



SENNOVA
Sistema de Investigación,
Desarrollo Tecnológico e Innovación

CULTURA DE FORMALIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ



JOAQUÍN EDUARDO CARRILLO ORJUELA - JORGE ARMANDO VARELA RENDÓN - MAURICIO TAUTIVA GUZMÁN

Catalogación en la publicación. SENA Sistema de Bibliotecas

Carrillo Orjuela, Joaquín Eduardo

Cultura de formalidad empresarial en las Pymes del sector comercial de la ciudad de Ibagué / Joaquín Eduardo Carrillo Orjuela, Jorge Armando Varela Rendón, Mauricio Tautiva Guzmán. -- Ibagué : Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Centro de Comercio y Servicios, 2021.

1 recurso en línea (PDF).

Contenido: La formalidad empresarial como iniciativa para aumentar la competitividad del país -- Caracterización de los factores que inciden en la informalidad empresarial en el sector comercial -- Estrategias como propuesta para disminuir la informalidad empresarial en el sector comercial.

ISBN: 978-958-15-0667-5.

1. Desarrollo económico y social--Ibagué (Tolima, Colombia) 2. Administración industrial I. Varela Rendón, Jorge Armando II. Tautiva Guzmán, Mauricio. III. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Centro de Comercio y Servicios. Grupo de Investigación GESICOM.

CDD: 658_02

Tecnología en Contabilidad y Finanzas, Tecnología en Gestión Documental, Tecnología en Gestión de Mercados.

©Centro de Comercio y Servicios - SENA Regional Tolima

© Joaquín Eduardo Carrillo Orjuela, Jorge Armando Varela Rendón, Mauricio Tautiva Guzmán, 2021.

Diseño y diagramación

Jaime Andrés Morales Saavedra

Corrección de estilo

Adelaida Gnecco Leguizamo

Centro de Comercio y Servicios - SENA Regional Tolima, Transversal 1 No. 44-244,

Oficina SENNOVA

Ibagué, Colombia

Tel (57-8) 2709600 - ext. 84403

www.sena.edu.co

Esta obra no puede reproducirse sin la autorización expresa y por escrito del Centro de Comercio y Servicios - SENA Regional Tolima.

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)





Cultura de formalidad empresarial en las Pymes del sector comercial de la ciudad de Ibagué

Autores

Joaquín Eduardo Carrillo Orjuela

Jorge Armando Varela Rendón

Mauricio Tautiva Guzmán

Copyright

La publicación de los libros es responsabilidad de los autores, los libros publicados en medio impreso y electrónico están autorizados por los autores mediante cesión de derechos de autor

Calidad Editorial

Este tipo de política suscita el reconocimiento al derecho de autoría de carácter no comercial y que deben compartir la información tal y como está publicado en la página web.



Hecho el depósito que exige la ley

Esta publicación surge como un producto de investigación del proyecto "La generación de una cultura de formalidad empresarial en las PYMES del sector comercial de la ciudad de Ibagué" registro 8476-SGPS-2021, vinculado al grupo de investigación GESICOM con código COLO149388, dentro del marco de convocatoria nacional del Sistema de Investigación Desarrollo Tecnológico e Innovación - SENNOVA y la línea de investigación "ACAF - Gestión Contable, Administrativa y Financiera". El contenido de esta obra no compromete a la institución, corresponde al derecho de divulgación de resultado de investigación de los autores. Todos los derechos reservados. Puede reproducirse libremente para fines no comerciales siempre y cuando se haga alusión a los autores de esta publicación.

Director General SENA

Carlos Mario Estrada Molina

Directora de Formación Profesional

Nidia Jeannette Gómez Pérez

Coordinadora Nacional SENNOVA

Nancy Briceño Moreno

Director Regional Tolima

Álvaro Iván Barrero Buitrago

Subdirector del Centro de Formación

Álvaro Fredy Bermúdez Salazar

**Dinamizadora Sennova
del Centro de Formación**

Karen Nahyr Sierra Ortíz

Autores

Joaquín Eduardo Carrillo Orjuela

Jorge Armando Varela Rendón

Mauricio Tautiva Guzmán

Editor

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Bogotá

Comité Editorial

Karen Nahyr Sierra Ortíz

Gloria Inés Urueña Montes

Gestión Editorial y Diseño Editorial

Jaime Andrés Morales Saavedra

Corrección de estilo

Adelaida Gnecco Leguizamo

CONTENIDO

Introducción	8
Capítulo I. La formalidad empresarial como iniciativa para aumentar la competitividad del país	10
1.1 La formalidad empresarial: perspectivas internacionales y nacionales.....	11
1.2 Enfoques teóricos de la formalidad empresarial.....	21
1.3 Avances en el estudio sobre la formalidad empresarial.....	26
Capítulo II. Caracterización de los factores que inciden en la informalidad empresarial en el sector comercial	29
2.1 Caracterización de la informalidad empresarial en el sector comercial.....	30
2.2 Discusión y análisis de resultados de la informalidad empresarial en el sector comercial.....	53
Capítulo III. Estrategias como propuesta para disminuir la informalidad empresarial en el sector comercial	56
3.1 Matriz DOFA.....	57
3.2 Estrategias para la supervivencia empresarial.....	60
Capítulo IV. Conclusiones	67
Referencias	70
Anexos	73
Anexo A. Autores	73
Anexo B. Metodología de vigilancia tecnológica	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Empresas que compiten con establecimientos informales por continentes.....	12
Figura 2. Empresas que compiten con establecimientos informales por países.....	13
Figura 3. Determinantes de la productividad empresarial.....	14
Figura 4. Ingreso fiscal como porcentaje del PIB.....	17
Figura 5. Tasa efectiva de tributación de Colombia vs otros países.....	18
Figura 6. Recaudo tributario territorial.....	18
Figura 7. Modelo SECI de creación de conocimiento.....	23
Figura 8. Espiral de conversión de conocimiento organizacional.....	24
Figura 9. Tiempo de ejecución actividad económica independiente.....	30
Figura 10. Actividad económica de empresas.....	31
Figura 11. Decisión de creación de empresa por parte del emprendedor.....	32
Figura 12. Búsqueda de empleo por parte del emprendedor.....	33
Figura 13. Dependencia económica del negocio.....	33
Figura 14. Funcionamiento del negocio por tiempo.....	34
Figura 15. Apertura por días de establecimiento comercial.....	35
Figura 16. Cotización a seguridad social.....	35
Figura 17. Apertura por días de establecimiento comercial.....	36
Figura 18. Organización documental de la empresa.....	37
Figura 19. Tipo de documentos de la empresa.....	38
Figura 20. Almacenamiento documental de la empresa.....	39
Figura 21. Eliminación documental de la empresa.....	40
Figura 22. Gestión de la información de la empresa.....	40
Figura 23. Registro entidades de control de establecimientos comerciales.....	41
Figura 24. Motivos del no registro empresarial ante entidades de control.....	42
Figura 25. Beneficios formalidad empresarial.....	43
Figura 26. Fuentes de financiación empresarial.....	43
Figura 27. Grado de educación empresarios.....	44
Figura 28. Capacitación áreas de negocio.....	45
Figura 29. Institución de capacitación por áreas de conocimiento.....	45
Figura 30. Gastos sufragados por la empresa.....	46
Figura 31. Promedio de clientes por día.....	47
Figura 32. Modalidad de compra de mercancía.....	48
Figura 33. Consumo de productos por parte del empresario o familiares.....	49
Figura 34. Beneficios tributarios en la formalización empresarial.....	50

Figura 35. Rango de ventas diarias de establecimientos comerciales	50
Figura 36. Demostración de ingresos frente a solicitud de crédito	51
Figura 37. Composición grupo familiar	51
Figura 38. Género del emprendedor.....	52
Figura 39. Rango de edad de empresarios.....	53

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Unidades productivas por sector económico y tamaño de empresa - 2019.....	15
Tabla 2. Supervivencia empresas colombianas.....	15
Tabla 3. Indicadores de inclusión productiva para Colombia 2010 - 2018.....	20
Tabla 4. Factores externos DOFA.....	57
Tabla 5. Factores Internos DOFA.....	58
Tabla 6. Cruce de factores DOFA.....	59
Tabla 7. Estrategias para el sector comercial.....	60
Tabla 8. Estrategia E1.....	61
Tabla 9. Estrategia E2.....	62
Tabla 10. Estrategia E3.....	63
Tabla 11. Estrategia E4.....	64
Tabla 12. Estrategia E5.....	65
Tabla 13. Estrategia E6.....	66

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021), la formalidad es un proceso multidimensional, no un estado binario. Una empresa es totalmente formal cuando cumple todas las normas que le aplican de manera obligatoria. La formalización empresarial se entiende como un proceso de varias dimensiones:

- **Entrada:** Es la formalidad asociada a la existencia de la empresa, que incluye los requisitos de registros empresariales.
- **Insumos o factores de producción:** Es la formalidad asociada a los insumos o factores de producción utilizados por la empresa, que incluye los requisitos para el uso de mano de obra.
- **Producción y comercialización:** Es la formalidad asociada a los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios, que incluye las normas sanitarias, reglamentos técnicos, disposiciones ambientales y normas propias del sector en el que opera la empresa.
- **Tributaria:** Hace referencia a la inscripción, declaración y pago de impuestos ante entidades como la Dian y la Secretaría de Hacienda Distrital o Municipal.

La formalización de una empresa trae consigo varias ventajas para esta, entre las cuales se destacan: hacer visible al empresario frente a sus clientes, brinda seguridad jurídica, fácil acceso al sistema financiero y la obtención de créditos. Pese a estas ventajas y otros beneficios de la formalidad, muchas personas, por desconocimiento u omisión legal, ven en la informalidad una forma simple de llevar a cabo de sus emprendimientos o, en términos coloquiales, de “rebuscarse la vida”, mientras la situación mejora o consiguen otra fuente de empleo.

El Boletín Técnico de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE (2021) estableció que, durante el periodo comprendido entre marzo y mayo del 2021, el 48% de población nacional ocupada era informal. Y en la ciudad de Ibagué esa cifra aumentaba: el 54% de la población ocupada se encontraba en el sector informal.

De acuerdo con lo anterior, la presente investigación busca encontrar estrategias que permitan que parte de esta población, que tiene sus pequeños negocio u emprendimientos en la informalidad en la ciudad de Ibagué, aprovechen las ventajas

que ofrece para ellos la formalización, como una forma de mejorar su calidad de vida y el de la ciudad.

Para esto, en primera instancia, la investigación desarrolla un análisis del contexto de la ciudad y de las empresas informales de la ciudad, con el fin de revisar, a través de la academia, los empresarios y la comunidad, la participación de las líneas de investigación Gestión administrativa, contable y asistencia financiera y Gestión Logística, empresarial y de mercados del Grupo de Investigación GESICOM, y establecer y proponer estrategias aplicables a la realidad de los microempresarios informales de la ciudad de Ibagué.

Capítulo I

La formalidad empresarial
como iniciativa para la
competitividad del país



1.1. La formalidad empresarial: Perspectivas internacionales y nacionales

El análisis de la economía de un país resulta de gran utilidad por las siguientes razones; en primer lugar, permite cuantificar el comportamiento de los agentes económicos y de las diferentes relaciones que se establecen entre ellos, en segundo lugar, permite saber la evolución lineal a través del tiempo en índices de actividad económica, puntualmente para comprender el entorno económico y las tendencias que han contribuido al mejoramiento económico del país, en tercer lugar, permite realizar comparaciones con la situación económica de otras regiones o países, por último, sirve como guía para las políticas económicas de los gobiernos y los diferentes procesos que pretenden influir en la evolución de los indicadores con el objetivo de ser más competitivos (Bunuel, 2014).

Entre las principales causas que se asocian a la informalidad, son aquellos elementos que reducen el beneficio de hacer parte de la formalidad y aquellos que incrementan el costo de ser parte de ella, es por eso que la decisión de participar de la formalidad tiende un análisis de costo – beneficio. (Perry, y otros, 2007). De la misma forma, un sector informal relativamente grande puede afectar la productividad, en la medida de un acceso precario al sistema financiero que conlleva a bajos índices de financiación y lo logren en alcanzar la escala de producción (Hamann & Mejia, 2011).

Por tanto, a nivel mundial este es uno de los fenómenos más representativos que afecta la economía de los países, debido a que se cuenta con una percepción errada en el proceso de formalización de las empresas, puesto que el empresario contrae altos costos mercantiles, contables y tributarios lo que resulta una dificultad para la supervivencia empresarial. A su vez, el continente que cuenta con un mayor grado de informalidad empresarial que compiten directamente con las empresas legales es Latinoamérica y el Caribe teniendo una informalidad igual al 69,70%, seguido del continente africano con un 69,50% se evidencia que el nicho de mercado donde se encuentra las empresas cuentan con altos niveles de informalidad, lo que resultada una disminución directamente en el nivel económico de los países (Banco Mundial , 2011 - 2018).

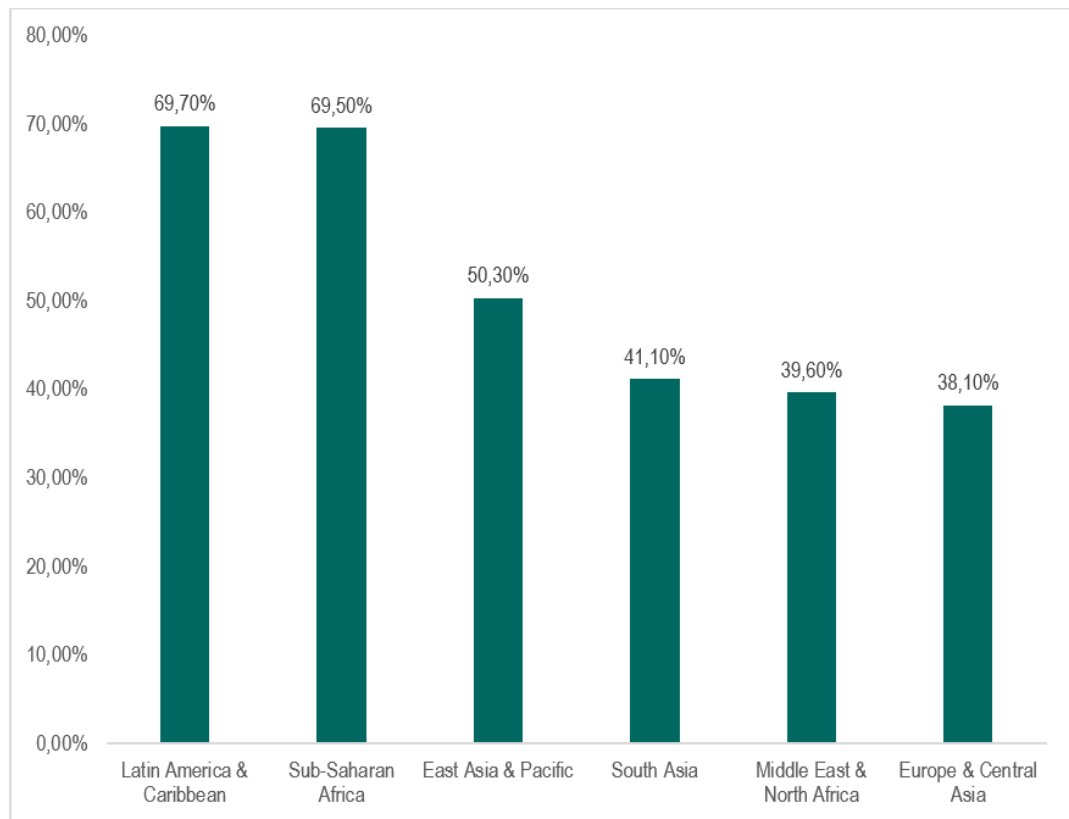


Figura 1. Empresas que compiten con establecimientos informales por continentes.

Fuente: (Banco Mundial , 2011 - 2018).

Por otra parte, se observa que los países que cuentan con altos índices de informalidad empresarial son representados en los continentes de Latinoamérica y África. Colombia está ubicado en el catorceavo puesto con mayor informalidad desde el año 2016 al 2019, teniendo una economía informal en un 66,1% de las empresas, lo que conlleva a tener grandes problemáticas en la generación de empleo y tributos que busquen directamente incentivar el desarrollo del país (Banco Mundial , 2011 - 2018).

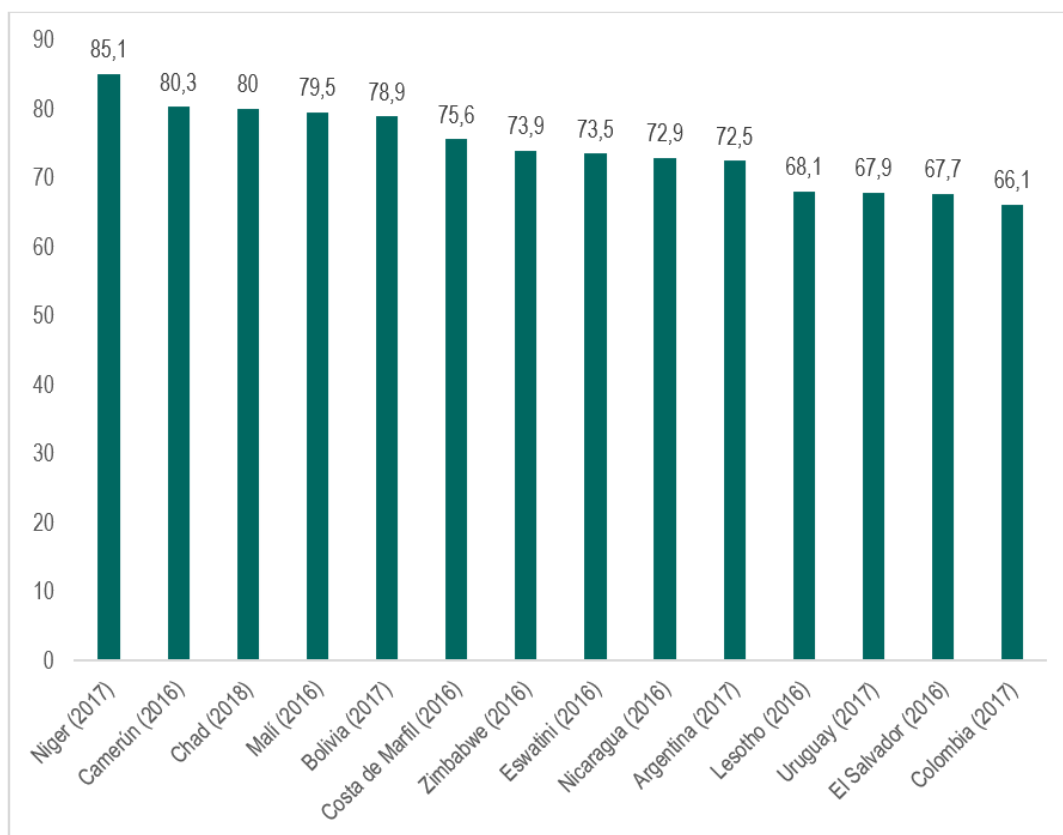


Figura 2. Empresas que compiten con establecimientos informales por países.

Fuente: (Banco Mundial, 2011 - 2018).

Es por eso, que una estrategia del gobierno es acelerar el avance en competitividad debe pasar sin duda alguna en fortalecer el pilar de las instituciones, robusteciendo las normas formales, con una agenda que logre una mayor regulación, promoviendo los principios de competencia de la economía de mercado y que garantice el acceso a una justicia efectiva. Como se mencionó anteriormente, es fundamental contar con grandes avances en este pilar para lograr una mayor competitividad en la nación y se pueda complementar de forma localizada con acciones para el aumento de la productividad de la economía Consejo Privado de Competitividad (2018).

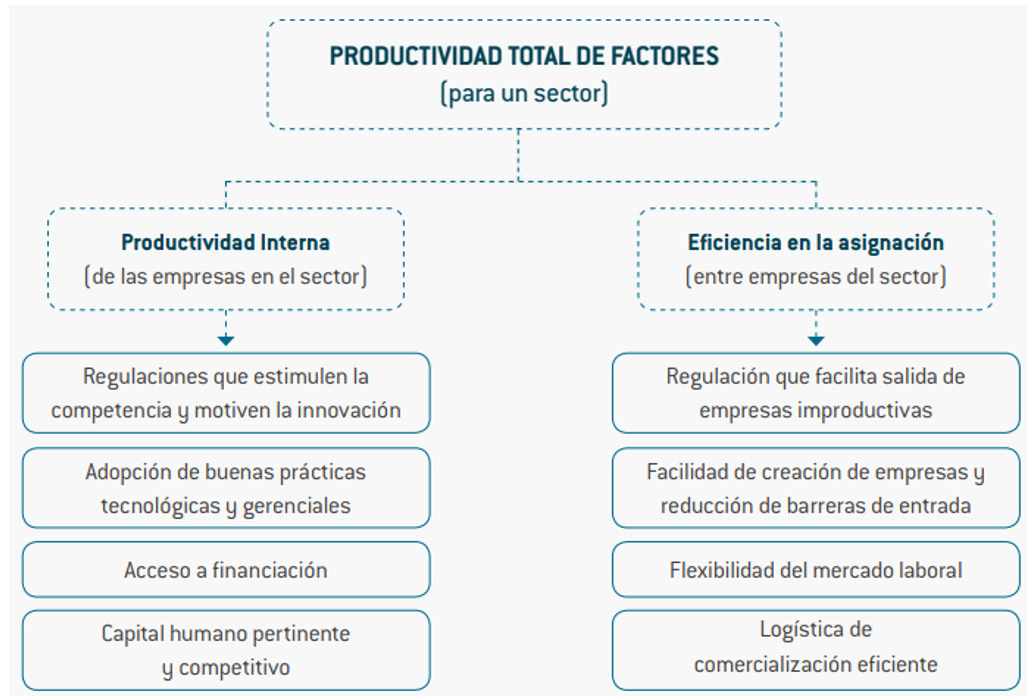


Figura 3 Determinantes de la productividad empresarial.

Fuente: Consejo Privado de Competitividad (2018).

Para, ello en el marco de la calidad de las instituciones, siendo esta un referente para la economía del mercado, la informalidad genera grandes costos en términos de productividad. Implicando competencia desleal para las empresas que se constituyen legalmente, pérdidas de recaudo, baja cobertura en seguridad social y costos para la salud y medio ambiente. A su vez respecto al Consejo Privado de Competitividad (2018), entre las principales causas que produce este fenómeno son la debilidad estatal, estándares mal diseñados, baja percepción del beneficio de ser formal y un control ineficiente de los recursos. Bajo esta perspectiva la formalidad rompe paradigmas en la medida de que tienen diferentes manifestaciones: laboral, empresarial y espacial, por tanto, las estrategias deben estar diseñadas con enfoque multidimensional y atacar las causas de este fenómeno.

Ahora bien, en Colombia para el primer trimestre del 2019 se contaba con un total de 96,914 empresas los cuales los principales sectores económicos que se presentan son el sector Servicios y de Comercio, donde se cuenta con una estimación de creación del 13% y 9,3% respectivamente, tal y como se evidencia en la Tabla 1.

Tabla 1 Unidades productivas por sector económico y tamaño de empresa - 2019.

Sector	2018	2019	Variación
Servicios	37,680	42,579	13%
Comercio	34,150	37,342	9.3%
Industria	8,598	9,196	7%
Minería	315	388	23,2%
Construcción	3,857	3,904	1.2%
Agricultura	1,233	1,278	3.6%
Resto	2,486	2,227	-10,4%
Total	88,323	96914	9.7%

Fuente: (Confecámaras, 2019).

De la misma forma en la supervivencia de las empresas a lo largo de la constitución de la misma se observa que más del 20% de las empresas se liquidan al año de constitución, por otra parte, en el quinto año de la creación de las empresas solo sobrevive un 42,9%, igualmente se encuentra este índice bastante grande debido a la mala toma de decisiones empresariales y no contar con una adecuada planeación organizacional que les brindara unos mejores resultados a los procesos (ver tabla 2).

Tabla 2 Supervivencia empresas colombianas.

País	Supervivencia en un año %	Supervivencia en tres años %	Supervivencia en 5 años %
Bélgica	92	98,4	82,2
Finlandia	80,2	57,8	63,5
Austria	88,5	69,2	59,7
Eslovenia	90,2	65,6	56,6
Luxemburgo	89,3	70,6	55,2
Colombia	78,3	61	42,9
Reino Unido	86,3	49,6	39,7
Alemania	76,8	50,2	39,6
Hungría	73,6	50,3	38,5
Portugal	69	35,3	29,6

Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2016).

El desarrollo continuo de las organizaciones se basa en la planeación y ejecución de las actividades a nivel operativo y administrativo, en las que se debe tener la capacidad de respuesta a las dinámicas del mercado, con el fin de tener herramientas y criterios para la toma de decisiones frente a cada hecho económico. Este proceso de toma de decisiones tiene como elementos diferenciadores el manejo y conservación de la información, la interpretación de la información en aspectos financieros y los diferentes índices de gestión que permitan visualizar el desempeño de las organizaciones, para desarrollar planes estratégicos que permitan potencializar los diferentes procesos existentes (Becerra, 2006).

En Colombia y en el Tolima la informalidad empresarial de las unidades productivas asciende al 50% según cifras reportadas por la Cámara de Comercio de Ibagué (2017), las cuales constituyen un obstáculo para la generación de conocimiento y un bajo crecimiento económico de la región. Debido a que los empresarios presentan diversas causas para no formalizarse, por tal motivo se pierde la oportunidad de generar formalidad laboral, atraer inversión y explorar nuevos mercados; así mismo en el Informe de Situación Económica de la Región, presentado por la Cámara de Comercio de Ibagué (2017), el sector empresarial cerró el año 2016 con un total de 26.433 empresas registradas, de las cuales la Cámara de Comercio presume que la menos el 50% de esta cifra son informales. Por otra parte, otro de los factores críticos que integran la formalidad es la tasa de desempleo que fue del 10,3%, específicamente para Ibagué del total nacional representa el 14,9% siendo la séptima ciudad con el índice de desempleo más alto según el DANE (2019).

En Colombia, el recaudo de recursos por conceptos tributarios es insuficiente debido a la ineficiencia, inequidad y complejidad del sistema tributario. Colombia cuenta con ingresos tributarios relativamente bajos para su nivel de desarrollo. Entre los años 2010 y 2016, la relación entre la recaudación tributaria en Colombia promedió un 19.6%, siendo menor al ingreso fiscal total promedio reportado por los países de América Latina y el Caribe y los países miembros de la OCDE. Particularmente se observa como Colombia ha disminuido su recaudo en 1 punto porcentual desde el 2015 en contravía de las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional y las responsabilidades en materia tributaria ante el ingreso del país a la (OCDE, 2017).

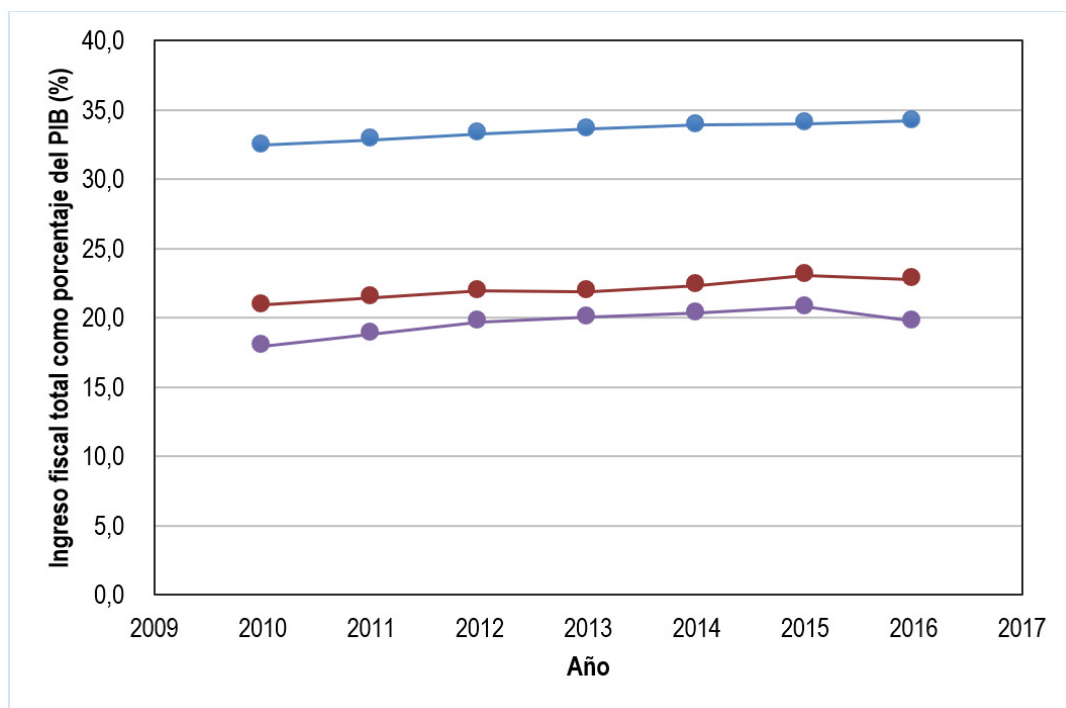


Figura 4. Ingreso fiscal como porcentaje del PIB.

Fuente: (OCDE, 2017)

De hecho, una de las conclusiones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (2017) es que los países América Latina y el Caribe dependen más de los impuestos sobre bienes y servicios, mientras que los países de la OCDE dependen en mayor medida de las cotizaciones a la seguridad social y del impuesto sobre la renta de las personas físicas.

Por ello, la formalidad empresarial redundará en un mayor crecimiento en los aspectos de inversión del país. Logrando así una mayor competitividad a nivel exterior, por otra parte, se ha convertido en una herramienta esencial para el desarrollo de planes, programas o proyectos que acuden e intervienen en los conflictos de evasión y elusión de recursos del entorno. Lo cual propende en gran medida a buscar constantemente una proyección al entorno y que se adapte a las necesidades que se forjan en la parte estructural del país. Teniendo como base que Colombia cuenta con una tasa efectiva de tributación superando en la gran mayoría a muchos países de la OCDE (ver ilustración 5).

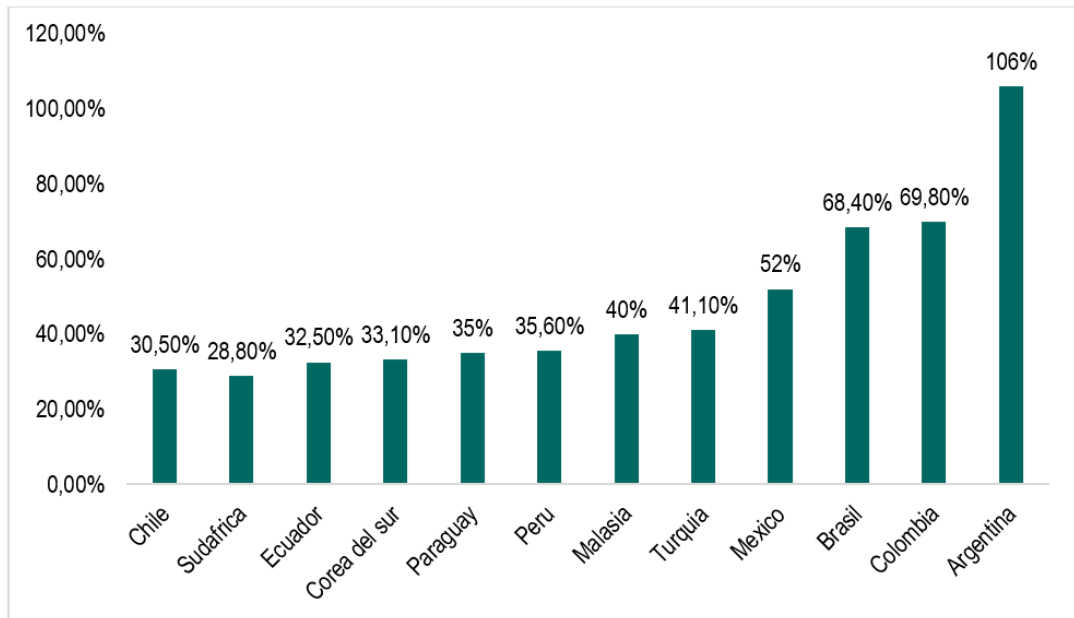


Figura 5. Tasa efectiva de tributación de Colombia vs otros países.

Fuente: (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2018).

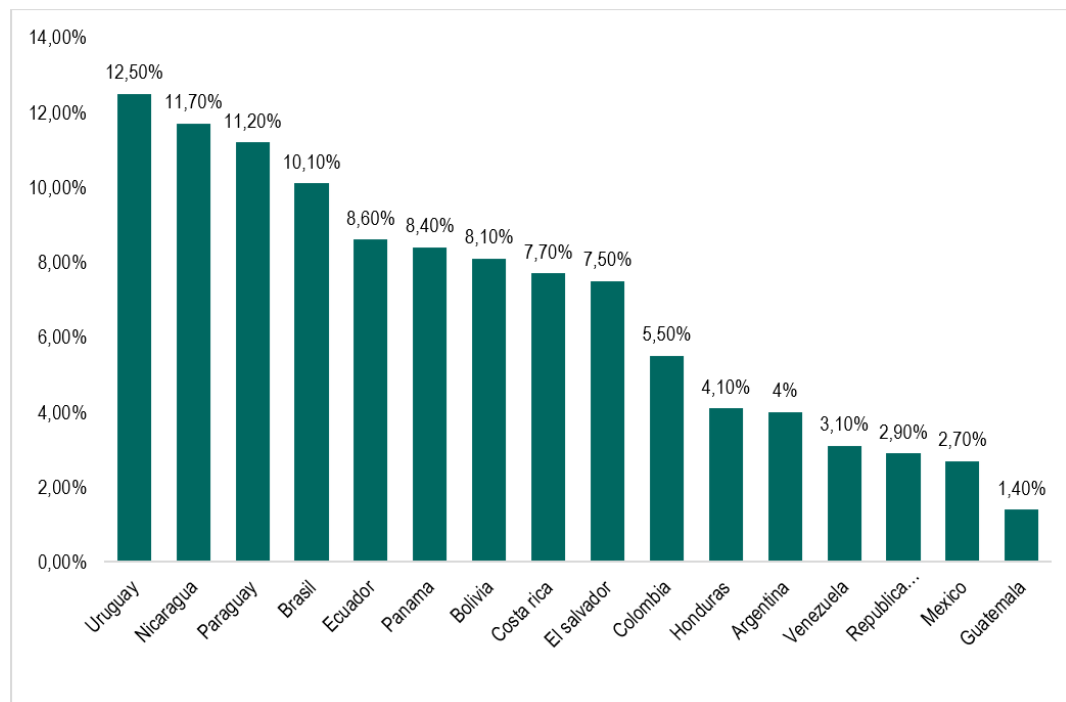


Figura 6. Recaudo tributario territorial.

Fuente: (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2018).

Igualmente, la deficiencia en los procesos de recaudo de los entes territoriales, a su vez como las ineficiencias en algunos de los impuestos, generan una baja capacidad en el recaudo. Lo cual al comparar con el contexto internacional Colombia, se encuentra por debajo del promedio en América Latina, alcanza el 5.5% del producto interno bruto (ver ilustración 6).

Desde el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022, Al mismo tiempo, el crecimiento de la economía y el aumento de la productividad en Colombia se ha estancado, en buena parte, por los altos niveles de informalidad empresarial que existen en el país. Las empresas informales son poco productivas, pues están incentivadas a mantener una escala reducida para evitar la detección por parte de las autoridades, entonces, tienen bajo acceso al crédito, menores tasas de inversión, incentivos menores a la adopción de tecnología y entrenamiento, un uso intensivo de los recursos naturales y acceso restringido a los bienes públicos. En muchos casos, esa decisión de ser informal se debe a los altos costos y regulaciones impuestos por el Estado, por lo que la política pública debe abordar la informalidad de manera integral (2018).

De igual forma el empresario o unidad productiva presenta desconocimiento de las normas legales que contempla su actividad comercial, y cuenta con una percepción equivocada percepción de la formalización, pues se cree que por los altos costos mercantiles, contables y de impuestos es difícil de operar formalmente, este último se establece en el sistema fiscal colombiano, pues no basta con hacer un análisis singular sobre el impuesto, como lo manifiesta (Duvenger, 1968), pues por el contrario, la sociología del impuesto está centrada en torno a la noción de “sistema fiscal”, en donde se encuentran inmersos un conjunto de tributos efectivamente aplicados a la nación; en cierta manera en el sistema fiscal actúan factores socioeconómicos que determinan la fiscalidad con elementos que convergen estrechamente relacionados, los unos con los otros. Es así como la cultura de la formalidad pretende estudiar los sistemas fiscales, es decir, la identificación y determinación de las razones que explican la conformación de determinadas fisonomías de los impuestos a los que tanto se les teme.

Tabla 3 Indicadores de inclusión productiva para Colombia 2010 – 2018.

Indicadores	2010			2018		
	Urbano	Rural	Nacional	Urbano	Rural	Nacional
Tasa de ocupación	56%	53.3%	55.4%	58.4%	56.6%	58%
Tasa de subempleo objetivo	13.3%	10%	12.6%	9.7%	8.1%	9.4%
Tasa de informalidad	64.4%	89.7%	70.2%	56.6%	85.8%	63%

Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, 2018).

Por otra parte, a nivel Nacional la tasa informalidad para el año 2018 fue del 63%, la cual se percibe de gran manera en un 85.8% en los territorios rurales y el 56,6% frente a las zonas urbanas, generando así un desconocimiento en los aspectos de formalización tributaria. A su vez, en los índices de informalidad por ciudades destaca a Ibagué con un 54,5% de tasa de informalidad, que posiblemente impiden la generación de conocimiento y su crecimiento financiero, productividad y la posibilidad de impactar positivamente el desarrollo económico de la región; en tal sentido se plantean algunas características sujetas a la presente investigación, tales como:

Analizar las posibilidades de crecimiento y desarrollo de las unidades productivas.

- Investigar la creación de conocimiento desde la formalidad empresarial.
- Posibilitar el acceso a fuentes de financiación a tasas de interés bajas.
- Conferir legalidad y reconocimiento a las unidades productivas.
- Aumentar las posibilidades de acceso a mecanismos de apoyo institucional.
- Multiplicar la oportunidad de ingreso a mercados públicos y privados no explorados.
- Influir en la creación de empleo formal.

De tal manera, para analizar la cultura de la formalidad empresarial, no solo basta con hacer un análisis singular sobre el fenómeno, como lo manifiesta (Distinguin, I, Rugeminintwari, C, Tacneng, R, 2016), en la medida de que las micro y pequeñas registradas son más propensas a ser afectadas por la presencia de empresas competidoras informales que las empresas pequeñas y medianas. Esto se debe a que los beneficios de la formalidad que incluyen el acceso al crédito de las instituciones financieras aumentan con el tamaño de la empresa. En conjunto, nuestros resultados sugieren que los gobiernos deben aumentar su papel en el aumento del acceso al crédito para las pequeñas empresas y ofrecer incentivos para las empresas informales que deben

integrarse en la economía formal. La informalidad empresarial disminuye los índices de productividad y competitividad, generando barreras que dificultan la penetración en nuevos mercados, creando dificultades en el acceso al crédito de fomento, así como el desaprovechamiento de oportunidades de capacitación, una mínima utilización de las tecnologías de producción y de los sistemas de información y una baja productividad de la mano de obra en comparación con las empresas que desarrollan sus actividades dentro de la formalidad. Toda esta problemática de la marginalidad y de incumplimiento del marco legal trae consigo efectos dentro de las diversas estructuras del estado como son los bajos recursos fiscales, inestabilidad laboral, competencia desleal, desprotección social y bajos niveles salariales que conducen a un modelo empresarial caracterizado por su precario desarrollo y estancamiento

1.2. Enfoques teóricos en la formalidad empresarial

La gestión de conocimiento respecto a Drucker (1993), constituye en un nuevo enfoque que pretende resolver un problema de siempre, la capitalización, creación y difusión del recurso más valioso: el conocimiento. Por otra parte, Farfan y Garzón (2006), definen el conocimiento como el único recurso de la organización el cual es ilimitado, cuyo activo se aumenta con el uso y la toma de decisiones empresariales. Asimismo, para Spender y Grant (1996), determinan que el conocimiento es el recurso que otorga una ventaja competitiva en las organizaciones, puesto que es la fuente de creación de capacidades y competencias que permiten dar respuesta al dinamismo del mercado.

Por otra parte, Malhotra (1997), define la gestión de conocimiento aquella que provee los aspectos críticos de adaptación, supervivencia y competencia organizacional relacionada con el incremento discontinuo de cambios organizacionales. Esencialmente, incluye procesos organizacionales que buscan la combinación sinérgica de la capacidad de procesamiento de datos e información con la tecnología de información, por una parte, y la capacidad creativa e innovadora de las personas.

Consecuentemente, Davenport y Prusak (2000), quienes definen el conocimiento dentro de un ambiente organizacional como una mezcla de experiencia, valores, información y saber hacer, que sirven de marco para incorporar nuevas experiencias e información, y es

útil para la acción. Con esta mezcla de elementos las organizaciones mejoran sus prácticas y resultados. La generación de conocimiento consiste en crear nuevas ideas, reconociendo y sintetizando disciplinas separadas y desarrollando nuevos procesos.

Igualmente, la gestión de conocimiento se clasifica entre conocimiento tácito y explícito. El conocimiento tácito es un “conjunto de percepciones subjetivas, intuiciones, rituales, entendimientos que son difíciles de expresar de una forma semántica, auditiva o visual” (Byosiére, 1999), este conocimiento sus principales raíces se generan de forma individual y en la experiencia, así como los ideales, valores o emociones que el sujeto se adopta (Nonaka, 1991), además este no puede ser transferido, ni comercializado debido a sus características (Osterloh & Frey, 2000).

Este conocimiento, cuenta con elementos técnicos y cognitivos, derivados de sus respectivas dimensiones, el primero de ellos, es la dimensión técnica, la cual engloba las habilidades, capacidades o destrezas que generan los modelos de trabajo en la ejecución de los procesos internos y externos por los agentes humanos (Nonaka, 1994). El segundo de ellos, la dimensión cognitiva, esta se centra en modelos mentales, creencias y percepciones las cuales les permite explicar, definir y concebir el entorno que los rodea (Byosiére & Nonaka, 1996).

El conocimiento tácito requiere del elemento humano para su creación y transmisión, debido a que su generación se produce de forma espontánea, a través de la realización de tareas y de largos periodos de experiencia. Es positivo y vital para la organización porque se integra en las rutinas organizativas, que son la base de la capacidad productiva de la firma y quizás, el tipo más importante de conocimiento organizativo (Teece, 1998).

El conocimiento explícito es el proceso de aprendizaje o la conversión del conocimiento, el cual se “expresa en un lenguaje formal y sistemático, escrito, auditivo o visual, ya que puede recogerse y compartirse en forma de datos, fórmulas, especificaciones y manuales” (Byosiére, 1999). Esta se puede originar de dos formas. La creación planificada se caracteriza por el establecimiento a priori de una serie de mecanismos de generación, entre los individuos y los sistemas de información. Por otra parte, la emergente, carece de dicha infraestructura establecida conscientemente, y actúa basándose en la participación de las personas, en sus conocimientos tácitos y en la capacidad de la organización para dirigir sus potenciales, consiguiendo en numerosos casos una importante reducción en los plazos de consecución de este tipo de conocimiento. Este hecho justifica la

importancia del elemento humano en la creación de este activo y en el proceso de aprendizaje organizativo (Williams, 2001).

El conocimiento explícito es menos importante que el tácito para la organización debido a que es susceptible de ser captado en el exterior, se puede transmitir, y compartir entre las personas con cierta facilidad; sin embargo, es imprescindible para una buena gestión empresarial. El principal inconveniente que presenta es que no sostiene la creación y mantenimiento de la ventaja competitiva con éxito (Bueno Campos & Salmador, 2000).

De esta manera, existe un proceso de conversión del conocimiento, el cual se produce una transformación del conocimiento tácito en explícito (Nonaka & Takeuchi, 1995), cada integrante del grupo de trabajo lo interioriza, convirtiéndolo de nuevo en tácito. Dicho este proceso de genera en cuatro fases, las cuales son: socialización, externalización, combinación e internalización.

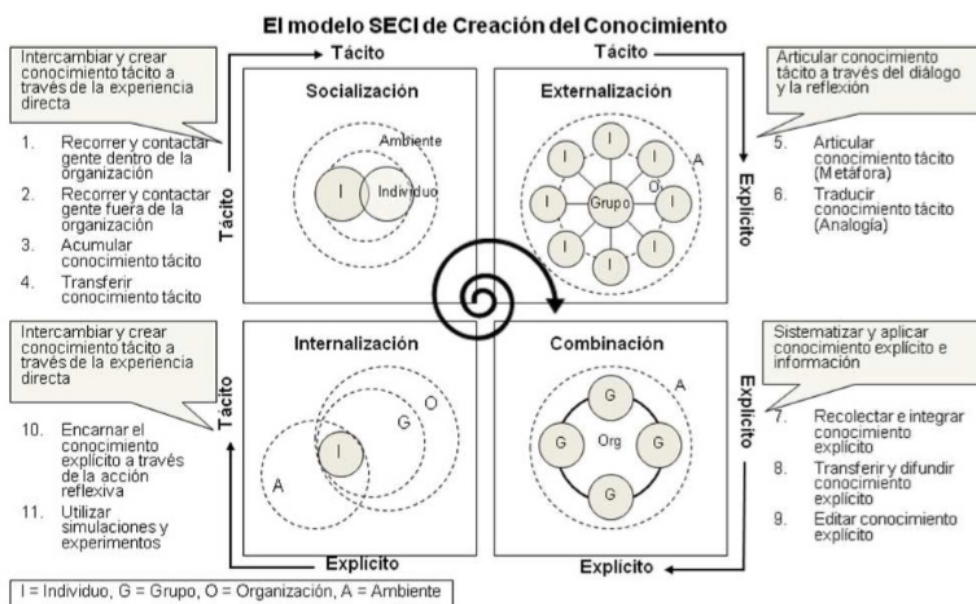


Figura 7. Modelo SECI de creación de conocimiento.

Fuente: (Nonaka & Konno, 1998).

- **Socialización:** Es la conversión de conocimiento tácito a otro tipo de conocimiento, compartiendo experiencias o la percepción de las acciones que ha realizado, para contar con este resultado Nonaka y Konno (1998), indican dos procesos claves, la primera, captación de conocimiento que se encuentra a través de la interrelación con los agentes externos, tales como clientes o proveedores; e internos como miembros

de la organización, que se desarrolla a partir de la interacción física o virtual. La segunda, diseminación del conocimiento el cual es la transferencia de conocimiento personal a otro individuo.

- **Externalización:** En esta etapa se transforma el conocimiento tácito en conocimiento explícito, los cuales pueden ser comprensibles para cualquier agente humano al interior de la organización (Nonaka & Konno, 1998), para Cleary y Packard (1992), este conocimiento facilitan la expresión de las ideas o imágenes en palabras.
- **Combinación:** Es el proceso que sintetiza conceptos explícitos y los traslada a una base de conocimiento, mediante la captación e integración de nuevo conocimiento, a través de la recopilación, reflexión y síntesis, por otro lado, se encuentra la diseminación que son los procesos de transferencia de conocimiento (Nonaka & Konno, 1998).
- **Internalización:** Es el proceso que amplía el conocimiento tácito de los individuos a partir del conocimiento explícito de la organización, este se depura y se realiza la apropiación de conocimiento (Nonaka & Konno, 1998).

Para Nonaka y Takeuchi (1995), indican que esta conversión de conocimiento dentro de las cuatro etapas, generan conocimiento en cada una de ellas, la conversión de conocimiento, constituye un espiral creciente, ya que en cada repetición del ciclo de nuevo conocimiento generado, se aleja progresivamente del nivel individual y se expande a nivel organizacional o interorganizacional.

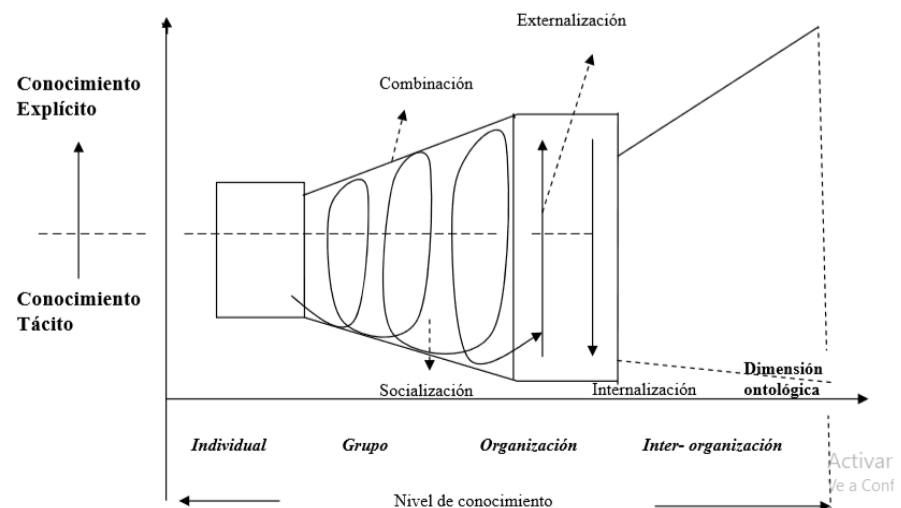


Figura 8. Espiral de conversión de conocimiento organizacional.

Fuente: (Nonaka & Takeuchi, 1995).

Por tal motivo, este proceso se encuentra basado en el dialogo y la deliberación (Bueno Campos & Salmador, 2000), este pilar se fundamenta en la gestión de conocimiento, en los cuales se transfiere conocimiento tácito y explícito en cualquier nivel de la organización, generando un proceso espiral ascendente que se inicia de forma individual y asciende a los diferentes procesos organizacionales, alcanzando un dominio Inter organizativo (Nonaka, 1994).

Los estudios sobre gestión del conocimiento se enfatizan la oportunidad de ganar eficiencia a través de una estandarización de los servicios y procesos organizacionales. Sin embargo, las actividades creativas se caracterizan por la informalidad y la dificultad para ser estandarizado. Por lo anterior, se desarrollan dos estudios de caso para identificar como se aborda la gestión de conocimiento tanto interna como externa y cómo las empresas estructuran el proceso de innovación. De tal forma, la estandarización puede referirse a la forma en que el esfuerzo creativo se organiza y administra internamente a través de procesos organizacionales apropiados, con el enfoque confirmado empíricamente (Bettioli, Di Maria, & Grandinetti, 2012).

La aplicación de la gestión de conocimiento en los procesos internos y externos de la empresa de manera efectiva y, por lo tanto, mejorar sus prácticas y maximizar la creación de valor social, ambiental y económico. No obstante las empresas asociadas con la informalidad, que dependen de fuentes externas y se centran en actividades de socialización, tienen desafíos únicos en la gestión de su conocimiento relacionado con su misión híbrida, para incluir objetivos sociales y económicos y su relación cerrada con las partes interesadas. Para ello, se deben identificar actividades de conocimiento que permiten la creación de valor social, ambiental y económico. Esto permite que, las pequeñas empresas y las organizaciones sin fines de lucro revisen sus prácticas actuales y desarrollen planes para seguir mejorando (Granados, Mohamed, & Hlupic, 2017).

Por otro lado, los sistemas de mapeo de conceptos utilizados en la educación y la gestión del conocimiento enfatizan la flexibilidad de la representación para mejorar el aprendizaje y facilitar la captura del conocimiento. Las colecciones de mapas conceptuales exhiben varianza terminológica, informalidad y variación organizacional. Estos factores dificultan la coincidencia de elementos entre mapas en los procesos de comparación, recuperación y fusión. (Marshall, Chen, & Madhusudan, 2006).

Además, el advenimiento y la amplia proliferación de la Web social en los últimos años ha promovido el concepto de interacción social como un factor de influencia importante en la forma en que las empresas y organizaciones realizan negocios. Entre los campos influenciados se encuentra el de Gestión del Conocimiento Empresarial, donde la adopción de enfoques de computación social tiene como objetivo aumentar y mantener en niveles altos la participación de los usuarios en las actividades de gestión del conocimiento de la organización. Un desafío importante para lograrlo es lograr el equilibrio adecuado entre las informalidades de datos generados socialmente y la formalidad requerida del conocimiento empresarial. (Alexopoulos, Pavlopoulos, & Mylonas, 2012)

1.3. Avances en el estudio sobre la formalidad empresarial

El incumplimiento tributario sigue siendo una de las principales preocupaciones para las autoridades en todo el mundo. El sector de industrias de servicios y construcción son las que predominan en el incumplimiento tributario. Como características importantes de las empresas que cuentan con un alto margen de evasión de impuestos, es la tasa impositiva marginal y el tamaño de la empresa están vinculados al incumplimiento, lo cual supone que las autoridades fiscales tengan en cuenta esta tipología de empresas para contar con una mayor inspección de los tributos realizados (Mohd Yusof, Lai, & Wah, 2014).

A su vez, la creciente literatura defiende la importancia de la confianza y la cooperación en la administración tributaria, en comparación con el enfoque tradiciones que a lo largo de los años ha predominado, tal como la *"confrontación"*. Sin embargo, la crisis financiera mundial ha provocado un renovado interés en la planificación y la evasión fiscal, centrándose como uno de los aspectos más importantes en el proceso de fiscalización (Hasseldine, Holland, & Van Der Rijt, 2011).

De la misma forma, el auge de las tecnologías de la información y comunicación se ha concluido un gran cambio en la economía actual, en la medida que las organizaciones deben centrarse en los modelos de negocios orientados al cliente para utilizar las tecnologías de la información no solo para proveedores y clientes, sino también para

una comunicación y colaboración efectiva con las agencias públicas. Principalmente porque requiere un constante intercambios de información en tiempo real, con formatos estándar y una amplia publicación en el proceso al fomentar el suministro de comercio electro con la ampliación de tecnologías en los procesos de fiscalización. Puede aplicarse a cualquier tipo de asuntos en la gestión pública, como capacitación, provisión de justicia, auditorias, ejecución del presupuesto, control financiero y plan de adquisiciones. Es por ello, un objetivo clave es desarrollar una política gubernamental con respecto a las interacciones con los sector públicos y privados, con el fin de minimizar las iniciativas de transformación de información, los riesgos, la implementación de las políticas deben centrarse en promover el fortalecimiento de la competitividad en la organización (Imamoğlu & Rehan, 2011).

La actividad financiera del estado para obtener impuestos y mejorar el clima de inversión será efectiva solo en el desarrollo de un mecanismo óptimo de fiscalización tributaria, implica, por un lado, la posibilidad de reposición del presupuesto, y, por otro lado, la falta de requisitos previos para la evasión fiscal. Sin embargo, los métodos actuales de administración tributarios tienen inconvenientes, en la medida que los mecanismos de administración del proceso de fiscalización podrían reducir costos en la legislación tributaria tanto para las autoridades como para los contribuyentes. Dado esto, las relaciones monetarias entre el estado y los contribuyentes respecto a la movilización de los ingresos fiscales generando un adecuado flujo de efectivo para contrarrestar el gasto público (Konvisarova, Samsonova, & Vorozhbit, 2015).

Conforme a lo anterior, la base de la gestión pública cuenta con una tarea de retroalimentación con los contribuyentes, lo cual resulta en un mayor cumplimiento tributario, sin embargo, en numeradas ocasiones el retraso a esta actividad se asocia con una baja imparcialidad procesal. Lo cual demuestra un impacto fuerte en la sincronización de la retroalimentación, lo cual muestra un comportamiento de cumplimiento significativamente mayor, debido a que conocer de manera más detalla las implicaciones que pueden lograr a tener como multas o sanciones que vinculen en un riesgo a la actividad comercial (Kogler, Mittone, & Kirchler, 2016).

Cabe resaltar, que la gestión pública, también puede contraer mecanismos internacionales que permitan evocar de manera directa una mayor fiscalización de los tributos, esto se parte desde la perspectiva de los países que cuentan con una estabilidad

tributaria debido a que este tipo de países cuentan con mecanismos económicos y legales ya establecidos. Por lo cual, la inserción de estas estrategias en países en vía de desarrollo está inclinado a mejorar las condiciones tributarias, a su vez permite lograr la implementación de este sistema para poder controlar la tributación de los contribuyentes y combatir la elusión y evasión a los impuestos (Paolini, Pistone, Pulina, & Zagler, 2016).

Capítulo II

Caracterización de los factores
que inciden en la informalidad
empresarial en el sector comercial



2.1. Caracterización de la informalidad empresarial en el sector comercial

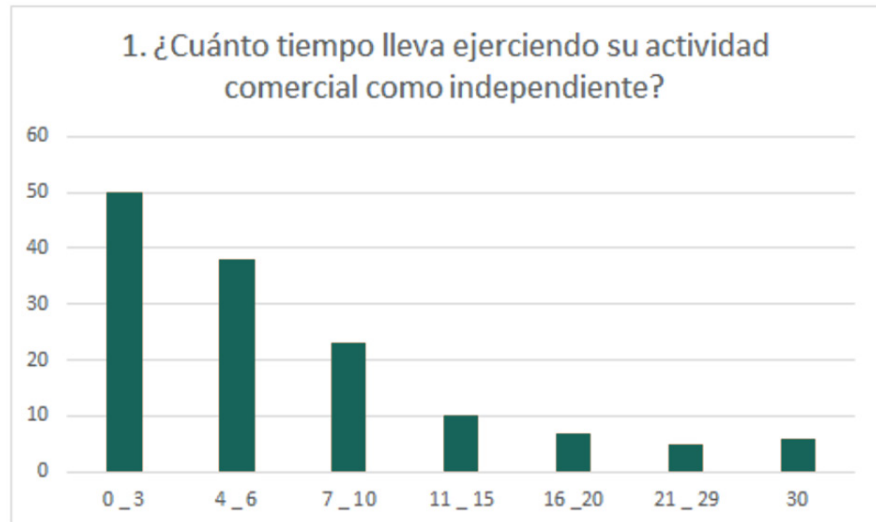


Figura 9. Tiempo de ejecución actividad económica independiente.

Fuente: Autores.

Con relación a la actividad comercial como independiente ejercida por los encuestados medida en años, el 35,97% lleva ejerciendo su actividad entre 0 a 3 años, el 27,34% ejerce su actividad desde hace 4 y 6 años, el 16,55% lo ejerce desde hace 7 a 10 años y el 7,19% lo ejerce desde hace 11 a 15 años.

De lo anterior podemos resaltar que, aunque el tiempo promedio más recurrente está entre 0 y 3 años de comercio independiente, el 63% de los encuestados tiene menos de seis años como independiente, reflejando una baja antigüedad en la actividad, por lo menos en las zonas encuestadas, lo que podría indicar dos cosas: por un lado, que son negocios regularmente recientes en la zona, reemplazando a negocios antiguos, o que son áreas residenciales que poco a poco han cambiado su uso a inmuebles comerciales.



Figura 10. Actividad económica de empresas.

Fuente: Autores.

Dentro de las ocupaciones que se encontraron en los encuestados, en los primeros 5 puestos con porcentajes más altos están: en primer lugar, 'comidas rápidas', con 11,51%; en segundo lugar, 'tiendas', con 10,79%; en tercer lugar, 'venta de ropa', con 10,79%; en cuarto, están los 'servicios de belleza', con 7,19%; y por último, en el quinto lugar de los porcentajes más altos, se encuentra el 'fruver', con 5,04%.

Es decir que hay una importante participación en venta de alimentos y los que no participan en este sector se encuentran en porcentajes bajos, como en la fotografía, mensajería y medicamentos. En este último renglón se puede ver que gran cantidad de establecimientos de venta de medicamentos ya se encuentran formalizados, por lo tanto, no se tuvieron en cuenta para encuestarlos. Dentro de los territorios donde se realizó el recorrido para realizar las encuestas, un buen porcentaje de los entrevistados se dedicaba a la venta de alimentos preparados, lo que puede indicar que este sector representa una buena alternativa a la hora de iniciar un emprendimiento informal con bajos costos de operación.



Figura 11. Decisión de creación de empresa por parte del emprendedor.

Fuente: Autores.

De las principales razones por las que los encuestados decidieron crear su propio negocio, se encuentran: el hecho de preferir ser independientes, con un 30,22%, que corresponde a 42 encuestados; además de la posibilidad de obtener ingresos extra, con un 12,23% (17 encuestados); y la falta de oportunidades laborales, con un 10,07% (14 encuestados). Sin embargo, no se debe dejar a un lado que aunque las siguientes variables son escogidas por un porcentaje menor, otros motivos están asociados a la falta de estudios, con 0,72%; al igual que la búsqueda de superación, con el mismo porcentaje de 0,72%; por tranquilidad, con 0,72%; o el deseo de una vida digna, con el 0,72%. Dentro de los encuestados se percibe una preferencia por ser comerciantes independientes en lugar de empleados en una empresa.

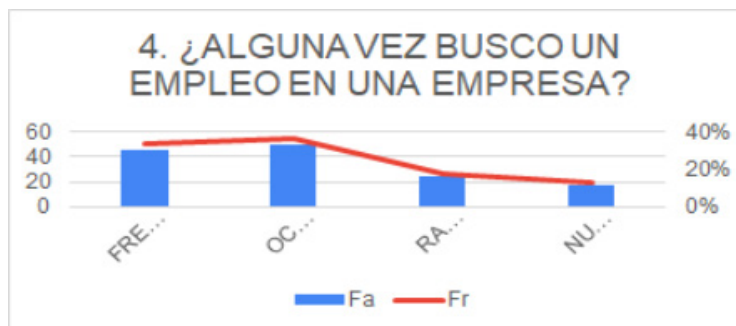


Figura 12. Búsqueda de empleo por parte del emprendedor. **Fuente:** Autores.

El 36% de los encuestados afirma que ha buscado empleo en una empresa de manera ocasional y el 33% dice haberlo buscado de manera frecuente. Esto, frente a un 18% que ha respondido que rara vez y un 13% que afirma nunca haber buscado empleo en una empresa.

Lo anterior indica que más del 69% de los encuestados buscaron empleo en alguna empresa formal, pero que por diversas razones decidieron emprender y crear su propio negocio, sobre todo teniendo en cuenta las altas tasas de desempleo en Ibagué, que a la fecha de esta encuesta rondan el 16% (DANE, 2021). Un porcentaje inferior afirma que rara vez o nunca ha buscado empleo en una empresa formal, sino que siempre tuvo la iniciativa de tener su propio negocio.

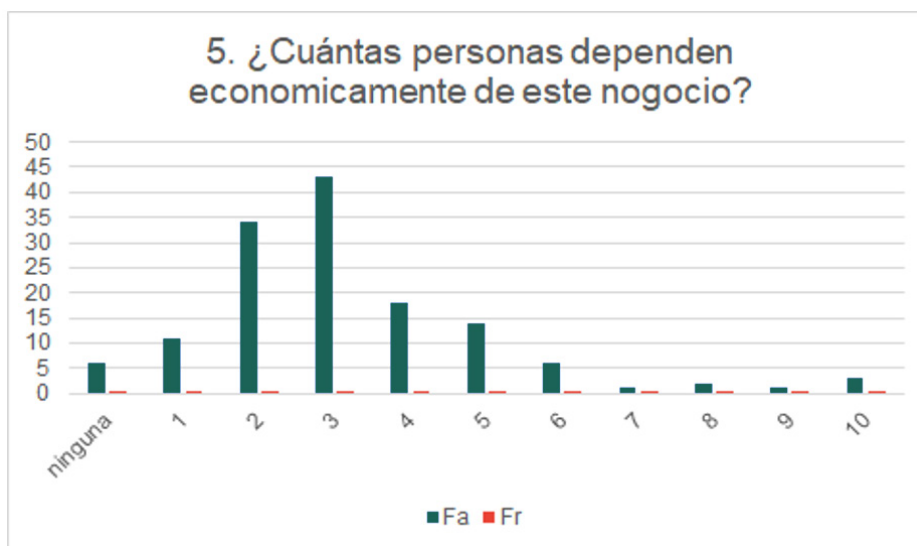


Figura 13. Dependencia económica del negocio. **Fuente:** Autores.

Para el 63% de los encuestados, su negocio informal sostiene entre una y tres personas, en tanto que para el 32%, entre cuatro y 10 personas dependen económica de él, lo que refleja que, en la mayor parte de los casos, según la encuesta, el núcleo familiar de los emprendedores informales tiene familias pequeñas.

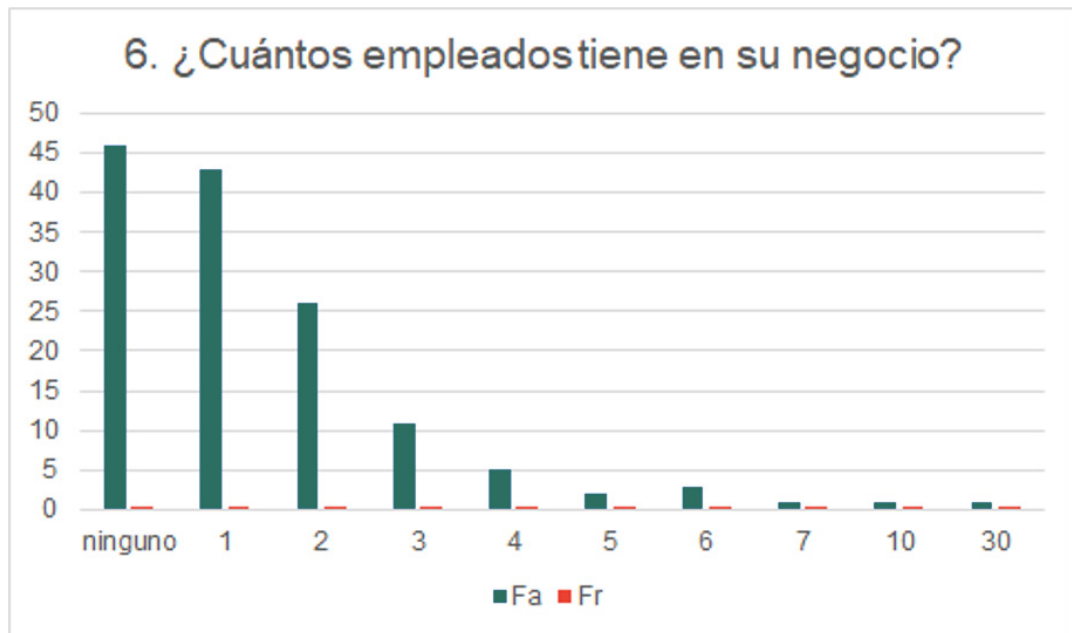


Figura 14. Funcionamiento del negocio por tiempo.

Fuente: Autores.

La mayoría de los encuestados, con un 77,70%, respondieron que diariamente trabajan más de 8 horas, frente a un 22,30%, que labora con un horario normal de 8 horas o menos. En tres cuartas partes de los encuestados las jornadas laborales están por encima de la media del código sustantivo de trabajo, posiblemente por ajustarse a las necesidades del mercado, que tiende a comprar productos desde tempranas horas del día hasta altas horas de la noche, lo que los lleva a mantener sus negocios abiertos.

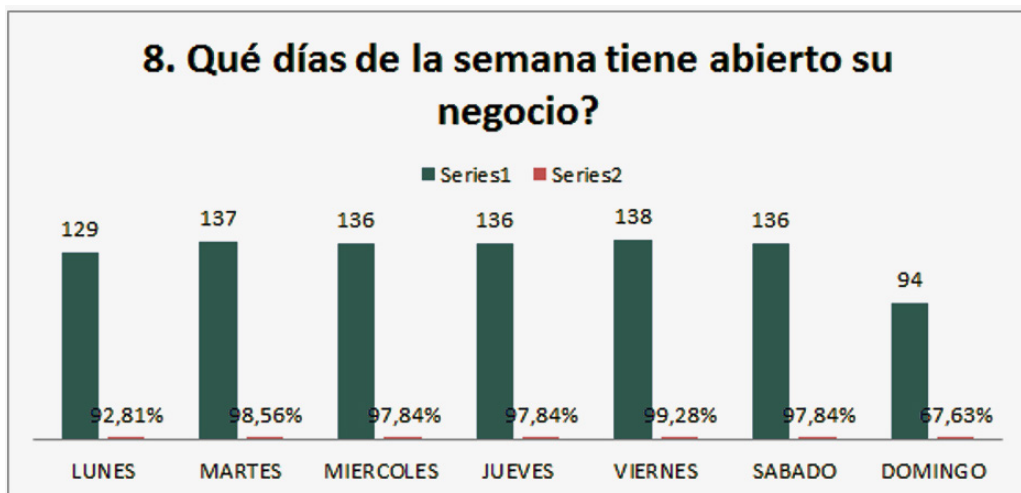


Figura 15. Apertura por días de establecimiento comercial.

Fuente: Autores.

En relación con los días en los cuales se abre el negocio, el viernes es el que presenta mayor índice de apertura, con un 99,28%; seguido del martes, con un 98,56%; y el día con menor frecuencia es el domingo, con el 67,63%.

Según estas cifras, entre martes y jueves son los días en los que los comerciantes más abren su negocio, y los lunes y domingo son los de menor recurrencia.

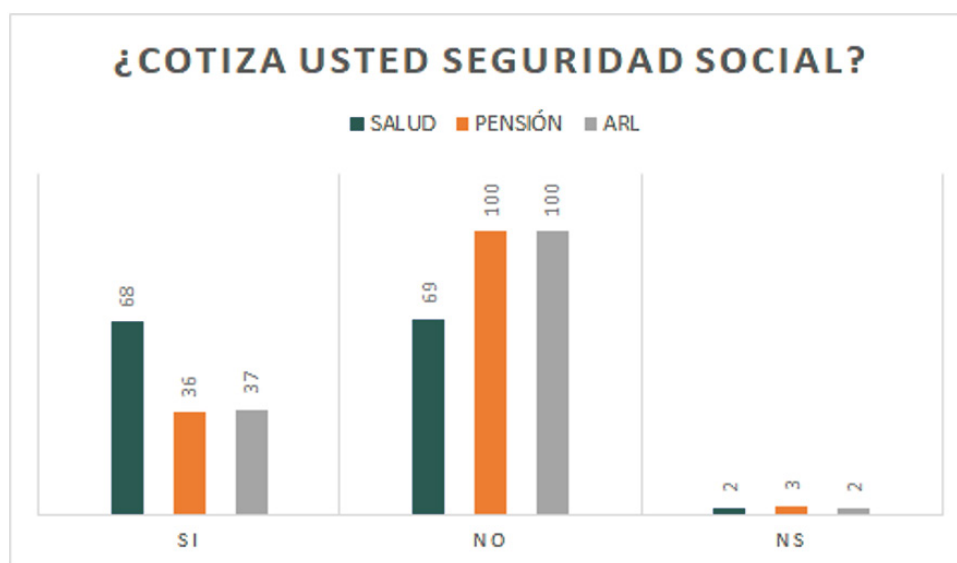


Figura 16. Cotización a seguridad social.

Fuente: Autores.

En esta pregunta se puede observar que el 48,9% (68 encuestados) cotizan al sistema de salud, en tanto que el 49,6% (69 encuestados) no lo hace. Con respecto a cotización para pensión, el 25,9% (36 encuestados) sí lo hace, mientras el 71,9% (100 encuestados) no lo hace; similar al resultado de cotización a la ARL, donde el 26,6% (37 personas) cotizan, mientras que el 71,9% -o 100 encuestados- no lo hace.

Con base en lo anterior, se puede deducir que la mitad de los comerciantes informales encuestados cotiza a salud, mientras que solo la cuarta parte realiza cotización a los fondos de pensión y de administradora de riesgos laborales. Se podría suponer que los comerciantes informales que no cotizan al sistema de salud pueden estar vinculados al sistema de beneficiarios Sisben; por otro lado, se observa que solo la cuarta parte de los encuestados está cotizando a la pensión, lo que significa que en un futuro tendrán que seguir dependiendo de estos negocios para su subsistencia en la tercera edad o de la ayuda de sus familiares.

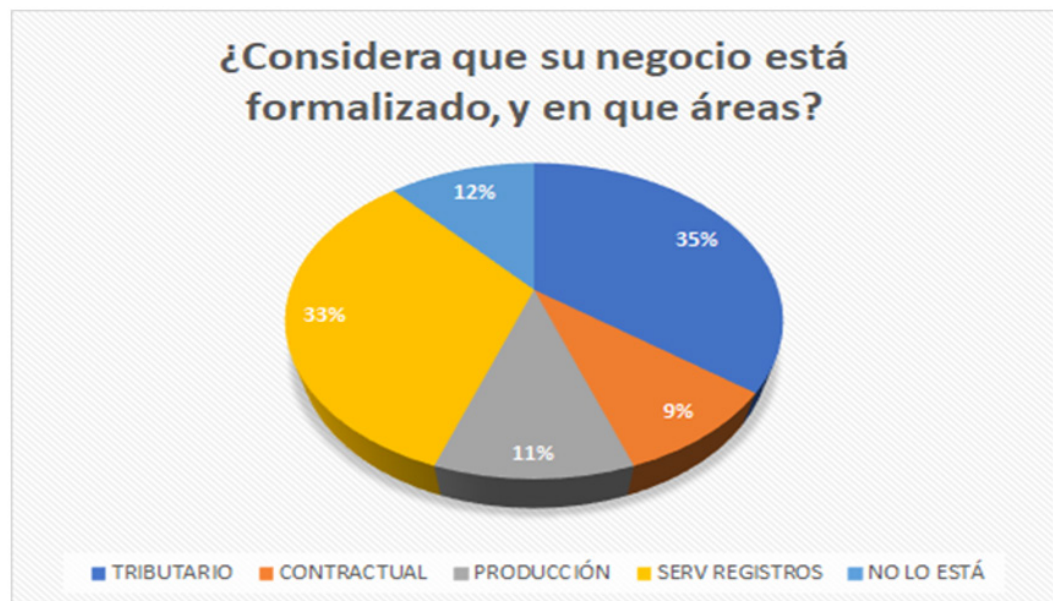


Figura 17. Apertura por días de establecimiento comercial.

Fuente: Autores.

Frente a la formalización de sus negocios, los encuestados respondieron lo siguiente: el 35% de estos cuentan con registro tributario ante DIAN-Hacienda (sin confirmar mediante documento oficial); en cuanto a independientes que cuentan con

registros y permisos, están formalizados el 33%; el 11% tiene formalizados los registros de producción; un 9% afirma tener su registro contractual laboral con sus empleados; y el 12% de los encuestados no tiene formalizada ninguna de las áreas del negocio.

Podemos concluir que a una tercera parte de los independientes informales le interesa mantener algún tipo de formalización en materia de tributación y registro de documentos de funcionamiento, pero son muy pocos los comerciantes interesados en formalizar contratos laborales y permisos de producción y ventas.



Figura 18. Organización documental de la empresa.

Fuente: Autores.

En la organización de documentos relacionados con cada establecimiento, un gran porcentaje de los comerciantes respondieron afirmando que sí organizan los documentos, con un 54%; mientras que el 42% no posee un orden de los mismos, y un 4% no respondió ante esta pregunta.

Se puede apreciar que la diferencia de los porcentajes es similar, es por ello que se estima que muchos de los comerciantes prevén la importancia de llevar el orden en su documentación, frente a un monto de encuestados que aún no lo tiene como orden prioritario en su negocio.

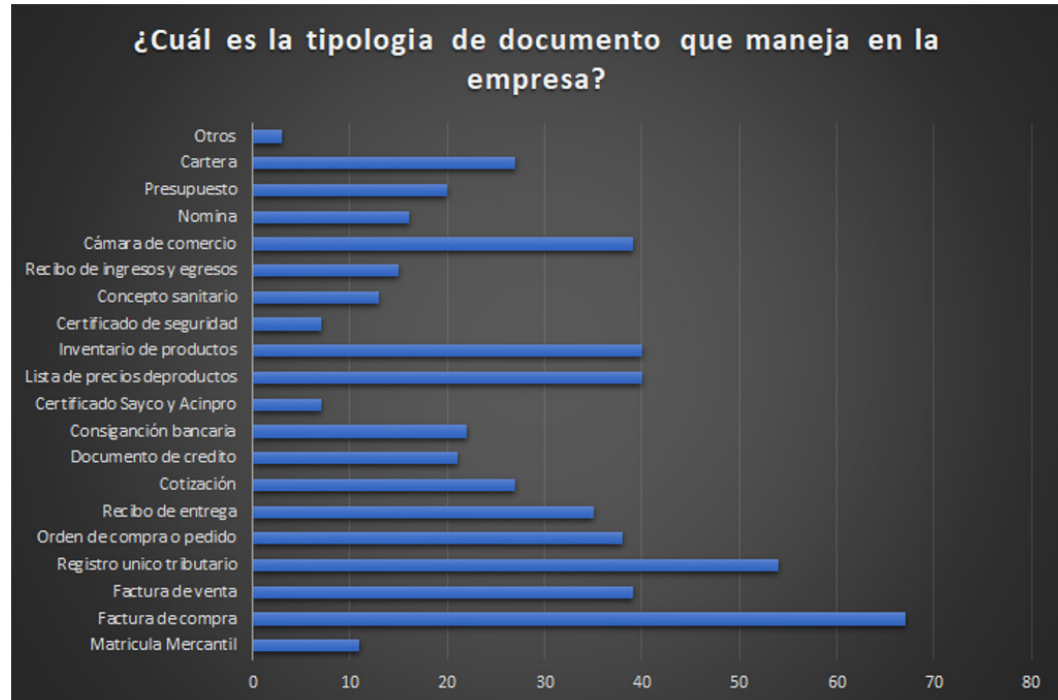


Figura 19. Tipo de documentos de la empresa.

Fuente: Autores.

En cuanto al tipo de documento que se utiliza en el proceso administrativo en la empresa, según los encuestados, un 7,91% de ellos cuenta con matrícula mercantil, el 48,20% de los encuestados utiliza facturas de compra, el 28,06% de los encuestados utiliza factura de ventas, el 38,85% posee registro único tributario, el 27,34% usa orden de compra, el 25,18% usa recibo de entrega, el 19,42% usa cotización, un 15,11% posee documento de crédito, el 15,83% tiene consignación bancaria, el 1,29% cancela derechos de difusión musical en Sayco y Acinpro, el 28,78% usa lista de productos, el 28,78% usa inventario de productos, el 5,04% usa certificado de seguridad, el 9,35% usa concepto sanitario, el 10,79% usa recibos de ingresos y egresos, el 28,06% cuenta con Cámara de Comercio, el 11,51% tiene registros de nómina, el 14,39% tiene presupuesto de compras, el 19,42% tiene registros de cartera y el 2,16% usa otros tipos de documentos sin especificar.

La mayoría de los encuestados y casi la mitad de los mismos usan principalmente el documento de factura de compra, seguido de la factura de venta; los demás documentos tienen un bajo manejo dentro de los encuestados. Esto demuestra dos cosas: por un lado,

el bajo interés que tienen los encuestados por la actualización y manejo de documentos, y por otro lado, que debido a diferentes motivos no surten todos los trámites que se deben realizar ante entidades de control como la Cámara de Comercio, Sayco y Acinpro o la Secretaría de Industria, entre otros.

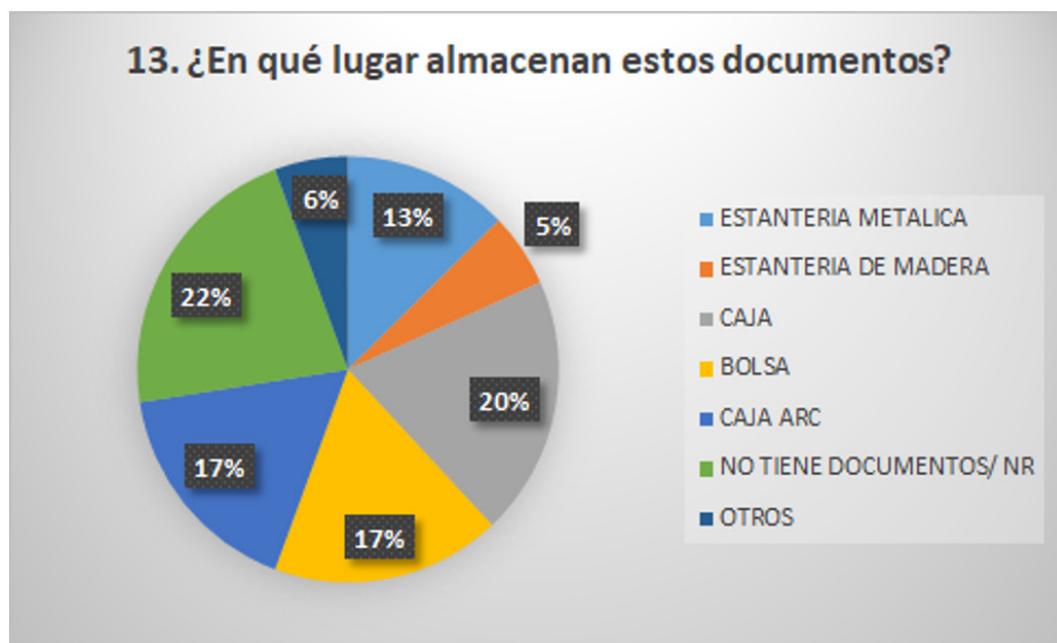


Figura 20. Almacenamiento documental de la empresa.

Fuente: Autores.

En cuanto al almacenamiento de documentos, se puede observar que el 22,30% de los encuestados no suele almacenar documentos de su negocio, pero, a la vez, se encontró que 20,14% de propietarios suelen usar cajas para almacenar sus respectivos documentos y 17,99% almacenan sus documentos en bolsa. También se pudo encontrar que 17,27% guardan sus documentos en caja de archivos, mientras que otros almacenan sus documentos en estantería metálica, con un 12,95%. Algunos propietarios almacenan sus documentos en estantería de madera, con un 5,76%; y el 5,76% afirmó utilizar otros medios. A raíz de los resultados se puede evidenciar que no existe un amplio conocimiento sobre la administración de documentos en los pequeños negocios encuestados.

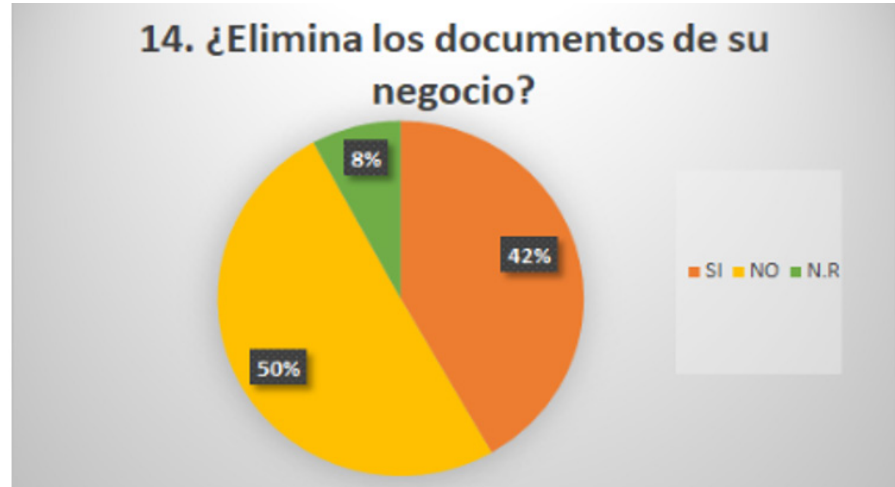


Figura 21. Eliminación documental de la empresa.

Fuente: Autores.

Se encontró que el 50,36% de los encuestados no elimina los documentos de su negocio una vez estos han perdido su valor como archivo, y el 41,73% afirma sí desechar los documentos de su negocio

Por lo tanto, se puede determinar que la mayor parte de los propietarios no suelen eliminar los documentos de su negocio, aunque se encontraron casos de algunos propietarios que sí lo acen periódicamente.

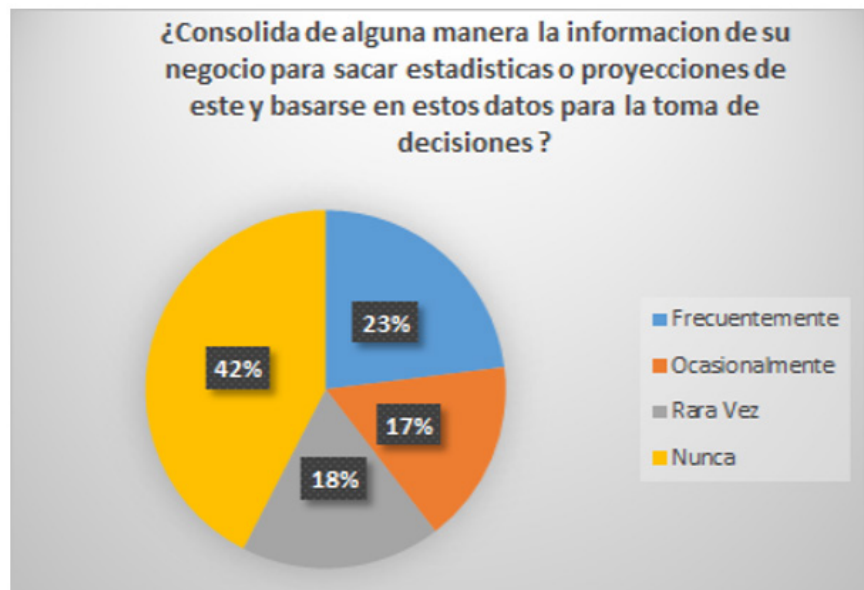


Figura 22. Gestión de la información de la empresa.

Fuente: Autores.

El 23% de los encuestados considera que la información recolectada de su negocio frecuentemente sirve y es utilizada para sacar proyecciones y estadísticas necesarias y que son importantes para la toma de decisiones. El 17% ocasionalmente utiliza la información de sus establecimientos para este tipo de informes y se basa en ellos para determinar un paso a seguir, mientras que el 60,44% de estos dicen que dicha información no es necesaria para hacer estudio y no son útiles para la toma de decisiones.

Por consiguiente, podemos detectar que la mayoría de estas mipymes toman sus decisiones de manera sistemática, posiblemente empírica, y basados en su experiencia.

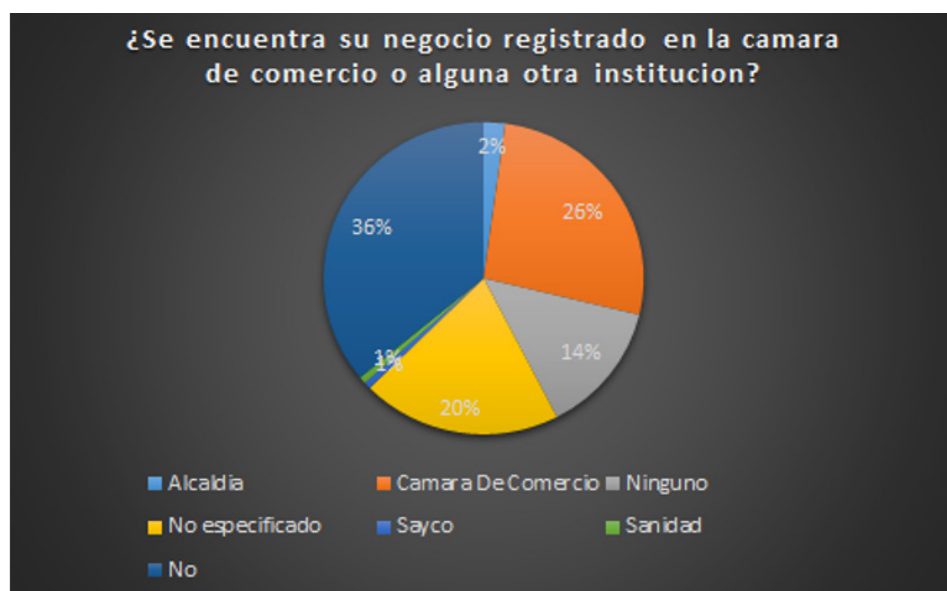


Figura 23. Registro entidades de control de establecimientos comerciales.

Fuente: Autores.

Frente a esta pregunta, se pudo identificar que, de la población encuestada, un 49,64% no se encuentra registrada en entidades para ejercer su negocio (14% no tiene ningún registro y 36% asegura no encontrarse registrado), mientras que el 50,36% tiene algún tipo de registro (el 2,16% en la Alcaldía, el 26,62% en la Cámara de Comercio, el 0,72% en Sayco, y el 0,72% en Sanidad).

De lo anterior podemos inferir, sin confirmarlo con un documento oficial, que la cuarta parte de los encuestados posee certificado de existencia y representación legal, mientras que más de la mitad no se encuentra registrado ante ningún organismo de control.

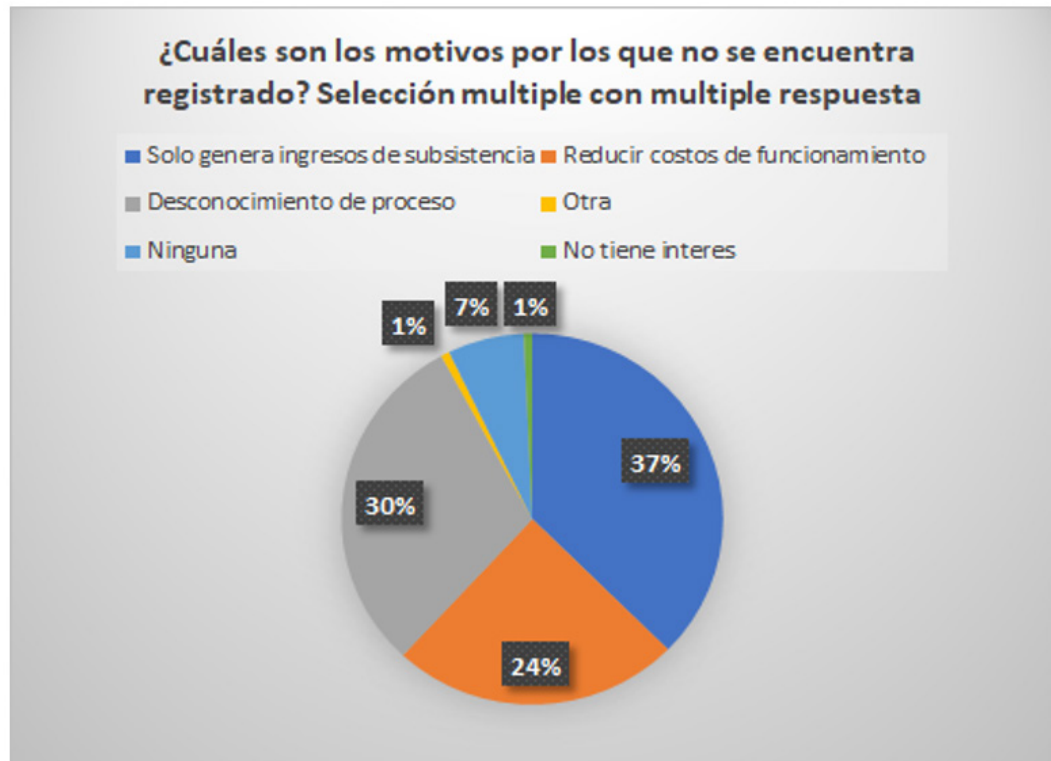


Figura 24. Motivos del no registro empresarial ante entidades de control.

Fuente: Autores.

En esta pregunta pudimos encontrar características importantes a tener en cuenta, ya que el 37,41% de los encuestados, es decir, la mayoría, considera que las utilidades de su negocio no son suficientes para cubrir los gastos de legalización y que sus ingresos solo alcanzan para subsistir; mientras que el 30,22% de los mismos no tiene el conocimiento necesario sobre cada uno de los procesos y los entes a los cuales se debe inscribir para el funcionamiento de su negocio. El 24,46%, aunque conoce de estas organizaciones, considera que son un gasto adicional para el negocio y, por lo tanto, no se preocupa por pertenecer a ellas. El 7,91% corresponde a aquellas personas que no saben, no responden o no tienen interés.

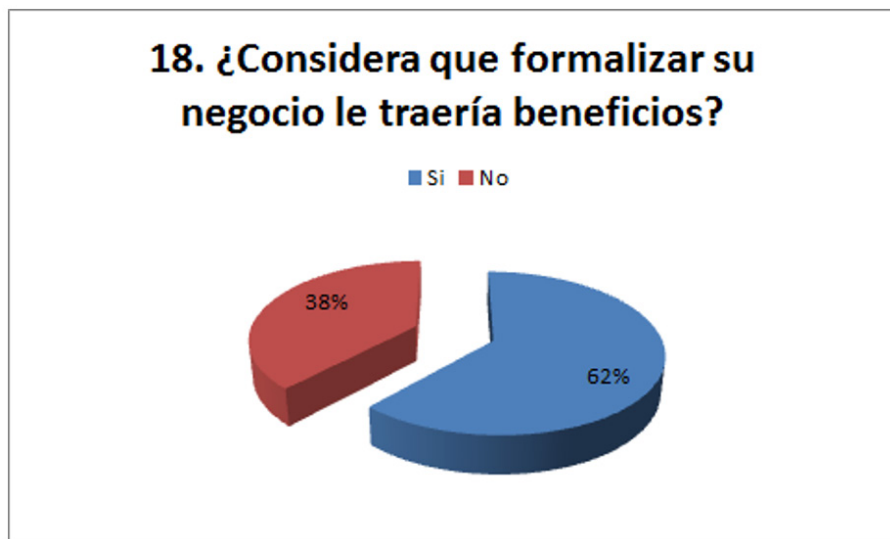


Figura 25. Beneficios formalidad empresarial.

Fuente: Autores.

El 61,87% de los comerciantes considera que formalizar el negocio traería beneficios, en contraste con un menor porcentaje, de 38,13%, que cree que realizar este proceso no les generará ningún beneficio.

En este sentido, se puede observar que la mayoría de los comerciantes piensa que formalizar el negocio les generaría beneficios y, por el contrario, más de la tercera parte percibe este proceso de forma negativa y como un gasto adicional de operación. Lo anterior indica que hay desconocimiento sobre las ventajas y posibilidades en materia de reconocimiento de su actividad comercial.

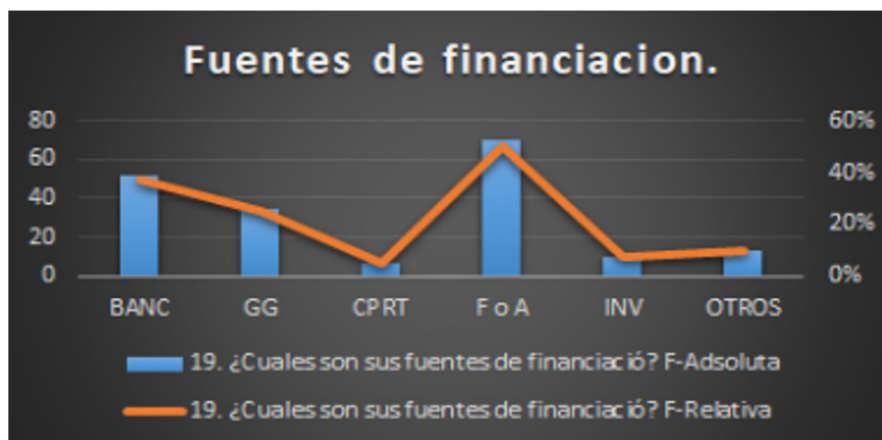


Figura 26. Fuentes de financiación empresarial.

Fuente: Autores.

El 50% de los encuestados respondió que sus fuentes de financiación se relacionan con su familia o amigos, el 37% aseguró que su financiación se realiza a través de los bancos, el 25% informa que lo hace con créditos informales de gota a gota, el 9% dice que utiliza otras fuentes de financiación, y el 7% dice que sus fuentes provienen de otros inversionistas.

La mitad de las personas encuestadas no utilizan la banca comercial ni los créditos de fomento para sus negocios, posiblemente porque no están formalizados y el acceso a esas líneas de crédito no son fáciles, así que acuden a conocidos para adquirir recursos. Así mismo, se pudo identificar que la cuarta parte de los encuestados utiliza los créditos informales de gota a gota, posiblemente por su fácil acceso, aunque sus tasas de interés sean más altas.

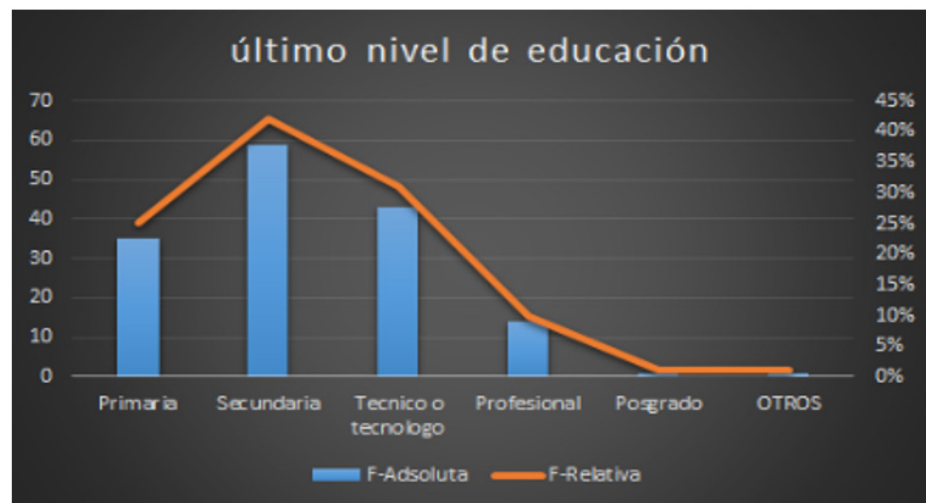


Figura 27. Grado de educación empresarios.

Fuente: Autores.

El 42% de los encuestados informó que su último nivel de educación fue la secundaria, el 31% dice que fue un curso técnico o un tecnólogo, el 25% informa que fue primaria, el 10% informa que son profesionales y el 1% dice que cursaron un posgrado.

De lo anterior podemos inferir que más de la mitad de los encuestados no terminó su formación secundaria y optó por dedicarse a la comercialización de bienes; sin embargo, la tercera parte de ellos asistió a la formación técnica, lo que demuestra un incremento en el acceso a la formación superior.

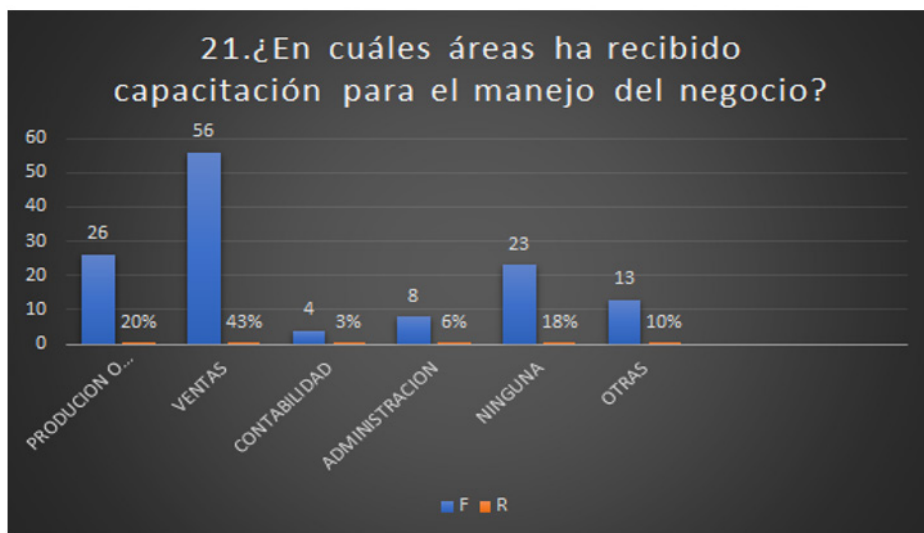


Figura 28. Capacitación áreas de negocio.
Fuente: Autores.

De las 139 personas encuestadas, el 43% indica que se ha capacitado en ventas y el 18% de este grupo indica que la capacitación se enfocó en producción o prestación de servicio. El 18% no ha recibido capacitación en ningún área, el 10% asegura que se ha capacitado en otras áreas distintas, el 6% se ha capacitado en temas de administración, y el 3% en contabilidad.

Podemos deducir que la gran mayoría de los encuestados prefiere capacitarse en el área de ventas para poder tener un buen manejo en su negocio, y por otro lado está la producción o prestación de servicio. Estas son las áreas en las que más se capacitan las personas.

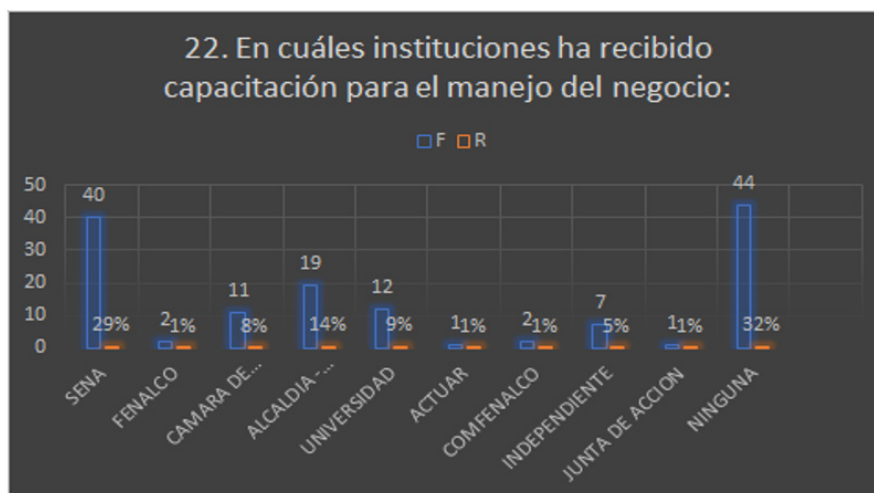


Figura 29. Institución de capacitación por áreas de conocimiento.
Fuente: Autores.

Según la encuesta realizada, en la institución que más han recibido capacitación los comerciantes informales encuestados ha sido en el SENA, con un 29%; mientras que el 14% se ha capacitado en Alcaldía Municipal o en la Gobernación. El 9% de las personas encuestadas indica que ha recibido capacitación en universidades, el 8% afirma que han recibido capacitación en la Cámara y Comercio y el 5% que ha estado o se ha capacitado independientemente. Mientras tanto, el 32% de los encuestados manifiesta no haber recibido ninguna capacitación, lo que refleja un bajo interés por capacitarse o pocas oportunidades para acceder a cursos de formación para comerciantes informales.

El SENA es la institución de formación que prepara a cerca de la tercera parte de los comerciantes encuestados de manera completa, sin ningún costo. Sin embargo, hay personas que no toman esta opción y prefieren no capacitarse.

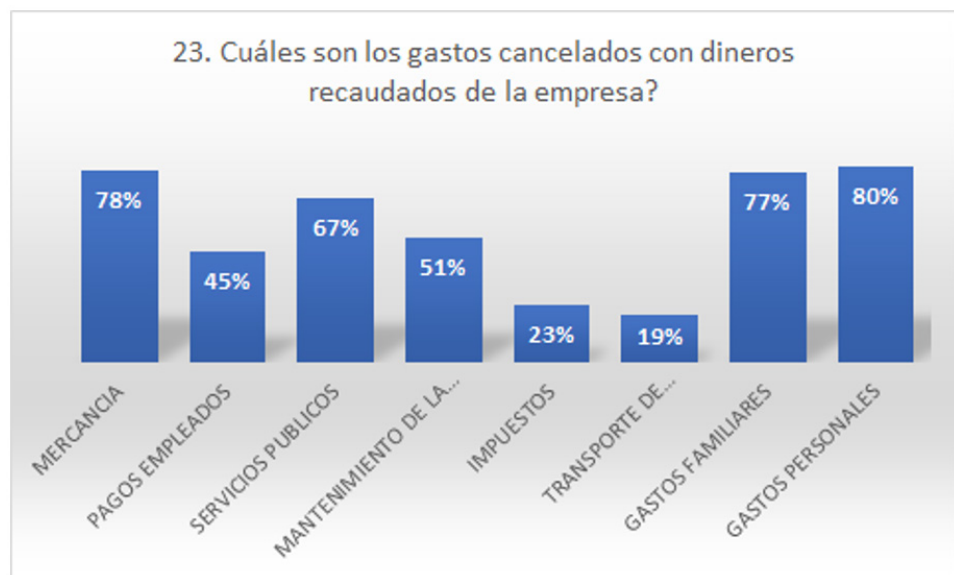


Figura 30. Gastos sufragados por la empresa.

Fuente: Autores.

Los encuestados afirmaron que los ingresos por ventas en su negocio son asignados para los gastos personales, con un porcentaje del 80%. También se designan para la compra de mercancía, con un 78%. El 77% afirmó que los ingresos van dirigidos a los gastos familiares y el 67% dice que van destinados al pago de los servicios públicos. El 51% de los encuestados gasta sus ingresos en el mantenimiento de la empresa y el

45% en el pago de empleados. El pago de impuestos tiene un porcentaje del 23% y, por último, se usan para el transporte de mercancía.

Se puede ver que la mayoría de encuestados designan los ingresos de la empresa a gastos personales y familiares, posiblemente no tienen conocimiento sobre el manejo financiero del negocio, en tanto que en menor proporción los principales gastos están relacionados con el sostenimiento del negocio y la proyección de su empresa. El pago de impuestos entra en cancelaciones de menor medida y el pago de empleados lo consideran cerca de la mitad de los encuestados.

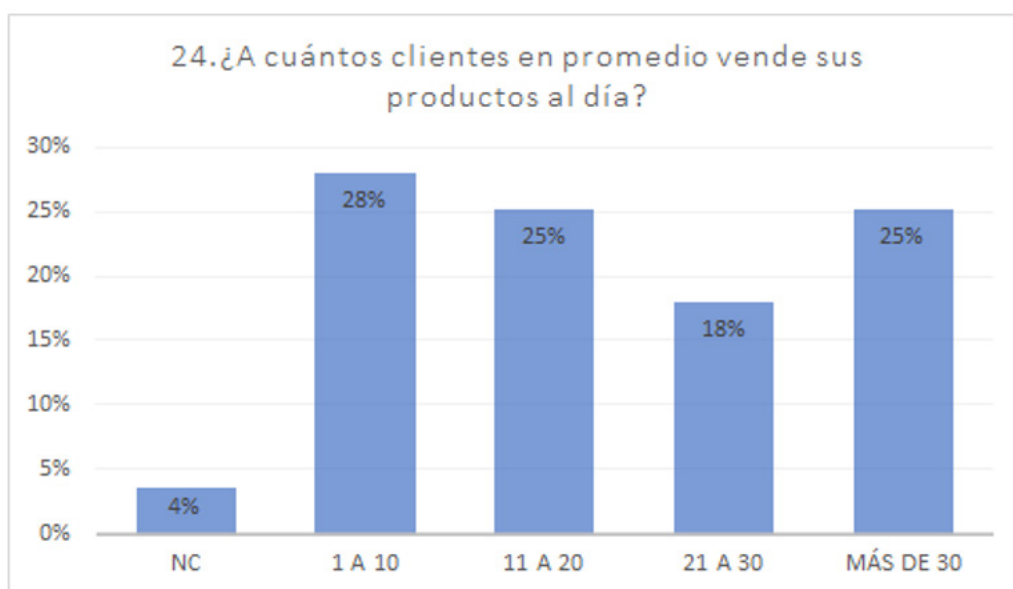


Figura 31. Promedio de clientes por día.

Fuente: Autores.

El 25% de los encuestados tiene un promedio de ventas de más de 30 personas por día; con el mismo porcentaje se encuentran las ventas hechas a entre 11 y 20 clientes diarios; el 28% tienen ventas promedio a 10 clientes o menos por día y el 18% de los encuestados presenta ventas diarias a entre 21 y 30 personas. A su vez, cinco encuestados no contestaron a la pregunta.

La cantidad de clientes por día nos permite observar que los pequeños negocios atienden en promedio a 30 personas diariamente; es decir, una persona cada 20 minutos (en caso de tener el negocio abierto por 10 horas diarias), lo cual es una cifra muy baja

en comparación con otros tipos de establecimiento de mayor tamaño o mejor ubicación. Lo anterior se puede interpretar como una baja participación de actividades publicitarias y de promoción dentro de la gestión en las mipymes, que se ve reflejada en una débil cartera de clientes. Es decir, que no ha sabido aprovechar los beneficios de las redes sociales, el marketing digital y la explotación de bases de datos para generar mayor tráfico de personas en los establecimientos comerciales.

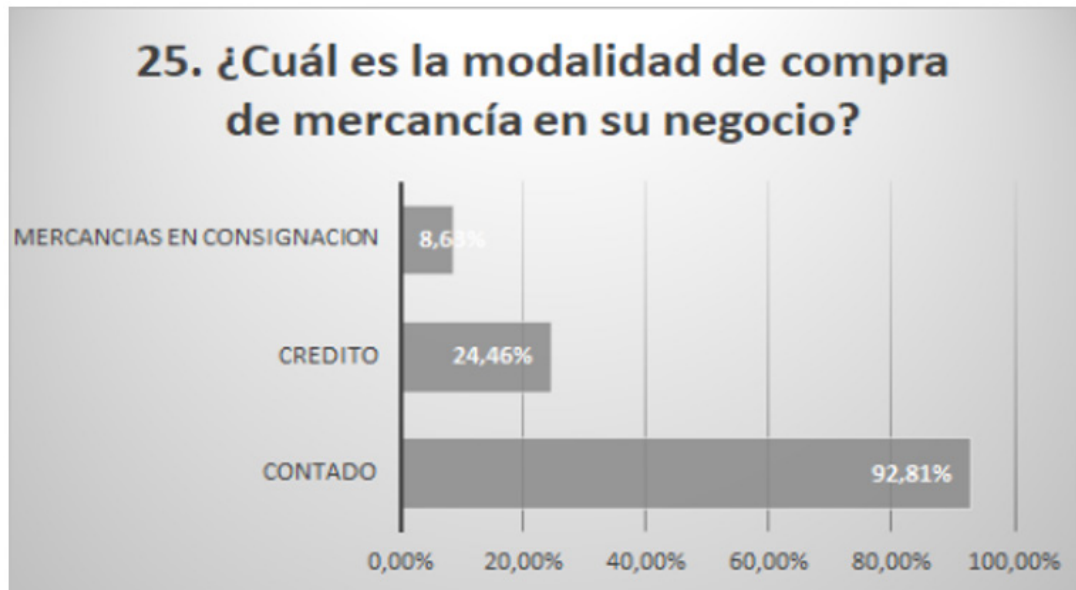


Figura 32. Modalidad de compra de mercancía.

Fuente: Autores.

En los resultados obtenidos en la encuesta sobre la tendencia en la modalidad de compra en el negocio, encontramos que, con un 92,81%, las personas tienden a obtener su mercancía de contado, un 24,46% de los encuestados prefiere adquirir su mercancía a crédito, y por último, con un menor porcentaje, de apenas 8,63%, prefiere obtener su mercancía en consignación.

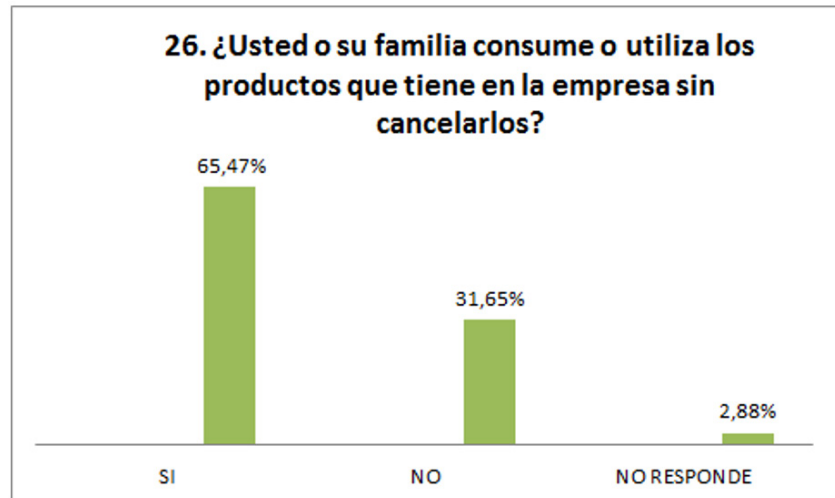


Figura 33. Consumo de productos por parte del empresario o familiares.

Fuente: Autores.

Con respecto al control de inventarios dentro del negocio, frente a la pregunta sobre el consumo de productos del negocio sin ser cancelados por parte de los allegados, podemos observar que el 65.47% de los encuestados, aproximadamente 91 personas, afirman consumir la mercancía sin ser cancelada, mientras que el 31,6% accede a los productos del negocio haciendo el pago de estos, como se debe hacer para no afectar la rentabilidad del negocio. Finalmente, con un 2,88% están los encuestados que no respondieron la pregunta.

De lo anterior se puede concluir que la mayor parte de los comerciantes informales no tienen un correcto manejo de los inventarios de su negocio y por ende pueden estar afectando la rentabilidad del mismo.

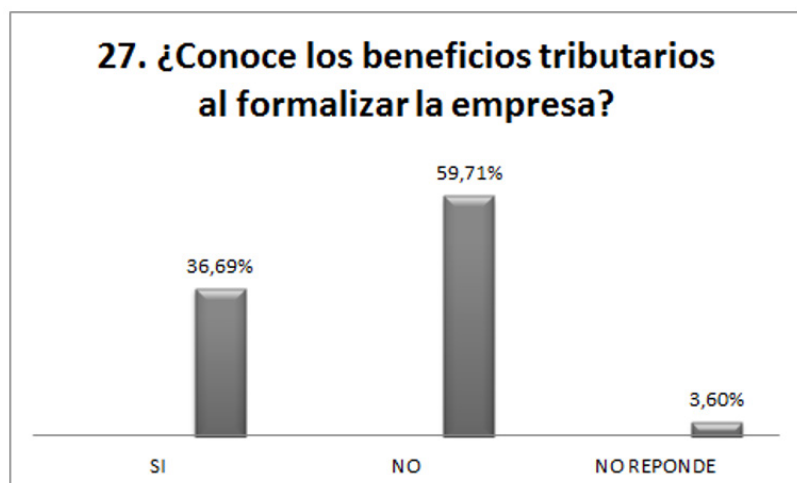


Figura 34. Beneficios tributarios en la formalización empresarial.

Fuente: Autores.

Con respecto al conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre los beneficios que se obtendrían a partir de formalizar el establecimiento o empresa, el 59,71% del total de 83 personas desconocen acerca de los beneficios de formalizarse, siendo el restante de los encuestados, el 36,69%, es decir, 51 personas, las que sí conocen los beneficios que trae formalizar la empresa.

Se puede concluir que no existe una cultura generalizada de formalidad del negocio, en parte porque los comerciantes informales no conocen los beneficios de cumplir con los requisitos formales para establecer un comercio.

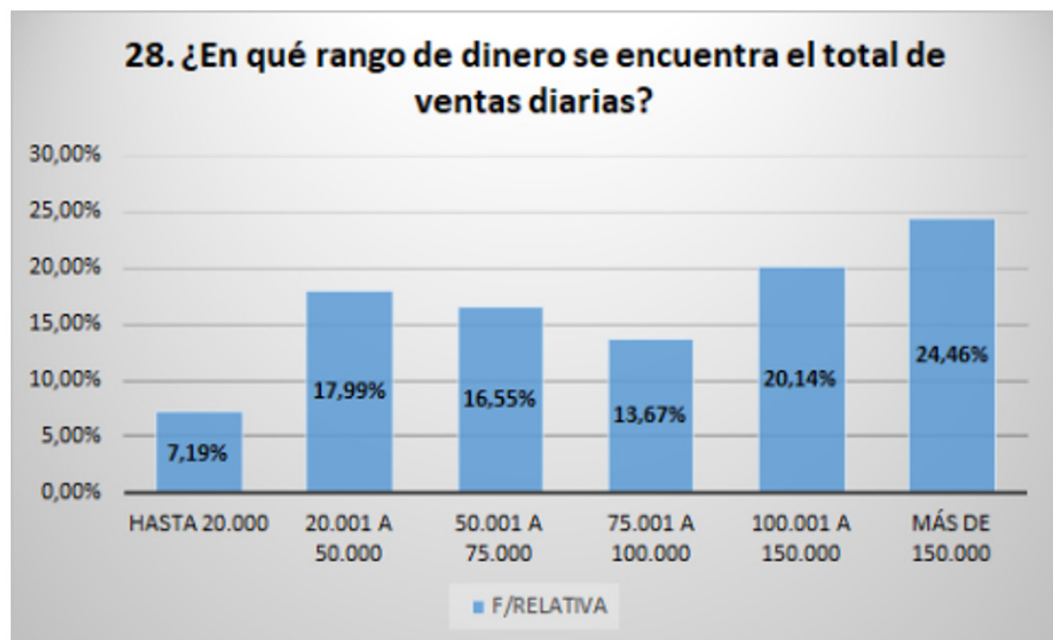


Figura 35. Rango de ventas diarias de establecimientos comerciales.

Fuente: Autores.

De acuerdo a la información que suministraron los encuestados, el mayor rango de ingreso total por concepto de ventas diarias está en más de \$150.000, con un porcentaje del 24,46%; seguido de ingresos entre \$100.001 y \$149.000 diarios, con un porcentaje de 20,14%. Los menores porcentajes de ventas están en el orden de los \$20.000 diarios, con un 7,19%, y el 13,67% estima unas ventas diarias entre \$75.001 y \$100.000. Con ello se evidencia que las ventas diarias de la mayoría de los comerciantes superan los \$100.000 diarios, y que este monto les permite mantener su negocio a flote.

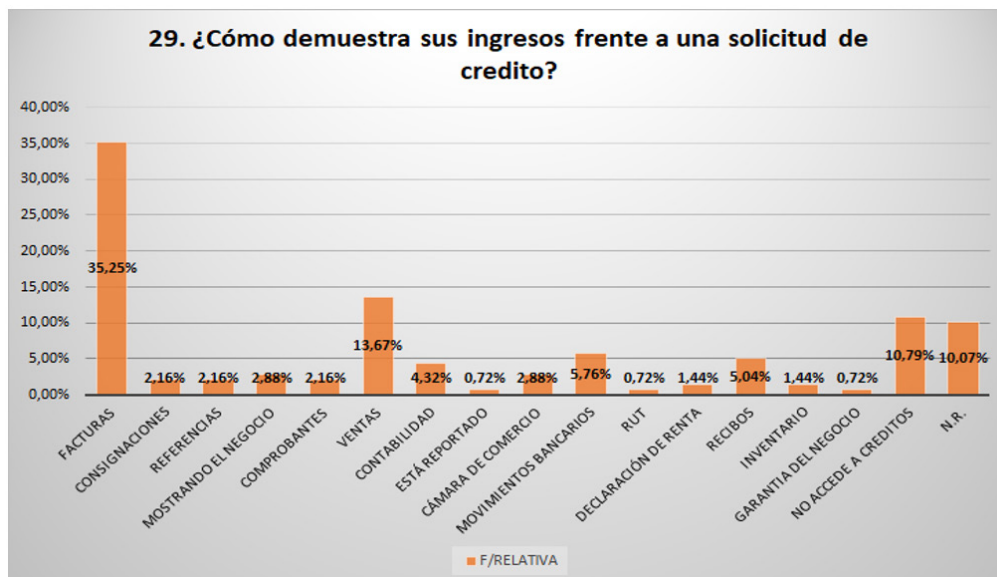


Figura 36. Demostración de ingresos frente a solicitud de crédito.

Fuente: Autores.

El 35,25% de las personas encuestadas demuestran sus ingresos frente a una solicitud de crédito con facturas de compra, el 13,67% con las ventas que produce su negocio y el 10,79% no accede a solicitudes de créditos. En contraste, el 0,72% demuestra sus ingresos con la garantía del negocio y el RUT, y el 0,72% de los comerciantes manifiesta no acceder a crédito formal porque se encuentran reportados.

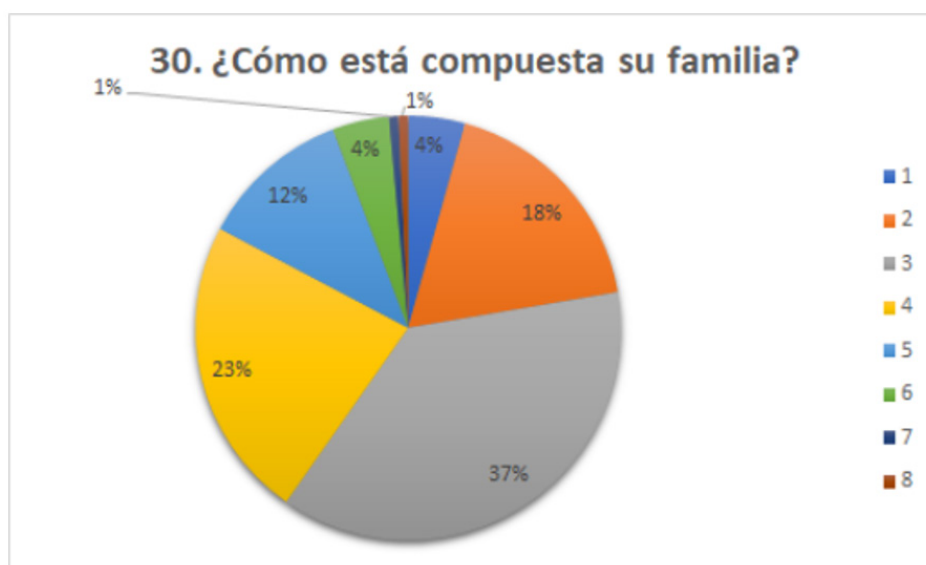


Figura 37. Composición grupo familiar.

Fuente: Autores.

La mayoría de las familias de los encuestados están compuestas por tres integrantes, con un 37,41%; por cuatro integrantes encontramos al 23,02% y con dos integrantes hay un 17,99%, en comparación con un reducido porcentaje del 1,44 %, cuyas familias están compuestas por entre siete y ocho integrantes.

Se evidencia que la gran mayoría de las familias de los comerciantes independientes encuestados están compuestas por un rango de dos a cuatro integrantes.

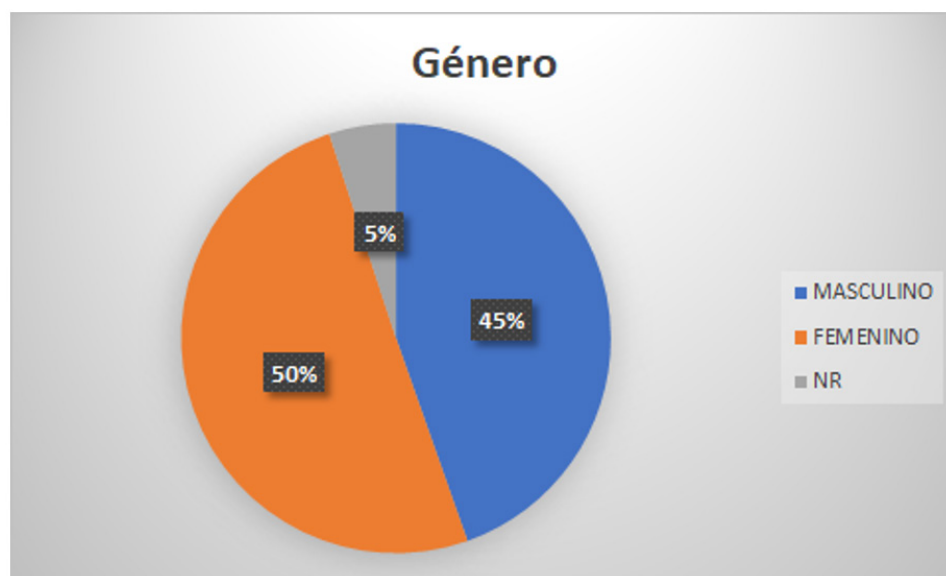


Figura 38. Género del emprendedor.

Fuente: Autores.

El 50,36% de los encuestados son mujeres, en tanto que el 44,60% de los encuestados pertenecen al género masculino. El 5,04% de los encuestados no respondieron.

La comparativa entre los encuestados por cuestión de su género es muy pareja: sin embargo, los encuestados que se perciben como Femenino son mayoría por una leve diferencia, indicando que posiblemente más mujeres que hombres se dedican a los negocios informales.

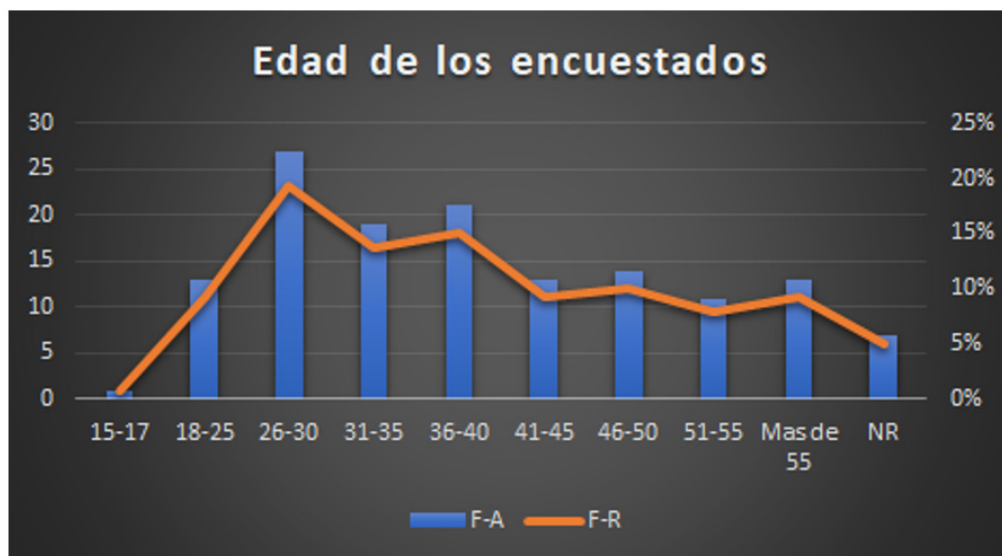


Figura 39. Rango de edad de empresarios.

Fuente: Autores.

EL 19% de los encuestados tienen una edad entre 26 a 30 años, el 15% tienen una edad de 36 a 40 años, el 14 están entre los 31 a 35 años, el 10% tienen entre 46 a 50 años, el 9% dice que se encuentra entre los 18 a 25 años, otro el 9% tiene entre 41 y 45 años, también el 9% son mayores de 55 años, mientras que el 8% está entre los 51 a 55 años y el 5% no respondió.

Aquí podemos apreciar que una mayor parte de las personas encuestadas que están manejando sus negocios informales tienen entre los 26 a 30 años y, seguida a esta, ocupando el segundo lugar, están los informales, que tienen entre 36 a 40 años de edad, lo cual nos indica que el rango de edad entre 25 y 40 años es el que presenta una mayor cantidad de comerciantes independientes e informales.

2.2. Discusión y análisis de resultados de la informalidad empresarial en el sector comercial

Respecto a las limitaciones de la recolección de información, se realizó mediante encuesta asistida de manera personal con cada uno de los 139 encuestados, para lo cual se tuvieron en cuenta todas las medidas de bioseguridad frente al Covid-19, como

el uso de tapabocas, el distanciamiento social, el lavado de manos frecuente y evitar compartir objetos con los encuestados, así como medidas de seguridad personal al desarrollar la recolección de información en la calle, reduciendo al máximo el riesgo de los aprendices al recolectar la información. Así mismo, las encuestas fueron diligenciadas de manera anónima debido a la seguridad que se requería transmitir a los encuestados, ya que muchos comerciantes informales asocian la informalidad con ilegalidad y, por consiguiente, con ser objetivos de las autoridades por su labor informal.

Por otra parte, debido a que aproximadamente el 66% de los encuestados lleva menos de seis años ejerciendo la actividad comercial de manera informal, se puede interpretar que el hecho de haber pasado la etapa crítica para un emprendimiento, que es entre dos y tres años, tiene una gran probabilidad de mantenerse por más tiempo, incluso con posibilidades de crecer su participación en el mercado, por lo que abordarlos en este momento para incentivar su formalización en términos de beneficios para acceso a créditos de fomento y otros programas de apoyo a microempresas puede ser una buena oportunidad y es probable que sea recibida de manera positiva.

Debido a que las líneas de negocio identificadas con mayor participación son alimentos preparados, venta de productos de consumo masivo, venta de productos de moda y servicios de belleza, se deben preparar los argumentos de abordaje para los microempresarios informales en términos de ganancia en crecimiento y consolidación del negocio en el mercado a través de los beneficios de la formalidad de entrada, asociada a la existencia de la empresa, que incluye su Registro Mercantil, RUN y RUT, teniendo en cuenta que más de la mitad de encuestados decidieron ser independientes por las bajas posibilidades de encontrar un empleo formal y bien remunerado en la ciudad de Ibagué.

Es necesario enfatizar en la importancia de la formalidad para los microempresarios, tomando como base que más del 60% son empresas familiares y que los negocios de hoy serán el legado para las futuras generaciones de las mismas familias.

Tanto las actividades de sensibilización como de capacitación programadas para los comerciantes informales se deben realizar entre lunes y miércoles antes de las 10:00 am, debido a que las jornadas de trabajo de estas personas se desarrollan en jornada continua hasta altas horas de la noche, lo que deja poco tiempo disponible para atender otros compromisos. Además, se debe prestar especial atención a la formalización de la mano de obra, ya que se encontró una fuerte tendencia en la contratación de personal

sin protección social, lo que representa un alto riesgo tanto para el comerciante como para el empleado. Por lo tanto, se deben resaltar los beneficios de la contratación formal y el aseguramiento de los trabajadores, identificando las alternativas para contratación por horas e incluyendo a estos trabajadores al Sistema de Beneficiarios Sisben.

De la misma manera, se deben incluir programas para la formalización de otros factores de producción, con el fin de abrir acceso seguro y continuo a la adquisición de materias primas, ya que para el manejo cotidiano de los gastos del negocio la mitad de los encuestados recurre a su familia y amigos para adquirir recursos, mientras que la cuarta parte de ellos lo hace mediante el crédito informal con altas tasas de interés, en gran medida porque no tienen acceso a la banca de fomento empresarial. Sin embargo, muchos de ellos manejan compras a crédito con sus proveedores, lo que indica que hay una confianza comercial ganada que se puede fortalecer a través de la formalización del negocio.

Capítulo III

Estrategias como propuesta
para disminuir la informalidad
empresarial en el sector comercial



3.1. Matriz DOFA

La matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas se contempla para el diseño de estrategias con el fin de adaptar el entorno que se encontró mediante la caracterización de los procesos informales de las empresas objeto de estudio. Esto con el fin de lograr lineamientos estratégicos que permitan generar un óptimo control de las operaciones de la empresa para generar una mayor productividad.

A continuación, se presenta el desarrollo de la matriz DOFA.

Tabla 4. Factores externos DOFA.

Factores externos	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios tributarios de orden territorial, nacional y local. • Apoyo de entidades de control para lograr la formalidad empresarial. • Entidades académicas de apoyo para lograr una óptima ejecución de la actividad comercial. • Acceso a diversas fuentes de financiación. • Acceso a medios de capacitación en áreas de contabilidad, ventas, producción, administración. • Diferentes opciones de modalidad de compra de mercancías. • Nivel de evaluación de competidores externos e internos a la operación del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja integración de beneficios al modelo de negocio. • Incidencia en fuentes de financiación con tasas de interés mayor al no contar con formalidad empresarial. • Normas desfavorables para el desarrollo de la actividad. • Aparición de grandes empresas con objeto de arrasar con el mercado. • La innovación de productos por parte de la competencia. • Costos crediticios significativos debido al alto interés en modalidades externas.

Fuente: Autores.

Tabla 5. Factores Internos DOFA.

Factores internos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Participación del núcleo familiar como apoyo en los procesos empresariales. • Alto nivel de ventas para sufragar los gastos operativos y no operativos. • Visión empresarial con el fin de consolidar el modelo de negocio. • Contratación para apoyo en la ejecución de la actividad comercial. • Interés en recibir procesos de capacitación. • Adecuado manejo de tecnologías de información. • Negocios jóvenes para generar procesos de adaptabilidad empresarial. • Presentación de proyectos en bolsas de recursos no reembolsables. • Iniciativa en la vinculación de programas de culturización empresarial. • Definición de gastos operativos y no operativos. • Alta rotación de clientes por día. • Alto grado de ventas diarias por empresa. • Proyección de crecimiento empresarial. • Empresas con alto apoyo familiar. • Fuerte intención de reevaluar el planteamiento de estrategias de negocios. • Fuerte intención de implementar herramienta y estrategias de ventas tecnológicas. • Implementación de acciones de actualización en legislación tributaria. • Intención de mejorar las relaciones con el entorno. • Funcionamiento del establecimiento comercial por gran cantidad de tiempo. • Intención de formalización de los procesos tributarios, contractuales, producción y registros de control. • Organización de documentos de entidad económica. • Resguardo de información documental para análisis y proyección de negocio. • Fuerte intención de formalización empresarial para obtener beneficios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un plan estratégico con el fin de conocer los objetivos a corto, mediano y largo plazo. • Falta de indicadores y plan de gestión para el fortalecimiento de la toma de decisiones. • Falta de determinación de tendencias que permitan evaluar el entorno empresarial. • Altos índices de mortalidad empresarial en empresas jóvenes. • Bajos procesos de estudio de mercado, identificación de segmentos y planeación de ventas. • Baja administración del recurso financiero por parte de las empresas. • Proyecciones bajas en un plan financiero no acorde a los objetivos empresariales. • Falta de esquemas para salvaguardar la información del ente económico. • Tiempo de experiencia que limita el acceso al crédito. • Garantías de crédito difíciles de cumplir. • No asimilar cambios en aspectos económicos y políticos. • Cambios en políticas gubernamentales debido al tipo de economía a escala. • Falta de estrategias para competir con grandes empresas. • Desconocimiento de los beneficios que les brinda la formalidad empresarial. • Bajo conocimiento del proceso de formalidad empresarial ante entidades de control. • Falta de competitividad ante empresas formalizadas. • Inadecuados procesos de almacenamiento de documentos. • Gastos familiares y personales incluidos en la ejecución de la actividad comercial. • No evaluar políticas de crédito para los clientes. • Escasez por comportamiento de trabajadores por falta de regulación. • No aceptar e implementar nuevas tecnologías. • No brindar ambiente que trasmite seguridad a los clientes.

Fuente: Autores.

A partir de la identificación de los factores internos y externos de la DOFA, se presentan las estrategias planteadas con el cruce de estos factores, que buscan lograr un mejoramiento en los procesos de la empresa.

Tabla 6. Cruce de factores DOFA.

		FACTORES EXTERNOS	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
MATRIZ DAFO		<ul style="list-style-type: none"> Beneficios tributarios de orden territorial, nacional y local. Apoyo de entidades de control para lograr la formalidad empresarial. Entidades académicas de apoyo para lograr una óptima ejecución de la actividad comercial. Acceso a diversas fuentes de financiación. Acceso a medios de capacitación en áreas de contabilidad, ventas, producción, administración. Diferentes opciones de modalidad de compra de mercancías. Nivel de evaluación de competidores externos e internos a la operación del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Baja integración de beneficios al modelo de negocio. Incidencia en fuentes de financiación con tasas de interés mayor al no contar con formalidad empresarial. Normas desfavorables para el desarrollo de la actividad. Aparición de grandes empresas con objeto de arrasar con el mercado. La innovación de productos por parte de la competencia. Costos crediticios significativos debido al alto interés en modalidades externas.
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> Participación del núcleo familiar como apoyo en los procesos empresariales. Alto nivel de ventas para sufragar los gastos operativos y no operativos. Visión empresarial con el fin de consolidar el modelo de negocio. Contratación para apoyo en la ejecución de la actividad comercial. Interés en recibir procesos de capacitación. Adecuado manejo de tecnologías de información. Negocios jóvenes para generar procesos de adaptabilidad empresarial. Presentación de proyectos en bolsas de recursos no reembolsables. Iniciativa en la vinculación de programas de culturización empresarial. Definición de gastos operativos y no operativos. Alta rotación de clientes por día. Alto grado de ventas diarias por empresa. Proyección de crecimiento empresarial. Empresas con alto apoyo familiar. Fuerte intención de reevaluar el planteamiento de estrategias de negocios. Fuerte intención de implementar herramienta y estrategias de ventas tecnológicas. Implementación de acciones de actualización en legislación tributaria. Intención de mejorar las relaciones con el entorno. Funcionamiento del establecimiento comercial por gran cantidad de tiempo. Intención de formalización de los procesos tributarios, contractuales, producción y registros de control. Organización de documentos de entidad económica. Resguardo de información documental para análisis y proyección de negocio. Fuerte intención de formalización empresarial para obtener beneficios. 	<p>E1. Aplicación para el fortalecimiento de la cultura de la formalización en los procesos tributarios, contractual, productivos y ventas.</p> <p>E2. Gestión de información financiera para el control del efectivo en las microempresas.</p> <p>E4. Metodología para el análisis de actores empresariales, académicos y gubernamentales para la proyección de modelos de negocio.</p> <p>E5. Parámetros para la planeación, seguimiento, control y ejecución contractual.</p>
	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Falta de un plan estratégico con el fin de conocer los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Falta de indicadores y plan de gestión para el fortalecimiento de la toma de decisiones. Falta de determinación de tendencias que permitan evaluar el entorno empresarial. Altos índices de mortalidad empresarial en empresas jóvenes. Bajos procesos de estudio de mercado, identificación de segmentos y planeación de ventas. Baja administración del recurso financiero por parte de las empresas. Proyecciones bajas en un plan financiero no acorde a los objetivos empresariales. Falta de esquemas para salvaguardar la información del ente económico. Tiempo de experiencia que limita el acceso al crédito. Garantías de crédito difíciles de cumplir. No asimilar cambios en aspectos económicos y políticos. Cambios en políticas gubernamentales debido al tipo de economía a escala. Falta de estrategias para competir con grandes empresas. Desconocimiento de los beneficios que les brinda la formalidad empresarial. Bajo conocimiento del proceso de formalidad empresarial ante entidades de control. Falta de competitividad ante empresas formalizadas. Inadecuados procesos de almacenamiento de documentos. Gastos familiares y personales incluidos en la ejecución de la actividad comercial. No evaluar políticas de crédito para los clientes. Escasez por comportamiento de trabajadores por falta de regulación. No aceptar e implementar nuevas tecnologías. No brindar ambiente que transmita seguridad a los clientes. 	<p>E1. Aplicación para el fortalecimiento de la cultura de la formalización en los procesos tributarios, contractual, productivos y ventas.</p> <p>E2. Gestión de información financiera para el control del efectivo en las microempresas.</p> <p>E3. Modelo de formalidad empresarial según los parámetros de función y objetivos empresariales.</p> <p>E4. Metodología para el análisis de actores empresariales, académicos y gubernamentales para la proyección de modelos de negocio.</p> <p>E6. Modelo de análisis prospectivo de tendencias para evaluar el entorno empresarial.</p>

Fuente: Autores.

De esta manera, se indican las estrategias que buscan aumentar la cultura de la formalidad empresarial como base para la gestión de los procesos productivos.

Tabla 7. Estrategias para el sector comercial.

E1. Aplicación para el fortalecimiento de la cultura de la formalización en los procesos tributarios, contractuales, productivos y ventas.
E2. Gestión de información financiera para el control del efectivo en las microempresas.
E3. Modelo de formalidad empresarial según los parámetros de función y objetivos empresariales.
E4. Metodología para el análisis de actores empresariales, académicos y gubernamentales para la proyección de modelos de negocio.
E5. Parámetros para la planeación, seguimiento, control y ejecución contractual.
E6. Modelo de análisis prospectivo de tendencias para evaluar el entorno empresarial.

Fuente: Autores.

3.2. Estrategias para la supervivencia empresarial

Una vez desarrollado el análisis del sector para el diseño y formulación de las estrategias, se elaboró un plan de implementación de cada una de las estrategias con el fin de aumentar la formalidad empresarial.

3.2.1. Estrategia E1

- **Estrategia E1.** Aplicación para el fortalecimiento de la cultura de la formalización en los procesos tributarios, contractuales, productivos y de ventas.
- **Objetivo.** Diseñar una aplicación que permita conocer el procedimiento de formalidad empresarial en los procesos tributarios, contractuales, productivos y de ventas.

Tabla 8. Estrategia E1.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E1-1	Identificar el procedimiento de formalización en los procesos tributarios, contractuales, productivos y de ventas.	Procedimiento de formalización de áreas productivas.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de Investigación	Informe con el procedimiento de formalización
E1-2	Establecer los recursos o procesos faltantes en las áreas tributarias, contractuales, productivas y de ventas.	Recursos disponibles para la formalización empresarial.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Informe de recursos disponibles
E1-3	Diseñar plan de acción para la consecución de recursos de las áreas tributarias, contractuales, productivas y de ventas.	Plan de acción de recursos	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Informe de plan de acción
E1-4	Aplicar los procesos de formalidad en las áreas tributarias, contractuales, productivas y de ventas.	Formalización en cada una de las áreas que integran la operación empresarial	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Documentos de formalización empresarial

Fuente: Autores.

3.2.2. Estrategia E2

- **Estrategia E2.** Gestión de información financiera para el control del efectivo en las microempresas.
- **Objetivo:** Optimizar los procesos financieros de la empresa con el fin de lograr un control en la administración del recurso financiero.

Tabla 9. Estrategia E2.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E2-1	Identificar los ingresos y egresos de la entidad	Ingresos y egresos de la empresa identificados	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe de los ingresos y egresos
E2-2	Establecer los flujos de efectivo que origina la empresa con el fin de detectar desviaciones de dinero	Flujo de efectivo	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe de flujos de efectivo de la empresa
E2-3	Generar un análisis de los flujos de efectivo de la empresa con el fin de generar escenarios para la administración del efectivo	Escenarios de administración del flujo del efectivo	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe de flujos de efectivo
E2-4	Diseñar una matriz de control de efectivo para lograr puntos máximos de inflexión de presupuesto	Puntos de presupuesto	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Matriz de control de efectivo
E2-5	Establecer mecanismos de control de efectivo, y flujos de efectivo con el objeto de contar con una mayor administración del recurso financiero	Mecanismos de control de efectivo	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe de control del efectivo en las microempresas

Fuente: Autores.

3.2.3 Estrategia E3

- **Estrategia E3.** Modelo de formalidad empresarial según los parámetros de función y objetivos empresariales.
- **Objetivo.** Estructurar modelo de formalidad empresarial de acuerdo al objeto de estudio.

Tabla 10. Estrategia E3.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E3-1	Identificar los factores internos que se adhieren al negocio.	Factores internos estructurados.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de Investigación	Modelo de formalidad empresarial
E1-2	Establecer los factores externos que se vinculan al modelo de negocio que afectan o influyen al sector económico.	Factores externos.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Modelo de formalidad empresarial
E1-3	Diseñar los flujos de información con el fin de establecer los diferentes procesos que acarrea el negocio.	Flujos de información.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Modelo de formalidad empresarial

Fuente: Autores.

3.2.4. Estrategia E4

- **Estrategia E4** Metodología para el análisis de actores empresariales, académicos y gubernamentales para la proyección de modelos de negocio.
- **Objetivo:** Analizar los stakeholders que se vinculan o puedan potencializar el negocio.

Tabla 11. Estrategia E4.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E4-1	Identificar la matriz de actores que pueden potencializar el esquema organizacional.	Actores empresariales, académicos y gubernamentales.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Matriz de stakeholders.
E4-2	Establecer las diferentes funciones que se vincula el stakeholder para potencializar el esquema organizacional.	Función de los stakeholders.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Función de potencia para apoyar esquema organizacional.
E4-3	Establecer mecanismos de control y seguimiento para lograr relaciones que permitan una potencialización del esquema organizacional.	Objetivos y estrategias de implementación por stakeholders.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Estrategias para potencializar esquema organizacional.

Fuente: Autores.

3.2.3. Estrategia E5

- **Estrategia E5.** Parámetros para la planeación, seguimiento, control y ejecución contractual.
- **Objetivo.** Estructurar modelo de ejecución contractual.

Tabla 12. Estrategia E5.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E5-1	Estructurar proceso de selección y modalidad de contratación de acuerdo a los factores económicos del negocio.	Proceso de selección y modalidad de contratación.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de Investigación	Informe de proceso y modalidad de contratación.
E5-2	Establecer las diferentes funciones y actividades para la ejecución contractual.	Funciones y actividades de actividad laboral.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Manual de funciones y actividades.
E5-3	Establecer un plan de seguimiento a las actividades y funciones, a su vez, incentivos que permitan mejorar las condiciones laborales.	Plan de seguimiento e incentivos laborales.	Instructor de investigación Investigador de apoyo (tecnólogo en áreas administrativas) Aprendices Semilleros de investigación	Seguimiento laboral.

Fuente: Autores.

3.2.6. Estrategia E6

- **Estrategia E6.** Modelo de análisis prospectivo de tendencias para evaluar el entorno empresarial.
- **Objetivo:** Establecer las tendencias en el entorno empresarial

Tabla 13. Estrategia E6.

Cód.	Actividad	Meta	Responsable	Medios
E5-1	Identificar la matriz de ecuaciones de búsqueda relacionada al entorno económico empresarial.	Ecuación de búsqueda.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Matriz de ecuación de búsqueda.
E5-2	Establecer los análisis cuantitativos que permitan una visualización del entorno empresarial.	Indicadores cuantitativos.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe VT.
E5-3	Diseñar las redes de integración y densidad de palabras claves.	Redes de densidad de temas.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe prospectivo.
E5-4	Generar escenarios futuros a través de las tendencias.	Gestión de escenarios.	Instructor de investigación Aprendices Semilleros de investigación	Informe prospectivo.

Fuente: Autores.

Conclusiones



Otra consecuencia de la informalidad detectada está relacionada con el débil acceso a normas sanitarias para su funcionamiento, carencia de reglamentos técnicos, ineficiente manejo de factores ambientales e inexistencia de certificaciones de calidad, factores importantes si lo que se quiere lograr es hacer pública la calidad de empresario y fortalecer su visibilidad frente a sus clientes, obtener seguridad jurídica, proteger el nombre de la empresa y la legitimidad del negocio, facilitar su participación en licitaciones y procesos de selección en empresas del Estado, brindar la posibilidad de inscribirse en capacitaciones gratuitas, foros y ferias, participar en ruedas de negocios nacionales e internacionales y facilitar el acceso al sistema financiero con tasas de interés más favorables, sin dejar de lado la posibilidad de presentar sus negocios ante las bolsas de recursos no reembolsables (Bancóldex, Fondo INNpulsa y Fondo Emprender-SENA).

Teniendo en cuenta que el factor económico fue uno de los principales motivos por los que los comerciantes encuestados manifestaron no querer registrarse ni formalizarse, la culturización hacia la formalidad debe hacerse en términos de beneficios reales enfocados en el incremento de las ventas, la reducción del riesgo, las economías de escala, el acceso a crédito blando, el apoyo de entidades gubernamentales y gremios.

Considerando que más de la mitad de los encuestados cuenta con un nivel de educación media, se deben incluir programas para el fortalecimiento de los conocimientos y herramientas para el manejo del negocio, teniendo en cuenta que cerca del 80% ha recibido formación en el manejo de actividades empresariales. Se recomienda generar un cronograma de formación continua con la participación del SENA, Fenalco, Acopi, Cajas de Compensación, Gobernación, Alcaldía y universidades de la región.

Mientras el emprendedor no vea un incremento verificable en sus ingresos y mayores utilidades no se decidirá por la formalización de su empresa. Por lo anterior, es necesario apoyarlo en el desarrollo de estrategias de mercadeo para su negocio y en el manejo eficiente del dinero para ir incorporando estrategias y tácticas comerciales que le permitan tener un crecimiento constante y una planeación de ventas acorde a las necesidades financieras para su sostenimiento y crecimiento potencial de clientes.

En cuanto a la formalidad tributaria, si bien el 60% desconoce los beneficios de declarar y pagar impuestos ante la DIAN, se encontró que más del 35% de los comerciantes

encuestados tiene conciencia de la importancia de contribuir con el bienestar social mediante el pago de impuestos, por lo que se debe trabajar en la sostenibilidad social y sobre el porqué el empresario de hoy no solo debe tener en su misión el crecimiento de su empresa sino el impacto que esta puede generar en el bienestar de la comunidad.

Por último, de la encuesta aplicada podemos concluir que, si bien la mitad de los comerciantes encuestados se encuentran por debajo de los 35 años de edad, hay una gran fuerza joven al frente de los negocios emergentes en la ciudad cuyos pensamientos y creencias en torno a la informalidad son diferentes al de generaciones anteriores, y tiene un compromiso mayor con el desarrollo de sus negocios y de la sociedad, por lo que un programa de culturización hacia la formalidad empresarial bien manejado puede traer beneficios tanto a los empresarios como a sus familias, al desarrollo de la economía local y a la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexopoulos, P., Pavlopoulos, J., & Mylonas, P. (2012). Aprender conocimiento vago de contenido generado socialmente en un marco empresarial. *IFIP avanza en tecnología de información y comunicación*, 510-519.
- Banco Mundial . (2011 - 2018). *Informalidad Empresarial*. Enterprise Surveys.
- Becerra, Ó. D. (2006). El estado de flujos de efectivo y una administración eficiente del efectivo. *Contabilidad y negocios*, 8-15.
- Bettiol, M., Di Maria, E., & Grandinetti, R. (2012). Codificación y creatividad: estrategias de gestión del conocimiento en KIBS. *Revista de Gestión del Conocimiento*, 550-562.
- Bueno Campos, E., & Salmador, M. (2000). *Perspectivas sobre dirección del conocimiento y capital intelectual*. Madrid: Instituto Universitario Euroforum Escorial.
- Bueno Campos, E., & Salmador, M. (2000). Perspectivas sobre dirección del conocimiento y capital intelectual. *Instituto Universitario Euroforum Escorial*.
- Bunuel, L. (2014). *Indicadores económicos* .
- Byosiére, P. (1999). Fusión y difusión de las esferas de conocimiento en el ámbito regional”, en Las sociedades del conocimiento. *Cluster de Conocimiento*, 81-86.
- Byosiére, P., & Nonaka, I. (1996). Organizational knowledge creation and mapping competitive advantage. *knowledge creation*.
- Cámara de Comercio. (2017). *El tejido Empresarial del Tolima*. Ibagué.
- Cleary, C., & Packard, T. (1992). The use of metaphors in organizational assessment and change. *Group and Organization Management*, 229-241.
- Confecámaras. (2019). *Dinámica de creación de empresas en Colombia* . Bogotá D.C.
- Consejo Privado de Competitividad. (2018). *Índice Global de Competitividad 2018*. Bogotá D.C: Copyright.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2018). *Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)*. Bogotá D.C.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2016). *Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización*. Bogotá D.C.

- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE. (2019). *Principales indicadores del mercado laboral*. Bogotá D.C.
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022*. Bogotá D.C.
- Duvenger, M. (1968). *Sociología Política*. Ariel.
- Granados, M., Mohamed, S., & Hlupic, V. (2017). Actividades de gestión del conocimiento en empresas sociales: lecciones para empresas pequeñas y sin fines de lucro. *Revista de Gestión del Conocimiento*, 376-396.
- Hamann, F., & Mejia, L. F. (2011). *Formalizando la informalidad empresarial en Colombia*. Bogotá D.C.
- Hasseldine, J., Holland, K., & Van Der Rijt, P. (2011). The market for corporate tax knowledge. *Critical Perspectives on Accounting*, 39-52.
- Imamoğlu, M. Y., & Rehan, M. (2011). Evaluation of Turkish public e-procurement systems: An analysis of critical success factors. *Global Strategy and Practice of E-Governance: Examples from Around the World*, 144-156.
- Kogler, C., Mittone, L., & Kirchler, E. (2016). Delayed feedback on tax audits affects compliance and fairness perceptions. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 81-87.
- Konvisarova, E., Samsonova, I., & Vorozhbit, O. Y. (2015). The nature and problems of tax administration in the Russian Federation. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 78-83.
- Marshall, B., Chen, H., & Madhusudan, T. (2006). Emparejar elementos de conocimiento en mapas conceptuales utilizando un algoritmo de inundación de similitud. *Sistemas de Soporte a la Decisión*, 1290-1306.
- Mohd Yusof, N. A., Lai, M. L., & Wah, Y. B. (2014). Tax non-compliance among SMCs in Malaysia: Tax audit evidence. *Journal of Applied Accounting Research*, 215-234.
- Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The concept of "Ba": building a foundation for knowledge creation. *Management Review*, 40-54.
- Nonaka, I. (1991). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 96-104.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 14-37.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México D.F: Oxford University Press.
- OCDE. (2017). *Global Revenue Statistics Database*. Paris: OECD Publishing.

- OECD. (2017). *Tax Administration 2017: Comparative information on OECD and other advanced and emerging economies*. Paris: OECD Publishing.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2018). *Visión General Económica*. Bogotá D.C.
- Osterloh, M., & Frey, B. (2000). Motivation, knowledge transfer and organizational forms. *Organization Science*, 538-550.
- Paolini, D., Pistone, P., Pulina, G., & Zagler, M. (2016). Tax treaties with developing countries and the allocation of taxing rights. *European Journal of Law and Economics*, 383-404.
- Perry, E., Maloney, W., Arias, Q., Fajnzylber, P., Mason, A., & Saavedra, C. (2007). *Informality : exit and exclusion*. Banco Mundial: Washington D.C.
- Teece, D. (1998). Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*, 510-540.
- Williams, M. (2001). A belief-focused process model of organizational learning. *Journal of Management Studies*, 67-85.

ANEXOS

Anexo A. Autores

Joaquín Eduardo Carrillo Orjuela: Técnico en Contabilización de Operaciones Comerciales y Financieras y Tecnólogo en Contabilidad y Finanzas del Centro de Comercio y Servicios - SENA Regional Tolima, estudiante de pregrado en Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Actualmente se encuentra vinculado como investigador SENNOVA del grupo de investigación GESICOM —Gestión Empresarial, Servicios e Innovación Comercial— del Centro de Comercio y Servicios - SENA Regional Tolima. Sus áreas de interés se enmarcan en la Gestión Contable, Administrativa y Financiera y Gestión de la Tecnología e Innovación. ORCID: 0000-0001-6577-0530. Correo electrónico: *cojoaquin@misena.edu.co*, *joaco-carrillo@hotmail.com*. Curriculum Vitae de investigador: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000040500

Jorge Armando Varela Rendón: Profesional en Ciencia de la Información y Documentación, Especialista en Gerencia de Proyectos, con experiencia en administración de proyectos archivísticos, Organización de fondos documentales acumulados, Tablas de Retención y Valoración Documental, implementación de sistemas de gestión documental armonizados con normas técnicas internacionales NTC-ISO-9001:2015, NTC-ISO-15489-1, NTC-ISO-30300 e NTC-ISO 27001:2013 en empresas nacionales públicas y privadas, y a nivel internacional como líder del proyecto de organización del archivo central de la Sociedad Nacional de Gas de Guinea Ecuatorial en África central. Profesional con alta capacidad de análisis de datos, administración y diseño de soluciones administrativas en Microsoft office, administración de bases de datos, habilidad para la administración y asesoría para la implementación de software de gestión. Instructor del Sena Regional Tolima e Investigador del Grupo GESICOM del Centro de Comercio y Servicios.