



Nombre del trabajo:

Cartilla guía de procedimientos contables y administrativos

Asignatura:

Opción de Grado

Estudiante:

Dayhan Orjuela Perilla

ID 257916

Tutor:

Mónica González

31 de marzo de 2017

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 8 |
| Capítulo 1 Problematicación | 10 |
| 1. Planteamiento del problema | 10 |
| 1.1.1 Antecedentes situacionales | 10 |
| 1.1.2 Pronóstico | 12 |
| 1.1.3 Control al pronóstico | 12 |
| 1.1.4 Formulación del problema o sistematización | 12 |
| 1.2 Objetivos..... | 13 |
| 1.2.1 Objetivo general | 13 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 13 |
| 1.3 Justificación..... | 13 |
| 1.4 Limitaciones..... | 15 |
| Capítulo 2 Fundamentación teórica..... | 17 |
| 2. Marcos de referencia | 17 |
| 2.2.1 Marco contextual | 17 |
| 2.2.2 Marco teórico..... | 18 |
| 2.2.3 Marco normativo | 23 |
| 2.2.4 Marco conceptual | 24 |
| 2.3 Metodología..... | 26 |
| 2.3.1 Plan de trabajo y cronograma | 27 |

| | | |
|---|--|----|
| 2.3.2 | Fuentes de información | 31 |
| 2.3.3 | Técnicas de recolección de la información..... | 31 |
| Capítulo 3 Descripción de la práctica profesional realizada | | 37 |
| 3.1 | Trabajo de campo..... | 37 |
| 3.2 | Presentación de resultados | 38 |
| Capítulo 4 Propuesta de mejoramiento y evaluación | | 40 |
| 4.1 | Propuesta de mejoramiento | 40 |
| 4.1.1 | Análisis de resultados y propuestas | 40 |
| 4.1.2 | Conclusiones y recomendaciones | 41 |
| Referencias | | 42 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Localidad de Engativa | 16 |
|---|----|

Índice de Graficas

| | | |
|-----------|---|----|
| Grafica 1 | Cosas para comprar en Tiendas de Barrio. Tomado de Tiendas vs Supermercados | 18 |
| Grafica 2 | motivaciones a comprar en una Tienda de Barrio | 18 |
| Grafica 3 | Antigüedad en el Barrio..... | 19 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1, Top 10 de los Negocios en Bogotá</i> | 26 |
|--|----|

Índice de Imágenes

| | |
|---|----|
| Imagen 1 Pantallazo Cartilla en la página web | 20 |
| Imagen 2 Pantallazo Cartilla en la página web | 20 |
| Imagen 3 Resultados de encuesta | 34 |
| Imagen 4 Presentación de la Cartilla. | 36 |

Introducción

El presente proyecto está enfocado a una propuesta de elaborar una cartilla guía para los tenderos en la localidad de Engativá, Barrio Garcés Navas a través de los conocimientos en la profesión contable. De acuerdo a la importancia que ha tenido los crecientes cambios en la reforma tributaria estructural, mediante la Ley 1819 del 26 de diciembre de 2016, ya que estos negocios a través del tiempo fomentan la economía del barrio y pueden ser una fuente de evasión para la Dian. Se detecta la necesidad de informar y capacitar a los tenderos hacia el adecuado manejo administrativo y contable de sus actividades, teniendo en cuenta que, a través del trabajo de campo mediante encuestas realizadas en el sector, se logró detectar que la mayoría de ellos cuenta con un nivel de estudios básico que no les permite tener claridad frente a temas contables y administrativos, tales como compras, inventarios, registros de sus operaciones y las obligaciones que genera su operación.

Los tenderos del sector desempeñan sus actividades comerciales de manera informal, debido a que muchos de estos negocios son familiares, no se registran ante cámara de comercio y adicional no llevan contabilidad. Por esta razón las entidades de control en la actualidad han puesto sus ojos en este tipo de sector por que puede ser un foco de evasión de tributos. También sumado a lo anterior está la mala utilización de recursos o llamado dinero de bolsillo que no fomenta disciplina en la proyección de flujos del efectivo.

Se busca brindarles una nueva cultura y disciplina en la importancia que tiene llevar los registros de sus operaciones, mantener sus soportes y realizar adecuadamente las

actividades administrativas, por medio de lo anterior, se puede fomentar el empleo y la proyección de dichos negocios en el país.

Se diseñó una Cartilla Guía para Tenderos en su primera edición presentara generalidades y conceptos contables básicos para tenderos y comerciantes, cuenta con seis partes, en la parte 1 se detallan las generalidades de los conceptos contables, en la parte dos se describe los estados financieros y la importancia para el empresario, en la parte tres se habla de lo que son las cámaras de comercio, en la parte cuatro describimos que es una asesoría empresarial que ofrece y presta un profesional de Contaduría Pública, en la parte cinco se muestra el procedimiento administrativo y en la parte seis y ultima se menciona el procedimiento contable.

La Corporación Universitaria Minuto de Dios fomenta a través de las prácticas actividades propias de la profesión para conocer los sectores económicos y la variedad de situaciones que como profesionales se enfrentaran en el futuro.

Capítulo 1 Problematicación

1. Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes situacionales

En Colombia hay 3.000.000 empresas activas formalizadas ante cámara de comercio de su localidad, mantienen su Rut actualizado y tienen sus permisos de funcionamiento actualizados, de las cuales un 41% (según el presidente de Confecamaras, Julián Domínguez) están por fuera de los registros de las cámaras de Comercio del país; por ello dichos negocios catalogados como tiendas de barrio o micro negocios, no cuentan con una experiencia amplia en el manejo de lo contable y administrativo.

Servinformación dio a conocer el VI Censo de Comercio más completo de Colombia. En el estudio participaron 261.472 establecimientos comerciales del país. El reporte final concluye que el 21% de los negocios en el país son tiendas de barrio.

Por ellos es que para la localidad de Engativá que es el punto estudio para realizar esta investigación se cuenta con aproximadamente 640 tiendas de barrio en donde estos negocios son importantes en el sector económico de nuestra ciudad, la mayoría de ellos que conocemos, como tiendas de barrio son básicamente un canal de distribución que ayuda al crecimiento de la economía local. Los diferentes factores que lo caracterizan son la facilidad de acceso que tienen las diferentes empresas de grandes marcas para que sus productos sean comercializados en estos negocios, el pago en efectivo, la cercanía, amabilidad y buen trato que ofrecen

sus dueños al cliente final, los precios bajos y disponibilidad de diferentes tipos de productos que hacen parte de la canasta familiar colombiana¹.

Como todo tipo de negocios se requiere tener claridad de su rentabilidad y proyección, saber organizar la documentación que la operación genera porque a los tenderos se les pierden sus documentos con mucha facilidad, desconocen la importancia de la información contable y sus obligaciones frente a las entidades de control, conocen la importancia de llevar la contabilidad pero no se sienten en la capacidad de confiar su información financiera a terceros por el temor a ser víctimas de hurtos por la falta de experticia frente al tema.

Se puede determinar que las personas de este sector se sienten en desventaja frente a empresas mayormente organizadas porque no cuentan con las herramientas que necesita un mercado competitivo, los negocios informales de personas naturales pueden llegar a ser reemplazados por un mercado más fuerte y organizado, no pueden acceder a apalancamiento con entidades financieras por no contar con la información contable organizada, se incrementan sanciones por parte de las entidades de vigilancia y control. Implementar una cartilla guía de lineamientos administrativos y contables para Tenderos que contribuyan al mejoramiento de la información oportuna y el adecuado ordenamiento de documentación para anticipar a la toma de decisiones.

¹ Tomado de: <http://www.revistadinero.com/empresas> publicación 09 de abril de 2014 Hora 2:00pm

1.1.2 **Pronóstico**

Las tiendas de barrio no tienen un buen pronóstico de ventas para los años que vienen ya que algunas no tienen un buen control de sus finanzas, adecuado manejo de los inventarios, se manejan los micro créditos o fiar, esto los lleva a una situación difícil porque si las personas no cumplen con los pagos ellos no tienen como mantener un surtido adecuado en su negocio y pierden clientes.

Otro obstáculo que tienen es que algunos no están legalmente constituidos y no pueden acceder a créditos para mejorar sus condiciones, hacer ampliaciones, innovar con nuevos productos, entre otros, porque siempre va haber un impedimento con la entidad financiera porque no cuenta con un balance que soporte los activos con los que cuenta el tendero.

1.1.3 **Control al pronóstico**

Hay que estar en contacto permanente con la población a trabajar para que vean el interés que los profesionales de la contaduría, se tiene hacia ellos, para que al momento de implementar la cartilla se sienta el respaldo y apoyo de nosotros hacia ellos; esta cartilla organizara sus negocios o tiendas de tal manera que sientan que son rentables sus negocios, porque se conoce realmente el manejo de los recursos de este tipo de negocios.

1.1.4 **Formulación del problema o sistematización**

El presenta trabajo pretende dar respuesta al siguiente interrogante:

¿Porque es importante que las tiendas de barrio de la ciudad o específicamente de la localidad de Engativá tengan acceso a una guía que les permita desarrollar de una manera más fácil lo que tiene que ver con la administración y contabilidad de sus empresas?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Elaborar una cartilla guía de procedimientos, lineamientos administrativos y contables, para tenderos de barrio que les permita conocer la normatividad contable actual.

1.2.2 Objetivos específicos

- (a) Identificar las debilidades en cuanto a conocimientos y procedimientos contables en las tiendas de barrio.
- (b) Investigar las estrategias utilizadas actualmente para mejorar los procesos de las tiendas de barrio.
- (c) Diseñar una cartilla guía para mejorar procedimientos administrativos y contables a las tiendas de barrio.

1.3 Justificación

Los tenderos, aparecen desde la conformación de la sociedad colombiana, han cumplido un papel trascendental en el desarrollo económico del país. Para los años 90,

con el ingreso de los almacenes de cadena y las grandes superficies, se planteó su desaparición. La respuesta de la sociedad no fue la esperada, el tendero después de 27 años sigue existiendo, los motivos de su permanencia son de tipo cultural, por parte de los consumidores y comercial por parte de las empresas multinacionales, manufactureras alimenticias y el sector servicios, al ser un canal importante en volumen y cobertura. Pero el estado no ha sabido aprovechar su potencial de integrador social y a su vez, no ha reconocido el papel que han tenido en la economía colombiana.

Basado en lo anterior y conforme a los nuevos controles anti-evasión que promete disminuir el Estado con la aprobación de la Ley 1819 de 2016, un nuevo grupo de personas naturales concentradas y registradas en el régimen simplificado entrarán en cintura de acuerdo a sus registros contables y el pago de sus impuestos, estas personas son nuestros tenderos.

Para que este sector reduzca el riesgo que puede ocasionar el desconocimiento de normas y el no registro de su contabilidad se plantea la elaboración de la Cartilla Guía que beneficie al tendero como respuesta positiva a problemas administrativos y contables y a modo de capacitación. Tiene una aplicación concreta porque está enfocada hacía el mejoramiento continuo que deben tener los tenderos de diferentes sectores de negocio. Ayuda a mejorar los procesos actuales de las tiendas de barrio de diferentes sectores de negocio y su sistema en general.

Adicionalmente se debe tener en cuenta que día a día en Colombia se realizan reformas que van ampliando a los grupos de personas que tienen que presentar información para entidades de control, contempla el nuevo impuesto denominado monotributo que está diseñado para las personas naturales en específico de los tenderos de barrio, aunque a pesar de que sea un impuesto voluntario, hay muchas personas que no tienen el conocimiento para saber el manejo y funcionamiento de ese impuesto.

1.4 Limitaciones

Dentro de las limitaciones temporales encontradas durante la elaboración de proyecto están las siguientes:

Limitación geográfica

Este trabajo estuvo limitado geográficamente en la Localidad de Engativá, Barrio Garcés Navas en donde se desarrolló con los tenderos de barrio, investigando las necesidades que tengan frente al contexto contable que se vive diariamente en sus negocios, en el desarrollo de su actividad económica compra y venta de productos varios; la indisposición de algunos tenderos a dar respuestas positivas frente a lo contable.

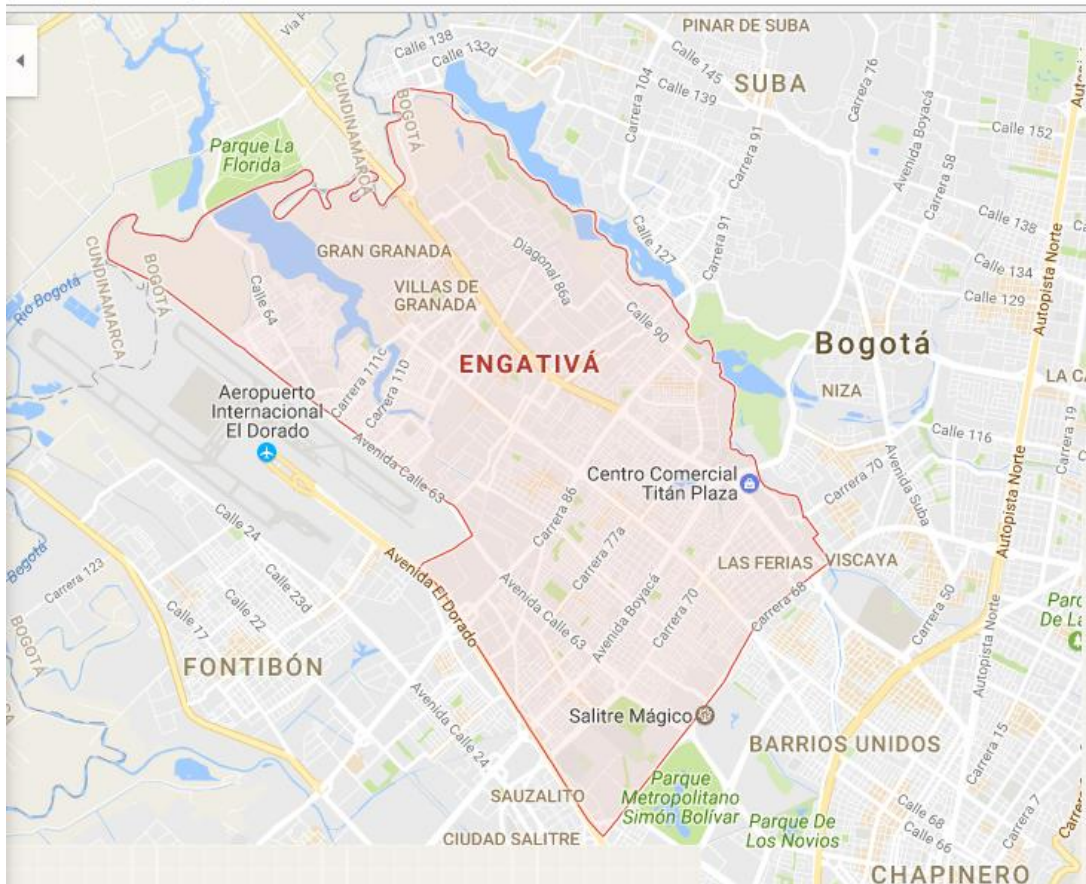


Ilustración 1 Localidad de Engativá

Limitación de tiempo

El plan de elaborar una cartilla fue una manera más didáctica que buscó optimizar el tiempo y la comunidad se incentivó a participar, el tiempo utilizado en el trabajo de campo fue de un (4) meses durante los cuales se elaboraron visitas a las tiendas y se elaboró y aplicó la encuesta.

Limitación Recursos

En cuanto a la Limitación de recursos financieros, son escasos se buscó a Color Copias por el precio ofrecido para la impresión de los ejemplares de la cartilla para la campaña de divulgación de la misma, contando con que la distribución es totalmente gratuita.

En cuanto a las limitaciones de Recursos Humanos, se considera que como las actividades se realizaron en cabeza de una sola persona se debió sacrificar mayor tiempo para desarrollar la actividad.

Las limitaciones frente a recursos tecnológicos, realmente son muy pocos los negocios o tiendas de barrio que cuenta con herramientas tecnológicas, pero facilita el proceso que aún en estos lugares se lleven registros de forma manual.

Capítulo 2 Fundamentación teórica

2. Marcos de referencia

2.2.1 Marco contextual

Con el fin de cumplir con la presentación de la Opción de Grado del Programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, se desarrolló el presente proyecto, con la población objetivo de la campaña de elaboración de la Cartilla Guía de lineamientos administrativos y contables para personas naturales y tiendas de barrio de la localidad de Engativá barrio Garcés Navas, ya que según los estudios se determinó que hay 1 tienda de barrio por cada 398 habitantes y en esta localidad hay 254.162 habitantes.²

El trabajo se desarrolló dentro de los locales de cada tienda, supermercado, panaderías, peluquerías y droguerías del sector y con el consentimiento de cada uno de ellos, promoviendo a través de la página web y de manera física creada con el fin de ayudar en la divulgación y conocimiento de la cartilla. En los casos que había mayores

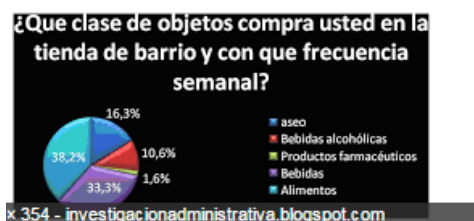
² Tomado de: <http://www.bogota.gov.co/localidades/engativa>

inquietudes por parte de algunos se enseñó a ingresar a otros sitios de interés a través de los sitios web de la cámara de comercio y de la Dian para mayor comprensión.

2.2.2 Marco teórico

Con la investigación que se realizó para llegar a la elaboración de la cartilla guía para los Tenderos del Barrio Garcés Navas realmente fue una experiencia exploratoria enriquecedora, a su vez se conoce la razón por la que la mayoría optaron por dicha alternativa, como son escasas oportunidades de empleo, escasos recursos económicos, escaso nivel educativo.

Sin embargo, no hay que olvidar que en dichos locales comerciales de barrio hay un alto índice de movimiento de dinero que lo aportan los habitantes del sector, para lo cual presento a continuación las siguientes graficas determinantes por que comprar y que comprar en una tienda de barrio.



Grafica 1 Cosas para comprar en Tiendas de Barrio. Tomado de Tiendas vs Supermercados



Grafica 2 motivaciones a comprar en una Tienda de Barrio

Debido a que el presente proyecto está enfocado a generar un alto impacto social en los barrios, se incentiva a que el pequeño comerciante lea e indague a través de canales web de los sitios de interés para las actividades comerciales como entes de control o reguladores, secretaria de hacienda, Dian, cámaras de comercio, y de pronto las asociaciones de personas naturales o cooperativas de trabajo asociado, con el fin de fomentar las redes de apoyo; precisamente pensando en dicha iniciativa se ubicó la siguiente gráfica 3 que indica que entre mayor tiempo permanece radicado un tendero en su barrio tienen mayor posibilidad de progreso.

N° 1: ¿CUÁNTO TIEMPO HACE QUE VIVE EN EL BARRIO?



Grafica 3 Antigüedad en el Barrio

Se estima que para la completar su difusión se realice una impresión de 319 ejemplares de la cartilla en su inicio, para realizar su distribución gratuita puerta a puerta con un precio al público de \$ 0 pesos, y adicional previo a esto una sensibilización a través de nuestra página web que será suministrada si se requiere para consulta donde sólo con crear un correo y clave de usuario tendrá acceso a la información publicada.

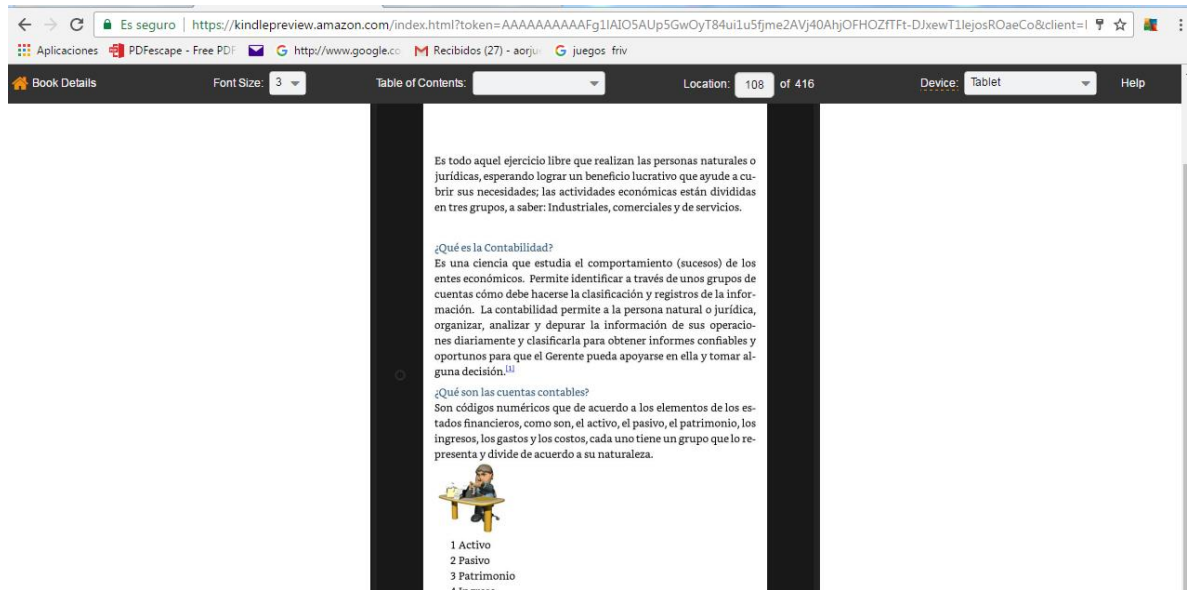


Imagen 1 Pantallazo Cartilla en la página web



Imagen 2 Pantallazo Cartilla en la página web

A lo largo de nuestra investigación acerca de las tiendas de barrio y sus problemáticas financieras tenemos artículos y actores de referencia los cuales nos ayudaron a tomar como base para continuar con nuestra idea de mejora para con los tenderos:

Se encontró un trabajo de grado de la Universidad del Rosario (<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1051/1032364146-2009.pdf?sequence=1>) en donde se menciona como una parte clave las tiendas de barrio porque son un canal de fácil distribución de grandes superficies y de grandes marcas, por lo general en estas tiendas de barrio más específicamente en un mini mercado encontramos pan marca Bimbo, Margarina La Fina, Leche Alpina, entre otras referencias que contribuyen a fomento de comercializar productos de estas marcas.

Entre otros autores tenemos:

- FUNDECOMERCIO (Fundación para el Desarrollo del Comercio). La tienda ideal: diseño físico, comercialización de productos y atención al público. Segunda edición. Biblioteca Universidad del Rosario
- LONDOÑO, Santiago. (1982). La economía de la tienda de barrio: una explotación sobre la trilogía tienda - tendero – familia. Medellín: Cadena.
- Canales de marketing y distribución comercial, Fecha publicación: 2005
Editorial: McGraw Hill Interamericana Colección: 2ª Edición / Rústica / Castellano
/ Libro
- Los 'chuzos' tienen peso en la economía

- Tiendas de barrio, peluquerías y hasta los 'corrientazos' generan más de 8 millones de empleos. Por: REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS |12 de mayo de 2014
- Categorías y surtidos que caracterizan a las tiendas de barrio de la localidad de Barrios Unidos de Bogotá Wilson Alberto Ardila Medina
- DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Mercadología Febrero de 2016
- ¿POR QUÉ LAS TIENDAS DE BARRIO EN COLOMBIA NO FRACASARON FRENTE A LA LLEGADA DE LAS GRANDES CADENAS DE SUPERMERCADOS?. Fecha de publicación21/07/12 9:22. Autores: Christian Acevedo Navas, Dagoberto Páramo Morales, Elías Ramírez Plazas
- REALIDAD DE LAS TIENDAS DE BARRIO Y SUS RETOS EN MERCADEO, PUBLICIDAD Y DISEÑO (31 Octubre 2012) María Largo. Jueves, Julio 10, 2014
Tiendas de barrio se han convertido en las preferidas por hogares colombianos, Gabriel Forero Oliveros
- De las Grandes Superficies a La Tienda de Barrio. Guiovanni Quijano Ago. 4, 2013

2.2.3 Marco normativo

De las normas más destacadas en Colombia, para tratar las relaciones entre comerciantes son:

- a. El Código de Comercio, que es el conjunto de normas legales ordenadas y sistemáticas que regulan, de manera unitaria, una cierta materia. En el caso del código de comercio, se trata del conjunto de normas y preceptos que regulan las relaciones mercantiles entre diversos individuos o empresas de un mismo territorio.
- b. Ley 222 Diciembre 20 de 1995, con esta ley se modifica el código de comercio de Colombia y define que se tendrán como empresas comerciales, para todos los efectos legales, las sociedades que se formen para la ejecución de actos o empresas mercantiles. Si la empresa social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial. Las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles. Sin embargo, cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil.
- c. *Ley 1231 Julio 17 de 2008, por medio de la cual “se unifica la factura como título valor”, y agrega su encabezado, “como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones”, la cual empieza a regir a partir del 17 de octubre de 2008.*
- d. Decreto 2649 de 1993 Define los principios o normas de la contabilidad aceptadas en Colombia.
- e. Reforma Tributaria Ley 1817 de 2016
- f. Ley 1314 de 2008 Marco Legal de las Normas internacionales de Información Financiera en Colombia.

2.2.4 Marco conceptual

El vértice de este proyecto será encaminado hacia las diversas tiendas de barrio que existen en la ciudad de Bogotá, para que estas se organicen y adecuen su información de una manera concisa para bien de los dueños de estas.

- Tienda de Barrio

Una tienda de barrio es un establecimiento comercial donde se pueden adquirir bienes o servicios a cambio de una contraprestación económica; es un establecimiento pequeño con atención por parte de un vendedor, pueden dedicarse a vender un producto determinado de la misma clase o también pueden tener diversos tipos de artículos. Por tratarse de sitios que se tienen cerca, precios asequibles y variedad de productos las personas del común optan por comprar en tiendas de barrio puesto que son las que encuentran alrededor de cada barrio de nuestra ciudad.³

- Tendero

Persona que tiene una tienda o trabaja en ella, particularmente son establecimientos que ofrecen productos de la canasta familiar y tienen su negocio ubicado en locales dentro de la misma vivienda.

- Local. Perteneciente a un lugar o territorio.
- Comercial. Es un adjetivo relacionado a quienes se dedican a vender o a comprar.

³ Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/tienda>.

- Encuesta. Es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos por medio de un cuestionario.
- Cartilla. Cuaderno pequeño
- Lineamientos. Son el punto de partida para la planeación
- Contable. Que puede ser contado o numerado.
- Administrativo. Que trabaja en una oficina en las tareas de administrar.
- Responsabilidad. Capaz de responder o cumplir.
- Emprendimiento. Inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura.
- Social. Que repercute beneficiosamente en toda la sociedad o en algún grupo social.

| TOP 10 DE LOS NEGOCIOS EN BOGOTÁ | | | |
|---|----------------------|--------------|-------------------|
| Posición | Tipo | Total | Habitantes |
| 1 | Tienda de barrio | 18.784 | 398 |
| 2 | Salón de belleza | 9.471 | 788 |
| 3 | Restaurante | 8.675 | 861 |
| 4 | Café Internet | 6.500 | 1.149 |
| 5 | Panadería/Pastelería | 5.673 | 1.316 |
| 6 | Miscelánea | 5.439 | 1.373 |
| 7 | Cafetería | 4.928 | 1.515 |
| 8 | Tienda o cantina | 4.868 | 1.534 |
| 9 | Cabinas telefónicas | 4.389 | 1.701 |
| 10 | Comidas rápidas | 4.072 | 1.834 |

Tabla 1, Top 10 de los Negocios en Bogotá

Grafica 3. Tomado de Periódico Portafolio.co, Ed. 14 de Dic. 2012 Artículo En Bogotá

hay una tienda de barrio por cada 398 habitantes <http://www.portafolio.co/negocios/top-10-comercios-mas-populares>

2.3 Metodología

El presente proyecto tiene como objetivo la elaboración de una cartilla guía que está dirigida para los tenderos y propietarios de negocios de barrio en Garcés Navas, a través de una herramienta que es la Cartilla Guía de Lineamientos Contables y Administrativos, que apoyados en la internet para facilitar la divulgación del documento permite al tendero interactuar con el conocimiento y la reorganización de su negocio. Se considera una investigación exploratoria que trae indagación y teorías que no se conocían y nos llevan a una fase cualitativa y cuantitativa, por cuanto tenemos estadística a través del tiempo en la historia de dicho sector comercial y otro son hallazgos de tipo teórico. También sin olvidar esta investigación me aporta un gran porcentaje de argumentación debido al conocimiento de la problemática indagada.

Lo primero que se debe hacer es desarrollar la Cartilla paso a paso, investigando y siguiendo las recomendaciones de las tutoras Mónica González y Clara Montenegro, diseñando de una forma organizada, tomando muestras de las tiendas y pequeños negocios de personas naturales, para saber cuáles son las falencias más notorias, como poder solucionarlo, que necesitan saber, que los contenidos los puedan entender sin dificultad, que los ejemplos sean de lo que ellos hacen cotidianamente.

2.3.1 Plan de trabajo y cronograma

| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | | SUPUESTOS | PLAZO |
|-------------------------|---|---|------------------------|--|--|------------|----------------|---|---------|
| | | | FUENTES DE INFORMACIÓN | MÉTODO DE RECOLECCIÓN | MÉTODO DE ANÁLISIS | FRECUENCIA | RESPONSES | | |
| FIN | 1. Crear una cartilla guía que mejore los procesos contables, administrativos y financieros en las tiendas de barrio, (panaderías, restaurantes, lavanderías, ferreterías, mini mercados, supermercados, heladerías, carnicerías, plazas de mercado). | Disminución de número de negocios informales de barrio, que no cuentan con una contabilidad organizada. | CAMARA DE COMERCIO | ESTADÍSTICAS-ENCUESTAS | <ul style="list-style-type: none"> Método de análisis: Cada respuesta correcta da un punto, aprobación con diez puntos. Se calculará porcentaje de aprobación, media y desviación estándar. Del 41% que está en la actualidad en la | al iniciar | DAY HANORJUELA | Los dueños de estos negocios empiezan a dar información a otras personas y recomiendan la guía que ellos conocerán. | 8 meses |
| OBJETIVO GENERAL | 1. Mejorar los procesos contables, administrativos y financieros | Porcentaje de negocios de personas naturales | CAMARA DE COMERCIO | EMPRESAS LEGALMENTE CONSTITUIDAS DEDICADAS AL MISMO SECTOR / | informalidad, se estima reducir a un 20% | al iniciar | DAY HANORJUELA | Los dueños de estos negocios se notan conv | 4 meses |

| | | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--------------------|------------------------------|--------|------------------|--|---------|
| | os para las personas Naturales que tienen negocios de barrio. | ales que ven viabilidad de la implementación de la guía. | | ESTADÍSTICA-ENCUESTAS | | | encidos con los beneficios y posibles oportunidades que tendrán implementando esta guía. | |
| COMPONENTE 1 | 1. Identificar las necesidades de desconocimiento del registro contable de las personas naturales dueños de pequeñas tiendas de barrio | Informes acertados. | TRABAJO DE CAMPO | ENCUESTAS | al mes | DAY HAN ORJU ELA | | 1 mes |
| ACTIVIDAD 1 | Hablar con el tendero de la manera como puede utilizar la guía. | Conocimiento de la Guía | TRABAJO DE CAMPO | ENCUESTAS Y TRABAJO DE CAMPO | al mes | DAY HAN ORJU ELA | | 3 meses |
| ACTIVIDAD 2 | Recopilar al tendero todas las facturas de compra y ventas. | Información Organización. | SISTEMAS CONTABLES | INFORMES | al mes | DAY HAN ORJU ELA | | 4 meses |
| ACTIVIDAD 3 | Recopilar copias de consignaciones y | Información recopilada | TRABAJO DE CAMPO | PLANILLAS | al mes | DAY HAN ORJU ELA | | 4 meses |

| | | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--------------------|---------------------|--|---------------|----------------|---|
| | recibos de caja. | ilada en orden. | | | | | | |
| ACTIVIDAD 4 | Recopilar todas las facturas que tengan que ver con los gastos mensuales. | Información Ordenada, acertada y Organizada. | SISTEMAS CONTABLES | PLANILLAS | | al mes | DAY HANORJUELA | 4 meses |
| ACTIVIDAD 5 | Registrar las operaciones diarias de su negocio | Información Ordenada, acertada y Organizada. | SISTEMAS CONTABLES | PLANILLAS | | Diariamente | DAY HANORJUELA | 1 mes |
| COMPONENTE 2 | 2. Contar con los conocimientos básicos y necesarios en la parte contable para brindar una ayuda acertada. | Personas aptas para la gestión de información. | TRABAJO DE CAMPO | MEDIOS TECNOLÓGICOS | | a los 2 meses | DAY HANORJUELA | Los negocios de las personas naturales ponen en práctica todo lo ofrecido por la cartilla guía 6 meses |
| ACTIVIDAD 1 | Identificar los gastos innecesarios y eliminarlos. | Planillas de gastos necesarios. | TRABAJO DE CAMPO | PLANILLAS | | al mes | DAY HANORJUELA | 6 meses |
| ACTIVIDAD 2 | Estar atento de la cantidad | Control acertado de | TRABAJO DE CAMPO | PLANILLAS | | al mes | DAY HANORJUELA | 6 meses |

| | | | | | | | | | |
|---------------------|---|--|-----------------------------------|---------------------------|--|--------|-----------------|---|---------|
| | de productos que solicita a sus proveedores para evitar tener un stock de inventario innecesario. | inventarios . | | | | | | para la organización de su contabilidad | |
| ACTIVIDAD 3 | Hablarle al tendero que al ser un comerciante debe llevar contabilidad. | Información útil para el ciclo del negocio. | SISTEMAS CONTABLES | DISPERSION DE INFORMACION | | al mes | DAY HAN ORJUELA | | 6 meses |
| ACTIVIDAD 4 | Comunicar al tendero que llevar una contabilidad no es costoso solo depende de la organización de los documentos. | Organización de la documentación para la correcta obtención de informes. | TRABAJO DE CAMPO-SISTEMA CONTABLE | INFORMES | | al mes | DAY HAN ORJUELA | | 6 meses |
| COMPONENTE 3 | 3. Concientizar a los tenderos en el manejo del dinero | Charlas de la importancia de la | ENTIDADES FINANCIERAS | VISITAS-CHARLAS | | al mes | DAY HAN ORJUELA | Los negocios de las personas | 6 meses |

| | de su negocio | Contabilidad. | | | | | naturales aceptan los términos de la guía para adaptarlos a sus registros y movimiento | |
|-------------|--|--|------------------|-------------------------------|---------------|-----------------|--|---------|
| ACTIVIDAD 1 | Ser organizado con el dinero de sus ventas. | Planillas de control de ventas. | TRABAJO DE CAMPO | USO SE SISTEMAS | Diariamente | DAY HAN ORJUELA | | 6 meses |
| ACTIVIDAD 2 | Identificar si el negocio es rentable o no. | Estudio de ventas, costos y gastos. | TRABAJO DE CAMPO | GENERANDO COSTO Y PRESUPUESTO | a los 6 meses | DAY HAN ORJUELA | | 6 meses |
| ACTIVIDAD 3 | No tomar el dinero para gastos diarios (plata de bolsillo) | Correcta utilización de ingresos por ventas. | TRABAJO DE CAMPO | ESTUDIO DE MERCADO | a los 6 meses | DAY HAN ORJUELA | | 6 meses |

2.3.2 Fuentes de información

Se buscó información primaria en las tiendas del barrio directamente con los tenderos; de forma secundaria en los periódicos, en el DANE, en libros, y otros medios como el internet para lograr adquirir la mayor parte de la información para llegar a una planeación del trabajo a realizar.

2.3.3 Técnicas de recolección de la información

Con el fin de identificar las necesidades de las tiendas de barrio se realizó una encuesta a 50 establecimientos elegidos por muestreo no probabilístico. El muestreo no

probabilístico contempla que todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, es decir, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra, por lo tanto, es el tipo de muestreo que debemos utilizar en nuestras investigaciones por ser riguroso y científico.

Las características de las tiendas en donde se desarrolló la encuesta son las siguientes: los negocios encuestados son netamente familiares, tienen alrededor de tres o cuatro personas que lo atienden, tienen definido un administrador y encargado de los gastos y las decisiones económicas, normalmente su horario de atención es de domingo a domingo y rara vez ocupan un trabajador diferente de su familia.

**ESTUDIO DE MERCADO
DISEÑO DE TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN
ENCUESTA PREVIA PARA RECOLECCIÓN DE DATOS BÁSICOS**

| | | | |
|---|-------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Nombre del encuestador: Dayhan Orjuela Perilla | Nombre del encuestado: | Nº de encuestador: | Nº de encuesta: |
| Hora de comienzo: | Hora de finalización: | | |
| DATOS DEMOGRÁFICOS | | | |
| Nombre completo: | | | |
| Teléfono: | | | |
| Edad: | | | |
| Localidad y Negocio en que labora: | | | |
| Género (Registrar por observación): Masculino _____ (1) Femenino (2) | | | |
| CUERPO DE LA ENCUESTA | | | |
| 1. ¿Sabe usted que es la contabilidad? Sí _____ No _____ ¿por qué? Organizar las cuentas, alguna vez tuve la inquietud de organizarme. | | | |
| 2. ¿Usted llevaría contabilidad en su negocio? Sí _____ No _____ ¿por qué? Quiero saber si es rentable mi negocio. | | | |
| 3. ¿Registra sus operaciones diariamente? Sí _____ No _____ ¿por qué? ___ Falta de Tiempo _____ | | | |
| 4. ¿Pagaría por una cartilla guía que le permita mejorar su negocio? Sí _____ No _____ ¿por qué? para aprender más | | | |
| 5. ¿Le han ofrecido algún servicio de guía contable para su negocio? Sí _____ No _____ ¿por qué? _____ | | | |
| 6. ¿Confiaría la información de la empresa a terceros después de conocer el servicio que se presta? Sí _____ No _____ ¿por qué? Ellos saben hacer su trabajo | | | |
| 7. ¿Conoce usted los beneficios de llevar contabilidad? Sí _____ No _____ ¿por qué? ___ Algunos, para los bancos, por lo demás no sé. | | | |
| 8. Sabe usted que es la DIAN? Sí _____ No _____ ¿por qué? ___ los que cobran el iva_ | | | |
| 9. ¿La DIAN ha venido a pedirle información algún día? Sí _____ No _____ | | | |
| 10. ¿Alguna vez ha requerido información financiera para terceros? Bancos DIAN Cámara de Comercio Ninguna | | | |

Se ha aplicado para la presente investigación de mercado, la anterior encuesta en cincuenta (50) establecimientos del comercio de la ciudad de Bogotá Zona Noroccidente Localidad de Engativá, entre los que comprende: Tiendas de barrio, Salones de belleza, Restaurantes y Panadería/Pastelería.

Luego de tabular la información obtenida encontramos que un 45% de los tenderos en alguna ocasión han sentido la preocupación y así mismo el interés de organizar con las normas legales la operación de su negocio; en los comentarios más sobresalientes está que no lo han llevado a cabo por el costo y por qué no desean entrar en trámites engorrosos. Un 28% de la muestra indica que definitivamente su negocio está organizado de forma sencilla y que de esa forma han logrado posicionarse en su sector, mientras que un 20% indican estar iniciando y que hasta no posicionar su producto no establecen nuevos retos. Y sólo un 7% indica definitivamente no estar interesado en contemplar la parte contable en su negocio, ni capacitarse para mejora de los resultados.



Imagen 3 Resultados de encuesta

Por los resultados anteriores se puede observar que entre los rangos del 45% y 28% la propuesta de crear la Guía para las personas naturales que les brinde un beneficio en cuanto a capacitación, conocimiento de lo contable, administrativo y mejoramiento de su negocio es viable y será bien recibido por parte de los tenderos de nuestras localidades



Imagen 4 Presentación de la Cartilla.

Contenido

[PARTE 1. GENERALIDADES](#);Error! Marcador no definido.

[PARTE 2. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO](#) ;Error! Marcador no definido.

[PARTE 3. ACERCAMIENTO TRIBUTARIO](#) ;Error! Marcador no definido.

[PARTE 4. PROCEDIMIENTO CONTABLE](#) ;Error! Marcador no definido.

[PARTE 5. ESTADOS FINANCIEROS Y SU IMPORTANCIA](#) ;Error! Marcador no definido.

[PARTE 6. CONTADOR PÚBLICO Y SUS SERVICIOS AL SECTOR](#) ;Error!
Marcador no definido.

[TERMINOS](#) ;Error! Marcador no definido.

Capítulo 3 Descripción de la práctica profesional realizada

3.1 Trabajo de campo

Los procesos realizados para la recolección de información que nos sirviera para complementar la cartilla que se desarrolló en la práctica fue primero realizar una encuesta a los tenderos donde se le hicieron diez preguntas y según las respuestas se podría observar cómo están llevando el control, la contabilidad y los procesos en las diferentes tiendas.

En segunda medida se llevó un registro manual de las tiendas visitadas por día, cuantos restaurantes, peluquerías, droguerías, etc., para al final recoger la estadística.

En tercer lugar, los tenderos en ocasiones no permitieron tomar fotos ni grabar videos, por el tema de seguridad, sin embargo, con ellos se enseñó a crear el usuario para visitar la página web y realizar la consulta de la cartilla mientras lograba llevar a cada uno el ejemplar de forma física, el cual aún se continúa haciendo.

Con los comerciantes del sector de Garcés Navas se evidenció además que los registros de operaciones de forma manual si son medio de prueba y de consulta permanente y favorece los resultados del negocio.

3.2 Presentación de resultados

Lo que se observo es que la mayoría de los tenderos no llevan una contabilidad porque les parecen muy caros los honorarios de los contadores, no tienen la información necesaria ni los conocimientos para tener un control de sus ingresos y egresos, además todos los registros por lo general los llevan apuntados en un cuadernos, en este anotan las cuentas de los clientes, lo que se llama coloquialmente fiar , no tienen conocimiento de cómo acceder a financiación con entidades bancarias o a oportunidades del sector privado y público .

Cuando se les pregunto por si adquirirían la cartilla que se está desarrollando exclusivo para ellos donde se les explico todo el contenido, la importancia de conocer paso a paso las cuentas y todo lo que la Dian les pide para estar legalmente constituidos, ellos se mostraron muy interesados en saber más, conocer cómo llevar sus cuentas, gastos, ingresos e inventarios de una manera responsable y que en pocas palabras no tener pérdidas en su negocio.

Para lo cual se segregan las actividades que se realizaron según el plan de trabajo:

Actividad 1. Mejorar los procesos contables, administrativos y financieros para las personas naturales dueños de pequeñas tiendas de barrio

Actividad 2. Identificar las necesidades de desconocimiento de los registros contables de las personas naturales dueños de pequeñas tiendas de barrio

Actividad 3. Hablar con los tenderos de la manera como puede utilizar la guía

Actividad 4. Recopilar al tendero todas las facturas de compra y venta, copias de las consignaciones y recibos de caja, todas las facturas que tengan que ver con sus gastos mensuales, Registrar las operaciones diarias de su negocio.

Actividad 5. Contar con los conocimientos básicos y necesarios en la parte contable para brindar ayuda acertada

Actividad 6. Identificar los gastos innecesarios y eliminarlos, Concientizar a los tenderos en el manejo de los dineros del negocio, Ser organizado con el dinero de las ventas, Concientizar a los tenderos de no tomar el dinero de los gastos diarios como dinero de bolsillo, Identificar si el negocio es rentable o no.

Actividad 7. Estar atento a la cantidad de productos que solicita a los proveedores para evitar tener un stock de inventario innecesario

Actividad 8. Hablar al tendero que al ser un comerciante debe llevar la contabilidad, Comunicar al tendero que llevar una contabilidad no es costoso solo depende de la organización de los documentos

Capítulo 4 Propuesta de mejoramiento y evaluación

4.1 Propuesta de mejoramiento

Lo que se propone para reducir los gastos de la cartilla de forma impresa es realizar una página web con los mismos contenidos donde las personas que estén interesados en consultar algún contenido a procedimiento puedan ingresar desde cualquier lugar, estar actualizados y mejorar su desempeño en sus negocios, en donde según la acogida que tenga esta cartilla virtualmente se irá actualizando a medida de la normatividad vigente que vaya habiendo; es importante mencionar que la cartilla tuvo buena acogida en esta localidad porque los tenderos sienten que tienen un apoyo de personas diferentes a los miembros de la junta de acción comunal o alcaldía local, y saber que una institución educativa fomenta el emprendimiento social es más grato para ellos sentir que los tenderos son tenidos en cuenta para desarrollar programas de esta clase.

4.1.1 Análisis de resultados y propuestas

Los resultados de la encuesta realizada fueron muy concluyentes y favorables, se pudo dar cuenta que los tenderos cada vez están más interesados en sacar adelante sus negocios y en adquirir conocimientos que les permitan avanzar.

Con ayuda de la cartilla los comerciantes tendrán bases sólidas para poner en práctica en sus negocios, llevar una contabilidad por primera vez, tener organización en las entradas y salidas de dinero, controlar sus inventarios que es lo que más les cuesta en

ocasiones ya que saben cómo manejar un stock adecuado de productos, saben lo que los clientes quieren, pero no saben tener la publicidad que sea clara y directa.

4.1.2 Conclusiones y recomendaciones

- Se puede observar que los tenderos son emprendedores muy competitivos y que solo les falta más capacitación, estar actualizados para ir adquiriendo destreza y habilidades en los temas contables y administrativos, de esta forma serán empresarios exitosos.
- En la encuesta lo más notorio es que los tenderos quieren tener más organización, desarrollar sus actividades cotidianas, pero con bases estables que les permitan tener un adecuado control, guiarse por una estructura contable y proyectarse con mayores ventajas.
- Podemos ver que les interesa aprender sobre los temas contables, pero tienen la idea errónea sobre los costos y el beneficio por que argumentan que pueden perder su tiempo y dinero en un servicio que quizás nunca utilicen.
- La cartilla en su diseño está dirigida a personas con un nivel básico de escolaridad, se puede interpretar de una manera adecuada y sencilla, está la información más concluyente, paso a paso para su mejor comprensión y desarrollo.

Recomendación

- Se le recomendó a los tenderos estar actualizados en los temas contables, que aprovechen las oportunidades en capacitarse e ir a cursos, charlas y conferencias que permitan que los tenderos conozcan más temas y se interesen en poner en práctica lo

aprendido en su negocio, pedir ayuda a las diferentes entidades que puedan dar apoyo económico para que aprovechen recursos para su negocio.

Referencias

- Tomado de : <http://www.dinero.com/economia/articulo/tiendas-de-barrio-y-negocios-mas-comunes-en-colombia/224631>
- Tomado de: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/tiendas-siguen-mandando-comercio-28326>
- *Imagen 1 Localidad de Engativa tomada de pagina*
<https://www.google.com/maps/place/Engativ%C3%A1,+Bogot%C3%A1/@4.6921916,4.1253564,13z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9ca931bb3685:0x777bc49f16df0ff4!8m2!3d4.70846!4d-74.11168>
- Tomada de: <http://www.bogota.gov.co/localidades/engativa>
- Tomado de
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1051/1032364146-2009.pdf?sequence=1>
- FUNDECOMERCIO (Fundación para el Desarrollo del Comercio). La tienda ideal: diseño físico, comercialización de productos y atención al público. Segunda edición. Biblioteca Universidad del Rosario
- LONDOÑO, Santiago. (1982). La economía de la tienda de barrio: una explotación sobre la trilogía tienda - tendero – familia. Medellín: Cadena.
- Canales de marketing y distribución comercial, Fecha publicación: 2005
Editorial: McGraw Hill Interamericana Colección: 2ª Edición / Rústica / Castellano
/ Libro

- Los 'chuzos' tienen peso en la economía
- Tiendas de barrio, peluquerías y hasta los 'corrientazos' generan más de 8 millones de empleos. Por: REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS |12 de mayo de 2014
- Categorías y surtidos que caracterizan a las tiendas de barrio de la localidad de Barrios Unidos de Bogotá Wilson Alberto Ardila Medina
- DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Mercadología Febrero de 2016
- ¿POR QUÉ LAS TIENDAS DE BARRIO EN COLOMBIA NO FRACASARON FRENTE A LA LLEGADA DE LAS GRANDES CADENAS DE SUPERMERCADOS?. Fecha de publicación 21/07/12 9:22. Autores: Christian Acevedo Navas, Dagoberto Páramo Morales, Elías Ramírez Plazas
- REALIDAD DE LAS TIENDAS DE BARRIO Y SUS RETOS EN MERCADEO, PUBLICIDAD Y DISEÑO (31 Octubre 2012) María Largo. Jueves, Julio 10, 2014
Tiendas de barrio se han convertido en las preferidas por hogares colombianos, Gabriel Forero Oliveros
- De las Grandes Superficies a La Tienda de Barrio. Guiovanni Quijano Ago. 4, 2013 <https://es.wikipedia.org/wiki/tienda>.

- *Tomado de Periódico Portafolio.co, Ed. 14 de Dic. 2012 Artículo En Bogotá hay una tienda de barrio por cada 398 habitantes*

<http://www.portafolio.co/negocios/top-10-comercios-mas-populares>