



Informalidad en registros mercantil de establecimientos de comercio en villavicencio meta

SAIDY DAYANA RENDÓN SERRANO

CODIGO: 1.121.905.767

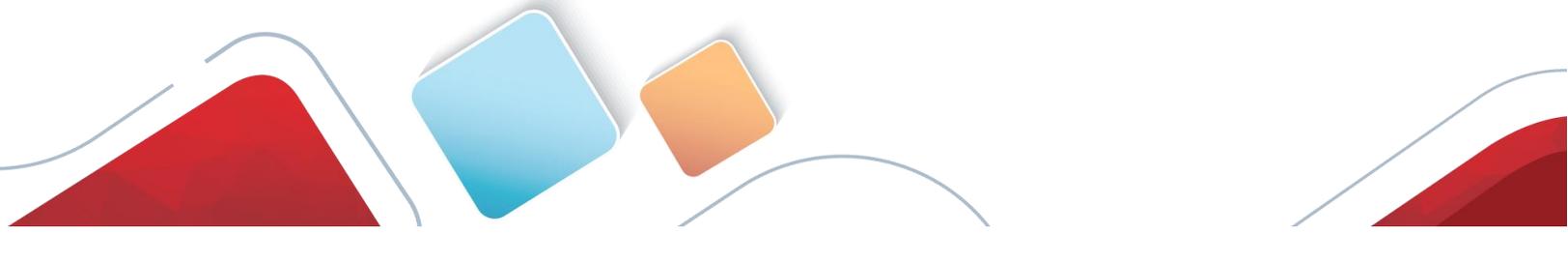
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN GESTIÓN PÚBLICA

PROYECTO DE GRADO

2019

Copyright © 2018 por Saily Dayana Rendón Serrano. Todos los derechos reservados.





**INFORMALIDAD EN REGISTROS MERCANTIL DE ESTABLECIMIENTOS DE
COMERCIO EN VILLAVICENCIO META**

SAIDY DAYANA RENDÓN SERRANO

Código: 1.121.905.767

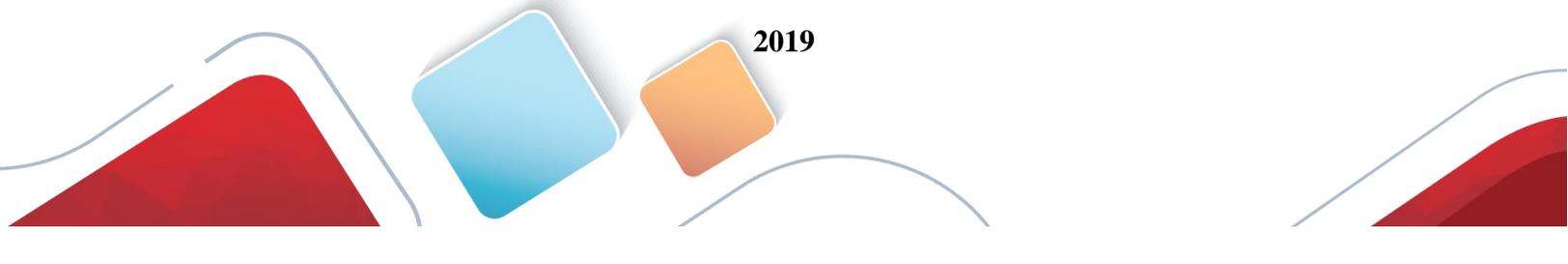
Proyecto de Desarrollo Social Comunitario

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN GESTIÓN PÚBLICA

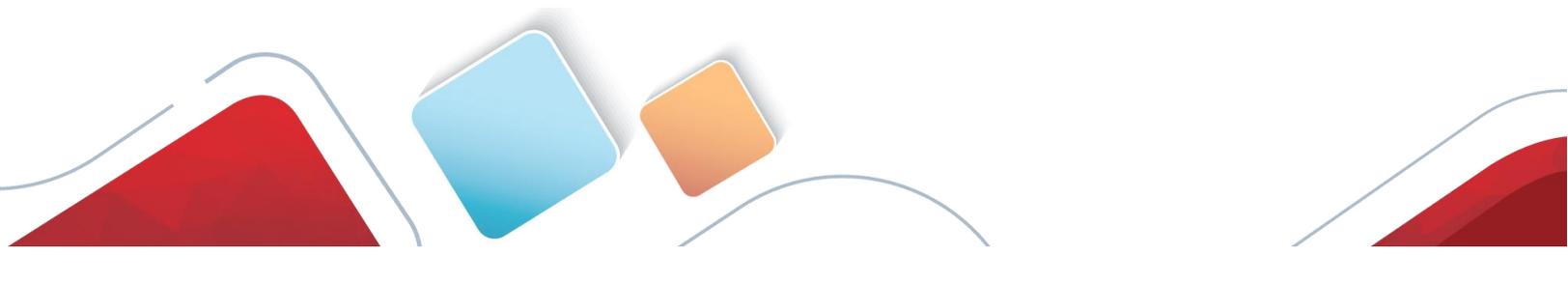
PROYECTO DE GRADO

2019





Copyright © 2018 por Saily Dayana Rendón Serrano. Todos los derechos reservados.





Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en el convivir diario; a mis padres por ser la guía en el sendero de cada acto que realice hoy, mañana y siempre en mi vida, a mis profesores porque sé que me entregaron sus conocimientos y asesorías para realizar los propósitos que tengo en mente; también le agradezco inmensamente a la cámara de comercio de Villavicencio por permitirme desarrollar este aporte investigativo.





Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios, por guiarnos en el sendero correcto de la vida, cada día en el transcurso del camino e iluminándonos en este gran proceso.

A mis padres, por ser el ejemplo para seguir adelante en el convivir diario y por inculcar los valores que de una u otra forma nos han servido en la vida, gracias por eso y por muchos más.

A cada uno de los profesores que estuvieron allí para aportar algo a este proyecto; por la paciencia y regalar cada uno de su tiempo en las asesorías.

A la cámara de comercio de Villavicencio por permitir desarrollar este análisis de proyecto de grado.

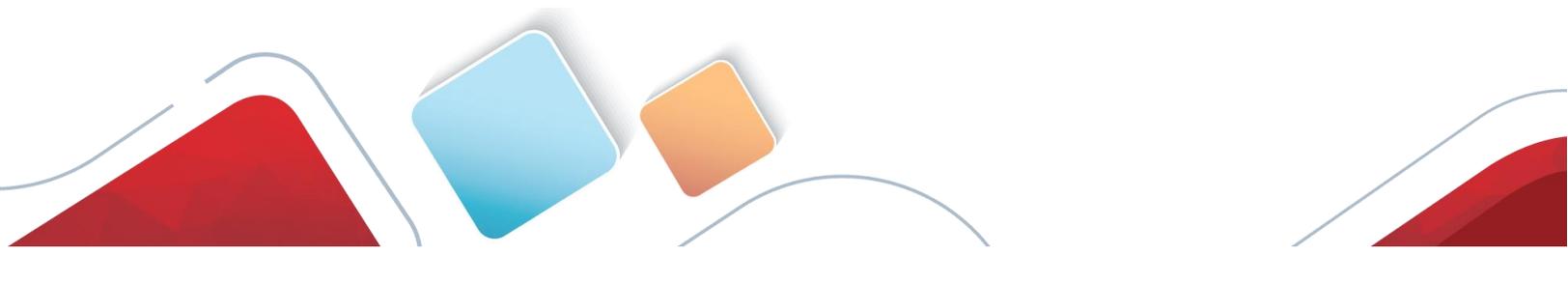




Resumen

La informalidad mercantil en los establecimientos comerciales de Villavicencio, día a día aumenta, lo que genera una problemática en el desarrollo y crecimiento del país. Por lo que se hace necesario establecer medidas que mitiguen de alguna manera y conlleven al rumbo de la formalidad para estos negocios. En este trabajo se resalta la importancia que tiene la Cámara de Comercio como el ente encargado de formalizar el primer requisito que debe tener un establecimiento, teniendo su registro mercantil vigente. Por lo cual se hace un análisis mediante el uso de una encuesta para establecer la ausencia de información en cuanto a los beneficios que se existen dentro del marco de la formalidad y así fomentar la capacitación que debe de liderar la Cámara de Comercio en la pretensión del adelanto económico de la región y por ende del país.

Palabras clave: Cámara de Comercio de Villavicencio, informalidad, información, desarrollo.





Abstract

The business information in the commercial establishments of Villavicencio, day by day increases, which generates a problem in the development and growth of the country. What is needed is to establish measures to mitigate in some way and comply with the course of formality for these businesses. This paper highlights the importance of the Chamber of Commerce as responsible for formalizing the first requirement that an establishment must have, taking into account its current commercial register. So you can do an analysis by using a survey to establish the absence of information regarding the benefits that exist within the framework of formality and the promotion of training that should lead the Chamber of Commerce in the claim of the economic advance of the region and therefore of the country.

Keywords: Chamber of Commerce of Villavicencio, informality, information, development.



Tabla de Contenido

Introducción	10
1. Descripción del Problema	12
1.1. Planteamiento del problema	12
1.2. Formulación del Problema	14
2. Justificación	15
3. Objetivos	19
3.1 Objetivo General	19
3.2 Objetivos específicos.....	19
4. Marco Referencial.....	20
4.1 Antecedentes del problema	20
4.2 Marco Teórico	22
4.2.1 Cámara de Comercio.....	24
4.2.2 Falencia Cámara de Comercio de Villavicencio.....	24
4.2.3. Tipos de Cámaras de Comercio	24
5. Marco Contextual.....	26
5.1 Generalidades Cámara de Comercio	26
5.2 Entorno Social General	28



5.2.1	Marco Geográfico	28
5.2.2	Marco Cultural	30
5.2.3	Marco Económico.....	30
7.	Marco Legal	32
8.	Metodología	37
8.1	Hipótesis.....	37
8.2	Tipo de Investigación:.....	37
8.3	Muestra:.....	37
8.4	Técnicas de recolección de Información:.....	37
9.	Presentación y discusión de resultado.....	38
10.	Recomendaciones	46
	Referencias Bibliográficas	47



Graficas

Gráfica 1 Micronegocios Registrados.....	13
Gráfica 2 Tasa Informalidad según el Programa Regional del Empleo para América	14
Gráfica 3 Ingreso per cápita e Informalidad	15
Gráfica 4 Incidencia de la informalidad dentro de las ciudades por sectores económicos.....	16
Gráfica 5 Formalidad, Informalidad y desempleo de hombres y mujeres en Villavicencio.....	17
Gráfica 6 Mapa Geográfico de Villavicencio	29
Gráfica 7 Mapa sectorizado por comunas de Villavicencio	29
Gráfica 8 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 1	38
Gráfica 9 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 2	39
Gráfica 10 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 3	40
Gráfica 11 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 4	41
Gráfica 12 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 5	41
Gráfica 13 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 6	42

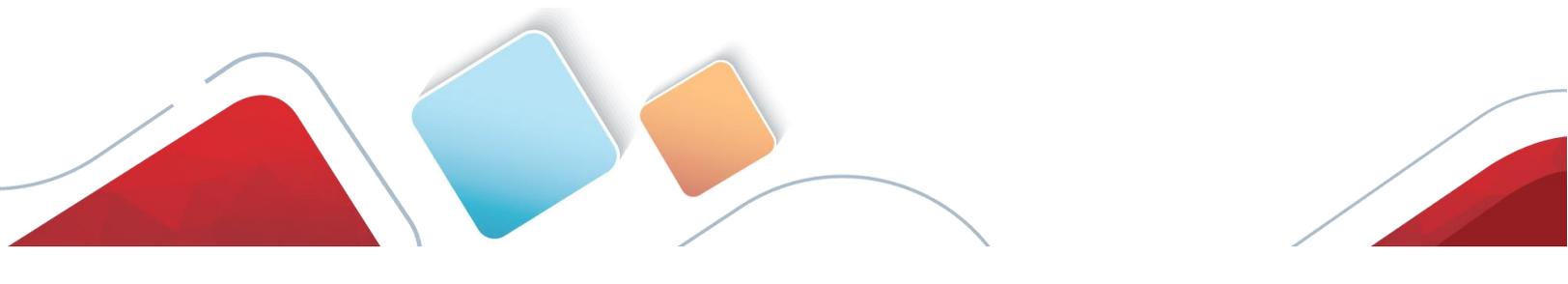


Introducción

La informalidad es una realidad de los países que se encuentran en desarrollo, los altos niveles de desempleo no bajan si no al contrario año tras año se van convirtiendo cada vez más elevados, además de la complicado que es acceder a créditos bancarios si no cuentas con gran movimiento crediticio; por tales motivos ya no hay empresas de gran envergadura que atraigan la mano de obra y activen el mercado laboral. A esto también se le puede agregar el desplazamiento de la población por causa del conflicto armado y la corrupción que presentan los países por parte de los mandatarios.

Atendiendo la problemática anterior que se presenta en el sector comercial en la Ciudad de Villavicencio por la informalidad de los establecimientos de comercio y/o ventas ambulantes en general, se realiza un estudio con ayuda de la cámara de comercio de Villavicencio en el cual se pretende investigar, estudiar y analizar los motivos reales del porque los propietarios o administradores no se acogen a las medidas legales que el estado brinda para la formalización de los negocios.

Todo esto con el fin de atender estos sectores vulnerables a la informalidad, priorizar y brindar ayudas alternas para la erradicación de la informalidad en la Ciudad.





1. Descripción del Problema

1.1. Planteamiento del problema

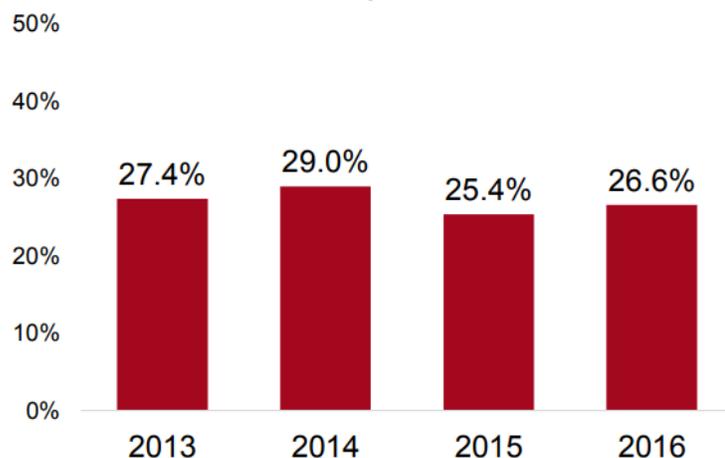
El sector comercial en la ciudad de Villavicencio ha venido creciendo notoriamente en los últimos años, actualmente numerosos negocios en cada barrio ofrecen servicios y bienes para la comodidad de los usuarios. Según el informe anual de la Cámara de Comercio de 2018, el Departamento del Meta registro 9.255, nuevos registros Mercantiles para Microempresas, 21 para Pequeñas Empresas y 3 para Medianas Empresas. (Centro de Investigaciones Economicas, 2018)

Sin embargo, existen también muchos establecimientos que desempeñan sus actividades económicas en la informalidad o al margen de la ley, ya que no cumplen con los requisitos mínimos exigidos por el Estado, entre los cuales se encuentran: inscribirse ante el ente encargado: la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV) y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN); realizar la gestión de la documentación requerida: Matricula mercantil, Registro Único Tributario (RUT); y desarrollar buenas prácticas mercantiles: afiliar a todos los empleados a la seguridad social, llevar contabilidad y pagar impuestos.

La informalidad en el país ha mantenido cifras preocupantes en los últimos años, según el Departamento de Planeación Nacional (DPN) en su último informe de Mayo de 2018 titulado “Crecimiento e Informalidad en Colombia”, no existen fuentes robustas de información exactas para determinar el porcentaje de microempresas no registradas (Departamento Nacional de Planeación, 2018), un aproximado se registra en el siguiente cuadro:



Gráfica 1 Micronegocios Registrados



Fuente: DNP. Encuesta de Microestablecimientos, Módulo de Micronegocios, GEIH, DANE

En el Meta, específicamente en Villavicencio se reporta cifras del 2017 que confirman esta realidad, según un censo realizado por la Cámara de Comercio de Villavicencio a los establecimientos de 4 comunas, aproximadamente el 63.5% de los establecimientos intervenidos, incurrieron en cualquier incumplimiento de estas obligaciones. (Dirección de Evolución Empresarial, 2017)

Para el 2018, la Universidad del Rosario entrega un informe denominado: “Perfil actual de la informalidad en Colombia: estructura y retos”, señala a Villavicencio como una de las tres ciudades que presentan las más altas tasas de informalidad. (Observatorio laboral de la Universidad del Rosario):

Gráfica 2 Tasa Informalidad según el Programa Regional del Empleo para América

Ciudades	Total	Hombre	Mujer
Total	47,25	45,47	49,35
Medellín	42,45	40,15	45,17
Barranquilla	55,24	53,09	58,07
Bogotá, D.C	41,71	40,36	43,24
Cartagena	55,23	55,61	54,69
Manizales	41,45	40,18	43,02
Montería	60,36	58,59	62,49
Villavicencio	56,75	55,82	57,87
Pasto	57,61	54,89	60,72
Cúcuta	70,50	70,06	71,07
Pereira	49,66	46,26	53,76
Bucaramanga	56,75	54,46	59,29
Ibagué	54,59	51,25	58,53
Cali	47,23	43,82	51,24

Fuente: GEIH 2017. Elaboración LaboUR.

Cifras que indican el fenómeno de la informalidad en auge, como un medio para ahorrar y evadir el pago de impuestos, tarifas, etc. gastos que conllevan al tener un establecimiento legal, recolectados para utilizarlos como fuente de desarrollo en la economía nacional.

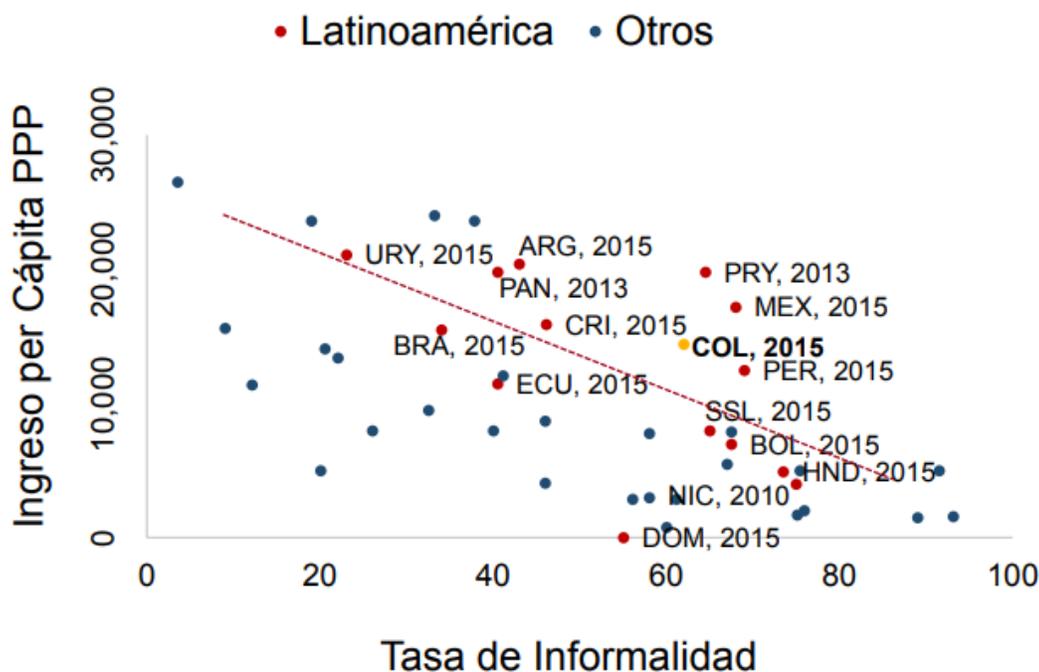
1.2. Formulación del Problema

¿Por qué en la ciudad de Villavicencio los establecimientos de comercio no se acogen a las medidas legales para registrar su actividad?

2. Justificación

El DPN en su informe de la informalidad, indica como este fenómeno afecta la economía de un país, disminuye 1.2 puntos porcentuales del crecimiento económico en relación con 14 países latinoamericanos, reduce la productividad total de los factores del ingreso per cápita, Colombia se encuentra por encima de la media con respecto a la informalidad y el ingreso per cápita (Departamento Nacional de Planeación, 2018), así:

Gráfica 3 Ingreso per cápita e Informalidad



Fuente: DNP. Encuesta de Microestablecimientos, Módulo de Micronegocios, GEIH, DANE

El informe de la Universidad del Rosario ilustra la incidencia por ciudad, que tiene esta problemática en los diferentes sectores económicos del país,

Gráfica 4 Incidencia de la informalidad dentro de las ciudades por sectores económicos

	Agricultura - Minas	Industria	Construcción	Comercio	Transporte	Interm. Fin	Otros
Barranquilla	51,16	41,20	71,02	71,92	69,99	24,76	36,61
Bogotá	36,88	34,57	63,72	61,55	45,63	6,66	29,02
Bucaramanga	30,03	62,01	62,52	72,30	73,01	17,90	36,55
Cali	51,74	33,44	57,57	61,70	61,03	10,96	37,20
Cartagena	57,70	51,97	77,05	64,38	70,57	9,05	35,34
Cúcuta	54,42	75,40	80,08	85,18	85,30	42,84	44,06
Ibagué	50,36	50,93	63,60	72,78	64,07	15,19	34,74
Manizales	49,48	23,89	51,30	64,45	51,87	13,22	28,41
Medellín	49,45	29,57	43,95	60,16	56,54	5,40	33,04
Montería	78,61	68,34	64,83	74,73	83,49	23,44	37,70
Pasto	67,53	66,48	59,29	72,24	79,87	10,20	36,26
Pereira	38,68	34,38	58,72	66,41	51,42	19,78	40,64
Villavicencio	44,30	56,28	63,62	71,82	72,36	19,89	35,47

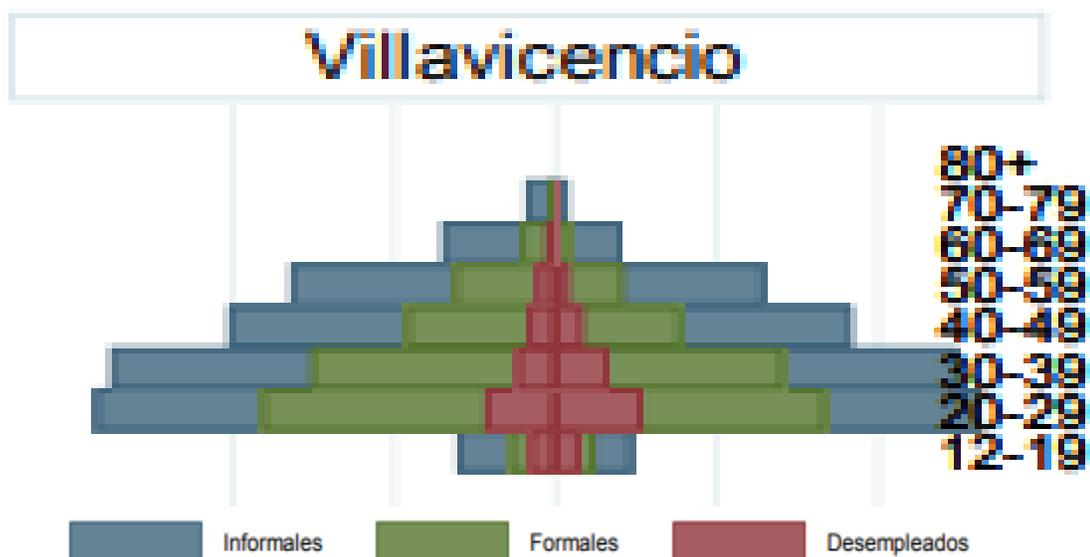
Fuente: GEIH 2017. Elaboración LaboUR.

Nota: Comercio incluye los sectores comercio, hoteles y restaurantes; Transporte incluye transporte y comunicaciones; y Otros Servicios incluye servicios de administración pública, educación, servicios de salud, servicios inmobiliarios y el sector de energía, gas y agua.

La informalidad puede implicar una enorme pérdida de recaudo tributario, y por ende incrementar o mantener el déficit fiscal; se convierte en un factor de incidencia en la pobreza; así mismo, la educación de alguna manera determina la informalidad en la zona, puesto que la caracterización de las personas dentro de la informalidad, evidencian un menor grado de escolaridad que aquellos que se encuentran en la formalidad; este hecho conlleva en buena medida que exista en la informalidad puestos de trabajo de baja calidad e inestables; incluye como son las mujeres las más afectadas por el empleo informal, puesto que deben someterse a realizar esta labor, como fuente primaria en la obtención de ingresos como mínimo vital (Observatorio laboral de la Universidad del Rosario)

La grafica a continuación ilustra de manera sencilla los resultados obtenidos en este informe para la ciudad de Villavicencio:

G
Gráfica 5
Formalidad, Informalidad y desempleo de hombres y mujeres en Villavicencio



Fuente: GEIH 2017. Elaboración LaboUR. Nota: Hombres eje izquierdo, Mujeres eje derecho.

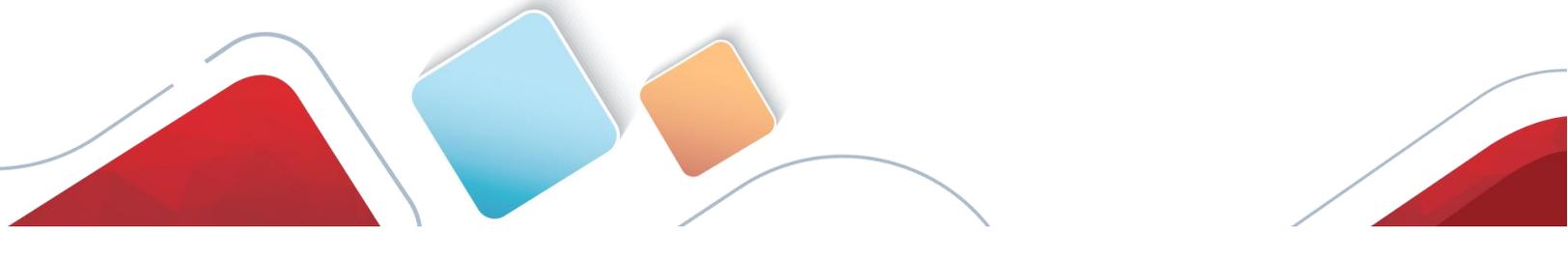
Este trabajo pretende analizar las principales causas de orden estructural e institucional, que determinan el crecimiento de la informalidad del comercio en la ciudad de Villavicencio. Para este propósito se realizó un estudio estadístico-descriptivo y explicativo a través de una encuesta dirigida mini comerciantes para el estudio que se le relocalizara a algunas micro empresas de la ciudad, con el fin, inicialmente caracterizar este grupo social, describir las



relaciones sociales y económicas de la informalidad e identificar las causas más importantes que se interrelacionan en la complejidad de este fenómeno.

La evolución de la estructura económica de Villavicencio, con una baja diversificación e incipiente o casi nula industrialización, pérdida de la participación del sector agropecuario y el crecimiento progresivo y poco regulado, especialmente de los sectores comercio y servicios, integra una oferta limitada y precaria para el empleo urbano.

Otro aspecto muy complejo e influyente, es el nivel de desarrollo humano y social, que constituye un serio obstáculo para las oportunidades y la equidad, especialmente debido a las asimetrías existentes entre el grado de educación del sector formal y de los empleados dentro de la economía informal y la baja preparación en competencias y habilidades mercantiles por parte de los informales



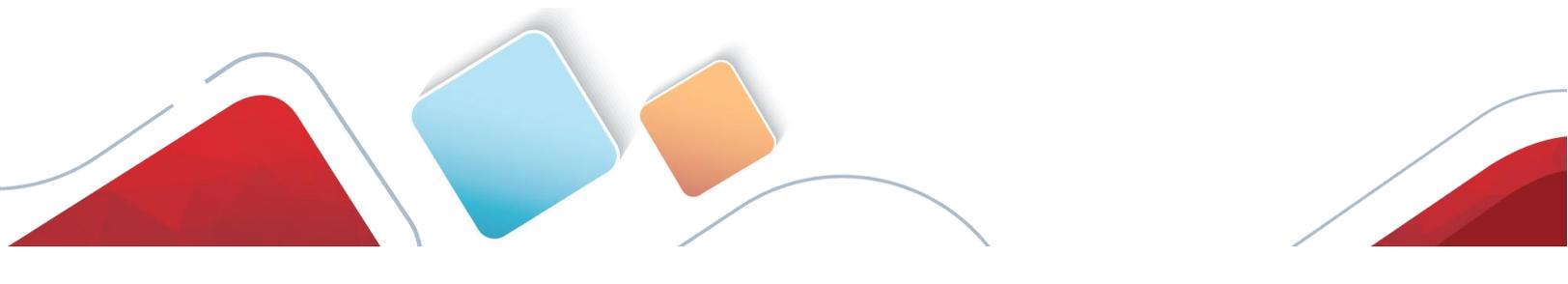


3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Determinar la incidencia de la informalidad del registro mercantil en el sector comercial en la ciudad de Villavicencio.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar los aspectos relevantes de la informalidad a nivel internacional, nacional y regional durante los últimos 5 años.
 - Analizar la importancia que tiene la Cámara de Comercio de Villavicencio dentro de la política de formalidad para establecimientos comerciales.
 - Establecer la relación entre la desinformación y la informalidad en la ciudad de Villavicencio.
- 



4. Marco Referencial

4.1 Antecedentes del problema

Robles Ortiz & Martínez García (2018), profesores que mediante su investigación: “Determinantes principales de la informalidad: un análisis regional para México” establecen la caracterización del contexto socio económico que propicio la informalidad en las diferentes regiones del país, mediante un análisis de microdatos de corte transversal, establecen como la informalidad se extiende de manera desagregada en diferentes lugares, las políticas públicas actúan en las ciudades principales disminuyendo tasas de informalidad, pero el aumento se presenta en regiones donde antes no ocurría, esto causa que se haya presentado un crecimiento notorio durante la última década.

Los autores concluyen indicando de la informalidad como el: “fenómeno que es multicausal y que su desempeño es distinto en cada zona”, “lo cual implica una solución heterogénea” (Robles Ortiz & Martínez García, 2018)

Velasco Valdez (2015), en su artículo: “Economía informal en Bolivia: análisis, evaluación y cuantificación en base al enfoque monetario de la demanda de efectivo (periodo 1994-2014)”, aborda el tema de la informalidad como un conjunto de actividades subestimadas por el Gobierno Boliviano, pero estima el tamaño de la economía informal en Bolivia dentro del 54 y 63%, emplea en su investigación el modelo econométrico, analizando variables específicas que le permiten categorizarlas y cuantificarlas para establecer el estimado de la tasa de informalidad, durante los 10 años comprendidos entre 1994 y 2014.





Finaliza, con una serie de recomendaciones en las que se expone como se debe emplear una política con: “un impuesto sencillo sobre el consumo y equidad en los impuestos sobre la renta y capital” de esta forma poder conocer el dinero circundante de esta economía oculta, que permita el crecimiento y desarrollo del país. (Velasco Valdez, 2015, pág. 87)

Ulyssea, (2015), con su investigación: “Empresas, informalidad y desarrollo: teoría y evidencia de Brasil”, desarrolla y estima un modelo de equilibrio en el que empresas heterogéneas pueden explotar dos márgenes de informalidad: (i) no registrar su negocio, el amplio margen; y (ii) contratar trabajadores "fuera de los libros", el margen intensivo. El modelo abarca los principales marcos en competencia para comprender la informalidad y proporciona un entorno natural para inferir su relevancia empírica, segmentando las Empresas dentro de la conveniencia económica en el contexto de la informalidad.

Fernández, investigadora del Centro de Investigación Económica y Social de Fedesarrollo en Colombia, (2018) aproxima su investigación para estimar la dimensión de la informalidad mercantil, por medio de la Encuesta de Hogares, y sus resultados arroja cifras indicadoras así: “el sector informal en las principales 24 ciudades comprende: el 59% de las firmas, el 37% de los trabajadores y el 33% del producto” su investigación se basa en la teoría de Ulyssea en la que se identifican Empresas: con incentivos a ser formales, con informalidad de subsistencia, involuntaria inducida y voluntaria.

En su análisis Fernández, señala como es prioritario “enganchar” a las Empresas hacia la formalidad, estimulando “el cumplimiento de sus obligaciones ambientales, sanitarias y laborales





hasta alcanzar la plena formalización” con beneficios que esta conlleva, pero sobretodo que ejerzan “mayor control” las autoridades competentes.

Leon Camargo (2014), en su estudio: “Estudio de la economía informal de Villavicencio con un enfoque neoestructural”, destaca los determinantes de: comercio y servicios, transporte, número de personas en el hogar y jefe de hogar, en el que fundamenta la informalidad por las “condiciones estructurales propias de América Latina, asociadas a la calificación de los trabajadores, la organización de los procesos de producción, la composición sectorial y la estructura del mercado”. (Leon Camargo, 2014, pág. 5)

Igualmente, el Ministerio de la Protección Social presentó un estudio de causalidad del empleo informal en el espacio público del centro de Villavicencio (Hernández, 2010). En este se identificaron como causas de este fenómeno la poca formación académica, el deseo de independencia y escasas oportunidades laborales en el sector formal. Caracterización En este apartado se describen aspectos demográficos, socioeconómicos y consideraciones de los consumidores para identificar las condiciones de supervivencia y visualizar de forma general su relación con el entorno económico y social.

4.2 Marco Teórico

Para el marco teórico se toma como referencia el ente encargado de formalizar en primera instancia los establecimientos comerciales, por lo que se entrega toda la teoría que esta institución posee y entrega.

La cámara de comercio de Villavicencio fue creada a través del decreto 306 del 10 de febrero de 1962 e inició actividades a partir del 1º. De mayo de 1962, con su actividad principal





de llevar el registro público de los comerciantes de su jurisdicción y representa los intereses de los mismos ante el gobierno nacional. Posteriormente, con la ley 80 de 1993 le fue atribuido a las cámaras de comercio el manejo del registro único de proponentes, con base en la reglamentación esta actividad inicia a partir del 28 de octubre de 1994.

En 1995 se expide el decreto anti-trámite 2150, que en sus artículos 40 al 45 reglamenta y faculta el manejo del registro de entidades sin ánimo de lucro en las cámaras de comercio. El registro para aquellas entidades que inician actividad se da a partir del 6 de marzo de 1996 y a partir del 1º de enero de 1997 para aquellas que existían antes del 6 de marzo de 1996. adicionalmente, entre las funciones delegadas a las cámaras de comercio del país, está la de promover el desarrollo económico y social de las regiones incorporadas en el artículo 86 del código de comercio y el decreto 898 artículo 10º. Para cumplir con ese objetivo, la cámara de comercio de Villavicencio ha desarrollado un conjunto de actividades en busca de promover el bienestar de la comunidad empresarial dentro del espíritu de la libre iniciativa privada y con criterio social, siendo depositaria y divulgadora de fe pública, actuando como órgano de los intereses generales de aquella, promoviendo el desarrollo socioeconómico y sirviendo de fuente de información.

A raíz de la expedición del decreto ley 019 de 10 de enero de 2012, las cámaras de comercio les han sido otorgadas nuevas funciones de registro, en virtud de lo dispuesto en el artículo 166 del presente decreto, las cuales empezaron a regir a partir del 1º de marzo del 2012.

Las nuevas funciones de registro son:

1. Registro de entidades de economía solidaria.
- 

2. Registro nacional público de las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad de vendedores de juego de suerte y azar.
3. Registró público de veedurías ciudadanas.
4. Registro de entidades extranjeras de derecho privado sin ánimo de lucro.
5. Registro nacional de turismo.

4.2.1 Cámara de Comercio

Una cámara de comercio es una organización formada por comerciantes o dueños de pequeños, medianos o grandes comercios los cuales tienen el fin de elevar la productividad, calidad y competitividad de sus negocios. Las personas que la conforman eligen a sus autoridades o consejo ejecutivo para definir las políticas de la cámara. El consejo o directorio contrata un presidente o director ejecutivo y empleados para administrar la organización.

4.2.2 Falencia Cámara de Comercio de Villavicencio

Una de las principales falencias que tiene la cámara de comercio de Villavicencio es la cantidad de comercio informal, esto quiere decir establecimiento público sin registro mercantil, recordemos que según el artículo 10 del código de comercio se considera comerciante la persona que ejerza regularmente y de forma profesional actividades mercantiles, de modo que quien sea calificado o sea calificable como comerciante se expone a una sanción si no se inscribe a en el registro mercantil, o si no inscribe uno de uno o varios de sus establecimientos de comercio.

4.2.3. Tipos de Cámaras de Comercio

Existen diferentes tipos de cámaras de comercio, pero en general se pueden identificar como cámaras de comercio interior y exterior.



Las cámaras de Comercio Interior tienen como objetivo fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas de consumo. Al mismo tiempo que intentan establecer normas de calidad y estándares de trabajo.

Las cámaras de Comercio Exterior en cambio tienen como objetivo implementar las políticas comerciales de cada estado, a través de la integración con los organismos internacionales de comercio, cumpliendo con los controles de calidad y asistiendo técnicamente a los exportadores. Además brindan información sobre los diferentes mercados, y proporciona respaldo legal y administrativo a los comerciantes que ingresan en mercados externos.





5. Marco Contextual

5.1 Generalidades Cámara de Comercio

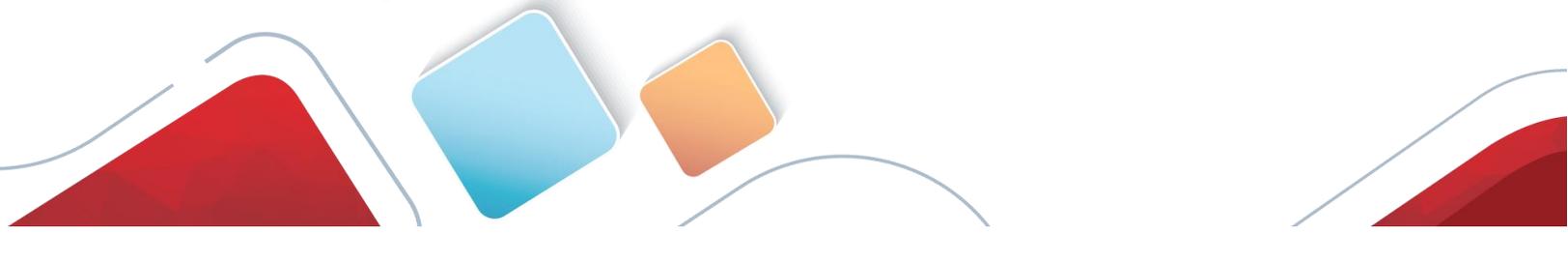
Misión

Entidad gremial de derecho privado, comprometida con el desarrollo integral de la Orinoquia, promueve la gestión empresarial, los mecanismos de solución de conflictos y la administración efectiva de los registros públicos; orientados hacia el mejoramiento continuo y la proyección de la entidad hacia el ámbito internacional

Visión

Ser una entidad modelo en prestación de servicios, comprometida con el desarrollo empresarial y regional, que responda con competitividad al entorno de la internacionalización.

Valores

- ✓ Respeto
 - ✓ Responsabilidad
 - ✓ Lealtad
 - ✓ Ética
 - ✓ Solidaridad
 - ✓ Honestidad
 - ✓ Transparencia
 - ✓ Disciplina
 - ✓ Compromiso
- 

Requisitos para que un comercio sea formal

- ¿Cuándo se debe matricular?

El establecimiento de comercio debe matricularse dentro del mes siguiente a la fecha del inicio de actividades.

- ¿Dónde se debe matricular?

La solicitud de matrícula se debe presentar en cualquier sede de la cámara de comercio de Villavicencio del país no solo de Villavicencio.

- ¿Matricula del propietario del establecimiento de comercio?

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

Requisitos:

1. Formulario debidamente diligenciado.
2. Anexo cae (solo para matriculas con domicilio en sectores de Villavicencio).
3. Documento donde conste el número de cedula catastral.

- **Política de calidad**

En la cámara de comercio nos comprometemos a cumplir las funciones de los registros públicos, desarrollo económico y social sustentable, con calidad y efectividad, buscando la satisfacción de nuestros clientes y contribuyendo al incremento de la productividad y competitividad regional, apoyados en un talento humano que trabaja en mantener la excelencia y el mejoramiento continuo.

- **Objetivos de calidad**



Los objetivos de calidad son:

- ✓ Satisfacer las necesidades y expectativas razonables de nuestros usuarios.
- ✓ Desarrollar una cultura de calidad que garantice la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos.
- ✓ Optimizar la prestación del servicio de registros públicos para satisfacer las necesidades del cliente, generando credibilidad en nuestros procesos.
- ✓ Generar mayor sentido de pertenencia de los afiliados hacia la cámara de comercio de Villavicencio.
- ✓ Adquirir, implementar y optimizar tecnologías que garanticen ventajas competitivas en la prestación de los servicios de nuestra organización.
- ✓ Propiciar espacios y ambientes que afiancen el sentido de pertenencia y permitan consolidar un equipo de trabajo competitivo y comprometido con el mejoramiento.

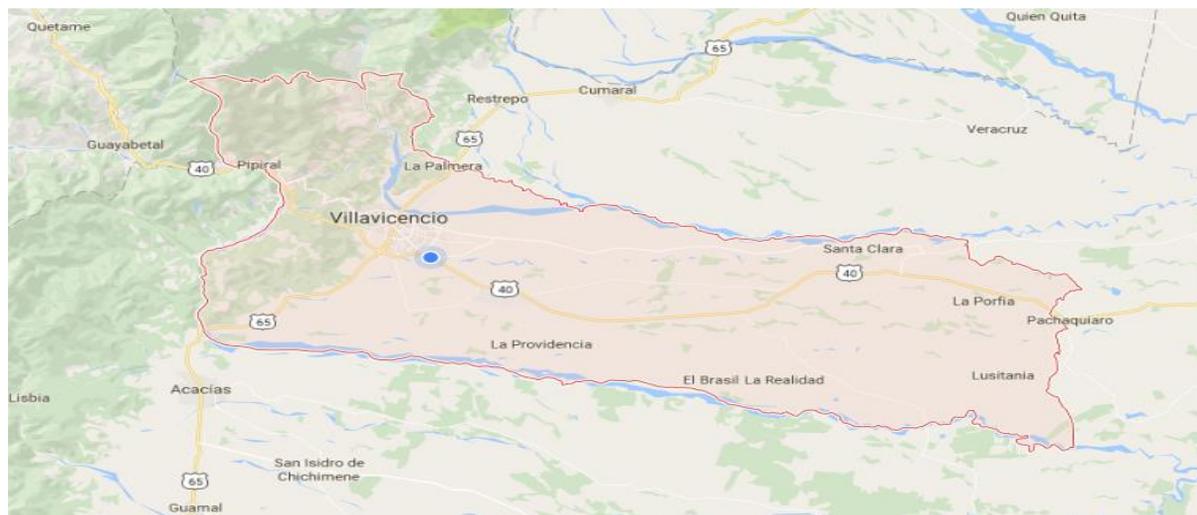
5.2 Entorno Social General

5.2.1 Marco Geográfico

El área geográfica donde se va a desarrollar la investigación es el departamento del meta municipio de Villavicencio.

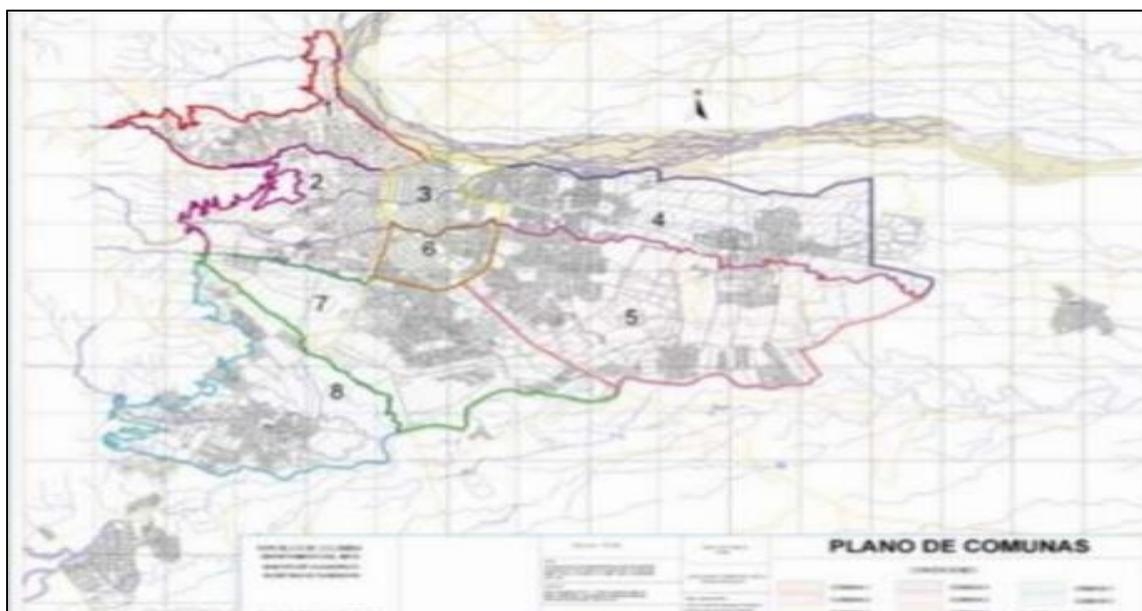


Gráfica 6 Mapa Geográfico de Villavicencio



Fuente: Google Maps. 2018

Gráfica 7 Mapa sectorizado por comunas de Villavicencio



Fuente: Planeación Municipal.

<http://www.villavicencio.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/PLAN%20DE%20SALUD%20TERRITORIAL%202016-2019.pdf>



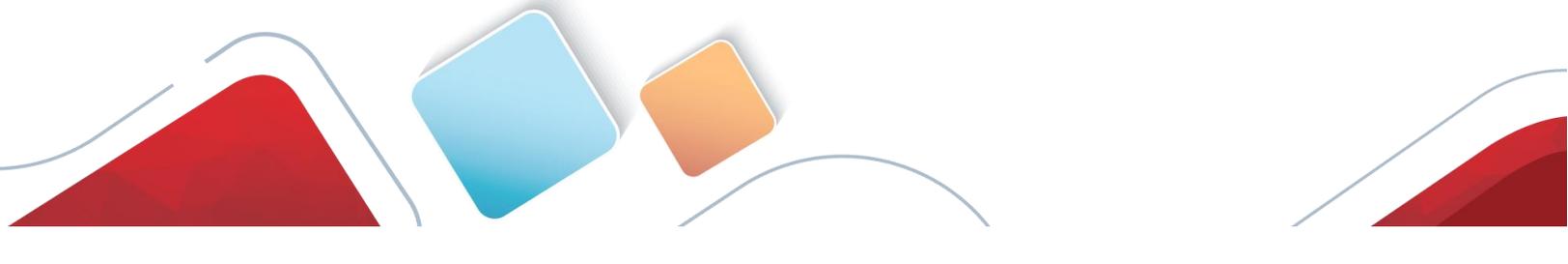
5.2.2 Marco Cultural

Villavicencio comparte con la región de los Llanos Orientales de Colombia la condición de tierra de inmigrantes; desde su fundación hasta la actualidad, gentes provenientes del interior del país y de las costas han buscado y encontrado en la ciudad las condiciones y la receptividad para establecerse; al mismo tiempo, han contribuido a forjar una cultura mestiza en la que, sin embargo luchan por imponerse una relación más sólida con la región, un lazo de identidad con la cultura llanera. La mamona, el coleo, las peleas de gallos, el joropo, la danza, las leyendas, el mito, el renovado y popularizado uso del poncho, entre otros viven actualmente una lucha para no desaparecer ante el empuje de la vida urbana o moderna. El folclore está compuesto por las costumbres tradicionales del pueblo.

5.2.3 Marco Económico

La agricultura, la ganadería, y la minería son pilares de la economía de la ciudad desarrollada por un importante y agitado comercio, respaldado en el recurso financiero, que la convierten en el polo de desarrollo de todos los llanos orientales.

En los últimos años la ciudad ha alcanzado un desarrollo económico fortalecido por el sector del comercio, gracias a la dinámica generada por las vías de comunicación que canalizan hacia el interior y el centro del país la industria agropecuaria y agroindustrial del Llano; como también la de productos que ingresan a la región provenientes de diferentes lugares de Colombia. Es muy importante la actividad de la construcción. La explotación de gas y petróleo en el campo de Apiay hacen parte de la actividad minera de la región.





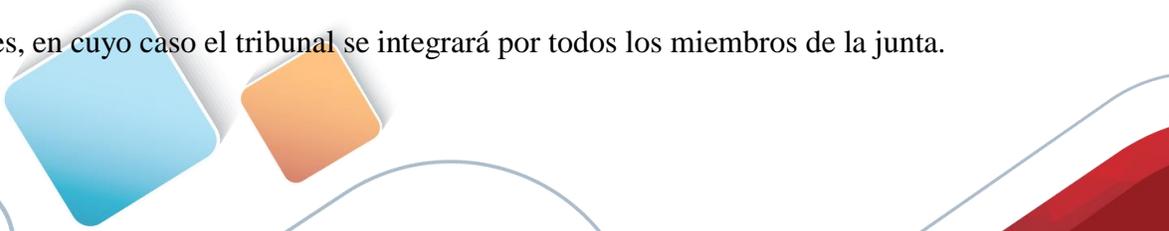
Es un importante centro de acopio y paso obligado para la mayoría de la cosecha y el ganado pecuario que se produce en la región de los llanos orientales de paso al centro del país. En la ciudad o en sus alrededores se encuentra una importante industria procesadora de arroz y de aceite de palma al igual que producción de concentrados y semillas además de una incipiente industria metalmecánica.





7. Marco Legal

La cámara de comercio de Villavicencio ejercerá las funciones señaladas en el artículo 86 del código de comercio y en las demás normas legales y reglamentarias y las que se establecen en el Decreto 2042 de 2014. i. artículo 86 del código de comercio las cámaras de comercio ejercerán las siguientes funciones:

1. Servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el gobierno y ante los comerciantes mismos.
 2. Adelantar investigaciones económicas sobre aspectos o ramos específicos del comercio interior y exterior y formular recomendaciones a los organismos estatales y semioficiales encargados de la ejecución de los planes respectivos.
 3. Llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos, como se prevé en este código.
 4. Dar noticia en sus boletines u órganos de publicidad de las inscripciones hechas en el registro mercantil y de toda modificación, cancelación o alteración que se haga de dichas inscripciones.
 5. Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas.
 6. Designar el árbitro o los árbitros o los amigables componedores cuando los particulares se lo soliciten.
 7. Servir de tribunales de arbitramento para resolver las diferencias que les defieran los contratantes, en cuyo caso el tribunal se integrará por todos los miembros de la junta.
- 

8. Prestar sus buenos oficios a los comerciantes para hacer arreglos entre acreedores y deudores, como amigables componedores.
9. Organizar exposiciones y conferencias, editar o imprimir estudios o informes relacionados con sus objetivos.
10. Dictar su reglamento interno que deberá ser aprobado por el superintendente de industria y comercio.
11. Rendir en el mes de enero de cada año un informe o memoria al superintendente de industria y comercio acerca de las labores realizadas en el año anterior y su concepto sobre la situación económica de sus respectivas zonas, así como el detalle de sus ingresos y egresos.

Las demás que les atribuyan las leyes y el gobierno nacional. Cámara de comercio de Villavicencio funciones y deberes ii. artículo 4 del decreto 2042 de 2014, reglamentario de la ley 1727 de 2014 las cámaras de comercio ejercerán las funciones señaladas en el artículo 86 del código de comercio y en las demás normas legales y reglamentarias y las que se establecen a continuación:

1. Servir de órgano consultivo del gobierno nacional y, en consecuencia, estudiar los asuntos que este someta a su consideración y rendir los informes que le soliciten sobre la industria, el comercio y demás ramas relacionadas con sus actividades.
2. Adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde operan.

3. Llevar los registros públicos encomendados a ellas por la ley y certificar sobre los actos y documentos allí inscritos.
4. Recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada cámara de comercio dentro de su propia jurisdicción. la investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes.
5. Crear centros de arbitraje, conciliación y amigable composición por medio de los cuales se ofrezcan los servicios propios de los métodos alternos de solución de conflictos, de acuerdo con las disposiciones legales.
6. Adelantar acciones y programas dirigidos a dotar a la región de las instalaciones necesarias para la organización y realización de ferias, exposiciones, eventos artísticos, culturales, científicos y académicos, entre otros, que sean de interés para la comunidad mercantil de la jurisdicción de la respectiva cámara de comercio.
7. Participar en la creación y operación de centros de eventos, convenciones y recintos feriales de acuerdo con lo dispuesto en la ley 1558 de 2012 y las demás normas que las sustituyan, modifiquen o adicionen.
8. Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones.

9. Promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole.
10. Promover la afiliación de los comerciantes inscritos que cumplan los requisitos señalados en la ley, con el fin de estimular la participación **empresarial** en la gestión de las cámaras de comercio y el acceso a los servicios y programas especiales. Cámara de comercio de Villavicencio funciones y deberes
11. Prestar servicios de información mercantil originada exclusivamente en los registros públicos, para lo cual podrán cobrar solo los costos de producción de la misma.
12. Prestar servicios remunerados de información de valor agregado que incorpore datos de otras fuentes.
13. Desempeñar y promover actividades de veeduría cívica en temas de interés general de su correspondiente jurisdicción.
14. Promover programas, y actividades en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo.
15. Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región.
16. Mantener disponibles programas y servicios especiales para sus afiliados.
17. Disponer de los servicios tecnológicos necesarios para el cumplimiento y debido desarrollo de sus funciones registrales y la prestación eficiente de sus servicios.



18. Publicar la noticia mercantil de que trata el numeral 4 del artículo 86 del código de comercio, que podrá hacerse en los boletines u órganos de publicidad de las cámaras de comercio, a través de internet o por cualquier medio electrónico que lo permita.

19. Realizar aportes y contribuciones a toda clase de programas y proyectos de desarrollo económico, social y cultural en el que la nación o los entes territoriales, así como sus entidades descentralizadas y entidades sin ánimo de lucro tengan interés o hayan comprometido sus recursos.

20. Participar en programas regionales, nacionales e internacionales cuyo fin sea el desarrollo económico, cultural o social en Colombia.

21. Gestionar la consecución de recursos de cooperación internacional para el desarrollo de sus actividades.

22. Prestar los servicios de entidades de certificación previsto en la ley 527 de 1999, de manera directa o mediante la asociación con otras personas naturales o jurídicas. 23. administrar individualmente o en su conjunto cualquier otro registro público de personas, bienes, o servicios que se deriven de funciones atribuidas a entidades públicas con el fin de conferir publicidad a actos o documentos, siempre que tales registros se desarrollen en virtud de autorización legal y de vínculos contractuales de tipo habilitante que celebren con dichas entidades.





8. Metodología

8.1 Hipótesis

El incremento de los establecimientos de comercio ilegales en la ciudad de Villavicencio, se debe a la falta de información en la creación de empresa.

8.2 Tipo de Investigación:

Investigación Cuantitativa.

8.3 Muestra:

67 propietarios de establecimientos de comercio.

8.4 Técnicas de recolección de Información:

La técnica a utilizar es la encuesta, esta se realizará de tipo personal visitando en los establecimientos a los propietarios.

Encuesta.

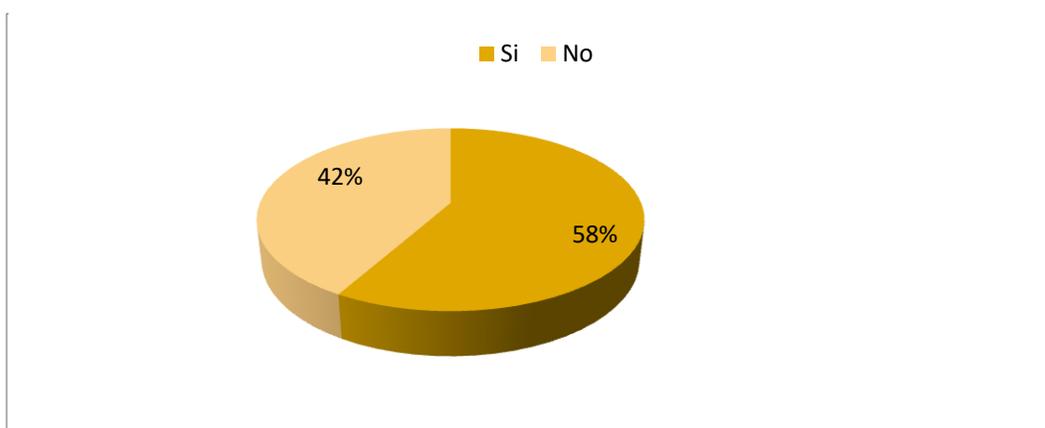
1. ¿Su establecimiento de comercio cuenta con registro mercantil? Si su respuesta es negativa responda la pregunta 2
 2. ¿Por qué no cuenta con su registro mercantil?
 3. ¿Conoce usted las consecuencias de no tener matriculado su establecimiento?
 4. ¿Conoce los requisitos para registrar su establecimiento?
 5. ¿Usted ha recibido la información necesaria de la cámara de comercio para matricular su negocio?
 6. ¿Facilitaría que algún asesor se acerque a su sitio de trabajo para realizar dicho proceso?
- 

9. Presentación y discusión de resultado

Al realizar el análisis estadístico de los datos recolectados se obtuvo el siguiente resultado:

1. ¿Su establecimiento de comercio cuenta con registro mercantil?

Gráfica 8 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia autora

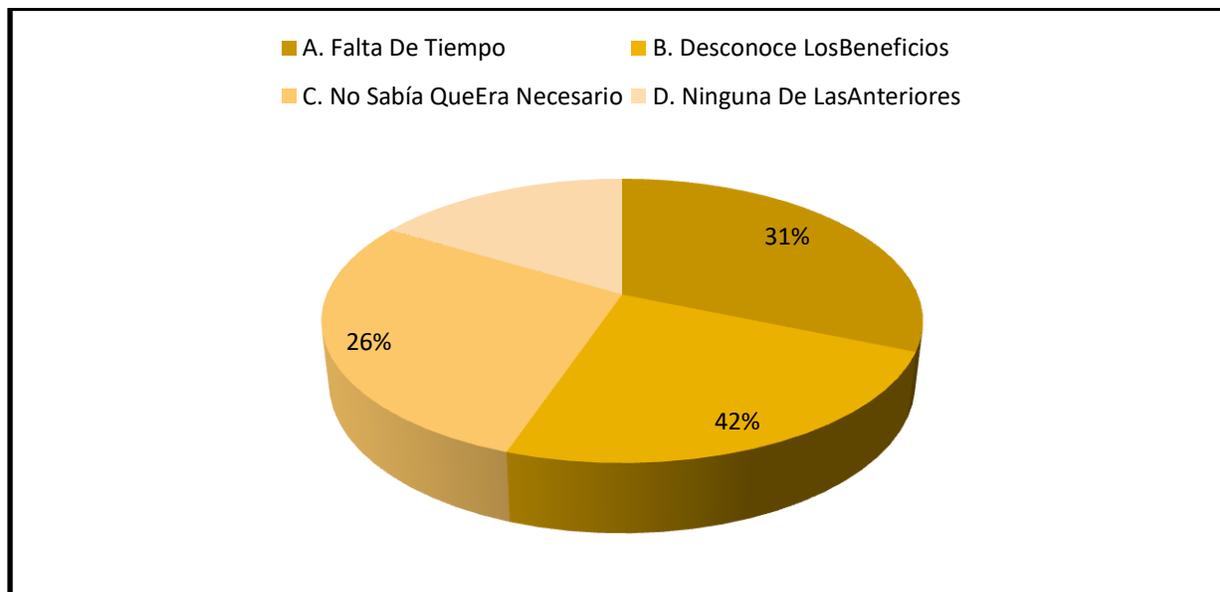
Análisis: De **67** personas encuestadas **39** respondieron que **SI** cuentan con el registro mercantil de su negocio y **28** personas contestaron que **NO** cuentan con el registro mercantil de su negocio.

Es decir que en promedio algo menos de la mitad de los establecimientos de comercio que prestan un servicio no están debidamente registrado ante el ente regulador.

Lo que indica la despreocupación latente por tener la documentación requerida, un factor determinante que inicia la informalidad de los establecimientos.

2. ¿Por qué no cuenta con su registro mercantil?

Gráfica 9 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia autora

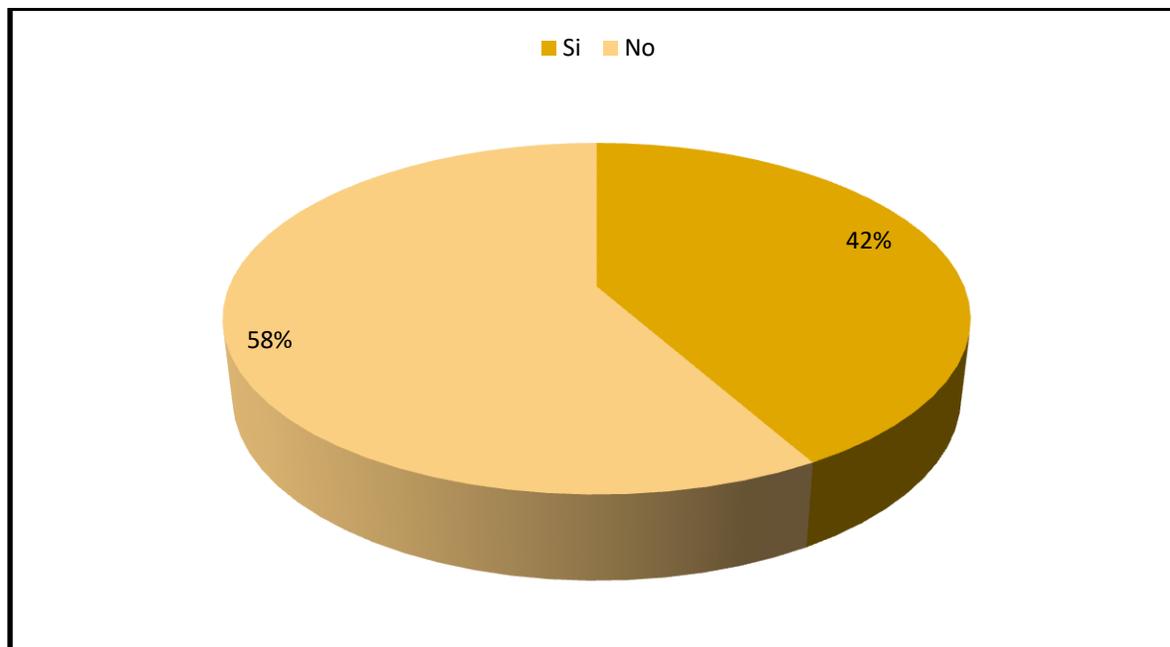
Análisis: De 39 personas que respondieron la pregunta 2.

12 respondieron que **POR FALTA DE TIEMPO**, 16 personas contestaron que **DESCONOCE LOS BENEFICIOS**, 10 contestaron **NO SABIA QUE ERA NECESARIO** y por ultimo 1 contestaron **NINGUNA DE LAS ANTERIORES**.

Retomando el análisis aún hay propietarios de establecimientos que no saben para que sirve o como es el procedimiento para estar legalmente constituido, además las personas no conocen los beneficios que se tiene a la hora de matricular su negocio y la despreocupación en ellos que afirman no disponer de tiempo para realizar estos trámites.

3. ¿Conoce usted las consecuencias de no tener matriculado su establecimiento?

Gráfica 10 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 3

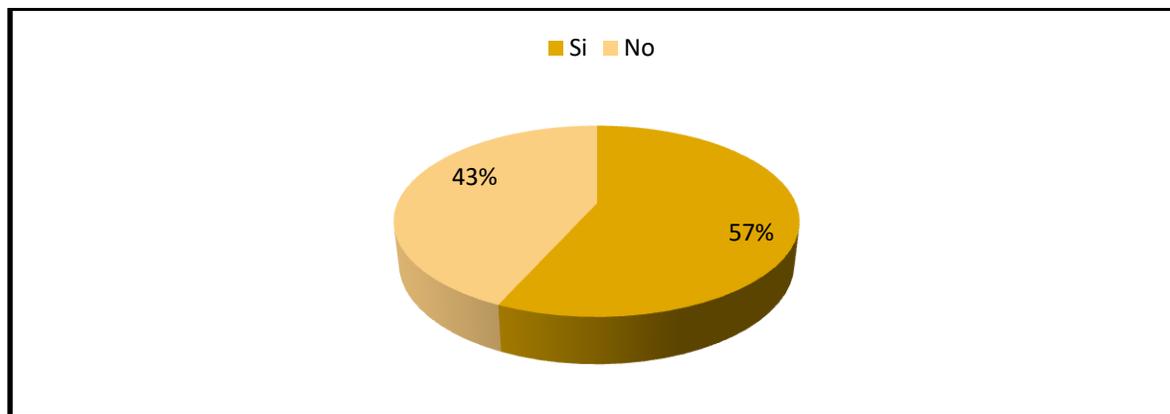


Fuente: Elaboración propia autora

La mayoría de propietarios si conocen las consecuencias de ser informales, pero también notamos que otro tanto no tiene idea de lo que acarrea incumplir la norma.

4. ¿Conoce los requisitos para registrar su establecimiento?

Gráfica 11 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 4

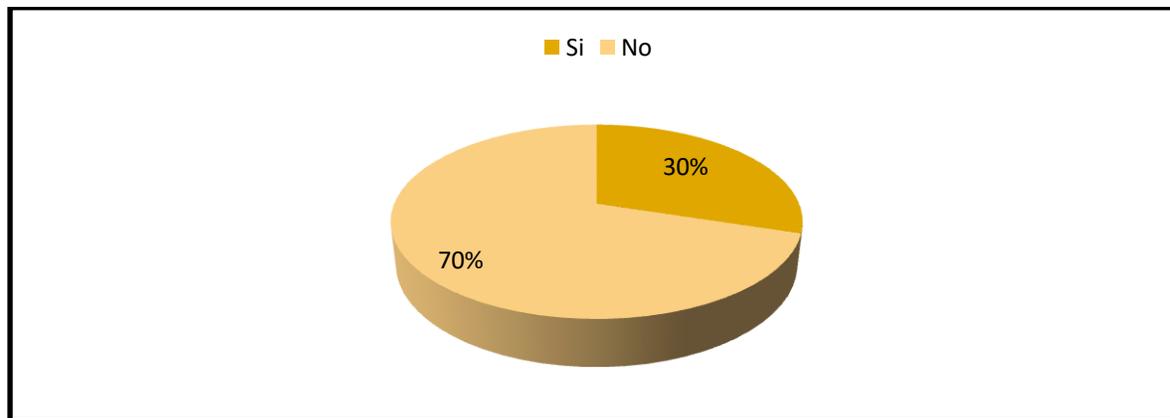


Fuente: Elaboración propia autora

Comúnmente los propietarios si conocen los requisitos pero según la encuesta falta información para este sector.

5. ¿Usted ha recibido la información necesaria de la cámara de comercio para matricular su negocio?

Gráfica 12 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 5

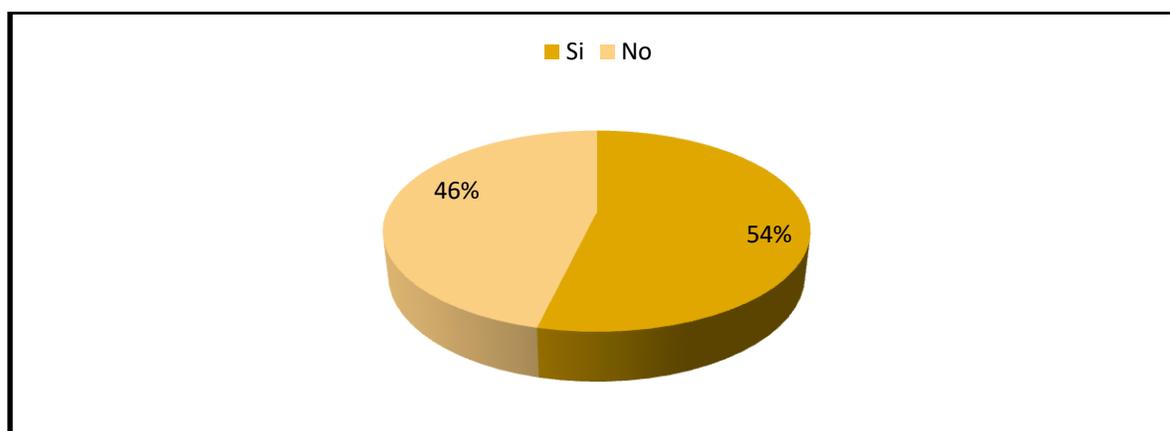


Fuente: Elaboración propia autora

Falta más incumbencia del ente regulador para que se conozca todo lo referente a ser legal en Colombia.

6. ¿Facilitaría que algún asesor se acerque a su sitio de trabajo para realizar dicho proceso?

Gráfica 13 Resultado Encuesta 2018 Villavicencio Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia autora

Se puede evaluar la posibilidad de asesoría gratuita a cada propietario por sectores, para que se acojan a las medidas de la creación de empresa.

Teniendo en cuenta el desarrollo de esta investigación cámara de comercio de Villavicencio y la alcaldía municipal firman acuerdo, que garantiza beneficios para el comercio informal de la ciudad de Villavicencio, para el comercio que ya es informal, y nuevas alternativas para los jóvenes menores de 35 años que sean emprender, acontinuacion adjunto

acuerdo

firmado

entre

las

partes:



ACUERDO 135 DE 2011

(Febrero 22)

Por el cual se establecen medidas especiales de Pago de Tributos en el Municipio y se dictan otras disposiciones

EL CONCEJO DE VILLAVICENCIO META

En uso de sus atribuciones legales, en especial las que le confieren el artículo 287 numeral 3 de la Constitución Política, Ley 1430 de 2010 artículo 48, Ley 788 de 2002 artículo 59, Decreto Ley 1421 de 1993, artículos 11, 12 numerales 1 y 3 y artículo 162

ACUERDA:

CAPÍTULO I

CONDICIONES ESPECIALES PARA EL PAGO DE TRIBUTOS DISTRITALES, RETENCIONES Y CONTRIBUCION DE VALORIZACIÓN

ARTÍCULO 1°.- Condiciones especiales para el pago de tributos distritales y retenciones. Los sujetos pasivos, contribuyentes, responsables y agentes de retención de los tributos administrados por la Dirección Distrital de Impuestos de Villavicencio-Meta, que tengan deudas a cargo por concepto de impuestos correspondientes a los períodos gravables 2008 y anteriores, podrán obtener hasta el 29 de junio de 2019, la reducción del cincuenta por ciento (50%) del total de los intereses moratorios causados y de las sanciones, incluida su actualización, cuando a ello haya lugar a que sus renovaciones en Cámara de Comercio de Villavicencio Meta, se encuentren al día, sin que para ello se requiera un pronunciamiento por parte de la administración tributaria distrital, para los menores de 35 años que se matriculen en Cámara de Comercio de Villavicencio, los 2 años siguientes a su matrícula, tendrán una reducción del ochenta por ciento (80%) en el pago de impuesto de industria y comercio. siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

Pago de contado durante el período arriba señalado, del total del impuesto junto con el cincuenta por ciento (50%) del valor de los intereses moratorios causados hasta la fecha del correspondiente pago y del cincuenta por ciento (50%) de las sanciones, incluyendo las sanciones mínimas.

PARÁGRAFO 1°. Los contribuyentes que dentro del período de vigencia de la condición especial de pago prevista en el presente artículo, presenten o corrijan por mayor valor sus declaraciones tributarias correspondientes a vigencias fiscales 2008 y anteriores, deberán liquidar la totalidad de las sanciones a que haya lugar, sin perjuicio del pago reducido aquí previsto. Para estos efectos, las declaraciones que requieren pago total para su validez y sean presentadas con pago parcial por concepto de sanciones e intereses acogidos al beneficio aquí establecido, tendrán plenos efectos jurídicos.

PARÁGRAFO 2°. La Dirección Distrital de Impuestos de Villavicencio Meta concederá, la condición especial de pago de que trata el presente artículo, a los deudores que cuenten

Conclusiones

Como factor final la informalidad surge como alternativa de la exclusión social derivada de problemas de violencia y marginalidad social, falta de educación y capacitación; que fue lo que se evidenció primordialmente en el proceso de investigación.

Además que la hipótesis creada a partir de la investigación fue positiva, ya que se encontró que no se tiene en cuenta el sector comercial para la capacitación continua de los procesos obligatorios del estado, no se realiza ningún tipo de propaganda y/ publicidad por medio de los medios de comunicación principales y alternativos.

También aporta que los propietarios no se preocupan por realizar los procesos de legalidad en sus establecimientos de comercio, por tal razón se da un sin número de excusas para no realizarlo, solo hasta cuando el ente intervenga y cierren dichos negocios, es decir que primero debe capacitar y luego si castigar a los que no acaten las normas.

La informalidad se considera un problema complejo multicausal que debe ser atendido de manera integral atacando de manera coordinada y simultánea cada una de las causas preponderantes en la ciudad, en donde el papel primordial lo tenga el estado para que los propietarios consoliden sus negocios y se tenga así unas bases de datos actualizadas a nivel nacional.



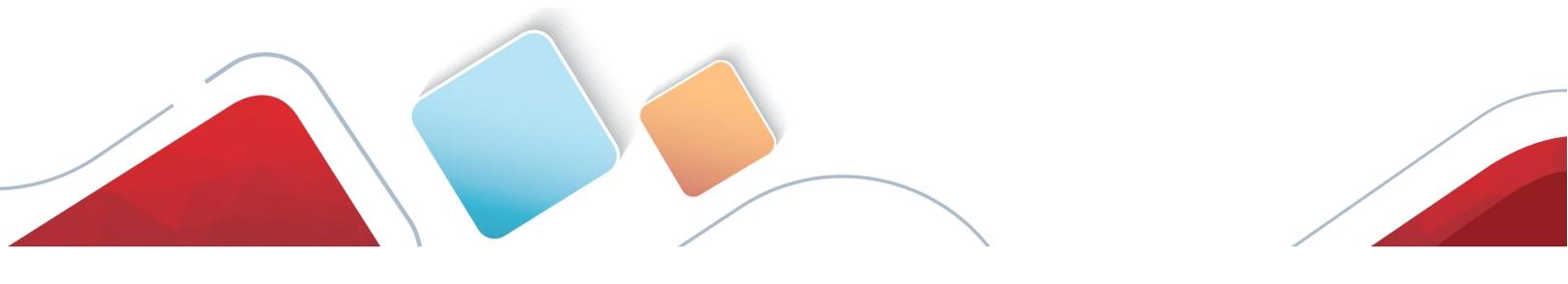
Es notable el deficiente papel del sector en la generación de ideas que aporten a la inclusión de estas personas, que de una u otra manera aporta algo a la sociedad. El vendedor informal tiene una noción equivocada sobre el papel que cumple el espacio público, lo cual influye en sus motivaciones para ingresar a la informalidad. Los aspectos socioculturales son fundamentales en el desarrollo de una estrategia integral de atención al fenómeno de la informalidad.





10. Recomendaciones

Implementar jornadas de formalización en los sectores más críticos de Villavicencio, visitas continuas a nuestros pequeños comerciantes, entregar publicidad que les permita conocer las sanciones por no tener su registro mercantil al día de igual manera les permita conocer los requisitos.





Referencias Bibliográficas

Bayón, C., Roberts, B., Saravi, G.A., Ciudadanía Social y Sector Informal en América Latina, en *Perfiles Latinoamericanos*, Revista de la Sede Académica de México de la FLACSO, Febrero 2001, p.73-111.

Centro de Investigaciones Economicas. (2018). *Meta en Cifras*. Cámara de Comercio de Villavicencio , Meta, Villavicencio. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/documentos/documentos-admin/OBSERVATORIO_ECONOMICO_REGIONAL_DEL_META_2018.pptx.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Crecimiento e Informalidad en Colombia*. Gobierno de Colombia. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Crecimiento%20e%20Informalidad%20en%20Colombia.pdf>

Dirección de Evolución Empresarial. (2017). *Censo de Establecimientos Informales de Villavicencio*. Cámara de Comercio de Villavicencio, Meta, Villavicencio. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/2017/Planeacion/Informe_Villavicencio_VF.pdf

Fernandez, C. (2018). Informalidad empresarial en Colombia. (C. d. Fedesarrollo, Ed.) *Working Paper*, 76. Recuperado el 02 de Junio de 2019, de





https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3698/WP_2018_No_76.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fierro, Javier. Estudio sobre la informalidad del comercio en Villavicencio. Villavicencio 2006, Revista llano siete Días. Recuperado de: <https://javierfierro.wordpress.com/estudio-sobre-la-informalidad-del-comercio-en-villavicencio/>

Leon Camargo, A. (2014). Estudio de la economía informal de Villavicencio con un enfoque neoestructural. (U. S. Tomas, Ed.) *Repository*. Recuperado el 04 de Junio de 2019, de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2442/Leonastrid2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Observatorio laboral de la Universidad del Rosario. (s.f.). *Perfil Actual de la Informalidad en Colombia: Estructura y Retos*. Universidad del Rosario. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Documentos/Reporte-LaboUR-Informalidad-Mayo-2018-PERFIL-ACTUA.pdf>

Robles Ortiz, D., & Martínez García, M. Á. (2018). Determinantes principales de la informalidad: un análisis regional para México. *Región y Sociedad*, 30(71). Recuperado el 01 de Junio de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252018000100004

Ulysea, G. (2015). Empresas, informalidad y desarrollo: teoría y evidencia de Brasil. *American Economic Association*, 108(8). Recuperado el 02 de Junio de 2019, de





<https://translate.google.com/translate?hl=es&sl=en&u=https://www.aeaweb.org/articles%3Fid%3D10.1257/aer.20141745&prev=search>

Velasco Valdez, D. (2015). Economía informal en Bolivia: análisis, evaluación y cuantificación en base al enfoque monetario de la demanda de efectivo (periodo 1994-2014).

Investigación y Desarrollo, 2(15), 76-89. Recuperado el 02 de Junio de 2019, de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2518-44312015000200006

Decreto 306 del 10 de febrero de 1962

Ley 80 de 1993

Ley 019 de 10 de enero de 2012

