



ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE  
EMPRESARIATO EN EL BARRIO EL RECUERDO

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

PROGRAMA DE ECONOMÍA

BOGOTÁ D.C, 2019



ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE  
EMPRENDIMIENTO EN EL BARRIO EL RECUERDO

JOHN ALEXANDER ANGULO NARANJO

MARCELA BELLANNY TORRES ROJAS

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE ECONOMISTA

DIRECTOR:

EFRAÍN TUNJO

ECONOMISTA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

PROGRAMA DE ECONOMÍA

BOGOTÁ D.C.

2019

## Resumen

El emprendimiento puede ser definido por la iniciativa y aptitud de un individuo que desarrolla un negocio, se caracteriza por personas que asumen riesgos con el fin de obtener resultados que mejoren sus ingresos, para las sociedades se convierte en oportunidades que generan innovación y competitividad que beneficia a toda la comunidad.

La metodología utilizada para conocer el nivel de emprendimiento en el barrio el Recuerdo se hizo a través de un instrumento que permitió recopilar datos de forma directa, tanto cualitativos como cuantitativos, una caracterización de toda la zona comercial con registros fotográficos e información de los negocios, luego una tabulación de los datos recopilados que previamente arrojaran cifras para su análisis y debida interpretación.

Con la caracterización se conoció como la mayoría de los emprendedores en un proceso de consolidación se mantienen en el mercado generando las utilidades esperadas al momento de emprender, la solidez y experiencia de algunos propietarios en su modelo de negocio sirvió como ejemplo para las personas que hace poco iniciaron, prueba de ello la competitividad generada por el mismo tipo de negocios en todo el barrio.

Una de las formas de progresar es asumiendo riesgos como los emprendedores de la muestra, la inquietud que todos tienen por mejorar su nivel de vida, debe llevar a trabajar por su realización, las dificultades en el camino deberán ser superadas con resiliencia, la constancia por los buenos resultados alimentara la fuerza necesaria que llevar a cabo todo lo propuesto.

**Palabra clave:** emprendimiento, caracterización, oportunidades, consolidación

## ABSTRACT

Entrepreneurship can be defined by the initiative and the aptitude of an individual who develops a business, is characterized by people who take risks in order to obtain results that improve their income, for societies they become opportunities that innovation and competitiveness that they benefit the whole community.

The methodology used to determine the level of entrepreneurship in the neighborhood was done through an instrument that allowed data to be collected directly, both qualitative and quantitative, a characterization of the entire commercial area was made with photographic records and information on the businesses, then a tabulation of the data collected that previously yielded figures for analysis and due interpretation.

With the characterization it became known as the majority of entrepreneurs in a consolidation process remain in the market generating the expected profits at the time of undertaking, the solidity and experience of some owners in their business model served as an example for the people who do little began, proof of this the competitiveness generated by the same type of business in the entire neighborhood.

One of the ways to progress is by taking risks such as the entrepreneurs of the sample, the concern that everyone has to improve their standard of living, must lead to work for its realization, the difficulties on the road must be overcome with resilience, and the constancy for Good results will feed the necessary force to carry out everything proposed.

**Keywords:** entrepreneurship, characterization, opportunities, consolidation

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO 1.	4
PREGUNTA PROBLEMA	4
OBJETIVOS	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
MARCO TEÓRICO	5
CAPÍTULO 2.	9
2.1 Metodología	9
2.1 Desarrollo metodológico:	9
2.1.1 Primera Fase	9
2.1.2 Segunda Fase	10
2.1.3 Tercera Fase	10
2.1.4 Cuarta Fase	10
2.1.5 Quinta Fase	11
CAPÍTULO 3.	12
3.1 El barrio El Recuerdo en la localidad de Teusaquillo	12
3.2 Distribución geográfica del Barrio el Recuerdo	17
3.3 Caracterización sectorial del establecimiento comercial en el Barrio	17
3.4 Instrumento muestral	18
CAPÍTULO 4.	21
4.1 Resultados	21
4.1. Análisis sistematización del instrumento	21
CAPÍTULO 5.	41
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	43
ANEXOS	46

## Índice de gráficas

Gráfica 1. Género de los emprendedores .....	21
Gráfica 2 Actividad principal del emprendimiento .....	21
Gráfica 3. Conoce la vocación productiva del sector .....	222
Gráfica 4. Tiene relaciones comerciales con establecimientos de sector .....	222
Gráfica 5. Considera que su negocio responde a la vocación turística del sector .....	223
Gráfica 6. Diversificaría su negocio para adecuarlo a la vocacion productiva del sector .....	223
Gráfica 7. Productos o servicios de los emprendimientos.....	224
Gráfica 8. Tiene matricula mercantil.....	224
Gráfica 9. Nivel de escolaridad .....	225
Gráfica 10. Sitio donde se encuentra ubicado el negocio.....	225
Gráfica 11. . Dificultades del negocio actualmente.....	226
Gráfica 12. Principales razones para elegir el sector.....	226
Gráfica 13. Volumen de ventas .....	227
Gráfica 14. Ha pensado en mudarse.....	228
Gráfica 15. En el último año ha solicitado créditos al sistema financiero para este negocio.....	228
Gráfica 16. En el último año ha solicitado crédito para el negocio.....	229
Gráfica 17. Principalmente donde adquiere sus productos .....	229
Gráfica 18. Principal medio de pago .....	30
Gráfica 19. Estaría dispuesto a comprar insumos, maquinaria o equipo conjuntamente con otros establecimientos a fines a su actividad.....	30
Gráfica 20. Como comercializa sus productos .....	31
Gráfica 21. Principales clientes .....	32
Gráfica 22. Cantidad de trabajadores permanentes .....	32
Gráfica 23. Trabajadores temporales contratados .....	33
Gráfica 24. Invierte en capacitación de la mano de obra .....	33
Gráfica 25. Principal problema con la mano de obra .....	34
Gráfica 26. Principalmente donde vende sus productos.....	35
Gráfica 27. Ha introducido alguna mejora o innovación en el proceso productivo .....	336
Gráfica 28. Tipo de inversión.....	37
Gráfica 29. Problemas en el proceso productivo.....	37
Gráfica 30. Que consideraría para establecer una alianza.....	38
Gráfica 31. Que falta para consolidarse y mantenerse en el tiempo .....	39
Gráfica 32. En que le gustaría profundizar conocimiento.....	40

## Índice de gráficas

Ilustración 1. Mapa geográfico barrio El Recuerdo .....	12
Ilustración 2.Parque Simón Bolívar .....	13
Ilustración 3.Estadio Nemesio Camacho el Camping .....	14
Ilustración 4.Coliseo Movistar Arena .....	14
Ilustración 5.Universidad Nacional de Colombia .....	14
Ilustración 6.Centro de Convenciones Conferías .....	15
Ilustración 7.Biblioteca Virgilio Barco .....	15
Ilustración 8. Mapa geográfico Barrio El Recuerdo.....	16
Ilustración 9 Caracterización sectorial por grupo.....	17
Ilustración 10. Caracterización Geográfica Del Barrio El Recuerdo .....	18

## **INTRODUCCIÓN**

El estudio de caso que se realiza en el presente trabajo, nace de la relación entre la Junta de Acción Comunal - JAC, del Barrio El Recuerdo de la Localidad de Teusaquillo, y el Programa de Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

En este acercamiento, se planteó la necesidad de realizar un diagnóstico del barrio, en materia productiva, especialmente en los diferentes negocios comerciales que se vienen desarrollando y si estos tienen algún tipo de relación con la dinámica que se da en el mismo barrio o en la localidad de Teusaquillo.

Cabe mencionar que este estudio pretende ser la base para la presentación de un proyecto mayor a la Embajada de España, que apuntará al apoyo de todas las iniciativas que se puedan dar en el fortalecimiento de las unidades comerciales identificadas y en la generación de estrategias de cooperación entre ellas.

Es claro que el emprendimiento se ha considerado como una herramienta fundamental para el fomento y progreso de las sociedades, este término proviene del francés “entrepreneur” que hace referencia aquella persona capaz de crear e innovar en un modelo de negocio según las necesidades del individuo o de las necesidades identificadas en un sector. También es considerado como la capacidad que tiene una persona de crear o innovar en un modelo negocio.

Partiendo de lo anterior, el objetivo principal de este trabajo es el de identificar y caracterizar los establecimientos comerciales que tanto residentes y foráneos han fundado en el barrio, con el fin de medir y diagnosticar el emprendimiento del sector.

Para la ejecución del proyecto se realizó en primer lugar un marco referencial con los principales teóricos que sustentan el tema, esto para identificar las concepciones y limitantes del emprendimiento, en segundo lugar, se procede con el trabajo de campo que

se compone por una caracterización sectorial y aplicación del instrumento en la muestra poblacional. Posteriormente se hace el desarrollo analítico y descriptivo de los resultados obtenidos, esto desde una perspectiva socioeconómica.

Por último, se presenta las conclusiones y recomendaciones a las que se llega con los resultados obtenidos en la investigación.

## JUSTIFICACIÓN

La localidad de Teusaquillo en los últimos años ha tenido un proceso de cambio en el uso del suelo, esto por tener una ubicación privilegiada dentro de la ciudad de Bogotá, el cambio gradual de residencial a comercial, ha generado expectativas en los residentes del barrio el Recuerdo que entienden como esta dinámica ha transformado su modo de vida.

El barrio el Recuerdo cuenta con importantes sitios que lo han llevado a ser conocido a nivel nacional, su cercanía con Corferias y el barrio Quinta Paredes sitios emblemáticos de la ciudad, le han proporcionado una posición privilegiada que algunos habitantes han aprovechado para iniciar sus propios negocios adaptándolos a las necesidades del sector.

De acuerdo a lo anterior, los miembros de JAC del barrio el Recuerdo vienen planteando una serie de necesidades las cuales deben estar ajustadas a las nuevas condiciones de crecimiento de la zona. Esto permite establecer el alcance del proyecto, el cual consiste en realizar un diagnóstico con base en información que se recolectada en el proceso de ejecución.

El emprendimiento es el tema principal para el desarrollo del proyecto, partiendo de esta concepción se busca determinar cómo los emprendimientos de individuos que tomaron la decisión de arriesgar capital y tiempo, ha sido crucial para el progreso económico de la zona.

Se realiza a través de la aplicación de instrumentos descriptivos, cualitativos y cuantitativos que de primera mano revelara información crucial con los objetivos del proyecto, los cuales se fundamentan en mostrar si los cambios generados son positivos o por el contrario negativo.

## **CAPÍTULO 1.**

### **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cuáles son los diferentes establecimientos comerciales que existen en el barrio El Recuerdo de la Localidad de Teusaquillo en Bogotá?

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo general**

- Identificar y Caracterizar los diferentes establecimientos comerciales que se desarrollan en el Barrio El Recuerdo de la Localidad de Teusaquillo.

#### **Objetivos específicos**

- Establecer y delimitar la zona de estudio, a través de la identificación de establecimientos comercial con sus respectivas coordenadas.
- Realizar un estudio de las características de los establecimientos comerciales, a través de la aplicación de una encuesta personalizada.
- Analizar los resultados de las encuestas aplicadas, clasificando el tipo de establecimientos comerciales evidenciado en el trabajo de campo.

### **HIPÓTESIS**

El Barrio el Recuerdo de la Localidad de Teusaquillo cuenta con una vocación de negocios importante, que puede contribuir en el desarrollo del barrio y fortalecida a través de programas de apoyo y promoción.

## MARCO TEÓRICO

A través de la historia, el emprendimiento ha tenido un proceso decisivo en la evolución de las economías. Los seres humanos durante años nos hemos forjado en diferentes proyectos que han contribuido con el desarrollo investigado, el crecimiento de comunidades y la expansión de mercados. Por esta razón se considera el emprendimiento como foco principal de desarrollo y transformación de los sectores productivos y del progreso social.

El termino de emprendimiento proviene del francés “entrepreneur” que hace referencia aquella persona capaz de crear e innovar en un modelo de negocio según las necesidades del individuo o las necesidades identificadas en un sector.

La figura del empresario ha tomado gran importancia debido a la generación de empresa, innovación ingresos y empleo, es por ello que varios autores han llegado a definir este concepto

Venkataraman, afirman que el emprendimiento se da por nuevas iniciativas de negocios que son concebidas y desarrolladas por aquellas persona que identifican una oportunidad en el mercado (Venkataraman, 2000). De igual manera Andy Freire emprendedor argentino, define al emprendedor como aquella persona que identifica una debilidad y crea una oportunidad de negocio (Freire, 2006).

Sin embargo, a quienes consideran el emprendimiento, no como oportunidad sino como un riesgo que emprende el individuo. Para J. Thünen (1783-1850), el emprendedor es aquella persona que en condiciones de riesgo toma decisiones (Rodríguez y Jiménez, 2005).

También aquel capaz de asumir riesgos en condiciones de incertidumbre (Hamilton & Haper, 1994). Según Turgot, este riesgo que asume los emprendedores depende de la participación de capital que empleen en el proceso productivo (Fuente, 2009).

Desde la perspectiva académica, existen varios economistas que han fundamentado el concepto de emprendimiento como factor económico y social de la transformación de entornos. Entre los exponentes clásicos se destaca las contribuciones de Richard Cantillón, Jean Baptiste Say y y John Stuart Mill como principales pioneros de esta teoría.

Richard Cantillon (1680-1734), exponente del emprendimiento y su impacto en el entorno, afirma que un agente económico es aquel que adquiere de manera ordenada medios de producción para obtener nuevos productos y así generar un beneficio económico, es decir que los emprendedores son seres racionales que identifican las oportunidades de un sector determinado para convertirlas en medio de ingresos, siempre y cuando se estudie de manera ordenada la creación del producto final (Cantillon, 1755).

Jean Baptiste Say (1767–1832) exponente clásico, define al emprendedor como un individuo líder, tomador de riesgos y evaluador de proyectos que a través de recursos logra que una zona de bajo rendimiento llegue a ser considerada de alta productividad, este pensamiento nos describe el interés de los emprendedores, que con una visión clara de las necesidades del entorno crean, mejoran o innovan un medio producción con el fin de generar un beneficio (Say, 1804).

Para John Stuart Mill (1806–1873) teórico del utilitarismo, el emprendimiento reside en el estado de bienestar, señala que la búsqueda de beneficios y la maximización del bienestar es la generadora de emprendimiento en las personas (Mill, 1984).

La teoría neoclásica también ha sido participe en el desarrollo de la concepción de emprendedor, pero desde una visión de productividad, utilidad marginal y capitalismo. Entre los neoclásicos se destaca las contribuciones Max Weber y Alfred Marshall.

Max Weber (1864-1920) identifica dos tipos de empresarios, el tradicional que no posee una mentalidad empresarial por generar aumento de riqueza ni de producción y el

capitalista que desarrolla una mentalidad empresarial, en pro de aumentar su poder adquisitivo. También manifiesta que el individualismo, la competencia y la desconfianza son características propias del emprendedor (Weber, 1984).

En el ámbito de la productividad, Alfred Marshall afirma que el emprendedor se identifica porque es capaz de innovar o mejorar algo existente, permitiendo la transformación de su estilo de vida y la de su entorno (Zaratiegui, 2002). Además, parte de la teoría de elección racional, donde define que el individuo toma decisiones cuando maximiza su utilidad (Mártinez, 1998).

Como complemento, Joseph Schumpeter representante de la escuela austríaca, considera que el auge o recesión de una economía es resultado directo de la toma de decisiones de los empresarios o emprendedores, ya que establece que en ellos recae la responsabilidad de sus emprendimientos. También plantea que las innovaciones son necesarias para estimular la economía en su conjunto y que la principal función de los emprendedores es renovar o reformar los organismos de producción (a través de mejoramiento o creación de productos, adquisición de nuevas fuentes de insumos o materiales nuevo), ya que considera que es un mecanismo fundamental para el crecimiento y progreso en las industrias (Schumpeter, 1939).

De igual manera, José Luis Coraggio economista social, establece la cooperación como eje estructurador del desarrollo de los individuos y comunidades, lo que permite generar una economía popular y solidaria, este nos habla claramente de cómo los emprendimientos en una escala pequeña, tienen la suficiente fuerza de transformar el entorno. Para él, la economía solidaria y popular debe integrar el principio de solidaridad en los individuos, puesto que en la manera que se desarrolle este principio se podrá maximizar y potencializar

los procesos de integración en una comunidad, conllevando a un crecimiento y beneficio en conjunto (Coraggio, 2016).

Para McClelland, la mejora productiva depende de la capacidad que tenga el empresario para combinar los factores de producción, al considerar que incrementar el capital y reducir la mano de obra genera un mayor índice de eficiencia en la producción (McClelland, 1969).

Por último, Amartya Sen afirma que el nivel de desarrollo no se mide por el poder adquisitivo de un individuo, sino por el grado de libertad que tenga para participar en una sociedad, es decir que en la manera que en el individuo logre una plena satisfacción de sus necesidades básicas podrá generar un valor agregado al desarrollo individual y colectivo de su entorno (Sen, 2000). Como es el caso de los emprendedores, que basados en las necesidades del sector y la interacción con otros individuos, adaptan sus proyectos y actividades a las necesidades de su entorno, contribuyendo no solo con el desarrollo individual sino con el desarrollo colectivo.

Como vemos las diferentes concepciones entre los autores difieren según su época e ideología, más sin embargo se observa la importancia del emprendedor como elemento de progreso para el sector económico y social, ya que la creación e innovación de los individuos generan crecimiento del mercado por ende aumenta la inversión y el empleo beneficiando a la sociedad en general (Julien, 2005).

## **CAPÍTULO 2.**

### **2.1 Metodología**

El interés del proyecto nace de la iniciativa de la Junta de Acción Comunal - JAC del Barrio el Recuerdo por identificar el emprendimiento que tienen sus residentes, esto con el fin de conocer las expectativas de sus habitantes y así plantear estrategias que beneficien al sector a través de asociaciones comerciales. A continuación, se presenta el desarrollo metodológico con sus respectivas fases.

#### **2.1 Desarrollo metodológico:**

La investigación se desarrolló desde un estudio analítico, descriptivo, cualitativo y cuantitativo, esto para ofrecer resultados verídicos a la hora de tomar decisiones. Para la recopilación de datos e información se realizó un primer encuentro con la JAC del barrio El Recuerdo esto con el fin de conocer las principales necesidades y los resultados que ellos esperan obtener mediante la aplicación del proyecto.

##### **2.1.1 Primera Fase**

En acuerdo con la JAC y los miembros partícipes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se planteó realizar una caracterización de los establecimientos comerciales de la zona, esto para tener una identificación de los sectores productivos y la cantidad de establecimientos.

La aplicación de caracterización en la zona está compuesta por soportes fotográficos, razón social, dirección, coordenadas e identificación de los establecimientos comerciales. Se identificaron 326 negocios.

### **2.1.2 Segunda Fase**

Con los resultados obtenidos en la caracterización socioeconómica se calcula a través de fórmula de muestra poblacional los establecimientos requeridos para la aplicación del instrumento. Cabe aclarar que las franquicias y entidades públicas se excluyeron de la muestra poblacional, ya que el objetivo del proyecto es el emprendimiento de los residentes o foráneos por lo tanto se tiene en cuenta los negocios pequeños. Con respecto a lo anterior, se establece una población de 284 negocios, lo que nos permite determinar una muestra total de 80 encuestas.

### **2.1.3 Tercera Fase**

El objeto de aplicar el instrumento con información detallada de la creación y proceso de los establecimientos está basado en Mintzberg (1979), quien afirma que la abundancia de descripciones y datos provenientes del individuo a estudiar, nos permiten obtener con mayor certeza los resultados de la investigación (Mintzberg, 1979).

Para llevar a cabo este objetivo la JAC y los miembros de la UCMC, procedieron a la elaboración y diseño de una encuesta estructurada que incluye información personal, información básica del negocio y preguntas con aspectos socioeconómicos y de interés general. El tiempo estimado para la aplicación del instrumento es de treinta días, esto por las situaciones exógenas que se puedan presentar en la ejecución del instrumento.

### **2.1.4 Cuarta Fase**

Para el inicio de las encuestas, se realiza un primer encuentro con la JAC, esto con el fin de generar un mensaje de sensibilización en los establecimientos comerciales. Por consiguiente, se procede con la respectiva aplicación del instrumento.

### **2.1.5 Quinta Fase**

Una vez realizado el trabajo de campo, se inicia la sistematización de los resultados haciendo la tabulación con los factores más importante a indagar. El análisis descriptivo, estadístico y grafico de las variables del instrumento deben dar respuesta al tema a tratar, y dar a conocer las observaciones de los emprendedores que fueron seleccionados en la muestra.

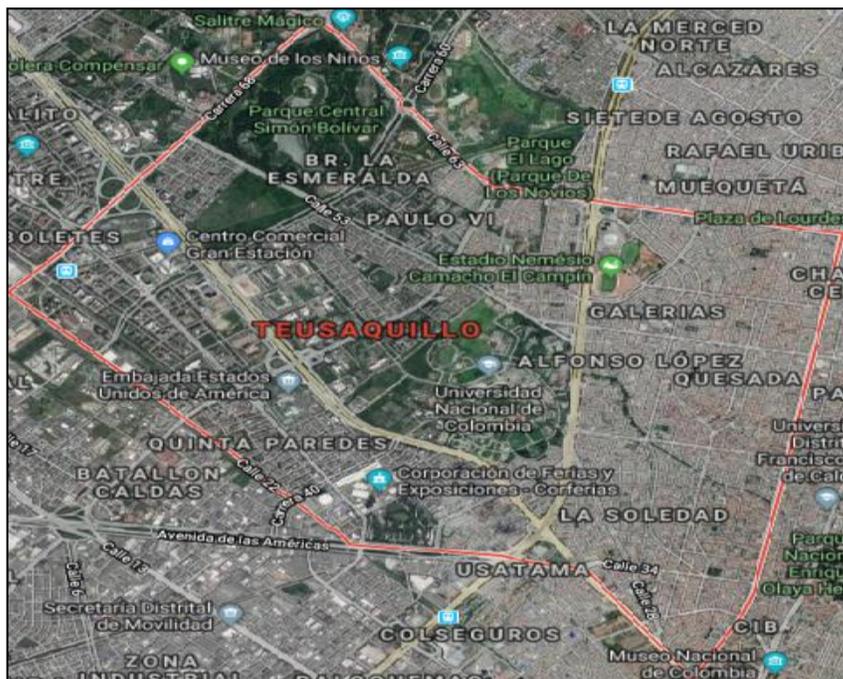
## CAPÍTULO 3.

### 3.1 El barrio El Recuerdo en la localidad de Teusaquillo

Teusaquillo es la localidad número 13 de la ciudad de Bogotá, es considerada como un centro de urbanismo por su tradición y patrimonio arquitectónico. En 1927 es reconocida como el sector residencial más elegante de Bogotá por sus tendencias arquitectónicas al estilo inglés, en la actualidad se conservan varias edificaciones que son usadas como centros de educación, sedes políticas o zonas hoteleras.

Su ubicación estratégica en el centro occidente de Bogotá, delimita al norte con calle 63, donde inicia la localidad de Barrios Unidos, al oriente llega hasta la avenida Caracas, teniendo como frontera la localidad de Santafé. Al sur la Avenida El Dorado y la Avenida Américas limitan con la localidad de Puente Aranda y al occidente por la Avenida carrera 68 limita con la localidad de Engativá.

*Ilustración 1. Mapa geográfico barrio El Recuerdo*



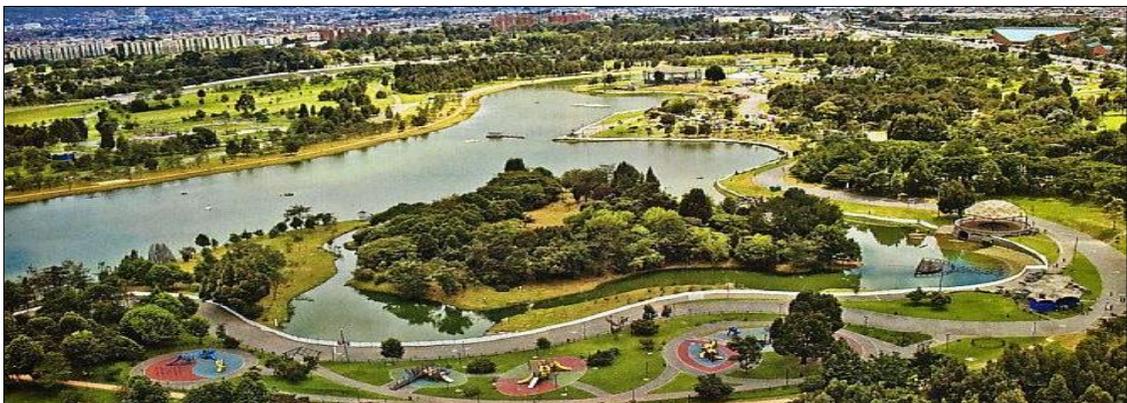
Fuente: Mapa Google Satelital, Localidad de Teusaquillo.

En cuanto a la caracterización general, posee una extensión geográfica de 1.419 Hectáreas con un total de 31 barrios, una población estimada de 140.767 habitantes, aunque se prevé que la población flotante asciende a 400.000 habitantes, cuenta con seis unidades de planeación zonal (UPZ), la cual está conformada por el barrio de Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental

En la parte socioeconómica, prevalece la clase media y alta, los estratos predominantes de la localidad son cuatro y cinco, con la característica de que existen algunos sectores con estrato tres, por ende es válido afirmar que en su mayoría sus residentes cuentan con un poder adquisitivo alto que les permite tener una buena calidad de vida.

Esta localidad se ha convertido en un foco de desarrollo y crecimiento para sus habitantes, gracias a la presencia de sitios emblemáticos como escenarios culturales, centros deportivos, sedes políticas, instituciones extranjeras, fundaciones, zona hotelera y centros formación superior. Entre estos se destacan el parque metropolitano Simón Bolívar, la Universidad Nacional de Colombia, el centro de convenciones de Conferías, el coliseo Movistar Arena, la biblioteca Virgilio Barco, la Embajada Americana y el Centro de Administración Nacional.

*Ilustración 2. Parque Simón Bolívar*



Fuente: Pagina web: [www.Colarte.com](http://www.Colarte.com) – Parque Simón Bolívar

*Ilustración 3. Estadio Nemesio Camacho el Camping*



Fuente: Pagina web: [www.Futbolred.com](http://www.Futbolred.com)- Estadio Nemesio Camacho (El Camping)

*Ilustración 4. Coliseo Movistar Arena*



Fuente: Pagina web: [www.ElTiempo.com](http://www.ElTiempo.com)-Coliseo Movistar Arena

*Ilustración 5. Universidad Nacional de Colombia*



Fuente: página web: [www.Flickr.com-Universidad Nacional de Colombia](http://www.Flickr.com-Universidad Nacional de Colombia)

*Ilustración 6. Centro de Convenciones Conferías*



Fuente: Pagina web: [www.LaNotaEconómica.com-Centro de Convenciones \(conferías\)](http://www.LaNotaEconómica.com-Centro de Convenciones (conferías))

*Ilustración 7. Biblioteca Virgilio Barco*



Fuente: Pagina web: [www.Metrocuadrado.com-Biblioteca Virgilio Barco](http://www.Metrocuadrado.com-Biblioteca Virgilio Barco)

Dadas estas condiciones de la localidad se fundó el barrio El Recuerdo, un sitio donde sus residentes eran personas de la edad tercera edad y profesores que laboraban en la Universidad Nacional, convirtiendo este espacio en un lugar de descanso y tranquilidad, donde la comodidad de cercanía arraigo a la comunidad universitaria, creando condiciones de pertinencia y compromiso que marcaron el desarrollo del barrio.

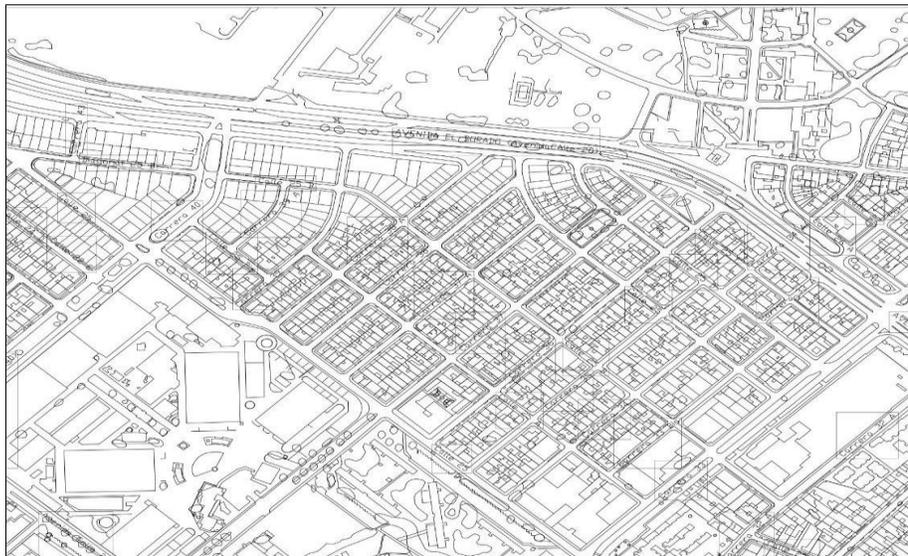
Con el pasar del tiempo se pierde parte de los fundamentos del barrio, sus residentes se ven desplazados por el impacto comercial de la misma zona que un día los recibió, ahora se evidencia una expulsión secuencial de sus fundadores, lo que genera varias problemáticas en los residentes actuales, pero también oportunidades que se quieren aprovechar.

El 8 de junio de 1954 se inaugura Corferias, un centro que inicialmente se crea como un recinto ferial, este auge en la comunidad lo ha convertido en el principal complejo de convenciones del país. Este recinto limita con el barrio el recuerdo, su creación ha fomentado oportunidades de emprendimiento en los residentes quienes crearon y adaptaron sus negocios a las necesidades del recinto, desde allí se comienza a transformar la dinámica con la que se fundó.

Según los residentes y la JAC del barrio, esto ha ocasionado un desplazamiento interurbano de los fundadores del barrio, personas en su mayoría de la tercera edad, que sintieron como la transformación del sector provocó una expulsión, el hecho generó un cambio en el modo de vida de las personas, la decisión de trasladarse en muchos casos no ha sido voluntaria, sino influenciada por los alrededores que están en constante cambio.

En la actualidad el barrio El Recuerdo se compone por 49 manzanas, su límite al norte es la Av. Calle 26, al occidente con la Cra. 33, al sur con la calle 25 y al oriente con la Cra. 44.

*Ilustración 8. Mapa geográfico Barrio El Recuerdo*



Mapa Geográfico Barrio El Recuerdo elaborado por el estudiante de octavo semestre de ingeniería civil, Miguel Mosquera. Universidad Jorge Tadeo Lozano.

### 3.2 Distribución geográfica del Barrio el Recuerdo

Para la caracterización del barrio El Recuerdo se procede con la distribución de las manzanas entre los estudiantes para la respectiva caracterización sectorial. El trabajo de campo se compone de la recopilación básica de información y como característica especial las coordenadas de cada negocio.

Ilustración 9 Caracterización sectorial por grupo



Grupo 1

Grupo 2

Elaboración propia- Clasificación del trabajo de campo, caracterización sectorial

### 3.3 Caracterización sectorial del establecimiento comercial en el Barrio

La caracterización sectorial del barrio se planteó con el fin de identificar los establecimientos públicos (parques, iglesias y entidades públicas) y los establecimientos comerciales (incluidos cupos universitarios y parqueaderos en lugares residenciales).

Para la recopilación de datos se creó un formato de caracterización que incluye información básica de los establecimientos como soporte fotográfico, razón social, dirección, coordenadas de ubicación e identificación o comentarios de aspectos relevantes.

En la siguiente tabla se evidencia una muestra del formato de caracterización. (Documento, ver anexo 3)

*Ilustración 10. Caracterización Geográfica Del Barrio El Recuerdo*

CARACTERIZACIÓN GEOGRAFICA DEL BARRIO EL RECUERDO			
	RAZON SOCIAL	No.	1
	PARQUEADERO PUBLICO PROPIEDAD PRIVADA		-
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33 No. 25A -55		
	COORDENADAS GPS		
	4.628964 -74.086416		
	IDENTIFICACIÓN		
	ESPACIO UTILIZADO PARQUEADERO PUBLICO	PARA	

Elaboración propia, Formato de Caracterización Geográfica Del Barrio El Recuerdo

### 3.4 Instrumento muestral

Para la recopilación de información en el barrio El Recuerdo, se elabora un instrumento con apoyo de la JAC la cual incluye información básica y relevante del emprendimiento en los negocios. (Encuesta, ver anexo)



- V. Estructura de costos
- VI. Mano de obra del establecimiento
- VII. Canales de estrategia de comercialización
- VIII. Necesidades y expectativas
- IX. Observaciones
- X. Control de la encuesta

A través de la caracterización sectorial, se identificó el total de negocios de emprendimiento, y mediante la aplicación de la fórmula de muestra poblacional se estableció la cantidad de negocios necesarios para la recopilación de datos del proyecto. A continuación, se presenta la ficha técnica.

*Ficha técnica muestra poblacional*

Z=	1,76
P=	50%
q=	50%
N=	220
e=	8%
n= 78	

Z= nivel de confianza

P= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la población

e= margen de error (precisión)

Con una población de 220 de negocios, se obtiene una muestra poblacional de n= 78.

Cabe mencionar, que se establece un margen de error del 8%, debido a la complejidad para conseguir la información.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(e^2 \times (N-1)) + z^2 \times p \times q} \quad n = \frac{1.76^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 220}{(0.08 \times (220-1)) + 1.76^2 \times 0.5 \times 0.5} = 78$$

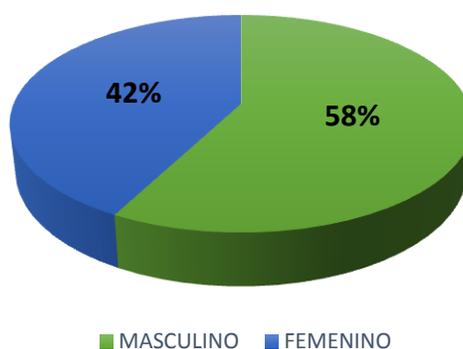
## CAPÍTULO 4.

### 4.1 Resultados

#### 4.1. Análisis sistematización del instrumento

A continuación, se presenta los análisis cualitativos y cuantitativos de la recolección de datos en el barrio El Recuerdo.

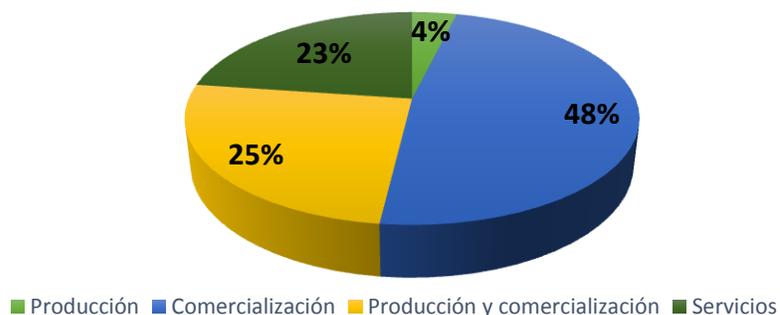
*Gráfica 1. Género de los emprendedores*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Los emprendimientos en el sector en su mayoría son de propiedad de hombres con un porcentaje del 58%, en mujeres el porcentaje es del 42%, esto concluye que la diferencia es un poco más del 10 %, demostrando que el deseo y la acción de emprender es compartida, esto al exigir el mismo nivel de riesgo y deseo de progreso.

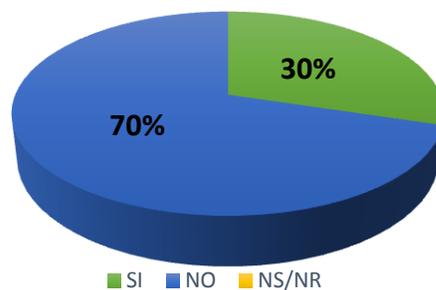
*Gráfica 2 Actividad principal del emprendimiento*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La actividad principal del sector es la comercialización de productos y servicios con un porcentaje del 48%, los negocios que se dedican a la producción y comercialización tienen un porcentaje del 25% que son restaurantes o sitios de comida rápida y los negocios que se dedican a brindar servicios como arreglo de ropa, cerrajería tienen un porcentaje del 23 %, esto indica que en su mayoría los emprendedores dependen de los productos o servicios de empresas externas a la zona para desarrollar su actividad.

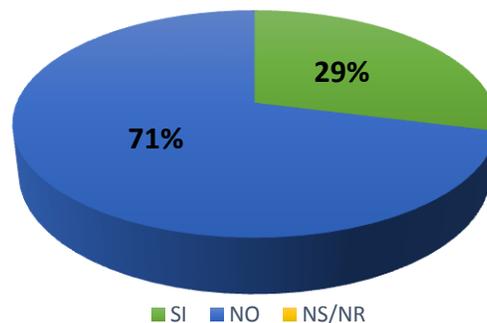
*Gráfica 3. Conoce la vocación productiva del sector*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La vocación productiva se refiere al reconocimiento en actividades comerciales o culturales en un sector, el 70 % abrieron su negocio sin conocer realmente lo que caracterizaba al sector, y un 30 % de los emprendedores se tenían conocimiento de la vocación productiva, hecho por el cual tienen una ventaja competitiva con respecto a la viabilidad de sus negocios.

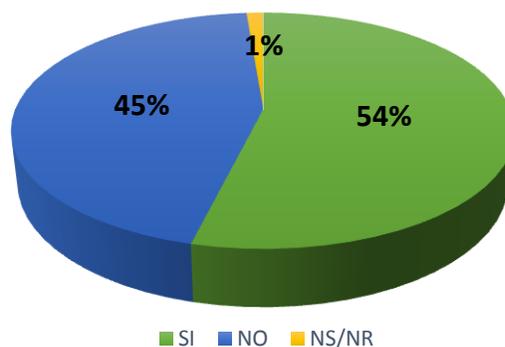
*Gráfica 4. Tiene relaciones comerciales con establecimientos de sector*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Se evidencia que el 29% de los negocios cuenta con vínculos comercial con los demás establecimientos de la zona y un 71% no tiene ninguna relación, una tendencia demasiada alta demostrando que los vínculos comerciales son casi nulos, y que el bienestar comercial se fortalece de manera individual.

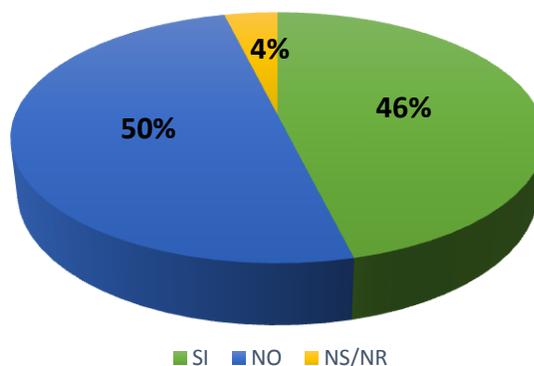
*Gráfica 5. Considera que su negocio responde a la vocación turística del sector*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 54% de los emprendedores se identifican con la vocación turística del sector al reconocer las ventajas que ofrece el recinto de Corferias y el flujos de transeúntes de turistas y estudiantes, el 45% no conoce la vocación y considera que este motivo les genera pérdidas económicas al desconocer el comportamiento que tiene la zona.

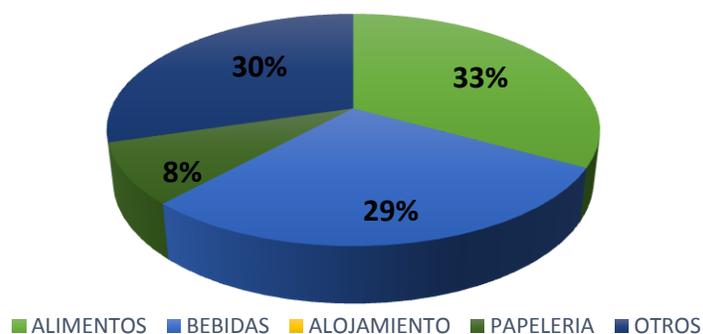
*Gráfica 6. Diversificaría su negocio para adecuarlo a la vocación productiva del sector*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 50% de los emprendedores no están dispuestos a adecuar sus negocios a las necesidades del sector, ya que consideran que sus resultados son satisfactorios, mientras que el 46% si estarían dispuestos a implementar cambios con el fin de adecuarlo a la dinámica de la zona, esto con motivo de permanecer y fortalecer sus negocios.

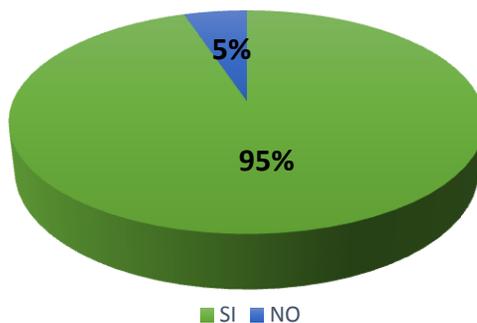
*Gráfica 7. Productos o servicios de los emprendimientos*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Entre los productos principales de comercialización se destaca la venta de alimentos con una participación del 33%, seguido de las bebidas con un 29%. Cabe destacar que la mayor participación de emprendimientos está enfocada a la venta de productos alimenticios y bebidas, debido al alto nivel de demanda que se genera a causa del recinto ferial. En cuanto servicios, los negocios con un del 30% se dedican principalmente a la confección de ropa y alquiler de vivienda y centros de formación superior.

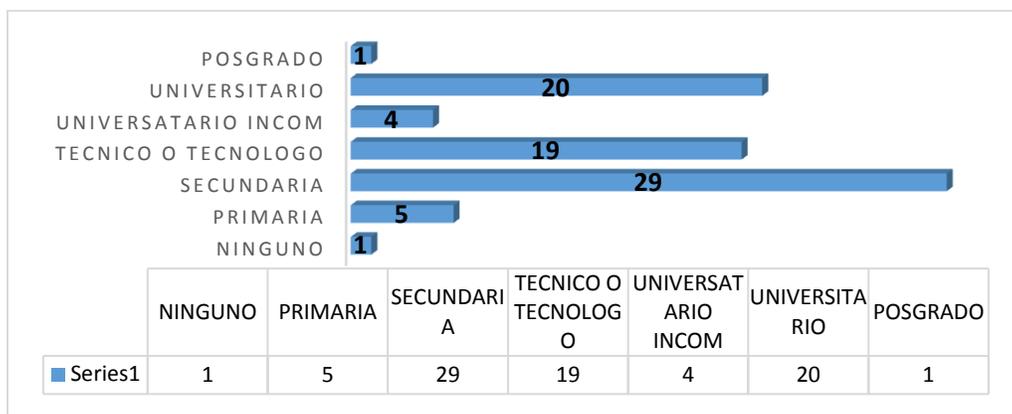
*Gráfica 8. Tiene matricula mercantil*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Se destaca que el 95% de los establecimientos cuentan con matrícula mercantil, lo que significa el reconocimiento de la actividad por la DIAN, esto les permite realizar negocios o solicitar préstamos con entidades bancarias o empresas legalmente establecidas. El 4% no poseen registro mercantil, esto por motivos personales según los emprendedores.

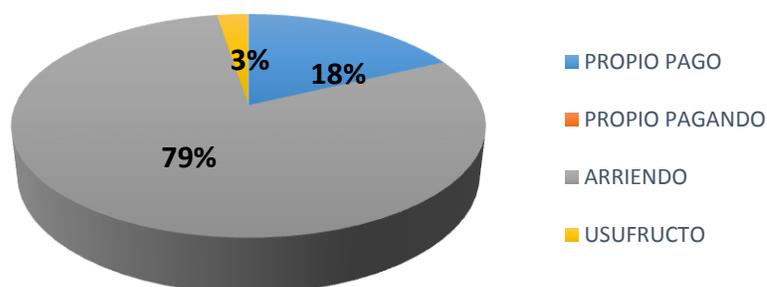
Gráfica 9. Nivel de escolaridad



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El nivel de estudio ha sido determinante en el establecimiento de negocios, los resultados arrojan que el 37 % de la muestra cuenta con una educación media, un 24% de ellos con estudios técnicos y un 25% tiene una carrera profesional, este número llega a ser muy representativo, ya que se evidencia que los emprendedores cuentan con una formación educativa que les ha permitido desarrollar e innovar en el mercado, esto por factores de mejorar sus ingresos o adquirir recursos para el sostenimiento.

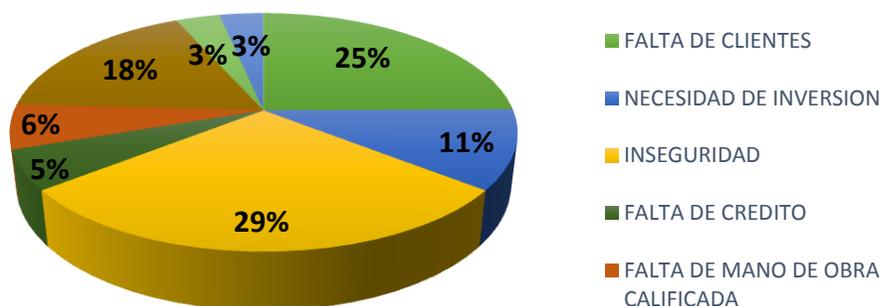
Gráfica 10. Sitio donde se encuentra ubicado el negocio



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 79% de los negocios son en arriendo debido a los costos tan elevados que tiene el metro cuadrado en el sector, y la falta de oferta incrementa más su valor. Cabe mencionar que la mayoría de negocios se encuentran ubicados en viviendas que adecuaron espacios para arrendar, esto ha generado un comercio que beneficia no solo al emprendedor, si no a cientos de propietarios que tienen una fuente de ingresos. Tan solo el 18% son propietarios del sitio y el 3% como usufructo.

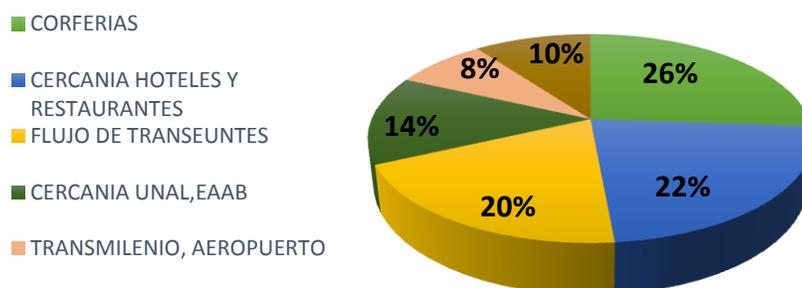
*Gráfica 11. . Dificultades del negocio actualmente*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La inseguridad es la dificultad más significativa con un porcentaje del 29%, lo atribuyen al hecho del retiro del CAI de la Policía de Corferias debido a la construcción del hotel Hilton, por otra parte el 25% identifican como dificultad la falta de clientes debido a que el sector maneja temporadas altas y bajas.

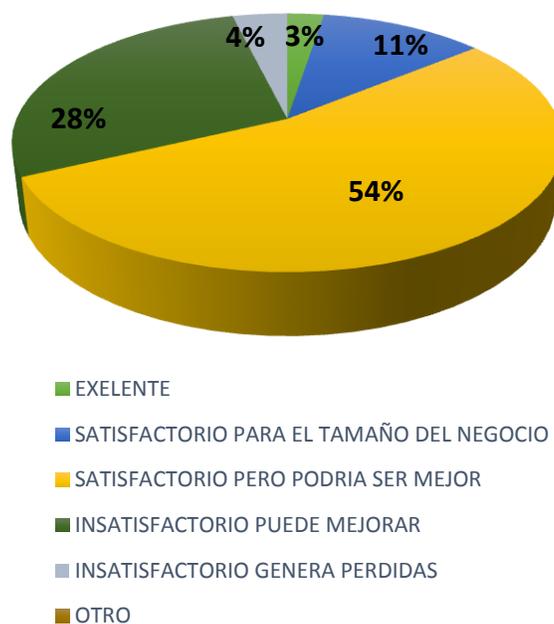
*Gráfica 12. Principales razones para elegir el sector*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 26% consideran que la principal razón para establecer su negocio en el barrio El Recuerdo se debe al recinto ferial de Corferias, el 22% por la cercanía a hoteles y restaurantes, y el 20% al flujo de transeúntes. Esta pregunta al tener opciones de respuesta múltiple, muestra que estos aspectos son los influyentes para la generación de emprendimiento. Como observaciones los emprendedores aseguran obtener la rentabilidad esperada.

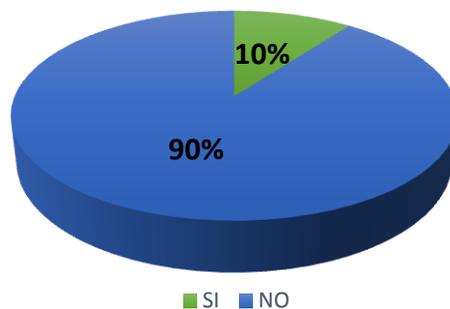
Gráfica 13. Volumen de ventas



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 54% de los propietarios consideran que su nivel de ventas es satisfactorio, con la proyección de que sus ventas tiendan a un crecimiento que mejore su rentabilidad, mientras que el 28% considera que el nivel de ventas es insatisfactorio y en ocasiones no genera la rentabilidad esperada. El 4% de la muestra considera que sus negocios son insatisfactorio y generan pérdidas, el motivo para seguir en funcionamiento se debe a que no tienen otra fuente de ingresos.

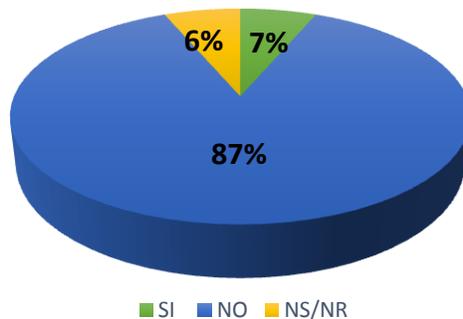
Gráfica 14. Ha pensado en mudarse



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La ventaja de tener un nivel de ventas satisfactorio, se debe al posicionamiento y tiempo que llevan establecidos los negocios, el 90% no tienen pensado en mudarse dado a la estabilidad y reconocimiento que tienen en el sector, es importante mencionar que hay establecimiento que llevan funcionando más de 50 años. No obstante, el 10% ha contemplado la posibilidad de migrar a otra zona, debido a que llevan poco tiempo en el mercado y los resultados no son los esperados.

Gráfica 15. En el último año ha solicitado créditos al sistema financiero para este negocio

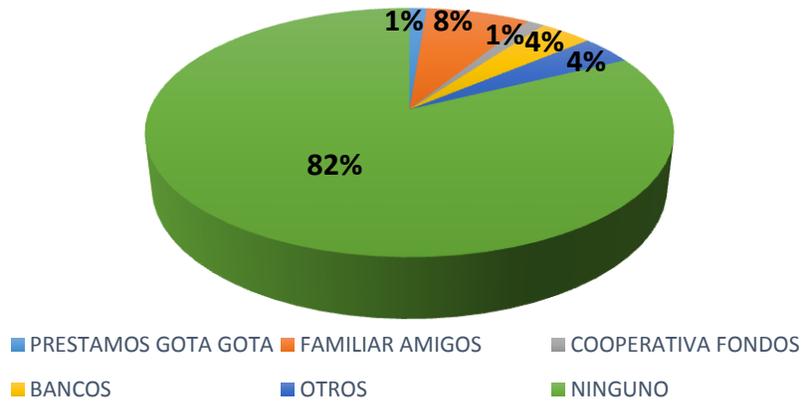


Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 87% de los emprendedores informa que no han solicitado créditos al sistema financiero, dado que es una variable importante para mejorar la productividad de los

negocios demuestran que en su mayoría tienen una estructura financiera sólida. Tan solo el 7% solicitaron un préstamo para el mejoramiento del emprendimiento.

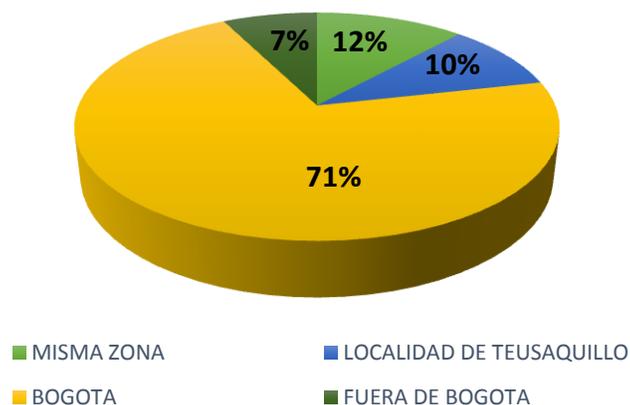
Gráfica 16. En el último año ha solicitado crédito para el negocio



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Se evidencia que el 82% de los encuestados no han solicitado créditos. Sin embargo, se observa que el 8% de la muestra ha adquirido préstamos con familiares o amigos y tan solo el 4% con entidades bancarias. En la aplicación del instrumento se concluye que gran parte de los emprendedores prefieren abstenerse a solicitar créditos con entidades bancarias.

Gráfica 17. Principalmente donde adquiere sus productos

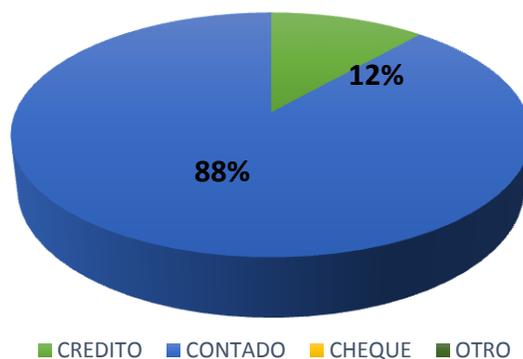


Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La observación arroja que el 71% de los insumos o productos adquiridos en los establecimientos comerciales provienen de la ciudad de Bogotá, esto debido a razones de

costos, accesibilidad y cercanía. Tan solo el 22% adquiere los productos en la misma localidad o en el propio barrio, y el 7% fuera de la ciudad de Bogotá.

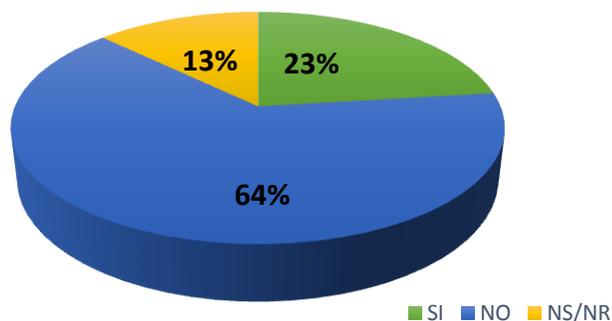
*Gráfica 18. Principal medio de pago*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Los principales medios de pago de los emprendedores es crédito y contado. Se evidencia que el 88% de los establecimientos cancelan su mercancía en efectivo y el 12% a crédito o plazos con proveedores. Los resultados demuestran que existe un grado alto de liquidez económica para soportar pagos a contado y que prefieren este medio de pago porque acceden a beneficios como reducción de costos.

*Gráfica 19. Estaría dispuesto a comprar insumos, maquinaria o equipo conjuntamente con otros establecimientos a fines a su actividad*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

En la aplicación del instrumento, el 64% de los emprendedores consideran que no es necesario o viable adquirir insumos, maquinaria o equipo con otros establecimientos a fines a su actividad. Sin embargo, el 23% consideran que es una oportunidad de expansión y crecimiento para sus negocios. Los establecimientos que están a favor de una alianza están enfocados principalmente en actividades del sector textil (confecciones) y el sector de cosméticos y belleza (peluquerías).

Gráfica 20. Como comercializa sus productos

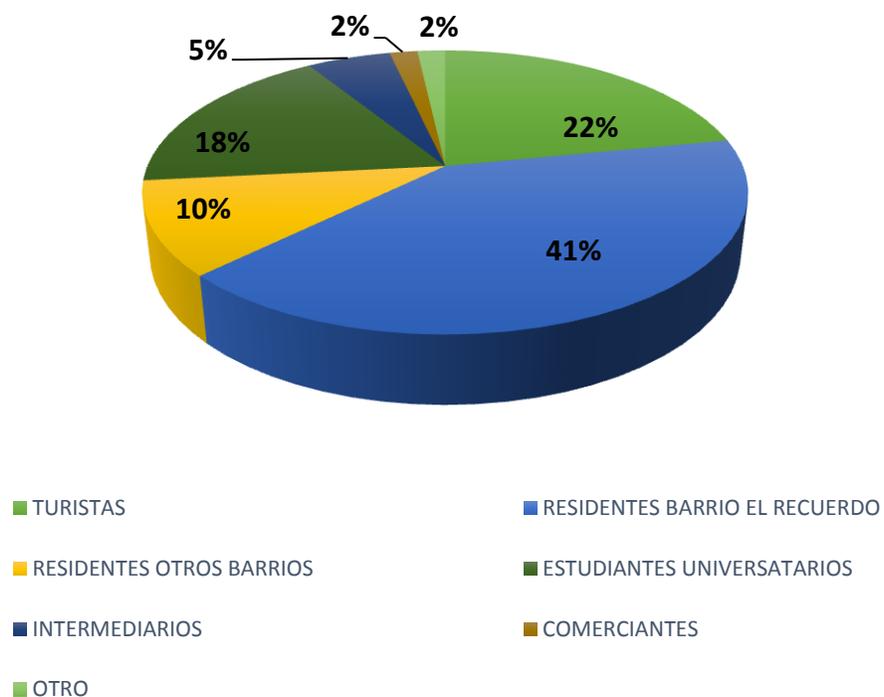


Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El 95% de los establecimientos comercializan sus productos directamente con el cliente final, es decir que sus ventas son realizadas en el lugar del establecimiento. El 2% realizan la comercialización de sus productos directamente con el cliente a través de intermediarios,

ventas al menudeo y otros medios de comercialización como por ejemplo el servicio de domicilio.

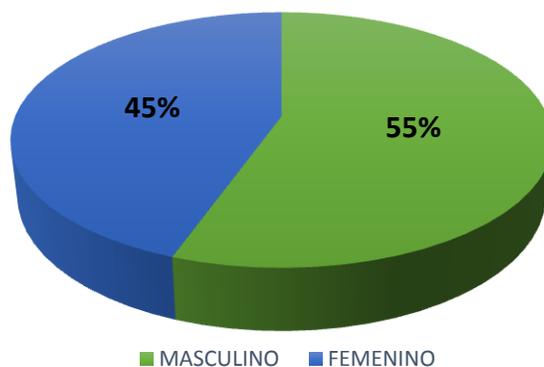
*Gráfica 21. Principales clientes*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Se evidencia que la mayor parte de ingresos de las ventas de los emprendedores provienen de los residentes del barrio el recuerdo con un 41%, seguido de los turistas con 22% y estudiantes universitarios con 18%. De lo anterior se concluye, que los principales clientes fuente de ingresos de los emprendedores son los propios residentes del barrio.

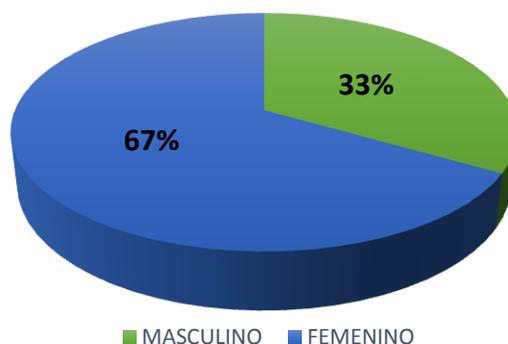
*Gráfica 22. Cantidad de trabajadores permanentes*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

En la contratación de personal, se evidencia mayor participación del género masculino con 55% mientras que el género femenino tiene presencia del 45%. A pesar que la contratación del género masculino es superior al femenino, la brecha existente es baja ya que en promedio es del 10% mayor.

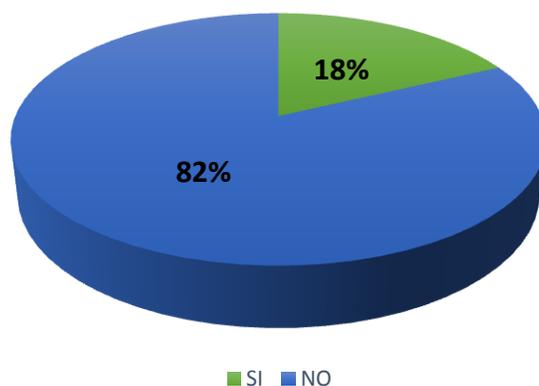
*Gráfica 23. Trabajadores temporales contratados*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

En la aplicación del instrumento, se observó que el personal en los establecimientos comerciales es constante, no hay alta presencia de temporal o rotación de personal, sin embargo, se identifica que la contratación de personal en temporada tiene mayor participación del género femenino con un 67%, mientras que el género masculino un 33%. Lo que muestra mayor presencia laboral femenina en el recinto del barrio el recuerdo.

*Gráfica 24. Invierte en capacitación de la mano de obra*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

De la anterior gráfica, se evidencia que el 18% de los establecimientos comerciales invierten en la capacitación de sus empleados. Esto nos permite concluir que existe una cultura en los emprendedores que se preocupan por mejoramiento y capacitación de sus empleados, sin embargo, el 82% no tienen como prioridad la capacitación.

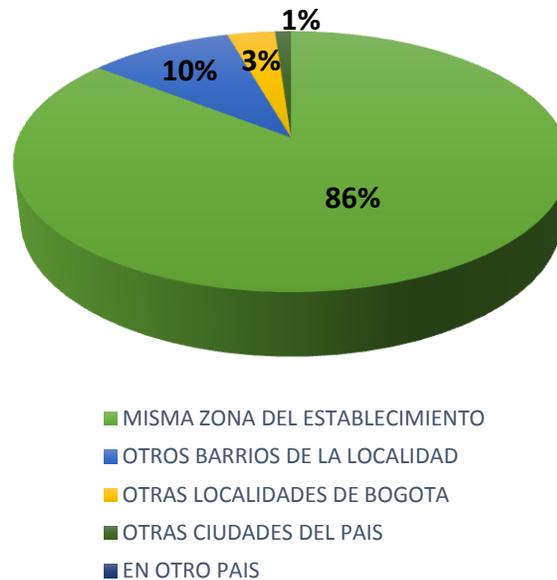
*Gráfica 25. Principal problema con la mano de obra*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Los empleadores con un 87% consideran que la mano de obra que han contratado ha cumplido con el perfil y las competencias necesarias para desarrollar su actividad, la mayoría de los puestos de trabajo que genera el sector comercial necesita poca capacitación, hecho que disminuye los problemas con personal de un perfil mayor.

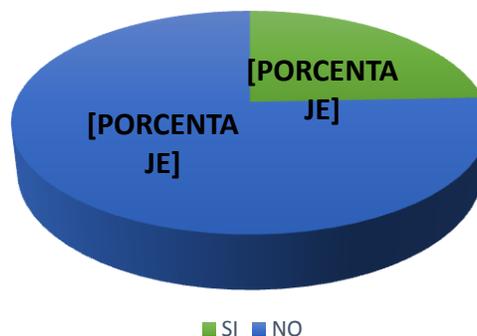
*Gráfica 26. Principalmente donde vende sus productos*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El barrio El Recuerdo con un 86 % es la zona donde se comercializa la mayor parte de los productos o servicios ofrecidos por los emprendedores, el reconocimiento por los negocios de la zona de residentes y público flotante asegura que este resultado permanezca aun con los cambios que tiene la zona.

Gráfica 27. Ha introducido alguna mejora o innovación en el proceso productivo

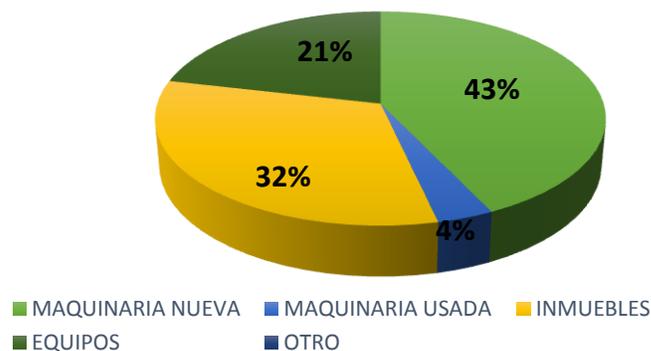


Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La innovación es parte fundamental del crecimiento de cualquier emprendimiento con un 76 % los propietarios no han desarrollado ningún cambio, los establecimientos conservan la misma infraestructura y procesos productivos una razón podría ser la falta de

financiamiento ya analizada en una pregunta anterior, el 24% consideraron que necesitaban mejorar procesos ya identificados previamente.

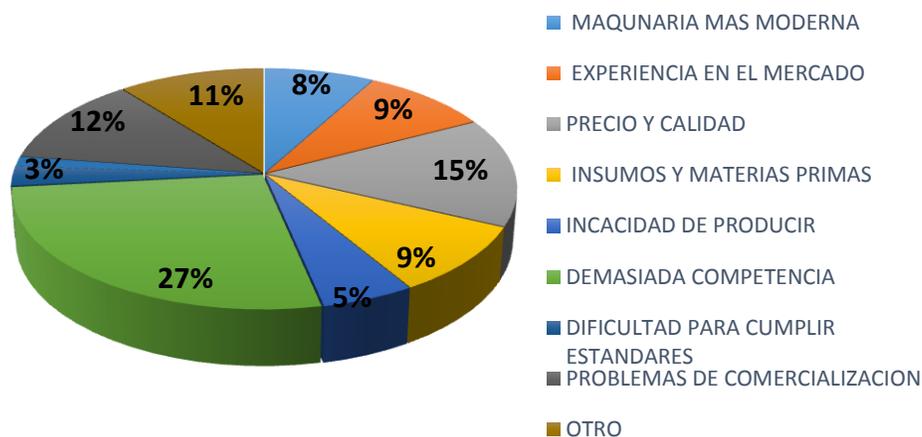
*Gráfica 28. Tipo de inversión*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La maquinaria nueva con un 43% se identifica como la oportunidad de mejorar los procesos productivos de los establecimientos, las ventajas que ofrece más rapidez, mayor calidad y disminución en los costos de producción, incentivos que utilizan los emprendedores para mejorar día a día su establecimiento.

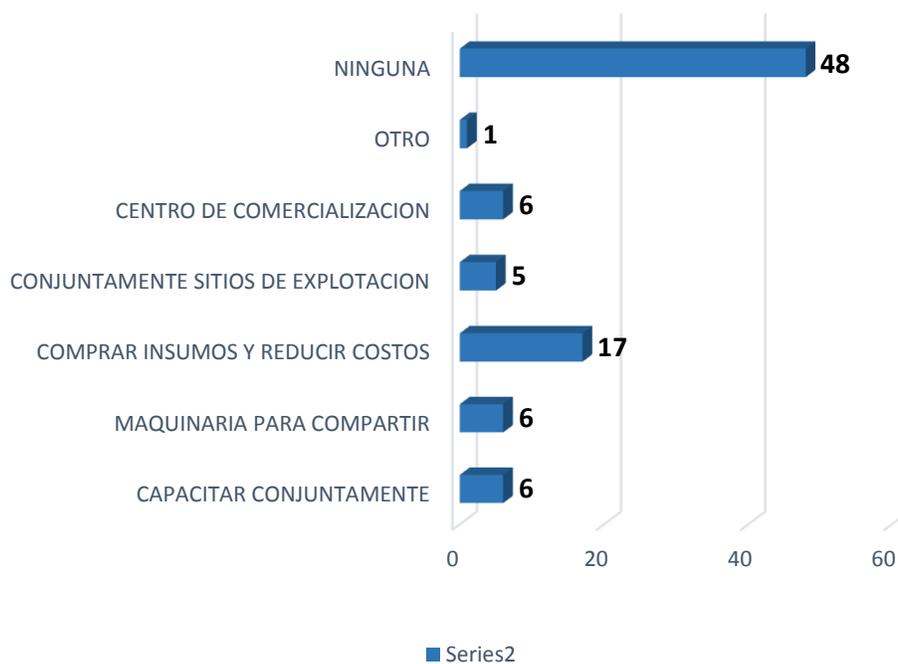
*Gráfica 29. Problemas en el proceso productivo*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

La competencia con el 27 % se convierte en el principal problema, las ventajas del libre mercado o el acceso de los ciudadanos para tener su propio negocio hace del día a día un reto por mantener los clientes y continuar creciendo en la zona, el costo de los insumos con un 15% representa otra dificultad ya que al tener precios que cambian demasiado rápido disminuye la rentabilidad del negocio.

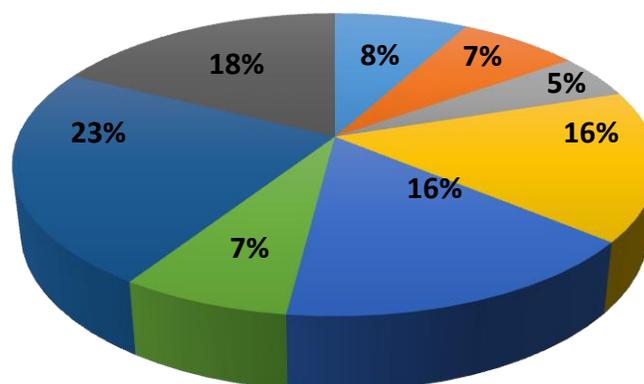
*Gráfica 30. Que consideraría para establecer una alianza*



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

De la muestra, 48 emprendedores no están interesados en ninguna forma de asociación, las alianzas no forman parte de su plan de negocios debido a que les resta independencia y deben someter sus decisiones a varias personas, la compra de insumos para reducir costos solo la recibieron 17 dueños de establecimientos que les pareció interesante esta idea al poder mejorar su rentabilidad.

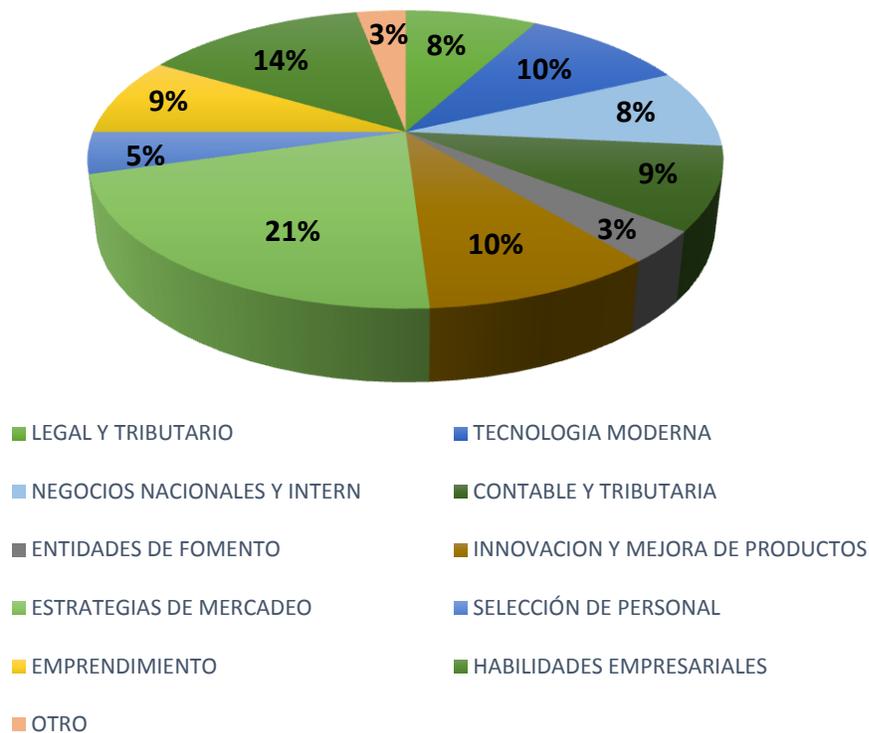
Gráfica 31. Que falta para consolidarse y mantenerse en el tiempo



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

Los aliados o socios con un 23% se convierten en una solución para los emprendedores debido a que este tipo de estrategia asegura un mínimo de ventas que mejora la rentabilidad del negocio. El 16 % de los propietarios consideran que la estrategia de negocios es una herramienta necesaria ya que les brinda la formación y las competencias para seguir desarrollando con éxito su negocio.

Gráfica 32. En que le gustaría profundizar conocimiento



Fuente: Elaboración propia con base en datos del instrumento.

El mercadeo en los últimos tiempos se ha convertido en parte fundamental del éxito de los negocios, esto lo reconocen los emprendedores que con un 21% informan que les gustaría profundizar en este conocimiento, la innovación con 10 % y la tecnología moderna con otro 10 % se convierten en el complemento que consideran como necesario para mejorar y adaptarse a los cambios en el comercio.

## **CAPÍTULO 5.**

### **CONCLUSIONES**

En los últimos 50 años la transformación del barrio abrió nuevas posibilidades en el emprendimiento, inicialmente un barrio en su mayoría residencial paso a convertirse en un importante centro de negocios, debido a que los propietarios adecuaron los espacios de sus casas para arrendar no solo para el comercio si no para estudiantes que buscan un sitio para vivir mientras culminan sus actividades en la Universidad Nacional, debido a esto los ingresos aumentaron mejorando su calidad de vida.

Se evidencio que las personas que integraron el segmento de muestra cuentan con estudios de básica secundaria, pero la formación técnica y profesional tiene una participación bastante importante, personas con carreras definidas y experiencia en su área laboral, decidieron tomar el riesgo de un emprendimiento completamente ajena a su profesión dado por motivos salariales o falta de empleo.

La mayoría de los establecimientos comerciales han logrado una estabilidad económica debido a que los residentes del sector tienen un nivel de ingresos medios, los foráneos aportan a la economía en temporadas altas como las convenciones en Corferias y los 2 semestres en la Universidad Nacional, los propietarios al conocer esta dinámica utilizan su experiencia como medio para generar rentabilidad y seguir siendo empleadores, dadas estas condiciones el sector tiene la tendencia de seguir creciendo y fortaleciendo los negocios ya existentes.

## RECOMENDACIONES

El trabajo de la caracterización en su primera fase arrojó importantes resultados, para continuar la siguiente fase se recomienda un trabajo personalizado a través de entrevistas, donde se profundizará en las ventajas y dificultades del emprendimiento, esto aportará nuevos datos que se podrán utilizar para los nuevos emprendedores que necesitan toda la información relevante del sector para tener éxito en su negocio.

Es importante un convenio institucional con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, ya que esta institución puede brindar formación en cursos de extensión que fortalecen el conocimiento de los emprendedores para el desarrollo de su actividad comercial, deberá ser complementario al proyecto de investigación al ofrecer herramientas que promuevan innovación, inversión y tecnología.

Se propone la creación de una asociación de comerciantes que, junto a la JAC y los propietarios del sector, tendrán un frente común en el cual desarrollarán un trabajo conjunto para defender los intereses de todos sus miembros, en temas de seguridad, habitantes de la calle y parqueo en las calles, situaciones que enfrentan todos los días y por falta de consenso no pueden ejercer una presión a las instituciones públicas encargadas de estos temas.

Para concluir, el emprendimiento es un elemento principal en el progreso de una sociedad, crear una cultura adaptativa a los cambios en el barrio El Recuerdo, no solo fortalece el crecimiento de sus habitantes, sino que coadyuva con la productividad y el crecimiento económico de la localidad. Por ende, es importante generar espacios o mesas de trabajo que incentiven el emprendimiento en los residentes y emprendedores del sector.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Amorós, L. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*
- Amit, R. (1997). Charla de intraempresario. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. London: Fondo de Cultura Económica, 1950.
- Coraggio, J. L. (2016). *Economía social y solidaria en movimiento*. Buenos Aires, Argenti: Ediciones UNGS.
- Economipedia. (s.f.). *Haciendo facil la economia*. Obtenido de joseph schumpeter: [https://economipedia.com/definiciones/josephschumpeter.html#:~:text=joseph%20schumpeter%20\(1883%2d1950\),de%20nuevos%20procesos%20y%20productos](https://economipedia.com/definiciones/josephschumpeter.html#:~:text=joseph%20schumpeter%20(1883%2d1950),de%20nuevos%20procesos%20y%20productos).
- Económicas, f. D. (s.f.). *Teorías de los ciclos económicos*. Obtenido de dr.víctor giudice [https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch\\_doc/vgiudicev/publ/teoriascicloseconomicos.pdf](https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/vgiudicev/publ/teoriascicloseconomicos.pdf)
- Entrialgo M., Fernández, E., y Vázquez C. J. (2010). El comportamiento emprendedor y el éxito de la PYME: Modelos de contingencia y configuracionales. *Dirección y Organización, Revista de Ingeniería de Organización*.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA
- Freire, A. (2006). *Pasión por emprender, De la idea a la cruda realidad*. Bogotá: Norma. P.174.
- Fuente, J. M. (2009). *Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza*. . Madrid, España : Unión Editorial .
- García Ramos, C. G., Martínez C., A., y Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 42.
- González, J. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los valles de Tundama y Sugamuxi, Boyacá (Colombia). *Pensamiento & Gestión*.
- Grupo de Investigación Espíritu Emprendedor (2004). Proyecto de investigación: El Espíritu Emprendedor desde el espacio del SELF. Universidad Javeriana, Bogotá (Colombia).
- Hamilton, R., & Haper, D. A. (1994). *The entrepreneurs in theory and practice*. *Journal of Economic Studies*, 21 (6), pp. 3-18.
- James Carland. Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management*.

- Julien, P. (2005). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento: una metáfora de las novelas policíacas*. Cali: Editorial Sello Editorial Javeriano.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*, Washington D.C., Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Malaver R., Florentino. *Emprendimiento e innovación condiciones para su desarrollo*. Revista Javeriana Vol. 144, no. 743 (abr. 2008).
- Martin, M. J. C. (1984). *Managing technological innovation and entrepreneurship*. Reston, VA: Reston Publishing Co
- Mártinez, R. F. (1998). *Entre la virtud y la eficiencia. Teoría económica y ética*. Madrid: Estudios filosóficos, Vol. 47, N° 136, 199.
- McClelland, D. C. (1969). *Como se motiva el éxito económico*. México: Narcea Ediciones.
- Mccaffrey, M. (2009). *Entrepreneurship, economic evolution, and the end of capitalism: reconsidering schumpeter's thesis*. The quarterly journal of austrian economics
- Moncayo, P. (2008, enero-junio). *Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto*. Management, Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales.
- Ocampo, J. (2008, enero-abril). *Aproximación conceptual a la preparación en emprendimiento*. Eos.
- Rodríguez, A. (2008). *El emprendimiento en Colombia*. Entramado, 4(2), 20-37. Say, J. B. (1804). *Tratado de economía política o exposición sencilla del modo con que se forman, se*. Madrid, España : Imprenta D. Fermin Villalpando.
- Ruiz Arroyo, M., Bojica Bojica, A. M., Albacete Sáez, C. A., y Fuentes Fuentes, M. (2009). *¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores?: Una aproximación descriptiva al caso andaluz*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Sánchez J. C., Lanero, A., y Yurrebaso, A. (2005). *Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario*. Revista de Psicología Social Aplicada.
- Schumpeter, J. (1939). *Business cycles. A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist Process*. . London: McGraw-Hill Book Company. .
- Sen, A. k. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Buenos Aires, Traducción de Esther Rabasco y Luis Toharia: Editorial Planeta.
- Sparano, H. (2014). *Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos*. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 95-106. Toharia: Editorial Planeta.
- Universidad tecnológica de pereira. (01 de 12 de 2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Obtenido de enterprising, an option to the development : <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. (2.a ed.) Bogotá, Colombia: Pearson Educación
- Veciana, J. M. (1988). *Empresario y proceso de creación de empresas*. Revista Económica de

Cataluña, 8, 2-34.

Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*. The Academy of Management Review, 25(1), 217-226.

Weber, M. (1984). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Zaratiegui, J. (. (2002). *Alfred Marshall y la teoría económica del empresario*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones.

Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno*. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor.  
[www.gemconsortium.org/](http://www.gemconsortium.org/)

## ANEXOS

### Anexo No.1 Soportes Fotográficos



Trabajo de campo (caracterización sectorial del barrio el Recuerdo). Acompañamiento de la Sra. María Teresa Ropain integrante de la JAC y estudiantes John Angulo y Bellanny Torres.



Trabajo de campo (aplicación del instrumento). Acompañamiento de la Sra. María Teresa Ropain integrante de la JAC y estudiantes de la UCMC, John Angulo, Alejandra Guevara, Stefany Salazar y Bellanny Torres.

## Anexo No.2 Identificación de los establecimientos según actividad

<b>CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL BARRIO EL RECUERDO POR SECTORES</b>	
<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>Q.</b>
HOTELERÍA	31
VENTA DE ALIMENTOS	75
CENTROS NOCTURNOS	4
CENTROS EDUCATIVOS	16
CAFETERIA/ PANADERIA	24
SUPER MERCADOS	9
TIENDAS FORMALES E INFORMALES	30
DROGUERIA/ENTIDADES DE SALUD	17
PRODUCTOS CARNICOS	6
PAPELERIA/FOTOCOPIAS	15
COSMETICOS/ PELUQUERÍA	25
CUPOS / ALQUILER	11
PARQUEADERO	6
FERRETERIA/ TALLERES	19
COMERCIO AL POR MAYOR O DETAL	10
CENTROS DEPORTIVOS	2
NO IDENTIFICADO	15
NO IDENTIFICADO	11
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>

## Anexo No.3 Caracterización sectorial

FORMATO: CARACTERIZACIÓN GEOGRAFICA DEL BARRIO EL RECUERDO

ACTIVIDAD: IDENTIFICACIÓN DE LOS PUNTOS COMERCIALES PRIVADOS Y PUBLICOS

FECHA INICIO: 14/09/2019

FECHA TERMINACIÓN: 15/09/2019

CARACTERIZACIÓN GEOGRAFICA DEL BARRIO EL RECUERDO																
	<table border="1"> <tr> <td>RAZON SOCIAL</td> <td>No.</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td colspan="3">PARQUEADERO PUBLICO – PROPIEDAD PRIVADA</td> </tr> <tr> <td colspan="3">DIRECCIÓN</td> </tr> <tr> <td colspan="3">CARRERA 33 No. 25A -55</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COORDENADAS GPS</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	1	PARQUEADERO PUBLICO – PROPIEDAD PRIVADA			DIRECCIÓN			CARRERA 33 No. 25A -55			COORDENADAS GPS		
	RAZON SOCIAL	No.	1													
	PARQUEADERO PUBLICO – PROPIEDAD PRIVADA															
	DIRECCIÓN															
	CARRERA 33 No. 25A -55															
COORDENADAS GPS																
4.628964 -74.086416																
IDENTIFICACIÓN																
ESPACIO UTILIZADO PARA PARQUEADERO PUBLICO																
	<table border="1"> <tr> <td>RAZON SOCIAL</td> <td>No.</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td colspan="3">EMPRESAS (RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA)</td> </tr> <tr> <td colspan="3">DIRECCIÓN</td> </tr> <tr> <td colspan="3">CALLE 25ª No. 33-81</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COORDENADAS GPS</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	2	EMPRESAS (RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA)			DIRECCIÓN			CALLE 25ª No. 33-81			COORDENADAS GPS		
	RAZON SOCIAL	No.	2													
	EMPRESAS (RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA)															
	DIRECCIÓN															
	CALLE 25ª No. 33-81															
COORDENADAS GPS																
4.628964-74.086416																
IDENTIFICACIÓN																
BODEGA SIN IDENTIFICAR SECTOR PRODUCTIVO																

	RAZON SOCIAL		3	
	FORESTA ARQUITECTURA SOSTENIBLE			
	DIRECCIÓN			
	CARRERA 34 No.25ª -52			
	COORDENADAS GPS			
	4.629376 -74.086039			
	IDENTIFICACIÓN			
EMPRESA DEL SECOTR CONSTRUCCIÓN				
	RAZON SOCIAL		No.	4
	FABRICAS FLAUTAS MEXICANAS			
	DIRECCIÓN			
	CARRERA 34- No. 25-34			
	COORDENADAS GPS			
	4.629284 – 74.086155			
	IDENTIFICACIÓN			
PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COMIDAS RAPIDAS				

	RAZON SOCIAL	No.	5
	COREA( RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33 BIS- CALLE 25B -76		
	COORDENADAS GPS		
4.629595 – 74.084791			
IDENTIFICACIÓN			
SIN IDENTIFICACIÓN			
	RAZON SOCIAL	No.	6
	TIENDA DE BARRIO (RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C, CARRERA 33-07		
	COORDENADAS GPS		
4.629194 -74.08441			
IDENTIFICACIÓN			
PISO 1- TIENDA DEDICADA A LA VENTA DE PRODUCTOS DE ASEO Y ALIMENTACIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	7
	FERRETERIA (PINTUFERRELECTRICOS R.C)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B No. 33-50		
	COORDENADAS GPS		
	4.629256 – 74.085485		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN			
	RAZON SOCIAL	No.	8
	TALLER INDUSTRIAL SAN MARCOS		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33 BIS – 25B-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.629348 – 74.085144		
IDENTIFICACIÓN			
SECTOR INDUSTRIAL			

	RAZON SOCIAL	No.	9
	PARQUEADERO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C No. 33-12		
	COORDENADAS GPS		
	4.62951 – 74.084528		
IDENTIFICACIÓN			
PARQUEADERO PUBLICO DE PROPIEDA PRIVADA			
	RAZON SOCIAL	No.	10
	TIENDA JUDITH		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34 – 25B -74		
	COORDENADAS GPS		
	4.630057 – 74.085149		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA PRODUCTOS VARIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	11
	GOMEZ BY INDUSTRIAS SAGOR		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33 No. 25C-45		
	COORDENADAS GPS		
	4.629575 – 74.083923		
IDENTIFICACIÓN			
PRODUCTOS INDUSTRIALES			
	RAZON SOCIAL	No.	12
	BORDADOS MAGNUS		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33 No. 25C-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.629301 -74.084092		
IDENTIFICACIÓN			
CONFECCION DE ROPA – SECTOR TEXTIL			

	RAZON SOCIAL	No.	13
	BOTAS SOBREMEDIDAS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 D 33A-07		
	COORDENADAS GPS		
	4.630273-74.084348		
IDENTIFICACIÓN			
ESTABLECIMIENTO DE CALZADO			
	RAZON SOCIAL	No.	14
	COMIDAS RAPIDAS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D No. 33 -19		
	COORDENADAS GPS		
	4.629785 – 74.083972		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA			

	RAZON SOCIAL	No.	15
	SUPERMERCADO EL RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #33-48		
	COORDENADAS GPS		
	4.63027-74.084173		
	RAZON SOCIAL	No.	16
	TIENDA PAN Y FRUTAS (PASTELERÍA CAFÉ EXPRESS)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #33ª – 57		
	COORDENADAS GPS		
	4.630229 -74.084292		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR (ASEO. ALIMENTOS, BEBIDAS)		
	RAZON SOCIAL	No.	16
	TIENDA PAN Y FRUTAS (PASTELERÍA CAFÉ EXPRESS)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #33ª – 57		
	COORDENADAS GPS		
	4.630229 -74.084292		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS ALIMETICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	17
TIERRA SEÑORIAL		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33#25D -01		
COORDENADAS GPS		
4.629623-74.083767		
IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE –BAR		



RAZON SOCIAL	No.	18
CARNES DE LA 26		
DIRECCIÓN		
CALLE 25D #33-48		
COORDENADAS GPS		
4.63027-74.084173		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS		



RAZON SOCIAL	No.	19
MULTISERVICIOS EL RESTURADOR		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33ª#25D-16		
COORDENADAS GPS		
4.630369-74.085002		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS DE FERRETERÍA		



RAZON SOCIAL	No.	20
CAFÉ LIFE-STYLE		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33#25D -18		
COORDENADAS GPS		
4.629581 – 74.083536		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		

	RAZON SOCIAL	No.	21
	PELUQUERIA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª#25D-16		
	COORDENADAS GPS		
	4.630369-74.085002		
	IDENTIFICACIÓN		
RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA (PISO 2)			
	RAZON SOCIAL	No.	22
	GYM JEFYDE FIT		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª#25D-16		
	COORDENADAS GPS		
	4.630369-74.085002		
	IDENTIFICACIÓN		
ENTRENAMIENTO DEPORTIVO (PISO 1)			



RAZON SOCIAL	No.	23
RESTAURANTE LA TIENDA DE JUANPA		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 D #33ª -08		
COORDENADAS GPS		
4.630368-74.084286		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		



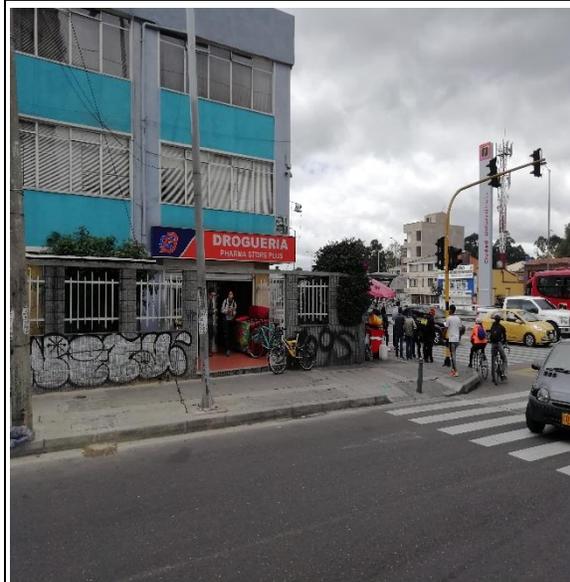
RAZON SOCIAL	No.	24
RESIDENCIA		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33ª #25D -10		
COORDENADAS GPS		
4.630282 -74.084183		
IDENTIFICACIÓN		
CUPOS UNIVERSITARIOS		

	RAZON SOCIAL	No.	25
	RESTAURANTE SAZÓN Y DELICIAS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F #33ª -23		
	COORDENADAS GPS		
	4.630735-74.084159		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
	RAZON SOCIAL	No.	26
	RESTAURANTE EL DELEITE		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34ª# 25D-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.630876 -74.084318		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	27
	CONFECCIONES DANICO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 F#33ª -23		
	COORDENADAS GPS		
	4.630735-74.084159		
	RAZON SOCIAL	No.	28
	PANADERIA Y CAFETERIA SHALOM		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F#33ª-07		
	COORDENADAS GPS		
	4.630565-74.084056		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	29
U ORIGINAL		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-11		
COORDENADAS GPS		
4.630137-74.083285		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS EDUCATIVOS (PRESABER)		



RAZON SOCIAL	No.	30
DROGUERIA PHARMA STORE PLUS		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33#25F-22		
COORDENADAS GPS		
4.629932-74.083356		
IDENTIFICACIÓN		
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS		



RAZON SOCIAL	No.	31
MULTIPRUEBAS PRE U.NAL		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-27		
COORDENADAS GPS		
4.630201-74.083341		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS EDUCATIVOS (PRESABER)		



RAZON SOCIAL	No.	32
EL EDEN COMIDA SALUDABLE		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-11		
COORDENADAS GPS		
4.630137-74.083285		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SALUDABLES		



RAZON SOCIAL	No.	33
RESTAURANTE CAFÉ DESSERT		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-31		
COORDENADAS GPS		
4.630252-74.083392		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA D EPRODUCTOS ALIMENTICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	34
CIGARRERÍA Y FRUTERIA "LA FANTE"		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-27		
COORDENADAS GPS		
4.630252-74.083392		
IDENTIFICACIÓN		
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN GENERAL		



RAZON SOCIAL	No.	35
CORPORACIÓN ENTREGATE A COLOMBIA		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-49		
COORDENADAS GPS		
4.630412-74083507		
IDENTIFICACIÓN		
NO SE IDENTIFICA SUS SERVICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	36
SERVIRED		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26#33-49		
COORDENADAS GPS		
4.630412-74083507		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS INFORMATICOS		



RAZON SOCIAL	No.	37
LEÑOS Y PARRILA (RESTAURANTE)		
DIRECCIÓN		
CARRERA33A#25F-16		
COORDENADAS GPS		
4.63066-74.08369		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	38
RESTAURANTE- BAR CROSSOVER		
PUNTO 26		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26# 33-69		
COORDENADAS GPS		
4.630619-74.083609		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS		



RAZON SOCIAL	No.	39
BALLEN B&CIA SAS		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33ª #25F-16		
COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIO NO IDENTIFICADO		



RAZON SOCIAL	No.	40
BARF TENDER		
DIRECCIÓN		
CARRERA 33ª #25F-16		
COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748		
IDENTIFICACIÓN		
PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y CUIDADO (VETERINARIA)		

	RAZON SOCIAL	No.	41
	SUPER LINER SAS		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª #25F-16		
	COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIO NO IDENTIFICADO (LOCAL 201)			
	RAZON SOCIAL	No.	42
	VESTIER CLINICO M&M		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª #25F-16		
	COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIO NO IDENTIFICADO (LOCAL 101)			

	RAZON SOCIAL	No.	43
	FILIBERTO BALLEEN B.		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª #25F-16		
	COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIO NO IDENTIFICADO (LOCAL 302)			
	RAZON SOCIAL	No.	44
	AUTOMATIZACIÓN E INGENIERÍA ANDINA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª #25F-16		
	COORDENADAS GPS		
4.63055-74.083748			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIO NO IDENTIFICADO (LOCAL 203)			

	RAZON SOCIAL	No.	45
	BICICLETERÍA JG		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F #33ª-66		
	COORDENADAS GPS		
	4.63044- 74.083856		
	RAZON SOCIAL	No.	46
	CONFECCIONES ISA FASHION		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F #33-66		
	COORDENADAS GPS		
	4.63044 -74.083856		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIO DE ARREGLO Y REPARACIÓN DE BICICLETAS		
	RAZON SOCIAL	No.	46
	CONFECCIONES ISA FASHION		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F #33-66		
	COORDENADAS GPS		
	4.63044 -74.083856		
	IDENTIFICACIÓN		
	MODISTERIA Y CONFECCIÓN DE ROPA		

	RAZON SOCIAL	No.	47
	ATYS "ENTRENA TU SABER"		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 33ª -05		
	COORDENADAS GPS		
4.630749- 74.083696			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS EDUCATIVO			
	RAZON SOCIAL	No.	48
	ENTRENAMIENTO DE ALTA INTENSIDAD		
	CAPITAL BOX		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 33ª # 25F-13		
COORDENADAS GPS			
4.630535- 74.08385			
IDENTIFICACIÓN			
ENTRENAMIENTO DEPORTIVO			

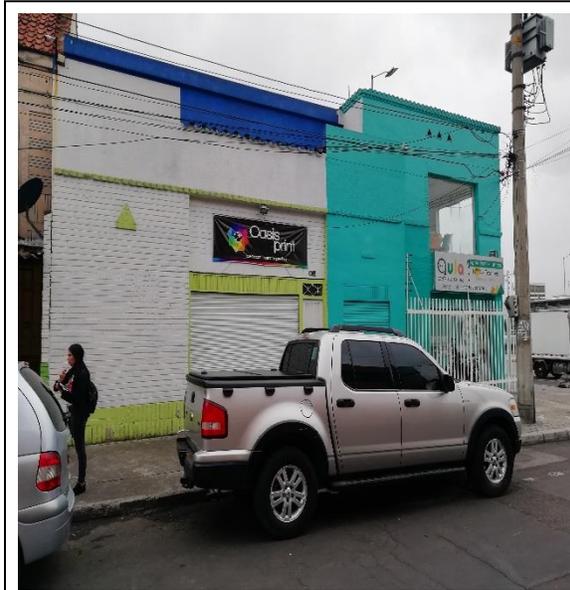
	RAZON SOCIAL	No.	49
	CAFÉ ORANGE BAR		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 33ª -23		
	COORDENADAS GPS		
	4.630912- 74.083828		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
	RAZON SOCIAL	No.	50
	LA CHICANERIA		
	TIENDA DE DISEÑO		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 33ª -15		
	COORDENADAS GPS		
4.630832-74083756			
IDENTIFICACIÓN			
DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR			

	RAZON SOCIAL	No.	51
	TRIVIUM		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26 # 33-41		
	COORDENADAS GPS		
	4.630984 – 74.083912		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIO NO IDENTIFICADO , PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	52
	CURSOS PRE-UNIVERSITARIOS		
	DEMING		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26 #33ª- 29		
	COORDENADAS GPS		
4.630925- 74.083879			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS EDUCATIVOS (PRESABER)			

	RAZON SOCIAL	No.	53
	RESTAURANTE ORANGE		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F # 33ª -98		
	COORDENADAS GPS		
4.63059 – 74.0842			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	54
	COLOMBIAN BROASTER		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 33ª -41		
	COORDENADAS GPS		
4.630984 – 74.083912			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, PISO 2			

	RAZON SOCIAL	No.	55
	CIGARRERIA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34ª # 25F-11		
	COORDENADAS GPS		
	4.630985- 74.084163		
	RAZON SOCIAL	No.	56
	RESTAURANTE EL BUEN SABOR		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34ª # 25F-05		
	COORDENADAS GPS		
	4.630972 -74.08421		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, SE IDENTIFICA QUE EN LA VIVIENDA TAMBIEN SE PRESTA EL SERVICIO DE CUPOS UNIVERSITARIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	57
	LA CAVA DEL LIBRO		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 34ª- 53		
	COORDENADAS GPS		
	4.631555- 74.084208		
	IDENTIFICACIÓN		
COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL			
	RAZON SOCIAL	No.	58
	RESTAURANTE-BAR MI TIERRA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34ª #25F-15		
	COORDENADAS GPS		
	4.631011-74.0844146		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS			



RAZON SOCIAL	No.	59
OASIS PRINT		
DIRECCIÓN		
CARRERA 34ª #25F-23		
COORDENADAS GPS		
4.631034- 74.084989		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		



RAZON SOCIAL	No.	60
AULA CENTRO DE IDIOMAS		
DIRECCIÓN		
AV CALLE 26 #34ª - 07		
COORDENADAS GPS		
4.631211- 74.083969		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS EDUCATIVOS (PRESABER)		

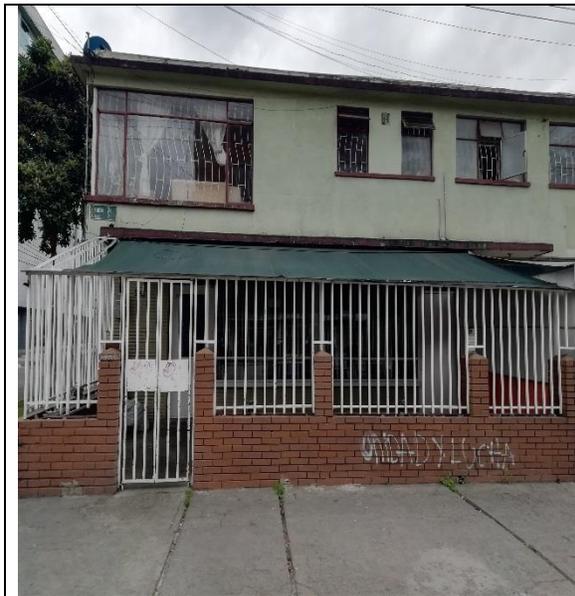
	RAZON SOCIAL	No.	61
	PRE UNIVERSITARIOS		
	EL ORIGINAL		
	DIRECCIÓN		
	AV CALLE 26# 34ª- 63		
	COORDENADAS GPS		
4.631555- 74.084208			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS EDUCATIVOS			
	RAZON SOCIAL	No.	62
	RESTAURANTE VEGANO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36# 25F-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.631728- 74.08444		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ORGANICOS			

	RAZON SOCIAL	No.	63
	COPISOL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36 # 25F - 22		
	COORDENADAS GPS		
	4.63198- 74.084458		
	IDENTIFICACIÓN		
MISCELANIA Y SERVICIOS DE INTERNET			
	RAZON SOCIAL	No.	64
	RESTAURANTE RICO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36 # 25F-16		
	COORDENADAS GPS		
	4.631698- 74.084458		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	65
	RINES LA NACIONAL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36 # 25F -04		
	COORDENADAS GPS		
	4.631636-74.084544		
IDENTIFICACIÓN			
TALLER DE BALANCEO ELECTRONICO Y REPUESTO PARA AUTOMOVILES			
	RAZON SOCIAL	No.	66
	BROAD MATE SCHOOL		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B # 34ª -56		
	COORDENADAS GPS		
	4.63149- 74.084613		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS EDUCATIVOS			

	RAZON SOCIAL	No.	67
	CERRADURA Y ALARMAS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F #34ª-49		
	COORDENADAS GPS		
	4.631301- 74.084371		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE FERRETERÍA			
	RAZON SOCIAL	No.	68
	COPISOL		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25F # 34ª -49		
	COORDENADAS GPS		
	4.631301 -74.084474		
IDENTIFICACIÓN			
MISCELANIA Y SERCIOS INFORMATICOS			

	RAZON SOCIAL	No.	69
	CUPOS UNIVERSITARIOS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #35-20		
	COORDENADAS GPS		
	4.630966-74.084798		
	IDENTIFICACIÓN		
ALQUILER DE HABITACIONES			
	RAZON SOCIAL	No.	70
	RESTAURANTE "NUESTARS SOPAS"		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #35 – 20		
	COORDENADAS GPS		
	4.631021 – 74.084798		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			



RAZON SOCIAL	No.	71
PANADERIA SHIBOLET		
DIRECCIÓN		
CRA 37 25 B 90		
COORDENADAS GPS		
4.63145-74085921		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	72
RESTAURANTE DONDE CECY		
DIRECCIÓN		
CALLE 25D # 35-04		
COORDENADAS GPS		
4.630877- 74.084741		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		

	RAZON SOCIAL	No.	73
	DROGUERIA MALCA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D # 34ª - 08		
	COORDENADAS GPS		
	4.630828 -74.084715		
	IDENTIFICACIÓN		
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS			
	RAZON SOCIAL	No.	74
	MALCA INVERSIONES		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D # 34ª – 08		
	COORDENADAS GPS		
	4.630828 -74.084715		
	IDENTIFICACIÓN		
ENTIDAD DESCONOCIDA			

	RAZON SOCIAL	No.	75
	VARIEDADES ROSALBITA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #34ª -03		
	COORDENADAS GPS		
	4.630581 -74.084715		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA Y CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, VENTA DE ARTICULOS DE MISCELANIA			
	RAZON SOCIAL	No.	76
	CIRCULO CULTURAL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35# 25C-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.630671 – 74.084993		
IDENTIFICACIÓN			
ESPACIO CULTURAL			

	RAZON SOCIAL	No.	77
	LA TIENDA DE JIMMY		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 #25C-40		
	COORDENADAS GPS		
	4.630801- 74.084875		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS BASICOS PARA EL HOGAR			
	RAZON SOCIAL	No.	78
	MULTIMERCADO BUITRAGO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35C #-31		
	COORDENADAS GPS		
	4.630845 -74.084929		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS DE LA CANASTA BASICA			

	RAZON SOCIAL	No.	79
	PELUQUERÍA & MANICURISTA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C #35-04		
	COORDENADAS GPS		
	4.630792 – 74.085438		
	RAZON SOCIAL	No.	80
	RESTAURANTE		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C #35 -12		
	COORDENADAS GPS		
	4.630792 -74.085428		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA			

	RAZON SOCIAL	No.	81
	ARREGLOS CLAUDIA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C# 35-30		
	COORDENADAS GPS		
	4.630828 – 74.085425		
IDENTIFICACIÓN			
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR			
	RAZON SOCIAL	No.	82
	CAFÉ FUNDADORES EXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25C # 35 -36		
	COORDENADAS GPS		
	4.630954-74.085441		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			

	RAZON SOCIAL	No.	83
	RESTAURANTE CAFÉ		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36 # 25C -16		
	COORDENADAS GPS		
	4.631138- 74.085298		
	RAZON SOCIAL	No.	84
	CUPOS UNIVERSITARIOS Y PARQUEADERO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 36 # 25C -38		
	COORDENADAS GPS		
	4.631205- 74.085166		
	IDENTIFICACIÓN		
	ALQUILER DE HABITACIONES Y SERVICIO DE PARQUEADERO		

	RAZON SOCIAL	No.	85
	CUPOS UNIVERSITARIOS ASTORIA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25D #35-37		
	COORDENADAS GPS		
	4.631256- 74.08494		
IDENTIFICACIÓN			
ALQUILER DE HABITACIONES			
	RAZON SOCIAL	No.	86
	RESTAURANTE		
	EL PLACER DE LOS SABORES		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 D#35 -09		
	COORDENADAS GPS		
4.630975 – 74.084797			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			

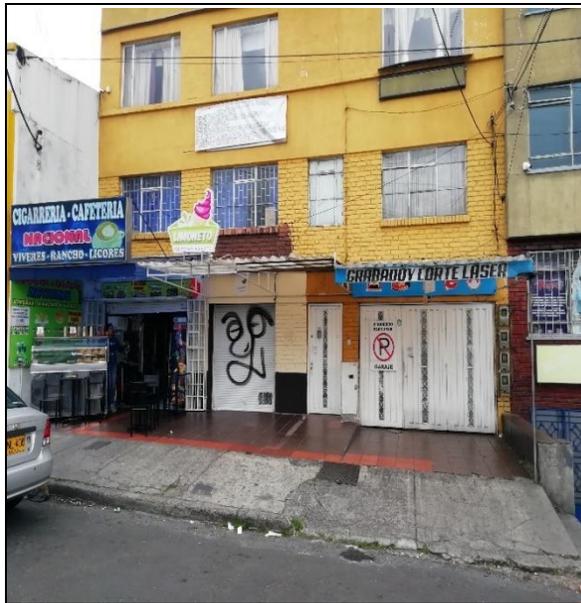
	RAZON SOCIAL	No.	91
	PHILOMELA CALL CENTER		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 # 25B – 66		
	COORDENADAS GPS		
	4.630421 – 74.085421		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE CALL CENTER			
	RAZON SOCIAL	No.	92
	EXPOVIDRIOS		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 #25B -71		
	COORDENADAS GPS		
	4.630404 – 74.085437		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE VIDRIERÍA			

	RAZON SOCIAL	No.	93
	DISTRIBUIDORA		
	MAQUILLAJE & COLOR		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 # 25 B -69		
	COORDENADAS GPS		
	4.630404 – 74.085437		
	RAZON SOCIAL	No.	94
	RESTAURANTE		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 # 25B -33		
COORDENADAS GPS			
4.630294 – 74.085731			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
RAZÓN SOCIAL DESCONOCIDA			

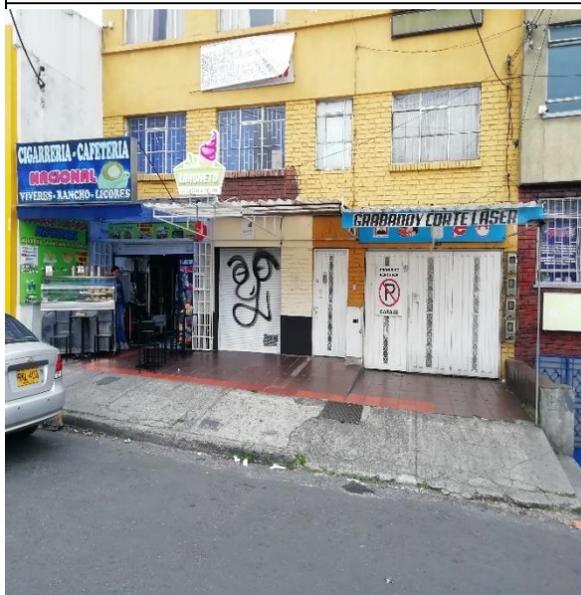
	RAZON SOCIAL	No.	95
	ANDRES GUTIERREZ PELUQUERÍA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35# 25B-27		
	COORDENADAS GPS		
	4.630239 -74. 085776		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE BELLEZA			
	RAZON SOCIAL	No.	96
	RESTAURANTE CAFÉ M3		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 35 # 25B – 05		
	COORDENADAS GPS		
	4.630193 – 74.085776		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN			

	RAZON SOCIAL	No.	97
	ASIAN STREET FOOD TEPPAN		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B #35 -06		
	COORDENADAS GPS		
	4.63123 -74.086004		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
	RAZON SOCIAL	No.	98
	ENIGMA EL SECRETO DE LA BELLEZA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B # 35 -06		
	COORDENADAS GPS		
	4.630226- 74.086064		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE BELLEZA Y COSMETICA			

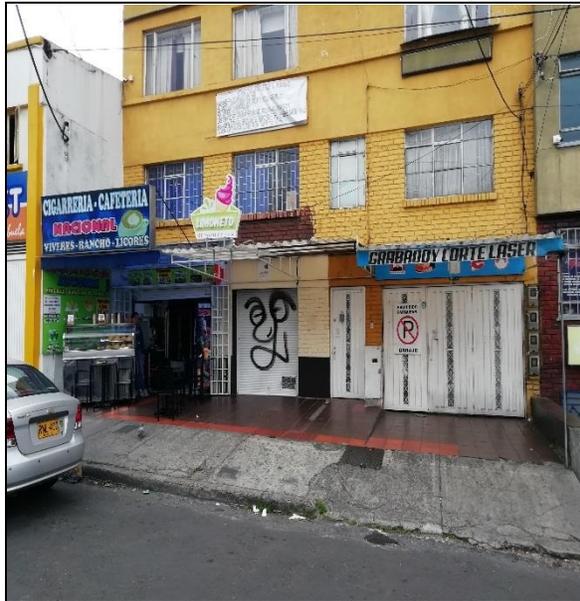
	RAZON SOCIAL	No.	101
	OTAKUSCITY SHOP TIENDA ANIME		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 F 36-43		
	COORDENADAS GPS		
	4.631016-74.084886		
IDENTIFICACIÓN			
TIENDA DE COMIC-PISO 2			
	RAZON SOCIAL	No.	102
	MAC COPIA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 F 36-43		
	COORDENADAS GPS		
	4.631016-74.084886		
IDENTIFICACIÓN			
TIENDA MISCELANIA-PISO SUBTERRANEO			



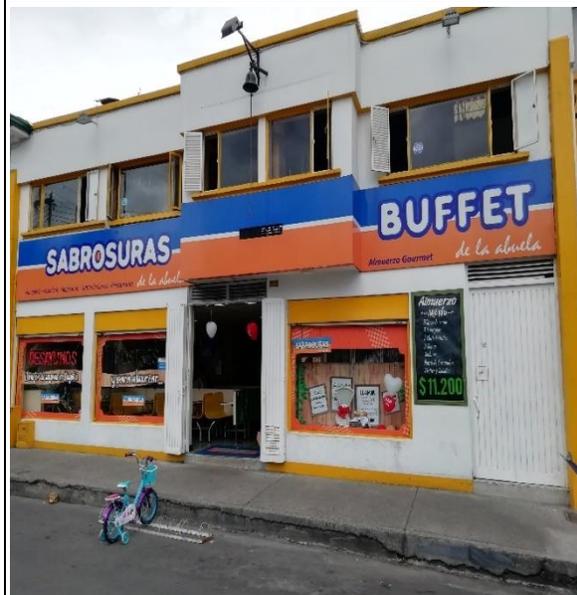
RAZON SOCIAL	No.	103
FOTOCOPIADORA (RAZON SOCIAL DESCONOCIDA)		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 F 36-33		
COORDENADAS GPS		
4.631931-74.084816		
IDENTIFICACIÓN		
TIENDA MISCELANIA-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	104
CIGARRERIA Y CAFETERIA NACIONAL		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 F 36-33		
COORDENADAS GPS		
4.631931-74.084816		
IDENTIFICACIÓN		
TIENDA DE ALIMENTOS Y LICORES		
PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	105
LIMONETO ICE CREAM & FRUITS		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 F 36-33		
COORDENADAS GPS		
4.631931-74.084816		
IDENTIFICACIÓN		
FRUTERIA-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	106
SABROSURAS DE LA ABUELA		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 F 36-15		
COORDENADAS GPS		
4.631852-74.08475		
IDENTIFICACIÓN		
RESTARURANTE-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	107
RESTAURANTE FOOD PLANET		
DIRECCIÓN		
CRA 36 25 D 07		
COORDENADAS GPS		
4.631423-74.084947		
IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE+PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	108
SEDE POLITICA (DIANA OSORIO)		
DIRECCIÓN		
CALLE 25 D 36-39		
COORDENADAS GPS		
4.631673-74.085249		
IDENTIFICACIÓN		
SEDE POLITICA-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	109
	TINTURA (RAZON SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 D 36-17		
	COORDENADAS GPS		
	4.631515-74.085157		
	RAZON SOCIAL	No.	110
	DROGUERIA PROFESAN		
	DIRECCIÓN		
	CALE 25 D 36-07		
	COORDENADAS GPS		
	4.631286-74.085152		
	IDENTIFICACIÓN		
	TINTURA DE ROPA-PISO 1		
	RAZON SOCIAL	No.	110
	DROGUERIA PROFESAN		
	DIRECCIÓN		
	CALE 25 D 36-07		
	COORDENADAS GPS		
	4.631286-74.085152		
	IDENTIFICACIÓN		
	PRODUCTOS FARMACEUTICOS PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	111
	MISCELANIA (RAZON SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 C 36-39		
	COORDENADAS GPS		
	4.631399-74.085862		
	RAZON SOCIAL	No.	112
	RESTAURANTE-CAFETERIA (RAZON SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 C 36-39		
	COORDENADAS GPS		
	4.631399-74.085862		
	IDENTIFICACIÓN		
	TIENDA MISCELANIA-PISO 1		
	RAZON SOCIAL	No.	112
	RESTAURANTE-CAFETERIA (RAZON SOCIAL DESCONOCIDA)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 C 36-39		
	COORDENADAS GPS		
	4.631399-74.085862		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-PRODUCTOS DE CAFETERIA- PISO 1		

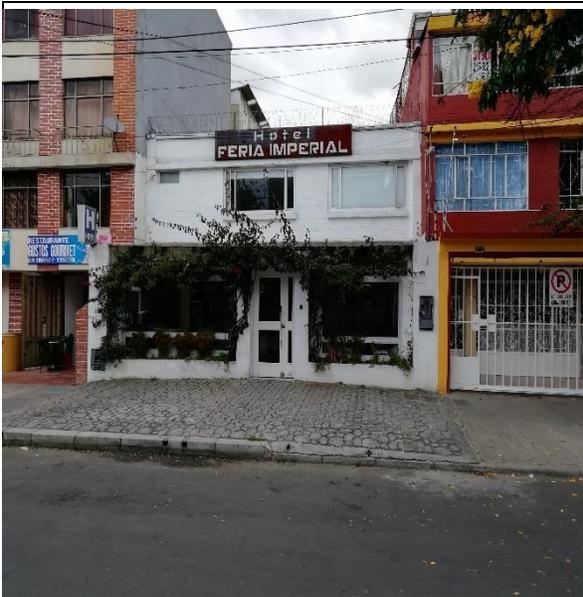
	RAZON SOCIAL	No.	113
	CAFETERIA Y DESAYUNOS REVOLUCION COLOMBIANA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 C 36-11		
	COORDENADAS GPS		
4.631121-74.085618			
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE-PRODUCTOS DE CAFETERIA- PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	114
	FRUTERIA Y CAFETERIA FRUTI SANDWICH		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 C 36-11		
	COORDENADAS GPS		
4.631121-74.085618			
IDENTIFICACIÓN			
PRODUCTOS DE CAFETERIA- PISO 1			



RAZON SOCIAL	No.	115
CONSULTORIO ODONTOLOGICO (DRA. OLGA LUCIA TELLO)		
DIRECCIÓN		
CRA 36 25 B 51		
COORDENADAS GPS		
4.63082-74.085958		
IDENTIFICACIÓN		
ODONTOLGIA-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	116
LAVASECO LTATOLN		
DIRECCIÓN		
CRA 36 25 B 51		
COORDENADAS GPS		
4.63082-74.085958		
IDENTIFICACIÓN		
LAVADO DE ROPA-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	117
	HOTEL FERIA IMPERIAL		
	DIRECCIÓN		
	CRA 36 25-13		
	COORDENADAS GPS		
	4.63061-74.086236		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS HOTELEROS-PISO 1-2			
	RAZON SOCIAL	No.	118
	TIENDA GROOMET		
	DIRECCIÓN		
	CRA 36 25 B 05		
	COORDENADAS GPS		
	4.630572-74.086283		
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE- PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	119
	PELUQUERIA STILOS D ITALIA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-08		
	COORDENADAS GPS		
4.63015-74.086373			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS- PISO 1			
	RAZON SOCIAL		120
	LA SILLA VACIA GOYENECHÉ		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-38		
	COORDENADAS GPS		
4.628519-74.087334			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS-PISO 2			

	RAZON SOCIAL	No.	121
	HOTEL KAFIR		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63079-74.086516		
	RAZON SOCIAL	No.	122
	CAFETERIA IQOS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-42		
	COORDENADAS GPS		
	4.630892-74.08657		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS HOTELEROS-PISO 1-5		
	RAZON SOCIAL	No.	122
	CAFETERIA IQOS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-42		
	COORDENADAS GPS		
	4.630892-74.08657		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS DE CAFETERIA-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	123
	CUPOS UNIVERSITARIOS (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 32 25 B 28		
	COORDENADAS GPS		
	4.631109-74.086385		
	RAZON SOCIAL	No.	124
	RESTAURANTE KATUYUMAR		
	DIRECCIÓN		
	CRA 37 25 B 46		
	COORDENADAS GPS		
	4.63123-74.086234		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE VEGETARIANO-ESCUELA DE ARTE-PISO 1-2		

	RAZON SOCIAL	No.	125
	HOTEL BORBOLETA		
	DIRECCIÓN		
	CRA 37 25 B 46		
	COORDENADAS GPS		
	4.631339-74.086087		
	RAZON SOCIAL	No.	126
	SAM BURGER		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.630897-74.086549		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE DE COMIDAS RAPIDAS-PISO 1		

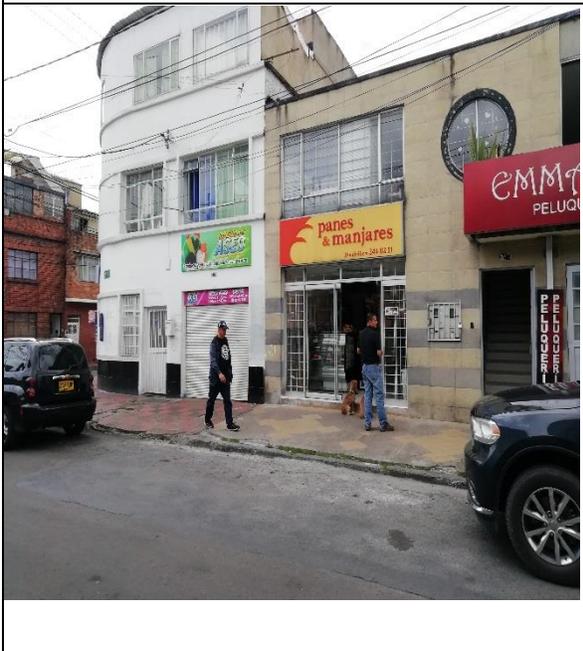
	RAZON SOCIAL	No.	127
	RESTAURANTE DOÑA ALEJA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 39-41		
	COORDENADAS GPS		
4.630812-74.086554			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS ALIMENTICIOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	128
	SASTRERIA RAUL		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 39-41		
	COORDENADAS GPS		
4.630812-74.086554			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE ARREGLO DE ROPA-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	129
	REMONTADORA (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B 36-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.630698-74.086379		
	RAZON SOCIAL	No.	130
	ENJOY-LEARNING INSTITUTE		
	DIRECCIÓN		
	CRA 36 25 A 87		
	COORDENADAS GPS		
	4.630429-74.086412		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS INFORMALES DE ENSEÑANZA DE INGLES-PISO 1-3		

	RAZON SOCIAL	No.	131
	RESTAURANTE Y CAFETERIA (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 37 25 A 26		
	COORDENADAS GPS		
4.630549-74.087129			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS ALIMENTICIOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	132
	TAPICERIA ARTECO		
	DIRECCIÓN		
	CRA 37 25 A 28		
	COORDENADAS GPS		
4.630649-74.087181			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE REPARACION DE MUEBLES-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	133
	CUPOS UNIVERSITARIOS (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 45		
	COORDENADAS GPS		
	4.629715-74.086365		
IDENTIFICACIÓN			
VIVIENDA UTILIZADA PARA ALOJAMIENTO DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS-PISO 1-2			
	RAZON SOCIAL	No.	134
	MULTISERVICIOS TECNICOS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 29		
	COORDENADAS GPS		
	4.629633-74.086529		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE REPARACION-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	135
	VETERINARIA MI AMIGO FIEL		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 29		
	COORDENADAS GPS		
4.629633-74.086529			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS VETERINARIOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	136
	TALLER MUSICAL CREACIONES		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 15		
	COORDENADAS GPS		
4.629599-74.086574			
IDENTIFICACIÓN			
ESCUELA DE ENSEÑANZA MUSICAL (INFORMAL) - PISO 2			

	RAZON SOCIAL	No.	137
	EMANUEL SS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 15		
	COORDENADAS GPS		
4.629623-74.08663			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	138
	PANES & MANJARES		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 15		
	COORDENADAS GPS		
4.629623-74.08663			
IDENTIFICACIÓN			
PANADERIA-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	139
	GALERIA DEL ASEO		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 09		
	COORDENADAS GPS		
	4.629594-74.086663		
	RAZON SOCIAL	No.	140
	SUPERMERCADO MORICHAL		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 A 25 A 07		
	COORDENADAS GPS		
	4.629576-74.08689		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	141
	SALA DE BELLEZA CHARLOON		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 A 35-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.629576-74.08689		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	142
	TRANSPORTES Y MUDANZAS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 36 25 A 12		
	COORDENADAS GPS		
	4.630063-74.086878		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE TRANSPORTE-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	143
	SALSAMENTARIA Y CIGARRERIA EL RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 B34-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.630005-74.085073		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	144
	CUPOS UNIVERSITARIOS (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 34 25 A 09		
	COORDENADAS GPS		
	4.629469-74.083984		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PARA UNIVERSITARIOS-PISI 1-2			

	RAZON SOCIAL	No.	145
	CUPOS UNIVERSITARIOS (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 34 25 A 41		
	COORDENADAS GPS		
	4.629327-74.0862		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PARA UNIVERSITARIOS-PISO 1-2			
	RAZON SOCIAL	No.	146
	LAVANDERIA DLECH		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 A 34-30		
	COORDENADAS GPS		
	4.629337-74.086788		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE LIMPIEZA DE ROPA			

	RAZON SOCIAL	No.	147
	VARIEDADES RAYJA		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 04		
	COORDENADAS GPS		
4.629515-74.086773			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS MISCELANEO-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	148
	EXELENIA DE ARREGLOS GENESIS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 04		
	COORDENADAS GPS		
4.629515-74.086773			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE ARREGLO DE ROPA			



RAZON SOCIAL	No.	149
SALA DE BELLEZA (SIN RAZON SOCIAL)		
DIRECCIÓN		
CRA 35 25 A 12		
COORDENADAS GPS		
4.629582-74.0866682		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS COMESTICOS-PISO 1		



RAZON SOCIAL	No.	150
CLARO		
DIRECCIÓN		
CRA 35 25 A 22		
COORDENADAS GPS		
4.62965-74.086622		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS DE VENTA Y REPARACION DE TELEFONIA CELULAR-PISO 1		

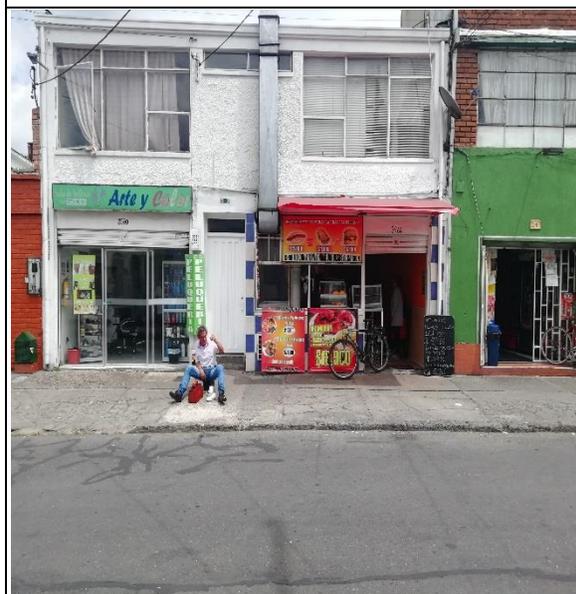
	RAZON SOCIAL	No.	151
	FERRETERIA (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 22		
	COORDENADAS GPS		
	4.62965-74.086584		
	RAZON SOCIAL	No.	152
	FERRETERIA EL RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 30		
	COORDENADAS GPS		
	4.629694-74086584		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS DE FERRETERIA-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	153
	ROPA EXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 54		
	COORDENADAS GPS		
4.629853-74.086322			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS DE ARREGLO DE ROPA-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	154
	BARBERIA MEDINA Y GIRALDO		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 24 A 64		
	COORDENADAS GPS		
4.629853-74.086322			
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS			

	RAZON SOCIAL	No.	155
	NEGOCIO MISCELANIA		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 68		
	COORDENADAS GPS		
	4.629877-74.086182		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ARTESANALES			
	RAZON SOCIAL	No.	156
	ALMACEN MEJIA		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25 A 80		
	COORDENADAS GPS		
	4.629937-74.086182		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS MICELANEOS-PISO 1			



RAZON SOCIAL	No.	157
SALA DE BELLEZA ARTE Y COLOR		
DIRECCIÓN		
CRA 35 25-70		
COORDENADAS GPS		
4.629428-74.08699		
IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1		

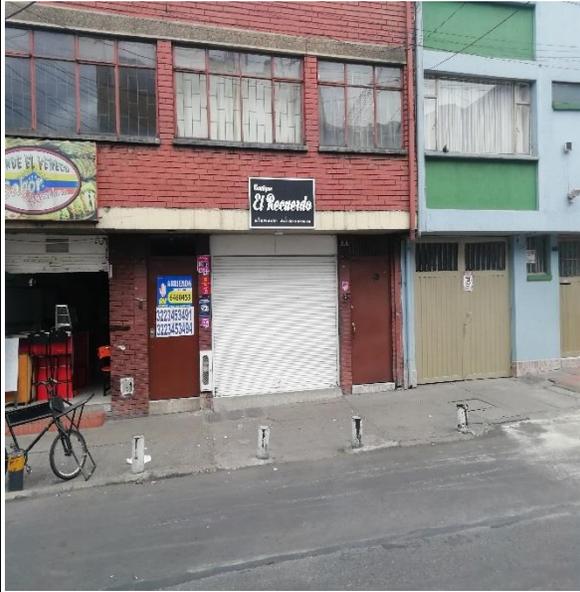


RAZON SOCIAL	No.	158
COMIDAS RAPIDAS LAS DELICIAS		
DIRECCIÓN		
CRA 35 25-68		
COORDENADAS GPS		
4.629413-74.0872		
IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	159
	CIGARRERIA (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-60		
	COORDENADAS GPS		
	4.629367-74.087061		
	RAZON SOCIAL	No.	160
	PELUQUERIA JULIO STILOS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-60		
	COORDENADAS GPS		
	4.629319-74.087093		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1		
	RAZON SOCIAL	No.	160
	PELUQUERIA JULIO STILOS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-60		
	COORDENADAS GPS		
	4.629319-74.087093		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1		

	RAZON SOCIAL	No.	161
	SALA DE BELLEZA LYDA FASHION		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-50		
	COORDENADAS GPS		
	4.629311-74.087136		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	162
	GALEES PELUQUERIA		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-44		
	COORDENADAS GPS		
	4.629274-74.087219		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	163
	LUZMY EN LINEA INTERNET		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-40		
	COORDENADAS GPS		
4.629274-74.087219			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS MISCELANEOS-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	164
	DONDE EL VENECO SABOR VENEZOLANO		
	DIRECCIÓN		
	CRA 35 25-32		
	COORDENADAS GPS		
4.629265-74.087255			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PROD			

	RAZON SOCIAL	No.	165
BOUTIQUE EL RECUERDO			
DIRECCIÓN			
CRA 35 25-32			
COORDENADAS GPS			
4.629265-74.087255			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE ROPA-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	166
LA CARNICERIA BOUTIQUE DE CARNES			
DIRECCIÓN			
CRA 36 25-24			
COORDENADAS GPS			
4.629173-74.087376			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	167
	EL RINCON DEL HOGAR		
	DIRECCIÓN		
	CR 35 25-14		
	COORDENADAS GPS		
4.629167-74.087396			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	168
	AGRICOLA DE LA SABANA		
	DIRECCIÓN		
	CR 35 25-14		
	COORDENADAS GPS		
4.629167-74.087396			
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	169
	DROGUERIA DE LA 35		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25-34-42		
	COORDENADAS GPS		
	4.629852-74.086275		
	RAZON SOCIAL	No.	170
	CAFÉ BAR (SIN RAZON SOCIAL)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-42		
	COORDENADAS GPS		
	4.629852-74.086275		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS-PISO 1			
VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS-PISO 1			

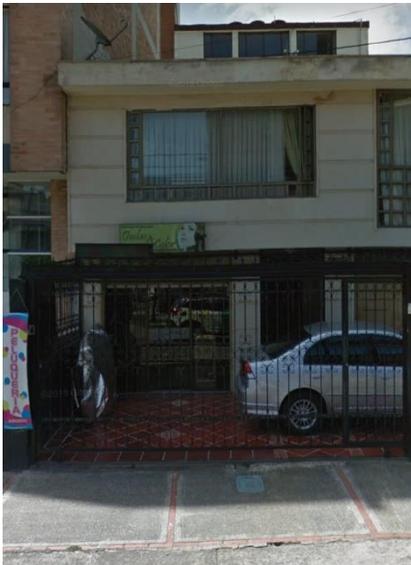
	RAZON SOCIAL	No.	171
	REMONTADORA CLEIN		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.628884-74.087534		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS DE REPARACION DE CALAZADO- PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	172
	SALSAMENTARIA URBAN		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.628884-74.087534		
	IDENTIFICACIÓN		
VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	173
	RESTAURANTE CARNES SI		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.628776-*74.087496		
	RAZON SOCIAL		174
	PHILADELPHIA CLEAN UP		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #40-8		
	COORDENADAS GPS		
	4.63346782000008, -74.0894728319999		
IDENTIFICACIÓN			
LAVANDERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	175
	FERRTERIA Y ELECTRICOS GL		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-06		
	COORDENADAS GPS		
	4.6286730-74.087516		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS DE FERRETERIA-PISO 1			
	RAZON SOCIAL	No.	176
	ASADERO SAN ESTEBAN		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 34-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.628549-74.087534		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS-PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	177
	CAFETERIA HAGALE PUES		
	DIRECCIÓN		
	CRA 34 25-11		
	COORDENADAS GPS		
	4.628654-74.08718		
	RAZON SOCIAL	No.	178
	TURCO Y SAUNA SPA ARCO IRIS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 34 25-63		
	COORDENADAS GPS		
	4.628845-74.086835		
	IDENTIFICACIÓN		
	VENTA DE PRODUCTOS ALIMETICIOS-PISO 1		
	RAZON SOCIAL	No.	178
	TURCO Y SAUNA SPA ARCO IRIS		
	DIRECCIÓN		
	CRA 34 25-63		
	COORDENADAS GPS		
	4.628845-74.086835		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS COSMETICOS-PISO 1-2		

	RAZON SOCIAL	No.	179
	CIGARRERÍA EL DORADO		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #43-17		
	COORDENADAS GPS		
	4.63435277600007, -74.0906075529999		
IDENTIFICACIÓN			
CIGARRERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	180
	AUTOLAVADO MOTOS Y CARROS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #43ª-84		
	COORDENADAS GPS		
	4.63468188600007, -74.0915423129999		
IDENTIFICACIÓN			
AUTOLAVADO-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	181
	JAPONESA DE TELEVISIÓN		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B # 43-54		
	COORDENADAS GPS		
	4.63407459000007, -74.0910043729999		
	IDENTIFICACIÓN		
REPARACIÓN ELECTRODOMÉSTICOS- EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	182
	ONDAS & COLOR		
	DIRECCIÓN		
	CL 25B #43-32		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400996800004, -74.0908571639999		
	IDENTIFICACIÓN		
SALA DE BELLEZA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	183
	RESTAURANTE Y CAFETERÍA		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	184
	FRUTOS HORNEADOS		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	185
	DROGUERÍA GLOFER		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
DROGUERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	186
	ORAL CLINIC		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
CENTRO ODONTOLÓGICO-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	187
	PELUQUERÍA V.I.P.		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
PELUQUERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	188
	SURTIFRUYER LA 26		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
MERCADO-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	189
---	--------------	-----	-----

	APRISSA PIZZA		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #40-51		
	COORDENADAS GPS		
	4.63400572200004, -74.0897378669999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	190
	INTEGRATUR SAS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #40-78		
	COORDENADAS GPS		
	4.63377733400006, -74.0902800239999		
	IDENTIFICACIÓN		
TRANSPORTE-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	191
	HOTEL ESTELAR		

	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #40-67		
	COORDENADAS GPS		
	4.63364927700007, -74.0902435599999		
	IDENTIFICACIÓN		
HOTEL-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	192
	SUPERMERCADO DANILOS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #40-25		
	COORDENADAS GPS		
	4.63343382800008, -74.0896921269999		
	IDENTIFICACIÓN		
	MERCADO-1° PSIO		

	RAZON SOCIAL	No.	193
	LUOPTIKA		

	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #39-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.63353818400009, -74.0885130609999		
	IDENTIFICACIÓN		
	OPTICA-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	194
	CIGARRERÍA		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #39-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.63353818400009, -74.0885130609999		
	IDENTIFICACIÓN		
	CIGARRERÍA-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	195
---	--------------	-----	-----

	DAVID RUEDA		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #39-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.63353818400009, -74.0885130609999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RAZON SOCIAL		No. 196
	KALAMARU COCINA FUSION		
	DIRECCIÓN		
	AV CR. 40 #25-5		
	COORDENADAS GPS		
	4.63274602200005, -74.0901996139999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	197
	LAVASECO PERCLOMATIC EL RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #39-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.63296470700004, -74.0881474429999		
	IDENTIFICACIÓN		
LAVANDERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	198
	TERMALES SANTA MONICA CHOACHI		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #39-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.63296470700004, -74.0881474429999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	199

	HOTEL SAN PABLO		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #38ª-11		
	COORDENADAS GPS		
	4.63298375100004, -74.0870520839999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		
	RAZON SOCIAL	No.	200
	MORENO BRAND CAFÉ EXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 39 #25B-22		
	COORDENADAS GPS		
	4.63309980600008, -74.0879043769999		
	IDENTIFICACIÓN		
CAFETERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	201
---	--------------	-----	-----

	COFFEE EXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #38ª-4		
	COORDENADAS GPS		
	4.63239409400006, -74.0875289509999		
	IDENTIFICACIÓN		
	CEFETERÍA-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	202
	ESPECIAL TESORO INTERNET MISCELANEA		
	DIRECCIÓN		
	AV CR. 40 #25-90		
	COORDENADAS GPS		
	4.63317079900008, -74.0891648619999		
	IDENTIFICACIÓN		
PAPELERÍA-1° PISO			

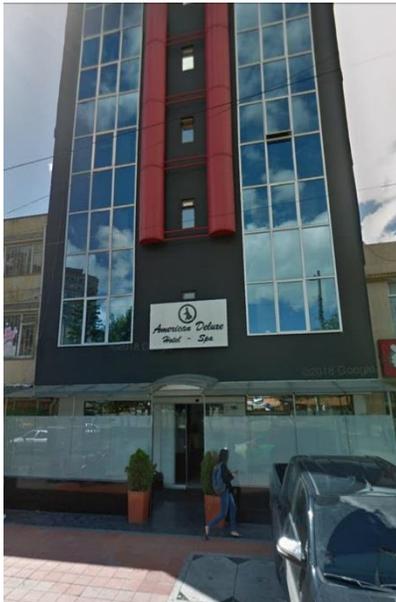
	RAZON SOCIAL	No.	203
	HOTEL REAL ESTACIÓN		
	DIRECCIÓN		
	AV CR. 40 #25-72		
	COORDENADAS GPS		
	4.63294496800006, -74.0892794239999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	204
	SER DIGITAL		
	DIRECCIÓN		
	CL 25BIS # 39ª-36		
	COORDENADAS GPS		
	4.63270467600006, -74.0894846919999		
	IDENTIFICACIÓN		
IMPRESIONES-1° PISO			

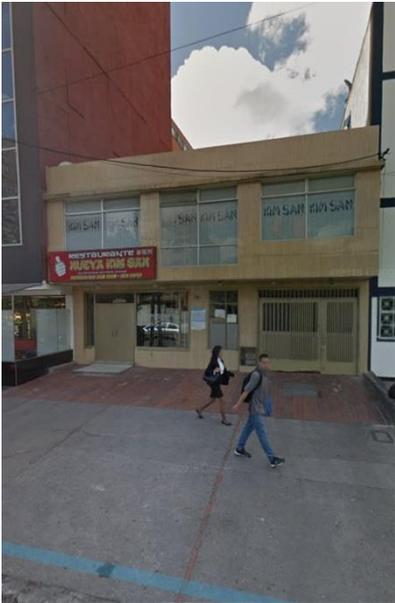
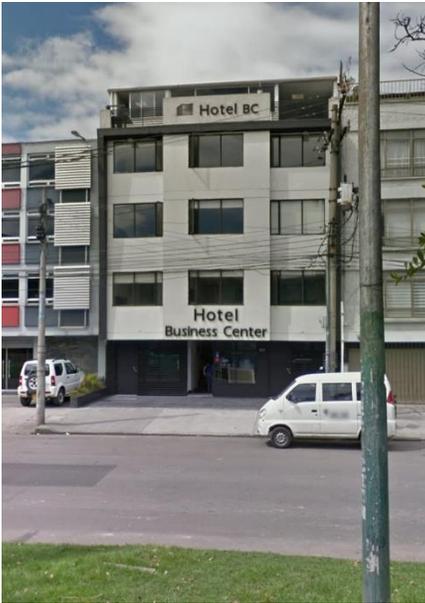
	RAZON SOCIAL	No.	205
	TIP TOP		
	DIRECCIÓN		
	CL 25BIS # 39ª-36		
	COORDENADAS GPS		
	4.63270467600006, -74.0894846919999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	206
	BOG URBAN HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25BIS #39ª-16		
	COORDENADAS GPS		
	4.63253099900004, -74.0893704939999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	207
	POSADA'S HOUSE HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CR. 39ª #25-33		
	COORDENADAS GPS		
	4.63257407200007, -74.0890578929999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	208
	HOTEL PARIS BOGOTÁ		
	DIRECCIÓN		
	CR 39ª #25-65		
	COORDENADAS GPS		
	4.63271857800004, -74.0888489279999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	209

	WHITE LIGHTHOUSE HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25BIS #39-32		
	COORDENADAS GPS		
	4.63215554300007, -74.0891228249999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		
	RAZON SOCIAL	No.	210
	RED PLATINUM BUSSINESS CENTER		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #38ª-5		
	COORDENADAS GPS		
	4.63235672900009, -74.0876299679999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		

	RAZON SOCIAL	No.	211
	HOTEL BOUTIQUE CITY CENTER		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #38ª-20		
	COORDENADAS GPS		
	4.63146163700009, -74.0891752459999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	212
	AMERICAN DELUXE HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	AV CR. 40 #25-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63260058500009, -74.0897613859999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	213
	RESTAURANTE NUEVA KIM SAN		
	DIRECCIÓN		
	AV CR. 40 #25-18		
	COORDENADAS GPS		
	4.63257145700004, -74.0898052979999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	214
	HOTEL BUSINESS CENTER		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #39-22		
	COORDENADAS GPS		
	4.63190038900007, -74.0895690479999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

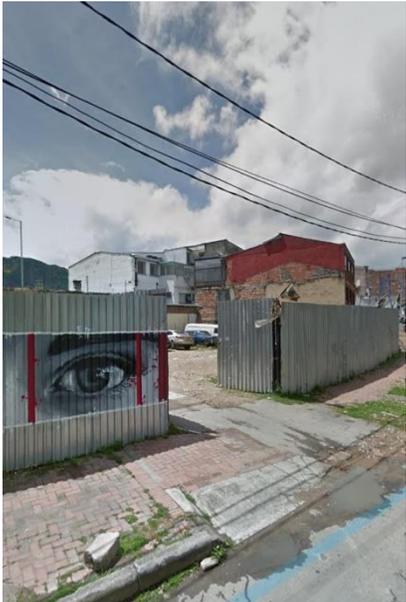
	RAZON SOCIAL	No.	215
	BENDITA TU SPA		

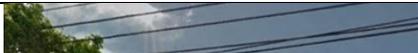
	DIRECCIÓN		
	CR. 37ª #25ª-71		
	COORDENADAS GPS		
	4.63139842600009, -74.0872282259999		
	IDENTIFICACIÓN		
	ESTÉTICA-EDIFICIO		
	RAZON SOCIAL		
	No.	216	
	RESTAURANTE FOOD SERVICES		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38ª #25-5		
	COORDENADAS GPS		
	4.63135822100008, -74.0890740489999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		

	RAZON SOCIAL		
	No.	217	

	DON VITO		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38ª #25-23		
	COORDENADAS GPS		
	4.63144095900009, -74.0889471339999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	218
	LAVAXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25C #37-56		
	COORDENADAS GPS		
	4.63201283900008, -74.0860920189999		
	IDENTIFICACIÓN		
LAVANDARÍA-1° PISO			

		RAZON SOCIAL	No.	219

	HOTEL CHARLOTTE		
	DIRECCIÓN		
	AV CL. 26 #38-0		
	COORDENADAS GPS		
	4.63271692400008, -74.0858957019999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		
	RAZON SOCIAL	No.	220
	PARQUEADERO PÚBLICO		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25D #37-62		
	COORDENADAS GPS		
	4.63243930000004, -74.0856078939999		
	IDENTIFICACIÓN		
	PARQUEADERO-LOTE		

	RAZON SOCIAL	No.	221

	RESTAURANTE		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25D #37-2		
	COORDENADAS GPS		
	4.63196526500008, -74.0853799269999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	222
	LA ALDEA DE LAS HAMBURGUESAS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25D #37-2		
	COORDENADAS GPS		
	4.63196526500008, -74.0853799269999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	223
---	--------------	-----	-----

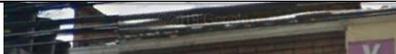
	RESTAURANTE EL BUEN FOGON		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25D-17		
	COORDENADAS GPS		
	4.63200770700007, -74.0852341229999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	224
	KOMA A LA PARRILLA Y OTRAS DELICIAS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25D-17		
	COORDENADAS GPS		
	4.63200770700007, -74.0852341229999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	225

	RESTAURANTE CALIENTE CALIENTE		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #37-19		
	COORDENADAS GPS		
	4.63115831100009, -74.086851281		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	226
	RESTAURANTE EDUARDO SAZÓN		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-7		
	COORDENADAS GPS		
	4.63056641500009, -74.0874145469999		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	227
--	--------------	-----	-----

	HOTEL FERIAL PRIME		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #37-14		
	COORDENADAS GPS		
	4.63118855700009, -74.0867351699999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		
	RAZON SOCIAL	No.	228
	CLINICA VETERINARIA ALEJANDRIA		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-41		
	COORDENADAS GPS		
	4.63075190700005, -74.0871306849999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	229
---	--------------	-----	-----

	PELDAR		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-49		
	COORDENADAS GPS		
	4.63078479900008, -74.0870803559999		
	IDENTIFICACIÓN		
	VIDRIOS-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	230
	EL VITRAL		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-49		
	COORDENADAS GPS		
	4.63078479900008, -74.0870803559999		
	IDENTIFICACIÓN		
	VIDRIOS-1° PISO		

	RAZON SOCIAL	No.	231
	EXPOHOTEL FERIAL		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-57		
	COORDENADAS GPS		
	4.63083084800007, -74.0870099049999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	232
	HOSTAL OCA		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38 #25B-88		
	COORDENADAS GPS		
	4.63244223900006, -74.0863937179999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	233
	AUTOSERVICIO EL VENCEDOR		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #37-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.63125701100006, -74.0867794119999		
	IDENTIFICACIÓN		
MERCADO-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	234
	LA ÚNICA DISTRIBUIDORA DE CARNES		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #37-26		
	COORDENADAS GPS		
	4.63125701100006, -74.0867794119999		
	IDENTIFICACIÓN		
MERCADO-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	235
	IDEA PRUEBAS ESTANDARIZADAS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25B-9		
	COORDENADAS GPS		
	4.63108226600008, -74.0866233049999		
	IDENTIFICACIÓN		
ESTUDIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	236
	INSTRUIMOS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25B-43		
	COORDENADAS GPS		
	4.63125871000005, -74.0863598749999		
	IDENTIFICACIÓN		
ESTUDIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	237
	CACIQUE		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25B-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.63148787500006, -74.0860074079999		
	IDENTIFICACIÓN		
PAPELERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	238
	DROGUERÍA SIDERAL		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25B-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.63148787500006, -74.0860074079999		
	IDENTIFICACIÓN		
DROGUERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	239
	STAR		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25B-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.63148787500006, -74.0860074079999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	240
	DROGUERÍA PHARMAX SAS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25ª-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.63098205600005, -74.0867785699999		
	IDENTIFICACIÓN		
DROGUERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	241
	EXPOFERRETERÍA		
	DIRECCIÓN		
	CLL. 25 #38-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63119690600007, -74.0889988889999		
	IDENTIFICACIÓN		
FERRETERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	242
	FUNDACIÓN KYRIOS		
	DIRECCIÓN		
	CLL. 25 #38-20		
	COORDENADAS GPS		
	4.63113129100009, -74.0889562139999		
	IDENTIFICACIÓN		
ESTUDIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	243
	HOTEL DORADO FERIAL		
	DIRECCIÓN		
	CLL. 25 #38-8		
	COORDENADAS GPS		
	4.63099745400007, -74.0888682799999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	244
	HOTEL BLEU		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38 #25-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.63115517400007, -74.0885837749999		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	245
	BRUCE DUNCAN CARGO		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38 #25-85		
	COORDENADAS GPS		
	4.63140961100004, -74.0881948799999		
	IDENTIFICACIÓN		
ENVÍOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	246
	SOPAS SAZÓN & CARBÓN		
	DIRECCIÓN		
	CR. 38 #25-38		
	COORDENADAS GPS		
	4.63104364600008, -74.0885054839999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	247
	PARQUEADERO PÚBLICO		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37ª-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63074302100006, -74.0886982149999		
	IDENTIFICACIÓN		
	PARQUEADERO-1° PISO		
	RAZON SOCIAL	No.	248
	SHERIDAN HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37ª #25-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.63063713300005, -74.0883829539999		
	IDENTIFICACIÓN		
	SERVICIOS-EDIFICIO		

	RAZON SOCIAL	No.	249
	PER CA PELLI		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37-44		
	COORDENADAS GPS		
	4.63039807700005, -74.0884709849999		
	IDENTIFICACIÓN		
PELUQUERÍA-2° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	250
	CAFETERÍA FONTIBON DE LA 22		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37-44		
	COORDENADAS GPS		
	4.63039807700005, -74.0884709849999		
	IDENTIFICACIÓN		
PANADERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	251
	COLOMBIAN POLLO		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63023458500004, -74.0883669709999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	252
	RESTAURANTE CARPANNI		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63023458500004, -74.0883669709999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	253
	CADILLAC'S COMIDAS RÁPIDAS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #37-28		
	COORDENADAS GPS		
	4.63023458500004, -74.0883669709999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	254
	SUPER COMBOS ELIZA		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25-15		
	COORDENADAS GPS		
	4.63011083800006, -74.088114259		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

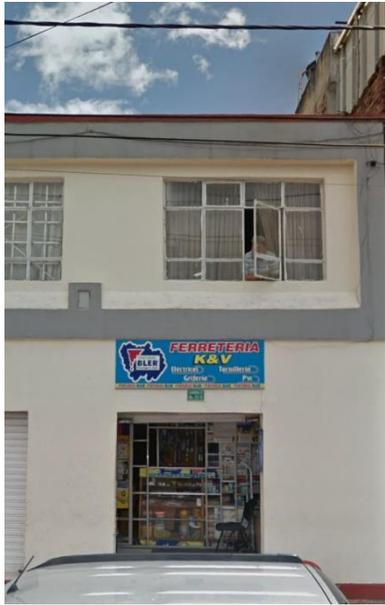
	RAZON SOCIAL	No.	255
	SILVIA BOUTIQUE		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25ª #35-7		
	COORDENADAS GPS		
	4.62955433700006, -74.0869265959999		
	IDENTIFICACIÓN		
PELUQUERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	256
	RESTAURANTE		
	DIRECCIÓN		
	CR. 37 #25-63		
	COORDENADAS GPS		
	4.63035254900007, -74.0877407689999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	257
	HOTEL ARISTON W		
	DIRECCIÓN		
	CR. 36 #25-18		
	COORDENADAS GPS		
	4.62944194428879, -74.0877119588083		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	258
	LA TOSCANA PANADERÍA		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #35-32		
	COORDENADAS GPS		
	4.62928398200006, -74.0877456659999		
	IDENTIFICACIÓN		
PANADERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	259
	HIPERMERCADO SAN JORGE		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #35-22		
	COORDENADAS GPS		
	4.62922059000005, -74.0877047659999		
	IDENTIFICACIÓN		
MERCADO-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	260
	LA MARRANA RESTAURANTE		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25 #35-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.62914827000009, -74.0876581189999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	261
	URBAN BAKERY & COFFEE		
	DIRECCIÓN		
	CR. 35 # 25-29		
	COORDENADAS GPS		
	4.62921169100008, -74.0873798239999		
IDENTIFICACIÓN			
PASTELERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	262
	CARNES LA CALIDAD		
	DIRECCIÓN		
	CR. 35 # 25-7		
	COORDENADAS GPS		
	4.62907285400007, -74.0875923559999		
IDENTIFICACIÓN			
MECADO-1° PISO			

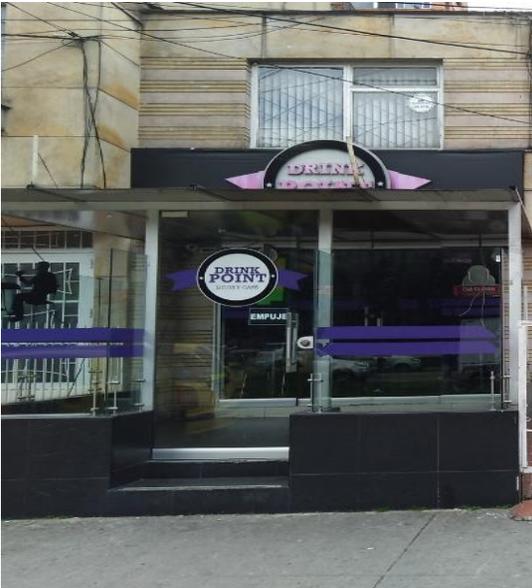
	RAZON SOCIAL	No.	263
	EQUIPA EXPRESS		
	DIRECCIÓN		
	CR. 35 # 25-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.62916706100009, -74.087447601		
	IDENTIFICACIÓN		
SERVICIOS-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	264
	SERVICIO TOTAL LAVASECO		
	DIRECCIÓN		
	CR. 35 # 25-21		
	COORDENADAS GPS		
	4.62916706100009, -74.087447601		
	IDENTIFICACIÓN		
LAVANDERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	265
	FERRETERÍA K&V		
	DIRECCIÓN		
	CR. 35 # 25-69		
	COORDENADAS GPS		
	4.62940704500005, -74.0870822629999		
	IDENTIFICACIÓN		
FERRETERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	266
	ISHTAN COSTRUAS Y TEJIDOS		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25ª #35-7		
	COORDENADAS GPS		
	4.62955433700006, -74.0869265959999		
	IDENTIFICACIÓN		
MODA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	267
	POSSADA'S HOUSE HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 34ª #25-25		
	COORDENADAS GPS		
	4.632543.-74.089155		
	RAZON SOCIAL	No.	268
	MIRADOR DEL RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 42ª 25-50		
	COORDENADAS GPS		
	4.632638,-74.088792		
IDENTIFICACIÓN			
HOTEL-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	269
	HABITACIONES RESIDENCIALES		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25BIS #25-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.632163,-74.088684		
	IDENTIFICACIÓN		
CASA QUE OFRECE CUPOS UNIVERSATARIOS.			
	RAZON SOCIAL	No.	270
	HOTEL FONTANA DI TREU		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25BIS #39-53		
	COORDENADAS GPS		
	4.632321,-74.089322		
	IDENTIFICACIÓN		
HOTEL-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	271
	SALCHIPAPA GOURMET		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-90		
	COORDENADAS GPS		
4.632372,-74.089897			
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE COMIDAS RÁPIDAS-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	272
	PELUQUERÍA CANDYCANE		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-74		
	COORDENADAS GPS		
4.632362,-74.089885			
IDENTIFICACIÓN			
PELUQUERIA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	273
	DRINK POINT		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-64		
	COORDENADAS GPS		
	4.632296,-74.089806		
IDENTIFICACIÓN			
ESTABLECIMIENTO DE ESPARCIMIENTO-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	274
	MULTIMEDIOS BRANDING S.A.S.		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-64		
	COORDENADAS GPS		
	4.632296,-74.089806		
IDENTIFICACIÓN			
SERVICIOS TECNOLOGICOS-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	275
	ÉRASE UNA VEZ CAFÉ		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #25-76		
	COORDENADAS GPS		
	4.6317,-74.088468		
IDENTIFICACIÓN			
CAFÉ STUDIO- 1° Y 2° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	276
	CAFETERÍA LA FERIA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-42		
	COORDENADAS GPS		
	4.632096,-74.089774		
IDENTIFICACIÓN			
CAFETERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	277
	PASSPORT LANGUAGE CENTER'S		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-30		
	COORDENADAS GPS		
	4.632004,-74.089594		
	RAZON SOCIAL	No.	278
	HOTEL BUSINESS FERIAL		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-22		
	COORDENADAS GPS		
	4.631974,-74.089614		
IDENTIFICACIÓN			
HOTEL-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	279
MI SANTA			
DIRECCIÓN			
CALLE 25 #39-12			
COORDENADAS GPS			
4.631821,-74.059593			
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	280
IMPRESIÓN DIGITAL			
DIRECCIÓN			
CALLE 25 #30-10			
COORDENADAS GPS			
4.631776,-74.089643			
IDENTIFICACIÓN			
ESTABLECIMIENTO DE IMPRESIÓN DIGITAL-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	281
	CAFETERIA RICURAS SANDY		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #39-06		
	COORDENADAS GPS		
	4.631722,-74.081457		
IDENTIFICACIÓN			
CAFETERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	282
	MINI MARKET		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-04		
	COORDENADAS GPS		
	4.631666,-74.089451		
IDENTIFICACIÓN			
MERCADO-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	283
	RESTAURANTE BUFFET		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #25-05		
	COORDENADAS GPS		
	4.631382,-74.089134		
	RAZON SOCIAL	No.	284
	LA PARADA DEL ASEO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #25-23		
	COORDENADAS GPS		
	4.631486,-74.088962		
	IDENTIFICACIÓN		
	ESTABLECIMIENTO DE VENTA DE IMPLEMENTOS DE ASEO-1° PISO		

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="797 464 1193 520">RAZON SOCIAL</td> <td data-bbox="1193 464 1271 520">No.</td> <td data-bbox="1271 464 1372 520">285</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	285
RAZON SOCIAL	No.	285		
	HOTEL ALEJANDRÍA PLAZA			
	DIRECCIÓN			
	CARRERA 38 #25-17			
	COORDENADAS GPS			
	4.631107,-74.088725			
	IDENTIFICACIÓN			
	HOTEL-EDIFICIO			
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="797 1165 1193 1222">RAZON SOCIAL</td> <td data-bbox="1193 1165 1271 1222">No.</td> <td data-bbox="1271 1165 1372 1222">286</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	286
RAZON SOCIAL	No.	286		
	CUPOS UNIVERSITARIOS BROOKLYN			
	DIRECCIÓN			
	CARRERA 44 #25ª -04			
	COORDENADAS GPS			
	4.631012,-74.087667			
	IDENTIFICACIÓN			
	CASA QUE OFRECE HABITACIONES A LOS UNIVERSITARIOS.			

	RAZON SOCIAL	No.	287
	CUPOS UNIVERSITARIOS MANHATTAN		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25ª #37-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.630776,-74.087738		
IDENTIFICACIÓN			
CASA QUE OFRECE HABITACIONES A LOS UNIVERSITARIOS.			
	RAZON SOCIAL	No.	288
	LIBRERÍA FERÍA INTERNACIONAL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25-77		
	COORDENADAS GPS		
	4.630192,-74.087925		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE LIBROS Y PAPELERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	289
	MAGDITA POSTRES-HELADOS		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25-25		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
TIENDA DE POSTRES Y HELADOS-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	290
	LAS DELICIAS DE LA ABUELA		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª -67		
	COORDENADAS GPS		
	4.630549,-74.087393		
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE-1° PISO			
CUPOS UNIVERSITARIOS-2° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	291
	PARAÍSO FERIAL HOTEL BOUTIQUE		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª -25		
	COORDENADAS GPS		
	4.630677,-74.087241		
IDENTIFICACIÓN			
HOTEL-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	292
	FERRELECTRICOS EL IMPERIO		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª -33		
	COORDENADAS GPS		
	4.630708,-74.087175		
IDENTIFICACIÓN			
VENTA DE MATERIALES ELECTRICOS Y PARA COSTRUCCIÓN-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	293
	THE LAUNDRY ROOM		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª -47		
	COORDENADAS GPS		
	4.6307,-74.087128		
IDENTIFICACIÓN			
LAVANDERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	294
	BARBER DOG		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª-41		
	COORDENADAS GPS		
	4.630757,-74.087107		
IDENTIFICACIÓN			
PELUQUERÍA CANINA Y FELINA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	295
	EXPO HOTEL		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª - 57		
	COORDENADAS GPS		
	4.630844,-74.086978		
IDENTIFICACIÓN			
HOTEL-EDIFICIO			
	RAZON SOCIAL	No.	296
	ONE WAY		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª - 85		
	COORDENADAS GPS		
	4.630903,-74.086799		
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE GOURMET-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	297
	CRUZ VERDE		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-35		
	COORDENADAS GPS		
	4.633323,-74.088412		
	IDENTIFICACIÓN		
DROGUERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	298
	MR. WEEDSON		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 37 #25ª -76		
	COORDENADAS GPS		
	4.630908,-74.086739		
	IDENTIFICACIÓN		
TIENDA MEDICINAL DE MARIHUANA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	299
	DROGUERÍA Y TIENDA NATURISTA ORQUÍDEA REAL		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-73		
	COORDENADAS GPS		
	4.63313752900007, -74.0895983509999		
IDENTIFICACIÓN			
DROGUERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	300
	RESTAURANTE TACATÁ		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B #37-11		
	COORDENADAS GPS		
	4.631076,-74.086821		
IDENTIFICACIÓN			
RESTAURANTE-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	301
	CIGARRERÍA RECUERDO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-13		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
CIGARRERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	302
	PELUQUERIA POLO ROSA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-25		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
PELUQUERÍA-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	303
	PANADERÍA ACCIÓN DE GRACIAS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-25		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
PANADERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	304
	FRUIT ART		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-29		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
JUGOS NATURALES & MALTEADAS-1° PISO			

	RAZON SOCIAL	No.	305
	CAFETERÍA DESAYUNOS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 26 #39-39		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
CAFETERÍA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	306
	HOTEL CENTRAL HOUSE		
	DIRECCIÓN		
	CARRERA 39 #25ª -55		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
HOTEL-EDIFICIO			

	RAZON SOCIAL	No.	307
	J.E.R.MONC REMONTADORA		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25B #36-21		
	COORDENADAS GPS		
	IDENTIFICACIÓN		
REMONTADORA-1° PISO			
	RAZON SOCIAL	No.	308
	MODISTERÍA (NO TIENE NOMBRE)		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25ª #35-07		
	COORDENADAS GPS		
	4.62955433700006, -74.0869265959999		
IDENTIFICACIÓN			
Local 2, 1 piso, casa esquinera 5 pisos.			

	RAZON SOCIAL	No.	309
	LA VILLA SUIZA		
	DIRECCIÓN		
	Cra 35 #25-29		
	COORDENADAS GPS		
	4.62921169100008, -74.0873798239999		
	IDENTIFICACIÓN		
Panadería, piso 1. Casa 4 pisos.			
	RAZON SOCIAL	No.	310
	LA PAPERIE		
	DIRECCIÓN		
	Cra 35 #25-67		
	COORDENADAS GPS		
	4.62938822800004, -74.0871115439999		
	IDENTIFICACIÓN		
PAPELERÍA Piso 1, casa 3 pisos			

	RAZON SOCIAL	No.	311
	EL GRAN PACÍFICO		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #35-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.62914827000009, -74.0876581189999		
	IDENTIFICACIÓN		
RESTAURANTE, local 1 piso 1 y 2, casa 2 pisos.			
	RAZON SOCIAL	No.	312
	DROGAS MAX DESCUENTOS		
	DIRECCIÓN		
	CALLE 25 #35-10		
	COORDENADAS GPS		
	4.62914827000009, -74.0876581189999		
	IDENTIFICACIÓN		
DROGUERÍA, Local1, piso 1, casa dos pisos.			

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="797 247 1192 300">RAZON SOCIAL</td> <td data-bbox="1192 247 1271 300">No.</td> <td data-bbox="1271 247 1377 300">313</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	313
RAZON SOCIAL	No.	313		
	EL HUERTO DE SEBASTIAN			
	DIRECCIÓN			
	Calle 25 #35-3			
	COORDENADAS GPS			
	4.62928398200006, -74.0877456659999			
	IDENTIFICACIÓN			
	Local piso 1, casa 4 pisos			
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="797 919 1192 972">RAZON SOCIAL</td> <td data-bbox="1192 919 1271 972">No.</td> <td data-bbox="1271 919 1377 972">314</td> </tr> </table>	RAZON SOCIAL	No.	314
RAZON SOCIAL	No.	314		
	PARQUEADERO EL HUERTO			
	DIRECCIÓN			
	Cra 36# 25-54			
	COORDENADAS GPS			
	4.62963150158364, -74.0874256165831			
	IDENTIFICACIÓN			
	Parqueadero de Supermercado el Huerto de San Sebastián, único piso.			

	RAZON SOCIAL	No.	315
	VANITY COLOURS		
	DIRECCIÓN		
	Cra 36 #25-84		
	COORDENADAS GPS		
	4.62978946599602, -74.0871869980621		
IDENTIFICACIÓN			
SALÓN DE BELLEZA, local piso 1, casa esquinera 3 pisos			
	RAZON SOCIAL	No.	316
	HOTEL PORTAL DE LOS ANDES		
	DIRECCIÓN		
	Av Cra 40 No. 25-45		
	COORDENADAS GPS		
	4.63296803400004, -74.0898554679999		
IDENTIFICACIÓN			
Hotel 5 pisos			

	RAZON SOCIAL	No.	317
	EL RINCÓN DE LAS QUINTAS		
	DIRECCIÓN		
	Calle 25 #43-54		
	COORDENADAS GPS		
	4.63450125600008, -74.0914411869999		
	RAZON SOCIAL	No.	318
	RESTAURANTE 3/4		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-37		
	COORDENADAS GPS		
	4.63310239400005, -74.089649145		
	IDENTIFICACIÓN		
	Cafetería, local2, piso 1, casa dos pisos.		
	RAZON SOCIAL	No.	318
	RESTAURANTE 3/4		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-37		
	COORDENADAS GPS		
	4.63310239400005, -74.089649145		
	IDENTIFICACIÓN		
	RESTAURANTE Pisos 1 y 2, casa 2 pisos		

	RAZON SOCIAL	No.	319
	REPOSTERÍA MAGOLITA		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-87		
	COORDENADAS GPS		
	4.63326567700005, -74.089512253		
IDENTIFICACIÓN			
Local piso 1, conjunto residencial			
	RAZON SOCIAL	No.	320
	PELUQUERÍA HAIR & MAKE UP		
	DIRECCIÓN		
	Calle 25 #43 <sup>a</sup> -40		
	COORDENADAS GPS		
	4.63441806900005, -74.0913952039999		
IDENTIFICACIÓN			
Peluquería local piso 1, casa 2 pisos.			

	RAZON SOCIAL	No.	321
	BUSINESS CENTER INTERNATIONAL		
	DIRECCIÓN		
	Calle 25 #40-64		
	COORDENADAS GPS		
	4 4.63328657300008, -74.0907960199999		
IDENTIFICACIÓN			
Hotel 8 pisos.			
	RAZON SOCIAL	No.	322
	PIZZERÍA ONE WAY		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-89		
	COORDENADAS GPS		
	4.63329437500005, -74.0895000279999		
IDENTIFICACIÓN			
Local comercial conjunto residencial			

	RAZON SOCIAL	No.	323
	PIZZERÍA 3/4		
	DIRECCIÓN		
	CL. 25B #40-15		
	COORDENADAS GPS		
	4.63341272300005, -74.0896367779999		
	IDENTIFICACIÓN		
Local 2 piso 1			
	RAZON SOCIAL	No.	324
	AREPAS RELLENAS AREPAS FACTORY		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-71		
	COORDENADAS GPS		
	4.63312024100009, -74.0896233439999		
	IDENTIFICACIÓN		
LOCAL PISO 1			

	RAZON SOCIAL	No.	325
	COMIDAS RÁPIDAS YENNY Y BETO		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-85		
	COORDENADAS GPS		
	4.63324108900008, -74.0895227259999		
IDENTIFICACIÓN			
Comidas rápidas local piso 1			
	RAZON SOCIAL	No.	326
	PAPELERÍA LA 40 QP		
	DIRECCIÓN		
	Cra. 40 #25-75		
	COORDENADAS GPS		
	4.63315790900009, -74.0895688859999		
IDENTIFICACIÓN			
PAPELERÍA-1° PISO			