

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA.
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA.
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES.**



**DIAGNÓSTICO DE VIABILIDAD PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA
SAZÓN DE LA AREPA MP**

PRESENTADO POR:

**RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JOHANNA CAROLINA
ROMERO PINEDA JAWER KAMIR**

BOGOTÁ D.C 2023

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA.
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA.
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES.**



**DIAGNÓSTICO DE VIABILIDAD PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA
SAZÓN DE LA AREPA MP**

PRESENTADO POR:

**RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JOHANNA CAROLINA
ROMERO PINEDA JAWER KAMIR**

ASESOR:

MAGISTER. WILMAR BRAVO

BOGOTÁ D.C 2023

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE IMÁGENES	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	9
1. Naturaleza del Problema.	10
1.1 Definición Del Problema.....	10
1.1.1 Enunciado Del Problema.	10
1.1.2 Pregunta Problema.	10
1.2 Objetivos Del Estudio.	10
1.2.1 Objetivo General.	10
1.2.2 Objetivos Específicos.	10
1.3 Justificación Y Alcance.	11
1.3.1 Justificación:	11
1.3.2 Relación Con La Línea De Investigación Institucional.....	12
1.3.3 Alcance:	12
2. Marco de referencias.....	12
2.1 Marco histórico.....	12
2.2 Marco Teórico.	14
2.3 Marco conceptual.....	15

2.4 Marco legal.....	17
3. Diseño Metodológico.....	20
3.1 Estudio.	20
3.2 Población y muestra.....	21
3.3 Instrumentos.....	22
3.4 Procedimiento.....	23
3.5 Cronograma.	24
Figura 1.....	24
3.6 Presupuesto.....	25
Figura 2.....	25
3.7. Ficha técnica.....	26
Figura 3.....	26
4. Desarrollo.....	27
4.1 Análisis financiero de la empresa Sazón de la arepa MP en el periodo del 2019 al 2021...27	
4.2 Análisis del entorno empresa Sazón de la arepa MP.....	30
4.3 Comparativa de las cifras formalizadas y no formalizadas de la empresa Sazón de la arepa MP.	33
REFERENCIAS.....	38

TABLA DE IMÁGENES

Tabla 1. Estado de resultado del año 2019	27
Tabla 2. Estado de resultado del año 2020	28
Tabla 3. Estado de resultado del año 2021	28
Tabla 4. Estado de resultado del año 2022 empresa formalizada	33
Tabla 5. Estado de resultado del año 2023 empresa formalizada	33
Tabla 6. Estado de resultado del año 2024 empresa formalizada	34
Tabla 7. Estado de resultado del año 2025 empresa formalizada	35
Tabla 8. Estado de resultado del año 2022 empresa no formalizada	35
Tabla 9. Estado de resultado del año 2023 empresa no formalizada	36
Tabla 10. Estado de resultado del año 2024 empresa no formalizada	36
Tabla 11. Estado de resultado del año 2025 empresa no formalizada	37
Ilustración 1. Cronograma establecido para el seguimiento y control de la investigación.	24
Ilustración 2. Presupuesto proyectado para el desplazamiento y cumplimiento de la visita a la empresa.....	25
Ilustración 3. Fichas técnicas dirigidas a clientes, proveedores y a la competencia.	26
Ilustración 4. Análisis de matriz Pestel en relación al entorno de la empresa.....	30
Ilustración 5. Análisis de matriz Porter en relación al entorno de la empresa; clientes, proveedores y	

RESUMEN

La informalidad que se manejan en las diferentes microempresas hoy en día es alta, el desconocimiento de la información aumenta y el mal manejo de sus recursos por la no correcta administración hace que muchas de estas micro empresas no crezcan y cierren. Y esto no se ve necesariamente por el tipo de producto que manejan, ni por su calidad, los quiebres de estas empresas van enfocados al mal manejo de sus recursos.

Como objetivo de este estudio se plantea desarrollar el diagnóstico de viabilidad para la formalización de la empresa “Sazón de la arepa MP”, la cual está ubicada en el departamento del Meta, exactamente en el municipio de Castilla la Nueva. Con el fin de responder a la pregunta de investigación ¿Cómo desarrollar un diagnóstico de viabilidad para la formalización de la empresa?, se trabajará de la mano de su propietaria y por medio de los diferentes métodos de recolección de datos llegaremos al análisis de cada indicador.

Se responderá a la pregunta problema a través de la inmersión que se realizará a la empresa, generando una visita y por medio de encuestas, entrevistas y el método de observación se analizarán las cifras y se interpretarán para entender el contexto y la situación actual e histórica. Las respuestas obtenidas en las diferentes encuestas generarán una comparativa en relación a la competencia y la evolución de la empresa.

Teniendo en cuenta la investigación realizada y el acompañamiento que se llevó con la empresa en el transcurso del año 2022 y culminando el 2023 podemos deducir que la empresa está situada en un sector favorable en relación a las ventas y clientes, la aceptación del producto es favorable en todos los aspectos; calidad, presentación y precio. Los clientes ponen por encima del precio la atención al cliente que reciben y la familiaridad que tienen con su dueña, la demanda de evidenciar nuevos productos es baja, pero la aceptación que tiene el cliente al cambio de los mismos no es nula. La relación con los proveedores es viable, la confianza que se tiene sobre la

empresa genera apertura de créditos y compras al por mayor lo cual es beneficioso para la compañía. Finalmente la empresa puede presentar una variación al estar formalizada y esta se vería reflejada en sus ganancias, al ser una micro empresa y no mantener un alto volumen de ventas, cualquier gasto afecta su resultado final y no es rentable teniendo en cuenta que al formalizarse debe cumplir ciertas características y cumplimientos legales que generan más gastos que durante nueve años que ha estado la empresa y estos no han sido necesarios por el sector y el tipo de negocio en el cual se desenvuelve la misma.

ABSTRACT

The informality that is managed in the different microenterprises today is high, the lack of knowledge of information increases and the mismanagement of their resources due to incorrect administration means that many of these microenterprises do not grow and close. And this is not necessarily seen by the type of product they handle, nor by its quality, the failures of these companies are focused on the mismanagement of their resources.

The objective of this study is to develop the feasibility diagnosis for the formalization of the company “Sazón de la arepa MP”, which is located in the department of Meta, exactly in the municipality of Castilla la Nueva. In order to answer the research question: How to develop a feasibility diagnosis for the formalization of the company?, we will work hand in hand with its owner and through different data collection methods we will arrive at the analysis of each indicator. .

The problem question will be answered through the immersion that will be carried out in the company, generating a visit and through surveys, interviews and the observation method, the figures will be analyzed and interpreted to understand the context and the current and historical

situation. . The responses obtained in the different surveys will generate a comparison in relation to the competition and the evolution of the company.

Taking into account the research carried out and the support that was carried out with the company during the year 2022 and ending in 2023, we can deduce that the company is located in a favorable sector in relation to sales and customers, the acceptance of the product is favorable. in all aspects; quality, presentation and price. Customers place the customer service they receive and the familiarity they have with the owner above the price. The demand to demonstrate new products is low, but the customer's acceptance of changing them is not zero. The relationship with suppliers is viable, the trust we have in the company generates opening of credits and wholesale purchases which is beneficial for the company. Finally, the company may present a variation when it is formalized and this would be reflected in its profits. Since it is a micro company and does not maintain a high sales volume, any expense affects its final result and is not profitable considering that when it is formalized it must comply with certain characteristics and legal compliances that generate more expenses than during the nine years that the company has been in existence and these have not been necessary due to the sector and the type of business in which it operates.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en el diagnóstico de viabilidad para la formalización de la empresa familiar “El sazón de la arepa MP”, la presente investigación surge a causa de la informalidad que la empresa maneja en todos sus aspectos legales y formales.

Nos encontraremos con el respectivo análisis financiero de los diferentes años que la empresa lleva, validando las ventajas y desventajas que tendría al generar la formalidad de la misma, también los diferentes estados financieros de prueba proyectando el futuro y el estado actual de la empresa dando como alcance una proyección de viabilidad que tendría como finalidad formalizarla.

El método empleado para la investigación será un método mixto; combinaremos la perspectiva cualitativa y cuantitativa para dar profundidad al análisis y poder resolver las diferentes preguntas que se presentan, utilizaremos encuestas, proyección de indicadores, pruebas de proyección, seguimiento a los diferentes estados financieros de los últimos tres años y el análisis de los mismos, encontraremos el trabajo en conjunto que se ejecutó junto con la propietaria de la empresa.

1. Naturaleza del problema.

1.1 Definición del problema.

1.1.1 Enunciado del Problema.

Informalidad del negocio a comparación de micro empresas que están en el sector de San Lorenzo – Meta, teniendo en cuenta el sector al que pertenecen y el avance que han tenido después de.

1.1.2 Pregunta Problema

¿Cómo desarrollar un diagnóstico de viabilidad para la formalización de la empresa “sazón de la arepa MP”?

1.2 Objetivos Del Estudio

1.2.1 Objetivo General

Desarrollar el diagnóstico de viabilidad de formalización de la empresa “Sazón de la arepa MP”

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Realizar el análisis financiero de la empresa “sazón de la arepa MP” en el periodo 2019 al 2021
2. Desarrollar un análisis del entorno de la empresa “sazón de la arepa MP”
3. Generar una proyección comparativa de las cifras formalizadas y no formalizadas

1.3 Justificación Y Alcance

1.3.1 Justificación:

El negocio familiar de la venta de arepas de maíz trillado se volvió algo indispensable para el sustento del hogar, es ahí donde radica la necesidad de esta investigación, pudimos ver la falencia que tiene el negocio familiar en relación a la informalidad que maneja y vimos una oportunidad de mejora muy grande, por ello que surge esta investigación, adicional el negocio ha sido muy reconocido dentro del sector por la calidad de producto que se venden y como los prefieren a comparación de la competencia.

“The concept and role of entrepreneurship today has evolved, so much so that lately it is the fundamental pillar for the development of a country.” [El concepto y rol del emprendimiento hoy en día ha evolucionado, tanto así que últimamente es el pilar fundamental para el desarrollo de un país] (Acs & Audretsch, 2001). As Lazear (2002, p. 1).

La empresa no tiene un seguimiento detallado de sus estados financieros por lo mismo no tiene un foco que los ayude a proyectarse, es por esto que dentro de la investigación analizaremos detalladamente los indicadores financieros presentados por la empresa, también haremos una serie de investigaciones y proyecciones de los mismo a futuro para así determinar qué tan viable es la formalización de la empresa, ventajas y desventajas de la misma.

Como manifiesta Erik Banks afirma que “Reporting leads ultimately to the creation of financial statements that let managers, investors, creditors, credit rating agencies, regulators, and other stakeholders evaluate financial strength or weakness”. [La presentación de informes conduce en última instancia a la creación de estados financieros que permiten a los gerentes, inversionistas, acreedores, agencias de calificación crediticia, reguladores y otras partes interesadas evaluar la fortaleza o debilidad financiera] (Erik Banks, 2023, p. 27).

Desde nuestro punto de vista y con los conocimientos básicos que hemos venido adquiriendo en el transcurso de la carrera pudimos ver la oportunidad de mejora y queremos implementar lo aprendido en esta empresa familiar, ver cómo desde nuestro punto de vista podemos guiar y replantear una idea que tiene oportunidades de mejora pero que a futuro y con organización podría brindar buenos frutos.

1.3.2 Relación Con La Línea De Investigación Institucional

Línea 03. Administración y competitividad

1.3.3 Alcance:

Mixto: combinaremos la perspectiva cualitativa y cuantitativa para dar profundidad al análisis de la investigación, teniendo en cuenta que esta data nos permitirá conocer información actualizada para poder tomar decisiones y enfocar mucho más la investigación.

2. Marco de referencias

2.1 Marco histórico

La empresa inició como un emprendimiento de la señora María Ascensión Pineda aproximadamente en el año 2016 debido a que a esa fecha la señora migró a la vereda de San Lorenzo Meta – en el municipio de Castilla la Nueva Meta, la informalidad en Colombia crece cada vez más, como lo menciona (David Ochoa y Aura Ordoñez, 2004)

Quienes pertenecen al sector formal son personas entre los 25 y los 35 años de edad, por lo que a aquéllas que se quedan por fuera de este rango no les queda más remedio que comenzar a formar parte del sector informal. (p. 1)

Debido al déficit de desempleo que allí se maneja la opción que encontró doña María fue iniciar su propio emprendimiento. “Vemos como el promedio de hombres desempleados son

personas que tienen más de 50 años y quienes llevan más tiempo gestionado su empleo, a estos se suman las personas que tienen pregrado o bachiller”. (Nohora Forero, Andrés García y Juan Guataquí, 2008, p 9).

Iniciando con un molino de mano y haciendo las arepas con una vieja receta que su mamá implementaba con ella cuando era una niña en las fincas donde vivían, es ahí donde inicia el negocio, siendo este el primer ingreso de la familia “Romero Pineda”, desde ahí inició todo, mes a mes, día tras días la vereda fue conociendo poco a poco el emprendimiento de doña María, caracterizándose por su excelente atención en el negocio y el hacer sentir a sus clientes como si estuvieran hablando como con la “Mamá”, así dicen muchas de las personas que ingresan al negocio. Según (Maria Daza, Maritza Daza y Adith Pérez, 2016):

El servicio al cliente ha tomado fuerza en los últimos años teniendo en cuenta que la competencia es cada vez mayor y esto se da debido a que los clientes son cada vez más exigentes, la innovación de productos es mayor, así como la perspectiva del cliente no es solo buscar calidad y precio; sino que va más allá.
(p.22)

Empezó en la puerta de su casa con un asador, pero ahora tiene su propia caseta, mesas, sillas, el proceso de molino ya no es a mano sino eléctrico y es muy reconocida en el pueblo por la calidad de producto que vende, es tanto así que los diferentes restaurantes de la zona han decidido contratar muchas veces los servicios de contrata de arepas mensualmente. El producto con el cual se caracterizó el negocio fue la “Arepa blanca de maíz” asada con carbón. Al día de hoy, doña María continua con su negocio en la vereda, un poco más formal pero no como se desea tener una micro empresa y un producto tan reconocido y aceptado por la clientela como el que ella genera en la zona, así mismo contribuye con el desarrollo económico de la zona

y hace ver al pueblo por las diferentes personas que ingresan al pueblo debido a que está situada en la entrada principal del mismo.

“Es así como la educación que se tiene en relación al tema financiero es muy importante al momento de formalizar una empresa, debido a que brinda bases a los empresarios para entender y movilizarse en el mundo del emprendimiento”. (Freddy Castro, Daniela Londoño, Álvaro Parga y Camilo Peña, 2020, p. 4).

2.2 Marco Teórico

Este municipio, según varios artículos de prensa:

Se caracteriza por la inversión en la infraestructura vial y la inversión social derivada de las regalías del petróleo. Como está registrado en el Plan de Desarrollo Nacional del gobierno del entonces presidente, toda la población infantil de Castilla cuenta con acceso a centros educativos. El municipio cuenta con un porcentaje mínimo de embarazos en adolescentes a nivel departamental. Adicional a esto las vías del municipio están en óptimas condiciones. (Convenios de fuerza y justicia, 2019, p. 1).

Al año 2018 la empresa SAZÓN DE LA AREPA MP se cambió de establecimiento, ya no estaba situada en el domicilio de doña María sino en la parte esquinera de la calle de la vereda de “San Lorenzo – Meta”.

Castilla la nueva es un municipio rico en tecnología. “La Eco-Biblioteca fue construida por la compañía estatal, esta edificación es la más ostentosa del sector, tanto así que es algo muy óptimo para la gestión interna de plan de trabajo. Ojalá la colmen jóvenes autodidactas e investigadores” (German Vallejo, 2022, p. 1).

Es tanto así, que como dentro de una visita que se realizó al municipio para entender su cultura, conocer su gastronomía y toda su historia sitúa German Vallejo (2022):

En el 2006 Castilla recibió el honroso título de “Ciudad Digital”, acá hay conexión a Internet gratis para casi toda la comunidad”. Y es que es así como este municipio se caracteriza por mantener en constante actualización y cambio en pro de sus habitantes. Las carreteras que comunican al municipio con el departamento están en perfectas condiciones, los delineados, el color amarillo y blanco en el asfalto hace sentir como si recién fueron terminadas. Adicional a esto las señales de tránsito las podemos encontrar por todas partes, cuidadas y claras. El departamento se caracteriza por la ganadería, hay señales que indican que se pueden encontrar ganado en la vía, porque sí se ve. Una que otra vez, un cebú se atraviesa y detiene el tráfico, lo desafía, pero al escuchar un pito huye, se aleja, da paso. (Óscar Gúesguán, 2015, p. 1)

La empresa "SAZÓN DE LA AREPA MP" adquirió al año 2019 una caseta, sillas y mesas que se modificaron y estructuraron en el negocio para la atención de los clientes.

2.3 Marco conceptual

Viabilidad: es el respectivo proceso de analizar y que como finalidad tiene entender, interpretar y analizar cierto proyecto para tomar decisiones.

“System orientation for viability and performance is a two-phase assessment process” [La orientación del sistema para la viabilidad y el desempeño es un proceso de evaluación de dos fase] (Hartmut Bossel, 2002, p. 8).

Informalidad: hablamos de algo informal cuando tenemos un vínculo con cierta empresa el cual no está gestionado según la ley nacional, por ende, no cumplirías con el reglamento, seguimiento y obligación del mismo.

Ciudades Digitales: se conoce con este término a las diferentes ciudades que han generado avance y proyección a nivel tecnológico conectando a la gente mucho más con los diferentes medios de comunicación y avances tecnológicos en pro del desarrollo de la misma.

Fertilidad: consiste en el proceso que se lleva a cabo para que un terreno de paso a tener plantas y cultivos que se ejecutan por lo rica y fértil que es la tierra, esto depende de muchos factores naturales y ubicación del mismo.

Caserío: conjunto de casas en el campo que no constituyen un pueblo.

Red hidrográfica: consiste en una sistema lineal, jerarquizado y estructurado de forma redonda la cual asegura el proceso de movimiento de una cuenta por donde se desplaza el agua.

Inversión: se conoce como inversión al proceso económico que se genera en pro del dinero, ya sea ahorrar, lo cual puede generar alguna ganancia o pérdida, depende del proceso que se esté llevando.

Registro Mercantil: este es el ente encargado de generar una correcta administración y la correcta publicación oficiales en las diferentes situaciones legales en las que se encuentren los emprendedores y donde estén registrados.

Arepa: es el resultado que podemos obtener por medio de una masa consistente y por gustos con diferentes condimentos, esta puede ser asada por medio de parrillas y se prepara al gusto del consumidor.

Masa: esta es el resultado de un proceso que termina en una masa algo consistente, muchas veces homogénea y que se debe dejar manejar para poder llegar a elaborar productos alimenticios, por lo general se usa en productos de repostería.

Maíz: este es el cereal que sale de un cultivo de una planta que se caracteriza por ser recta, larga, tiene sus hojas grandes son largas y unas flores que crecen en racimo.

Molino: máquina moledora de maíz que ayuda a crear una masa de buena consistencia que permite ser fácil de manipular.

Asar: proceso de cocción de un alimento cuando está en contacto con el fuego o algún elemento que por el calor realice el proceso de cocción dando como resultado el punto querido por la persona.

Hornear: es el proceso por el cual se pone en un horno algún alimento para que este con el proceso de calentamiento pierda su humedad y se dore, dando resultado al producto final.

Trillar: Triturar el cereal cortado para separar el grano de la paja.

2.4 Marco legal

Contratación Directa (Ley 1150 de 2007), bajo la cual se llevó a cabo el contrato donde se tenía en cuenta las acciones de apoyo para la disminución, llevar el seguimiento control y entender cómo se manejaría el proceso de aperturar de nuevo la economía en el municipio de Castilla la Nueva.

“La pandemia llegó de la nada y dejó a todo el mundo en shock, nadie pensó nunca que tendría que pasar por esto, y si lo hablamos a nivel de economía menos. Esto genera un elevado costo en los países y globalmente, pero nadie le brindada la atención suficiente para entender las consecuencias de esta”. (Peter Sands, 2021, p. 1).

La empresa “SAZÓN DE LA AREPA MP” cerró en pandemia, debido a que el negocio es informal y no estaba autorizado a abrir el mismo.

“The World Health Organization (WHO) and the CDC, along with many renowned healthcare and infectious disease experts, pleaded for people to keep a 6 feet social distance to reduce the risk of spreading the virus” [La Organización Mundial de la Salud

(OMS) y los CDC, junto con muchos expertos de renombre en salud y enfermedades infecciosas, pidieron a las personas que Mantenga una distancia social de 6 pies para reducir el riesgo de propagación del virus]. (Yara Elkhalil, 2020, p. 5).

La resolución 385 del 12 de marzo del 2020 en donde declaran la variante del Covid 19 nos muestra las diferentes medida que debemos tener en cuenta para hacer frente a esta emergencia sanitaria. Adicional encontramos una ley importante y es la que apoya la suscripción de la política estatal para generar creación de empresas en el país, esta es la Ley 590 que se generó el 10 de julio del año 2000, la cual es conocida en como “Ley mipyme”. (Liyis Gómez, Joselín Martínez y María Arzuza B, 2006, p 7).

Los negocios deben dar el primer paso en la creación de empresa y este es poder adquirir la matrícula mercantil. Luego de esto los requisitos que necesita el emprendedor son menos y esto va acorde a la actividad económica de la empresa. Según el proceso establecido son 15 los pasos necesarios, entre estos encontramos los siguientes: la afiliación a los empleados en las diferentes EPS, también afiliación a las ARL, afiliación al fondo de pensiones y caja de compensación familiar. Estos documentos predominan con un nivel importante para empresas que dentro de su registro deben sí o sí cumplir con el mismo. Formalizar un negocio es importante para el aumento de empresas y esto apoya el desarrollo de nuestro país, adicional esto genera visibilidad en los diferentes mercados, genera posibilidades de acceso a los servicios financieros, entre otros.

A continuación encontraremos los diferentes entes que componen dentro del proceso la formalización de una empresa:

La dirección que regula los impuestos y las aduanas del país: este ente es el encargado de realizar el control y administración de las diferentes obligaciones legales

que como empresarios deben cumplir, ejemplos de estos son el impuesto de renta, tenemos también el impuesto sobre las ventas y por último tenemos al impuesto al consumo. Adicional a esto es la responsable de llevar el control del comercio internacional y las diferentes importaciones que se generan al país.

La cámara de comercio: este ente es el responsable de llevar el control y administración de todas las situaciones jurídicas de los empresarios del país, empresas con o sin ánimo de lucro también son responsabilidad de este ente y su administración.

Invima: sus siglas significan “instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos”, es el encargado de llevar un seguimiento y control sobre las empresas que dentro de su función gestiones procesos con alimentos, que manejen medicamentos, empresas que manejen productos médicos y productos que requieran un seguimiento sanitario.

OSA: sus siglas significan “sayco y acinpro” y es el ente encargado de generar el recaudo de los pagos por las diferentes licencias de uso que constituyan temas musicales o que contenga videos en algún establecimiento comercial, algún bar o restaurante.

Ministerio de minas y energía: este ente es el encargado de llevar a cabalidad los diferentes reglamentos que se ejecutan en los predios donde se ejecuten procesos eléctricos.

Anla: ente encargado de los los proyectos, obras o las actividades que requieran ser revisadas y habilitadas por medio de licencias, permisos o algún trámite adicional para poder cumplir con la regla y normativa vigente. (Bancolombia, 2019, p. 1).

Artículo 126 del Decreto y ley 019 del año 2012: nos indica que todos los alimentos que fabriquen, se envasen o se genere la importación de los mismos para su respectiva

comercialización en el país, necesitarán del certificado sanitario, teniendo en cuenta el riesgo que tienen los productos a nivel de salud pública. (Ministerio de salud y protección social, 2023, p. 1).

Artículo 11. Estado de salud. Todas las personas que manipulan alimentos deben cumplir ciertos requisitos, dentro de estos está: debe tener el certificado médico donde indique que es apto (a) en la manipulación de procesos y alimentos. Las diferentes empresas deben seguir el conducto regular y legislativo que indica por año realizar un chequeo, seguimiento y certificación médica que demuestre la viabilidad que la persona es apta para manipular alimentos. (María Jaramillo, 2020, p. 7).

MI-PYME: esta ley es la 590 que salió el 10 de julio del año 2000. Esta ley se creó principalmente para generar promoción en las empresas que estaban iniciando en el país, esto con el fin de que puedan generar un muy buen ambiente laboral. La ley se ejecuta siempre en las micro, las pequeñas y medianas empresas, sin embargo el propósito es depurar las políticas de acceso a los diferentes procesos de financiamiento con costos inferiores y generando nuevos procesos que apoyen integralmente esta ley. (Secretaría jurídica distrital, 2000, p. 1).

3. Diseño Metodológico

3.1 Estudio

Utilizaremos el método mixto teniendo en cuenta los diferentes procesos de recolección de información que utilizaremos dentro de la investigación; encuestas, entrevistas, observaciones, entre otros. “Cuando hablamos de métodos mixtos en la investigación tenemos como objetivo analizar y entender algo muy complejo” (Rubí Peniche y Noé Mora, 2016, p. 2).

Surge la necesidad de incorporar este método debido a la toma de decisiones y a la cantidad de información que requerimos en la investigación. Se utilizará el método descriptivo debido a que este nos permitirá realizar un análisis detallado y nos brindará facilidad de interpretar la información por medio del conjunto de datos facilitando el uso con el apoyo de tablas, medidas numéricas y gráficas.

“It is important to have the data collection process on the radar and select the different costs, how they will calculate the size and the different scales that will intervene to respond to the purpose of the study”. [Importante tener en el radar y seleccionar el proceso de recolección de datos de los diferentes costos, cómo van a calcular el tamaño y las diferentes escalas que van a intervenir para dar respuesta al propósito del estudio] (John M Chapel y Guijing Wang, 2019, p. 7).

Por el contrario el método de recolección explorativa lo utilizaremos para llegar a conocer todos aquellos que no son tan relevantes en el negocio, encontrando oportunidades de mejora que nos ayudarán a tomar decisiones y entender por qué la situación actual del negocio y más que eso de cada una de las oportunidades que encontremos dentro de este y por medio de la encuesta buscamos recoger información importante de los diferentes clientes, brindándonos esta información muy importante del negocio a comparación de cliente, satisfacción, status, imagen y perspectiva directa que esta presenta al cliente.

“Managers to progress towards optimal decision making by reducing the two constraints identified” [Los gerentes progresan hacia la toma de decisiones óptima reduciendo las dos limitaciones identificadas] (David Rode, 1997, p. 3).

3.2 Población y muestra

Actualmente Castilla la nueva cuenta con 7258 habitantes los cuales se componen de su zona rural y urbana. Enfocaremos la investigación en 1200 habitantes de la vereda de “San

Lorenzo”, quienes son los clientes directos de la compañía, una de las muestras serán todas aquellas personas que llegan a adquirir el producto, es ahí donde enfocaremos el tema de recolección de información a satisfacción directa de cliente. Trabajaremos de la mano con los diferentes proveedores en este caso las personas que suplen las necesidades de:

- Carbón
- Maíz
- Utensilios como vasos, servilletas, bolsas de entrega y demás
- Leche
- Mantequilla
- Huevos
- Personas que proveen la energía al negocio

Tomares como foco las personas que proveen al negocio estos productos que son esenciales para la ejecución y elaboración del producto, la muestra sería aproximadamente de 20 personas de las cuales tomares información muy importante para conocer y analizar el tema financiero que nos impacta como son los proveedores.

3.3 Instrumentos

Para realizar un proyecto exitoso se requiere un adecuado instrumento de recolección de datos. “Cuando hablamos de recolección de datos nos referimos a cómo consolidamos los diferentes datos de forma sistematizada buscando obtener como resultado el análisis puntual del tema que estamos consolidando” (Andrea Parra, 2023, p. 1).

Implementaremos los siguientes instrumentos de recolección de datos:

1. **Encuesta:** por medio de una serie de preguntas dirigidas a los proveedores tendremos información puntual referente al estado financiero de la compañía en relación a

proveedores; estado actual de pago, tiempo estimado que lleva con la empresa, valores exactos de adquisición de los bienes que proveen y demás información relevante que nos ayudará a la validación de información referente a ellos pueden ser varias, en escalas diferentes las cuales se dispongan para la investigación. Dentro de esto podremos encontrar:

2. **Observaciones:** por medio de registros tomados que no requieren participación obligatoria tendremos participación de las diferentes empresas del sector donde tomaremos información relevante la cual nos brindará insumo para determinar ciertas decisiones y poder generar un comparativo de la empresa versus la competencia.
3. **Entrevista:** por medio de este método llegaremos a los diferentes proveedores de la compañía y clientes de la misma, los cuales nos contarán y nos darán la proyección y perspectiva que tienen del producto, el servicio al cliente y la calidad de la empresa a la cual ingresan a suplir una necesidad.

3.4 Procedimiento

Haremos la recolección de datos por medio de encuestas, entrevistas y observaciones dentro del sector de la vereda San Lorenzo, clasificándolo de la siguiente manera:

Encuesta: se plantean diferentes preguntas relacionadas a los proveedores, de donde tendremos información puntual referente al estado financiero de la compañía en relación a proveedores; estado actual de pago, tiempo estimado que lleva con la empresa, valores exactos de adquisición de los bienes que proveen y demás información relevante que nos ayudará a la validación de información referente a ellos pueden ser varias, en escalas diferentes las cuales se dispongan para la investigación. Dentro de esto podremos encontrar:

4. **Observaciones:** por medio de registros tomados que no requieren participación obligatoria tendremos participación de las diferentes empresas del sector donde tomaremos información la cual nos ayudará a tomar decisiones y generar un comparativo de la empresa versus la competencia.
5. **Entrevista:** por medio de este método llegaremos a los diferentes proveedores de la compañía y clientes de la misma, los cuales nos contarán y nos darán la proyección y perspectiva que tienen del producto, también información relacionada al tema de SAC (servicio al cliente) y cómo perciben la empresa en relación a la calidad y accesibilidad.

3.5 Cronograma

Figura 1

Ilustración 1. Cronograma establecido para el seguimiento y control de la investigación.

RESPONDABLES	ACTIVIDAD	FECHA																	
		2022						2023											
		JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Entrega del primer informe																		
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Acompañamiento al trabajo por el docente																		
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Seguimiento y retroalimentación por el docente																		
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Entrega del segundo informe																		
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Consolidado de recolección de datos y entrega de tercer informe																		
Johanna Rodriguez Jawer Romero	Entrega de tercer informe final del semestre																		

Nota: la figura muestra el seguimiento que por mes se debe cumplir para llegar a lograr los objetivos de la investigación. Fuente: Propia (2023)

3.6 Presupuesto

Figura 2

Ilustración 2. Presupuesto proyectado para el desplazamiento y cumplimiento de la visita a la empresa.

PRESUPUESTO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
GASTO	CANTIDAD	VALOR
Transporte	2	\$ 220,000
Alimentación	3	\$ 60,000
Estadía	2	\$ 80,000
Documentación	-	\$ 20,000
Tiempo	viaje de 5 horas	\$ 160,000
Tiempo	viaje de 30 minutos al municipio principal	\$ 20,000
	TOTAL	\$ 400,000

Nota: la figura muestra el presupuesto que se debe tener para poder realizar el desplazamiento a la empresa. Fuente: Propia (2023).

3.7. Ficha técnica

Figura 3

Ilustración 3. Fichas técnicas dirigidas a clientes, proveedores y a la competencia.

FICHAS TÉCNICAS	
CLIENTES	
Población Objetivo: personas de 15 años o más, residentes en San Lorenzo - Meta. En total 20 personas las cuales residen en el sector.	
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	20
Error ponderado estimado	90
Nivel de confiabilidad	9
Periodo de base	Año 2023
Periodicidad	Diaria
Periodo Recolección Información.	Marzo - Abril de 2023
Estrategia Recolección Información.	Entrevista personal en la empresa
Realizada por	Johanna Carolina Rodríguez Rodríguez y Jawer Kamir Romero Pineda
TALENTO HUMANO	
Población Objetivo: personas de 18 años o más que pertenezcan activas dentro de la empresa Sazón de la arepa MP	
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	1
Error ponderado estimado	99
Nivel de confiabilidad	1
Periodo de base	Año 2023
Periodicidad	Diaria
Periodo Recolección Información.	Marzo - Abril de 2023
Estrategia Recolección Información.	Entrevista personal en la empresa
Realizada por	Johanna Carolina Rodríguez Rodríguez y Jawer Kamir Romero Pineda
PROVEEDORES	
Población Objetivo: personas de 18 años o más que suministran la materia prima a la empresa Sazón de la arepa MP	
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	2
Error ponderado estimado	99
Nivel de confiabilidad	1
Periodo de base	Año 2023
Periodicidad	Diaria
Periodo Recolección Información.	Marzo - Abril de 2023
Estrategia Recolección Información.	Entrevista personal en la empresa
Realizada por	Johanna Carolina Rodríguez Rodríguez y Jawer Kamir Romero Pineda
COMPETIDORES	
Población Objetivo: personas de 18 años o más que pertenecen a la competencia directa de la empresa sazón de la arepa MP	
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	2
Error ponderado estimado	99
Nivel de confiabilidad	1
Periodo de base	Año 2023
Periodicidad	Diaria
Periodo Recolección Información.	Marzo - Abril de 2023
Estrategia Recolección Información.	Metodo de observación
Realizada por	Johanna Carolina Rodríguez Rodríguez y Jawer Kamir Romero Pineda

Nota: la figura muestra las tres fichas técnicas que se tendrán en cuenta para trabajar con la empresa. Fuente: Propia (2023).

4. Desarrollo

4.1 Análisis financiero de la empresa Sazón de la arepa MP en el periodo del 2019 al 2021

La Empresa no contaba con un seguimiento financiero formal y desconocen los diferentes procesos de apoyo para el mismo.

Tener una empresa informal afecta la productividad de las grandes empresas que si están formalizadas pero que están categorizadas como macro y micro empresas. (Mauricio Santa Maria y Sandra Rozo, 2008, p. 9).

“Formal planning cannot really be effective when managers at different levels do not adequately use their intuition and judgment in the planning processes.” [La planificación formal no puede ser eficaz realmente cuando los directivos de los diferentes niveles no usan de manera adecuada su intuición y juicio en los procesos de planificación] (George A. Steiner, 1979, p. 10).

Por ende, se genera la proyección de indicadores y se establecen en conjunto con la propietaria de la empresa los estados de resultados para los años 2019, 2020 y 2021, donde obtuvimos lo siguiente:

Tabla 1

Tabla 1. Estado de resultado del año 2019

<i>2019</i>	Mes	Anual
Ventas totales	\$5,700,000	\$68,400,000
(-) Devoluciones/ventas	\$300,000	\$3,600,000
Ventas netas	\$5,400,000	\$64,800,000
(-) Costo de ventas	\$2,400,000	\$28,800,000
Utilidad bruta	\$3,300,000	\$39,600,000
Gastos de venta	\$600,000	\$7,200,000
Gastos financieros	\$260,000	\$3,120,000
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$860,000	\$10,320,000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0

(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$2,440,000	\$29,280,000
(-) Impuesto a la utilidad (33%)	\$0	\$0
(=) Utilidad neta	\$2,440,000	\$29,280,000

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 2

Tabla 2. Estado de resultado del año 2020

2020 Enero- Marzo (pandemia)	Mes	Anual
Ventas totales	\$4,800,000	\$14,400,000
(-) Devoluciones/ventas	\$300,000	\$900,000
Ventas netas	\$4,500,000	\$13,500,000
(-) Costo de ventas	\$2,700,000	\$8,100,000
Utilidad bruta	\$2,100,000	\$6,300,000
Gastos de venta	\$600,000	\$1,800,000
Gastos financieros	\$260,000	\$3,120,000
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$860,000	\$4,920,000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$1,240,000	\$1,380,000
(-) Impuesto a la utilidad (32%)	\$0	0
(=) Utilidad neta	\$1,240,000	\$1,380,000

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 3

Tabla 3. Estado de resultado del año 2021

2021	Mes	Anual
Ventas totales	\$3,300,000	\$39,600,000
(-) Devoluciones/ventas	\$300,000	\$3,600,000
Ventas netas	\$3,000,000	\$36,000,000
(-) Costo de ventas	\$1,800,000	\$21,600,000
Utilidad bruta	\$1,500,000	\$18,000,000
Gastos de venta	\$300,000	\$3,600,000

Gastos financieros	\$260,000	\$3,120,000
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$560,000	\$6,720,000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$940,000	\$11,280,000
(-) Impuesto a la utilidad (31%)	\$0	0
(=) Utilidad neta	\$940,000	\$11,280,000

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

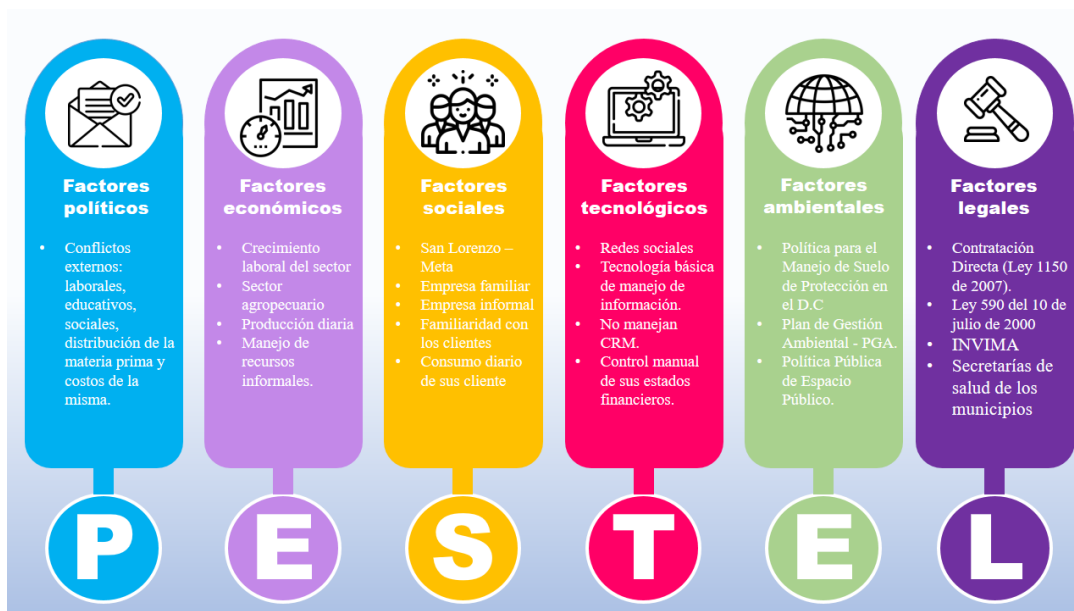
La investigación se plantea en este rango de tiempo con el fin de entender el comportamiento que tuvo la empresa a nivel financiero antes y después de la pandemia. Teniendo en cuenta el trabajo en conjunto que llevamos a cabo con la propietaria de la empresa y las validaciones financieras que pudimos observar en la visita que realizamos el día 22/05/2023, observamos el manejo informal que la empresa ha venido llevando en últimos años, el registro de ventas que se lleva es escrito en un libro, tanto así que la variación de ventas que la empresa presenta no ha tenido un control si no que es a la perspectiva y dentro del desconocimiento de su propietaria. Se observa cómo se toman decisiones en tiempo real pensando en obtener de cierta forma una “Ganancia” que si se lleva a un seguimiento financiero posiblemente genere una perdida. La empresa cuenta con un empleado y el pago de su jornada laboral es diario, en los últimos años se ha aumentado el precio de los productos por el incremento de la materia prima de los mismos, el aumento ha sido moderado y no ha generado un impacto en los clientes, por el contrario se entendió la dinámica de ir acostumbra al usuario a la variación del valor por los diferentes aspectos económicos de la región. Teniendo en cuenta que de la empresa es una microempresa, sus ventas son muy bajas, encontramos que tanto su la materia prima como el producto final se vende y se compra al detal, no encontramos una variación en este sentido y por eso mismo encontramos estos estados de resultados con estas proyecciones.

Podemos ver como las ventas totales disminuyeron significativamente del año 2019 al 2021, cabe resaltar que la empresa paso por la pandemia que a nivel global vivimos en el 2020; este año la empresa solo tuvo funcionamiento un trimestre de los cuatro del año, con el cual tuvo que cerrar y con las ganancias que tenía a este periodo pudo cumplir con estrictamente sus obligaciones financieras; cabe aclarar en este ítem la empresa a comparación de otras no contó con los apoyos del Estado, por lo cual su deuda financiera siempre estuvo al margen y cumplimiento, esto lo podemos ver reflejado en el estado de resultados de cada año. Podemos evidenciar como la empresa en su estado de resultados mantiene su gasto administrativo en cero ya que, al ser una empresa informal, no tener un local y no pagar ningún recibo para la ejecución de la misma, no le genera un costo adicional.

4.2 Análisis del entorno empresa Sazón de la arepa MP.

Figura 4

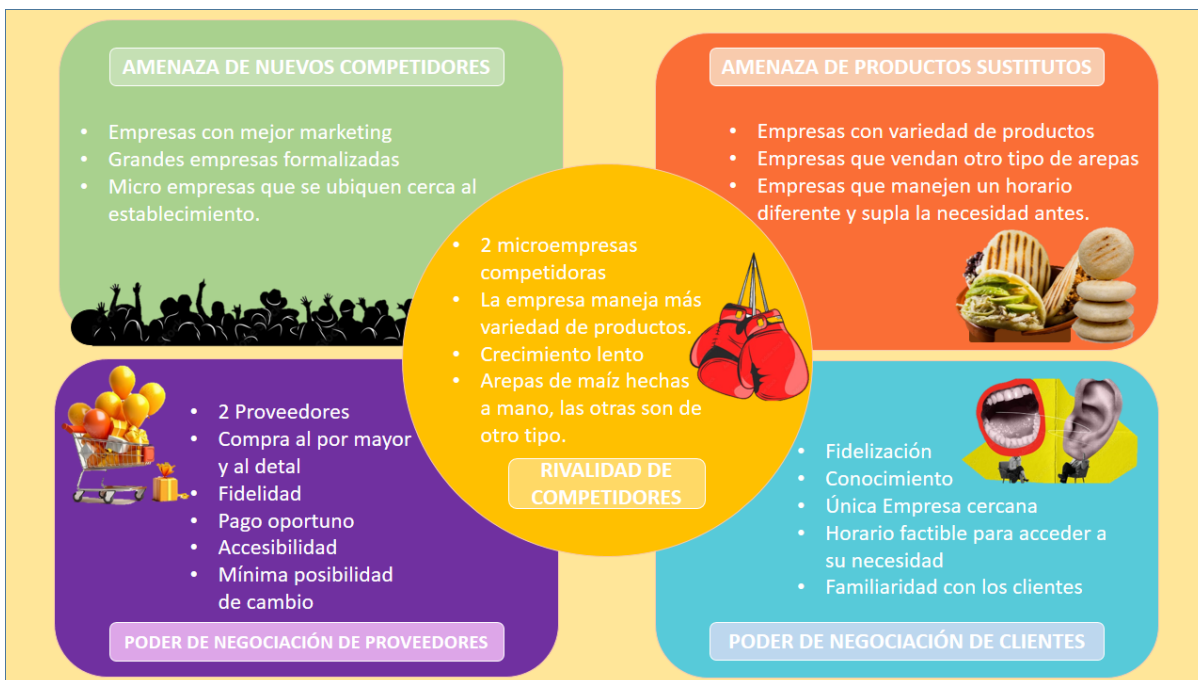
Ilustración 4. Análisis de matriz Pestel en relación al entorno de la empresa



Nota: la figura muestra los diferentes factores del entorno de la empresa. Fuente: Propia (2023).

Figura 5

Ilustración 5. Análisis de matriz Porter en relación al entorno de la empresa; clientes, proveedores y competencia.



Nota: la figura muestra análisis comparativo que se tiene en relación a los clientes, proveedores y competencia de la empresa. Fuente: Propia (2023).

Respondiendo nuestro objetivo número dos donde se quiere desarrollar un análisis del entorno de la empresa pudimos entender mucho más el contexto del por qué la empresa está situada en este sector, entendimos mucho más el tipo de cliente que la empresa maneja, a qué sectores y tipo de población llega. Los clientes son fidelizados por el servicio al cliente que se brinda en la empresa, del 100% de personas que se entrevistaron el 55% indicó que casi todos los días compraban el producto y el 10% indicó que todos los días, generando una visual de que el cliente si elige por encima de la competencia diariamente el producto a comparación del de la competencia, el 75% de los cliente prefieren el producto de la empresa por su calidad, el 20% por la atención al cliente como anteriormente lo mencionamos, el 5% por su ubicación, en este

ítem queremos resaltar algo importante y es que una de las opciones de la encuesta era “Por el precio”, pero de las 20 personas entrevistadas nadie escogía el producto por el precio y es algo a favor, porque el cliente no mira el precio si no la calidad de lo que está adquiriendo.

“Getting the quality of product requires an understanding of what consumers expect” [Conseguir la calidad del producto requiere una comprensión de lo que los consumidores esperan] (Crentsil Kofi Agyekum, Huang Haifeng, Amma Agyeiwaa, 2015, p. 2).

El tipo de arquetipo que la empresa maneja encontramos que del 100% de las personas el 80% de las personas son trabajadores de la zona y el otro 20% se distribuyen entre estudiantes, amas de casa y otros.

En relación a la presentación del producto un mayor volumen de personas manifestó conformidad y adecuación del mismo, el 100% estuvo distribuido entre bueno y excelente dando a entender que este tema es adecuado para los clientes. Una oportunidad de mejora que encontramos en la revisión con los clientes es la necesidad de comprar estos productos a domicilio desde la comodidad de su casa, pues todas las personas que fueron entrevistados manifestaban que sería una ayuda importante y les ahorraría tiempo, adicional confirmaron que compraría los productos si se vendieran a domicilio, adicional el 95% de los entrevistados manifestaron que comprarían más productos si fueran incorporados en la empresa por los ítems correctos que anteriormente vimos.

4.3 Comparativa de las cifras formalizadas y no formalizadas de la empresa Sazón de la arepa MP

Luego de realizados los respectivos estados de resultados y trabajar en conjunto para poder dar respuesta a nuestro tercer objetivo en el cual se pretende generar una comparativa de estos estados liquidando el impuesto y proyectando la variación que podría tener la empresa si se llega a formalizar o no, obteniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 4

Tabla 4. Estado de resultado del año 2022 empresa formalizada

2022	Mes	Anual
Ventas totales	\$4.422.000,00	\$53.064.000
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$4.272.000	\$51.264.000
(-) Costo de ventas	\$1.981.260	\$23.775.120
Utilidad bruta	\$2.440.740	\$29.288.880
Gastos de venta	\$600.000	\$7.200.000
Gastos financieros	\$260.000	\$3.120.000
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$860.000	\$10.320.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$1.580.740	\$18.968.880
(-) Impuesto a la utilidad (38%)	\$600.681,20	\$7.208.174
(=) Utilidad neta	\$980.059	\$11.760.705,60

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 5

Tabla 5. Estado de resultado del año 2023 empresa formalizada

2023	Mes	Anual
Ventas totales	\$5.925.480	\$71.105.760
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$5.775.480	\$69.305.760
(-) Costo de ventas	\$2.270.920	\$27.251.043

Utilidad bruta	\$3.654.560	\$43.854.717
Gastos de venta	\$600.000	\$7.200.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$600.000	\$7.200.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$3.054.560	\$36.654.717
(-) Impuesto a la utilidad (40%)	\$1.221.823,92	\$14.661.886,98
(=) Utilidad neta	\$1.832.736	\$21.992.830

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 6

Tabla 6. Estado de resultado del año 2024 empresa formalizada

2024	Mes	Anual
Ventas totales	\$7.940.143	\$95.281.716
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$7.790.143	\$93.481.716
(-) Costo de ventas	\$2.611.558,24	\$31.338.699
Utilidad bruta	\$5.328.585	\$63.943.017
Gastos de venta	\$300.000	\$3.600.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$300.000	\$3.600.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$5.028.585	\$60.343.017
(-) Impuesto a la utilidad (40%)	\$2.011.433,90	\$24.137.207
(=) Utilidad neta	\$3.017.151	\$36.205.810,24

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 7

Tabla 7. Estado de resultado del año 2025 empresa formalizada

2025	Mes	Anual
Ventas totales	\$10.639.792	\$127.677.504
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$10.489.792	\$125.877.504
(-) Costo de ventas	\$3.029.408	\$36.352.891
Utilidad bruta	\$7.610.384	\$91.324.613
Gastos de venta	\$300.000	\$3.600.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$300.000	\$3.600.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$7.310.384	\$87.724.613
(-) Impuesto a la utilidad (40%)	\$2.924.153,77	\$35.089.845
(=) Utilidad neta	\$4.386.231	\$52.634.767,95

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 8

Tabla 8. Estado de resultado del año 2022 empresa no formalizada

2022	Mes	Anual
Ventas totales	\$4.422.000,00	\$53.064.000
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$4.272.000	\$51.264.000
(-) Costo de ventas	\$1.981.260	\$23.775.120
Utilidad bruta	\$2.440.740	\$29.288.880
Gastos de venta	\$600.000	\$7.200.000
Gastos financieros	\$260.000	\$3.120.000
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$860.000	\$10.320.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$1.580.740	\$18.968.880
(-) Impuesto a la utilidad (38%)		
(=) Utilidad neta	\$1.580.740	\$18.968.880,00

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 9

Tabla 9. Estado de resultado del año 2023 empresa no formalizada

2023	Mes	Anual
Ventas totales	\$5.925.480	\$71.105.760
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$5.775.480	\$69.305.760
(-) Costo de ventas	\$2.270.920	\$27.251.043
Utilidad bruta	\$3.654.560	\$43.854.717
Gastos de venta	\$600.000	\$7.200.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$600.000	\$7.200.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$3.054.560	\$36.654.717
(-) Impuesto a la utilidad (40%)		
(=) Utilidad neta	\$3.054.560	\$36.654.717

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 10

Tabla 10. Estado de resultado del año 2024 empresa no formalizada

2024	Mes	Anual
Ventas totales	\$7.940.143	\$95.281.716
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$7.790.143	\$93.481.716
(-) Costo de ventas	\$2.611.558,24	\$31.338.699
Utilidad bruta	\$5.328.585	\$63.943.017
Gastos de venta	\$300.000	\$3.600.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$300.000	\$3.600.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$5.028.585	\$60.343.017
(-) Impuesto a la utilidad (40%)		
(=) Utilidad neta	\$5.028.585	\$60.343.017,07

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

Tabla 11

Tabla 11. Estado de resultado del año 2025 empresa no formalizada

2025	Mes	Anual
Ventas totales	\$10.639.792	\$127.677.504
(-) Devoluciones/ventas	\$150.000	\$1.800.000
Ventas netas	\$10.489.792	\$125.877.504
(-) Costo de ventas	\$3.029.408	\$36.352.891
Utilidad bruta	\$7.610.384	\$91.324.613
Gastos de venta	\$300.000	\$3.600.000
Gastos financieros	\$0	\$0
Gastos administrativos.	\$0	\$0
(-) Gastos Generales.	\$300.000	\$3.600.000
(+/-) Otros ingresos y gastos	\$0	\$0
(=) Utilidad antes del impuesto a la utilidad	\$7.310.384	\$87.724.613
(-) Impuesto a la utilidad (40%)		
(=) Utilidad neta	\$7.310.384	\$87.724.613,25

Nota: Datos suministrados por la propietaria María Pineda (2023).

La variación que puede tener la empresa si está formalizada en relación a sus ganancias, al ser un empresa tan pequeña y no tener un alto volumen de ventas y ganancias cualquier deuda afecta su resultado final y no es tan rentable teniendo en cuenta que al formalizarse debe cumplir ciertas características y cumplimientos legales que generan más costos que durante nueve años que ha estado la empresa y estos no han sido necesarios por el sector y el tipo de negocio en el cual se desenvuelve la misma, por este motivo evidenciamos cómo al formalizarse y pagar impuestos genera un movimiento significativo en las ganancias finales, adicional a esto, como vimos desde pandemia la empresa se ha venido recuperando y accediendo de nuevo a sus clientes, es por esto que el camino por ahora es mejor seguirlo sin pagar el impuesto y tratar de manejar mejor sus gastos para así aumentar el margen de ganancias que se ha venido aumentando pero que si este no maneja un control podría verse afectada la empresa.

REFERENCIAS

- Ochoa, D., Ordoñez A, (2004). *Informalidad en Colombia, causa, efectos y características de la economía del rebusque*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-59232004000100005&script=sci_arttext
- Convenios de fuerza y justicia, (2019). *Situación de violencia en la región*.
<http://rutadelconflicto.com/convenios-fuerza-justicia/node/178>
- Vallejo, G. (2022). *Más de lo que esperaba*. <https://www.viajarenverano.com/castilla-la-nueva-meta/>
- Güesguán, O. (2015). *Empleo: la lucha de Castilla la Nueva*
<https://www.elespectador.com/economia/empleo-la-lucha-de-castilla-la-nueva-article-544474/>
- Gómez, L., Martínez, J., Arzuza, M., (2006). *Resolución número 385 del 12 de marzo de 2020*
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%200385%20de%202020.pdf
- Castro, F., Londoño, D., Parga, A., Peña, C., (2020) *¿Qué factores inciden en la demanda de crédito de la microempresa en Colombia?*
[https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2020-11/522%20\(1\).pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2020-11/522%20(1).pdf)
- Bancolombia, (2019) *Lo que necesitas saber para formalizar tu negocio*
<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/administracion-y-finanzas/formalizar-negocio>
- Ministerio de salud y protección social (2023) *Resolución número 00002674 de 2013*.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>
- Jaramillo, M. (2020) *Resolución 2674 de 2013 (Julio 22)*
<file:///E:/Users/Admin/Downloads/PROCESO%20201605879%20NOTIFICACION%20POR%2>

[0AVISO%202020000240%20DEL%2026%20DE%20FEBRERO%20DE%202020%20FECHA%20DE%20PUBLICACION%2027-02-2020.pdf](#)

Secretaria jurídica distrital (2000) *Ley 590 de 2000*

http://www.sice.oas.org/SME_CH/COL/Ley_590_de_2000_s.pdf

Parra, A. (2023) *Instrumentos de recolección de datos*

<https://www.questionpro.com/blog/es/author/andrea/>

Santa Maria, M., Rozo, S. (2008) *Informalidad empresarial en Colombia: alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos*

<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/800>

Forero, N., Garcia A., Guataquí, J. (2008) *Desempleo en Colombia*

https://scholar.google.es/scholar?start=90&q=desempleo+en+colombia&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1696813265701&u=%23p%3Df7TQjMKgyYJ

Daza, M., Daza, M., Pérez, A. (2016) *Servicio Al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional*

<https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1715/1905>

Peniche, R., Mora, N. (2016) *Método mixto aplicado al estudio de eficacia escolar: selección de casos, instrumentos y recolección de datos*

<https://www.researchgate.net/profile/Noe-Mora->

[Osuna/publication/367634599_El_metodo_mixto_aplicado_al_estudio_de_la_eficacia_escolar_s_eleccion_de_casos_instrumentos_y_recoleccion_de_datos/links/63d963efc465a873a2721201/El-metodo-mixto-aplicado-al-estudio-de-la-eficacia-escolar-seleccion-de-casos-instrumentos-y-recoleccion-de-datos.pdf](#)

Banks, E. (2023) *preface to the fourth edition*

<https://books.google.es/books?hl=en&lr=&id=1IOsEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=info:Pr45wMc2QJ:scholar.google.com/&ots=YVtwkrQic8&sig=IW4YBnnn9ceZ77V28b3piRK-KR0#v=onepage&q&f=false>

Sands, P. (2021) *Lecciones de pandemia* <file:///C:/Users/lcontrmo/Downloads/agarwal.pdf>

Rode, D. (1997). *Managerial decision making*

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=cb27c01a46738b7b14769fc137292ffc2aef3b17>

Chapel, J., Wang, G. (2019) *Understanding cost data collection tools to improve economic evaluations of health interventions* <https://svn.bmj.com/content/svnbmj/4/4/214.full.pdf>

Elkhalil, Y. (2020) *Innovation as Part of the Strategy for Microbusinesses During COVID-19*

https://www.researchgate.net/profile/Yara-Elkhalil/publication/349895851_Innovation_as_Part_of_the_Strategy_for_Microbusinesses_During_COVID-19/links/60464a92a6fdcc9c78217843/Innovation-as-Part-of-the-Strategy-for-Microbusinesses-During-COVID-19.pdf

Agyekum, C., Haifeng, H., Agyeiwaa, A. (2015) *Consumer perception of product quality* file:///C:/Users/lcontrmo/Downloads/Consumer_Perception_of_Product_Quality.pdf

Bossel, H. (2002). *Assessing Viability and Sustainability: a Systems-based Approach for Deriving Comprehensive Indicator Sets*

https://www.jstor.org/stable/pdf/26271829.pdf?refreqid=fastly-default%3A6e5ddbe11f362a57696fce96992d912f&ab_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1

Acs., Audretsch, (2001) Lazear, A. (2002). *Entrepreneurship: introduction*

<https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/9081/8945>

Steiner, G. (1979) *strategic management and strategic planning*

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EXoPC22vb4oC&oi=fnd&pg=PR7&dq=info:w5mO3_LnKgkJ:scholar.google.com/&ots=506RHSPkBN&sig=biih69nWqjG5GZZMxKxA2eFzFiM#v=onepage&q&f=false