

IMPACTO ECONÓMICO CAUSADO POR LAS EMPRESAS INFORMALES
COMERCIALIZADORAS DE HUEVOS EN EL MUNICIPIO DE ACACIAS – META.



LAURA KATHERINE RODRÍGUEZ MALPICA
KAREN ALEXA CASTELLANOS MORA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD CONTADURÍA PÚBLICA
VILLAVICENCIO

2021

IMPACTO ECONÓMICO CAUSADO POR LAS EMPRESAS INFORMALES
COMERCIALIZADORAS DE HUEVOS EN EL MUNICIPIO DE ACACIAS – META.

LAURA KATHERINE RODRÍGUEZ MALPICA
KAREN ALEXA CASTELLANOS MORA

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

Directora:
Esp.STEPHANY MATEUS FUENTES
Contadora Pública

Codirector:
Mg. JAVIER MAURICIO ÁLZATE TABARES
Contador Público

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD CONTADURÍA PÚBLICA
VILLAVICENCIO

2021

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. JAVIER MAURICIO ALZATE TABARES

Decano Facultad Contaduría Pública

Nota De Aceptación

JAVIER MAURICIO ALZATE TABARES

Decano de la Facultad de Contaduría Pública

STEPHANY MATEUS FUENTES

Directora Trabajo de Grado

LINDEY ANGELICA GOMEZ SUAREZ

jurado

JORGE ARTURO BOLAÑOS BRICEÑO

jurado

Villavicencio, Julio del 2021

Agradecimientos

Es motivo de gran orgullo poder realizar este trabajo que significa la culminación de un logro muy importante para nuestras vidas, un objetivo que ha nutrido nuestra experiencia profesional y personal en innumerables factores. Inicialmente agradecemos a Dios por brindarnos la oportunidad de haber iniciado este hermoso proceso, y de dotarnos con las cualidades necesarias para superar todos los obstáculos que se nos presentaron en el camino.

A nuestra compañera Karol Daniela Sechagua quien inicialmente planteo esta idea de investigación y a la directora de trabajo de grado quien nos apoyó en todo momento en la elaboración del presente documento, siendo un pilar fundamental para el desarrollo de las actividades propuestas, manteniendo siempre altos estándares de compromiso, dedicación, profesionalidad y experiencia en su asesoramiento y acompañamiento.

Al decano y los docentes de la facultad de contaduría pública de la Universidad Santo Tomás, quienes nos guiaron en el proceso de formación académica y profesional, otorgándonos todos los conocimientos necesarios para llegar a esta instancia decisiva de optar al título de contador público. Por último y más importante, a nuestras familias que nos dieron la oportunidad de emprender este arduo camino, llenándonos de confianza, fortaleza y esperanza en todo momento, por ellos y para ellos es el orgullo y la felicidad que invade nuestros corazones con este logro cumplido.

Como mayor experiencia reconocemos valores importantes para nuestra vida personal y profesional, como lo son el compromiso y la dedicación, para dar continuidad a nuevas etapas en las que tendremos la seguridad de desarrollar gracias a nuestra formación profesional.

Contenido

	Pág.
1. Problema de investigación.....	13
1.1. Planteamiento del problema.....	13
1.2. Formulación del problema	15
2. Objetivos.....	16
2.1. General	16
2.2. Específicos	16
3. Justificación.....	17
1. Marco Teórico.....	20
1.1. Antecedentes	20
2. Compañías Avícolas Productoras de Huevos según Estatuto Tributario	25
3. Compañías avícolas productoras de huevos según Código de Comercio	27
4. Comercio de Acacias frente al Covid-19.....	39
5. Marco Legal.....	42
6. Marco Metodológico	43
6.1. Desarrollo del Proceso Metodológico	44
6.1.1. Desarrollo Fase 1.....	44
6.1.2. Desarrollo Fase 2.....	44
6.1.3. Desarrollo Fase 3.....	45
6.2. Población y Muestra.....	46
6.2.1. Población	46
6.2.2. Muestra.....	46
7. Estado Actual de las Empresas Avícolas Productoras de Huevos en Colombia	47
8. Resultados y Análisis	48
8.1. Estadísticas de Consumidores por Pregunta.....	48
8.2. Estadísticas de las Empresas Informales por Pregunta	54
8.3. Estadísticas de las Empresas Formales por Preguntas	57
9. Conclusiones	61

10. Recomendaciones	62
11. Referencias Bibliográficas	64
12. Anexos	66

Índice de Tablas

Pág.

Tabla 1. Normatividad – Marco Legal.....	42
Tabla 2. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio?	48
Tabla 3. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/unidad de huevos?.....	49
Tabla 4. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?	50
Tabla 5. ¿En un promedio mensual cuántos huevos compra para su hogar?.....	51
Tabla 6. ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes?	52
Tabla 7. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad?.....	53
Tabla 8. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?	54
Tabla 9. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?.....	55
Tabla 10. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?	57
Tabla 11. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?.....	58
Tabla 12. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?	59

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Línea de Tiempo.....	23
Figura 2. Localización Geográfica del municipio de Acacias	24
Figura 3. Bienes exentos de impuesto.....	25
Figura 4. Bienes gravados con el 5%.....	26
Figura 5. Bienes que no causan el impuesto	27
Figura 6. Diagrama Metodológico.....	46
Figura 7. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio?	49
Figura 8. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/unidad de huevos?	50
Figura 9. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?	51
Figura 10. ¿En un promedio mensual cuántos huevos compra para su hogar?	52
Figura 11. . ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes?	53
Figura 12. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad?	54
Figura 13. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?	55
Figura 14. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?.....	56
Figura 15. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?	58
Figura 16. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?.....	59
Figura 17. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?	60

Índice de Anexos

Pág.

Anexo 1. Encuestas 01 a consumidores aplicada en Acacias- Meta.....	66
Anexo 1. Encuestas 02 a Comerciante informal y Comerciante Formal.	67
Anexo 3. Evidencia fotográfica.	68

Resumen

La presente investigación tiene como objeto central abordar el impacto económico causado en las empresas comercializadoras de huevos, respecto a la informalidad que se desarrolla en el municipio de Acacias – Meta, a través de un proceso descriptivo con elementos de carácter mixto (cuantitativos y cualitativos); que para ello se parte de las posibles causas que incentivan a los empresarios a evitar formalizar sus actividades económicas; obteniendo la respuesta a esta paradoja, se presentan ciertas diferencias significativas, y la principal de estas es el resultado de ganancias netas que generan en comparación con aquellas empresas que se encuentran establecidas legalmente, y cumplen con sus obligaciones tributarias y remuneraciones a empleados.

Con el fin de obtener resultados efectivos se aplicó como método de investigación. La recolección de datos: por medio de encuesta a 50 personas cabezas de hogar con el fin de evidenciar la frecuencia de consumo del huevo en sus menús, adicional ejecutamos una segunda encuesta a 15 empresas formalmente constituidas bajo los parámetros legales y a 15 empresas que operan desde la informalidad (Tiendas, Vendedores ambulantes, Campesinos).

Palabras Claves: Informalidad laboral, Economía informal.

Abstract

The main objective of this research is to address the economic impact caused in the egg marketing companies, with respect to the informality that develops in the municipality of Acacias – Meta, through a descriptive process with elements of a mixed character (quantitative and qualitative); to do this, it is based on the possible causes that encourage employers to avoid formalizing their economic activities; by obtaining the answer to this paradox, there are certain significant differences, and the main of these is the result of net profits that they generate compared to those companies that are legally established, and fulfill their tax obligations and wages to employees.

In order to obtain effective results, it was applied as a research method. Data collection: By means of a survey of 50 people heads of household in order to show the frequency of consumption of the egg in their menus, Additional We carried out a second survey of 15 companies formally constituted under the legal parameters and 15 companies operating from the informality (Shops, street vendors, peasants).

Keywords: Labor informality, Informal economy.

1. Problema de investigación

1.1. Planteamiento del problema

A partir del año 2019, las condiciones socio-económicas globales de la humanidad se han visto gravemente afectadas y todo ello debido a la pandemia mundial conocida como el COVID-19, pues no solo se ha visto como un gran impacto en el sector de la salud; sino que además ha sido uno de los factores más determinantes en cuanto a problemáticas de tipo económico; sino que además ha sido uno de los factores más determinantes en cuanto a problemáticas de tipo económico; dado al alto índice en la disminución de los ingresos a nivel netos.

Desde comienzos del año 2020, se inició en Colombia la crisis de la contingencia sanitaria COVID-19 y es que según (Jaime Alfredo Bonet, 2020) en su artículo titulado: “Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto” especifica que desde la fecha hasta la actualidad existen unas pérdidas económicas que pueden variar desde los \$4.6 billones y \$59 billones por mes de acuerdo con todos los escenarios presentados en el país en relación a los aislamientos y/o confinamientos, lo cual representa entre el 0.5% y el 6.1% del PIB nacional, lo anterior nos indica que el entorno económico del país es el más afectado, pero sin dejar atrás el impacto generado en el sector de la salud.

Sin embargo, el panorama ocurrió en el Departamento del Meta no ha sido la excepción, pues de igual forma que el resto del país, este ha presentado situaciones desconcertantes y alarmantes en los aspectos socio-económicos. El cual, abordaremos en el desarrollo de nuestra investigación dado a que nos enfocaremos principalmente en el Municipio de Acacias, siendo este nuestro sector poblacional en que enfocaremos nuestro estudio.

En los países en vías de desarrollo es común identificar que gran parte de las empresas desarrollan sus labores bajo la informalidad; la cual es entendida como un conjunto de actividades que incumplen de manera total o parcial las regulaciones impuestas por el estado, con el fin de garantizar igualdad de condiciones para la sana competencia comercial, por ejemplo: el pago de impuestos, seguridad social a los trabajadores, entre otros, lo cual impide el crecimiento económico tanto de las organizaciones como del estado, fomentando así la competencia desleal. Esta es una de las mayores problemáticas presentes en todos los sectores económicos de los países y surge por factores económicos, sociales, tributarios y culturales.

El periódico el tiempo publicó un informe en el cual se citó a 'Paying taxes 2018', del Banco Mundial y PricewaterhouseCoopers (PWC), el cual comunicaba que: "la tasa total de impuestos y contribuciones que pagan las empresas en Colombia está en 69,8 por ciento: 22,2 por ciento recaen directo sobre las ganancias; 18,6 por ciento están ligados a impuestos laborales y 29 por ciento se pagan por otros impuestos. En esa carga se incluyen 12 pagos que las empresas realizan al año, entre los cuales pesan más los de renta (con 16,3 %); el local de industria y comercio ICA (19,5 %) y las contribuciones a la seguridad social, que pesan 14,12 por ciento" (Manchego, 2018). El sistema tributario influye en la informalidad que se presenta en un país debido a que si no se hace una correcta fiscalización por parte de la entidad encargada (en este caso la DIAN), el 69,8 % no estará recayendo equitativamente sobre todos los contribuyentes, debido a que no todos cancelan sus obligaciones tributarias; generando una gran brecha entre las empresas formales e informales, ya que, las primeras al tener una carga tributaria alta y ser responsables con el pago, son poco competitivas frente a las otras desde el punto de vista económico.

El confinamiento afectó de gran manera el progreso económico del país, tal como (Amaya, 2020) en su artículo del periódico digital "La república" diciendo que la afectación se redondea a los 50.000 empleos perdidos en el marco del aislamiento y una reducción en sus ingresos al hasta del 20% en comparación con el año 2019 en el mismo periodo transcurrido del año, adicional la fluctuación de precios ha perjudicado principalmente a la microeconomía y a los pequeños empresarios del país. De igual manera, en el municipio de Acacias se presenta un comportamiento similar y esto se debe a que el comercio y la economía que allí se presenta, fluctúa de manera semejante a la presentada en la capital del Meta, aparentemente, la pérdida en materia de ingresos y empleos fue proporcional.

La informalidad también es conocida como la economía del rebusque, es un ámbito que contraria los deberes de la persona y del ciudadano, de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del estado dentro de los conceptos de justicia y equidad como se contempla en la carta magna colombiana (Constitución política de Colombia, 4 de julio de 1991). Por otro lado, el sistema tributario en Colombia juega un papel importante, siendo una de las principales causas de la informalidad; ya que genera inestabilidad y crea a su vez una marcada sensación de inseguridad en los negocios debido a los cambios frecuentes de la ley, además de la complejidad de la norma

que complica su interpretación, asimismo la deficiente supervisión por parte de los entes reguladores, obligaciones laborales, entre otras obligaciones que se adquieren en el sector formal.

Por consiguiente, los empresarios al establecer los pros y los contras de los costos asociados al cumplimiento de la normatividad (impuestos, tasas, contribuciones, etc.) y sus beneficios (acceso a ciertos bienes y servicios como la justicia y la protección de la propiedad física e intelectual), pueden reconocer con claridad la factibilidad de si operar de manera formal o informalmente. También es posible, como lo señalan Perry et al. (2007), que la informalidad sea la única opción laboral para los individuos que no encuentran otras posibilidades bien sea por causa del desempleo o de otras restricciones del mercado laboral (Cárdenas & Rozo, 2007), pero al presentarse esta situación disminuye el ingreso del Estado provenientes de los impuestos y asimismo la calidad y cantidad de los servicios que este puede proveer, dando paso a los altos índices de corrupción. A gran escala las empresas informales integran más del 60 % del mercado frente a las empresas avicultoras productoras de huevos legales un alto porcentaje en un país en desarrollo.

1.2. Formulación del problema

De acuerdo a la situación económica que afronta el Municipio de Acacias, ¿Qué impacto genera la economía causada por las empresas comercializadoras de huevos en el Municipio de Acacias – Meta?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Determinar cuáles han sido los impactos económicos que han causado en las empresas comercializadoras de huevos respecto a la informalidad comercial que se han presentado en el Municipio de Acacias-Meta.

2.2. Objetivos específicos

- Describir los factores económicos y sociales que se consideran como las causas legalmente constituidas, respecto a la competencia que se generan con los vendedores informales.
- Conocer la percepción que tienen los empresarios de organizaciones legalmente constituidas, respecto a la competencia que generan con los verdaderos informales.
- Generar posibles estrategias que puedan ser utilizadas como incentivo en los avicultores productores de huevos para la creación legal de empresas en el Municipio de Acacias- Meta.

3. Justificación

En los últimos años la informalidad empresarial se ha entendido a partir del incumplimiento de una serie de obligaciones legales y de acceso a la economía formal, tales como el pago de la seguridad social de los empleados, la operación con contabilidad, obtención del Registro Mercantil y del Registro Único Tributario (Consejo Privado de Competitividad, 2017).

La informalidad es un problema latente que siempre ha estado presente en la estructura económica del país, a la cual se le atribuyen como posibles causas la debilidad estatal, la insuficiencia en la supervisión de los entes reguladores, la alta carga tributaria y costos de mantenerse en la formalidad, entre otras, siendo factores decisivos con los que deben lidiar las micro, pequeñas y medianas empresas que operan desde la legalidad. Estas son la base fundamental en el sistema productivo colombiano, pero según Rafael Puyana subdirector general sectorial del Departamento Nacional de Planeación (DNP) el 74.6% de las microempresas no están debidamente registradas al no contar con Registro Mercantil ni RUT, añadiendo que “tenemos que cambiar la mentalidad frente a la informalidad. Las empresas no son solo informales o formales. Por ejemplo, hay empresas que tienen registro mercantil, pero que contratan informalmente, otras declaran impuestos, pero no llevan una contabilidad seria. Así que el problema no es binario, sino que hay múltiples dimensiones de la informalidad” (Dinero, 2019).

En Colombia existen alrededor de un millón seiscientos veinte mil empresas (1.620.000), seis mil setecientos noventa y tres (6.793) grandes, ciento nueve mil (109.000) PYMES y un millón quinientos mil (1.500.000) microempresas (Economía Aplicada, 2019). Es importante considerar que las microempresas son aquellas que no tienen más de 10 trabajadores y no poseen activos superiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV); al ser este tipo de empresa el referente de la economía y así mismo, ser la gran mayoría de las constituidas en Colombia; es viable inferir que la informalidad presentada en todos los sectores económicos se concentra principalmente en ellas.

Lo anterior mencionado se relaciona con el impedimento de las empresas que no ven la necesidad de acogerse a los direccionamientos legales impuestos por el gobierno, influyendo de

forma contundente en el desarrollo de las actividades comerciales de empresas que cumplen con las normas vigentes. Esto en mayor medida se presenta debido a que ejercen presión competitiva al no incurrir en los gastos y costos implícitos en el sector formal, a pesar de no poseer una estructura sólida o tener ningún tipo de apalancamiento económico. Todo lo anterior da cabida a situaciones negativas para el progreso del estado, la sociedad y la economía en general, tal como lo son la evasión y elusión de impuestos y otras obligaciones, que les ofrecen la capacidad a los empresarios informales de establecer precios más bajos y afectando el punto de equilibrio de los diferentes sectores económicos. Según un estudio realizado por el Fondo Monetario Internacional la evasión de impuesto es la principal fuente de la informalidad ya que en Colombia el 39% evade el impuesto a la renta y el 23% evade impuesto de IVA, debido a la falta de supervisión de los organismos de control (Consejo Privado de Competitividad, 2017).

Son estas razones las que permiten establecer los argumentos necesarios que soportan este estudio; que tiene por objeto determinar las causas e impacto económico que abarca las empresas comercializadoras de huevos respecto a la informalidad, y así establecer las variables o factores que se ven involucrados en este planteamiento en el municipio de Acacias-Meta. Por tanto, partiendo de que la informalidad se presenta de forma parcial y total e impacta en la competitividad de las empresas que cumplen con las disposiciones legales, posteriormente se pretende realizar un análisis que permita generar propuestas, con las cuales se pueda propiciar un mejor contexto en la toma de decisiones gubernamentales y gremiales, contribuyendo con el cumplimiento de los principios y los cauces de la legalidad y de la formalidad.

La finalidad de este proyecto de investigación abarca como punto de referencia un cambio en la mentalidad del emprendedor llanero, buscando en mayor medida que fomente unas bases sólidas en la constitución de su empresa, adicionalmente, una transformación en la creencia colectiva de los empresarios y comerciantes en relación con la necesidad de la sociedad; a su compromiso con la formalización de sus actividades productivas, y sin lugar a dudas un espacio de impulso y estimulación del crecimiento económico, con un beneficio en doble vía, por un lado involucrando a los estudiantes de la facultad de contaduría pública a poner en práctica los conocimientos adquiridos en su proceso de formación académica; y por otro lado, que las personas que requieran de algún tipo de asesoría o acompañamiento en los trámites correspondientes tengan

acceso a ello, igualmente generar fuentes de información recientes y específicas que contengan los factores clave con las que podrán desarrollar sus actividades.

El epicentro de todas las actividades relacionadas y previamente planeadas con rigurosidad, tendrán como foco el municipio de Acacias, el cual está ubicado en la zona noroccidental del Departamento del Meta. Localizado a 28 kilómetros de la Capital Metense, Villavicencio. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, según censo 2005, estimó una población total para el 2018 de 73.640. Este Municipio limita en el Norte con el Municipio de Villavicencio; al noroccidente con el Municipio de Guayabetal, departamento de Cundinamarca; al Oriente con el Municipio de San Carlos de Guaroa; al Sur con el Municipio de Castilla La Nueva; Al Occidente con el Municipio de Guamal. (CCV, 2018).

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes

Comencemos mencionando que la avicultura es oficialmente mencionada como una actividad económica hace aproximadamente 95 años atrás. El gobierno de Colombia emitió la Ley 74 de 1926, noviembre 30, que establece la agrupación de granjas avícolas experimentales en cada uno de los departamentos del país y esta iniciativa se ve reforzada con la llegada del profesor español Salvador Castelló P., técnico avícola del Ministerio de Industria y profesor de la Escuela Oficial Española de Avicultura quien dicta conferencias las cuales se aprovecharon en 1934 y para el año 1943 se registraron mayor volumen de aves especializadas para postura, doble utilidad y de engorde.

La evolución de la industria avícola colombiana, a partir de 1950 hasta la actualidad ha logrado superar varias etapas de recuperación, adaptación, tecnificación e industrialización. Surgieron muchos avicultores e industriales, se establecieron compañías multinacionales productoras de pollo de engorde y para producción de huevos, entre otros.

A Colombia llegan médicos veterinarios españoles y otros profesionales de distintas nacionalidades expertos en esta actividad económica y fundan granjas que contribuyen con el crecimiento y desarrollo de la avicultura en nuestro país.

Ahora bien, llega la informalidad que es consecuencia de la cantidad de fuerza laboral que no puede ser absorbida por el sector formal y esto a su vez relacionado con la desigualdad en el ingreso, la pobreza, el consumo entre otros aspectos incidentes en esta problemática, pero a nivel empresarial impacta en la competitividad de las empresas debido a que los consumidores no tienen la capacidad adquisitiva para comprar los bienes o servicios ofrecidos por el sector formal, ya que sus precios suelen ser más altos.

Por otro lado, los autos empleados y los microempresarios encuentran enormes dificultades para acceder a los mercados y competir en igualdad de condiciones, dadas las barreras a la entrada

en los mercados formales; entre ellas se encuentran: financiamiento, educación y tecnología. Por esto para sobrevivir optan por evadir los costos, lo cual los lleva a la informalidad que ofrece la oportunidad de contar con negocio propio y una mínima inversión. (León & Caicedo, 2011).

Según (Hirschman, 1970), la evasión de las normas fiscales es más factible o rentable en el caso de pequeños empresarios y, por tanto, la informalidad se escoge como una estrategia alternativa a la del desarrollo de un negocio de manera formal. La "incapacidad" del estado para ejercer labores de fiscalización en el caso de pequeños negocios, lo contrario de lo que sucede en el caso de grandes empresas.

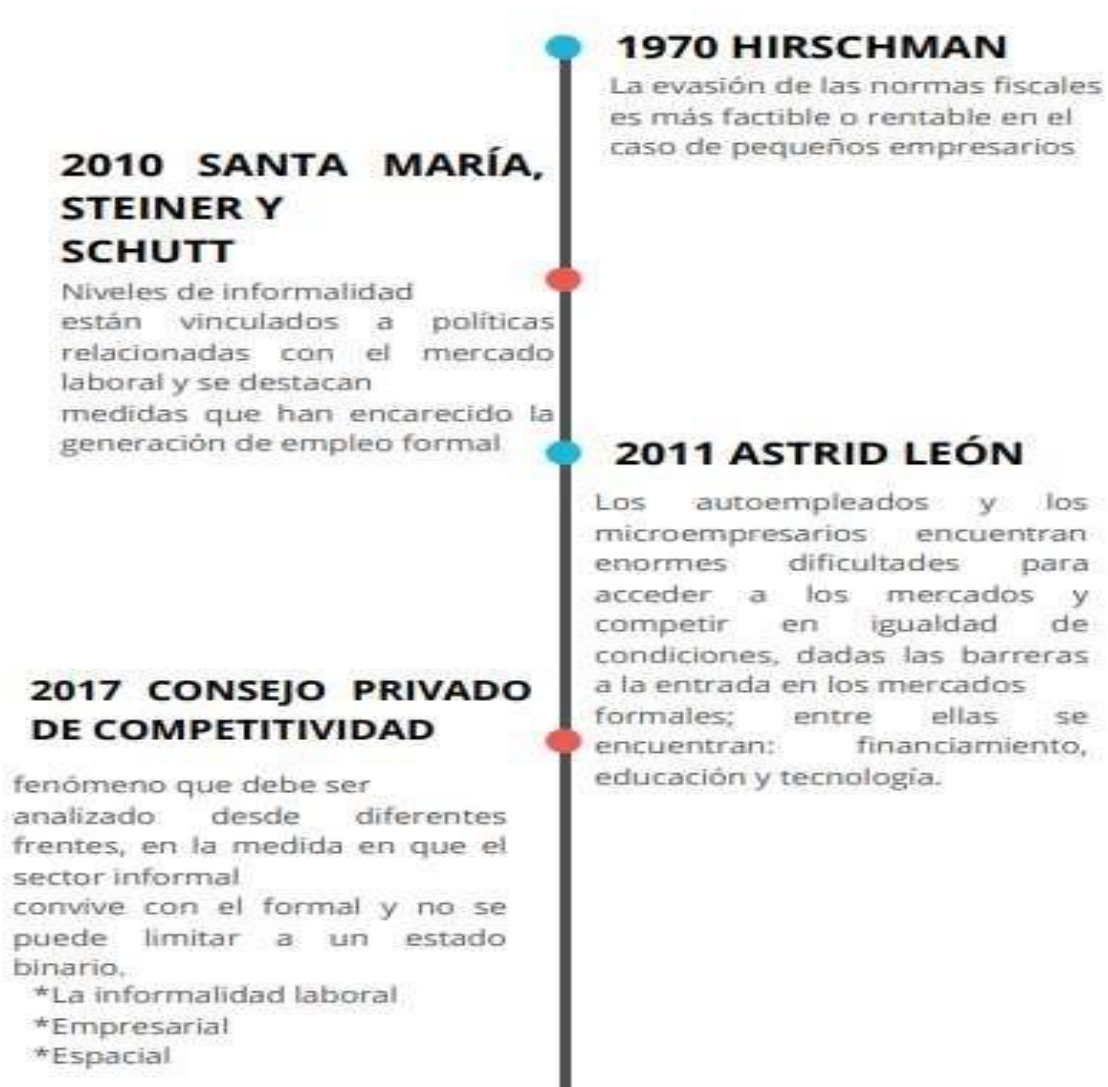
De acuerdo con Santa María, Steiner y Schutt (2010), en Colombia los altos niveles de informalidad están vinculados a políticas relacionadas con el mercado laboral y se destacan medidas que han encarecido la generación de empleo formal (aportes parafiscales, contribuciones de solidaridad en pensión y salud) y políticas que generan incentivos a permanecer en la informalidad.

Según el consejo privado de competitividad la informalidad es un fenómeno que debe ser analizado desde diferentes frentes, en la medida en que el sector informal convive con el formal y no se puede limitar a un estado binario. Por lo anterior, analiza la informalidad desde tres manifestaciones: la informalidad laboral, empresarial y espacial, donde la actividad informal obliga a que el costo y peso de la regulación recaiga sobre las empresas formales, e implica que las actividades informales no aportan al recaudo necesario para financiar los bienes públicos que son responsabilidad del Estado (Consejo Privado de Competitividad, 2017).

Se encuestaron a los consumidores para conocer sus niveles de preferencia hacia la economía informal en puntos tales como: lugar de compra, motivación y beneficios. Del total de encuestados, el 40% respondió que prefiere comprar en la calle porque los productos son los mismos que se ofrecen en un almacén de cadena, pero a un precio bajo. El 26,6% escogió los centros comerciales o almacenes de cadena por la calidad de la mercancía, el respaldo que trae consigo y el servicio al cliente. El 33,3% optó por ambos lugares, en consideración a la diversidad de productos con buenos precios y promociones en la calle o centros comerciales, ampliando el

rango de selección, y desde la óptica del menor precio se procede a la selección (León & Caicedo, 2011).

Básicamente la informalidad está relacionada con la producción debido a que, si se realiza a baja escala, no permite que el pequeño productor o comerciante pueda compensar los costos en los que se incurren al cumplir la norma y resulta más fácil eludirlos; esta es una de las posibles causas de la informalidad y aquí es donde se deben generar estrategias para impulsar esas empresas y encaminarlas a la formalidad, asimismo se pueden encontrar casos de empresas que no son totalmente formales, ósea no cumplen con todas las obligaciones que se adquieren al momento de constituir y entrar funcionamiento, concluyendo que hay varios niveles o dimensiones en que se presenta la informalidad.

Figura 1. Línea de Tiempo

Nota. por: (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2020)

Figura 2. Localización Geográfica del municipio de Acacias



Nota. Adaptado de Wikipedia (2021), recuperado de:

https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_del_%C3%A1rea_metropolitana_de_Villavicencio.svg).

En este municipio hay un total de 4.575 empresas registradas ante la Cámara de Comercio de Acacias, de las cuales 23 se dedican a la comercialización de huevos; siendo estas las principales beneficiadas con este estudio encaminado al análisis de la informalidad.

5. Compañías Avícolas Productoras de Huevos según Estatuto Tributario

Según el decreto 624 de 1989 (30 de marzo de 1989), “Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales”. Todas las actividades relacionadas con el sector avícola dentro del territorio nacional, están sujetos a cumplir con la obligación de sustancial del pago de impuestos, si aquellos hechos están vinculados a la generación de la carga tributaria, según lo contemplado en el artículo 420. De igual manera como se designa en el artículo 2; son contribuyentes aquellos sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación sustancial; y por ende, sobre quien recae la responsabilidad directa del pago del impuesto. Es de esta manera que para determinar cuáles son las cargas fiscales que se desprenden de la actividad avícola, se tienen en cuenta los artículos:

- Artículo 477. Bienes que se encuentran exentos del impuesto. Dentro de los productos de interés en el sector avícola están los indicados a continuación:

Figura 3. Bienes exentos de impuesto

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO
01.05.11.00.00	Pollitos de un día de nacidos.
02.07	Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, frescos, refrigerados o congelados
04.07.11.00.00	Huevos de gallina de la especie <i>Gallus domesticus</i> , fecundados para incubación.
04.07.19.00.00	Huevos fecundados para incubación de las demás aves
04.07.21.90.00	Huevos frescos de gallina
04.07.29.90.00	Huevos frescos de las demás aves

Nota. Adaptado de (Estatuto Tributario, 2020)

- Artículo 468-1. Bienes gravados con la tarifa del 5%. Productos del artículo que han sido considerados como los más importantes para el sector avícola. Dicho listado recoge

aproximadamente el 65% de los insumos que requiere el sector en la producción de los bienes exentos:

Figura 4. Bienes gravados con el 5%

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO
10.05.90	Maíz para uso industrial.
10.06	Arroz para uso industrial.
10.07.90.00.00	Sorgo de grano.
11.01.00.00.00	Harina de trigo o de morcajo (tranquillón).
11.02	Harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón).
11.04.12.00.00	Granos aplastados o en copos de avena.
12.01.90.00.00	Habas de soya.
12.07.10.90.00	Nuez y almendra de palma.
12.08	Harina de semillas o de frutos oleaginosos, excepto la harina de mostaza.
15.07.10.00.00	Aceite en bruto de soya.
15.11.10.00.00	Aceite en bruto de palma.
15.12.11.10.00	Aceite en bruto de girasol.
15.12.21.00.00	Aceite en bruto de algodón.
15.13.21.10.00	Aceite en bruto de almendra de palma.
15.14.11.00.00	Aceite en bruto de colza.
15.15.21.00.00	Aceite en bruto de maíz.
23.01	Harina, polvo y pellets, de carne, despojos, pescados o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana, chicharrones.
23.02	Salvados, moyuelos y demás residuos del cenizo, de la molienda o de otros tratamientos de los cereales o de las leguminosas incluso en pellets.
23.03	Residuos de la industria del almidón y residuos similares, pulpa de remolacha, bagazo de caña de azúcar y demás desperdicios de la industria azucarera, heces y desperdicios de cervecera o de destilería, incluso en pellets.
23.04	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en pellets.
23.05	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de mani cacahuete, cacahuete, incluso molidos o en pellets.
23.06	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas o aceites vegetales, incluso molidos o en pellets, excepto los de las partidas 23.04 o 23.05.
23.08	Materias vegetales y desperdicios vegetales, residuos y subproductos vegetales, incluso en pellets, de los tipos utilizados para la alimentación de los animales, no expresados ni comprendidos en otra parte.
23.09	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales.
84.36.21.00.00	Incubadoras y criadoras.
84.36.29	Las demás máquinas y aparatos para la avicultura.
84.36.91.00.00	Partes de máquinas o aparatos para la avicultura.

Nota. Adaptado de: (Estatuto Tributario, 2020)

- Artículo 424. Bienes que no causan el impuesto. Listado de cereales, frutas, hortalizas y algunos productos que son del interés del sector avícola:

•
Figura 5. Bienes que no causan el impuesto

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO
27.11.11.00.00	Gas natural licuado.
27.11.12.00.00	Gas propano, incluido el autogás.
27.11.13.00.00	Butanos licuados.
27.11.21.00.00	Gas natural en estado gaseoso, incluido el biogás.
27.11.29	Gas propano en estado gaseoso y gas butano en estado gaseoso, incluido el autogás.
27.16	Energía eléctrica.
29.36	Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis (incluidos los concentrados naturales) y sus derivados utilizados principalmente como vitaminas, mezclados o no entre sí o en disoluciones de cualquier clase.
29.41	Antibióticos.
30.01	Glándulas y demás órganos para usos opoterápicos, desecados, incluso pulverizados, extracto de glándulas o de otros órganos o de sus secreciones, para usos opoterápicos, heparina y sus sales, las demás sustancias humanas o animales preparadas para usos terapéuticos o profilácticos, no expresadas ni comprendidos en otra parte.
30.03	Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 o 30.06) constituidos por productos mezclados entre sí, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor.
30.04	Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 o 30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados o acondicionados para la venta al por menor.
31.01	Abonos de origen animal o vegetal, incluso mezclados entre sí o tratados químicamente, abonos procedentes de la mezcla o del tratamiento químico de productos de origen animal o vegetal.
84.33.60	Máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas.

Nota. Adaptado de: (Estatuto Tributario, 2020)

6. Compañías avícolas productoras de huevos según Código de Comercio

Las actividades comerciales que se realicen en cualquier lugar del territorio nacional, deben cumplir con una serie de lineamientos legales de carácter nacional, departamental y municipal, de manera que se cumplan con los principios de igualdad y equidad respecto a la competitividad en los diferentes sectores económicos del país.

Dentro de las disposiciones establecidas por el gobierno nacional, se deben tener en cuenta las regulaciones a las que la Cámara de Comercio da cumplimiento; en su funcionamiento si bien es cierto que es de carácter nacional, se encuentra delegado a diferentes seccionales del mismo, que se responsabilizan por las actividades de manera departamental y municipal. En el caso del planteamiento central del presente proyecto de investigación, se tendrán en cuenta las reglamentaciones que competen a la Cámara de Comercio de Villavicencio quien es responsable del municipio de Acacias-Meta.

Es por este motivo que se contextualizará el paso a paso, y los procedimientos subsecuentes a las funciones que este ente regula para el sector avícola productor de huevos. En los cuales encontramos:

- Generalidades del Registro Mercantil: Requisitos para matriculas de personas naturales y jurídicas:
 1. Copia cédula de ciudadanía al 150%
 2. Copia del RUT si alguna vez lo ha solicitado o PRE RUT en el caso de nunca haber sido solicitado
 3. El trámite de la matrícula debe realizarse personalmente o mediante apoderado debidamente acreditado.

Lo anterior en cumplimiento a los Artículos 36 y 40 del Código de Comercio.

- Persona Natural:

1. ¿Qué personas naturales se deben matricular en la Cámara de Comercio?

Se deben matricular todas las personas naturales que realicen en forma permanente o habitual actividades mercantiles. Por ejemplo, quien compra y vende mercancías o tiene un establecimiento de comercio.

2. ¿Cuándo se debe realizar la matrícula mercantil?

La matrícula de la persona natural debe efectuarse dentro del mes siguiente a la fecha en la cual se empezó a ejercer el comercio.

3. ¿Dónde se debe matricular?

La persona natural podrá presentar su solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde se encuentra domiciliada o en cualquier otra Cámara de Comercio a nivel nacional.

4. Requisitos.

- Formulario debidamente diligenciado.
- Preinscripción en el RUT o fotocopia del RUT.
- Fotocopia ampliada a 150% de la cédula de ciudadanía.
- Anexo CAE (Solo para matriculas con domicilio en Villavicencio).

5. Importancia de la matrícula.

- Permite cumplir con los deberes del comerciante.
- El certificado expedido por la Cámara de Comercio permite acreditar la
- condición de comerciante.

- La matrícula es una fuente de información comercial a la cual pueden acudir quienes deseen conocer la actividad económica, referencias y solvencia económica del inscrito o matriculado.

- Es un requisito para la admisión a concordato preventivo de la persona natural.
- Permite ingresar a la gran base de datos de la Cámara de Comercio de Villavicencio.
- Facilita la Obtención de créditos en el sector financiero.

6. ¿Cuándo debe renovarse?

Entre los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales.

Para la renovación de la matrícula es necesario diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en cualquiera de nuestras Sedes y cancelar los derechos de ley. Recuerde que la información financiera debe corresponder al balance cortado a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

7. Modificación de la información.

Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o la renovación del establecimiento, debe solicitarse por escrito, al documento se le realizara presentación personal ante Cámara (solo cedula original) o reconocimiento de documento ante juez o notario.

La solicitud de modificación se presentará en cualquiera de nuestras Sedes y si es del caso, se reajustarán los derechos de matrícula correspondientes.

Clases de Modificación:

- Actividad Económica.
- Dirección Comercial o de Notificación Judicial.
- Adición o disminución de activos.

RRP-080 Solicitud de Cambio de la información en el registro mercantil.

RRP-176 Solicitud de cambio de la información financiera en el Registro Mercantil.

Establecimiento de Comercio:

1. ¿Qué es un establecimiento de comercio?

Es un conjunto de bienes organizados por el empresario o comerciante en un sitio determinado para el desarrollo de sus actividades económicas (Tiendas, supermercados, almacenes bodegas, fabricas, plantas industriales, factorías, etc.)

2. ¿Cuándo se debe matricular?

El establecimiento de comercio debe matricularse dentro del mes siguiente a la fecha en que inició actividades.

3. ¿Dónde se debe matricular?

La solicitud de matrícula se debe presentar en cualquier sede de la Cámara de Comercio del país.

4. Matrícula del propietario del establecimiento.

Conforme a la ley, el propietario del establecimiento de comercio tiene el deber de realizar su matrícula mercantil.

5. Requisitos:

- Formulario del registro único empresaria y social RUES.

- Anexo CAE (Solo para matriculas con domicilio en Villavicencio).

6. Importancia de la matrícula.

- La matrícula de los establecimientos de comercio facilita la prueba de su propiedad, mediante el certificado que expide la Cámara de Comercio.
- Mientras esté vigente la matrícula, no se podrán registrar otros establecimientos de comercio o sociedades con el mismo nombre.
- Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio o las autoridades locales.
- Es una fuente de información comercial para quienes deseen conocer los datos del establecimiento (actividad, ubicación, valor, etc.).
- Permite ingresar a la gran base de datos de la Cámara de Comercio del País.
- Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

7. ¿Cuándo debe renovarse?

Entre los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales.

Para la renovación de la matrícula es necesario diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en cualquiera de nuestras Sedes y cancelar los derechos de ley. Recuerde que la información financiera debe corresponder al balance cortado a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

8. Modificación de la información.

Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o la renovación del establecimiento, debe solicitarse por escrito, al documento se le realizara presentación personal ante Cámara (solo cedula original) o reconocimiento de documento ante juez o notario.

La solicitud de modificación se presentará en cualquiera de nuestras Sedes y si es del caso, se reajustarán los derechos de matrícula correspondientes.

9. Clases de Modificación:

- Nombre Comercial.
- Actividad Económica.
- Dirección Comercial o de Notificación Judicial.
- Adición o disminución de activos.

RRP-080 Solicitud de Cambio de la información en el registro mercantil.

RRP-176 Solicitud de cambio de la información financiera en el Registro Mercantil.

Persona Jurídica:

1. ¿Qué es la matrícula mercantil?

Es el registro de la sociedad en la Cámara de Comercio de su domicilio principal, a través de un formulario especial donde se consignan datos importantes de la sociedad como su dirección, teléfonos, actividad económica y situación financiera, entre otros.

2. ¿Dónde se debe matricular?

La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio de la jurisdicción en el lugar donde va tener su domicilio principal.

3. ¿Cómo efectuar el registro de la escritura y la matrícula de la sociedad?

Presentar la copia pertinente de la escritura pública otorgada en la notaria correspondiente o documento privado (según sea el caso), junto con el formulario de matrícula, anexo DIAN

diligenciado con la información solicitada de manera exacta y real. Evite tachones y enmendaduras. Le sugerimos leer detenidamente las instrucciones del formulario antes de diligenciarlo.

Realizar preinscripción DIAN, ya sea en nuestra sede del centro o por internet en la página de la Dian www.dian.gov.co, en este sitio debe dirigirse al ítem nuevo RUT y luego en el ítem Inscribir RUT Nuevos comerciantes que aún no cuentan con el NIT (Número de identificación tributaria) y que requieren el registro mercantil.

El documento de preinscripción Dian debe ser presentado personalmente por el representante legal de la Persona Jurídica o debe realizar reconocimiento de documento ante Juez o Notario.

Cancelar el valor de los derechos de inscripción por la escritura pública y por la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad.

La Inscripción de la escritura de constitución o documento privado de constitución causa adicionalmente un Impuesto de Registro a favor de los departamentos de la jurisdicción, para el departamento del Meta, en una tarifa del 1%, esto sobre el valor del capital.

Si la sociedad estará domiciliada en la ciudad de Villavicencio, deberá presentar formato del CAE y solicitar un turno para el mismo en nuestra oficina principal de la avenida 40.

4. Importancia de la matrícula y del registro de la sociedad.

- Permite cumplir con los deberes del comerciante.
- Con el certificado expedido por la Cámara se acredita la existencia de la sociedad y los nombres de los administradores (representantes legales, junta directiva, revisores fiscales, etc.).
- La matrícula es una fuente de información comercial a la cual pueden acudir quienes deseen conocer datos de la sociedad, como actividad económica, referencias y solvencia económica, patrimonio.

- Evita que otras sociedades o establecimientos de comercio con el mismo nombre puedan matricularse en esta Cámara.
- Es un requisito para la admisión a la promoción del acuerdo de reestructuración de que trata la Ley 550 de 1999.
- Facilita el proceso de inscripción en el Registro de Proponentes.
- Facilita contactos comerciales directos con proveedores y clientes.
- Permite ingresar a la gran base de datos de la Cámara de Comercio de Villavicencio.
- Facilita la obtención de créditos en el sector financiero.
- Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

5. ¿Cuándo debe renovarse?

Entre los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales.

Para la renovación de la matrícula se debe diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en cualquiera de nuestras Sedes y cancelar los derechos respectivos. Recuerde que la información financiera debe corresponder al balance cortado a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

6. Modificación de la información de la matrícula.

Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o renovación, debe solicitarse por escrito.

Cuando la modificación se refiera a la información financiera, deberá diligenciarse un nuevo formulario que contenga el estado actualizado de estos datos, y, además, acompañar certificación o balance suscrito por el contador de la sociedad o el revisor fiscal.

La solicitud de modificación se presentará en cualquiera de nuestras Sedes y si es del caso, se reajustará y cancelará el valor de la matrícula.

RRP-080 Solicitud de Cambio de la información en el registro mercantil.

RRP-176 Solicitud de cambio de la información financiera en el Registro Mercantil.

7. ¿Qué es una sociedad?

Es un contrato o acuerdo que surge entre dos o más personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas por la empresa.

Una vez constituida la sociedad por escritura pública, forma una persona jurídica independiente de sus asociados, la cual debe matricularse en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar pactado como domicilio social.

8. ¿Cómo se constituye una sociedad?

Toda sociedad se constituye por escritura pública o por documento privado, cualquiera que sea su objeto social y debe contener los siguientes requisitos:

- Nombre, apellidos, identificación y domicilio de los socios.
- Clase de sociedad que se constituye. Por ejemplo: Sociedad Unipersonal o Pluripersonal, Sociedad Anónima, Sociedad Limitada, Sociedad en Comandita simple, Sociedad en Comandita por Acciones.
- Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.
- Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad.
- Objeto social: una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizará la sociedad.

- Vigencia o término de duración precisa de la sociedad o duración indefinida para las sociedades que se constituyan por documento privado.
- Las sociedades que se constituyen por documento privado deben precisar que tienen menos de 10 trabajadores o que su capital no es mayor a 500 SMLMV.
- Capital social: Se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido. En las sociedades anónimas y en comandita por acciones, el monto del capital autorizado, la parte del capital que se suscribe y se paga en el acto de constitución. En las sociedades limitadas, colectivas, o en comandita simple, se debe indicar el valor que cada uno aporta y el número de cuotas o partes de interés correspondiente.
- La forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.
- Causales de disolución: enunciar las causales de disolución anticipada de la sociedad y forma de efectuar la liquidación.
- Época de inventarios y balances.
- Distribución de excedentes (utilidades o dividendos).
- Reservas: forma de efectuarlas (legal y/o convencional).
- Época y forma de convocar la asamblea, la junta de socios y junta directiva a sesiones ordinarias y extraordinarias (es decir, la antelación, medio para realizar la convocatoria y la persona u órgano que puede convocar a los asociados).
- Facultades y obligaciones de los revisores fiscales si el cargo está previsto en la ley o en los estatutos.
- Nombramientos: El nombre y apellidos e identificación de los representantes legales, miembros de junta directiva, revisores fiscales, según el caso. Si se trata de una sociedad anónima o en comandita por acciones debe contener adicionalmente el nombramiento de la junta directiva y revisores fiscales, con indicación de su identificación.
- Cláusula compromisoria: sugerimos la siguiente redacción: "Toda

- controversia o diferencia relativa a este contrato y a su ejecución, liquidación o interpretación, se resolverá por un Tribunal de Arbitramento, que se sujetará al reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Villavicencio, de acuerdo con las siguientes reglas:
 - ✓ El Tribunal está integrado por (número impar de árbitros), designados por la Cámara de Comercio de Villavicencio.
 - ✓ El tribunal decidirá en: derecho o en equidad.

9. Recomendaciones.

- Antes de asignarle nombre a la sociedad verifique que en esta Cámara de Comercio no exista registrado un nombre igual o similar al que se va a utilizar. (visite la página web: www.rue.com.co)
- Si las personas designadas para ocupar los cargos de junta directiva, representantes legales, revisores fiscales, no son socios o comparecientes al acto de constitución, debe anexar copia de las cartas de aceptación con el número del documento de identidad de cada uno.
- En caso de aportes de bienes inmuebles al capital social, debe hacerse una descripción clara de cada inmueble que incluya linderos y número de matrícula inmobiliaria, en estos casos, debe acreditar el pago del Impuesto de Registro que es liquidado y recaudado en la correspondiente oficina de Registro de Instrumentos Públicos.
- Si el subgerente va a ejercer funciones de representación legal o es el suplente del gerente, debe indicarse expresamente en los estatutos.
- Si los socios son sociedades nacionales o extranjeras, es necesario indicar el número de identificación tributaria (NIT), domicilio, documento de constitución y nombre del representante legal.

4. Comercio de Acacias frente al Covid-19

El municipio de Acacias-Meta, dando cumplimiento a las medidas implementadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, en cabeza del gobierno nacional; da emitido el Decreto No. 097 (31 de mayo de 2020) “Por medio del cual se acoge en el municipio de Acacias - Meta, las instrucciones impartidas en el decreto nacional No 749 del 28 de mayo del 2020”.

Siendo este decreto el eje principal en las disposiciones implementadas por la administración municipal, en materia de protocolos de seguridad y sanidad reglamentarios para garantizar el bienestar de los ciudadanos del municipio. Dentro de éste, se tendrán en cuenta los artículos relacionados con el sector avícola productor de huevos en el municipio.

- Artículo Primero: Acoger en el Municipio de Acacias - Meta, las medidas transitorias adoptadas por el Gobierno Nacional en el Decreto 749 del 28 de mayo 2020 “Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID19 y el mantenimiento del orden público”, y la Gobernación del Meta Decreto 280 del 30 de mayo del 2020 “Por el cual se acoge el Decreto N° 749 del 28 de mayo de 2020 y se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del coronavirus covid-19 y el mantenimiento del orden público” y se dictan otras disposiciones”.
- Artículo Cuarto: Para que el aislamiento preventivo obligatorio garantice el derecho a la vida, a la salud en conexidad con la vida y la supervivencia, en el marco de la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19, se permitirá el derecho a la circulación de las personas en los siguientes casos o actividades y todas aquellas establecidas en el Decreto Nacional 749 de 2020:
 - ✓ Numeral 9. La cadena de producción, abastecimiento, almacenamiento, transporte, comercialización y distribución de: (i) insumos para producir bienes de primera necesidad; (ii) bienes de primera necesidad -alimentos, bebidas, medicamentos, dispositivos médicos, aseo, limpieza, y mercancías de ordinario consumo en la población-, (iii) reactivos de laboratorio, y (iv) alimentos, medicinas y demás productos

- para mascotas, así como los elementos y bienes necesarios para atender la emergencia sanitaria así como la cadena de insumos relacionados con la producción de estos bienes.
- ✓ Numeral 10. La cadena de siembra, fumigación, cosecha, producción, empaque, embalaje, importación, exportación, transporte, almacenamiento, distribución y comercialización de: semillas, insumos y productos agrícolas, pesqueros, acuícolas, pecuarios y agroquímicos fertilizantes, plaguicidas, fungicidas, herbicidas, y alimentos para animales, mantenimiento de la sanidad animal, el funcionamiento de centros de procesamiento primario y secundario de alimentos, la operación de la infraestructura de comercialización, riego mayor y menor para el abastecimiento de agua poblacional y agrícola, y la asistencia técnica. Se garantizará la logística y el transporte de las anteriores actividades. Así mismo, las actividades de mantenimiento de embarcaciones y maquinaria agrícola o pesquera.
 - ✓ Numeral 11. La comercialización presencial de productos de primera necesidad se hará en abastos, bodegas, mercados, supermercados mayoristas y minoristas y mercados al detal en establecimientos y locales comerciales a nivel nacional, y podrán comercializar sus productos mediante plataformas de comercio electrónico y/o para entrega a domicilio.
- Artículo Quinto: Los establecimientos y locales comerciales de minoristas, mayoristas, de alimentación, de bebidas, de productos y bienes de primera necesidad, ópticas, entidades bancarias y financieras, empresas de mensajería, productos de aseo y de higiene, de alimentos y medicinas para mascotas, suministro de materiales e insumos para la ejecución de las obras, y demás actividades económicas y sociales podrán estar abiertos al público en el siguiente horario: lunes a sábado de 07:00 a.m. hasta la 05:00 p.m. y el día domingo en el horario de 7:00 a.m. hasta la 1:00 p.m.

Dichos artículos tienen vigencia y validez en el municipio de Acacias desde el momento de su expedición, en que se acatan las diferentes normativas impuestas por el Ministerio de Salud y Protección Social como lo son:

- ✓ La Resolución 666 de 2020 (24 Abril 2020) “Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19”.
- ✓ La Resolución 223 de 2021 (25 Febrero 2021) “Por medio de la cual se modifica la Resolución 666 de 2020 en el sentido de sustituir su anexo técnico”

5. Marco Legal

Tabla 1. Normatividad – Marco Legal

NORMATIVIDAD	DESCRIPCION
Constitución Política de Colombia	Artículo 95. Toda persona está obligada a cumplir la Constitución y las leyes. Son deberes de la persona y del ciudadano: 9. Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad.
Ley 590 de 2000	Propende por una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas. Lo anterior facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios (tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la venta de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional), la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales
Ley 232 y ley anti trámites.	Dicta las disposiciones sobre los requisitos que deben cumplir los establecimientos comerciales para ser formales. En particular, la ley reglamenta que los requisitos obligatorios para el ejercicio de comercio por parte de una empresa son: (i) cumplir con normas referentes al uso del suelo e intensidad auditiva expedida por la autoridad competente del respectivo municipio; (ii) cumplir con las condiciones sanitarias dispuestas por la ley 9 de 1979; (iii) poseer matrícula mercantil vigente; (iv) comunicar a las oficinas de planeación la apertura del establecimiento; y (v) para los establecimientos que ejecuten públicamente obras musicales, comprobantes de pago según lo dispuesto por la ley 23 de 1982.
Ley 1450 del 2011	Formalizar el empleo y reducir los índices de pobreza y prescribe entre los mecanismos para su ejecución, la igualdad de oportunidades para la prosperidad social
Ley 1429 de 2010	Fijó los parámetros para la formalización y la generación de empleo, definiendo como informalidad por subsistencia “aquella que se caracteriza por el ejercicio de una actividad por fuera de los parámetros legalmente constituidos, por un individuo, familia o núcleo social para poder garantizar su mínimo vital”
Decreto 567 De 2014	Se estructura la red nacional de formalización laboral y se dictan otras disposiciones.
Decreto 4910 de 2011	Promover la creación de nuevas pequeñas empresas y la reanudación de la actividad por parte de las preexistentes que se encuentren inactivas a la vigencia de la ley.

Nota: Clasificación de leyes. por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2020)

6. Marco Metodológico

El planteamiento de esta investigación requiere que el enfoque de la misma se desarrolle desde un modelo descriptivo-explicativo para dar alcance a los objetivos propuestos, ya que se pretende identificar el impacto económico de la informalidad en la comercialización de huevos, sino también por la necesidad inherente de analizar el contexto y las situaciones que incitan a la existencia de las mismas. En consecuencia, la metodología tendrá un carácter mixto (cualitativo y cuantitativo), en cuanto a la recopilación y posterior análisis de la información, enriqueciendo y fortaleciendo el proceso investigativo y dando elementos contundentes al resultado final y por ende respuesta a la pregunta principal del proyecto de investigación.

El método a cumplir dará inicio con un recorrido teórico de los antecedentes y fundamentos de la avicultura en Colombia, brindándole un enfoque específico en materia de informalidad incidente en dicho sector. En cuanto a las fases contenidas en el proyecto se establecen tres, que corresponden al manejo de la información objeto de investigación, clasificándose en: descriptiva, explicativa y propositiva, funcionando como pilares para los procedimientos definidos.

Fase 1. Se identificarán los usuarios (comercializadores y consumidores) dentro de la población del Municipio de Acacias- Meta, en el que serán parte fundamental en el desarrollo de nuestra investigación.

Fase 2. Se elaborarán encuestas como método analítico a los usuarios identificados en la fase No. 1, en el que desarrollaremos preguntas específicas acerca de las causas, problemáticas y efectos de la formalidad Vs informalidad económica en la avicultura en el Municipio de Acacias - Meta.

Fase 3. Teniendo en cuenta las respuestas de la fase anterior, estudiaremos y concluiremos por medio de análisis comparativos y distintas graficas nuestra problemática propuesta.

6.1. Desarrollo del Proceso Metodológico

Una vez definidas y formuladas las fases del proceso metodológico; en los ítems anteriormente mencionados, se procede a dar inicio a la ejecución y desarrollo de cada una de ellas, poniendo en marcha estrategias prácticas en el proceso.

6.1.1. Desarrollo Fase 1.

Se identificarán los usuarios (comercializadores y consumidores) dentro de la población del Municipio de Acacias- Meta, en el que serán parte fundamental en el desarrollo de nuestra investigación.

En el proceder de esta fase se identificará el grado de formalidad con el que cuentan las empresas que participen de la investigación, categorizándolas en: Formal, Parcialmente Formal e Informal. Además de profundizar en los impedimentos y motivaciones que llevan a cada una de ellas a encontrarse en su correspondiente categoría, y de esta manera identificar las causales principales que convergen como común denominador en el pensamiento colectivo de los empresarios del municipio. Es así que se precisará de la siguiente actividad:

Encuestas: Diseño y aplicación de un formato de encuesta dirigidas para 15 empresas informales que se encuentran distribuidas por todo el municipio y a 15 empresas de comercialización de huevos; que cumplen con la inscripción del Registro Mercantil y su correspondiente actualización en el municipio de Acacias, siendo una herramienta para la captación de datos referentes. En definitiva, será un primer paso para establecer las causas reales que han repercutido en un aumento considerable de la informalidad.

6.1.2. Desarrollo Fase 2.

Se elaborarán encuestas como método analítico a los usuarios identificados en la fase No. 1, en el que desarrollaremos preguntas específicas acerca de las causas, problemáticas y efectos de la formalidad Vs informalidad económica en la avicultura en el Municipio de Acacias - Meta.

En lo que respecta a esta fase, el ideal es encontrar una herramienta que facilite obtener mayor y mejor información con base a la problemática central, por ello es indispensable ejecutar un análisis que la abarque desde diferentes perspectivas y experiencias; es de esta manera que se empleará la siguiente actividad como medio para dicho fin:

Entrevista: Implementación de entrevista planificada para abordar a los diferentes tipos de usuarios y clientes de este producto específicamente, considerado como indispensable en la canasta familiar. Facilitando el proceso de conocimiento y percepción que tienen las personas naturales desde su perspectiva sobre la problemática, adicionalmente recolectando información clave en cuanto a sus costumbres de compra, selección del producto, tendencias y regularidad en sus adquisiciones, y primordialmente sus preferencias de proveedor (Campesinos, Tiendas, Plaza de Mercado, Almacenes de Cadena, entre otros).

6.1.3. *Desarrollo Fase 3.*

Teniendo en cuenta las respuestas de la fase anterior, estudiaremos y concluiremos por medio de análisis comparativos y distintas graficas nuestra problemática propuesta.

Por consiguiente, es esencial contar con una herramienta con la cual se pueda condensar la información referente a los aspectos legales y normativos, es justo para este proceso que se implementará una matriz que contendrá el listado de obligaciones que regulan las actividades de las empresas comercializadoras de huevos, donde encontramos distintos ámbitos como lo son: Existencia, Administrativo, Económico, Social, Producto y Espacial. Obligaciones y requerimientos que son atribuidos directamente al funcionamiento formal de una empresa de este tipo.

6.2. Población y Muestra

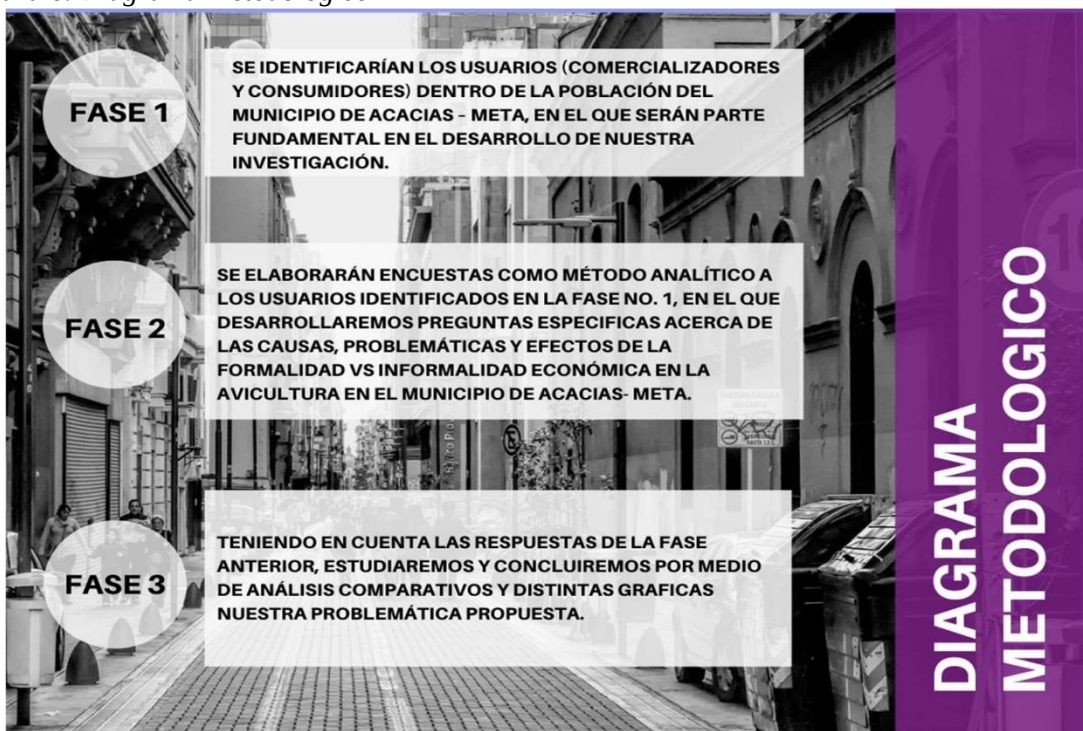
6.2.1. Población

La población a tener en cuenta en la presente investigación está conformada por las personas que tienen su lugar de residencia en el municipio de Acacias-Meta, y empresas conformadas legalmente cuya actividad comercial principal es la comercialización de huevos, también se cuentan en este grupo los comerciantes que operan desde la informalidad y/o cualquier tipo de vendedor.

6.2.2. Muestra

Para el estudio del impacto económico de las empresas avícolas productoras de huevos frente a la informalidad, se toma como muestra a 50 personas aleatoriamente de la población total debido a que esta es pequeña; lo que nos permite mejor aplicación de las herramientas utilizadas para la obtención de datos a su totalidad.

Figura 6. Diagrama Metodológico



Nota. por(Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021)

7. Estado Actual de las Empresas Avícolas Productoras de Huevos en Colombia

La actualidad en cuanto a los componentes socio-económicos de Colombia se han visto afectados en todos y cada uno de los sectores productivos del país, y la avicultura no podía ser la excepción; la Federación Nacional de Avicultores de Colombia o FENAVI por sus siglas, ha registrado un déficit por parte de las empresas avícolas productoras de huevos para el primer trimestre del 2021, el desabastecimiento de huevos en todo el territorio nacional oscila entre el 20% al 40%, debido al cierre del Valle del Cauca y Cauca, los cuales producen el 30% del huevo del país. En la capital del país, por ejemplo, se presenta un desabastecimiento en promedio del 24%, explica Gonzalo Moreno.

Asimismo, señaló que en otros departamentos se presenta una situación contraria puesto que los productos se encuentran represados, debido al Paro Nacional que tiene sometido el país como consecuencia de la Reforma Tributaria, la Reforma a la Salud y otras temáticas de vital importancia que propuso el Gobierno del presidente Iván Duque Márquez.

Por otra parte, desde algunas seccionales de FENALCO se ha reportado recientemente que, debido a los bloqueos en los corredores viales más importantes del país presentados desde el 28 de abril del año en curso, han traído como consecuencia la pérdida de aproximadamente doce millones de unidades de huevos (12.000.000), es por esta razón que el presidente de FENALCO, Jaime Alberto Cabal, comunicó un alza de precios que oscila entre el 10 y el 110 por ciento por las dificultades y las escases que se están atravesando, de manera que al ser un producto catalogado como indispensable en la canasta familiar, es en última instancia el pueblo colombiano el que mayor nivel de afectación debe afrontar en esta situación.

8. Resultados y Análisis

En relación con el cumplimiento del primer objetivo específico y con el fin de obtener los resultados correspondientes a éste, se ha diseñado un formato de encuesta que posteriormente ha sido aplicado a la muestra de la población previamente establecida, donde están clasificadas las personas naturales que cumplen con el rol de consumidores y clientes finales que se encuentran ubicados en el municipio de Acacias-Meta.

De la misma manera, en pro de la ejecución del segundo objetivo específico de ha planificado un formato de encuesta que va dirigido como tal a las empresas, comerciantes y vendedores, tanto formales como informales, teniendo en cuenta también la percepción de estos con relación a la problemática central del proyecto.

8.1. Estadísticas de Consumidores por Pregunta

1. ¿Con que frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio?

Tabla 2. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio?

PREGUNTA 1	
SIEMPRE	35
CASI SIEMPRE	12
A VECES	3
NUNCA	0

Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 7. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio?



Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021). Ver anexo encuestas.

Partiendo de los resultados obtenidos en esta primera pregunta, es posible afirmar que los huevos son un componente esencial de la canasta familiar, y que son en mayor medida las familias de estratos bajos las que más frecuencia presentan en el consumo de esta proteína. Se establece que el consumo diario de huevos es del 50%, un consumo más ocasional del 40% y un consumo poco regular de tan solo el 10%, infiriendo que efectivamente dentro del menú alimenticio este producto es de gran relevancia en la perspectiva del consumidor.

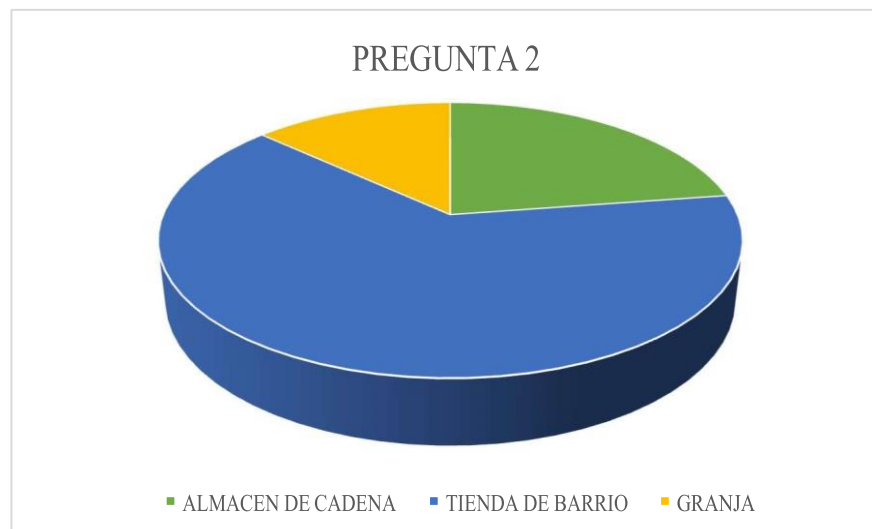
2. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/ unidad de huevos?

Tabla 3. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/unidad de huevos?

PREGUNTA 2	
ALMACEN DE CADENA	12
TIENDA DE BARRIO	34
GRANJA	7

Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 8. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/unidad de huevos?



Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021). Ver anexo encuestas.

Se denota la importancia que tiene para el consumidor final, la procedencia y calidad de los huevos que adquiere para el consumo de la canasta familiar, es por esta razón en mayor medida que se ve la preponderancia con que se brinda un apoyo a los campesinos que basan sus actividades económicas en la producción de huevos, ya que se garantiza un proceso natural libre de cualquier tipo de químicos y hormonas, haciendo que sus productos estén mejor posicionados en el mercado en comparación a los que ofrecen los almacenes de cadena.

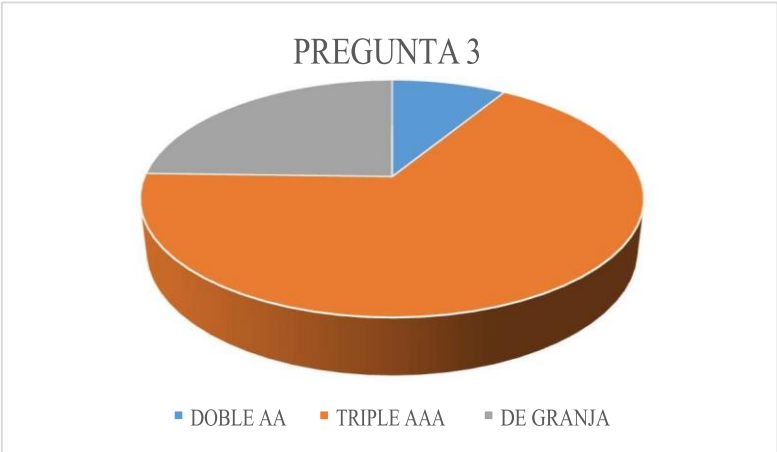
3. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?

Tabla 4. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?

PREGUNTA 3	
DOBLE AA	5
TRIPLE AAA	38
DE GRANJA	14

Nota: Respuestas a pregunta 3, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 9. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?



Nota: Respuestas a pregunta 3, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

En cuanto a preferencias por parte del consumidor, se evidencia que los productos de mayor acogida son los categorizados como huevos triples A, que tienen como características su tamaño considerablemente superior, su calidad y sabor en comparación con los de las otras categorías.

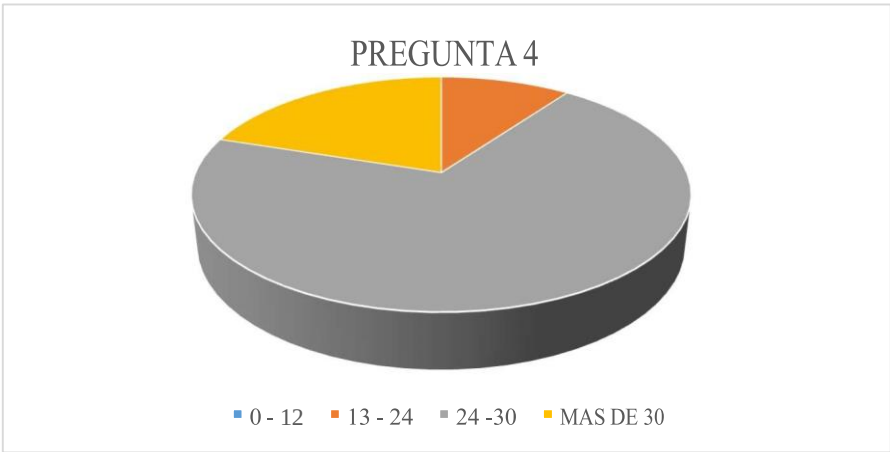
4. ¿En un promedio mensual cuantos huevos compra para su hogar?

Tabla 5. ¿En un promedio mensual cuántos huevos compra para su hogar?

PREGUNTA 4	
0 - 12	0
13 - 24	5
24 -30	35
MAS DE 30	10

Nota: Respuestas a pregunta 4, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 10. ¿En un promedio mensual cuántos huevos compra para su hogar?



Nota: Respuestas a pregunta 4, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Se puede identificar con claridad que, en el consumo mensual de la gran mayoría de consumidores, el huevo es uno de los productos de mayor inclusión en el menú alimenticio de las familias, presentándose un consumo promedio de una unidad en el día. Esto resalta el hecho de que el huevo es considerado un producto de primera necesidad en la canasta familiar y transversal a todos los estratos socio-económicos.

5. ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes?

Tabla 6. ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes?

PREGUNTA 5	
8.000 - 10.000	5
15.000 - 18.000	4
17.000 - 18.500	5
16.500 - 18.500	3
10.500	5
14.500	4
15.000- 19.000	10
13.000-17.000	5
13.000 - 16.000	9

Nota: Respuestas a pregunta 5, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 11. . ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes?



Nota: Respuestas a pregunta 5, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Este indicador no refleja la realidad del comportamiento de compra de los consumidores, esto se debe a las diferentes situaciones sociales que se han venido presentando desde el año 2020 hasta la actualidad, si bien es cierto que la crisis presentada por el COVID-19 fue un gran obstáculo para el sector productivo en general del país, también se están presentando otras situaciones controversiales como el paro nacional que han afectado considerablemente la producción por parte de los avicultores, y de la misma manera; la capacidad adquisitiva de las familias colombianas que no tienen la facultad de soportar económicamente la fluctuación de precios registrada en los últimos meses.

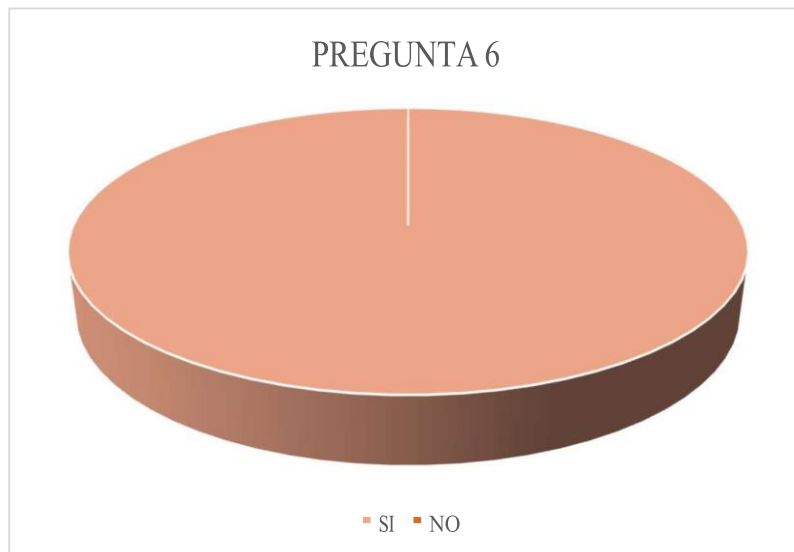
6. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad?

Tabla 7. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad?

PREGUNTA 6	
SI	50
NO	0

Nota: Respuestas a pregunta 6, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 12. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad?



Nota: Respuestas a pregunta 6, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

En definitiva, el comportamiento del consumidor se encuentra ligado directamente a su percepción en cuanto a la calidad del producto y no tanto en función de los precios que éste pueda tener, no tienen en cuenta otros factores como la formalidad, o el contexto adicional, solo buscan que la relación entre tamaño, calidad y conservación cumplan con sus estándares de consumo.

8.2. Estadísticas de las Empresas Informales por Pregunta

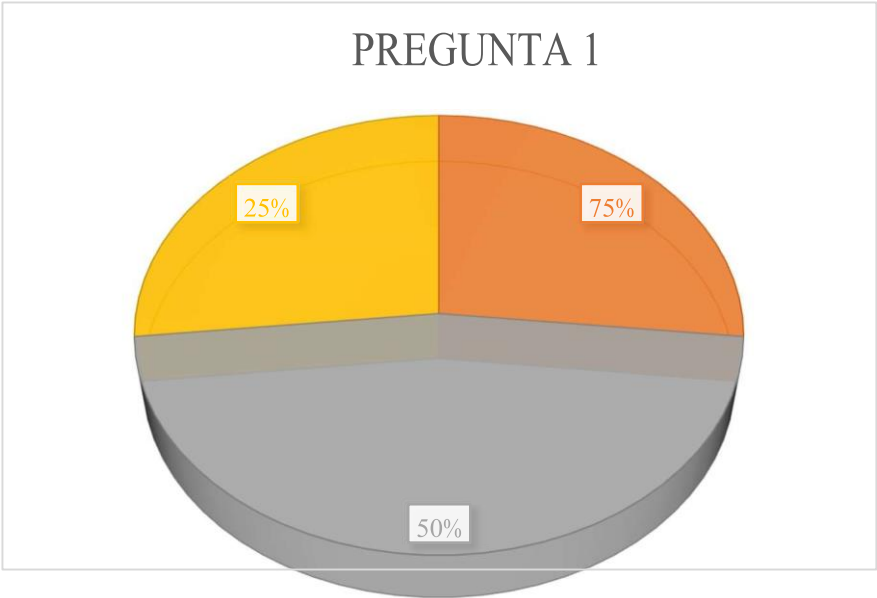
1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

Tabla 8. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?

PREGUNTA 1	
100%	0
75%	4
50%	7
25%	4
0%	0

Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 13. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo?



Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 01. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Uno de los factores más relevantes de la informalidad es la capacidad de elasticidad de precios que pueden aplicar a los productos, es por esto que vemos que la tendencia en cuanto a ganancias es igual o mayor al 50%, dando como punto de partida que el margen de beneficio desde el punto de vista de la informalidad es mucho mayor al que se puede presentar en las empresas legalmente constituidas.

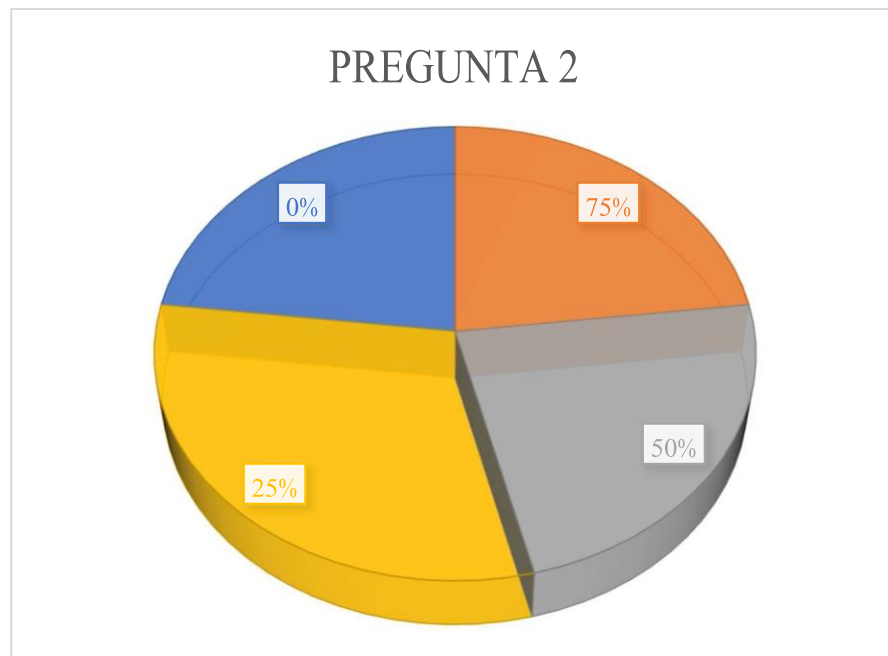
2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

Tabla 9. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

PREGUNTA 2	
100%	
75%	3
50%	3
25%	4
0%	3

Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 02. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 14. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?



Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 02. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

La percepción de los comerciantes y vendedores informales es muy dispareja con respecto a las consecuencias que ha traído para el sector económico la pandemia del COVID-19. Algunos de los participantes de esta investigación señalan que se han visto muy afectados, con motivo de las restricciones impuestas por el gobierno nacional o la administración municipal de Acacias, sin embargo; como contraparte algunos de ellos consideran que a pesar de la situación sus ventas se han mantenido estables o han disminuido muy poco.

3. ¿Qué beneficio tiene usted como empresa informal frente a las empresas legalmente constituidas?

La conclusión que puede generalizar toda dimensión de la informalidad, es básicamente el confort en materia de ahorro que les representa a los comerciantes el no cumplir con las disposiciones legales. Es una modalidad que da licencia a las personas de generar ingresos sin la necesidad de incurrir en gastos administrativos como lo son: los procesos de inscripción y registro en los diferentes órganos de control del estado, pago de arriendos, nómina, publicidad, servicios

públicos, además de la elusión fiscal y el tiempo que se requiere para realizar todas estas actividades anexas.

El ambiente socio-económico que ha creado la pandemia del COVID-19 ha sido epicentro del nacimiento de nuevos emprendimientos, que han optado por la informalidad, no solo por la inversión de tiempo y dinero mencionados anteriormente, sino también por las nuevas normativas que fueron impuestas por el gobierno con relación a: elaboración de protocolos de bioseguridad, adaptación de los establecimientos comerciales para las nuevas necesidades del distanciamiento social, equipos de sanidad y desinfección, sin contar los rigurosos controles a los que son sometidos y por último el dinero que implica realizar esta nueva inversión.

8.3. Estadísticas de las Empresas Formales por Preguntas

1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

Tabla 10. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

PREGUNTA 1	
100%	
75%	2
50%	7
25%	6
0%	

Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 15. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?



Nota: Respuestas a pregunta 1, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Desde el punto de vista de las empresas formales, la industria de la comercialización de huevos representa una rentabilidad sostenida muy importante en sus ingresos mensuales; siendo el volumen de ganancias de este producto porcentualmente del 25 al 50 por ciento, debido la gran demanda que se tiene en el mercado de este alimento de la canasta familiar.

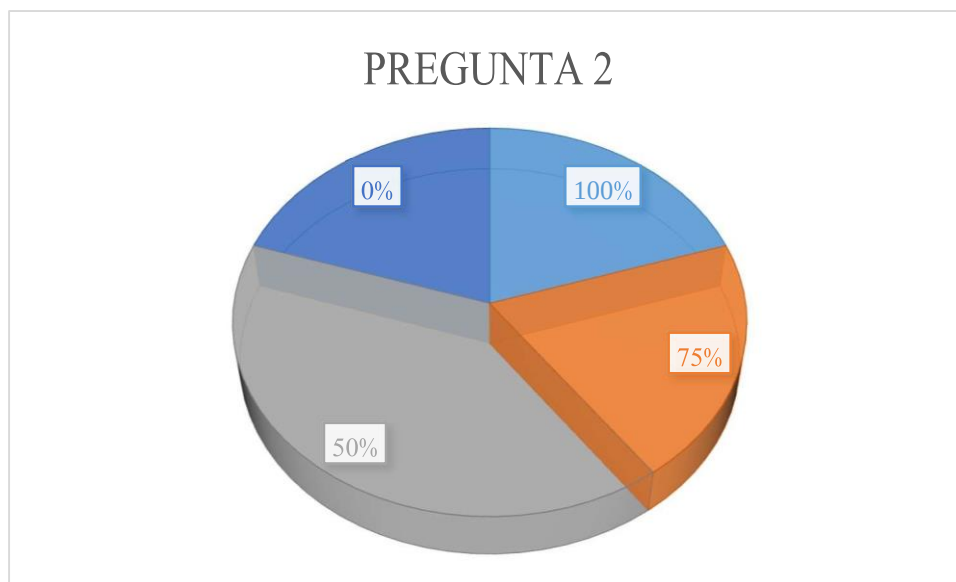
2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

Tabla 11. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

PREGUNTA 2	
100%	3
75%	3
50%	6
25%	
0%	3

Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 16. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?



Nota: Respuestas a pregunta 2, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

La relevancia de la pandemia por el COVID-19 ha sido transversal a todo tipo de actividad económica del país, el comportamiento de muchos sectores productivos como el de la comercialización de huevos ha presentado fluctuaciones importantes en los últimos meses. Viendo la situación desde un enfoque microeconómico en el municipio de Acacias, los comerciantes identifican que el impacto sufrido en su volumen de ventas teniendo en cuenta la emergencia sanitaria, ha oscilado entre el 50 y el 100 por ciento, en especial en el periodo en que se presencio el confinamiento total por un lapso de 4 meses, tiempo clave en el que la producción y comercialización de los huevos perdió su regularidad y por ende sus ingresos.

3. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?

Tabla 12. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?

PREGUNTA 3	
SI	15
NO	0

Nota: Respuestas a pregunta 3, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

Figura 17. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?



Nota: Respuestas a pregunta 3, Encuesta 03. Por (Laura Rodríguez, & Karen Castellanos, 2021).

La informalidad vista por los empresarios y comerciantes formales, revela una contundente postura negativa debido a la afectación en la competitividad y estabilidad que se ocasiona a raíz de la misma. Esto genera una opinión unificada, ya que consideran que la informalidad afecta no solo el volumen de ventas que dejan de percibir diariamente, sino también por la influencia que tienen estos comerciantes informales en el crecimiento de establecimientos que, si cumplen con sus obligaciones fiscales y legales, además del impedimento que simbolizan a la hora de hablar de pagos de arriendos, servicios públicos, nóminas y demás factores económicos.

Conclusiones

En síntesis, el fundamento principal de este proyecto de investigación parte de la necesidad de conocer e identificar los componentes y elementos de la informalidad, puntualmente en el sector económico de las empresas avícolas comercializadoras de huevos; todo esto en el ambiente actual del municipio de Acacias-Meta. La finalidad del presente es definir los parámetros sustanciales en la toma de decisiones, que supondrán un aliciente; en el objetivo de incentivar a la formalidad a las organizaciones que hoy por hoy, operan sin tener conocimiento de los aspectos positivos que les brinda acogerse al cumplimiento de las disposiciones legales. En la trayectoria propuesta para el avance de este proyecto se adquirieron los siguientes productos o entregables:

- Matriz que permite evidenciar la diversidad de las dimensiones a tener en cuenta en todas las obligaciones que contrae la formalidad, la cual tendrá como propósito ser fuente de información para las empresas informales que deseen iniciar este proceso de transición hacia la formalidad.
- Infografía que se empleará como herramienta de concientización para las empresas informales a continuar sus funciones en la formalidad; señalando los beneficios que les puede retribuir dar cumpliendo a la normatividad vigente, además de evitar futuros contratiempos para la empresa.

El desarrollo de las actividades planificadas brindó la posibilidad de contextualizar las condiciones que comprometen la perspectiva de los empresarios y los comerciantes, esto a su vez permitió medir el impacto de la informalidad que existe en el municipio de Acacias-Meta, la convergencia que existe desde los diferentes puntos de vista de los consumidores en cuanto a esta problemática, y por último, plantear estrategias para coadyuvar en la transición de la población informal a una categoría de legalidad y cumplimiento de la estructura económica planteada por el estado.

Recomendaciones

En primera medida, luego de finalizar todo el proceso planteado para dar solución al proyecto de investigación, es viable concluir que la informalidad tiene una fuerte presencia en el municipio de Acacias-Meta, esto se debe a que los componentes legales que ha impuesto el estado, no son lo suficientemente claros o en algunos casos beneficiosos para las personas que deciden iniciar con cualquier tipo de emprendimiento. Ver la viabilidad de iniciar un proyecto emprendedor con poco presupuesto y numerosos puntos de inflexión, encontrar un punto de equilibrio en la inversión inicial y el retorno de la misma y también todo lo relacionado con el desgaste administrativo que les representa; son elementos importantes que influyen drásticamente en la percepción de lo que implica realizar todo este engranaje desde la formalidad. En adición hay que tener en cuenta las circunstancias que rodean a los comerciantes informales, que los han llevado justamente a operar sin cumplir con las disposiciones legales que les corresponden, y por último la apreciación de este contexto por parte de los clientes y consumidores de este alimento de primera necesidad de la canasta familiar, no solo por la visual que se tiene sobre el comercio y el nivel de formalidad o informalidad del mismo, sino también por sus preferencias en cuanto a la competitividad en el mercado.

De esta manera se identificaron los siguientes aspectos a recomendar a las personas, empresas o vendedores que cumplen en su totalidad, en un grado intermedio o que realmente no cumplen con los procedimientos de legalidad y formalidad:

- Adquirir conocimientos de los registros, inscripciones o certificaciones con las que debe contar para cumplir ante los entes de control con los debidos procedimientos requeridos para cada uno de ellos.
- Mantener la información actualizada en todos y cada uno de los registros que son de obligatoriedad expresa ante los órganos de control.
- Concientizarse sobre los beneficios que conlleva estar debidamente registrado ante las bases de datos de los entes reguladores.
- Tener claridad en el tema fiscal y las responsabilidades que se tienen como ciudadano de declarar los debidos impuestos; sin que esto le implique directamente tener que asumir pagos en algunos de ellos.

- Sentar las bases legales de la constitución legal que puede significar a futuro, poder ser participe o beneficiario de cualquier tipo de subsidio o apoyo económico por parte del gobierno nacional.
- Documentarse sobre las alianzas que ofrecen los órganos de control con entidades como el SENA, para estar en constante capacitación y mejora continua en pro del crecimiento de su modelo de negocio.

Referencias Bibliográficas

- Amaya, J. S. (2020). Nequi lanzó una línea de préstamos especializada para esta población de hasta \$4,5 millones y con periodo de gracia de tres meses, Periódico La República, Recuperado de <https://www.larepublica.co/finanzas/como-acceder-a-un-credito-digital-de-nequi-paratrabajadores-independientes-de-hasta-45-millones-3014015>
- Cámara de Comercio de Cucuta – Observatorio Economico. (2013). Estudio sobre la informalidad empresarial en el municipio de cúcuta. Cucuta. Recuperado de <http://www.datacucuta.com/PDF/estudios-sectoriales/4.informalidad/ESTUDIO%20SOBRE%20LA%20INFORMALIDAD%20EMPRESARIAL%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20CdaCUTA.pdf>
- Cámara de Comercio de Villavicencio, (2021), Registro Mercantil Generalidades, Recuperado de <https://www.ccv.org.co/es/ipaginas/ver/G2/68/6-registro-mercantil/>
- Cámara de Comercio de Villavicencio. (2018). Caracterización industrial, comercial y de servicios del municipio de Acacias 2018. Obtenido de http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/Caracterizacion_empresarial_y_comercial_Acacias_2018_CCV.pdf
- Cárdenas, M., & Rozo, S. (2007). La informalidad empresarial y sus consecuencias: <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/802>
- Consejo Privado de Competitividad. (2017). Informalidad, una nueva vision para Colombia. Recuperado de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2017/11/CPC_InformalidadV03.pdf
- Economía Aplicada. (27 de 03 de 2019). 2019: ¿Cuántas empresas hay en Colombia? Recuperado de <http://economiaaplicada.co/index.php/10-noticias/1493-2019-cuantas-empresas-hayen-colombia> https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoinformality.pdf
- Galindo, M. y. (agosto, 2015). “Informalidad” en Serie de estudios economicos. https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoinformality.pdf
- Google Maps -Ubicación geográfica Villavicencio Meta. (2020). Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Villavicencio,+Meta/@4.0172576,-73.5702214,10.46z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3e2ddfb283211:0x537e40041d7b20c2!8m2!3d4.1491688!4d-73.6285475>

- Herrera Asociados Asesores empresariales. (21 de enero de 2020). Nueva clasificación de las empresas colombianas. Obtenido de <https://herreraasociados.co/2020/01/21/nuevaclasificacion-de-empresas-colombianas/>
- Hirschman, A. (1970). Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States. Harvard University Press.
- Jiménez Paneque, R. (1998). Metodología de la investigación; elementos básicos para la investigación clínica. https://www.academia.edu/19260318/Metodologia_de_la_investigacion_ROSA_JIM%C3%89NEZ_PANEQUE
- León Camargo, A. & Caicedo Mora, H. (2011). La economía informal en Villavicencio. Revista Finanzas y Política Económica. 3(2). 83-103. <https://www.redalyc.org/pdf/3235/323527256007.pdf>
- Morales Manchego, M. (24 de 07 de 2018). Impuestos a las empresas en el país, ¿qué tan pesados son? Diario El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/impuestos-que-pagan-las-empresas-en-colombia-247468>.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s.f.). empleo informal. <https://www.oitcinterfor.org/taxonomy/term/3366>
- Revista Dinero. (1 de 09 de 2019). ¿Ser Formal sí paga? Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/la-nueva-estrategia-para-formalizar-empresas-en-colombia/265895>
- Rivera, García. O. (2013), Amevea Colombia: 45 años de historia y logros, <https://www.elsitioavicola.com/articles/2480/amevea-colombia-45-años-de-historia-y-logros/>

Anexos

Anexo 1. Encuestas 01 a consumidores aplicada en Acacias- Meta.

 ENCUESTA # 1 Marque con una X la respuesta de su preferencia 1. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio? Siempre ☒ Casi siempre ☐ A veces ☐ Nunca ☐ 2. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/ unidad de huevos? Almacén de cadena ☐ Tienda de barrio ☒ En granja ☐ 3. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo? Doble AA ☐ Triple AAA ☒ De granja ☐ 4. ¿En un promedio mensual cuantos huevos compra para su hogar? 0-12 ☐ 12-24 ☐ 24-30 ☒ más de 30 ☐ 5. ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes? <u>13.000 - 18.000</u> 6. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad? Sí ☒ No ☐ Justifique su respuesta: <u>los huevos de los almacenes tienen</u> <u>precio barato</u> <u>Sally Capello</u> Escaneado con CamScanner	 ENCUESTA # 1 Marque con una X la respuesta de su preferencia 1. ¿Con qué frecuencia incluye el huevo en su menú alimenticio? Siempre ☐ Casi siempre ☒ A veces ☐ Nunca ☐ 2. ¿En qué almacén realiza su compra de cubeta/ unidad de huevos? Almacén de cadena ☒ Tienda de barrio ☒ En granja ☐ 3. ¿Tipo de huevo que elige para su consumo? Doble AA ☒ Triple AAA ☐ De granja ☐ 4. ¿En un promedio mensual cuantos huevos compra para su hogar? 0-12 ☐ 12-24 ☐ 24-30 ☒ más de 30 ☐ 5. ¿En qué rango de precio se encuentra la compra que usted realiza en el mes? <u>10.500</u> 6. ¿Considera que su lugar de preferencia le brinda huevos de calidad? Sí ☒ No ☐ Justifique su respuesta: <u>los huevos que compra en la plaza son</u> <u>mejores que los de otros almacenes pero</u> <u>cuando no hay nada.</u> <u>Yasmin Zuboga</u> Escaneado con CamScanner
--	---

Anexo 2. Encuestas 02 a Comerciante informal y Comerciante Formal.

ENCUESTA #2

*SANDRA BUSTOS
A. HOPPE HAN.*

Marque con una X la respuesta de su preferencia

Empresa informal

1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☒ 25% ☐ 0% ☐

2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☒

3. ¿Qué beneficio tiene usted como empresa informal frente a las empresas legalmente constituidas?

NO TENGO QUE PAGAR TANITOS IMPUESTOS

Empresa formal

1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☐

2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☐

3. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?

Si ☐ No ☐

Justifique su respuesta _____

Escaneado con CamScanner

ENCUESTA #2

Marque con una X la respuesta de su preferencia

Empresa informal

1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☐

2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☐

3. ¿Qué beneficio tiene usted como empresa informal frente a las empresas legalmente constituidas?

Empresa formal

1. ¿En un valor porcentual cuales son las ganancias que usted obtiene respecto a sus ventas mensuales de huevos?

100% ☐ 75% ☒ 50% ☐ 25% ☐ 0% ☐

2. ¿En qué porcentaje cree usted que afectaron los acontecimientos producidos por el Covid-19 en sus ventas?

100% ☐ 75% ☐ 50% ☒ 25% ☐ 0% ☐

3. ¿Cree usted que la informalidad afecta sus ventas de alguna manera?

Si ☒ No ☐

Justifique su respuesta Nosotros debemos realizar pago de impuestos, tener todos los permisos reglamentarios y ellos no lo hacen pueden dejar más barato los huevos.

Huevos el triunfo - Arebal Sastreque.

Escaneado con CamScanner

Anexo 3. Evidencia fotográfica.

