

**GRUPO DE INVESTIGACIÓN SICOFAS
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR ITFIP
DICIEMBRE 2022**

**Proceso de apropiación social del Conocimiento para el fortalecimiento o
solución de asuntos de interés social**

**Proyecto
Análisis Socioeconómico De Los Comerciantes Micro
Empresarios Del Municipio De Ataco – Tolima En El Año 2022**

**Investigadores
Auxiliares de Investigación
Nayely Constanza Narvárez Culma
Docentes Investigadores
Robert Alexander Guzmán
Elizabeth Palma Cardoso
Augusto Francisco Alarcón Linares**



Este obra está bajo una [licencia de
Creative Commons Reconocimiento 4.0
Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional

**INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR ITFIP
FACULTAD DE ECONOMÍA ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA
ESPINAL-TOLIMA
2022**

Contenido

Resumen	3
Abstract.....	4
1. Introducción.....	5
2. Planteamiento del problema	6
3. Objetivos de la investigación.	7
3.1 Objetivo general.....	7
3.2 Objetivos específicos.	7
4. Pregunta de investigación.	7
5. Justificación	8
6. Marco de referencia.	9
6.1 Antecedentes.....	9
7. Marco teórico.....	13
7.1 Comerciantes.....	13
7.2 Comercio al por mayor.....	14
7.3 Las características principales del comercio al por mayor.....	14
7.4 Comercio al por Menor.....	15
7.5 Las Características Principales Del Comercio Al Por Menor Son	15
7.6 Son mercantiles para todos los efectos legales.	16
7.7 No son mercantiles:	17
7.8 Obligaciones de los comerciantes.....	17
7.9 Importancia de los comerciantes.....	18
7.10 Grupo 3 de clasificación micro empresarial.....	18
7.11 Nivel socioeconómico.	19
7.12 Economía de los impuestos.	20
7.13 Competitividad	21
8. Marco contextual.....	21
8.1 Datos demográficos de Ataco, Tolima.....	21
8.2 Limites.	22
9. Metodología.....	22
9.1 Enfoque investigativo.....	23
9.2 Diseño de investigación.	23
9.3 Población.	24
9.4 Encuesta.....	24

9.5 Encuesta aplicada a comerciantes microempresarios del municipio de Ataco Tolima que renovaron su cámara de comercio en el año 2022	25
9.6 Aspectos Sociales.....	25
9.7 Aspectos Económicos.....	26
9.8 Técnicas de recolección de la información.....	29
10. Resultados	29
10.1 Análisis social:	29
10.2 Análisis económico.	35
11. Discusión.....	37
12. Conclusiones.....	39
13. Referencia bibliográfica.	39
14. Anexos	42
14.1 Anexo 1.....	42
14.2 Anexo 2. Actividades comerciales registradas en cámara de comercio para el año 2022.....	44
14.3 Anexo 3.....	44
14.4 Anexo 4.....	46
14.5 Anexo 5.....	¡Error! Marcador no definido.

Resumen

El nivel socioeconómico de una población o individuo, surge a partir del análisis de las características económicas y sociales como ingresos percibidos, condiciones de empleo, formación educativa, núcleo familiar, entre otros aspectos. A partir de las características anteriormente mencionadas y analizadas se puede determinar si el individuo refleja una buena calidad de vida, conocer el nivel socioeconómico de una población es muy importante.

Teniendo en cuenta el método descriptivo con enfoque mixto y por medio de una encuesta, se analizaron aspectos sociales y económicos de los comerciantes microempresarios de Ataco, las dificultades para el sostenimiento y desarrollo de sus actividades comerciales y con base en los resultados del instrumento de investigación aplicado, se lograron describir e identificar los factores que afectan la actividad comercial y económica como la seguridad en el municipio, la falta de conocimientos con las nuevas tecnologías y métodos de mercadeo, entre otros factores. Para moderar esta problemática se propone incrementar la seguridad y con los entes de control municipal y los entes externos como cámara de comercio y brindar asesorías personalizadas a las microempresas que lo requieran.

Palabras clave: comerciantes, microempresas, mercadeo, asesorías, núcleo familiar, actividad comercial.

Abstract

The socioeconomic level of a population or individual arises from the analysis of economic and social characteristics such as income received, employment conditions, educational training, family nucleus, among other aspects. From the previously mentioned and analyzed characteristics it can be determined if the individual reflects a good quality of life, knowing the socioeconomic level of a population is very important.

Taking into account the descriptive method with a mixed approach and through a survey, social and economic aspects of Ataco micro-entrepreneurs, the difficulties for the maintenance and development of their commercial activities and based on the results of the research instrument were analyzed. applied, it was possible to describe and identify the factors that affect commercial and economic activity such as security in the municipality, the lack of knowledge with new technologies and marketing methods, among other factors. To moderate this problem, it is proposed to increase security and with municipal control entities and external entities such as the chamber of commerce and provide personalized advice to micro-enterprises that require it.

Key words: merchants, microenterprises, marketing, consultancies, family nucleus, commercial activity.

1. Introducción

El comercio formal es motor del crecimiento económico y urbanístico, que se encuentra sujeto a controles por parte de la autoridad competentes, municipales y departamentales, es importante para esta investigación conocer el comercio formal de las microempresas y el impacto en el desarrollo socioeconómico de los micro empresarios de Ataco-Tolima y para ello es necesario indagar el comportamiento y la dinámica que ha conducido al desequilibrio en el desarrollo y sostenimiento de su actividad económica. Los microempresarios comerciantes son un gran ingreso de riquezas para el municipio de Ataco-Tolima, las principales tareas desempeñadas allí es la producción agrícola y ganadera, la minería, la producción cafetera, la venta de bienes y servicios e industria; el contenido de este documento está soportado por información brindada en una entidad municipal (Hacienda pública) y nacionalmente personas registradas en (cámara de comercio) ; estos microempresarios comerciantes deben cumplir con cada uno de los deberes establecidos en el código de comercio colombiano.

Cabe resaltar que el comercio informal constituye un gran número de personas, dedicadas a actividades no registradas formalmente ante los entes de control legales, esta actividad se encuentra en una categoría amplia dentro de las múltiples modalidades que la comprenden, tienen la característica principal de ser una actividad comercial que genera ingresos económicos al igual que el comercio formal, pero existe una gran diferencia y es que perjudica al comerciante formal porque le reduce sus ventas debido a que en ocasiones el comerciante informal ofrece precios más bajos debido a que las ganancias que este obtiene comercializando sus productos no debe destinarlo para pagos de servicios, arriendo o impuestos.

En este informe se expondrá las actividades socioeconómicas realizadas en el municipio de Ataco Tolima, deberes de los microempresarios frente al comercio y sobre cada uno de sus diferentes actividades ejercidas, buscando indagar porque algunas de estas micro empresas a pesar de la gran inversión realizan, en ocasiones no logran mejorar su estatus de vida realizando prácticas de comercio a diario de manera formal, es importante disponer tanto de datos sociales como económicos de los microempresarios del municipio de Ataco Tolima de manera se logre caracterizar particularidades socioeconómicas de este grupo de personas.

A lo largo del presente trabajo se desarrollará la siguiente estructura: en primer lugar, se analizará la importancia que el sector micro empresarial comercial que posee la economía en el municipio de Ataco, para lo cual se atenderá a los principales indicadores sociales y económicos relacionados con esta población. Llevando un orden de ideas, luego se describe cuál fue el proceso de investigación que se realizó para la obtención de los resultados, Posteriormente, se describen las principales características que identifican al microempresario comerciante de Ataco - Tolima, así como los objetivos perseguidos por los integrantes del sistema comercial y a su vez se logran identificar las herramientas metodológicas para la

recolección de la información necesaria y suficiente para este documento, teniendo como fuente primaria los microempresarios que renovaron su cámara de comercio durante el año 2022 en el municipio de Ataco Tolima, soportado con investigación bibliográfica que permite verificar las condiciones sociales y económicas de microempresario su entorno.

2. Planteamiento del problema

El departamento del Tolima se encuentra localizado entre las cordilleras central y Oriental de Colombia, cuenta con una superficie de 23.582 km² que representa el 2,1% del territorio nacional, este departamento está dividido en 47 municipios, 30 corregimientos, 217 inspecciones de policía, así como en numerosos caseríos y sitios poblados, su ubicación geográfica limita al norte con el Departamento de Caldas; al oriente con los departamentos de Cundinamarca y Huila; al sur con el departamento del Cauca y al occidente con los departamentos de Valle del Cauca, Quindío y Risaralda.

La economía del departamento del Tolima está sustentada en las actividades agropecuarias, los servicios y la industria, la agricultura está altamente tecnificada e industrializada, los productos que se comercializan allí son: arroz, ajonjolí, sorgo, café, Algodón, caña panelera, soya, maíz, tabaco, yuca y frutales. La ganadería es la principal fuente de ingreso y como actividad secundaria se encuentra la crianza de porcinos, seguido de la pesca fluvial.

Los servicios son comerciales, de transporte y comunicaciones, la industria se desarrolla en la producción de alimentos, bebidas, jabones, textiles, cemento y algunos materiales para construcción. La minería se encuentra poco desarrollada, pues generalmente, se realiza de manera artesanal por medio de cajones o excavaciones manuales, algunas veces se extrae petróleo de posos con estudio previo y se explota oro en algunas zonas.

Ataco es un pequeño pueblo que se encuentra al Sur del departamento del Tolima en la zona Sur – Oriental, tiene una superficie total de 996,8206 Km², cuenta con una población de aproximadamente de 32.250 habitantes la mayor parte de esta población se encuentra concentrada en el área rural del municipio, y aproximadamente 5.980 habitan en la cabecera municipal, población que se dedica a la siembra y cosecha del café y la ganadería masiva.

Ataco se encuentra Rodeado por las majestuosas montañas que componen la cordillera Central, bañado por el imponente río Saldaña; en el ámbito económico se encuentran 8 establecimientos hoteleros en los cuales se puede encontrar variedad de opciones para hospedaje y precios, este municipio cuenta con más de 350 establecimientos comerciales que se dedican a fabricar y comercializar productos generando empleo y sustento diario para muchas personas en sus hogares.

Sin embargo, la permanencia de las microempresas en el comercio es inconsistente, debido a la baja demanda de compradores y la alta oferta de

productos que generan una sobreproducción, pérdida de mercancía y hasta el cierre definitivo de los establecimientos, afectando así la económica de este sector.

Con este proyecto, se espera analizar las características sociales y económicas de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco, teniendo como referencia las personas que renovaron su registro en cámara de comercio para el año 2022, identificando así mismo las actividades que desarrolla el comercio al por menor o al por mayor en este municipio, para de esta manera poder llegar a conocer las causas que con llevan a esta problemática social como lo es la permanencia en el comercio e inestabilidad económica de estos microempresarios, de manera que se llegue a identificar ¿Qué características socioeconómicas tienen los comerciantes microempresarios del municipio de Ataco y como estas influyen en el sostenimiento y desarrollo de su actividad en el comercio?.

3. Objetivos de la investigación.

3.1 Objetivo general

Analizar las características socioeconómicas de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco-Tolima, que renovaron su registro en la cámara de comercio para el año 2022.

3.2 Objetivos específicos.

- Describir las actividades comerciales que desarrollan los microempresarios de Ataco.
- Identificar factores que afectan la actividad comercial y económica en los micro empresarios de Ataco.
- Determinar las causas que generan dificultades para el sostenimiento y desarrollo de los comerciantes micro empresarios en Ataco Tolima.
- Proponer alternativas para dar solución a la problemática que presentan los comerciantes microempresarios del municipio de Ataco en cuanto a sostenimiento y desarrollo dentro del comercio.

4. Pregunta de investigación.

¿Qué características socioeconómicas tienen los micro empresarios comerciantes del municipio de ataco y como estas influyen en el sostenimiento y desarrollo de su actividad en el comercio?

5. Justificación

Un comerciante micro empresario constituye un papel importante en la economía de un país, visto que se encuentra directamente relacionado con la actividad de compra y venta de bienes y servicios, obteniendo una ganancia de este ejercicio a través de cobrar un margen por intermediación, agregando un monto adicional al costo de los productos. La relación existente entre la economía formal y las actividades humanas, son circunstanciales, los microempresarios usualmente compran al por mayor grandes volúmenes por lo que obtienen un precio reducido y luego, comercializan cada unidad a un precio mayor de lo que les costó. Ser comerciante es algo más que comprar y vender productos, implica tomar un riesgo invertir en mercancías que logren atraer clientes comprar.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (SCIAN, 2002)

Ahora bien, en el departamento del Tolima se demuestra que en los últimos años ha desarrollado cinco principales actividades económicas según su representación en el PIB son, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con una participación del 18,9%; y comercio, transporte y alojamiento que representa el 17,9%. La primera genera \$4,7 billones y la segunda \$4,5 billones, cifras reportadas por la universidad del Tolima (2021) donde indican que el Tolima es uno de los 10 departamentos donde se concentra el 71,5% del valor agregado de la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca del país, puesto que, contribuye con un 5,5% al total nacional que genera este sector.

Ataco Tolima es un municipio ubicado al Sur del departamento del Tolima fundado el 19 de marzo de 1657 por el hidalgo español Diego de Ospina y Maldonado como un “pueblo de indios”, rodeado de hermosas montañas y bañado por el río Saldaña, el sustento de esta población en la zona rural está relacionado directamente con la agricultura y la ganadería, los habitantes del área urbano sostienen sus obligaciones económicas con el comercio al por mayor y al por menor de bienes y servicios y otros a diferencias diariamente se dedican a la minería artesanal.

Este proyecto tiene como objetivo general realizar un análisis socioeconómico a los micro empresarios de Ataco Tolima, para esto es necesario conocer la situación económica actual en que se encuentran los microempresarios comerciantes, conocer sus costumbres, su cultura, la historia de sus antepasados, entre muchos otros factores que sean relevantes y de ayuda para poder describir las actividades comerciales que desarrolla el comercio, identificando factores que afectan la actividad comercial y económica en las micro empresas y determinar las causas que generan las dificultades para el sostenimiento y desarrollo de los

comerciantes microempresarios en Ataco Tolima, es crucial interactuar con los habitantes aledaños al sector de Ataco con el fin de recolectar información del área rural como también urbana y conocer por fuentes directas las condiciones actuales en que viven los micro empresarios de Ataco.

Lo anterior, con el fin de identificar los aspectos sociales, económicos, culturales e incluso ambientales que se presentan en el lugar y entre las diferentes personas, micro empresas y consumidores locales y externos que convergen en el comercio de Ataco , para así entender, analizar y caracterizar los principales factores, los canales de distribución, la procedencia de los víveres, abarrotes y artículos, la tendencia de negocio y la forma como se tejen las relaciones comerciales y de fidelidad hacia las microempresas registradas en la cámara de comercio en el año 2022, entre otros factores interesantes, dando como resultado el diagnóstico socioeconómico de la estructura actual del sector comercial del municipio que se busca presentar mediante este documento como modalidad de trabajo de investigación.

Es importante que se desarrolle este tipo de investigación en esta comunidad porque desde aquí se abordan puntos de vista y análisis de los mismos comerciantes y consumidores, dando a conocer así mismo los puntos fuertes y débiles de las microempresas, como también las carencias o problemáticas que presenta el municipio para poder expandir su economía y contribuye positivamente con sus intelectos para generar planes e ideas que ayuden a la expansión económica y social de la población en general por medio del conocimiento que la caracteriza.

Con esta investigación, serán beneficiadas las micro empresas, las entidades bancarias o prestadoras de servicios y la población en general, porque tendrán un documento con conocimientos como resultados de la evaluación, y teniendo en cuenta este análisis se podrán tomar medidas y presentar alternativas para mejorar la inestable situación económica en la que se encuentran el grupo de propietarios de establecimientos públicos.

6. Marco de referencia.

6.1 Antecedentes

Para efectos de esta investigación, fue necesario recurrir a la indagación de artículos científicos, especializados y monografías que desarrollaran temas y problemáticas similares sobre micro empresas, u otras propuestas teóricas que se relacionaron con dicho tema central en el comercio. se encontraron cuatro documentos afines que a continuación serán brevemente descritos, argumentando la utilidad de cada uno.

Un primer trabajo corresponde a María Patricia Díaz Cárdenas (2018), se denomina “Caracterización Socioeconómica de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mi Pymes) del Alto Magdalena”. Es una caracterización socio económica

donde se personifico la provincia del Alto Magdalena, describiendo conductas y actitudes de los propietarios y colaboradores, el manejo de sus ingresos, capital, sector económico, el enfoque de esta investigación es mixto, busca comprender características propias de quienes manejan las Mi Pymes, partiendo de la base de datos suministrada por la cámara de comercio de Girardot, aplicando como instrumento de recolección de información una encuesta para ser aplicada en los municipios de la provincia del Alto Magdalena: Girardot, Agua de Dios, Guataquí, Jerusalén, Nilo, Nariño, Ricaurte y Tocaima.

Este estudio dio a conocer que es evidente la presencia de las Mi Pymes en cada uno de los municipios del Alto Magdalena, su grado de adaptación se ha ido consolidando frente a los cambios constantes del entorno; para esta comunidad de microempresarios permanecer en el mercado es todo un reto, partiendo del hecho que sus propietarios tienen un manejo empírico de los establecimientos y son ellos quienes dirigen todas sus actividades, debido a que les cuesta delegar tareas. La motivación principal para iniciar estos negocios es la oportunidad y en su modelo organizacional son menos burocráticas.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, por qué suministra información relacionada con las microempresas, que es tema principal de este proyecto y además fue elaborado tomando como recurso principal información registrada en la cámara de comercio, siendo este un instrumento útil y completo para crear bases sólidas, permitiendo tener como referencia el instrumento de investigación y el enfoque investigativo similar al que será aplicado a lo largo de esta investigación.

Un segundo trabajo de Marta Delgado, Cristian Ulloa y Juan Ramírez (2019) titulado “ la economía del departamento del Tolima”, este trabajo describe por escalas la economía del departamento del Tolima, dando lugar a determinar cuáles son las fuentes directa e indirectas de empleo en este departamento, así mismo el DANE (Entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia) realizó un censo a nivel departamental a todas las personas de estratos bajo y determino: “La incidencia de la pobreza monetaria en el Tolima se redujo de 54,3 % en 2002 a 32,5 % en 2014, con lo cual cerca de 275.000 personas en el departamento superaron esta condición.”

Este trabajo se divide en cinco secciones, en la primera se analiza la evolución de la economía departamental en el contexto nacional durante el período 2000-2013, la segunda sección está dedicada al análisis de los indicadores de mercado laboral, pobreza monetaria y pobreza multidimensional, en la tercera sección se aborda el análisis de las condiciones de desarrollo territorial y de competitividad del departamento, con base en las tipologías de desarrollo territorial del DNP, el escalafón de competitividad de la CEPAL, el Índice de competitividad departamental y el indicador de negocios para las ciudades colombianas, la quinta y última sección presenta las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Este trabajo se relaciona con este proyecto de investigación, porque genera aportes sobre el territorio que se está investigando, determina mediante estudios realizados nacionalmente por el DANE y entidades públicas como Fedesarrollo, contabilizaron y estudiaron los porcentajes de pobreza y desarrollo económico en el sector social del departamento del Tolima, y determina como durante los últimos 20 años han incrementado o disminuido, también muestra por medio de gráficas, mapas conceptuales y diagrama de barras todos los datos obtenidos y calculados según el DNP en estos municipios y enmarca las principales fuentes de ingresos en el departamento del Tolima.

Un tercer trabajo de investigación, fue realizado por Cortolima y la gobernación del Tolima ornamento territorial (2019) con el nombre de “informe del estudio sobre estructura poblacional, actividades económicas, equipamientos y dinámica poblacional del sector urbano y rural del municipio de Ataco – Tolima”, este documento contempla información correspondiente al componente social, aportando al análisis de la dinámica poblacional del municipio, partiendo del estudio de temas relacionados con la estructura poblacional actual y una proyección al año 2035 con base a la información reportada por el DANE como resultado del censo de población y hogares 2018, la estructura productiva, actividades económicas y los equipamientos sociales, toda los datos recopilados fueron resultado del análisis que se le realizo al municipio de Ataco.

El documento de “informe del estudio sobre estructura poblacional, actividades económicas, equipamientos y dinámica poblacional del sector urbano y rural del municipio de ataco – Tolima” se divide en cinco (5) apartados; el primero, es el componente de la estructura poblacional, en el cual se busca hacer una presentación general de su composición y su tendencia al año 2035; en el segundo, se encuentra la estructura económica y productiva, en el que se realiza un análisis de las principales actividades económicas del municipio; el tercer capítulo, presenta la sección de equipamientos sociales del municipio de Ataco, en cuarto lugar, está el capítulo de la dinámica poblacional, en el que se pretende analizar las interrelaciones de la dimensión demográfica con las demás variables y revisar las implicaciones futuras de la dinámica poblacional en términos de la demanda por bienes y servicios en el territorio; y finalmente, conclusiones y recomendaciones generales.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, porque esta direccionado en primer lugar hacia la comunidad y a determinar en qué estrato socio económico se encuentra la población, dando lugar a sí mismo, a analizar las principales actividades agrícolas y comerciales que se desarrollan en el casco urbano y rural del municipio de ataco, este trabajo aporta información constructiva al proyecto de investigación “análisis socioeconómico de los comerciantes del municipio de Ataco-Tolima” direcciona y encuadra los objetivos, convirtiendo en verídica la información recopilada desde bases de datos oficiales.

Un cuarto trabajo de investigación es el de Mónica María Morón Salgado (2020), con el nombre de “Caracterización Económica y Social de la comunidad

Chorrillo Ortega – Tolima desafío y propuestas.” Este documento fue un proyecto de grado realizado por una estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas de la universidad de Ibagué, donde realiza un sondeo general a las comunidades indígenas del departamento del Tolima, para luego partir de ahí y realizar una caracterización socioeconómica, ambiental y cultural del municipio de ortega Tolima, hallando así infinidades de carencias que posee la comunidad Chorrillo Ortega.

La pregunta propuesta en esta investigación para responder fue ¿Cuáles son los factores sociales, culturales y económicos de la población ubicada en el Municipio de Ortega y cuales representan sus principales puntos críticos?, para responder esta pregunta se llevaron a cabo una serie de pasos, Como primera instancia desarrollaron una investigación exploratoria centrando en aspectos concretos a la realidad. Realizando un primer acercamiento a la población y este les permitió conocer e identificar los principales problemas que afectan la comunidad de Chorrillo. Con la información recolectada realizaron una investigación en el cual se analizó los datos obtenidos que conllevo a la 14 segunda instancia donde se llevó a cabo una investigación cualitativa que les permitió conocer acciones humanas y de la vida social en general, de sucesos complejos dentro de su entorno (familiar, personal, laborar, etc.) Y una cuantitativa que les permitió recolectar información con identificación numérica y comprobatoria (número de integrantes en la familia, si cultivan o no, que cultivan, etc.) la técnica que utilizaron para recolectar la información fue a través de una encuesta.

Este trabajo aporta a la indagación palabras técnicas, información general de la cultura del Tolima, datos relevantes de entidades públicas, revela sobre la cultura indígena chorrillo, este trabajo es tomado como ejemplo para tener cuenta aspectos que se describen de la población de ortega para así mismo indagar en Ataco Tolima para poder llegar a obtener resultados y conclusiones.

Un quinto trabajo es un informe realizado por la gobernación departamental del Tolima “informe de rendición de cuentas municipios sur del Tolima chaparral, planadas, rio blanco y ataco, en el marco del plan de desarrollo departamento al 2016-2019 “soluciones que transforman” , este informe brinda información clara y amplia acerca de los cambios y transformaciones que se vienen dando en los territorios y comunidades, de esta región sur del Tolima, informa y rinde cuentas de la gestión gubernamental a los ciudadanos de los Municipios de Chaparral, Planadas, Ataco y Rioblanco, permitiendo así evaluar los impactos y desarrollos que se generan, en cada uno de los municipios anteriormente mencionados.

Un punto que abordo el informe que realizo la gobernación fue una caracterización de las empresas comerciales y agroindustriales del sector con las compañías registradas en las tres Cámaras de Comercio del Departamento, se definió el plan de acción a seguir en la implementación del registro de las empresas que aún no han empezado este trámite, sancionaron proyectos de inversión en algunos ante proyectos productivos presentados por la comunidad de ataco, planada, rio blanco y chaparral, caracterizando a nivel general en que escala de

pobreza se encontraban comprados estos municipios y en qué condiciones sociales habitaban las personas.

Este trabajo sirve para tomar como referencia en qué sectores del Tolima existe una mayor producción agrícola, cuál es el municipio con mejor economía, define el empleo en que sector es mayor y realiza una caracterización general de la cultura social del Tolima.

Un sexto trabajo es un estudio realizado por Emilia Estefany Foyain Cortez, Laura Lorena Sánchez Suarez y Angie Vanesa Manrique Ticóra (2018) socioeconómico de la plaza de mercado del Municipio Girardot, esta investigación es de carácter cualitativa la cual utilizó como instrumento de recolección la encuesta, mediante la cual busca conocer los factores más importantes e influyentes en el sector comercial de la plaza de mercado del municipio de Girardot, esta investigación realizó un diagnóstico socioeconómico en el que se analiza la realidad de los vendedores y microempresarios, aspectos principales que mueven la economía del municipio de Girardot, siguiendo al turismo.

Los análisis hechos a los precios de los productos fueron con el fin de conocer la variabilidad de estos frente a otros productos para así determinar que productos son los más costosos y entender del porqué de su valor y su procedencia.

Este trabajo aporta al proyecto información general de cómo llevar a cabo una investigación, da a conocer conceptos teóricos en economía, aborda un tema muy similar al de esta investigación, este trabajo es tomado como ejemplo para tener cuenta aspectos de como describir una problemática y mismo indagar en el municipio de Ataco Tolima y lograr obtener resultados.

7. Marco teórico.

7.1 Comerciantes

Un comerciante es una persona que se dedica a ejercer el comercio como oficio, de manera profesional y constante.

código de comercio colombiano, Artículo 10 de 1992, por medio del cual expresa que son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona. Comerciantes es, aquella Persona natural o Persona jurídica que voluntariamente, y de forma regular y profesionalmente, desarrolla un acto jurídico considerado como mercantil por la ley.

El artículo 20 del Código de comercio, enumera cada una de las actividades que la ley considera como mercantiles:

Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto,
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio (Artículo 13).

Las actividades comerciales se dividen en dos sectores: Comercio al por mayor (sector 43) Comercio al por menor (sector 46).

7.2 Comercio al por mayor

El Comercio al por mayor comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo intermedio (como bienes de capital, materias primas y suministros utilizados en la producción, y bienes de consumo final) para ser vendidos a otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios; así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de ese proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002)

Los comercios al por mayor que venden bienes de su propiedad son conocidos como distribuidores importadores-exportadores, distribuidores de fábrica, abastecedores de mercancías, entre otras denominaciones, y los que venden y promueven, a cambio de una comisión o pago, la compra venta de bienes que no son de su propiedad, son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por mayor o agentes importadores y exportadores.

7.3 Las características principales del comercio al por mayor.

Las principales características del comercio al por mayor son:

- a) Operan desde una bodega u oficina de ventas.
- b) Tienen poca o nula exhibición de mercancías.
- c) Atraen clientes generalmente por vía telefónica, mercadeo personalizado o por medio de publicidad especializada a través de medios electrónicos, ferias y exposiciones.

d) Normalmente venden grandes volúmenes, excepto tratándose de bienes duraderos, que generalmente son vendidos por unidad.

7.4 Comercio al por Menor.

Comprende “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002).

Los comercios al por menor que venden bienes propios son conocidos como agencias, depósitos, tiendas, supermercados o derivan su nombre de los productos que comercializan. Y los comerciantes minoristas que venden o promueven la compra-venta a cambio de una comisión o pago son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por menor, agentes importadores y exportadores.

7.5 Las Características Principales Del Comercio Al Por Menor Son

Las principales características del comercio al por menor son:

- a) Atraen clientes por la ubicación y diseño del establecimiento.
- b) Tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas.
- c) Hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión.

Los comercios al por menor pueden también proporcionar servicios integrados a la venta de los bienes, como empaquetado, envasado y entrega a domicilio. La venta con instalación incidental se clasificará en comercio al por menor. Este sector comprende también a los comerciantes al por menor sin establecimiento que realizan su labor mediante alguno de los siguientes métodos:

- La tele mercadeo con ventas vía telefónica;
- La venta al por menor exclusivamente por catálogo;
- La venta al por menor por medios electrónicos (Internet, fax y correo electrónico).
- La venta de forma personalizada de venta.
- La puerta a puerta.
- La venta con demostración de productos en hogares.
- La venta a través de puestos semifijos o máquinas expendedoras.

También se incluyen siempre en este sector las unidades económicas dedicadas principalmente al comercio de muebles para el hogar, artículos de mercería,

artículos de decoración, antigüedades, instrumentos musicales, vehículos automotores (excepto camiones), partes y refacciones de automóviles y camiones, aceites lubricantes y artículos usados. (SCIAN, 2002)

7.6 Son mercantiles para todos los efectos legales.

1. La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos;

2. La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismo.

3. El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.

4. La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos;

5. La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones

6. El giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos-valores, así como la compra para reventa, permuta, etc., de los mismos;

7. Las operaciones bancarias, de bolsas, o de martillo; 8. El corretaje, las agencias de negocios y la representación de firmas nacionales o extranjeras;

9. La explotación o prestación de servicios de puertos, muelles, puentes, vías y campos de aterrizaje;

10. Las empresas de seguros y la actividad aseguradora;

11. Las empresas de transporte de personas o de cosas, a título oneroso, cualesquiera que fueren la vía y el medio utilizados;

12. Las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes;

13. Las empresas de depósito de mercaderías, provisiones o suministros, espectáculos públicos y expendio de toda clase de bienes;

14. Las empresas editoriales, litográficas, fotográficas, informativas o de propaganda y las demás destinadas a la prestación de servicios;

15. Las empresas de obras o construcciones, reparaciones, montajes, instalaciones y ornamentaciones.

16. Las empresas para el aprovechamiento o explotación mercantil de las fuerzas o recursos de la naturaleza.

17. Las empresas promotoras de negocios y las de compra, venta, administración, custodia o circulación de toda clase de bienes;

18. Las empresas de construcción, reparación, compra y venta de vehículos para el transporte por tierra, agua y aire, y sus accesorios, y

19. Los demás actos y contratos regulados por la ley mercantil”.

7.7 No son mercantiles:

1. La adquisición de bienes con destino al consumo doméstico o al uso del adquirente, y la enajenación de los mismos o de los sobrantes;

2. La adquisición de bienes para producir obras artísticas y la enajenación de estas por su autor;

3. Las adquisiciones hechas por funcionarios o empleados para fines de servicio público;

4. Las enajenaciones que hagan directamente los agricultores o ganaderos de los frutos de sus cosechas o ganados, en su estado natural. Tampoco serán mercantiles las actividades de transformación de tales frutos que efectúen los agricultores o ganaderos, siempre y cuando que dicha transformación no constituya por sí misma una empresa.

5. La prestación de servicios inherentes a las profesiones liberales.

7.8 Obligaciones de los comerciantes.

Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (Artículo 19).

Existen otro tipo de obligaciones como son las relacionadas con los impuestos, y con las obligaciones que les exigen las diferentes entidades de control del estado como las superintendencias, obligaciones que se irán desarrollando posteriormente.

7.9 Importancia de los comerciantes

Los comerciantes tienen un rol muy importante en la sociedad. Ellos facilitan el intercambio de bienes y servicios lo que incrementa el bienestar de las personas y fomenta el crecimiento del país.

Entre sus actividades más relevantes se encuentran:

- ❖ Acercar a productores y compradores.
- ❖ Dar a conocer las características de los productos o servicios.
- ❖ Ampliar la variedad de productos y servicios disponibles para los consumidores, lo que incluye importar y exportar bienes desde distintos países.
- ❖ Servir de canal de comunicaciones entre productores y consumidores.
- ❖ Facilitar los servicios post venta como: reclamos, reparos de averías, garantías, etc.

7.10 Grupo 3 de clasificación micro empresarial.

Artículo 2°. Modificado por el art. 2, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 75, Ley 1151 de 2007, Modificado por el art. 43, Ley 1450 de 2011. *Definiciones.* Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre cinco mil unos (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores;
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Parágrafo 1°. Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

Parágrafo 2°. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

7.11 Nivel socioeconómico.

Características Socio-económicas son atributos de la población considerando aspectos económicos y sociales. “El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía. Usualmente se mide cómo el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) real en un periodo de varios años o décadas (Larraín y Sachs, 2004).

Las características socioeconómicas se clasifican por lo general en tres categorías: Alto, Medio y Bajo, en las cuales una familia o individuo puede ser ubicada, en una de estas tres categorías, estas categorías están determinadas por las siguientes variables (ingreso, educación y ocupación) pueden ser analizadas o procesadas por el encuestador, (Hoffman, 1995).

La OCDE public *Against the Odds: Disadvantaged students who succeed in School* (2011) estudia la resiliencia en PISA 2006 aplicando como criterio para seleccionar el alto rendimiento o el bajo nivel socioeconómico la desviación respecto a la media de cada país. Realiza un exhaustivo análisis entre numerosos índices y variables comparando a los estudiantes resilientes con los estudiantes con desventaja económica, por un lado, y los estudiantes con buena puntuación y situación económica.

Según Figueroa en 1993, la teoría Clásica, Neoclásica y Keynesiana buscan explicar precios y cantidades en el mercado laboral, pero difieren en las bases que utilizan para determinar dichos elementos. Dentro de la economía neoclásica en el mercado laboral, se intercambian servicios laborales por dinero suponiendo que los mercados laborales operan como un mercado Walrasiano donde los precios relativos y las cantidades se determinan simultáneamente; esta teoría predice que el desempleo (el exceso de oferta) debería ser cero (excepto si en el precio de cero hay exceso de oferta es decir sobrepoblación). Arrow en 1984 introdujo el concepto de costos de información donde compradores y vendedores de servicios laborales no gastarían más allá del óptimo en la búsqueda de trabajadores los primeros y empleo los segundos.

En un supuesto de competencia perfecta, la oferta y demanda incluirían los costos de información, por lo tanto, los desempleados estarían dispuestos a trabajar al salario del mercado, pero toman la decisión de no gastar más recursos en la búsqueda de empleo, es decir, eligen el desempleo por lo que sólo sería voluntario.

Los niveles socioeconómicos son herramientas sociológicas, que aplica método que describe actitudes y comportamientos de las personas. En otras palabras, son datos generales que permiten comprender los cambios sociales, teniendo en cuenta que todas las sociedades son dinámicas y resulta útil disponer de mecanismos y parámetros para conocer las transformaciones que se producen en el seno de cualquier organización. Los datos son algo más que números y porcentajes, pues de alguna forma expresan la realidad humana de un conjunto de individuos.

El proyecto en curso permite identificar las características más relevantes de las pymes las cuales se obtuvieron por medio de una encuesta aplicada a cada microempresario comerciante, con Los resultados obtenidos se espera que los microempresarios adquieran mayor importancia a la construcción de la reputación y del prestigio de su microempresa en el mercado, para lograr el apoyo y la aceptación por parte de la comunidad, en aras de lograr un mayor dinamismo.

7.12 Economía de los impuestos.

Un impuesto es un tributo que las personas u organizaciones están obligadas a pagar, sin contraprestación directa. Los impuestos permiten que el estado pueda ofrecer a los ciudadanos determinados bienes y servicios que están dirigidos a incrementar el bienestar social, como también son utilizados para pagar las nóminas de aquellas personas que trabajan en el sector público.

En Colombia existen 3 tipos de impuestos y se dividen a nivel municipal, departamental o nacional, municipalmente los impuestos a pagar corresponden a industria y comercio, impuesto al predial, impuestos sobre vehículos, la gasolina, entre otros, departamentalmente se cobra impuestos sobre el consumo de licores, impuesto a la gasolina y a los automotores, nacionalmente los impuestos que corresponden al IVA, impuesto de renta, impuesto de timbre.

Declarar impuestos es un beneficio cívico que conlleva beneficios de servicios públicos y a la vez es una excelente manera de mantener un registro de los años vividos en el país.

Un impuesto municipal muy comúnmente conocido es el industria y comercio este se genera por la realización directa o indirecta de cualquier actividad mercantil, bien sea comercial o de servicios que una persona realice bien sea, en un establecimiento o no. El industria y comercio es cancelado anualmente por la persona registrada y de esta manera renueva su validez. El recaudo de este impuesto es destinado para el pago de servicios y ayuda del municipio, (Helder A, 2022).

7.13 Competitividad

“La competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (Luna, 2012)

Según Lall, Albadalejo y Mezquita (2005) plantea que: El concepto de competitividad surge de las bases teóricas de la administración de empresas, y como uno de los parámetros en que basa el análisis de la gestión empresarial; "Las compañías compiten para captar mercados y recursos, miden la competitividad según su participación relativa en el mercado o su rentabilidad y utilizan la estrategia de la competitividad para mejorar su desempeño". Bastista, A. Guacari, W., (2019)

La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos (IMD, 2012)

Day (1999) considera la fidelidad como algo más que una larga relación de un cliente con una compañía determinada o las visitas frecuentes de un cliente a una tienda: «es una sensación de afinidad o adhesión a los productos o servicios de una firma». El análisis de la fidelidad de los clientes es considerado desde dos perspectivas diferenciadas: la lealtad como actitud y la fidelidad como comportamiento (Berné, Múgica y Yagüe, 1996; Ortega y Recio, 1997; Alet, 1994; Kotler, Cámara y Grande, 2000). Según el primer enfoque, la lealtad constituye una actitud positiva hacia la organización, generada a través de un proceso de evaluación interna por parte del consumidor. Estrategias de fidelización basadas en este planteamiento pretenden la creación de vínculos emocionales con el cliente.

El concepto lealtad está muy ligado al de satisfacción, debido a que a medida que un cliente se siente complacido por el servicio que se le entrega en la tienda, este volverá a realizar otra compra y recomendará el servicio a otras personas. (Osorio, 2013). Similar sucede en el comercio del municipio de Ataco, una micro empresa es reconocida en el sector por la experiencia que diariamente logra vender u ofrecer a sus clientes, la buena imagen, atención y la calidad del producto que el cliente adquiera es la presentación futura para otra persona que esté en busca de una empresa que tenga recomendación y experiencia en el mercado.

8. Marco contextual

8.1 Datos demográficos de Ataco, Tolima

Ataco, Tolima se encuentra al Sur del departamento del Tolima en la zona sur oriental, su cabecera municipal está a 153 km de Ibagué, la capital del departamento.

El municipio tiene un área de 996,82 km², de los cuales sólo el 0,1%, corresponde al área urbana y el 99,9% al sector rural. Informes poblacionales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Figura 1. **Ubicación**



Fuente: Alcaldía municipal Ataco Tolima

8.2 Límites.

Según el Informe de Caracterización y calidad educativa realizado en el año 2019 por la Secretaría de Educación del municipio de Ataco Tolima, se menciona que este limita geográficamente con los siguientes territorios:

Al norte, con Chaparral y Coyaima.

Al sur con el municipio de Planadas y el departamento del Huila.

Al Oriente con los municipios de Coyaima y Natagaima.

Al occidente con los municipios de Rio blanco y Chaparral.

9. Metodología

La metodología no es una receta de un libro de texto, sino una teoría reflexiva sobre la calidad de las inferencias que conciernen a los fenómenos bajo estudio. La metodología describe, en retrospectiva, el camino de estudio que ya se ha recorrido. CIDEM-UMSA, La Paz (2000)

El presente trabajo se orientará mediante una investigación científica de corte cualitativo y cuantitativo de tipo descriptivo y exploratorio, la cual analizará factores socioeconómicos de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco, Tolima.

Sócrates sostenía que “la investigación es el objetivo primordial y el fin básico de la existencia del ser humano”, según Jiménez R. (1998) “La Metodología de la Investigación Científica constituye por su parte un conjunto de métodos, categorías, leyes y procedimientos que orientan los esfuerzos de la investigación hacia la solución de los problemas científicos con un máximo de eficiencia.” Para este trabajo de investigación se quiere tomar como referente estas dos definiciones de metodologías de investigación que se considera que aportan instrumentos de recolección de datos y medidas para razonar considerablemente en el método aplicado en el diseño metodológico.

9.1 Enfoque investigativo.

Presenta información de tipo mixto, Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que los diseños mixtos: (...) representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (p. 21)

A través de la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra de microempresarios del municipio de Ataco-Tolima, se describirá características socioeconómicas y se identificarán las causas que dificultan la estabilidad y el desarrollo en el comercio. El razonamiento es deductivo a partir de las diferentes teorías sobre el crecimiento económico, los factores de Herzberg y la caracterización socioeconómica en Colombia, las cuales contribuyen a la determinación de variables en el desarrollo de la investigación.

9.2 Diseño de investigación.

Método Descriptivo con enfoque mixto, “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos” (Sabino, 2008).

Utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Permitiendo observar, identificar y caracterizar las causas actuales de las micro empresas del municipio de Ataco-Tolima indagando factores socio económicos que involucran la permanencia de las micro empresas objeto de estudio en esta investigación, detallando la problemática económica que se vivencia en el comercio del municipio de Ataco-Tolima.

9.3 Población.

Palella y Martens (2008), Define la población como: “un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones “La población objeto de estudio en esta investigación son los micro empresarios comerciantes que renovaron su registro en Cámara de Comercio durante el año 2022 en Ataco Tolima, debido a que es este grupo de personas es la principal fuente de información para poder realizar la caracterización socioeconómica y para poder llevar acabo el análisis y el desarrollo de este proyecto, demostrando a través de múltiples factores cual es el factor principal que hace que la economía en el municipio de Ataco sea inestable.

9.4 Encuesta

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según otros autores, Trespalacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

Con el propósito de poseer elementos que permitan realizar el estudio socioeconómico a los microempresarios de Ataco Tolima se realizará una encuesta que permitirá reunir la información, es importante determinar la muestra de la población para lo cual se tomó la totalidad de los micro empresarios 171 personas, y el tamaño de la muestra será calculada en base a la siguiente fórmula.

$$T_m = \frac{171}{1 + (0,05)^2 * 171}$$

$$T_m = \frac{171}{1,42}$$

T_m = 120 microempresarios

La encuesta se realiza a 120 micro empresarios comerciantes del municipio de Ataco. En cuanto se recolecte la información de campo se procederá a utilizar tablas de tabulación simple y de cruce de variables, se considerará meticulosamente porcentajes y relaciones de proporcionalidad. Consecuentemente, los resultados serán representados en gráficos estadísticos, luego de su presentación estadística, los datos procesados serán interpretados según la descripción de la escala porcentual, realizando comparaciones de proporcionalidad de un dato a otro.

9.5 Encuesta aplicada a comerciantes microempresarios del municipio de Ataco Tolima que renovaron su cámara de comercio en el año 2022

Objetivo de la encuesta: recopilar información social y económico de los comerciantes micro empresarios del municipio de Ataco – Tolima para describir sus actividades comerciales, identificar factores la afectan y proponer soluciones que ayuden a mejorar el desarrollo y sostenimiento de sus actividades comerciales.

Fecha:

Información general

Datos del microempresario

Nombre:

Cedula:

Barrio:

Estrato:

Correo:

Edad:

9.6 Aspectos Sociales.

1. ¿El lugar en donde desarrolla su actividad comercial es?

- Propio
- En Arriendo

- Solo Establecimiento
- Establecimiento Y Vivienda

2. ¿Con que servicios públicos cuenta el establecimiento?

- Agua
- Energía
- Gas
- Teléfono
- Alcantarilla
- Recolección De Basura

3. ¿Hace cuánto tiempo comenzó su actividad económica?

- De 1 A 2 Años.
- De 2 A 4 Años
- De 4 A 10 Años

4. ¿Qué actividad desarrolla en el comercio?

5. ¿Nivel educativo más alto alcanzado?

- Primaria
- Bachillerato
- Técnico
- Tecnólogo

Profesional

6. ¿Tiene Empleados A Cargo? ¿Cuántas Personas?

Sí

No

7. ¿A Parte de su establecimiento comercial, usted utiliza otro medio para comercializar sus productos?

Redes Sociales

Mayorista

Puerta A Puerta

Otro

8. ¿Ha considerado alguna vez dar por terminada su actividad comercial en el municipio de ataco? ¿por qué?

Sí

No

9. ¿Qué estrategias establece en épocas de bajas ventas?

10. ¿Se siente respaldado por los entes de control municipal (alcaldía, ¿policía, ejercito)?

Sí

No

11. ¿Hace uso de la cámara de comercio?

Si

No

12. ¿Ha recibido aseria por parte de esa entidad? ¿qué aportes le han generado?

Sí

No

9.7 Aspectos Económicos.

1. Las ventas que realiza diariamente son canceladas por el cliente de qué forma:

Efectivo

Crédito

Dinero Móvil

Trueque

2. ¿Tiene claridad de la rentabilidad que le genera su micro empresa?
- Sí
 - No
3. ¿Diariamente sus ingresos percibidos son?
- Menos De 100.000 COP
 - Entre 100.000 Y 300.000
 - Entre 300.000 Y 500.000
 - Más De 1.000.000 Menos De 3.000.000
4. ¿Cuántos son sus ingresos mensuales?
- De 1 SMLMV A 2 SMLMV
 - De 2 SMLMV A 4 SMLMV
 - De 4 SMLMV A 6 SMLMV
 - Más De 6 SMLMV Y Menos De 10 SMLMV
5. ¿Sus gastos mensuales promedio son?
- Entre 500.000 Y 1.000.000
 - Entre 2.000.000 Y 3.000.000
 - Más De 3.000.000
6. ¿Sus servicios públicos oscila entre?
- Entre 500.000 Y 1.000.000
 - Entre 2.000.000 Y 3.000.000
 - Más De 3.000.000 Y Menos De 5.000.000
7. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?
- 0
 - 1
 - 2
 - 3 O Más De 3
8. ¿Cuándo Son Bajas Las VentasCuál Es Su Mínimo Ingresos?
- 30.000
 - 50.000
 - Entre 100.000 Y 200.000
 - Más De 300.000 Menos De 5.00.000

9. ¿Qué Factores Perjudican La Permanencia De Su Microempresa En El Comercio?

10. ¿En El Último Año Realizó Algún Préstamo Bancario? ¿En Qué Lo Utilizo?

- Si
- No

9.8 Técnicas de recolección de la información.

Para efectos de este trabajo, se entiende la encuesta como: Un método utilizado en la investigación de ciencias sociales, ésta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para conseguir información. Ésta hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes" (Visauta, 1989: 259)

La técnica de recolección de información escogida para este trabajo es una encuesta estructurada de carácter mixto, con orientación en recolección datos cualitativos y cuantitativos sobre el origen de las micro empresas, antigüedad, caracterización económica y social de los comerciantes microempresarios del municipio de Ataco Tolima. Dichas encuestas se realizarán a 120 personas registradas en la cámara de comercio en el año 2022, los comerciantes microempresarios que serán encuestados se les realizara una serie de preguntas las cuales permiten dar respuesta al instrumento y a la problemática a indagar.

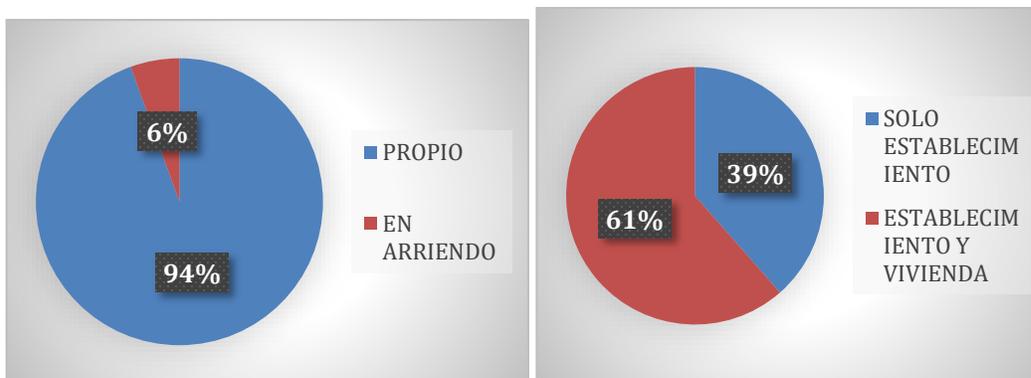
Otras fuentes secundarias de recolección de información es la Cámara de comercio del sur y oriente del Tolima, que está al servicio del público y brinda información verídica y eficaz, el DANE, la alcaldía del municipio de Ataco, la secretaria de hacienda municipal de Ataco, estas entidades públicas respaldan por medio de documentos que apoyan el desarrollo de esta investigación y coadyuvan a la metodología.

10. Resultados

La población que se encuestó para llevar a cabo la investigación, corresponde a una muestra de 120 comerciantes microempresarios de Ataco Tolima que renovaron su cámara de comercio para el año 2022, se realizó la indagación mediante una encuesta de 20 preguntas, con el fin de dar solución al planteamiento del problema, luego se procedió a tabular los datos obtenidos y después de esto, se analizaron los resultados obtenidos que arrojó la encuesta, para determinar las causas que generan dificultades para el sostenimiento y desarrollo de los comerciantes micro empresarios en Ataco Tolima, no obstante, cabe resaltar que solo 109 microempresarios respondieron el instrumento de investigación, el restante se negaron a proporcionar información acerca de su actividad comercial.

10.1 Análisis social:

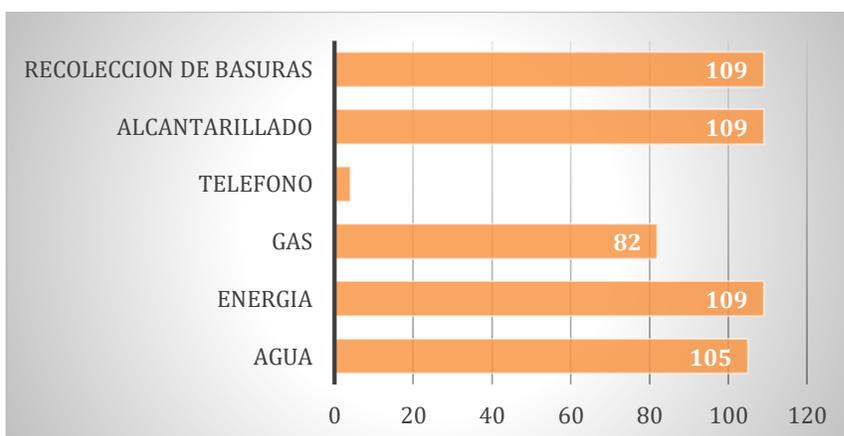
Figura 2. El lugar donde desarrollan la actividad comercial.



Fuente:Elaboracion Propia

De acuerdo a la figura 2, el lugar donde desarrollan la actividad comercial: Se evidencia que en el comercio de Ataco Tolima un 94% de los encuestados, realizan su actividad comercial en establecimiento de carácter propio, solo el 6% son bajo contrato de arrendamiento, situación que genera beneficio a gran parte de los microempresarios porque gozan de comodidad y estabilidad en cuanto al lugar que desarrolla su actividad, no obstante, también se realizó la indagación acerca si el lugar era solo establecimiento o establecimiento y vivienda, obteniendo como resultado que más de la mitad de microempresarios poseen vivienda en el mismo establecimiento y solo un 39% es solo establecimiento.

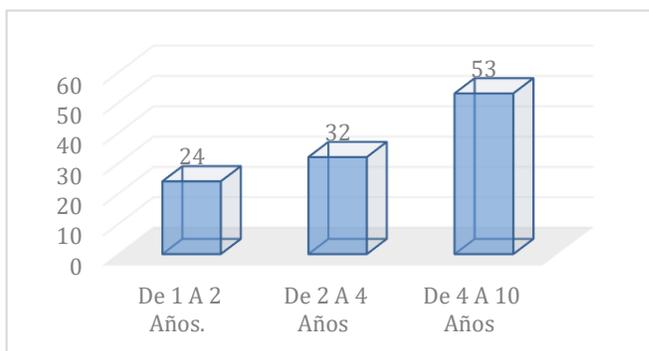
Figura 3. Servicios públicos que disponen las microempresas.



Fuente:Elaboracion Propia.

De acuerdo a la Figura 3, se evidenció que en general las microempresas gozan en su totalidad de servicios como recolección de basuras, alcantarillado y energía. En cuanto al servicio de agua, solo un 90% de los establecimientos cuentan con este servicio debido a que este municipio no cuenta con un acueducto que abastezca a todos los sectores, en cuanto al servicio de gas solo un 70% de los establecimientos tienen esta red instalada, debido a la actividad comercial que desarrollan en el mercado y no se hace necesario tener presente este servicio.

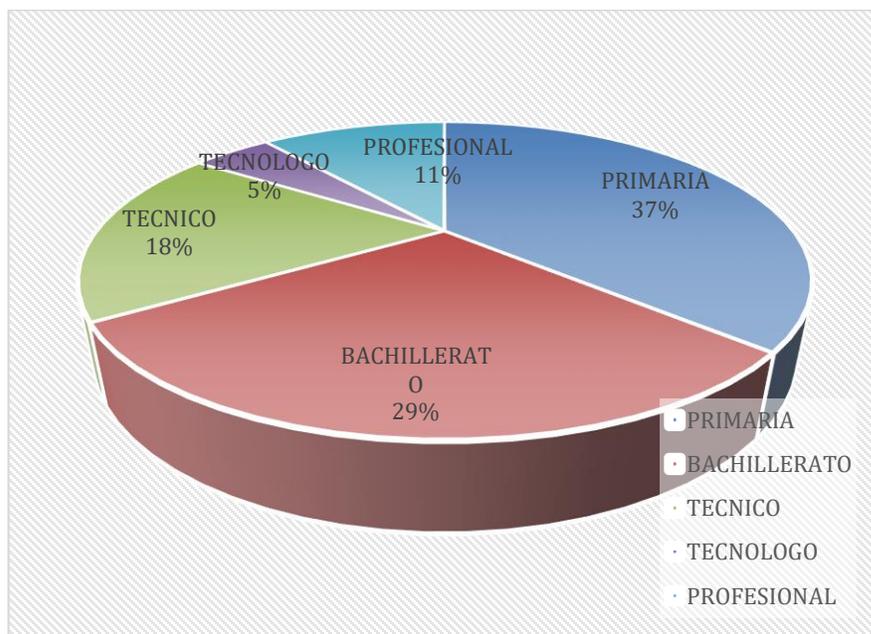
Figura 4. Tiempo en el que comenzó a desarrollar su actividad económica.



Fuente:Elaboracion Propia

En la Figura 4, Se logra evidenciar que un 53% de los comerciantes microempresarios incluidos en esta investigación, desarrollan su actividad económica hace entre hace 4 años a 10 años, en un 32% son microempresas que tienen de experiencia en el comercio entre 2 años a 4 años y en un menor porcentaje son la microempresas nuevas, que no llevan tiempo superior a 2 años con un 24% , cabe resaltar que todos estos microempresarios han logrado surgir y sostenerse en el tiempo debido a la necesidad de conseguir el alimento diario para sus hogares.

Figura 5. Nivel educativo de los microempresarios



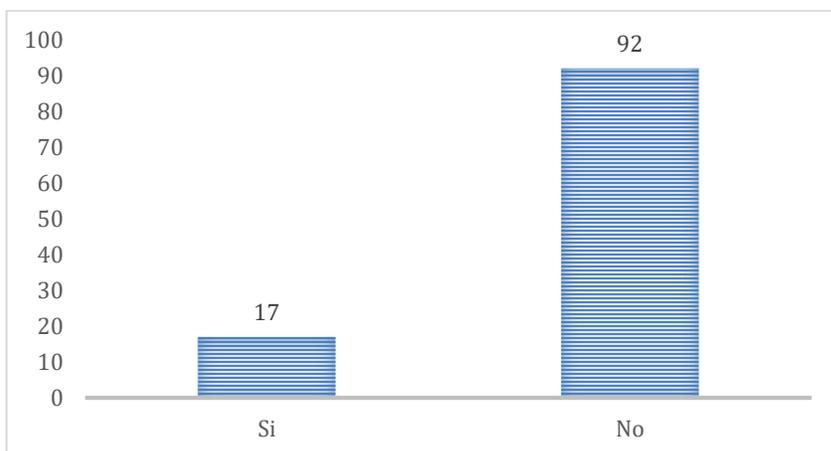
Fuente:Elaboracion Propia

Figura 5. Según al análisis de datos de los encuestados, un 37%

de la muestra de microempresarios, cuentan con un nivel de escolaridad primaria, una de las razones que justifican esto es debido a qué, años atrás antiguamente los padres no inculcaban a sus hijos la importancia de asistir a una institución para capacitarse y segundo la falta de recurso en las grandes familias no les permitía brindarles este derecho a todos sus hijos.

En segundo nivel se encuentran con un 29% los microempresarios bachilleres, seguidos de los microempresarios que cuentan con un título técnico con un 18% y solo un 5% de la población microempresaria encuestada son de nivel educativo tecnológicos.

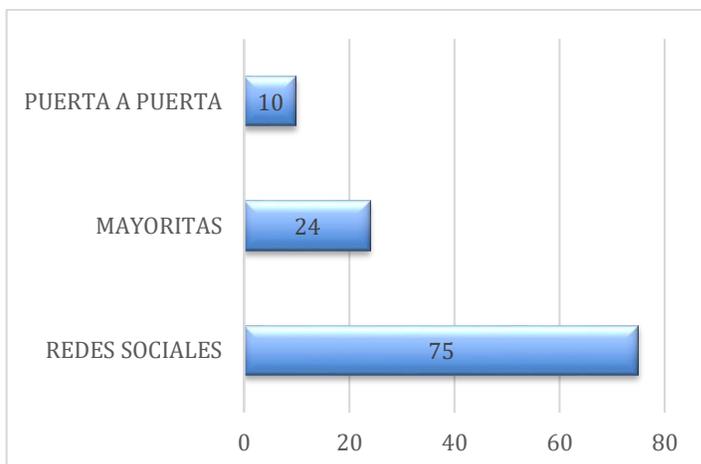
Figura 6. Microempresas con empleados a cargo.



Fuente:Elaboracion Propia

Figura 6. Se observó que solo 5,8% de las microempresas del municipio de Ataco generan empleo, esto es desfavorable para la población porque en los hogares de este municipio no tendrán estabilidad económica en su mayoría, un municipio sin empleo es un municipio de bajo comercio, la otra parte de las microempresas en un 93,2% no genera ningún tipo de empleo.

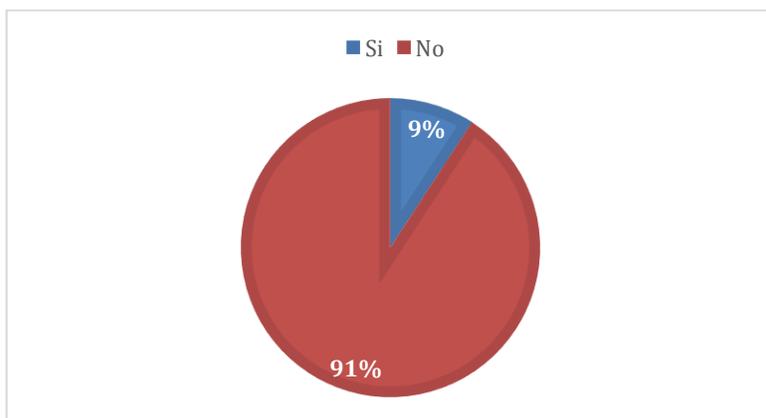
Figura 7. Estrategias para comercializar sus productos en temporadas de ventas bajas.



Fuente:Elaboracion Propia.

Figura 7. Las microempresas de este estudio tienen como estrategias de comercialización de sus productos en temporadas de bajas ventas, en un 68% publican sus artículos por las redes sociales, medio que resulta ser muy efectivo y expansivo porque no solo en el municipio será publicitario sino para todo el mundo que haga uso de esta red social, por otro lado, con un 22% de los microempresarios ofrecen sus productos a precio mayorista, brindando ventajas para las personas que compran y re venden en otras parte; y solo un 10% de los microempresarios comerciantes llevan puerta a puerta los productos, esto con el fin de sostener sus ingresos y poder mantenerse en el comercio.

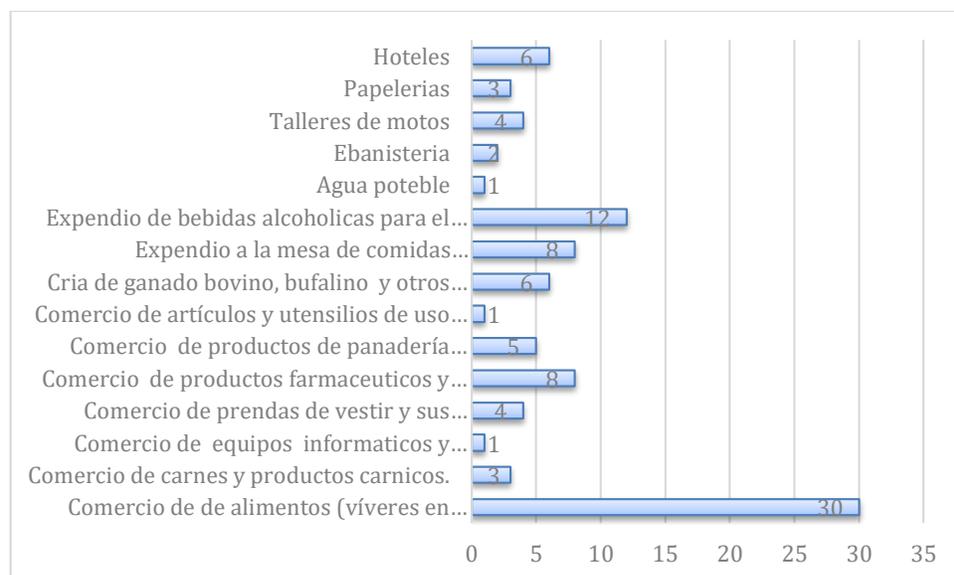
Figura 8. Comerciantes microempresarios que hacen uso de la cámara de comercio.



Fuente:Elaboracion Propia.

El municipio de Ataco la Cámara de Comercio no cuenta con sedes al servicio del público, como se evidencio en la figura 8, esto es debido a esto que solo un 9% de los microempresarios hacen uso de sus servicios, no obstante, la sede más cercana es en el municipio de chaparral, pero para llegar hasta allí, en primer lugar, deben desplazarse por una vía que no se encuentra en estado óptimo para transitar, y como segunda medida no es seguro realizar este desplazamiento, por estas razones un 91% elige no utilizar este servicio.

Figura 9. Actividades comerciales registradas en cámara de comercio para el año 2022.



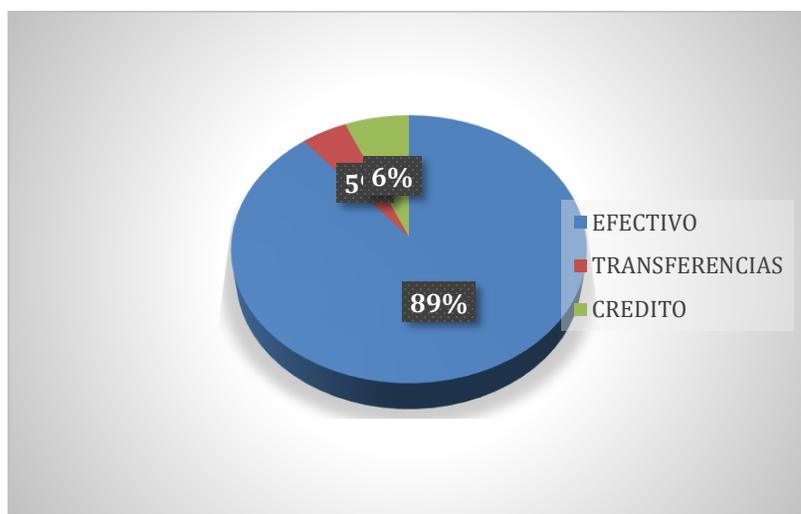
Fuente:Elaboracion Propia.

Las Principales actividades comerciales desarrolladas en el municipio de Ataco para el año 2022 es el Comercio de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco en un 33%, un 15% de los establecimientos comerciales ofrecen bebidas alcohólicas para consumo a la mesa, a si mismo, se evidencio que

un 9% de los microempresarios comerciantes realizan actividades de agricultura y cultivo de semovientes, de igual importancia, establecimientos como panaderías y restaurantes realizan participación económica en el municipio de un 6%, y por ultimo con menor participación, encontramos establecimientos hoteleros, talleres de motos, tiendas de ropa, comercio de equipos informáticos y carnicerías cada actividad con un 5% de ingreso económico para el municipio de Ataco Tolima.

10.2 Análisis económico.

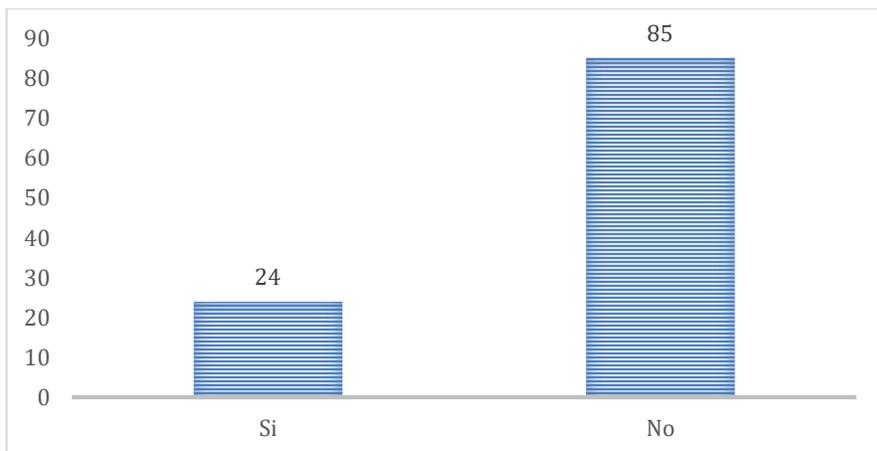
Figura 11. Formas de Pago que el cliente utiliza.



Fuente:Elaboracion Propia.

Figura 11. El medio de pago más común en las microempresas de este estudio es en efectivo, solo un 6% de los clientes que acuden diariamente a realizar compras cancelan con transferencias móviles por medio de Bancolombia o nequi y a crédito solo un 5% de los clientes potenciales del sector usan este recurso, en este municipio no es tan común las transferencias puesto que aun en los establecimientos comerciales no han implementado medios electrónicos u otras formas de pago diferentes a el efectivo, y además de esto la población desconfía de utilizar como medio de soporte el Boucher.

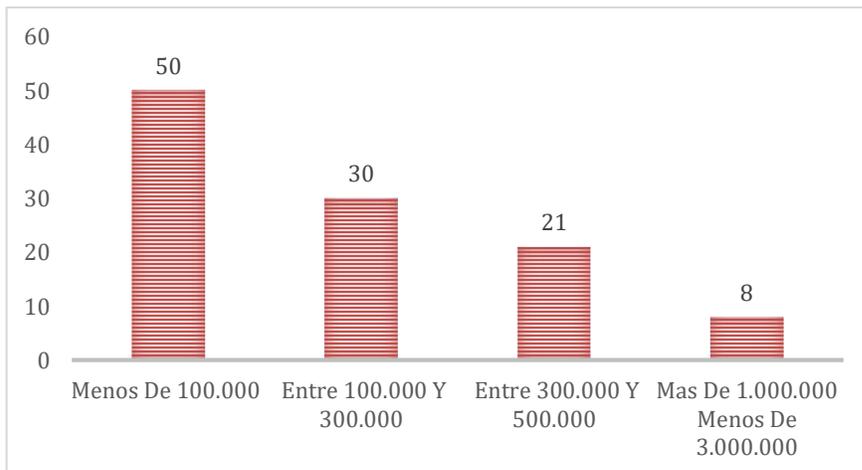
Figura 12. Microempresarios que tienen claridad de la rentabilidad que les genera su actividad económica.



Fuente:Elaboracion Propia.

Como se evidencia en los resultados obtenidos en la figura 12 de la encuesta, el 92,5% comerciantes microempresarios desconocen cuál es la rentabilidad que le está generando el desarrollo de su actividad comercial, esto puede ser un factor que causa de la inestabilidad de los comerciantes en este municipio, debido a que si no conocen sus ganancias como podrían medir sus gastos o saber cuánto puede disponer para reinvertir, aun siendo así, un 7,5% de los comerciantes si realizan la tarea de mensualmente calcular que rentabilidad obtienen.

Figura 13. Ingresos percibidos diariamente.



Fuente:Elaboracion Propia.

En los ingresos diarios por venta de los establecimientos comerciales se logró cuantificar e identificar como lo muestra la figura 13, que en la mayoría de establecimientos las ventas son inferiores a 100.000 diarios, las causas de que sus ventas sean bajas es debido a que los días de mercado allí son los viernes y sábados, entre semana es poco común encontrar congestión en el comercio, por otro lado, las microempresas que diariamente perciben ingresos superiores a 100.000 e inferiores a 300.000 son establecimientos como droguerías, restaurantes y panaderías, de los 22,8% establecimientos que perciben ingresos entre 300.000 y 500.000 están los supermercados, algunas tiendas de ropa y las taquillas de transporte intermunicipal, solo 8,7% microempresas reciben diariamente más de 1.000.000 y menos de 3.000.000 en este sector encontramos las ferreterías y tiendas de repuestos para automóviles y Motocicletas.

Para concluir, una alternativa propuesta para suplir algunas de las necesidades evidenciadas en los microempresarios de Ataco es brindar apoyo profesional a las microempresas, por medio de talleres con temática en marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad y finanzas, Según Chiavenato I. (2001) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

Una segunda alternativa propuesta es para mitigar, es incrementar la seguridad con los entes de control municipal, por medio de vigilancia constante al comercio y a la ciudadanía, respecto a los entes externos como cámara de comercio, se plantea crear un cifrado con el fin de proteger los datos personales de los microempresarios que se encuentran subidos a la nube, además, utilizar autenticación de múltiples factores como contraseñas de sitios web, documentos físicos o virtuales que soliciten los comerciantes solo sean entregados a la persona que corresponda sin excepción alguna.

11. Discusión.

El comercio sostenido y equilibrado en el municipio de Ataco garantizaría calidad de vida para los habitantes y crecimiento económico para el municipio, una economía estable asegura un futuro con menos desempleo y pobreza. “El crecimiento económico es el aumento sostenido del producto en una economía, que conduce a altos niveles de vida para la población en su conjunto que se traducen en: altos niveles educativos, alto consumo de calorías y proteínas, buenos programas de salud y asistencia social, viviendas cómodas y con servicios, etc. (Méndez Morales, 2.003)

En primera medida para dar solución a la problemática que vivencian los comerciantes es necesario la aplicación de un plan de seguridad por parte de los entes de control municipal y los entes externos como cámara de comercio,

garantizaría bienestar y tranquilidad para que los microempresarios desarrollen sus actividades, de acuerdo con Michel Foucault (2010, 86), la seguridad es una forma de gobernar con el objetivo de "[...] garantizar que los individuos o la colectividad estén expuestos lo menos posible a los peligros"

Una segunda alternativa propuesta es brindar apoyo profesional a las microempresas, por medio de talleres con temática en marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad y finanzas, Según Chiavenato I. (2001) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

12. Conclusiones

El comercio en el municipio de Ataco es la principal fuente de ingresos para los microempresarios, las actividades comerciales que realizan diariamente son el sustento para sus hogares, las estabildades de sus labores comerciales dependen los nuevos empleos que se generen y el progreso del pueblo, ligado también a los alimentos perecederos que produce el campo y se convierten en actividad crucial para los comerciantes.

Para lograr el primer objetivo de Describir las actividades comerciales que desarrollan los microempresarios de Ataco se revisó la base de datos suministrada por la cámara de comercio del Tolima y se organizó por grupos, el cual solo se tuvo en cuenta el grupo 3 que correspondió a Microempresas.

El segundo objetivo específico identifica que factores afectan el desarrollo de la actividad comercial y económica en los micro empresarios de Ataco, a través de encuestas realizadas a los comerciantes, logrando así obtener información de importancia para la investigación.

Por medio del tercer objetivo y de las encuestas se determinan las causas que conducen a la inestabilidad y desequilibrio del comercio en Ataco Tolima, concluyendo que es la falta de seguridad y los grupos al margen de la ley los causantes de que muchos comerciantes empiecen y terminen meses después su actividad, siendo víctimas de amenazas constantes y extorciones.

Se propone para mitigar esta problemática, incrementar la seguridad con los entes de control municipal, por medio de vigilancia constante al comercio y a la ciudadanía, respecto a los entes externos como cámara de comercio, se plantea crear un cifrado con el fin de proteger los datos personales de los microempresarios que se encuentran subidos a la nube, además, utilizar autenticación de múltiples factores como contraseñas de sitios web, documentos físicos o virtuales que soliciten los comerciantes solo sean entregados a la persona que corresponda sin excepción alguna, y en segunda medida se ofrecerá apoyo profesional a las microempresas en cuanto a talleres de marketing, innovación, atención al cliente, contabilidad y finanzas.

13. Referencia bibliográfica.

Aguilón Ortega, Y; Callejas Carrillo, C (2015). caracterización socioeconómica del mercado laboral en el sector terciario de Bucaramanga 2011 – 2013. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1073/2015AguillonOrtega.YuliethDanitza-Trabajodegrado.pdf?sequence=1>

Alcaldía de Ataco Tolima (2019). Plan de gobierno del alcalde de ataco Tolima “Ataco vale la pena”. <http://www.ataco-tolima.gov.co/>

Alcaldía de Ataco (2018). plan básico de ordenamiento territorial municipio de ataco. <http://www.ataco-tolima.gov.co/>

Alcaldía de Ataco (2019). Corto lima y la gobernación del Tolima ornamento territorial. <http://www.tolima.gov.co>

Barreto Quiroga Oscar, gobernador del Tolima (2017) “informe de rendición de cuentas municipios sur del Tolima chaparral, planadas, rio blanco y ataco, en el marco del plan de desarrollo departamento al 2016-2019“soluciones que transforman”

Bastista, A. Guacari, W., (2019) Efectos de la entrada en el mercado de tiendas ara en los pequeños comerciantes de la ciudad de Cartagena., Revista INNOVA ITFIP. 5 (1). 40 - 49.

Chorrillo Ortega – Tolima desafío y propuestas. www.repositorio.unibague.edu.co

Carvajal Alvarado, A; Carvajal Alvarado, A. un estudio geográfico regional de la inmigración nicaragüense y sus efectos sobre el servicio de obstetricia del hospital de san Carlos, provincia de Alajuela. costa rica. www.EstudioGeograficoRegionalDeLalInmigracion.pdf

Delgado, M; Ulloa, C, S; Ramírez, J, M (2019). la economía del departamento del Tolima: diagnóstico y perspectivas de mediano plazo.

DANE. (2015). Censo General. Bogotá – Colombia. www.dane.gov.co

Díaz Cárdenas, M. (2018). Caracterización socioeconómica de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del Alto Magdalena. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 5(2), 44-59. DOI: <http://dx.doi.org/10.15648/Coll.2.2018.4>

Fondo de cultura económica (2006) Seguridad, territorio, población, Buenos aires. <https://www.uv.mx/seguridad-territorio-poblacion.pdf>

Gobernación del Tolima. (2015). Desarrollo social para el municipio de Ataco-Tolima.

González, C. (2005). Análisis en las intervenciones e investigaciones psicosociales. Disponible en: <http://www.udea.edu.co>

Salgado Morón María Mónica (2018) Caracterización Económica y Social de la comunidad

Tamayo y Tamayo M. (2007) Procesos de investigación, Capitulo III Marco Metodológico (Pág. 35)

Pereira Pérez Zulay (2011) Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. Revista Electrónica Educare.

Palma, E., Varón, O., Herrán, A., Aldana, L., Yate, N., (2019) Impacto Socioeconómico de los egresados del programa De Contaduría Pública del ceres de Flandes del año 2014 Al 2018. Revista INNOVA ITFIP. 5 (1). 51 – 63.

Yapu M, Denise Y; Alison L. Spedding P.; Rodney (2013) Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas, Pereira M. La Paz: Fundación PIEB.

14. Anexos

14.1 Anexo 1.

Base de datos de los comerciantes microempresarios encuestados.

Matricula	Razón Social	Año De Renovación	Tipo De Empresa
100655	Gutierrez Jimenez Maria Alejandra	2022	Micro Empresa
100689	Molano Cruz Edison Fabian	2022	Micro Empresa
101043	Villegas Cubillos James	2022	Micro Empresa
101299	Delgado Pulgarin Numaralexander	2022	Micro Empresa
101303	Bocanegra Yara Diego Fernando	2022	Micro Empresa
101563	Devia Herrera Yudy Natalia	2022	Micro Empresa
102303	Jimenez Ezequiel	2022	Micro Empresa
103132	Diaz Saenz Juan Carlos	2022	Micro Empresa
103266	Virgelina Malambo Tapiero	2022	Micro Empresa
103384	Vega Andrade Carol Del Rocio	2022	Micro Empresa
103666	Cubillos Ospina Rodolfo	2022	Micro Empresa
103682	Oyola Gaviria Hernen	2022	Micro Empresa
104099	Munera Narvaez Robinson	2022	Micro Empresa
104520	Narvaez Capera Christian	2022	Micro Empresa
105795	Rodríguez Martínez Laura Alexandra	2022	Micro Empresa
106000	Caicedo Zambrano Heimy Natalia	2022	Micro Empresa
106361	Gaitan Garcia Amilbia	2022	Micro Empresa
108435	Saavedra Mora David	2022	Micro Empresa
108516	Murcia Muñoz Oscar Javier	2022	Micro Empresa
108934	Ramirez Niyereth	2022	Micro Empresa
109089	Gómez Clemencia	2022	Micro Empresa
109106	Castro Briñez Jaime	2022	Micro Empresa
109110	Castro Briñez Hercilia Brigid	2022	Micro Empresa
109173	Guarnizo Yaguara Nini Alejandra	2022	Micro Empresa
109185	Jimenez Ortiz Sol Mireya	2022	Micro Empresa
109292	Garzon Roa Lina Marcela	2022	Micro Empresa
109295	Mendez Diaz Nillireth	2022	Micro Empresa
109310	Moreno Peña Roder	2022	Micro Empresa
109441	Cardozo Pérez Omaira	2022	Micro Empresa
109834	Diaz Jaramillo Ana Tulia	2022	Micro Empresa
110405	Garzón Hernández Maria Angélica	2022	Micro Empresa
110407	Zemanate Guamanga Delly Mayerlin	2022	Micro Empresa
110955	Gutierrez Garrido Luz Dary	2022	Micro Empresa
111040	Olmos Oyola Soranyi Milena	2022	Micro Empresa
111517	Animero Murcia Héctor Augusto	2022	Micro Empresa
111632	Capera Aviles Yurani Tatiana	2022	Micro Empresa

111795	Cespedes Saenz Maria Esmith	2022	Micro Empresa
111878	Noguera Aldana Juan Pablo	2022	Micro Empresa
112262	Ramirez Castro Carlos Aurelio	2022	Micro Empresa
112284	Gutierrez Piña Jose Antonio	2022	Micro Empresa
112311	Molina Romero Mily Daniela	2022	Micro Empresa
112319	Molano Alberto	2022	Micro Empresa
112338	Palma Herrera Dayana Alejandra	2022	Micro Empresa
112344	Caleño Perez Luisa Fernanda	2022	Micro Empresa
112346	Romero Ortiz Cornelia	2022	Micro Empresa
112634	Barrios De Tique Ligia	2022	Micro Empresa
112905	Leal Monroy Leydy Alejandra	2022	Micro Empresa
113634	Prada Bocanegra Dilmer Andres	2022	Micro Empresa
113931	Trujillo Leal Iraidy	2022	Micro Empresa
113947	Ardila Quesada Jeison Alber	2022	Micro Empresa
114241	Morales Garcia Luz Angela	2022	Micro Empresa
114246	Ferreira Tique Jhon Jairo	2022	Micro Empresa
115173	Guarnizo Cardoso Yeiner Andres	2022	Micro Empresa
115194	Galindo Culma Wriel	2022	Micro Empresa
115271	Reinoso Perdomo Jose Manuel	2022	Micro Empresa
115343	Tello Mendoza Cristian Camilo	2022	Micro Empresa
115411	Rodriguez Prada Nancy	2022	Micro Empresa
115557	Carmona Arias Dario	2022	Micro Empresa
115969	Trujillo Polania Gleimi	2022	Micro Empresa
116079	Ruiz Garzon Alexandra	2022	Micro Empresa
116506	Monroy Nagles Andres Felipe	2022	Micro Empresa
116539	Culma Tovar Jinny Paola	2022	Micro Empresa
19776	Gonzalez Mora Jamir	2022	Micro Empresa
19905	Diaz Ortiz Campo Elias	2022	Micro Empresa
20587	Montes Lucas	2022	Micro Empresa
21597	Jimenez Tique Genaro	2022	Micro Empresa
21881	Garzon Medina Ancizar	2022	Micro Empresa
35516	Molina Avilés Lucila	2022	Micro Empresa
36189	Zamora Quiroga Venancio	2022	Micro Empresa
36970	Rayo Moreno Yovanny	2022	Micro Empresa
37509	Molina Eudoro	2022	Micro Empresa
37528	Guarnizo Oyola Luz Mary	2022	Micro Empresa
40197	Lozano Molano Jose Ivan	2022	Micro Empresa
41572	Animero Bonilla Elizabeth	2022	Micro Empresa
41662	Garcia Méndez Milton	2022	Micro Empresa
42037	Sánchez Polania Flor Marina	2022	Micro Empresa
42070	Murcia Fanny Alicia	2022	Micro Empresa
43622	Garzón Prada Sandra Lucia	2022	Micro Empresa
44937	Andrade Charry Adán	2022	Micro Empresa
47181	Lozada Méndez Pedro	2022	Micro Empresa
47352	Charry Silva Rafael	2022	Micro Empresa

47671	Murcia Gutierrez Elia Maria	2022	Micro Empresa
47673	Garzón Prada Nidia Consuelo	2022	Micro Empresa
48087	Devora Andrade Maria	2022	Micro Empresa
48107	Mape Lubin Jose	2022	Micro Empresa
49367	Pantaleon Ortiz Tique	2022	Micro Empresa
49744	Murcia Ortiz Helmer	2022	Micro Empresa
50225	Céspedes Olivera Hipólito	2022	Micro Empresa
50358	Angarita Clara Eugenia	2022	Micro Empresa
51304	Guluma Cruz Ferney	2022	Micro Empresa
52632	Herrera Velásquez Jaime	2022	Micro Empresa
53535	Pinto Páez Jose Olivo	2022	Micro Empresa
54173	Rincón Ochoa Luz Damaris	2022	Micro Empresa
56102	Lozano Maria Francisca	2022	Micro Empresa
57147	Jairo Rengifo Méndez	2022	Micro Empresa
57410	Tovar Emilce	2022	Micro Empresa

14.2 Anexo 2. Actividades comerciales registradas en cámara de comercio para el año 2022.

Actividades Comerciales	
Actividades de apoyo a la agricultura	8
Actividades de fotografía	2
Actividades de estaciones vías y servicios complementarios para el transporte terrestre	1
Comercio de materias primas agropecuarias	2
Comercio de materiales de construcción artículos de ferretería.	4
Comercio de calzado	5
Comercio de combustible para automotores	3
Comercio de alimentos (víveres en general) bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco	30
Comercio de carnes y productos carnicos.	3
Comercio de equipos informáticos y equipos de telecomunicaciones.	1
Comercio de prendas de vestir y sus accesorios.	4
Comercio de productos farmaceuticos y medicinales cosméticos y artículos de tocador.	8
Comercio de productos de panadería frescos, congelados o secos	5
Comercio de artículos y utensilios de uso doméstico en establecimientos especializados	1
Cria de ganado bovino, bufalino y otros animales.	6
Expendio a la mesa de comidas preparadas (Restaurante)	8
Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	12
Elaboración de bebidas no alcohólicas producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas	1
Fabricación de partes y piezas de madera de carpintería y ebanistería para la construcción	2
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	1
Mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes y piezas	4
Papelaría, Fotocopiado preparación de documentos y otras actividades especializadas de apoyo a oficina	3
Suministro de hospedaje temporal en hoteles	6

14.3 Anexo 3.

Encuesta aplicada a los Microempresarios Comerciantes del municipio de Ataco.

ENCUESTA APLICADA A COMERCIANTES MICROEMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE ATACA. TOLIMA QUE RENOVARON SU CAMARA DE COMERCIO EN EL AÑO 2022

OBJETIVO DE LA ENCUESTA. Recopilar Información Sociales Y Económico De Los Comerciantes Micro Empresarios Del Municipio De Ataca – Tolima Para Describir Sus Actividades Comerciales, Identificar Factores La Afectan Y Proponer Soluciones Que Ayuden A Mejorar El Desarrollo Y Sostentamiento De Sus Actividades Comerciales.

FECHA:

INFORMACION GENERAL

DATOS DEL MICROEMPRESARIO

NOMBRE: Romulo Arriero
 BARRIO: Centro
 CORREO:

CEDULA: 5 853.136
 ESTRATO: —
 EDAD: 56

ASPECTOS SOCIALES

- ¿El Lugar En Donde Desarrolla Su Actividad Comercial Es?
 - Propio
 - En Arriendo
 - Solo Establecimiento
 - Establecimiento Y Vivienda
- ¿Con Que Servicios Públicos Cuenta El Establecimiento?
 - Agua
 - Energía
 - Gas
 - Líbero móvil
 - Trueque
- ¿Tiene Claridad De La Rentabilidad Que Le Genera Su Micro Empresa?
 - Si
 - No
- ¿Diariamente Sus Ingresos Percibidos Son?
 - Menos De 100.000 COP
 - Entre 100.000 Y 300.000
 - Entre 300.000 Y 500.000
 - Mas De 1.000.000 Menos De 3.000.000
- ¿Cuántos Son Sus Ingresos Mensuales?
 - De 1 SMLMV A 2 SMLMV
 - De 2 SMLMV A 4 SMLMV
 - De 4 SMLMV A 6 SMLMV
 - Mas De 6 SMLMV Y Menos De 10 SMLMV
- ¿Sus Gastos Mensuales Promedio Son?
 - Entre 500.000 Y 1.000.000
 - Entre 2.000.000 Y 3.000.000
 - Mas De 3.000.000
- ¿Sus Servicios Públicos Oscila Entre?
 - Entre 500.000 Y 1.000.000
 - Entre 2.000.000 Y 3.000.000
 - Mas De 3.000.000 Y Menos De 5.000.000
 -
- ¿Cuántas Personas Dependen Económicamente De Usted?
 - 0
 - 1
 - 2
 - 3 O Mas De 3
- ¿Cuándo Son Bajas Las VentasCuál Es Su Mínimo Ingresos?
 - 30.000
 - 50.000

¿Cuánto Tiempo Comenzó Su Actividad Económica?

- De 1 A 2 Años.
- De 2 A 4 Años
- De 4 A 10 Años

¿Qué Actividad Desarrolla En El Comercio?
Servicio De Transporte Público.

Nivel Educativo Más Alto Alcanzado?

- Primaria
- Bachillerato
- Técnico
- Tecnólogo
- Profesional

¿Tiene Empleados A Cargo? ¿Cuántas Personas?

- Si
- No

¿Parte De Su Establecimiento Comercial, Usted Utiliza Otro Medio Para Comerciar?

- Redes Sociales
- Mayorista
- Puerta A Puerta
- Otro

¿Ha Considerado Alguna Vez Dar Por Terminada Su Actividad Comercial En El Municipio? ¿Por Qué?

- Si
- No

¿Qué Estrategias Establece En Épocas De Bajas Ventas?

—

¿Siente Respaldo Por Los Entes De Control Municipal (Alcaldía, Policía, Etc.)?

- Si
- No

¿Acepta el Uso De La Cámara De Comercio?

- Si
- No

¿Ha Recibido Asería Por Parte De Esa Entidad? ¿Qué Aportes Le Han Generado?

- Si
- No

14.4 Anexo 4.

Microempresarios a los cuales se les practico la encuesta.

