 67-82.