

PROPUESTA DE FORMALIZACIÓN PARA LOS COMERCIANTES DEL SECTOR
PLAZA DE MERCADO DE GIRARDOT (CUNDINAMARCA)

TRABAJO DE GRADO PARA OTORGAR EL TÍTULO DE CONTADORA PÚBLICA

SANDRA RODRÍGUEZ LEGUÍZAMO

Código estudiantil: 21210181

Tutor (a): JENNY ALEZANDRA PÁRAMO ARAGÓN

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
SECCIONAL DEL ALTO MAGDALENA
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
GIRARDOT, SEPTIEMBRE 20 DE 2015

CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE FIGURAS	4
RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS	7
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1 METODOLOGÍA	8
2 MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes	9
LEY DE FORMALIZACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO	11
3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	12
4 MARCO CONCEPTUAL	13
Según la OIT	13
Según el DANE	13
Criterios para la medición de informalidad:	13
5 MARCO METODOLÓGICO	17

6	MARCO LEGAL	24
	¿QUÉ NECESITO PARA FORMALIZAR MI NEGOCIO O EMPRESA?	25
	CÓDIGO DE COMERCIO	25
	LEY 590 DE 2000 MODIFICADA POR LA LEY 905 DE 2004	26
7	MODELO DE PROPUESTA PARA LA FORMALIZACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS	27
	Plan administrativo	27
	Plan Contable	28
	Plan de Mercadeo	29
	Utilización de la tecnología	30
	CONCLUSIÓN	32
	RECOMENDACIONES	33
	REFERENCIAS	34

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ciclo de la formalidad.	15
Figura 2. Evaluación del nivel de desarrollo socioeconómico de la subregión.	18
Figura 3. Matriz DOFA Girardot.	19
Figura 4. Plaza de Girardot Vendedores Ambulantes.	20
Figura 5. Corredores de la PLaza de Mercado de Girardot.	21
Figura 6. Invasión al espacio público Plaza de Mercado Girardot.	21
Figura 7. Participación por actividad económica.	22

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo proponer un modelo de formalización de fácil comprensión para los comerciantes del sector Plaza de Mercado de Girardot, con el fin de que puedan organizar sus negocios y hacer de ellos un ingreso sostenido, que les permita mejorar su calidad de vida a través del aumento en sus ingresos diarios.

Para lograrlo se realizó una búsqueda de toda la información del sector, así como también se analizó la parte legal y conceptual, con el fin de dar una mayor claridad en la propuesta del modelo para la formalización empresarial.

Para el desarrollo del presente trabajo se toma el concepto de formalización desde el punto de vista activo de las empresas; es así que se dirige a los comerciantes de la Plaza de Mercado, para que logren hacer una revisión actual de sus negocios.

La propuesta se basa en desarrollar cuatro planes diseñados para mejorar las contingencias que enfrentan los negocios, éstos se basan en puntos estratégicos de las empresas, los cuales son: la organización administrativa y estratégica, sus procesos contables y financieros, el plan de mercadeo y la visibilidad, y la utilización de las tecnologías, a fin de mejorar y lograr mantenerse en un mercado cada vez más competitivo.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado pretende proponer un modelo de formalización para los comerciantes del municipio de Girardot – Cundinamarca, ubicados en el sector del barrio San Miguel y/o Plaza de Mercado.

Esta propuesta se realiza con bases contables y administrativas, las cuales brindan un punto de partida esencial, para el desarrollo de cualquier idea de negocio, que pretenda ser sostenible económicamente en el tiempo.

La informalidad en Colombia, se ve en aumento debido a que la prioridad de un cabeza de familia (microempresario), es conseguir un sustento diario, y no se da importancia a formalizar la situación económica, generando más ingresos estables, mejorar la oferta de manera competente, y así hacer que la calidad de vida progrese.

El nivel de informalidad en este sector se evidencia a través de los vendedores ambulantes, dicha afirmación se logra a través de la consulta realizada en la base de datos de la Cámara de Comercio de Girardot y el conteo físico realizado en el trabajo de campo.

Según la información suministrada por la Cámara de Comercio, para el sector de la Plaza de Mercado de Girardot, registra un total de 355 establecimientos de comercio, y en la visita realizada al sector, los comerciantes ambulantes suman un total de 106 establecimientos informales.

A través de este trabajo se quiere mostrar un análisis realizado al sector y una propuesta de modelo para la formalización.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Plantear una estrategia de formalización para los comerciantes del sector de la Plaza de Mercado en la ciudad de Girardot, que les permita una reubicación y así también la ciudad se beneficie, recuperando el espacio público.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar y analizar la información sobre el nivel de informalidad en el sector Plaza de Mercado – Girardot.
- Consultar y estudiar la normatividad vigente sobre los requisitos y beneficios que conlleva el formalizar un negocio o actividad comercial.
- Plantear los beneficios de la formalidad empresarial para los empresarios del sector Plaza de Mercado – Girardot.
- Medir el impacto al formalizar los empresarios del sector Plaza de Mercado – Girardot.

1 METODOLOGÍA

Para el cumplimiento de los objetivos de este trabajo fue necesario realizar las siguientes actividades:

- Participar en el XXIII Taller Interdisciplinario 2015: “Expedición Rio Grande de la Magdalena Territorios del Agua, Innovación y Conocimiento”, donde se recibió toda la parte conceptual y exploración del sector a trabajar en esta propuesta, ya que se realizaron recorridos y hubo la oportunidad de charlar con la población “afectada” y así conocer más de cerca las necesidades e inquietudes de ellos.
- Realizar lectura y consultas, por internet de los temas de competitividad y productividad, del desarrollo productivo del municipio de Girardot y leyes vigentes para la formalización. Con personas conocedores del tema de formalización se entablaron conversaciones para despejar dudas y aprender más del tema.
- Solicitar información a entes competentes como la Cámara de Comercio de Girardot, para que los datos suministrados en este trabajo sean lo más reales posibles sobre la población económicamente activa del sector Plaza de Mercado.

2 MARCO TEÓRICO

El desarrollo de este trabajo busca plantear a la población de comerciantes del sector de la Plaza de Mercado y/o barrio San Miguel, una estrategia que les permita hacer de sus negocios una alternativa fija de ingresos.

Dentro del marco del taller internacional, se evidencia que el municipio de Girardot, junto con más entes gubernamentales y privados, proponen la recuperación de la navegabilidad del Río Magdalena, esto se toma como una variable importante para el desarrollo de la propuesta, ya que dentro del objetivo del trabajo, va inmersa la necesidad de la recuperación y creación de un Malecón Comercial a las orillas del Río Magdalena.

Antecedentes

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en Colombia; dentro de su misión para la protección del medio ambiente, se ha encaminado a la recuperación de la navegabilidad del Río Magdalena y Girardot (Cundinamarca) tradicionalmente ha sido un municipio de “cruce de caminos” debido a la forma como se relaciona con el exterior y las influencias a que puede estar sujeto. (Alcaldía de Girardot, 2007)

Partiendo de lo anterior, y en búsqueda del desarrollo sostenible, de la formalidad de una sociedad; y de la competitividad territorial, que es la capacidad de un territorio para crear las condiciones favorables a la inversión productiva; es decir, para potenciar, retener y atraer empresas; (Alcaldía de Girardot, 2007) ésta propuesta busca la recuperación del espacio público por medio de la formalidad, enfocada en los vendedores ambulantes (emboladores de zapatos, vendedores de frutas y verduras, vendedores de comidas rápidas, etc., en la Plaza de Mercado de Girardot), capacitándolos y ofreciéndoles herramientas de apoyo en el Estado

(Alcaldía municipal) y en sí mismos. Ya que en Girardot el comercio es minorista y para satisfacer las necesidades domesticas; predominan las ventas de productos alimenticios no especializados con un 38.8%.

La Plaza de Mercado de Girardot cuenta con edificaciones de dos pisos, de las cuales solo está siendo aprovechado el primer piso, ya que debido a los diversos vendedores ambulantes, los clientes no suben a comprar, sino que prefieren comprarles a éstos vendedores ambulantes. De manera que este comportamiento de la sociedad (turistas y habitantes), ha apoyado la problemática que se busca en este trabajo plantear solución.

Finalmente, haciendo un recorrido desde el Puente Ospina Pérez, el cual comunica al municipio de Girardot (Cundinamarca) con el municipio de Flandes (Tolima), hacia la Calle 15, se logra ver lugares de reciclaje los cuales también pueden ser formalizados, y a través de la propuesta del modelo, logren hacer de sus negocios: una oportunidad rentable para ellos, y una fortaleza para el municipio de Girardot.

LEY DE FORMALIZACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO

La Ley 1429 de 2010, tiene como objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse. (El Congreso de Colombia, 2010)

En el Título I y II establece las normas generales y los incentivos para la formalidad empresarial, donde el Gobierno Nacional bajo la coordinación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo deberá: (El Congreso de Colombia, 2010).

- Diseñar y promover programas de microcrédito y crédito orientados a empresas del sector rural y urbano, creadas por jóvenes menores de veintiocho (28) años, los cuales gozarán de incentivos en la tasa, incentivos al capital, periodos de gracia, incremento de las garantías financieras que posee el Estado y simplificación de trámites. (El Congreso de Colombia, 2010)
- Diseñar y promover programas de formación, capacitación, asistencia técnica y asesoría especializada, que conduzca la formalización y generación empresarial, del empleo y el teletrabajo. (El Congreso de Colombia, 2010)
- Fortalecer las relaciones entre Universidad, Empresa y Estado, fomentando en todo el país iniciativas tendientes a que estos tres (3) sectores trabajen mancomunadamente en el desarrollo innovador de sus regiones. (El Congreso de Colombia, 2010)

3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El Plan de Desarrollo 2012 – 2015: Girardot tiene con qué; plantea que Girardot debe liderar el corredor turístico, identificar y evaluar el clúster de turismo y promover un centro de productividad y desarrollo tecnológico, vinculando activamente al sector privado y a las universidades, y creando además una política integral de estímulos e incentivos tributarios a la inversión y a la creación de empresas.

El problema de informalidad de un establecimiento o actividad de comercio, es el resultado del desconocimiento de las normas, esto de la mano, con la falta de capacitaciones por parte de las entidades competentes, sin dejar a un lado la abstención al cambio de parte de los empresarios y los mitos tributarios que atemorizan a un empresario para que se formalice.

En el sector de la Plaza de Mercado – Girardot, se encuentran establecimientos de comercio formalizados; pero también, a simple vista se observa gran cantidad de vendedores ambulantes, los cuales invaden el espacio público y obstruyen el buen funcionamiento y accesibilidad a los negocios ya formalizados; adicional a esto, la gran mayoría de los establecimientos carecen de buenas condiciones de administración, estructurales e higiene. Además, cuentan los empresarios (formalizados), que hace alrededor de 20 años el sector de la Plaza de Mercado era organizado y no había vendedores ambulantes obstaculizando la venta y sus ingresos eran mayores.

Siendo lo anterior el punto de partida para el desarrollo de este trabajo, se busca proponer una guía para formalizar un negocio o actividad comercial, donde se garantice una rentabilidad y sostenibilidad para las dos partes (Comerciante y municipio).

4 MARCO CONCEPTUAL

Para poder ahondar los temas de formalidad e informalidad, es necesario conocer los conceptos según algunas grandes entidades competentes:

Según la OIT

Informalidad: Una forma urbana de hacer cosas, cuya marca distintiva incluye: pocas barreras a la entrada para el empresario, en términos de habilidades y capital requerido; empresas de propiedad familiar; operación en pequeña escala; producción de trabajo intensiva con tecnología adaptada, y un mercado no regulado y competitivo. (Ochoa Valencia, 2004)

Según el DANE

Informalidad: Conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y prestación de servicios, con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan de esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital, como factores de producción. Las relaciones de empleo (en los casos en que existan), se basan más en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales. (DANE, 2009)

Criterios para la medición de informalidad:

- Asalariado o patrón de microempresa, menos de diez trabajadores.
- Trabajadores por cuenta propia, no profesional ni técnico.
- Trabajador que presta el servicio doméstico.
- Ayudante familiar sin remuneración. (DANE, 2009)

Es de aclarar que la formalidad de un negocio (cumplimiento de obligaciones legales); no garantiza el acceso a los mercados, ni la sostenibilidad de las empresas. Pues las empresas formales son legales, pero no necesariamente una empresa legal es formal, porque un empresario debe cumplir la ley y además tener en cuenta las buenas prácticas de gestión empresarial; es decir, emplear medidas prácticas y de fácil aplicación, para aumentar la productividad, bajar los costos, reducir el impacto ambiental de la producción, mejorar el proceso productivo, así como elevar la seguridad en el trabajo. (CONFECAMARAS, 2011).

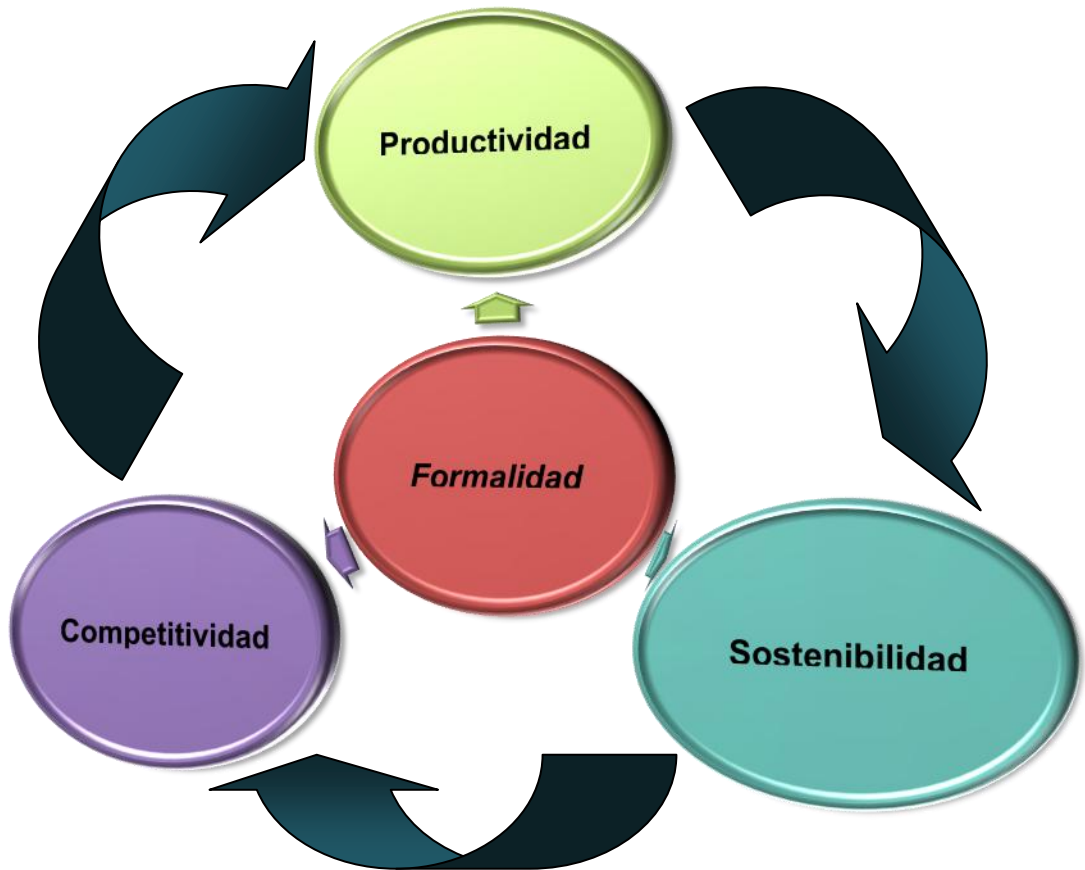
Si bien; para dar un concepto de formalidad y/o informalidad se infieren las palabras productividad, sostenibilidad y competitividad; a continuación un breve significado de ellas en el entorno empresarial:

Productividad: Es cuando una empresa logra mejores resultados a un menor costo, en mira de satisfacer un cliente y ser rentable. (Encolombia, 2015)

Sostenibilidad: Más que cumplir jurídica, fiscal y laboralmente; sostenibilidad empresarial es crear valor económico, medioambiental y social, a corto y largo plazo. (Ibarra, 2015)

Competitividad: Mantenerse y permanecer en el mercado a largo plazo, tras de una constante innovación, para generar credibilidad y confianza a través de calidad y garantía. (Encolombia, 2015).

Figura 1. Ciclo de la formalidad. Fuente: elaboración propia



En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, muestra como el eje central se convierte en la *formalidad*, siendo este el motor para la productividad, competitividad y sostenibilidad. Pero a su vez; estos tres conceptos son cíclicos. Es decir, si un empresario es productivo, tiene que velar por ser sostenible y competitivo en el mercado, y al final; si no es competitivo no puede ser productivo.

El Informe Nacional de Competitividad 2013 – 2014, afirma lo siguiente: “El buen funcionamiento del mercado laboral es un elemento fundamental para la competitividad de un país. Una alta tasa de desempleo refleja ineficiencia en la asignación del factor trabajo, mientras la informalidad es a la vez causa y resultado de una baja productividad. Por un lado, la informalidad impacta negativamente la productividad en la medida en que las empresas informales tienen menores posibilidades de acceder a financiación y menos propensión a crecer, por miedo a ser detectadas. Al mismo tiempo, la competencia desleal que representa la informalidad genera desincentivos para que las empresas formales decidan invertir e innovar. Por el otro, un bajo nivel de productividad impide a su vez la formalización, ya que no les permite a las empresas cumplir las obligaciones legales que impone la formalidad”. (Alcaldía de Girardot, 2007)

Teniendo en cuenta lo anterior; se puede afirmar que mientras la informalidad en Colombia aumenta, el índice de desempleo disminuye; debido a que los mecanismos de medición para el desempleo, consisten en detectar aquellas personas que reciben un ingreso como retribución de un suministro, o la prestación de un servicio, independientemente de si su actividad comercial está, o no cumpliendo con los parámetros legales de formalidad.

5 MARCO METODOLÓGICO

La Fundación Social (1998) realizó un estudio sobre el desarrollo regional de Colombia, donde se caracterizó como un territorio con un nivel de desarrollo entre tipos 2 y 4; es decir, entre frágil y potencial.

Dicho estudio consideró la siguiente tipología de desarrollo en un municipio:

- **Potencial:** Aquel que ha tenido un rápido crecimiento, debido a su riqueza natural y reciente incorporación a procesos de desarrollo, o aquel que fue antiguo centro de desarrollo regional, o aquel que hace parte de los corredores industriales o recibe influencia directa de las ciudades – región, como es el caso de Girardot y Espinal.
- **Incipiente:** Son los que presentan bajos niveles de conflicto ambiental, debido a su poca dependencia de las actividades agrarias tradicionales y a la existencia de actividades no tradicionales.
- **Precario o frágil:** Ruralidad asentada en terrenos de bajo potencial natural para actividades agropecuarias tradicionales, es decir, pérdida de biodiversidad, agotamiento de manantiales, acuíferos, erosión y desertización, contaminación de aguas.(Alcaldía de Girardot, 2007)

Figura 2. Evaluación del nivel de desarrollo socioeconómico de la subregión. Fuente: (Alcaldía de Girardot, 2007)

Índice de desarrollo y sostenibilidad social ambiental						
	Ambiente	Económico	Participación	Estado	Total	Tipología
Alto Magdalena (C)						
Agua de Dios	91,0	13,0	16,0	11,0	21,2	Frágil
Girardot	70,0	39,3	18,4	15,0	26,5	Potencial
Guataquí	90,0	11,9	18,6	13,6	22,7	Frágil
Jerusalén	73,0	19,0	17,7	13,6	22,1	Frágil
Nariño	73,0	14,6	21,1	13,6	22,3	Frágil
Nilo	82,0	15,0	22,1	13,7	23,7	Incipiente
Ricaurte	82,0	25,1	17,8	13,7	24,2	Incipiente
Tocaima	82,0	26,0	17,3	13,9	24,3	Incipiente
Municipios de Tolima						
Coello	64,0	16,9	18,3	13,7	21,0	Precario
Flandes	82,0	24,9	17,1	14,0	24,1	Incipiente
Espinal	82,0	35,0	20,1	14,7	27,4	Potencial
Suárez	70,0	18,3	19,6	13,7	22,3	Frágil
Carmen de Apicalá	60,0	23,8	19,7	13,6	22,4	Frágil
Melgar	64,0	34,0	18,4	14,1	24,6	Incipiente
Promedios	76,1	22,6	18,7	13,7	23,5	Incipiente
Referentes						
Cundinamarca	60,0	28,9	21,9	14,2	24,5	Incipiente
Tolima	64,0	29,9	23,3	15,7	26,2	Potencial
Bogotá	46,0	100,0	84,7	99,8	89,2	Consolidado
Colombia	67,8	19,6	21,1	14,1	23,2	Incipiente

Fuente: Fundación Social, 1998
Topología índice sintético:

1	0-21	Precario
2	>21-23	Frágil
3	>23-25	Incipiente
4	>25-28	Potencial
5	>28-40	Consolidado
6	>40-100	Máximo - Ciudad-región

Adicional a lo anterior; Girardot cuenta con la siguiente matriz DOFA:

Figura 3. Matriz DOFA Girardot. Fuente: (Alcaldía de Girardot, 2007)



Con base en la información suministrada por la Cámara de Comercio de Girardot, la ciudad de Girardot (Cundinamarca) cuenta con 4.555 establecimientos o empresarios registrados, en la revisión y análisis se encuentra que para el mes de agosto de 2015, estos establecimientos cuentan con sus matrículas mercantiles renovadas.

Dentro del análisis realizado a los 4.555 establecimientos, se encuentra que 355 están ubicados en el sector de la Plaza de Mercado y/o barrio San Miguel, la actividad de estos establecimientos corresponde al comercio o servicios, y al realizar la relación porcentual se halla que el sector analizado representa el 7,79%.

Durante el proceso que se realizó en el marco del Taller Internacional se realizaron visitas de campo al sector analizado, en donde se tomaron algunas fotografías que evidencian la invasión al espacio público en este sector.

Figura 4. Plaza de Girardot Vendedores Ambulantes. Fuente: elaboración propia.



Figura 5. Corredores de la Plaza de Mercado de Girardot. Fuente: elaboración propia.



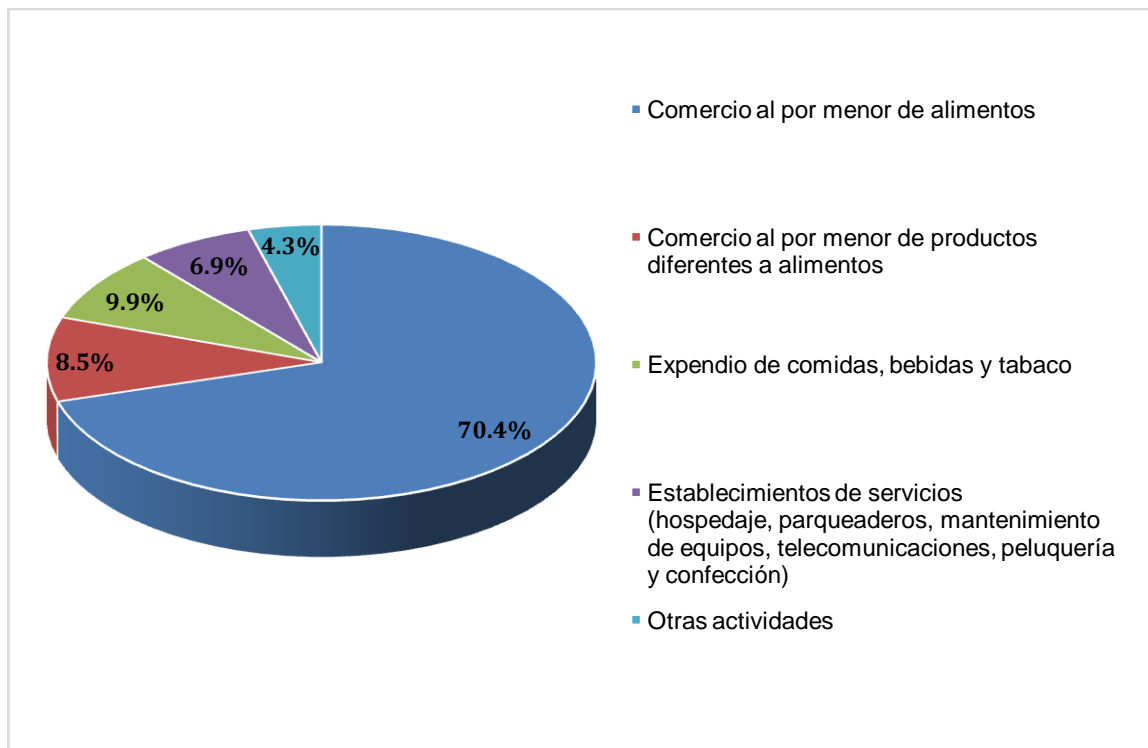
Figura 6. Invasión al espacio público Plaza de Mercado Girardot. Fuente: elaboración propia.



Ahora bien; para realizar el análisis del sector se tomó una muestra del 85.6%, el cual representa cuantitativamente un total de 304 establecimientos.

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, se muestra la participación de las actividades en los 304 establecimientos.

Figura 7. Participación por actividad económica. Fuente: elaboración propia



Como se observa en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** el 70,4% está representado por los comerciantes al por menor de alimentos; el 9,9%, por los comerciantes al por menor de productos diferentes a alimentos; el 8,5%, por el expendio de comidas, bebidas y tabaco; el 6,9%, por establecimientos de

servicios (hospedaje, parqueaderos, mantenimiento de equipos, telecomunicaciones, peluquería y confección); y el 4,3% por otras actividades.

Realizando un conteo relámpago un día domingo, que es uno de los días de mayor concurrencia en el sector; existen aproximadamente 106 establecimientos de vendedores ambulantes invadiendo el espacio público, obstruyendo el desplazamiento por el sector y también la venta de los establecimientos, éstos 106 establecimientos representan un 29,85% de los 355 establecimientos “formalizados” y un 2,32% de los 4.555 registrados ante la Cámara de Comercio de Girardot.

En conclusión; si se lograra formalizar éstos 106 establecimientos y o empresarios, la informalidad en el municipio lograría disminuir el 2.32%, teniendo en cuenta sólo los comerciantes informales en el sector de la Plaza de Mercado y/o barrio San Miguel.

6 MARCO LEGAL

El Código de Comercio define como establecimiento de comercio a un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de varias actividades. (Legis Editores, 2014)

Para la ley comercial el establecimiento de comercio está conformado por:

- La enseña o nombre comercial y las marcas de productos y servicios.
- Los derechos del empresario sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas, que se utilicen en las actividades del establecimiento.
- Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos y los demás valores similares.
- El mobiliario y las instalaciones.
- Los contratos de arrendamiento y en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en los que funcionan, si son de propiedad del empresario; y las indemnizaciones que conforme a la ley, tenga el arrendatario.
- El derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial.
- Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dichos establecimientos. (Legis Editores, 2014)

¿QUÉ NECESITO PARA FORMALIZAR MI NEGOCIO O EMPRESA?

1. Definir si inicio como persona natural o sociedad.
2. Consultar el nombre o razón social.
3. Consultar la actividad económica.
4. Solicitar su inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
5. Consultar el uso de suelos.
6. Trámites ante la Cámara de Comercio.
7. Tramites adicionales sólo si son necesarios: Abrir cuenta bancaria, Registro Sanitario, visita del cuerpo de bomberos, derechos de ejecución pública de obras musicales – SAYCO – ACINPRO. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2015)

CÓDIGO DE COMERCIO

El Código de Comercio en el Libro Primero de los comerciantes y de los asuntos de comercio, califica a los comerciantes así: “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles”. (Legis Editores, 2014)

También establece que los deberes de los comerciantes son:

- Matricularse en el registro mercantil (Cámara de Comercio).
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

- Denunciar ante un juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2015)

LEY 590 DE 2000 MODIFICADA POR LA LEY 905 DE 2004

En esta Ley se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro empresas incluidas las fami-empresas, pequeñas y medianas empresas, se definen los siguientes conceptos (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. , 2000):

- **Mediana empresa:** Planta de personal entre cincuenta y un (51) y doscientos (200) trabajadores, activos totales por el valor entre cinco mil uno (5001) y quince mil (15000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. , 2000).
- **Pequeña empresa:** Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil uno (5001) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. , 2000).
- **Microemopresa:** Planta de personal no superior a diez (10) trabajadores, activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. , 2000).

7 MODELO DE PROPUESTA PARA LA FORMALIZACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Teniendo en cuenta el análisis realizado a cerca del nivel de informalidad en el sector Plaza de Mercado, se plantea la siguiente propuesta para lograr crear conciencia en los comerciantes y/o microempresarios de la formalidad empresarial.

El plan de formalización que se propone, se desarrolla en cuatro etapas fundamentales para cualquier empresa. Estas se basan, en hacer que los empresarios creen o tengan en cuenta los siguientes planes de trabajo para su microempresa:

Plan administrativo

Este es el primer plan, luego de cumplir con los requisitos legales para la formalización de un negocio. Es importante que el microempresario tenga en cuenta las políticas, técnicas y mecanismos para el negocio, siempre en busca del crecimiento cuantitativo y cualitativo. De igual manera, mantener la documentación organizada, actualizada y en un lugar seguro; es decir, donde se pueda consultar de primera mano, y en bajo riesgo de deterioro.

Para realizar este plan se requiere que el empresario y/o comerciante realice:

1. Haga un listado de las actividades que realiza para desarrollar su objeto comercial, estos listados los puede hacer diario, semanal o mensual, según lo considere necesario.
2. Luego organice las actividades, de manera tal que pueda identificar las que son directamente de la actividad de lo que usted produce, y las que no pertenecen a esto.

3. Asigne una meta en las actividades productivas.
4. Determine los tiempos de cada actividad productiva con el fin de organizarlas y cumplir con los requerimientos de los clientes.
5. Por último; realice la revisión de éstas actividades y cuadros de manera constante, y así realizar cambios y proyectar de su semana o mes para no incurrir en contratiempos.

Se sugiere poder hacer las listas mediante cuadros de Excel, pero también pueden llevarse de manera manual en un cuaderno que asigne para esto. Los cuadros no tienen una estructura específica, es importante que se realicen de manera que usted pueda entenderlos y se ajusten a los cambios en busca de facilitar el trabajo y mejorar.

Plan Contable

Llevar una contabilidad organizada, no significa que en primera instancia se deba tener un contador; es suficiente con identificar las fuentes de ingreso (ventas) y de gastos (compras), y así mismo separarlas. Esto para que de manera fácil se pueda estimar un presupuesto y una utilidad.

En este plan; se recomienda identificar el capital con que se dio inicio al negocio, para dar cumplimiento al objetivo del plan administrativo. Por último; conocer el recurso humano del negocio para asignar un salario.

Las prácticas contables son muy importantes en los negocios, sin embargo cabe aclarar, que para realizar una contabilidad básica no es necesario ser contador. El objetivo de este plan es poder realizar un registro de todos los movimientos de dinero que haga con las ganancias de su empresa y/o negocio.

Este proceso se determina “Contabilidad de Caja”, el cual consiste en que en un cuadro de tres columnas, en donde la primera sea la fecha, la segunda, va a ser determinada como la descripción o concepto, y la ultima el valor, como se muestra en la Tabla 1. Contabilidad de Caja.

Tabla 1. Contabilidad de Caja. Fuente: elaboración propia

FECHA	DESCRIPCIÓN	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO

Tenga en cuenta que debe sumar todo aquello que le ingrese y restar todos los gastos que realice.

De esta manera usted podrá llevar un control de los ingresos y gastos, al igual que en el plan administrativo, se sugiere revisar de manera periódica, los gastos en que se está incurriendo que son necesarios, así como también cuales son los días de mayor ingreso. Este control le permitirá ver como es su movimiento de caja.

Plan de Mercadeo

Es bien sabido que cuando se habla de mercado, se entiende como el lugar donde convergen las personas que venden y que desean comprar algo que necesitan, ahora bien usted como empresario debe tener en cuenta que el estudio de sus clientes y de su producto son fundamentales, y no requieren un gran experto, basta con poder identificar cual es su producto y a quien le puede servir.

Recuerde que el mercadeo va más allá de la producción; es dar respuesta a ¿cómo y dónde vender? El empresario debe pensar en estrategias para ofertar el

producto, teniendo en cuenta la ubicación y la población a la que va dirigido; también en cómo atraer y fidelizar los clientes.

Dentro de las estrategias usted puede tener en cuenta:

1. Cuáles son sus clientes más frecuentes, para esto puede realizar un registro de clientes.
2. Qué les ofrece usted que hace que este cliente regrese y lo busque.
3. Si el lugar en donde usted se ubica es visible para sus clientes, de no ser así trate de cambiar a un lugar donde sea de fácil acceso y visible para sus clientes.
4. Mantenga su lugar de ventas de una forma que permita que el cliente vea que lo que se vende.
5. Preocúpese por su cliente.
6. Con el registro de clientes usted obtiene una base de datos donde puede determinar las cantidades a producir y de esta manera cumplir con los pedidos de sus clientes y no incurrir en gastos innecesarios.

Utilización de la tecnología

Independientemente de los ingresos o tipos de empresas o negocios, es necesario tener en cuenta que el entorno del mercado ha cambiado, y se hace casi urgente que el empresario apropie nuevas y modernas tecnologías, y mecanismos para realizar sus negocios.

Es importante que aparte de conocer a sus clientes, recuerde que existen métodos y esquemas que le permitirán a su imagen y su producto posicionarse de manera rápida, de igual forma que usted pueda llegar a su cliente de manera rápida y masiva.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son un conjunto de herramientas que sirven como soportes de la información y canales de comunicación que funcionan de manera masiva.

Actualmente; existe variedad de herramientas tecnológicas para ofrecer un producto o servicio; por ejemplo las redes sociales (WhatsApp, facebook, twitter, entre otras). Un microempresario puede aprovechar estas herramientas, para darse a conocer en el mercado y de cierta manera, estar más cerca al cliente.

Este plan lo orienta a que por medio de la lista de sus clientes frecuentes y potenciales, usted pueda brindar información acerca de su ubicación, tipo de producto y promociones.

Con el tiempo estos sistemas pueden convertirse en páginas de internet de su producto, blog de información, entre otros.

Para el desarrollo de este plan no se requiere de gran inversión económica, basta con unos cuantos minutos en internet y contar con alguna red social que le permite incluir a sus clientes actuales y buscar clientes potenciales.

CONCLUSIÓN

El sector de la Plaza de Mercado en la ciudad de Girardot (Cundinamarca), ha venido creciendo en informalidad, teniendo en cuenta las cifras que se presentan a cerca del número de vendedores ambulantes, los cuales están en total informalidad; al aplicar el plan de formalización, el panorama que se vislumbra sería positivo, ya que estos comenzarían a ser visibles para el municipio, generando ingresos que les permitan mejorar su calidad de vida.

Al lograr formalizar y reubicar a los vendedores ambulantes del Sector de la Plaza de Mercado, de manera que ellos sean auto-sostenibles, el municipio también se beneficiaría, porque se recuperaría el espacio público, logrando prestigio y armonía tanto para los habitantes, como para los turistas; y así poder ofrecer más calles libres y organizadas, de manera que genere arraigo para los habitantes, y sea más atractivo para los turistas y competitivo en el mercado.

Teniendo en cuenta que Girardot es un municipio catalogado como potencial, ya que ha tenido un rápido crecimiento, gracias a sus recursos propios, y además estar ubicado estratégicamente en el centro del país, se concluye que si se aprovechan los venideros planes de desarrollo de la Alcaldía Municipal, como por ejemplo el “Mega proyecto Malecón Turístico”, para reubicar a los vendedores ambulantes se estaría dando parte de solución a la problemática de la informalidad comercial, el cual es muy evidente en el sector de la Plaza de Mercado de Girardot.

Cabe recordar que con esta propuesta de formalización empresarial se aportaría a la recuperación del único bien inmueble de patrimonio nacional que existe en Girardot (Cundinamarca), dando como resultado más sentido de pertenencia en los habitantes y que los turistas disfruten placentemente de su paso por la ciudad.

RECOMENDACIONES

La idea de este trabajo es que las partes involucradas en la problemática crezcan económicamente, ofreciéndole al comerciante un lugar donde pueda ejercer sus labores sin afectar negativamente otros factores y/o sectores, de tal manera que se organice, mantenga su documentación al día y cumpla a cabalidad con las normas legales, y así pasar de *informal* a *microempresario*, aprovechando los beneficios que otorga la norma.

REFERENCIAS

Alcaldía de Girardot. (2007). *Plan de competitividad Girardot 2007 - 2019*.

CONFECAMARAS. (2011). *Colección de cuadernos económicos N°1 Impacto de la Formalización Empresarial en Colombia* . Bogotá: CONFECAMARAS.

DANE. (2009). *Metodología de la Informalidad Gran Encuesta Integrada de Hogares*. Bogotá: DANE.

El Congreso de Colombia. (29 de Diciembre de 2010). *Ley 1429 Por la cual se explide la ley de formalización y generación de empleo* . Bogotá, Colombia: El Congreso de la República.

Encolombia. (1 de Septiembre de 2015). *encolombia*. Obtenido de <http://encolombia.com/economia/empresas/r-humanos/productividadycompetitividad/>

Ibarra, R. (1 de Septiembre de 2015). *Blog Sostenibilidad Empresarial, una visión real de negocios*. Obtenido de Blog Sostenibilidad Empresarial, una visión real de negocios: <http://rodrigoibarra.over-blog.org/article-29748640.html>

Legis Editores. (2014). *Código de Comercio Primer Libro* . Bogotá: Legis Editores S.A.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo . (14 de Septiembre de 2015). *Colombia se formaliza*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2015, de Colombia se formaliza: <http://colombiaseformaliza.com/abc-de-formalizacion/>

Ochoa Valencia, D. (Marzo de 2004). INFORMALIDAD EN COLOMBIA. CAUSAS, EFECTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA DEL REBUSQUE. *Estudios Gerenciales* , 105-118.

Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. . (7 de Diciembre de 2000). *Ley 590 de 2000 Nivel Nacional* . Bogotá, Colombia.