
Cuantificación de los costos y gastos de la formalización empresarial en las tiendas de barrio en
la zona sur de Sincelejo

Angie Liseth García Padilla
Yina Paola Feria Mejía
Cesar Augusto Oviedo Pinzón

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Contaduría Pública
Sincelejo
2020

Cuantificación de los costos y gastos de la formalización empresarial en las tiendas de barrio
en la zona sur de Sincelejo

Angie Liseth García Padilla
Yina Paola Feria Mejía
Cesar Augusto Oviedo Pinzón

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Director
Héctor José Martínez García
Magister en Gestión de la tecnología educativa

Codirector
Ulises Tinoco Cantillo
Magister en Administración de empresas

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Contaduría Pública
Sincelejo
2020

Nota de Aceptación

4,2 (Cuatro dos)

Hector Martínez E

Director

Kawthuzay E

Evaluador 1

Miranda Figueroa

Evaluador 2

Contenido

Resumen.....	6
Abstract	7
Introducción	8
1. Formalización de las Tiendas de Barrio de la Zona Sur de Sincelejo.....	9
1.1. Planteamiento Del Problema	9
1.1.1. Formulación Del Problema.	9
2. Objetivos	10
2.1. Objetivo General.....	10
2.2. Objetivos Específicos	10
3. Justificación.....	11
4. Marco Referencial	12
4.1. Antecedentes.....	12
4.2. Formalización Empresarial para Tenderos de la Ciudad de Girardot	12
4.3. Marco Legal.....	14
4.3.1. Costos de Formalización Sanitaria.....	16
4.3.2. Ley 1429 de 2010.....	17
4.3.3. Clasificación de Empresas Según Obligaciones Tributarias.....	21
4.4. Marco Conceptual.....	23
4.4.1. Tiendas de Barrio.	23
4.4.2. Informalidad.....	23
5. Marco Metodológico	25
5.1. Diseño de la Investigación.....	25
5.2. Indicadores.....	26

5.2.1. Tipo de Investigación.....	26
5.2.2. Enfoque de la Investigación.....	27
6. Resultados y Discusión	29
6.1. Características Socio-Empresariales de las Tiendas de Barrio en la Zona Sur de Sincelejo.....	29
7. Costos y Gastos de la Formalización Bajo la Normatividad Vigente de las Tiendas de la Zona Sur de Sincelejo.....	41
7.1. Tarifas del Registro Mercantil Año 2019.....	44
7.2. Beneficios.....	45
7.3. Costos y Requisitos de Funcionamiento.....	46
7.4. Gastos de Contratación.....	48
7.5. Infraestructura de la Tienda.....	49
7.5.1. Gastos Mensuales Aproximados de una Tienda Pequeña Totalmente Formalizada.....	54
8. Guía Pedagógica de los Trámites Legales para la Formalización.....	56
9. Conclusiones	58
10. Recomendaciones.....	59
Referencias.....	60
Anexos.....	62

Resumen

Las tiendas de barrio son más que pequeñas empresas, creadas con la finalidad de la búsqueda por lograr independencia económica entre clientes y empresas productoras; las tiendas son ejes que refuerzan la cultura urbana y forman parte del inventario de la sociedad que reclama atención personalizada, amable y agradable donde se intercambien palabras y conversaciones entre la comunidad. Este trabajo de investigación busca dar a conocer en la zona sur de la ciudad de Sincelejo los costos y gastos que pueden ser incurridos al momento de formalizar sus negocios en este caso el sector tendero, cuales son los procesos legales y la carga tributaria por la que deberá responder y cuáles son los beneficios que obtendrán las empresas que decidan formalizarse.

Palabras clave: informalidad, cuantificar, costos, gastos, tiendas de barrio, clientes, consumo, crédito.

Abstract

The neighborhood stores are more than small businesses, created as a result of the search for economic independence and intermediaries between customers and producing companies; The stores are axes that reinforce the urban culture and are part of the inventory of the society that demands personalized, friendly and pleasant attention where words and conversations are exchanged between the community. This research work seeks to make known in the southern area of the city of Sincelejo the costs and expenses that may be incurred at the time of formalizing its business in this case the grocery sector, which are the legal processes and the tax burden for which You must respond and what are the benefits that companies that decide to formalize will get.

Keywords: informality, quantify, costs, expenses, neighborhood stores, customers, consumption, credit.

Introducción

El crecimiento empresarial y las políticas de mejoramiento de las condiciones de los sectores productivos son temas de constante desarrollo y análisis por parte de diferentes factores académicos en pro de una generación que promueva estrategias de mejoramiento del entorno empresarial del nivel local y nacional. Desde esta perspectiva Colombia en los últimos años ha fortalecido su sector de servicios y dentro de este el sector comercial ha experimentado grandes crecimientos y oportunidades que lo hacen atractivo y lo convierten en uno de los principales motores de la economía nacional. De este sector comercial hacen parte los comercios minoristas como por ejemplo es el sector tendero, los cuales se constituyen en unidades productivas de alto impacto desde hace muchos años atrás.

La informalidad es uno de los males que aqueja el sector empresarial y afecta la sociedad en general. Cada empresa informal tiene unas connotaciones negativas para la dinámica del mercado nacional, no solo por la evasión de impuestos y la irregularidad de las condiciones laborales de sus trabajadores, sino también porque genera desorden desde todas las orbitas y las reglas del mercado; se viola el régimen de libre competencia, se deteriora la calidad de productos y servicios y se desatienden las reglas de protección al consumidor, solo por mencionar algunos aspectos.

Teniendo en cuenta lo anterior el presente documento nace con la intención de poder cuantificar los costos y gastos de la informalidad empresarial en las tiendas de barrio en la zona sur de Sincelejo con la finalidad de conocer cómo están formalizadas las empresas del sector formal, los costos y gastos, los trámites, correcciones y aprobaciones a los que deben acogerse, por tal motivo se supone muchas empresas evadan la legalización. El desarrollo de esta investigación se realizó en los distintos barrios de la zona sur de Sincelejo en donde se observa claramente la problemática actual con respecto a la poca formalización de los negocios de esta zona, luego se muestran algunos planteamientos teóricos y empíricos que son el resultado de estudios y análisis previos, para luego brindar un panorama acerca de los costos y gastos que incurren los pequeños empresarios para formalizar sus tiendas, y a modo de conclusión se construyó una guía pedagógica en donde se muestra el paso a paso del camino a la formalización.

1. Formalización de las Tiendas de Barrio de la Zona Sur de Sincelejo

1.1.Planteamiento Del Problema

El costo de formalidad se basa en los incrementos de los costos de legalización o formalización a los que deben enfrentarse las empresas del sector formal, los trámites, correcciones y aprobaciones a los que deben acogerse hace que muchas de las empresas evadan la legalización y deciden mantenerse en la informalidad un ejemplo de esto, es que las personas piensan que si se formalizan van a dejar de ganar utilidades para dárselas al gobierno, además a nivel internacional se ha visto que la edad de las personas que están por fuera del rango de los 24 a 36 años de edad, se les hace casi imposible su ingreso a cualquier oferta laboral y quedan por fuera del sector formal no dejando más opción que entrar en la informalidad laboral. Además, las personas necesitan una complementación de ingresos, y el salario mínimo es muy bajo, ya que la mayoría de las personas que trabajan tienen el compromiso de mantener sus familias y el salario mínimo legal vigente no abastece totalmente sus necesidades, por esta razón se dedican a trabajar en el sector informal, perteneciendo ya sea a los dos sectores o influenciando algún miembro de su familia y así tener mayores ingresos.

1.1.1. Formulación Del Problema.

¿Cuáles son los costos y gastos para la formalización empresarial en las tiendas de barrio en la zona sur de Sincelejo en el año 2019?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Cuantificar los costos y gastos de la formalización empresarial en las tiendas de barrio en la zona sur de Sincelejo en el año 2019.

2.2. Objetivos Específicos

Analizar las características socio-empresariales de las tiendas de barrio en la zona sur de Sincelejo

Cuantificar los costos y los gastos de la formalización bajo la normatividad vigente de las tiendas de la zona sur de Sincelejo

Diseñar una guía pedagógica para la formalización empresarial de las tiendas de barrio de la zona sur de Sincelejo.

3. Justificación

La investigación se realiza para generar un nuevo conocimiento o dar una crítica a los aspectos empresariales que se dan en las tiendas de la localidad de la zona sur de Sincelejo y el impacto generado por la imposición de tributos a estas mismas. Este estudio es basado en la investigación de procedimientos que propenden precisar los aspectos sustanciales para permitir la correcta identificación de los elementos de informalidad en los tenderos ubicados en la zona sur de Sincelejo, buscando una forma de crear conciencia y responsabilidad social sobre la formalización de sus actividades económicas, además dejar un precedente para que el gobierno actué con capacitaciones y asesorías que permitan al tendero organizar sus negocios y así concretar o tener una óptima administración de los ingresos, formalización de estos, y así lograr tener tiendas más organizadas como empresa. Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de formalidad empresarial de las tiendas en la zona sur de Sincelejo, para el desarrollo de esta investigación se propondrán una serie de estrategias como incentivar a las personas para que se formalicen, hacer encuestas con preguntas concretas conociendo los elementos de la informalidad, además quienes se beneficiaran son las entidades gubernamentales (control, tributación, crecimiento empresarial); tenderos (opción de formalizar, crédito); Personas que quieran montar el negocio; Sociedad; academia.

La elaboración y aplicación de esta investigación propone un nuevo método o estrategia valida y confiable para que los tenderos tengan conocimiento de su estado de formalidad; en la zona sur de Sincelejo la mayoría de los tenderos viven en la informalidad, y gran parte tienen por costumbre la evasión de impuestos y otros lo hacen por la falta de conocimiento, la estrategia que se utilizara será la información, darles a conocer que evadir sus obligaciones puede traer consecuencias para sus negocios o incluso para su economía.

4. Marco Referencial

4.1. Antecedentes

“Las tiendas que existen actualmente se fueron creando a través de los años, adquiriendo elementos utilizados en el comercio indígena, en la forma de intercambiar bienes y servicios”. Se conocían tiendas antiguas llamadas tienda de rayas, mejor conocidas como los monopolios, y eran creadas por los hacendados en sus terrenos para obligar a sus peones o esclavos a comprarle víveres necesarios que el hacendado trae de un mercado y lo revende con precios de usura muy altos, estas tiendas implantaron el sistema crediticio (Acosta, 2015).

4.2. Formalización Empresarial para Tenderos de la Ciudad de Girardot

La Informalidad es el nombre que se le da a toda actividad, en este caso mercantil, desarrollada por una empresa o persona sin estar formalizada o inscrita. La informalidad empresarial no es conveniente ya que limita el crecimiento y la competitividad económica; La formalización empresarial es un modelo organizacional que muy pocos han implementado para sus negocios, ya sea por desconocimiento o por omisión, desde hace varios años se ha venido trabajando con tenderos, microempresarios y emprendedores para que apliquen este modelo a sus negocios, teniendo en cuenta que cada persona se llevara un modelo diferente debido a su desarrollo mercantil. Dicho modelo está conformado con base a la aplicación sistemática de cuatro pilares fundamentales en las organizaciones que son: la administración estratégica, la contabilidad y finanzas, el plan de mercadeo y por último la importancia de la tecnología (TIC); estos cuadrinomios de herramientas administrativas son fundamentales para que el negocio crezca y se mantenga competente en el futuro (Díaz, 2015).

Este documento estudia los determinantes de la informalidad empresarial en Colombia. El análisis se realiza tanto cuantitativo, como cualitativamente. El primero se desarrolla con base en el Censo Empresarial de Cali y Yumbo - 2005, el cual permite estudiar por primera vez la incidencia y los determinantes de la informalidad en empresas de cualquier tamaño. Los resultados indican que, en las microempresas, la informalidad es un fenómeno generalizado y que, en muchos

casos, tiende a desvanecerse con el crecimiento de las empresas. Por otra parte, dentro del grupo de empresas grandes y medianas la informalidad obedece a otro tipo de factores, entre los que se destacan los altos costos de la formalidad y el desconocimiento de los beneficios a operar formalmente. Por otro lado, el análisis cualitativo se desarrolla con base a sesiones de grupo dirigidas a empresarios formales e informales, lo cual facilita estudiar aspectos que no pueden ser identificados sólo con análisis de cifras y estadísticas.

La Revista Dinero en su publicación número 269 del 19 de enero de 2007 publicó un estudio realizado por Fenalco, según este estudio las tiendas y mini-mercados de barrio han conseguido sostenimiento económico frente a las grandes superficies. Estas tiendas son alrededor de 250.000 a nivel nacional y estas son parte del canal tradicional, por el cual se comercializan más del 50% de los víveres o productos de consumo masivos de los hogares colombianos, además estas se caracterizan por estar ubicadas en los estratos 1, 2 y 3. Esto ha hecho que muy a pesar del auge de los supermercados, las tiendas de barrio han logrado posicionarse en el mercado por diversas razones, por ejemplo los bajos costos de operaciones, precios bajos, la proximidad de su público y un portafolio de víveres básicos que demandan las comunidades para el diario vivir (Cardenas, 2007).

Según la revista líderes en Ecuador las tiendas que existen hoy en día, fueron creadas a través del pasar de los años, adquiriendo conocimientos utilizados en el comercio, en la forma de comercializar bienes y servicios. Las tiendas en general y en especial los estratos más bajos, sin discriminar, se han convertido en lugares de reunión social donde se comparte con familiares y amigos o vecinos, disfrutando de la música brindada por el tendero o por solicitud de los clientes mientras disfrutan de una cerveza, siendo la tienda un lugar de reunión social en el cual, en medio de trago y trago se encuentra la solución u olvido a todos los problemas. En México el canal tradicional, como se le conoce a las tiendas de barrio y mini mercados, ha sido un medio muy importante de distribución para el acceso a los productos de la canasta familiar y de consumo masivo, al ser una opción rápida de compra donde se pueden encontrar productos de tamaño personal y precios ajustados según el sector residencial o zona de influencia; es frecuentado por gran parte de los hogares para completar las compras, realizar compras de emergencia o para las

personas que no disponen de los recursos, ya sea de manera quincenal o mensual, y que no tienen más opción que adquirir diariamente su sustento Galvis-Aponte y Pérez-Valbuena, (2015).

La siguiente clasificación muestra la percepción que tienen los demás actores de los grupos de interés alrededor de la tienda según las condiciones en las que se encuentra, por su tamaño, por la cantidad y tipo de bienes que hay en su inventario o por el grado de confianza que depositan en ella y permite identificar de forma rápida el tipo de tienda y el sector en el que posiblemente se encuentre ubicada. (Cardenas, 2007)

4.3. Marco Legal

Según el código de comercio, en el art 19, dan una conceptualización de quien es comerciante, y como tal tienen deberes de los comerciantes

Artículo 19. <Obligaciones de los comerciantes>. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Además, Según el estatuto tributario nacional, las tiendas deben pagar un impuesto que según el artículo 512-15 trata del impuesto nacional al consumo de bolsas y nos muestra una tabla en la cual determina el monto que se debe pagar por cada bolsa que se utiliza en el negocio, la tarifa del Impuesto será la de la siguiente tabla:

Tabla 1

Tabla de tarifa en peso por bolsa

Año	Tarifa en pesos por bolsa
2017	\$ 20
2018	\$ 30
2019	\$ 40
2020	\$ 50

Las anteriores tarifas se actualizarán anualmente, en un porcentaje equivalente a la variación del índice de precios al consumidor certificado por el DANE al 30 de noviembre y el resultado se aproximará al peso más cercano. La DIAN, certificará y publicará antes del 1 de enero de cada año las tarifas actualizadas.

El sujeto pasivo del impuesto es la persona que opte por recibir bolsas plásticas cuya finalidad sea cargar o llevar los productos adquiridos en establecimientos (incluyendo domicilios).

Son responsables de este impuesto las personas naturales o jurídicas que pertenezcan al régimen común de IVA. Este impuesto no podrá tratarse como costo, deducción o impuesto descontable.

El impuesto se causará al momento de la entrega de la bolsa. En todos los casos, en la factura de compra o documento equivalente deberá constar expresamente el número de bolsas y el valor del impuesto causado.

La base gravable del impuesto de industria y comercio, es definido por el Artículo 33 de la ley 14 de 1983, en concordancia con el Artículo 196 del Decreto 1333 de 1986, el cual se liquidará sobre el promedio de ingresos brutos del año inmediatamente anterior, expresados en moneda nacional, obtenido por los sujetos pasivos, con exclusión de: Las devoluciones, los ingresos provenientes de la venta de activos fijos, el recaudo de impuestos de aquellos productos cuyo precio esté regulado por el Estado y la percepción de subsidios.

Para este año en el caso de las tiendas para tomar la base gravable de declaración de impuesto de industria y comercio, deben tener un control de ingresos y en base a eso elaboran las declaraciones, que se pagan bimensuales, la actividad del tendero esta codifica con 4729 Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados, la cual tiene una tarifa del 8 por mil.

Las tiendas de barrio actualmente NO están obligadas a facturar, pero si alguno quiere facturar, debe cumplir todos los requisitos presentados en los artículos 616 y 617 del estatuto tributario nacional, por ende, deben tener resolución de facturación y firma electrónica. También cabe resaltar, que las tiendas pueden pasar a declarar renta si superan el tope para declarar según el art 592 y 593 del estatuto tributario, además NO son responsables de IVA, pero si superan el umbral de ingresos de 3.500 Uvt (\$124.625.000 en el 2020) deberán ser responsables del impuesto a las ventas, según el artículo 437 del estatuto tributario nacional. La UVT estaba para el año 2019, en treinta y cuatro mil doscientos setenta pesos (\$**34.270**).

4.3.1. Costos de Formalización Sanitaria.

Según la cámara de comercio, previamente a la apertura de su establecimiento, todo representante legal o propietario debe conocer la normatividad sanitaria aplicable; esto es parte de la responsabilidad que se adquiere al desarrollar una actividad económica que puede llegar a generar riesgos sanitarios o ambientales a la comunidad que consume o adquiere sus productos o servicios; o a quienes hacen parte del entorno en el que se desarrolle la actividad.

En el caso de los establecimientos comerciales la ley 9 de 1979 dice:

ARTICULO 233. Las disposiciones de esta Ley aplicables a edificaciones para establecimientos comerciales se aplicarán también a las áreas de otros establecimientos que hagan comercio de una u otra forma.

ARTICULO 236. Todo establecimiento comercial tendrá un número suficiente de puertas o salidas de emergencia, de acuerdo con su capacidad, las cuales deberán permitir su fácil y rápida evacuación y deberán estar debidamente señalizadas.

ARTICULO 243. En este título se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse:

Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten.

Los establecimientos industriales y comerciales en que se realice cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo, y el personal y el transporte relacionado con ellos.

4.3.2. Ley 1429 de 2010.

Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

Generales. Artículo 1o. objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse (Atencio, 2010).

Es importante señalar que la formalización tiene diferentes dimensiones más allá del registro y el pago de impuestos. Estas incluyen: el recibir la protección legal y social de la que disfrutaban las empresas y los trabajadores formales; el recibir las exenciones fiscales y los paquetes de incentivos que disfrutaban las empresas formales; el poder organizarse y tener una voz representativa en los procesos de formulación de reglas y políticas; entre otros. Los formuladores de políticas deberían reconocer estas distintas dimensiones de la formalización y el hecho de que la formalización no es, por tanto, un proceso de un solo paso, sino más bien un proceso continuo para extender los beneficios de la formalización paulatinamente (Chen, 2012).

La percepción que los empresarios formales tienen sobre la informalidad es importante por dos razones. Por un lado, la informalidad podría generar graves problemas de competencia desleal para los empresarios formales, en la medida que ésta no paga impuestos y tiende a operar evadiendo ciertas restricciones (por ejemplo, ambientales o laborales). Por otro, la informalidad forma parte natural del desarrollo de las empresas y, así, muchos de los empresarios formales fueron informales y superaron su condición, por lo que sus experiencias son relevantes. Poder identificar cuáles fueron las razones o circunstancias que los llevaron a formalizarse, puede ser fundamental a la hora de formular políticas para reducir la incidencia de este problema. En primer lugar, las causas más importantes de la informalidad empresarial, según los empresarios formales, son: i) el desempleo y la necesidad de subsistencia; ii) la alta carga tributaria; iii) los bajos controles estatales; iv) la existencia de muchos trámites para desarrollar las actividades formalmente; v) la falta de información con relación al proceso de formalización de las empresas; vi) los altos costos no salariales (impuestos a la nómina); y vii) la poca confianza en el Estado por causa de ineficiencias y corrupción en el gasto público. En segundo lugar, existe alta dualidad, hecho que comprueba la percepción de que hay empresas que no son totalmente formales o informales. Por no ir muy lejos, las prácticas de doble contabilidad y evasión del IVA son muy comunes y aceptadas por los empresarios formales. Es fundamental emplear campañas de formalización de la cadena productiva para poner fin a este tipo de prácticas. Esto podría lograrse, por ejemplo, por medio de una modificación del IVA, convirtiéndolo en un impuesto al valor agregado. Es decir, incluyendo todos los bienes en la base tributaria (el problema del pago de impuestos por consumo de los bienes de la canasta básica podría solucionarse con devoluciones a los grupos más pobres) (Fernandez, 2013).

En tercer lugar, se identificó que la obtención del registro mercantil ya no es un problema para las empresas. En particular, los empresarios reconocen que este proceso se ha facilitado con la creación de los Centros de Atención Empresarial por las cámaras de comercio. No obstante, enfatizan la dificultad de desarrollar los trámites subsiguientes en el proceso de formalización (pago de impuestos ante la DIAN). En cuarto lugar, se encontró que las empresas nuevas enfrentan graves problemas para afiliar a sus empleados a las ARP, a las EPS o a las cajas de compensación. Específicamente, los empresarios afirman que el paso más costoso y engorroso es el de formalizar a los empleados (afiliarlos a seguridad social y pensiones), no sólo por sus costos, sino también porque los empresarios enfrentan problemas de circularidad para afiliar sus empleados, donde cada institución requiere el registro previo en otra, y viceversa (Soto, 2015).

Como quinto lugar, dentro de los beneficios de desarrollar las actividades en el sector formal, los empresarios identificaron: i) la tranquilidad frente a controles del gobierno; ii) el mayor acceso a mercados (financiero, grandes empresas, compras estatales, internacionales y nacionales); y iii) la posibilidad de ofrecer garantía a sus clientes. Los programas de información deben resaltar estos beneficios. Finalmente, en las recomendaciones de política dirigidas a reducir el nivel de informalidad propuestas, se encuentran: i) impulsar y apoyar asociaciones para generar mayores probabilidades de supervivencia; ii) facilitar los pagos a la DIAN; iii) crear campañas de educación para incentivar la cultura formal; y iv) crear mecanismos que muestren la transparencia en el gasto público. Y en sexto lugar, los empresarios resaltaron el problema de los altos costos de quiebra que enfrentan las empresas formales. En particular, mencionaron que éste es uno de los riesgos más altos de la formalidad para un empresario. (Soto, 2015).

Los empresarios informales no tienen información de la labor de las cámaras de comercio o del proceso de formalización. Mucho menos, de los beneficios que trae para el empresario ser formal y de cómo potenciar estos beneficios en operación. Es decir, que, en la medida que se adoptan algunas dimensiones de la formalidad, ciertos beneficios se vuelven más notorios o de mayor impacto. Por ejemplo, si una microempresa tiene su registro mercantil y, a su vez, afilia a sus empleados a salud, puede acceder más fácilmente a servicios de capacitación que mejoren la productividad de la empresa y los ingresos. Por esta razón, las cámaras deben desarrollar campañas de información en las cuales se resalten los servicios que ofrecen a empresarios formales, los

requisitos que pueden exigirles los inspectores en los controles domiciliarios (pues las entrevistas permitieron identificar que hay corrupción en este proceso) y que describan cuál es el proceso que deben seguir las empresas para formalizarse. De manera más general, deben realizarse campañas, lideradas por las cámaras, en las que se describan detalladamente las diversas dimensiones de la formalidad, los pasos para ir las alcanzando y los beneficios que ofrecen en materia de acceso a mercados (internacional, compras públicas), acceso a servicios (crédito, capacitación) y posibilidades de crecimiento hacia futuro, que sólo pueden darse en la medida que la empresa se formalice (Rozo, 2007).

La mayoría de las investigaciones se han enfocado en definir y medir el fenómeno de la informalidad. La definición de informalidad quizás más aceptada es aquella propuesta inicialmente por un estudio de la International Labor Organization (1972) y formalizada posteriormente por Castells et al. (1989) que identifica al sector informal como aquel conjunto de actividades dedicadas a la generación de ingresos que no están sometidas a la regulación de las instituciones de la sociedad, en un ambiente social y legal en el que actividades similares sí están sometidas a la regulación. Bajo esta definición, el sector informal es aquel en el que los trabajadores y las firmas operan evadiendo la regulación (impuestos, salario mínimo, contribuciones a los sistemas de seguridad social, etc.). No hay consenso en cuanto a la medición de la informalidad. La naturaleza misma del fenómeno dificulta la medición del tamaño del sector informal. Schneider y Enste (2000) realizan una taxonomía de los métodos de medición empleados en la literatura y los clasifican en métodos directos e indirectos. A nivel nacional, la mayoría de estudios son empíricos y ratifican el alto grado de informalidad, tanto en el sector obrero como empresarial. “Los estudios de Gaviria (2004), Núñez (2004) y Bernal (2009) han encontrado que la informalidad laboral en Colombia, que está definida como empleo no reportado y por ende no cubierto por la regulación, oscila entre 60 y 75 %”. Una investigación del World Bank (2010) se encuentra que las informalidades son “las dos caras de una misma moneda” esto quiere decir que las personas informales trabajan en empresas informales. Esto sumado a las evidencias internacionales.

4.3.3. Clasificación de Empresas Según Obligaciones Tributarias.

Las pequeñas Microempresas, cuyo nivel máximo de ventas se ubica por debajo del umbral tributario. Hacen una declaración fiel y no pagan impuestos. Se conocen como declarantes no contribuyentes. Las que ajustan Son un poco más grandes y su nivel máximo de ventas se sitúa por encima del umbral, pero deciden, de manera legal, operar apenas por debajo del umbral tributario a fin de no pagar impuestos ni costos de cumplimiento. Las fantasmas Empresas cuyo nivel real de ventas se sitúa por encima del umbral tributario, pero que deciden declarar, de manera fraudulenta, que se sitúan por debajo del umbral tributario o no declarar nada en absoluto.

Las que estafan Producen por encima del umbral y declaran tan solo una parte de sus ventas, las grandes hacen una declaración fiel y pagan el monto total de los impuestos (Flórez, 2011).

Los determinantes de la economía informal, esto es, los factores que están detrás de la decisión de una empresa o individuo de reportar o no su actividad económica, pueden ser muy diversos. En una referencia clásica, De Soto (1989) argumenta que la informalidad “se produce cuando el Derecho impone reglas que exceden el marco normativo socialmente aceptado, no ampara expectativas, elecciones y preferencias de quien no puede cumplir tales reglas y el Estado no tiene la capacidad coercitiva suficiente”. La informalidad es una alternativa coherente, y tal vez la única, para un segmento de la población que en realidad no busca quebrantar la ley deliberadamente, sino poder subsistir. Buena parte de la literatura posterior ha tratado de identificar la importancia relativa de las reglas y de la capacidad del Estado para hacerlas cumplir. Por ejemplo, una corriente de pensamiento identifica la carga impositiva como la principal causa de la informalidad (que es una forma de evadir/eludir impuestos). Un punto de vista alternativo supone que, más que la carga tributaria, el grado de informalidad refleja el arreglo institucional y a la organización política y social de cada país y, particularmente, la capacidad de hacer cumplir la ley.

Aunque no existe una definición universal de la informalidad empresarial, en general se entiende como las firmas que realizan actividades legales y no se encuentran bajo la órbita del Estado. Algunos se concentran en los derechos que implica esta órbita y, por lo tanto, miden la

informalidad de acuerdo a los beneficios recibidos. Otros, entre los cuáles se encuentra este trabajo, se concentran en los deberes de las firmas con el Estado, y miden la informalidad como las firmas o individuos que se encuentran fuera de los marcos jurídicos y reglamentarios (Cardenas, 2007).

Este trabajo se concentra en el punto de vista de las firmas y no de los individuos. La definición de informalidad adoptada, implica que cada norma o estándar puede generar una medida de informalidad diferente y en este sentido, la informalidad no es una condición binaria sino un proceso en el cual, la firma puede cumplir con un porcentaje mayor o menor de normas o estándares. Estas normas pueden agruparse de varias maneras.

El DNP (2018), en desarrollo de esta visión, las agrupa de acuerdo al proceso de formalización en cuatro grupos: de entrada (como el registro en Cámara de Comercio), de insumos (como los registros de propiedad de la tierra y los trámites laborales), de producto (como los certificados de sanidad y el cumplimiento de las normas ICONTEC) y tributarias (Gutierrez, 2010).

Esta investigación explica claramente por qué las tiendas de barrio son ejemplo de “informalidad”. Es el aspecto fundamental de este trabajo, algo de gran importancia que resalta el estudio de lo planteado es lo referente a que la informalidad es también gran causa de exclusión social ya que el trabajador de la tienda de barrio, en muchos casos no genera aportes para los servicios de salud y previsión social, quedando definitivamente indefenso o se transforma en una carga para el erario público que debe asistirlo gratuitamente, además de eso el tendero no cuenta con sistema adecuado, fácil y acto para un mejor manejo de sus ingresos en donde él pueda con más rapidez y presión al saber cómo está su economía, cuales son los productos que necesita su inventario o los que le sobra para así obtener una mayor eficacia al momento de la compra y venta de los productos. Según el dirigente gremial uno de los retos del sector es que las tiendas se conviertan en generadoras de riqueza, que produzcan empleos formales. Pérez señala que la mayoría de los tenderos no están afiliados al régimen de salud y pensión y no los cobija el Sisben por encontrarse en estratos 3 y 4. (Córdoba, 2002).

4.4. Marco Conceptual

4.4.1. Tiendas de Barrio.

Los pequeños negocios denominados tienda, son creados específicamente para abastecer a la población con bienes de primera necesidad, son el último eslabón de una gran cadena de valor que comienza con los productores, bien sean agrícolas o manufactureros y hacen parte del engranaje cultural en los sectores populares de las ciudades, permitiendo la fluidez en el intercambio de costumbres y cultura. Se estima que en Colombia existen aproximadamente 450 mil tiendas de barrio, representando más del 50% de las ventas de productos alimenticios dato que concuerda con la cifra expuesta por El Tiempo (2007), donde establece que en promedio en las cuatro ciudades principales del país (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla) existe una tienda por cada 164 habitantes, esto refleja la importancia que tienen estos tipos de negocio y su perdurabilidad frente a una de sus mayores amenazas (Acevedo, 2014).

4.4.2. Informalidad.

Se puede definir como informalidad todas aquellas actividades de rendimientos de bienes y servicios lícitos que no han sido registradas de forma legal ante las autoridades competentes Esta definición es amplia, ya que abarca aspectos como no poseer registro mercantil; no poseer contabilidad; no realizar aportes a seguridad social; no haber pagado impuestos; y no realizar ningún tipo de gasto en licencias o registro mercantil. Dentro de estas posibilidades se encuentran que la más representativa es la de no contar con un registro mercantil.

Según el dirigente gremial uno de los retos del sector es que las tiendas se conviertan en generadoras de riqueza, que produzcan empleos formales. Se cree que la mayoría de los tenderos no están afiliados al régimen de salud y pensión y no los cobija el Silben por encontrarse en estratos 3 y 4. La informalidad del empleo y los bajos salarios benefician al tendero porque hay más

personas que no tienen capacidad para hacer un mercado mensual y van a las tiendas a comprar lo del día, pero si esta es una fortaleza hoy, mañana puede cambiar el panorama y las tiendas tienen que estar preparadas', señaló Ramón Pérez. En el área metropolitana de Bucaramanga hay 12 mil tiendas registradas en la base de datos, de las cuáles menos de 4 mil están inscritas en la Cámara de Comercio (Ordoñez, 2015).

5. Marco Metodológico

5.1. Diseño de la Investigación

El diseño metodológico de una investigación se define como el esquema en que están representadas las variables y cómo van a ser tratadas durante todo el proceso de estudio. Donde la simbolización sintetiza las relaciones de las variables, y la forma de cómo serán medidas a través de los estadígrafos o de los modelos matemáticos.

No experimental: En este tipo de investigación se recopilan datos a partir de un momento único, es decir se analizan las diferentes causas o factores de la informalidad empresarial y contable en una zona en específica, con el fin de describir las variables presentes y analizar su incidencia o su responsabilidad en lo acontecido en la investigación. Esto significa emplear indicadores descriptivos midiendo o describiendo una variable o factor.

Entonces nuestro diseño metodológico queda así:

Tabla 2

Tabla de diseño metodológico

Objetivos	Variables	subvariables	indicador	ítem
Analizar las características socio-empresariales de las tiendas de barrio en la	socio-empresariales	Estrato económico	1-5	¿Cuál es el género del propietario?
		Edad	Años	¿Cuál es su estrato?
		Genero	Hombre o mujer	¿Cuál es el nivel de educación del propietario?
		Nivel educativo	Primaria, secundaria, profesional	

zona sur de
Sincelejo

Cuantificar los costos y los gastos de la formalización bajo la normatividad vigente de las tiendas de la

costos y los gastos

Costo de formalización Ventas Impuestos Normas de saneamiento

No lleva contabilidad, si tiene contador Ica, renta, predial, IVA, ninguno, todos

¿Conoce los requisitos para formalizar su negocio?
¿Cuál es su nivel de ventas diarias?
¿Qué impuestos paga en su tienda?
¿Cómo es el manejo de la contabilidad de la tienda?

¿Cuáles factores de Informalidad Empresarial y Contable en las tiendas de los barrios de la zona sur de Sincelejo en el año 2019?

Para lograr avances en la investigación se tomarán en cuenta unas variables, subvariables e indicadores, los cuales proporcionarán una idea que los factores influyentes en la investigación.

5.2. Indicadores

5.2.1. Tipo de Investigación.

En el desarrollo de esta investigación, se va a utilizar un análisis de tipo DESCRIPTIVO-DEDUCTIVO.

Este método descriptivo es uno de los métodos mixto que se usan en investigaciones que tienen como objetivo la evaluación de algunas características de una población o situación en particular. En la investigación, el objetivo es describir el comportamiento o estado de un número

de variables y así ir obteniendo los datos precisos que se puedan aplicar en promedios y cálculos estadísticos que reflejen, por ejemplo, tendencias.

5.2.2. Enfoque de la Investigación.

Cuantitativo, este método usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías es decir en este método se utilizan las encuestas, cuestionarios, entrevistas, observaciones y preguntas abiertas

Sujetos que intervienen: Propietarios y administradores de tiendas de la zona sur de Sincelejo.

Técnica de recolección de datos: Entrevista y cuestionarios cerrados.

Instrumento: Cuestionario cerrado.

Procesamiento de datos: Análisis del contenido.

Población: hallamos la muestra sin conocer la población.

Z: nivel de confianza = 87% según la tabla de distribución normal z el 95% equivale a 1,96

P: probabilidad de éxito = 50%

Q: probabilidad de fracaso = 50%

Error: 13%

6. Resultados y Discusión

6.1. Características Socio-Empresariales de las Tiendas de Barrio en la Zona Sur de Sincelejo.

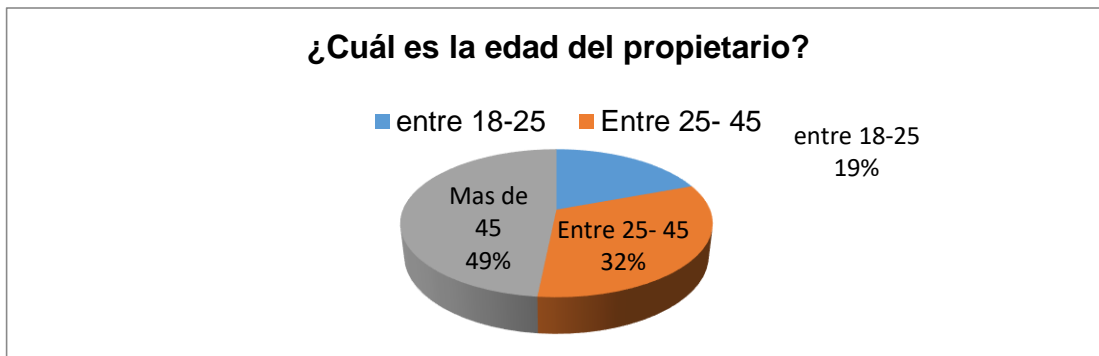
Para la realización de este trabajo se hicieron las encuestas presentadas a continuación. Se recolectó información primaria de 34 tiendas de la ciudad de Sincelejo ubicadas en la zona sur estrato 1, donde se buscó hacer un análisis sobre los costos y gastos de la formalización Empresarial en las tiendas de barrio, con el fin de buscar soluciones al problema de informalidad de los tenderos con relación al costo de formalización, esto significa que muchas de las empresas deciden evadir las formalizaciones de sus negocios por no asumir los costos respectivos, la carga tributaria o en algunos casos por desconocimiento del tema.



En el desarrollo de una investigación realizada en varias ciudades de Colombia se evidenció que los papeles desempeñados por las personas que atienden la tienda son: los propietarios de este tipo de establecimientos comerciales, los cuales representan un gran porcentaje con una participación del 35%, le siguen los vendedores con 34% y los administradores de tiendas con 31% (Londoño, 2014).

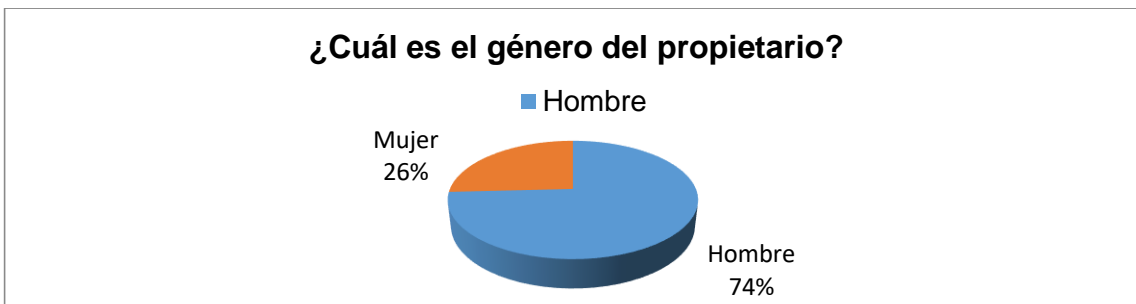
Con relación a las encuestas realizadas en la zona sur del sector tendero de Sincelejo la relación o vinculación con las tiendas es mayor por un porcentaje del 77% por parte de los propietarios, existen varias causas por las cuales los propietarios son quienes administran su propio negocio entre estas causas encontramos que la mayoría de estas personas no cuentan con el suficiente dinero para pagarle a un trabajador porque para muchos, sus negocios alcanzan solo para subsistir. Otra de las causas es que muchos de los dueños quieren estar al pendiente de las ventas, costos, gastos y cualquier otro movimiento que surgen en sus negocios.

Por otro lado, se observó que solo el 23% de los dueños de las tiendas tienen administradores o encargados en sus negocios, una de las causas puede ser porque es un negocio familiar, o porque el propietario tiene un trabajo independiente y tiene los ingresos para pagar un encargado.

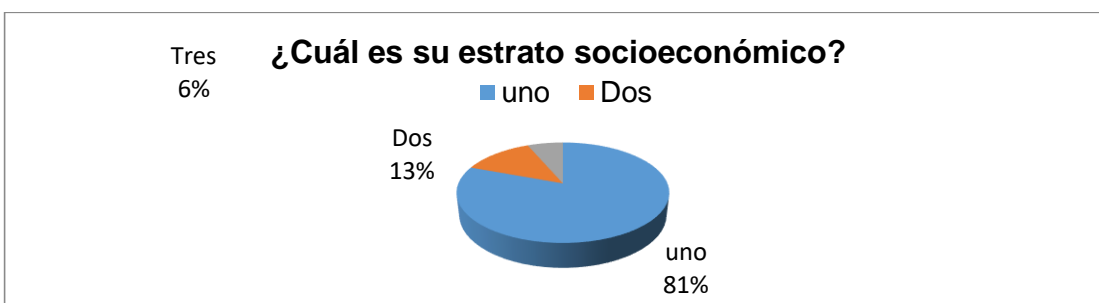


En las encuestas realizadas en el sector de la zona sur de Sincelejo se pudo evidenciar que el 49% de los tenderos está en la edad de los 45 años de edad porque no es muy común ver a las personas menores de 25 años inclinados por este tipo de negocio.

Por otro lado, se evidencia que aproximadamente el 60% de los tenderos se encuentran entre la edad de 40 – 59 años, intervalo de edades que es crítico en la estructura laboral del país, pues es conocido que informalmente luego de los 40 años, las empresas son propensas a no contratar empleados con dichas edades, razón por la cual, es de esperar que los individuos recurran a las tiendas como opción laboral (Florisbela, 2001).



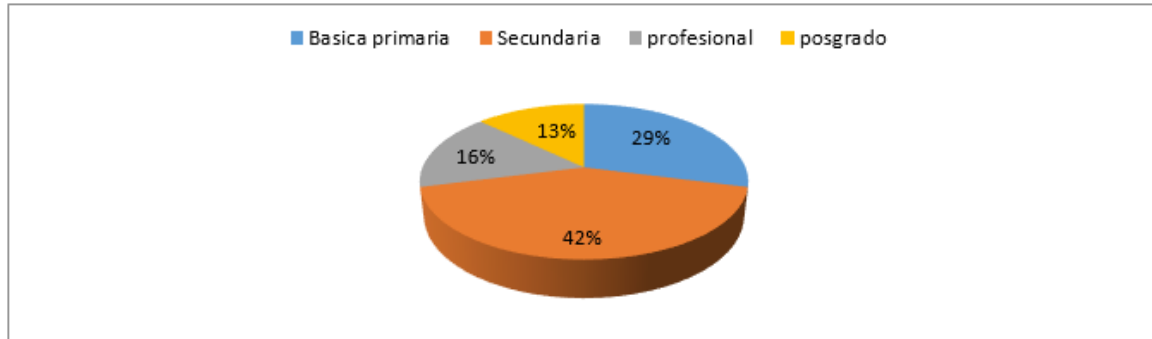
La mayor parte de las tiendas suelen ser administradas por hombres y su mayoría son casados, ya que es muy común que tanto el dueño como su esposa se dedican a atender el negocio e incluso también lo hacen sus hijos, situación representada en cerca de 79% de las tiendas. En la gráfica circular se puede observar que el 74% de la zona sur de Sincelejo es administrada por hombres, esta situación puede darse por varias razones, una de ellas es que la mayor parte de las mujeres en este sector se dedican a su hogar o en algunos casos la mujer es quien ayuda administrar el negocio.



Haciendo énfasis en el diagrama circular se pudo observar que el 81% de los tenderos de la zona sur de Sincelejo tienen un estrato socioeconómico de nivel uno, esta es una de las causas por las cuales hay muchas tiendas en este sector y es una de las causas por las cuales hay poca formalidad en los negocios ya que el nivel económico es bastante bajo y los tenderos deciden evadir carga tributaria.

En la población de la ciudad perteneciente al estrato uno, predomina para los subgrupos de la canasta familiar la tienda como principal lugar de compra de los mismos dependiendo del estrato

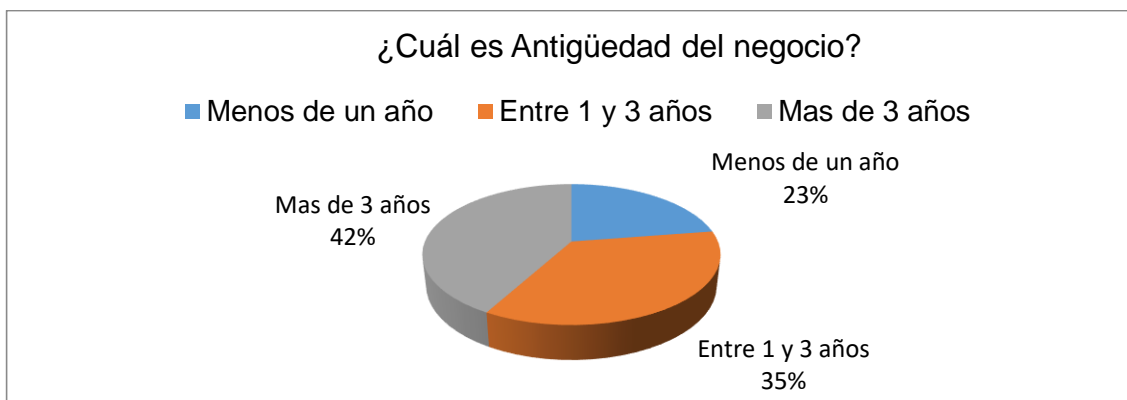
socioeconómico del barrio puede disponer de una a cinco tiendas en su cuadra o a lo sumo caminar tres cuadras (Castaño, 2015).



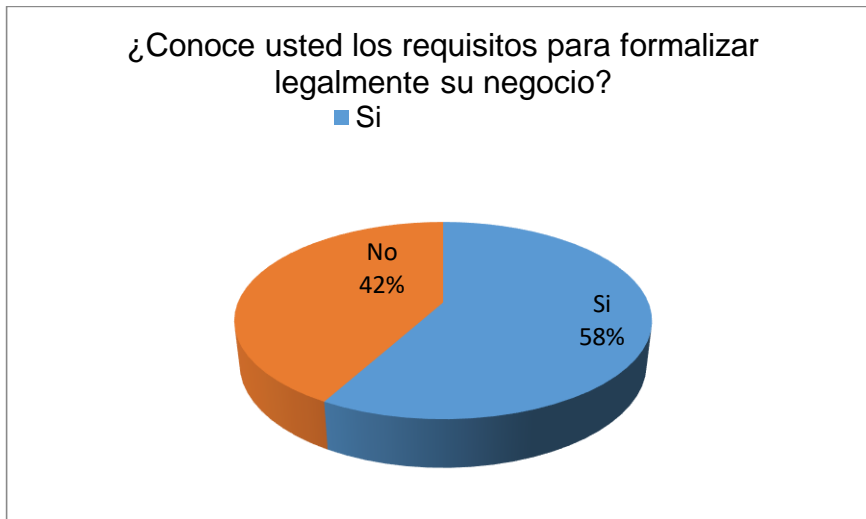
Según las encuestas realizadas la mayor parte de los tenderos de la zona sur de Sincelejo solo han terminado la primaria y secundaria, representada en la gráfica con el 29% y el 42% de estos negocios, esto significa que al no tener el nivel educativo necesario para competir en el mercado laboral buscan otros medios factibles para vivir de una forma digna en la sociedad.

Las tiendas pequeñas de barrio se caracterizan por ser el principal soporte económico del hogar, funcionan con bajos niveles de producción e inversión y generan recursos económicos escasos y bajo valor agregado, características comunes para las mipymes (Gaitn, 2013).

En general, los propietarios de estos negocios tienen bajo perfil educativo y la empresa se gestiona de forma intuitiva, con fronteras poco claras entre las finanzas de la empresa y del hogar.



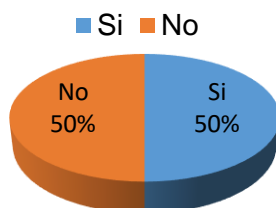
Según la gráfica realizada se pudo determinar que la mayor antigüedad de las tiendas en la zona sur de Sincelejo está evaluada en un 42% por más de tres años y un 35% para las de uno y tres años. La antigüedad de los negocios en el sector tendero puede variar dependiendo de la población y el lugar donde se encuentre (Arango E. , 2002)



Según las encuestas y la gráfica realizada el 58% de los tenderos si conoce los requisitos para formalizarse esto quiere decir que la gran mayoría no asume sus obligaciones tributarias por miedo a la carga tributaria.

La informalidad empresarial no es conveniente ya que limita el crecimiento y la competitividad económica, La formalización empresarial es un modelo organizacional que muy pocos han implementado para sus negocios, ya sea por desconocimiento o por omisión, desde hace varios años se ha venido trabajando con tenderos, microempresarios y emprendedores para que apliquen este modelo a sus negocios, teniendo en cuenta que cada persona se llevara un modelo diferente debido a su desarrollo mercantil. Formalización empresarial para tenderos de la ciudad de Girardot (Doctoral dissertation) (Vanegas, 2012).

¿Cuenta su tienda con las normas básicas de saneamiento?



El saneamiento ambiental ha sido tradicionalmente considerado como la rama de la salud que se encarga del control de los factores del medio ambiente físico que tienen influencia sobre la salud del hombre.

Las normas de saneamiento y tener los negocios en buen estado son de suma de importancia para el funcionamiento de los negocios y para ofrecer productos de calidad a sus clientes. Según las encuestas realizadas se puede observar que el 50% de los tenderos si cuenta con las normas de saneamiento a diferencia del resto de tenderos que a un no cumplen con las normas necesarias para mantener sus negocios en buen estado.

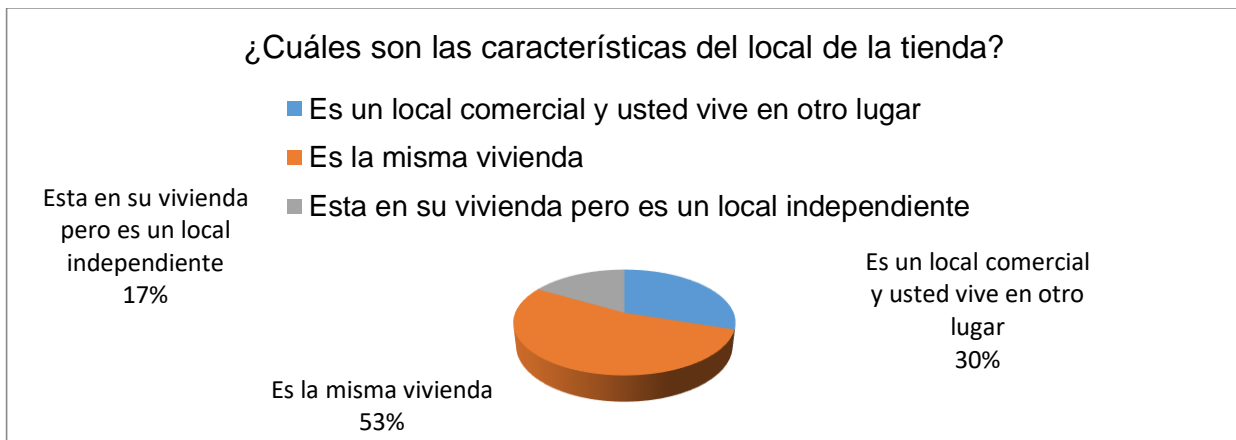
¿Cuál es su nivel de ventas diarias?



Según las encuestas realizadas se pudo observar que el mayor nivel de ventas e ingresos diarios en sus negocios están entre los cien mil y trescientos mil pesos diarios esto quiere decir que la mayor parte del sector tendero tiene un nivel de ventas regulares, esto responde él porque a muchos de los tenderos sus tiendas solo les alcanza para subsistir.

Por otro lado observamos que en el 10% de los tenderos tiene un nivel de ventas de menos de cien mil diarios lo que nos da a entender que su nivel de ingresos por estos negocios es muy bajo siendo así difícil sobrevivir con solo los ingresos de estos negocios que tiene poca rentabilidad, También este fenómeno económico se puede dar porque la mayor parte de las tiendas no tienen el inventario necesario, solo tienen lo necesario para vender y muchas de las cosas que los clientes solicitan no las tienen a su disposición.

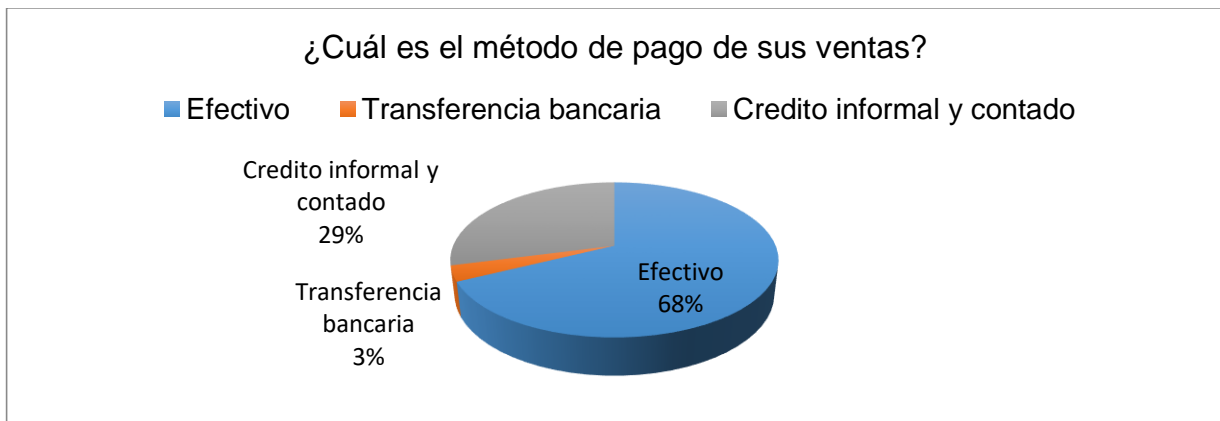
También vemos que el 35% de las tiendas venden normalmente más de trescientos mil pesos diarios esto se puede dar varias razones, la primera razón puede ser que los negocios son grandes y tienen todo lo que pide el cliente, también es porque sus negocios son muy conocidos por los clientes y deciden comprar siempre en ellos, otra razón puede ser la facilidad de pago a crédito ya que la mayoría de las tiendas grandes y con mucho inventario en bodega suele llevar este tipo de venta a crédito.



Las tiendas de barrio suelen ser pequeñas empresas familiares, cuyo local ocupa parte del domicilio de los propietarios. (Quelopana, 2014). Según las características de los locales de los tenderos y las encuestas realizadas se encontraron que el 53% de los tenderos tienen sus negocios en sus hogares, la razón más evidente por lo que esto sucede es para disminuir gastos y ahorrar el pago de arrendamiento de un local.

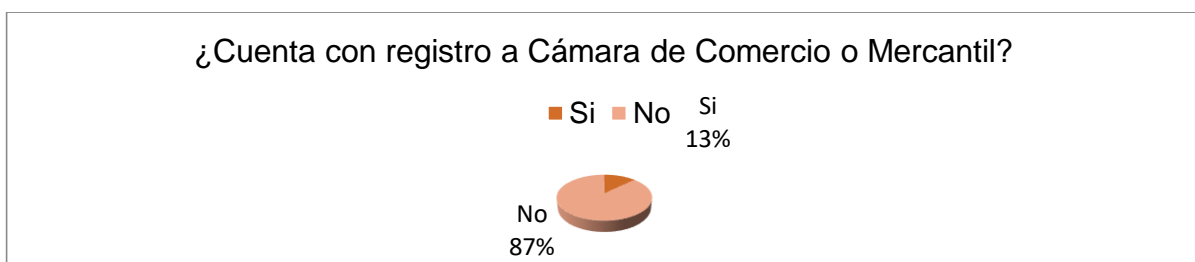
También se pudo observar que el 30% de los tenderos tienen sus negocios en un local comercial, la mayoría de estas personas pagan arriendo, pero sus ingresos terminan siendo pocos

y el 17% de los negocios está en local independiente, pero en la misma vivienda, esto quiere decir que los dueños de estos negocios adaptan su vivienda de tal forma que les quede espacio para organizar su negocio y ahorrar algunos gastos.



Los tenderos cuentan con dos modalidades, el fiado sin intereses y el dinero en efectivo y teniendo como garantía solamente el voto de confianza, la palabra de cumplimiento. Según las encuestas realizadas en el sector de la zona sur de Sincelejo se pudo observar que para el 68% de los tenderos el método de pago que más utilizan es en efectivo porque para la mayoría de estos negocios no es rentable dar a crédito ya que ellos venden los productos y de esos mismos ingresos compran el nuevo inventario y además destinan una parte para gastos personales.

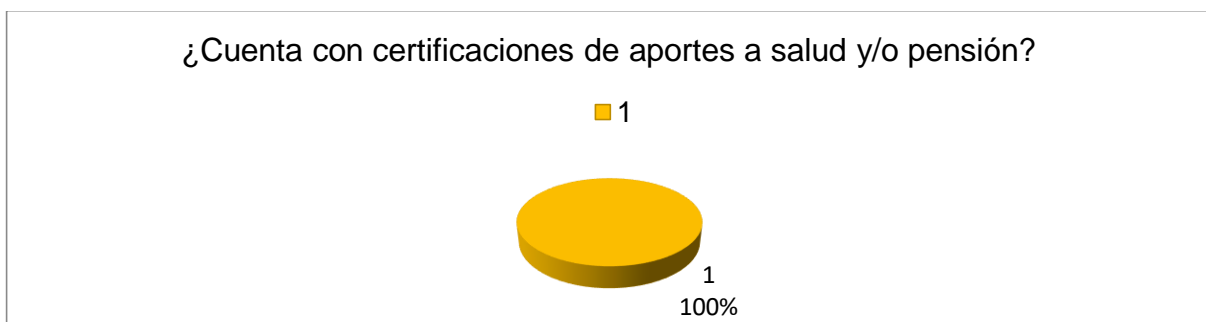
El 23% de los tenderos les otorga crédito informal y de contado a sus clientes, esto quiere decir que estos negocios tienen los ingresos suficientes para mantener sus negocios con un inventario de sus productos permanentes, es decir los tenderos pueden esperar que los clientes paguen a un tiempo determinado y también vemos que el 3% de los tenderos en este sector utiliza transferencia bancaria.



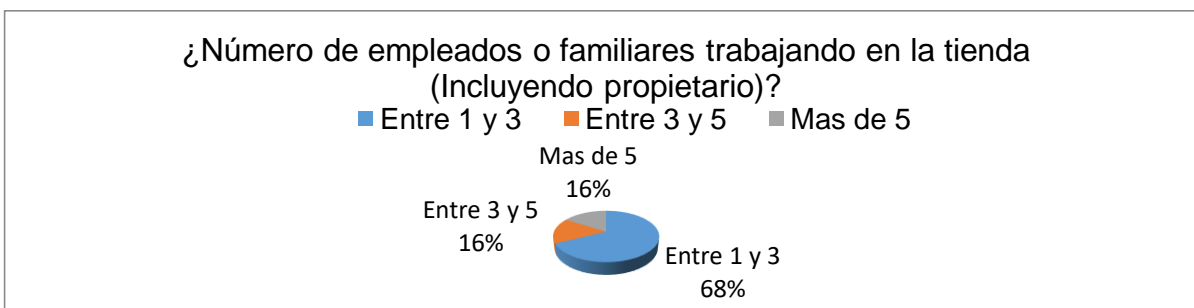


Según las encuestas realizadas se pudo determinar que el 87% de los tenderos no cuenta con registro a cámara de comercio, las causas de que esto suceda pueden ser la evasión de carga tributaria, desconocimiento de los requisitos para formalizar sus negocios o la falta de información y el 13% de los tenderos cuenta con uno de los requisitos para formalizarse que es su registro de cámara de comercio, a simple vista se puede observar que tan severo es el problema de formalización de estos negocios en la zona sur de Sincelejo.

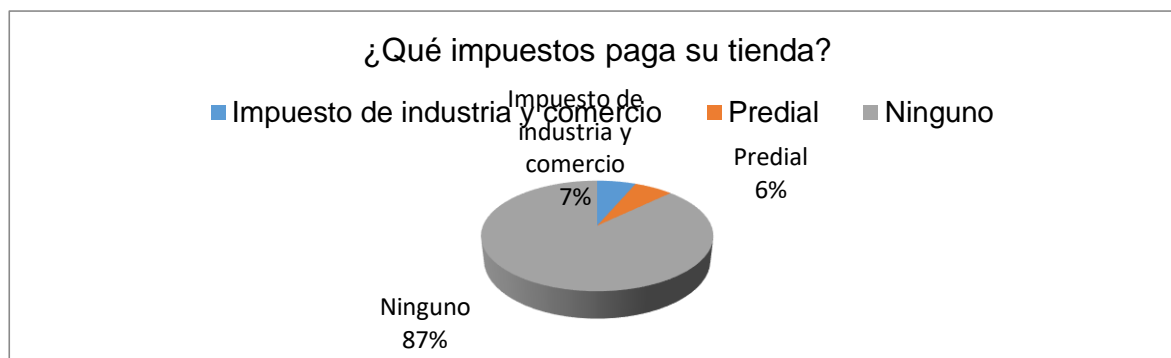
Para inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) es muy fácil para los pequeños comerciantes, tenderos, dueños de misceláneas y algunos profesionales independientes que no cobran, no facturan y no declaran el IVA, es decir que pertenecen al régimen simplificado, pero la mayor parte de la zona sur de Sincelejo en el sector tendero no cuenta con RUT como uno de los requisitos para formalizar su negocio y esto es otra forma de evadir sus obligaciones tributarias, pero también observamos que el 13% si cuenta con este requisito, esto quiere decir que son pocos los tenderos que se concientizan de los derechos y obligaciones que recaen sobre ellos al momento de tener un negocio propio.



Según las encuestas realizadas se pudo verificar que el 100% de los tenderos NO cuenta con certificaciones de aporte a salud y pensión, esto quiere decir que la mayor parte de este sector está en total vulnerabilidad con respecto a este requisito. Algunos de los tenderos no quieren asumir esta obligación, otros no tienen los ingresos suficientes para asumirla y los demás desconocen de los derechos que tendrían al reconocer el pago de salud y pensión.



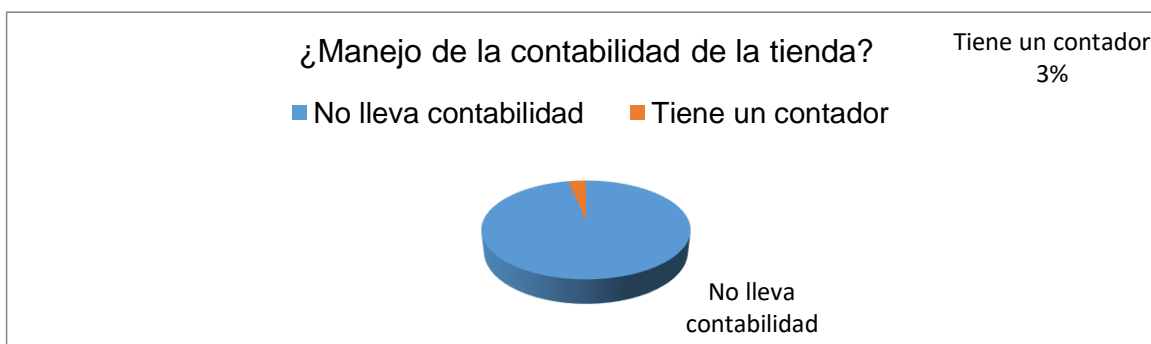
En el anterior diagrama circular se pudo observar el 68% de los tenderos cuentan con uno a tres empleados o familiares laborando en sus tiendas, la razón por lo que esto sucede es porque la mayoría de los tenderos tienen en sus negocios laborando a personas de la misma familia en donde el negocio es 100% familiar y todos deben colaborar, también se observó que no tienen más de tres trabajadores porque el ingreso adquirido por el negocio no alcanza para suplir el pago a más empleados.



Los resultados generales muestran que cerca del 80% de las tiendas son familiares y ocupan máximo a dos personas que viven en el mismo inmueble donde se ubica el establecimiento, esta estructura simple es argumentada por los tenderos como una forma segura de dar manejo adecuado

al negocio, siendo mucho más confiable dejar el negocio bajo el cuidado de otro integrante del núcleo familiar (en la mayoría de casos la pareja) (Florez, 2002).

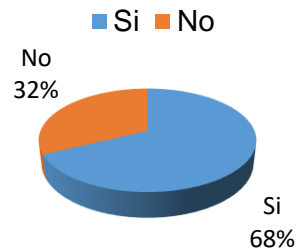
Del anterior diagrama circular se determinó que el 87% de los tenderos no pagan ningún impuesto o asumen alguna carga tributaria, esto se da por varias razones, una de ellas es el miedo a la carga tributaria. También se pudo observar que el 6% y 7% pagan impuesto de industria y comercio y predial, por lo que es muy notoria la poca formalidad de estos negocios tenderos en la zona sur de Sincelejo.



Según las encuestas realizadas se determinaron que la mayor parte de los tenderos de este sector de la zona sur de Sincelejo no llevan contabilidad por ningún medio, el 97% de los propietarios o administradores no asume esta obligación por lo tanto no tienen la capacidad de saber cómo están financieramente sus negocios y si sus ingresos son suficientes para asumir sus gastos y obligaciones.

Por otro lado, la imagen del tendero ha cambiado a través de los años, ya no es una persona mayor y con pocos años de educación, que llevaba la contabilidad en un cartón; y las tiendas tampoco son locales sin estándares de calidad. Todo lo contrario, “cada vez más se capacita al personal para que legalice sus negocios, porque no es solamente un tema de papeles, sino de cultura, además de adquirir la responsabilidad social para que cada día tenga herramientas de innovación, inocuidad y manejo de alimentos (Arango M. , 2014).

¿Lleva por separado las cuentas de su hogar y su negocio?



Según la gráfica circular se puede observar que el 68% de los tenderos si lleva las cuentas de hogar y su negocio por separado, esto quiere decir que desde cierto punto de vista los tenderos tienen claro lo que pasaría si se asumen estos dos gastos por igual y que se deben organizar los gastos del hogar y el negocio de forma diferente. También observamos que el 32% no lleva por separado sus gastos en el hogar y el negocio, esto quiere decir que es poco rentable ya que no conoce realmente cuales gastos y obligaciones asume cada uno.

7. Costos y Gastos de la Formalización Bajo la Normatividad Vigente de las Tiendas de la Zona Sur de Sincelejo

Los costos que se deben reflejar al diseñar una compañía, es uno de los interrogantes más comunes de los emprendedores y empresarios que desean crear su empresa.

Existe el temor generalizado de asumir pagos superfluos o que no son necesarios. En este sentido, la formalización puede ser en ocasiones un camino lleno de trabas y costos, pero al final fructífero y legal. En Colombia no existe un capital mínimo para la constitución de una compañía, esto quiere decir que la única limitación es el orgullo propio de cada persona en cuanto al efectivo que se promueva en su proyecto. En un proceso normal de emprendimiento, no debe haber gastos de honorarios relacionados a abogados o tramitadores para crear una empresa (Díaz, 2015).

En Colombia hay unas exigencias y requisitos tributarios que pueden hacer un poco difícil pensar en el futuro de un negocio.

Incluso, actualmente existe una gran variedad de iniciativas tanto gubernamentales como privadas que apoyan los proyectos de futuros de diferentes empresarios, contribuyendo con recursos. Pero luego la formalización de la empresa y el sostenimiento a futuro, puede ser un poco más complicado (Arango E. , 2002).

Aunque la mayoría de negocios empiezan con una idea pequeña, pequeñas producciones y con ventas entre amigos y familiares; por lo general no se entiende la importancia de hacer una “legalización”, pero con el paso del tiempo la formalización es una especie de “cédula” que permite que las empresas tengan mayores posibilidades de crecimiento y reconocimiento ante el Estado y la sociedad. De acuerdo con el experto Juan Sebastián Noriega, asesor en temas de emprendimiento y temas de impuestos para empresas en Gestión Legal Colombia Consultores, “crear una empresa en Colombia es cada vez más fácil, sin necesidad de intermediarios, abogados o tramitadores cualquier persona tiene una compañía operativa en cuestión de días”. Efectivamente, la creación se trata de un proceso sencillo y, dependiendo de la ciudad en la cual la persona esté establecida, podrá asesorarse por la cámara de comercio correspondiente para hacer

el respectivo trámite, para lo cual tendrá distintas opciones. Pero antes de hacer la respectiva tramitación, es necesario tener en cuenta el presupuesto que necesitará para esos primeros pasos, así como qué tipo de empresa se debe crear, que se adecúe a sus necesidades y al perfil que busca darle a su negocio. En Colombia, por ejemplo, la mayoría de empresas son creadas como sociedad por acciones simplificada lo que se conoce como S.A.S. El experto Noriega explica que las empresas S.A.S “son las más económicas porque su creación por documento privado elimina el gastos en derechos notariales. Es la única razón, en Cámara de Comercio todas las empresas sin importar su “tipo” pagan lo mismo” (Guzman, 2013).

Según la Cámara de Comercio los costos para la constitución en el sector tendero y de cualquier otro establecimiento serán causados anualmente, para constituir legalmente un establecimiento en Colombia se deben cumplir los siguientes requisitos:

La solicitud de PRE-RUT, es un trámite gratuito.

Si usted desea constituir una empresa, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, sólo deberá ser autenticada en notaría. El valor de una autenticación es en promedio de \$3.450 por firma y huella.

El registro en Cámara de Comercio, genera un impuesto de registro con valor monetario que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.

Los derechos de inscripción cuestan \$32.000 por el registro del documento.

Matricula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil cuesta dependiendo el monto de los activos y se causara anualmente. Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuita

Tener una cuenta bancaria es requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo y esto no genera costos, pero la creación de la cuenta tiene costos dependiendo del banco.

Es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$ 5.800.

Matricula de la persona jurídica 131.000.

Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.

El formulario de Registro Único Empresarial: \$ 5.800.

El libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$14.400 por cada libro que desee registrar.

Matricula de los establecimientos de 43.000 a 139.000 si se encuentra localizada dentro de la misma jurisdicción dentro de la cámara de comercio correspondiente al domicilio de la sociedad y de 43.000 a 185.000 si se encuentra localizado dentro de la jurisdicción de una cámara de comercio distinta a la que corresponda el domicilio de la sociedad.

Tabla 3

Costo de formalización

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Autenticación de notaria	Cámara de comercio	\$3.450
Derechos de inscripción por el registro del documento	Cámara de comercio	32.000
Matricula por persona natural	Cámara de comercio	Mínimo 43.000
certificados originales de existencia y representación legal	Cámara de comercio	5.800

Matricula persona jurídica(Si Aplica)	Cámara de comercio	\$131.000
Matricula mercantil		2.900
Matricula de los establecimientos	Cámara de comercio	De 43.000 a 185.000 dependiendo de si es la misma o distinta jurisdicción correspondiente al domicilio de la sociedad.
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$ 5,800
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$14.400

7.1. Tarifas del Registro Mercantil Año 2019

El gobierno nacional, mediante el artículo 2.2.2.46.1.1 de decreto 1074 de 2015 estableció los derechos por registro y renovación de la matricula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos de inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las cámaras de comercio.

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil causara anualmente los siguientes derechos liquidados de acuerdo al monto de sus activos si es persona natural y si es persona jurídica se le aplicara el 7×1000 (Arango M. , 2014).

Mediante la Ley 1780 de 2016 se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

7.2. Beneficios

Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación para el primer año. Importante: Si en el momento de la renovación no es presentada la documentación exigida para la conservación de los beneficios, se exigirá el pago del valor de la renovación de la matrícula mercantil, bajo el entendido que no se acreditaron las condiciones para la conservación del beneficio (Mejia, 2010).

Recibirá beneficios en los aportes a las cajas de compensación familiar para los empleadores que vinculen laboralmente jóvenes entre los 18 y 35 años, bajo las condiciones que serán establecidas por el Gobierno Nacional (Acosta, 2015).

Adicionalmente, para conservar estos beneficios, al momento de hacer la solicitud de la renovación de la matrícula mercantil, la persona natural o jurídica, directamente o por intermedio de su representante legal, deberá declarar:

Relación de trabajadores vinculados directamente con la empresa, si los tuviere, indicando el nombre e identificación de los mismos.

Que la empresa ha realizado los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y demás contribuciones de nómina, en caso de estar obligada a ello, y ha cumplido con sus obligaciones oportunamente en materia tributaria (Arango E. , 2002).

Presentar copia de los estados financieros debidamente firmados por el contador o revisor fiscal, según el caso, con corte al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

Para la renovación de la matrícula mercantil de empresas de personas jurídicas, se deberá presentar certificación o constancia expedida por el representante legal y/o revisor fiscal de la pequeña empresa joven, donde se acredite que el o los socios entre 18 y 35 años, representan como mínimo la mitad más uno de las cuotas, acciones o participaciones de su capital.

Fotocopia del documento de identificación de los socios o accionistas, si son diferentes a los de la constitución.

Derechos por registro de matrícula de establecimiento, sucursales y agencias.

La matrícula de establecimientos de comercio, sucursales y agencias, así como su renovación causara los siguientes derechos, según el nivel de activos vinculados al establecimiento. (En los anexos se encuentra el documento tarifa del registro mercantil.) La tarifa del registro mercantil se encuentra en los anexos.

1, En el caso de los tenderos se debe escribir la matricula del establecimiento, como se muestra en la imagen anterior, es decir cuando el establecimiento se encuentre localizado dentro de la misma jurisdicción de la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad el rango de los activos en pesos debe ser de 2.484.348 en adelante, la tarifa de S.M.M.L.V debe ser de 5,24 a 16,78 como se muestra en el cuadro y la tarifa en \$ debe ser de 43.000 a 139.000.

2, Cuando el establecimiento se encuentre localizado dentro de la jurisdicción de una cámara de comercio distinta a la que corresponda al domicilio principal de la sociedad el rango del activo de pesos debe ser igual al anterior de 2.484.238 en adelante lo que cambia es la tarifa de S.M.M.L.V de 11,19 a 22,37 y la tarifa en \$ es de 93.000 a 185.000.

Para los establecimientos que tienen vehículos en funcionamiento para la actividad del negocio estos establecimientos no deben pagar ningún impuesto para mantenerlos en sus negocios porque hacen parte de los activos de la empresa. El 90% de quienes consultan sobre estos valores se sorprenden esperando montos más altos, sin saber que los verdaderos costos de formalización en cámara de comercio son relativamente bajos (Atencio, 2010).

7.3. Costos y Requisitos de Funcionamiento

El modelo de Plan de Saneamiento Básico establece en sus programas, una serie de normas y disposiciones técnicas y ambientales, las cuales tienen como finalidad mantener las diferentes

áreas del establecimiento en este caso de la tienda libres de posibles focos de contaminación y proporcionar un área de trabajo limpia, saludable y segura; su implementación permite establecer frecuencias de control y responsables para cada una de las actividades (Hernandez M. I., 2015).

ARTICULO 244. Para instalación y funcionamiento de establecimientos industriales o comerciales, relacionados con alimentos o bebidas, se requerirá licencia sanitaria expedida conforme a lo establecido en esta Ley.

ARTICULO 245. Los establecimientos comerciales e industriales a la vez, cumplirán con las regulaciones establecidas para uno y otro.

ARTICULO 246. Solamente los establecimientos que tengan licencia sanitaria podrán elaborar, producir, transformar, fraccionar, manipular, almacenar, expender, importar o exportar alimentos o bebidas.

ARTICULO 247. Para realizar en un mismo establecimiento actividades de producción, elaboración, transformación, fraccionamiento, conservación, almacenamiento, expendio, consumo de alimentos o bebidas y de otros productos diferentes a éstos, se requiere autorización previa del Ministerio de Salud o de la autoridad delegada al efecto.

ARTICULO 249. Los establecimientos industriales o comerciales a que se refiere este título, cumplirán con los requisitos establecidos en la presente Ley, y, además, las siguientes:

- a) Contar con espacio suficiente que permita su correcto funcionamiento y mantener en forma higiénica las dependencias y los productos;
- b) Los pisos de las áreas de producción o envasado, serán de material impermeable, lavable, no poroso ni absorbente, los muros se recubrirán con materiales de características similares hasta una altura adecuada;

- c) La unión de los muros con los pisos y techos se hará en forma tal que permita la limpieza;
- d) Cada una de las áreas tendrá la ventilación e iluminación adecuadas y contará con los servicios sanitarios, vestideros y demás dependencias conexas, conforme a lo establecido en la presente Ley y sus reglamentaciones.

Todo este plan de saneamiento básico tiene un costo muy relativo, ya que hay funcionarios públicos que lo podrían elaborar gratuitamente, pero en la mayoría de los casos se recurre a un ingeniero agroindustrial o a un especialista en seguridad y salud en el trabajo, el cual por lo regular cobraría alrededor de 500.000 para una tienda de barrio, en este coste incluye la implementación, capacitación y revisión continua del plan de saneamiento. (Soto, 2015)

7.4. Gastos de Contratación

Para la contratación del personal en una tienda y en cualquier empresa legalmente constituida y formalizada se debe pagar al empleado aportes, prestaciones, subsidios y dotaciones, por lo que el costo de un empleado sobrepasa el \$828.116 del salario mínimo (2019).

Salario mínimo: unas son las cuentas del empleado y otras las del empleador		Las cuentas del empleador	
Las cuentas del empleado		Sueldo/Honorarios	\$828.116
Sueldo básico	\$828.116	+ Auxilio de transporte	\$97.032
+ Auxilio de transporte	\$97.032	+ Salud 8,5% empleador	\$70.390
- Descuentos salud	\$33.125	+ Pensión 12% empleador	\$99.374
- Descuento pensión	33.125	+ Riesgos laborales	\$4.323
Total	\$858.899	+ Caja de compensación	\$33.125
		+ Cesantías	\$68.982
		+ Intereses	\$8.281
		+ Prima	\$66.982
		+ Vacaciones	\$34.532
		Total	\$1'313.137

Como se denota en la tabla anterior, las cuentas monetarias del empleado y del empleador son totalmente diferentes, por tal motivo muchos empleados trabajan hasta por menor valor, ya que desconocen el pago que realmente deben tener, con esto se puede demostrar que la

informalidad laboral tiene un índice muy alto de participación dentro de la economía colombiana, ya que las tiendas representan el 60% de las ventas directas de productos de primera necesidad en los hogares, por lo cual se puede decir que los empleadores informales, buscan economizar sus gastos laborales, contratando mano de obra informal, en donde pueden pagarle mucho menos de lo que legalmente le corresponde, y allí nace otro grande problema para la sociedad Sincelejana.

7.5. Infraestructura de la Tienda

En este punto se aclara que se realizó la investigación del costo de una construcción para una tienda con vivienda, con el cual, si se quiere calcular el costo de la tienda de barrio formalizada, se pueda tener un estudio previo. La dimensión de esta será de 150 m² incluyendo la vivienda, con la finalidad de reducir los costos fijos, pero las dimensiones estarán sujetas a la capacidad del gerente o dueño respecto a sus expectativas de ampliar el tamaño de su local conforme vayan creciendo sus ventas.

Tabla 4

Tabla de infraestructura de la tienda

PROYECTO	
TERRENO	\$ 25.000.000,00

TABLA N°1 PARA CONSTRUCCIÓN DE TIENDA
MATERIALES PARA BASE, CIMENTACIÓN, COLUMNAS PAREDES Y VIGAS DE
ARRASTRE

CANTIDAD	MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
60	VARILLAS DE 5/8	UNIDAD ES	\$ 35.000,00	\$ 2.100.000,00

36	VARILLAS DE 1/2	UNIDAD	\$	\$
		ES	25.000,00	900.000,00
130	VARILLAS DE 3/8	UNIDAD	\$	\$
		ES	14.000,00	1.820.000,00
60	VARILLAS TRIFILADAS	UNIDAD	\$	\$
		ES	6.000,00	360.000,00
60	ALAMBRE	KG	\$	\$
			6.000,00	360.000,00
12	CLAVOS	KG	\$	\$
			3.000,00	36.000,00
6	HOJAS DE CIERRA	UNIDAD	\$	\$
		ES	5.000,00	30.000,00
8	LADRILLOS RED	MILLAR	\$	\$
		ES	450.000,00	3.600.000,00
40	PIEDRA HORMIGON	METROS	\$	\$
			45.000,00	1.800.000,00
8	PIEDRA RAJON DE 1/2	METROS	\$	\$
			65.000,00	520.000,00
20	ARENA GRUESA	METROS	\$	\$
			45.000,00	900.000,00
25	PIEDRA	METROS	\$	\$
			48.000,00	1.200.000,00
400	CEMENTO GRIS	BOLSAS	\$	\$
			25.000,00	10.000.000,00
VALOR				\$
				23.626.000,00

PISO TERMINADO PARA 150 MTS CON CERAMICA

CANTI DAD	MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
--------------	----------	------------------	--------------------	----------------

16	PIEDRA HORMIGON	METROS	\$ 45.000,00	\$ 720.000,00
10	ARENA GRUESA	METROS	\$ 45.000,00	\$ 450.000,00
150	CERAMICA PISO	METROS	\$ 30.000,00	\$ 4.500.000,00
24	CERAMICA PARA PARED DE BAÑO	METROS	\$ 30.000,00	\$ 720.000,00
52	PEGAMENTO PARA CERAMICA	BOLSAS	\$ 18.000,00	\$ 936.000,00
3	CRUCETA DE 3 MILIMETRO	BOLSAS	\$ 4.000,00	\$ 12.000,00
35	FRAGUA	KILOS	\$ 4.000,00	\$ 140.000,00
62	CEMENTO GRIS	BOLSAS	\$ 25.000,00	\$ 1.550.000,00
VALOR				\$ 9.028.000,00
CANTI DAD	MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
110	CEMENTO	BOLSAS	\$ 25.000,00	\$ 2.750.000,00
20	ARENA FINA	METROS	\$ 43.000,00	\$ 860.000,00
VALOR				\$ 3.610.000,00

MATERIAL PARA TECHO ALIGERADO DE 150 METROS

CANTIDAD	MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1000	LADRILLOS HUECOS	UNIDAD	\$ 2.000,00	\$ 2.000.000,00
116	VARILLAS DE 1/2	UNIDAD	\$ 25.000,00	\$ 2.900.000,00
32	VARILLAS DE 5/8	UNIDAD	\$ 40.000,00	\$ 1.280.000,00
38	VARILLAS DE 3/8	UNIDAD	\$ 16.000,00	\$ 608.000,00
125	VARILLAS TRIFILADAS	UNIDAD	\$ 8.000,00	\$ 1.000.000,00
150	BOLSAS DE CEMENTOS	BOLSAS	\$ 28.000,00	\$ 4.200.000,00
12	ARENA GRUESAS	CUBOS	\$ 48.000,00	\$ 576.000,00
11	PIEDRA CONFITILIO	CUBOS	\$ 65.000,00	\$ 715.000,00
17	CLAVOS	KG	\$ 4.000,00	\$ 68.000,00
42	ALAMBRE	KG	\$ 6.000,00	\$ 252.000,00
VALOR				\$ 13.599.000,00

CUADRO 2

MANO DE OBRA

CANTIDAD	MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
----------	----------	---------------	-----------------	-------------

8	LADRILLOS RED	MILLAR	\$	\$
		ES	320.000,00	2.560.000,00
25	COLUMNAS	UNIDAD	\$	\$
			120.000,00	3.000.000,00
7	VIGAS ARRASTRE	UNIDAD	\$	\$
	250SOLES C/U		190.000,00	1.330.000,00
100	BASE	METRO	\$	\$
			80.000,00	8.000.000,00
255	TARRAJEO	METRO	\$	\$
			20.000,00	5.100.000,00
150	CIELO	METRO	\$	\$
			25.000,00	3.750.000,00
60	ACABADO	METRO	\$	\$
			30.000,00	1.800.000,00
72	VIGAS ARRASTRE	METRO	\$	\$
	250SOLES C/U		40.000,00	2.880.000,00
150	CERAMICAS PARA	METRO	\$	\$
	PISO		20.000,00	3.000.000,00
150	FALSO PISO	METRO	\$	\$
			15.000,00	2.250.000,00
150	TECHO ALIGERADO	METRO	\$	\$
			10.000,00	1.500.000,00
VALOR				\$
				35.170.000,00
RESUMEN DE COSTO DE CONSTRUCCIÓN				\$
				49.863.000,00
MANO DE OBRA				\$
				35.170.000,00

7.5.1. Gastos Mensuales Aproximados de una Tienda Pequeña Totalmente Formalizada.

Contratación de dos empleados: 2.791.864

Costos	%	Valor
Salario mínimo		828.116
Auxilio de transporte		97.032
Salud	8,50%	70.390
Pensión	12,00%	99.374
ARL (Nivel 1)	0,52%	4.306
Parafiscales	9,00%	74.530
Prima	8,33%	68.982
Cesantías	8,33%	68.982
Intereses de cesantías	1,00%	8.281
Vacaciones	4,17%	34.532
Dotación aprox.	5,00%	41.406
Costo mensual aproximado		1.395.932

Arriendo: 400.000

Servicios: 200.000

Mantenimientos de activos: 100.000

Pago de contador: 400.000

Pago de plan de saneamiento: 50.000

Impuestos ICA: 160.000

Provisión contingencias: 42.136

Depreciación de muebles y enseres: 100.000

Para tener un gasto total mensual aproximado de 4.100.000

Las tiendas de barrio por lo general trabajan con una utilidad bruta del 20% por lo cual, para tener una sostenibilidad, deberían tener ingresos brutos por lo menos de 20.500.000

mensuales, ósea una venta diaria de 683.400, para así lograr el punto de equilibrio, teniendo en cuenta que este modelo de tienda se maneja con dos empleados, que trabajan 8 horas al día, y con unos gastos variables, estos cálculos nos demuestran que el éxito y la viabilidad dependen del volumen de ventas y del manejo de los costos, durante la investigación nos dimos cuenta que la gran mayoría de tiendas no están en ninguno de los dos escenarios que se acaban de simular, y esto se debe al miedo a la formalización y al desconocimiento de las normas y leyes que rigen a este sector.

La tienda es un negocio en el cual la inversión inicial no es mucha, debido a que las empresas multinacionales se han encargado de brindar en comodato neveras, y publicidad por montones, por lo cual, al tendero le queda comprar su inventario y uno que otro estante donde ubicar su mercancía.

8. Guía Pedagógica de los Trámites Legales para la Formalización

Para la formalización y constitución de las tiendas en la zona sur de Sincelejo se diseñó una guía pedagógica para llevar a cabo el proceso de formalización: (Hernandez C. , 2015)

Registrarse como persona natural o jurídica: el costo es de 43.000 persona natural.

Ponerle nombre a la empresa; para eso debe consultar la disponibilidad del nombre ósea la homonimia.

Clasificar su actividad económica; para ello, se consulta en CIU.

Descargar, diligenciar y organizar la documentación exigida como el RUES, todo esto tiene un costo de 32.000

Presentarse ante la cámara de comercio solicitar el pre RUT y solicitar la pre Matricula mercantil (costo de 5,800)

Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa

Radicar los documentos en la cámara de comercio

Ir la Dian solicitar el RUT y firma digital (solo personas naturales) y es por medio de una cita.

Matricularse en la alcaldía, en el departamento de industria y comercio.

En la DIAN debe solicitar una resolución de facturación.

Se debe registrar la empresa en el sistema de seguridad social, para poder contratar empleados.

Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos, este concepto sanitario es gratuito.

Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.

En conclusión, para legalizar la tienda de barrio es muy sencillo y económico, lo que realmente se vuelve costoso son los impuestos venideros, en si la erogación inicial para formalizar la tienda en cámara de comercio es de aproximadamente de 80.800, luego de allí se derivan gastos varios, como implementación de facturación, sistema de gestión y seguridad en el trabajo, etc. Cabe aclarar que formalizar la tienda de barrio va mucho más allá de pagar impuestos, ya que el pago de ICA e impuesto al consumo de bolsas, son solo unas de las aristas del conglomerado para la formalización, se espera que con este estudio cada vez más los tenderos tomen conciencia de los beneficios de estar totalmente formalizados contable y empresarialmente.

9. Conclusiones

Las políticas públicas encaminadas a promover la formulación empresarial tienen que estar orientadas no solo a crear incentivos tributarios y facilitar la reducción de costos para el empresario, también hacia la sensibilización y conocimiento suficiente en este campo, para atender las necesidades de mercado de tal manera que la formalización se vuelva un valor agregado.

10. Recomendaciones

Se recomienda adelantar nuevas investigaciones que profundicen mucho más sobre el fenómeno de la informalidad y la cuantificación de costos y gastos de dicha informalidad en las empresas, utilizando enfoques o métodos diferentes, siguiendo la línea de investigación presentada en este trabajo. Avanzar en este objetivo permitirá brindar mayores beneficios, para la formulación de políticas públicas pertinentes y exitosas.

Referencias

- Acevedo, C. (2014). *Las tiendas de barrio desde la economía institucional*. Bucaramanga: Publicaciones el planeta.
- Acosta, J. (2015). Evolucion de las tiendas de barrio. *Portafolio*, 2.
- Arango, E. (2002). Caracterización en las tiendas de Barrio. En E. Arango.
- Arango, M. (2014). Contabilidad financiera de los tenderos.
- Atencio, C. (2010). *Impacto tributario de las tiendas de barrio*. Tolima: Publicaciones Fonseca.
- Cardenas, M. (2007). Informalidad en Colombia. *Nueva Evidencia*, 40-55.
- Castaño, M. (2015). *El papel del sector informal en una estrategia de desarrollo*. Santa Fe de Bogota: Publicaciones Alegra.
- Chen, M. (2012). *La Economía Informal*. Medellín: publicaciones ventura.
- comercio, C. d. (2014). *Costos de formalización*. Bogota.
- Córdoba, J. (2002). Tiendas de barrio en Colombia. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 30-35.
- Diaz, R. (2015). *Formalización empresarial para los tenderos de la ciudad de Girardot*. Girardot: Publicaciones piloto de Colombia.
- Fernandez, C. (2013). Impuestos para tenderos. En F. Cristina, *Informalidad empresarial en las tiendas de barrio* (págs. 72-101). Manizales: Publicaciones Marbello.
- Flórez, M. (2011). Prácticas contables y tributarias que adoptan los pequeños negocios en Colombia. *Futuro*, 207-223.
- Florez, R. (2002). Análisis del impacto que tiene el monotributo en el recaudo de impuesto y la formalización de comerciantes minorista. *Colombia lidera*, 201-224.
- Florisbela, A. (2001). *Informalidad tendera*. Medellín: Publicaciones ventura.
- Gaitn, E. (2013). *Caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena*. Cartagena: Publicación Martinez.
- Gutierrez, J. (2010). *Rol del tendero en la sociedad Colombiana*. Bogota: Publicaciones aguilar.
- Guzman, C. (2013). Influencia de la formalización. *Emprendimiento*, 401-415.
- Hamann-Salcedo. (2012). *Formalizando la informalidad*. Barranquilla.
- Hamann-Salcedo. (2012). Formalizando la informalidad empresarial en Colombia. En Hamann-Salcedo, *Formalizando la informalidad empresarial en Colombia*. (págs. 399-427.).

- Hernandez, C. (2015). Costos de formalización de las empresas. *Revista Semana*, 103-134.
- Hernandez, M. I. (2015). Aplicación de un Sistema de Costo de la Calidad en la tienda .
Enprendimineto, 52-77.
- Londoño, M. (2014). *La economía de la tienda de barrio*. Bogota: Publicaciones Herrera.
- Mejia, C. (2010). Informalidad empresarial en Colombia. *Fedesarrollo*, 55-70.
- Ordoñez, D. (2015). Informalidad en Colombia. *La economía del rebusque*, 322-355.
- Quelopana, A. (2014). Formalizar tu negocio te lleva al éxito. *Revista Dinero*, 44-54.
- Rozo, S. (2007). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia.
Revista Desarrollo y Sociedad., 20-43.
- Soto, M. (2015). Tiendas informales. En D. Pulesio, *Informalidad empresarial* (págs. 531-575).
Cesar.
- Vanegas, A. (2012). Formalización de Dominios de Negocio Basada en Técnicas de Ingeniería
del Conocimiento para Proyectos de Explotación de Información. *Ocaso*, 42-52.

Anexos

2016
2017

TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL
AÑO 2019

DERECHOS POR REGISTRO DE MATRÍCULA DE ESTABLECIMIENTOS, SUCURSALES Y AGENCIAS

La matrícula de establecimientos de comercio, sucursales y agencias, así como su renovación causará los siguientes derechos, según el nivel de activos vinculados al establecimiento:

1. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia, se encuentre localizado dentro de la misma jurisdicción de la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad:

RANGO DE ACTIVOS S.M.M.L.V.		RANGO DE ACTIVOS En Pesos		TARIFA S.M.M.L.V.	TARIFA EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	3	0	2.484.348	5,24	43.000
3	17	2.484.348	14.077.972	11,19	93.000
17	En adelante	14.077.972	En adelante	16,78	139.000

2. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia se encuentre localizado dentro de la jurisdicción de una Cámara de Comercio distinta a la que corresponda al domicilio principal de la sociedad:

RANGO DE ACTIVOS S.M.M.L.V.		RANGO DE ACTIVOS En Pesos		TARIFA S.M.M.L.V.	TARIFA EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	3	0	2.484.348	11,19	93.000
3	17	2.484.348	14.077.972	16,78	139.000
17	En adelante	14.077.972	En adelante	22,37	185.000

DERECHOS POR CANCELACIONES Y MUTACIONES

La cancelación de la matrícula y las mutaciones referentes a la actividad mercantil causará los siguientes derechos:

	TARIFA S.M.M.L.V.	TARIFA EN \$
1. Cancelación de la matrícula del comerciante	1,40	11.600
2. Cancelación de la matrícula de establecimiento de comercio	1,40	11.600
3. Mutaciones referentes a la actividad comercial	1,40	11.600

DERECHOS POR INSCRIPCIÓN DE LIBROS Y DOCUMENTOS

De acuerdo con el artículo 2.2.2.46.1.4, del Decreto 1074 de 2015, los derechos de inscripción por actos, libros y documentos serán los siguientes:

La inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad causará un derecho de 5,24% de un S.M.M.L.V., equivalente a \$43.000.

La inscripción en el registro mercantil de los libros respecto de los cuales la ley exige esa formalidad causará un derecho de 1,74% de un S.M.M.L.V., equivalente a \$14.400.

CERTIFICADOS

Los certificados expedidos por las Cámaras de Comercio, en desarrollo de su función pública de llevar el registro mercantil, tendrán los siguientes valores, independiente del número de hojas.

	TARIFA S.M.M.L.V.	TARIFA EN \$
1. Matrícula Mercantil	0,35	2.900
2. Existencia y representación legal, inscripción de documentos	0,70	5.800
3. Certificados Especiales	0,70	5.800

FORMULARIOS

	TARIFA S.M.M.L.V.	TARIFA EN \$
Formulario para el Registro Mercantil	0,70	5.800

Tarifas preparadas por la Vicepresidencia Ejecutiva, Administrativa y Financiera de Confecámaras

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios mínimos		En pesos		% S.M.M.L.V.	EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	2	0	1.656.232	5,24	43.000
2	4	1.656.232	3.312.464	7,34	61.000
4	5	3.312.464	4.140.580	9,79	81.000
5	7	4.140.580	5.796.812	10,84	90.000
7	9	5.796.812	7.453.044	12,94	107.000
9	11	7.453.044	9.109.276	14,68	122.000
11	12	9.109.276	9.937.392	16,08	133.000
12	14	9.937.392	11.593.624	17,83	148.000
14	16	11.593.624	13.249.856	20,28	166.000
16	18	13.249.856	14.906.088	22,38	185.000
18	19	14.906.088	15.734.204	23,78	197.000
19	21	15.734.204	17.390.436	25,52	211.000
21	23	17.390.436	19.046.668	26,92	223.000
23	25	19.046.668	20.702.900	28,67	237.000
25	26	20.702.900	21.531.016	30,77	255.000
26	28	21.531.016	23.187.248	31,82	264.000
28	30	23.187.248	24.843.480	33,57	276.000
30	31	24.843.480	25.671.596	35,66	295.000
31	33	25.671.596	27.327.828	37,41	310.000
33	35	27.327.828	28.984.060	38,81	321.000
35	52	28.984.060	43.062.032	45,45	376.000
52	70	43.062.032	57.968.120	54,54	452.000
70	87	57.968.120	72.046.092	63,99	530.000
87	105	72.046.092	86.952.180	73,43	608.000
105	123	86.952.180	101.858.268	83,57	692.000
123	140	101.858.268	115.936.240	93,01	770.000
140	158	115.936.240	130.842.328	103,15	854.000
158	175	130.842.328	144.920.300	113,29	938.000
175	192	144.920.300	158.998.272	131,47	1.089.000
192	210	158.998.272	173.904.360	133,92	1.109.000
210	228	173.904.360	188.810.448	136,36	1.129.000
228	245	188.810.448	202.888.420	138,81	1.150.000
245	262	202.888.420	216.966.392	141,61	1.173.000
262	280	216.966.392	231.872.480	143,71	1.190.000
280	297	231.872.480	245.950.452	146,50	1.213.000
297	316	245.950.452	261.684.656	148,95	1.233.000
316	332	261.684.656	274.934.512	151,05	1.251.000
332	350	274.934.512	289.840.600	154,20	1.277.000

TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL						
AÑO 2019						
RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA		TARIFA
En salarios mínimos		En Pesos		% S.M.M.L.V.		EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual			
350	524	289.840.600	433.932.784	159,44		1.320.000
524	700	433.932.784	579.681.200	166,08		1.375.000
700	875	579.681.200	724.601.500	171,33		1.419.000
875	1.050	724.601.500	869.521.800	175,52		1.454.000
1.050	1.224	869.521.800	1.013.613.984	179,02		1.482.000
1.224	1.399	1.013.613.984	1.158.534.284	181,82		1.506.000
1.399	1.574	1.158.534.284	1.303.454.584	183,92		1.523.000
1.574	1.748	1.303.454.584	1.447.546.768	186,01		1.540.000
1.748	2.098	1.447.546.768	1.737.387.368	188,46		1.561.000
2.098	2.448	1.737.387.368	2.027.227.968	191,26		1.584.000
2.448	2.797	2.027.227.968	2.316.240.452	193,36		1.601.000
2.797	3.147	2.316.240.452	2.606.081.052	194,75		1.613.000
3.147	3.497	2.606.081.052	2.895.921.652	196,85		1.630.000
3.497	5.245	2.895.921.652	4.343.468.420	200,35		1.659.000
5.245	6.993	4.343.468.420	5.791.015.188	205,94		1.705.000
6.993	8.741	5.791.015.188	7.238.561.956	212,94		1.753.000
8.741	10.490	7.238.561.956	8.686.936.840	218,88		1.813.000
10.490	12.238	8.686.936.840	10.134.483.608	220,98		1.830.000
12.238	13.986	10.134.483.608	11.582.030.376	223,78		1.853.000
13.986	15.734	11.582.030.376	13.029.577.144	226,92		1.879.000
15.734	17.483	13.029.577.144	14.477.952.028	231,47		1.917.000
17.483	34.965	14.477.952.028	28.955.075.940	244,06		2.021.000
34.965	69.930	28.955.075.940	57.910.151.880	245,10		2.030.000
69.930	104.895	57.910.151.880	86.865.227.820	246,15		2.038.000
104.895	139.860	86.865.227.820	115.820.303.760	248,85		2.044.000
139.860	174.825	115.820.303.760	144.775.379.700	247,55		2.050.000
174.825	349.650	144.775.379.700	289.550.759.400	248,25		2.056.000
349.650	699.300	289.550.759.400	579.101.518.800	251,05		2.079.000
699.300	874.125	579.101.518.800	723.876.898.500	256,99		2.128.000
874.125	En adelante	723.876.898.500	En adelante	259,79		2.151.000

ENCUESTA 1.

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN
CUANTIFICACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS DE LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS TIENDAS DE BARRIO EN LA ZONA SUR DE SINCELEJO.
Nombre de la tienda. Ebenezer

¿Cuál es su relación o vinculación con la tienda?

1. Propietario
2. Administrador o encargado

¿Cuál es la edad del propietario?

1. Entre 18-25
2. Entre 25-45
3. Mas de 45

¿Cuál es el género del propietario?

1. Hombre
2. Mujer

¿Cuál es su estrato socioeconómico?

1. Uno
2. Dos
3. tres

¿cuál es el nivel de educación del propietario?

1. Básica primaria
2. Secundaria
3. Profesional
4. Ninguna de las anteriores

¿Cuál es Antigüedad del negocio?

1. Menos de 1 año
2. Entre 1 y 3 años
3. Más de 3 años

¿Conoce usted los requisitos para formalizar legalmente su negocio?

1. Si

2. no

¿Cuenta su tienda con las normas básicas de saneamiento?

1. si

2. no

¿Cuáles son las características del local de la tienda?

1. Es un local comercial y usted vive en otro lugar

2. Es la misma vivienda

3. Está en su vivienda, pero es un local independiente

¿Cuál es su nivel de ventas diarias?

1. Menos de 100 mil

2. Entre 100 mil y 300 mil

3. Más de 300 mil

¿Cuál es el método de pago de sus ventas?

1. Efectivo

2. Transferencia bancaria

3. Crédito informal y contado

¿Cuenta con registro a Cámara de Comercio o Mercantil?

1. Si

2. no

¿Cuenta con RUT?

1. Si

2. No

¿Cuenta con certificaciones de aportes a salud y/o pensión?

1. Si
2. no

¿Número de empleados o familiares trabajando en la tienda (Incluyendo propietario)?

1. entre 1 y 3
2. entre 3 y 5
3. más de 5

¿Qué impuestos paga su tienda?

1. Impuesto de industria y comercio
2. Renta
3. Predial
4. IVA
5. Ninguno
6. Todos

¿Manejo de la contabilidad de la tienda?

1. No lleva contabilidad
2. Tiene un contador
3. Tiene software y contador

¿Lleva por separado las cuentas de su hogar y su negocio?

1. Si
2. No

