



**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO
MAGDALENA, MUNICIPIO DE TOCAIMA, 2016**

**ANDREA JINETH ROBAYO LIMA
ANYÉLICA NIETO BELTRAN**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016**



**CARACTERIZACION SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO
MAGDALENA, MUNICIPIO DE TOCAIMA, 2016**

ANDREA JINETH ROBAYO LIMA

Código: 310209230

ANYÉLICA NIETO BELTRÁN

Código: 310211162

**Trabajo presentado como documento para optar por el Título en
Administrador de Empresas**

Directora de Investigación

MARÍA PATRICIA DIAZ CÁRDENAS

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016**

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Gracias a Dios por haberme permitido continuar con mis estudios, en este proceso no fue fácil pase por muchos inconvenientes, pero nunca deje de estudiar, mis ganas por lograr este objetivo fue mayor a las adversidades y me han hecho reflexionar que para conseguir lo que uno quiere en la vida no es fácil pero tampoco imposible.

A mis padres FLOR BELTRAN y VICENTE NIETO, por estar conmigo siempre, a mi mamita la quiero mucho ha sido mi apoyo incondicional, siempre preocupándose por mí, por sus consejos para continuar luchando por lo que quiero, a mi papá por colaborarme cuando necesito de él.

A mi hija ALICE GABRIELA que ha sido mi motor para continuar que gracias a ella tengo en claro que es lo que quiero en la vida y hasta donde quiero llegar, todos estos esfuerzos y dedicación han sido gracias a ella, mi hija hermosa, quiero ser el ejemplo a seguir para ti y que lo que quiera hacer en la vida te voy a apoyar incondicionalmente. A mis hermanos por estar conmigo y por aportar su granito de arena para continuar con este proceso.

Anyélica Nieto Beltrán

*A mi padre **Jehová***

Padre gracias por tu infinita misericordia, ya que todo lo haces posible, por iluminar y guiar nuestras vidas, el amor que nos brindas cada día; lo generoso, bondadoso que has sido con la hermosa y gran familia que me has dado, bendito y alabado seas padre.

*A mis padres **Luz Mireya y Jaime**, Madre eres más que una mujer, eres un ángel que ha resistido y luchado contra la marea, lo has dado todo por mí, gracias por tu estricta educación, por escucharme, guiarme; hemos tenido que pasar por mucho y el hecho de estar aquí es gracias a ti a tu dedicación y empeño, esto es por ti y para ti madre mía.*

Padre gracias por ser el modelo de padre que cualquier hijo desea tener en su vida, tus sabios consejos complementas mi vida, tu llegaste a la vida de mi madre y la mía en el momento indicado, siempre te estaré agradecida por amarme y acogirme en tu vida, solo quiero honrarte y agradecerte por todo padre.

*A mi padrino **Heriberto y Lidia Amparo***

Por ser un gran apoyo en mi carrera y en todas las etapas de mi vida, las palabras son pocas por todo lo que han hecho por mí, les estoy muy agradecida, ya que donde estoy es gracias a dios y a ustedes.

Andrea Jineth Robayo Lima

AGRADECIMIENTOS

A la docente MARÍA PATRICIA DIAZ CÁRDENAS por la dedicación y paciencia en colaborarnos en este proceso del proyecto, por sus consejos y deseos por culminar la carrera.

Gracias porque desde que nos recibes en primer semestre te conviertes en más que una docente, tú haces la diferencia y dejas huella en la vida de tus alumnos, eres la clave, te admiramos por tu gran sabiduría por tener las palabras correctas en el momento indicado gracias.

A mis compañeros, amigos y demás familiares que me han brindado su apoyo, de una u otra manera compartieron cada etapa de mi vida y hacen parte de mi formación, gracias.

A las MIPYMES del municipio de TOCAIMA, por colaborarnos suministrándonos la información requerida para llevar a cabo la investigación y por sus buenos deseos de que todo nos saliera bien.

CONTENIDO

INTRODUCCION	17
TITULO	18
1.AREA,LINEA,PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION	19
1.1 AREA.....	19
1.2 LINEA	19
1.3 PROGRAMA	19
1.4 TEMA DE IVESTIGACION	19
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	20
2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	20
2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	21
3.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	22
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	22
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	22
4. JUSTIFICACION	23
5. MARCO DE REFERENCIA	25
5.1 MARCO TEORICO	25
5.2 MARCO CONCEPTUAL	30
5.3 MARCO LEGAL	32
5.3.1 LEY 1590 DE 2000	32
5.3.2 LEY N° 28015 DE 2003	34
5.3.3 LEY 1014 DE 2006	34
5.3.4 LEY 1429 DE 2010	36
5.3.5 LEYES MARCO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL.....	37
5.4 MERCADO GEOGRAFICO	39
5.4.1 DESCRIPCION FISICA	40
5.4.2 LIMITES DEL MUNICIPIO	41
5.4.3 ECOLOGIA.....	41
5.4.3.1 PISOS TERMICOS	41
5.4.3.2 HIDROGRAFIA	41
5.4.3.2.1 CORRIENTES Y CUERPO DE AGUA SUPERFICIALES RIOS, QUEBRADAS, CAÑADAS,LAGUNAS Y HUMEDADES.....	42
5.4.3.2.2 NECEDEROS	42

5.4.3.3 CONTAMINACION AMBIENTAL.....	42
5.4.3.4 OROGRAFIA.....	42
5.4.3.5 VEGETACION Y FAUNA.....	42
5.4.3.6 EXTRACION DE MINERALES	43
5.4.4 ECONOMIA.....	43
5.4.5 VIAS DE COMUNICACION	43
6. DISEÑO METODOLOGICO	45
6.1 TIPO DE INVESTIGACION	45
6.2 METODO DE INVESTIGACION.....	46
6.3 POBLACION Y MUESTRA	46
6.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	48
6.4.1 ENCUESTA.....	48
6.4.2 OBSERVACION.....	48
6.5 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	48
7. RECURSOS REQUERIDOS	49
7.1 RECURSO HUMANO	49
7.2 RECURSO INSTITUCIONAL	49
7.3 MATERIALES.....	49
7.4 RECURSO FINANCIERO.....	49
7.5 CRONOGRAMA.....	50
8. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS MIPYMES.....	52
8.1 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	52
8.1.1 INFORMACION PERSONAL.....	52
8.1.2 CUADRO DE HALLAZGOS.....	102
9. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES	105
9.1 MATRIZ D.O.F.A.....	105
9.2 MATRIZ VESTER	108
9.3 ANALISIS ESTRUCTURAL	112
10. PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE TOCAIMA	113
11. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES MUNICIPIO DE TOCAIMA 2016	119
12. IMPACTO DEL PROYECTO	121
13. CONCLUSIONES	122
14. RECOMENDACIONES.....	123
BIBLIOGRAFIA	124

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Terrestres	44
Tabla 2. Presupuesto requerido para la investigación	50
Tabla 3. Cronograma	50
Tabla4. Nivel de escolaridad	51
Tabla 5. Genero	52
Tabla6. Estado civil	53
Tabla 7. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar	54
Tabla8. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?.....	55
Tabla 9. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?	56
Tabla10. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?.....	57
Tabla11. ¿Tiene hijos?	58
Tabla12. ¿Cuántos hijos tienen?	59
Tabla13. Estrato socioeconómico.....	60
Tabla14. ¿Cuenta con vivienda propia?.....	61
Tabla15. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos después de satisfacer las necesidades básicas?	62
Tabla 16. ¿Está legalmente constituida la empresa?.....	63
Tabla17. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años	64
Tabla 18. Capital de la inversión.....	65
Tabla 19. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?	66
Tabla20. Representación de la empresa.....	67
Tabla 21. ¿A qué sector pertenece la empresa?	68
Tabla 22. ¿Qué tipo de empresa representa?.....	69
Tabla 23. ¿El local de la empresa es propio?	70
Tabla 24. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?	71
Tabla 25. ¿La empresa ha crecido durante el último año?	72
Tabla 26. ¿Qué aspectos ha influido en el crecimiento de la empresa?.....	73
Tabla27. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?	74
Tabla 28. ¿La empresa es rentable económicamente?.....	75

Tabla29. ¿Llevan contabilidad la empresa?	76
Tabla30. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?.....	77
Tabla31. ¿Quién lleva la contabilidad?.....	78
Tabla 32. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?	79
Tabla33. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?.....	80
Tabla34. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?.....	81
Tabla35. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?	82
Tabla36. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?.....	83
Tabla37. ¿Las condiciones ambientales laborales son?.....	84
Tabla38. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?.....	85
Tabla39. ¿Tiene base de datos de proveedores?	86
Tabla40. Los proveedores son.....	87
Tabla 41. La frecuencia de los pedidos es.....	88
Tabla42.La forma de pago de las compras es	89
Tabla43.El producto financiero más usado en las compras es	90
Tabla44. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento.....	91
Tabla45.Tiene base de datos de los clientes	92
Tabla46. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?	93
Tabla47. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?	94
Tabla48. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al Público? ..	95
Tabla49. ¿Qué sistema de facturación utilizan?	96
Tabla50. ¿Lleva control de inventarios?.....	97
Tabla51. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?	98
Tabla52. ¿En qué área?.....	99
Tabla53. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?	100
Tabla54. Análisis de la matriz D.O.F.A	106
Tabla55. Valoración VESTER	108
Tabla56. Aplicación de la matriz VESTER	109
Tabla57. Motricidad y dependencia de matriz VESTER.....	109
Tabla58. Análisis estructural.....	111
Tabla59.Ejes centrales del plan de mejoramiento	112

Tabla60. Plan 1. Eje central marketing	113
Tabla61. Plan 2. Eje central talento humano	114
Tabla62. Plan 3. Eje central recursos humanos.....	115
Tabla63. Plan 4. Eje central tecnología	117
Tabla64. Caracterización de las MIPYMES municipio de Tocaima	118
Tabla65. Caracterización de las MIPYMES municipio de Tocaima	119

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1. Nivel de escolaridad	51
Gráfica 2. Genero	52
Gráfica 3. Estado civil	53
Gráfica 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar	54
Gráfica 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?.....	55
Gráfica 6. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?	56
Gráfica 7. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?.....	57
Gráfica 8. ¿Tiene hijos?	58
Gráfica 9. ¿Cuántos hijos tiene?.....	59
Gráfica 10. Estrato socioeconómico.....	60
Gráfica 11. ¿Cuenta con vivienda propia?.....	61
Gráfica 12. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos después de satisfacer las necesidades básicas?	62
Gráfica 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?.....	63
Gráfica 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años	64
Gráfica 15. Capital de la inversión.....	65
Gráfica 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?.....	66
Gráfica 17. Representación de la empresa.....	67
Gráfica 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?	68
Gráfica 19. ¿Qué tipo de empresa representa?.....	69
Gráfica 20. ¿El local de la empresa es propio?.....	70
Gráfica 21. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?	71
Gráfica 22. ¿La empresa ha crecido durante el último año?.	72
Gráfica 23. ¿Qué aspectos ha influido en el crecimiento de la empresa?.....	73

Gráfica 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?	74
Gráfica 25. ¿La empresa es rentable económicamente?	75
Gráfica 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?	76
Gráfica 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?	77
Gráfica 28. ¿Quién lleva la contabilidad?	78
Gráfica 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?	79
Gráfica 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?	80
Gráfica 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?	81
Gráfica 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?	82
Gráfica 33. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?	83
Gráfica 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?	84
Gráfica 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?	85
Gráfica 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?	86
Gráfica 37. Los proveedores son	87
Gráfica 38. La frecuencia de los pedidos es	88
Gráfica 39. La forma de pago de las compras es	89
Gráfica 40. El producto financiero más usado en las compras es	90
Gráfica 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento	91
Gráfica 42. Tiene base de datos de los clientes	92
Gráfica 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?	93
Gráfica44. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?	94
Gráfica45. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público? 95	
Gráfica 46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?	96
Gráfica 47. ¿Lleva control de inventarios?	97
Gráfica 48. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?	98

Gráfica 49. ¿En qué área?.....	99
Gráfica 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?	100
Gráfica 51. Aplicación Matriz Vester	110

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Municipios Provincia del Alto Magdalena	39
Figura 2. Municipio de Tocaima	40
Figura 3. Tamaño de muestra	47

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Encuesta.....	125
ANEXO B. Base De Datos Cámara De Comercio del municipio de Tocaima	130
ANEXO C. Base De Datos Investigación Caracterización Socioeconómica de Las MIPYMES De la Provincia del Alto Magdalena, Municipio De Tocaima Año 2016.....	130
ANEXO D. Fotos	131

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de la caracterización socioeconómica de la Mipymes del alto magdalena, municipio de Tocaima 2016 con el fin de identificar su crecimiento y su sostenibilidad en el sector comercio y servicios. Las Mipymes son un gran motor en la economía del país, la cual conforman la mayor parte de la base empresarial, por ello el plan de desarrollo municipal Sembrando Futuro de Tocaima lo fundamenta como uno de los objetivos estratégicos y así fomentar por medio de programas, realizar alianzas estratégicas para desarrollar la productividad empresarial e industrial del municipio priorizando la sostenibilidad ambiental y actividades generadoras de empleo ya que las Mipymes son pieza clave y la unidad básica para el desarrollo y avance de la comunidad.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, Una de ellas es su frágil sostenimiento que cualquier variable macroeconómica como el incremento de las tasas de interés fácilmente las haría desaparecer. Este problema planteado se desarrolló con la necesidad de obtener información de calidad y poder evaluar por medio del método analítico para lograr caracterizar las Mipymes del municipio de Tocaima a través de los datos recolectados en las encuestas y entrevistas a los diferentes sectores que se han de influencia para el tema de investigación. Generar alternativas de fortalecimiento por medio del diagnóstico interno, elaborando la matriz DOFA y VESTER. Se pretende que los aportes de esta investigación sirvan de diagnóstico para que el Municipio de Tocaima, Cundinamarca, aumente sus porcentajes de crecimiento en las Mipymes y, contribuya de manera positiva en las estadísticas de la Región del Alto Magdalena; lo anterior, teniendo en cuenta la deficiencia actual en cuanto a información estadística sobre las Mipymes, tanto a nivel Nacional, Departamental y Municipal.

TÍTULO.

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO
MAGDALENA, MUNICIPIO DE TOCAIMA, 2016**

1. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA, TEMA DE INVESTIGACION.

1.1. ÁREA: Área de administración y organizaciones

1.2. LÍNEA: Desarrollo organizacional y regional

1.3. PROGRAMA: Administración de empresas

1.4. TEMA DE INVESTIGACION: Caracterización socioeconómica de las MIPYMES del Alto Magdalena, municipio de Tocaima, 2016.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En Colombia según el registro único empresarial y social (Rúes), las Pymes representan el 94.7% de los establecimientos empresariales, de acuerdo con el informe de dinámica empresarial de CONFECAMARAS en el primer semestre del 2016, generando alrededor del 67% del empleo total del país y, participando en el sector productivo nacional desde las diferentes actividades económicas.

No obstante, las Mipymes en Colombia presentan diversas problemáticas como altos niveles de informalidad, mercados en que operan, comercialización y obtención de insumos, baja capacidad de innovación en investigación y desarrollo, acceso limitado al crédito y educación financiera, tecnología, entre otras, las cuales no permiten que estas se mantengan, encontrando de manera cotidiana su respectiva cancelación.

Aun cuando la política pública plantea contrarrestar estas problemáticas, en el caso particular de las sociedades, la constitución descendió 12,5 % en 2015 con respecto a 2014, al pasar de 72.069 a 63.029. Asimismo, las matrículas de personas naturales pasaron de 231.201 en 2015 a 194.806 en 2014, lo que representa una variación negativa de 15,7 % según Confécamaras de las micro, pequeñas y medianas empresas, respectivamente¹.

¹ Confecamaras 1° trimestre del 2016, Dane.

El comercio en el municipio de Tocaima es bastante dinámico, y aunque existen un desarrollo informal de la económica por la falta de legalización de un grupo de personas dedicadas a actividades comerciales, también es cierto que actualmente se encuentran registrados en la Cámara de Comercio de Girardot un número representativo de negocios compuesto por establecimientos que van desde los textiles, y productos agropecuarios, hasta entidades financieras y de hospedaje; actualmente existen 373 establecimientos de comercio o entidades asociativas agremiadas con un mercado diversificado entre Bienes y servicios.

Una de las principales falencias que tiene el comercio en el mercado de Bienes y Servicios del municipio de Tocaima, es que está compuesto en un 99% por Microempresas es decir, en su gran mayoría estas empresas o negocios no superan los \$344 millones de pesos de conformación patrimonial, por lo que esto hace que sea bastante frágil ante las irrupciones de cualquier variable macroeconomía, como el incremento de las tasas de interés, ya que muchos de estos negocios se capitalizan con dineros prestados o simplemente al no contar con un músculo financiero se verían resentidos ante una recesión².

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las características socioeconómicas que fomentan la creación y sostenibilidad de las MIPYMES en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca?

² Alcaldía Municipal de Tocaima, Cundinamarca. Plan de desarrollo municipal 2016-2019: Sembrando Futuro. P. 46

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la caracterización socioeconómica de las Mipymes con el fin de identificar su injerencia en el crecimiento de los sectores de comercio y servicios en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.
- Organizar las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca de acuerdo a su sector productivo y actividad económica.
- Realizar el diagnóstico de las Mipymes con el fin de identificar las variables que determinan el crecimiento de los sectores productivos, en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca.
- Generar alternativas de fortalecimiento a las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca, de acuerdo a los resultados obtenidos.

4. JUSTIFICACIÓN.

En Colombia las Mipymes son un gran motor de la economía, razón por lo cual, conforman la mayor base empresarial del país, su estructura productiva es más flexible que las grandes empresas, tienen mayor capacidad de respuesta a los cambios en la demanda y poseen facilidad para generar nuevas ventajas competitivas dentro del mercado.

Dado la importancia de las Mipymes en el sector empresarial, actualmente a nivel Nacional, Departamental y Municipal, los enfoques evidencian la fomentación de políticas, planes y programas financieros y no financieros, que permitan el desarrollo de las mismas.

Es por ello, que el Plan de Desarrollo Municipal “sembrando futuro” de Tocaima Cundinamarca, fundamenta como uno de los objetivos estratégicos programas de fomento empresarial y productividad, dentro del cual enmarca proyectos asociativos y concertación de alianzas estratégicas para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio, priorizando la sostenibilidad ambiental y actividades generadoras de empleo; de igual manera, estipula promover la capacitación, apropiaciones tecnológicas y asesoría municipal, para generar condiciones de desarrollo socioeconómico del municipio, permitiendo la disminución de la pobreza y la marginalidad³.

Por otra parte, el Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Tocaima, Cundinamarca fundamenta sus objetivos, políticas y estrategias en aumentar los niveles de productividad, competitividad y bienestar de la comunidad.

³ Alcaldía Municipal de Tocaima, Cundinamarca. Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019: Sembrando Futuro.

Dado lo anterior, la importancia de establecer la caracterización socioeconómica de las Mipymes, permite evaluar y generar alternativas de fortalecimiento a estas, fundamentadas con los lineamientos previamente planteados por el Municipio de Tocaima, Cundinamarca. A su vez, contribuir al crecimiento de los sectores productivos del municipio, desde la perspectiva de creación y sostenibilidad.

Se pretende que los aportes de esta investigación sirvan de diagnóstico para que el Municipio de Tocaima, Cundinamarca, aumente sus porcentajes de crecimiento en las Mipymes y, contribuya de manera positiva en las estadísticas de la Región del Alto Magdalena; lo anterior, teniendo en cuenta la deficiencia actual en cuanto a información estadística sobre las Mipymes, tanto a nivel Nacional, Departamental y Municipal.

Finalmente, la Universidad de Cundinamarca - UDEC -, debe contribuir a los proyectos de investigación como parte integral de la educación superior, con el fin de mejorar la competitividad en los diferentes sectores económicos, a su vez, los estudiantes del Programa de Administración de Empresas apoyar el cumplimiento de la misión, como profesionales que formulan y orientan a las necesidades empresariales y organizacionales de la comunidad.

5. MARCO DE REFERENCIA.

5.1. MARCO TEÓRICO

Para analizar las características socioeconómicas de las Mipymes en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca, es necesario conocer en primera instancia la clasificación de las mismas, las cuales se encuentran fundamentadas en el artículo 2° de la Ley 590 del 2000, modificado por la Ley 905 de 2004 y, mientras se reglamente el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011⁴:

Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

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 (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes

⁴ Ministerio Comercio, Industria y Turismo. Viceministerio de Desarrollo Empresarial: Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande . Colombia.. Reporte Mipymes 03.P.01.

En segunda instancia, es importante definir la estructura productiva nacional con el fin de conocer los lineamientos a seguir en la identificación de las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca y, organización de las mismas de acuerdo al sector productivo.

La actividad económica está dividida en varios sectores. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos⁵.

División según la economía clásica:

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

Sector primario o sector agropecuario.

Sector secundario o sector Industrial.

Sector terciario o sector de servicios.

Sector primario o agropecuario:

Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, avicultura, porcicultura, piscicultura. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

⁵ Banco de la República. Subgerencia Cultural: Sectores económicos. Colombia. . P.01.

Sector secundario o industrial:

Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

Sector terciario o de servicios:

Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su

especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.

Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.

Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.

Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.

Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, *San Andresitos*, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.

Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.

Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).

Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.

Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.)⁶.

⁶ Banco de la República. Subgerencia Cultural: Sectores económicos. Colombia. P.01.

Dado lo anterior, para el año 2005 las microempresas se dedicaban en un 53.4% en actividades del comercio al por menor, resaltando las siguientes: comercio de alimentos, prendas de vestir y sus accesorios. Las actividades que desarrollaban las microempresas en el sector servicios eran principalmente: comidas preparadas, restaurante y cafeterías. Las microempresas que desarrollaban labores industriales se dedicaban en su mayoría a la fabricación de prendas de vestir, panaderías y fabricación de muebles de hogar.

Las principales actividades de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) se realizaban en el sector servicios especialmente, en actividades de prácticas médicas, educación básica y secundaria y, actividades desarrolladas por instituciones prestadoras de salud. Las Pymes que se dedican a actividades de comercio lo hacían en establecimientos de surtido compuesto y preparación de maquinaria y equipo; aquellas que se desempeñaban en el sector industrial, estaban orientadas a la confección de prendas de vestir (excepto prendas de piel) y otras industrias manufactureras.

Ahora bien, el Municipio de Tocaima, Cundinamarca referenció en su Plan de Desarrollo 2016-2019 “Sembrando Futuro”, Actualmente el segmento de mercado más grande lo conforman los establecimientos de Comercio al por menor de alimentos, bebidas y productos de tabaco con un 14,17%, seguido por los negocios de ventas de alimentos preparados como cafeterías y restaurante con el 9,41%, sigue el sector hotelero con el 7,94%, el comercio de víveres y abarrotes con el 5,10%, y el comercio de carnes con el 4,08%, estos negocios constituyen cerca del 41% del total de establecimientos comerciales; las otras actividades como peluquerías, servicios profesionales, construcción, transporte, juegos de azar, almacenes de ropa y calzado, entre otros, se encuentran por debajo del 4%. Es claro que el municipio tiene una fuerte vocación agropecuaria y que esto dinamiza la economía regional, no obstante se observa que las empresas o

asociaciones que se encuentran registradas en Cámara de Comercio, solo ocupan el 3,9% de la participación total de las empresas legalmente constituidas.

Finalmente y en tercera instancia, es necesario profundizar en el diagnóstico organizacional para evaluar las variables encontradas en las fuentes de información y, generar las respectivas estrategias definidas de acuerdo a los objetivos planteados.

Si accedemos al diccionario de la Real Academia Española, encontraremos que el término diagnóstico procede de la palabra griega “diagnosis”, la cual traducida al castellano viene a ser lo mismo que “conocimiento”⁷.

Ahora si nos centramos en el mundo empresarial, este término hace referencia a aquellas actividades que se llevan a cabo para poder conocer de primera mano cuál es la situación de la empresa y sus principales impedimentos para lograr alcanzar sus objetivos.

Como en la mayoría de campos, existen multitud de diagnósticos para las empresas, algunos se centran únicamente en estudiar los procesos de producción y los consumidores, o incluso, en procesos de venta, entre muchos otros. Estos diagnósticos se realizan a través de metodologías específicas que permiten conocer todos esos detalles concretos de la compañía, lo que la sitúa como una herramienta necesaria y recomendada.

5.2. MARCO CONCEPTUAL

CARACTERIZACIÓN: es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir

⁷ Emprendices Comunidad de Emprendedores: Diagnóstico Organizacional. Colombia. P. 01

de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica).

SOCIOECONÓMICO: es la mezcla de los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos.

POLÍTICAS: Es importante que las políticas empresariales afecten a toda la organización, ya que de ese modo se creará una cadena de trabajo orientado a cumplir las políticas y a trabajar por el objetivo común de la compañía. Esto les permite a los directivos medios elaborar planes concretos de acción orientados al cumplimiento de los objetivos empresariales.

MIPYMES: Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

SECTOR PRODUCTIVO: son las distintas regiones o divisiones de la actividad económica, atendiendo al tipo de proceso que se desarrolla. Se distinguen cinco grandes sectores denominados primario (agropecuario), secundario (industrial), terciario (servicios).

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: Se llama actividad económica a cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL: Es un proceso analítico que permite conocer la situación real de la Organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidades, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas.

EMPLEO FORMAL: Es aquel que se encuentra formalizado mediante la celebración de un contrato de trabajo entre el trabajador y el empleador, y se ajusta a los requerimientos de ley, lo cual involucra pago de impuestos, seguridad social, prestaciones, etc. Como tal, puede ejercerse tanto en el sector público como en el privado, y forma parte de las estadísticas oficiales.

EMPRESA CONSTITUIDA: Una empresa constituida es la que se ha registrado con el estado en la que se estableció su sede central con el fin de proveerla con un estado jurídico distinto de sus funcionarios y empleados. Una corporación tiene un estado de "personalidad jurídica o legal", lo que la hace una entidad jurídica con capacidad de firmar contratos y ser demandada. Esto es a diferencia a una forma de propietario exclusivo de la empresa, que es legalmente igual que su dueño.

5.3. MARCO LEGAL

5.3.1 LEY 590 DE 2000

Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente tiene por objeto:

a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

- b) Modificado por el art. 1, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;
- e) Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- h) Apoyar a las micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

5.3.2 LEY N° 28015 de 2003

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

5.3.3 LEY 1014 DE 2006

La Ley de fomento a la cultura del Emprendimiento

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno Institucional para la creación y operación de nuevas empresas.

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.

Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

5.3.4 LEY 1429 DE 2010

Formalización y generación de empleo

Artículo 1°. Objeto

La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

Artículo 2°. Definiciones.

1. Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Con la promulgación de la Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010 los emprendedores en creación de empresas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes, podrán acceder de inmediato a beneficios impositivos tales como:

- Pago del impuesto sobre la renta.
- Pago de los parafiscales y otras contribuciones de nómina
- Pago del impuesto de industria y comercio y otros impuestos.
- Pago matrícula mercantil y su renovación

En resumen estas son las leyes, decretos y resoluciones para el desarrollo empresarial:

5.3.5 LEYES MARCO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresarial.

- **Leyes:**

Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la Mipyme en Colombia.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

- **Decretos**

Decreto 3820 de 2008. Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los

programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4233 de 2004. Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes en el 2004.

Decreto 1780 de 2003. Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes.

- **Resoluciones**

Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa.

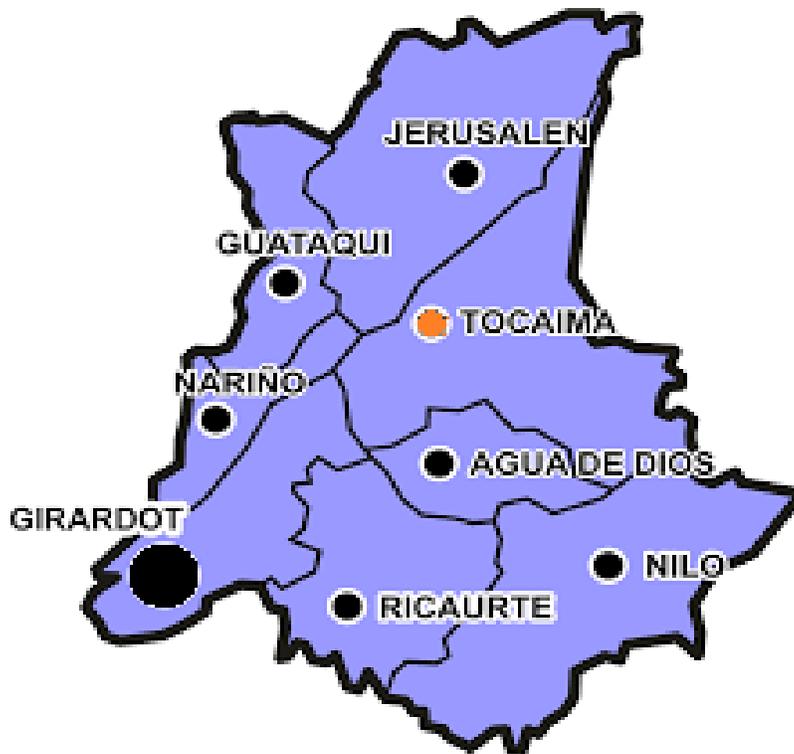
Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las Mipymes - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

- **Circular externa**

Circular Externa No. 001 de 2008 del Consejo Superior de Microempresas. Por la cual se fijan las tarifas máximas a cobrar por concepto de honorarios y comisiones a créditos a microempresas.

5.4. MARCO GEOGRÁFICO

Figura 1. Municipios Provincia del Alto Magdalena



Fuente: <http://www.datuopinion.com/provincia-del-alto-magdalena>

La provincia del Alto Magdalena es una región del Departamento de Cundinamarca, Colombia, compuesta por ocho municipios. La población del municipio de Tocaima de acuerdo a la proyección DANE en la vigencia del 2015 consta de 18.387 habitantes.

La capital, cabecera urbana, es el municipio de Girardot. Dentro de esta provincia se encuentran ubicados los municipios de Agua de Dios, Jerusalén, Nariño, Apulo, Guataquí, Nilo.

Tocaima es un municipio de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena.

Figura 2. Municipio de Tocaima



Fuente: <https://www.google.com.co/maps/place/Tocaima>

5.4.1 Descripción Física: En la división territorial de Colombia, Tocaima forma parte de la Provincia del Alto Magdalena, en el suroeste del Departamento de Cundinamarca. Está situada en la parte media de la Región Andina, margen izquierdo de la cordillera Oriental y distante 30 Km. del margen derecho del Río Magdalena a la altura del Municipio de Girardot, pertenece a la subregión natural central del valle cálido del Alto Magdalena; se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 287 metros de altitud de la parte baja de Pubenza, límite con el vecino municipio de Girardot y a los 1.568 metros de altitud en el Alto del Trigo, extremo norte de Copó; La cabecera municipal se encuentra a 400 metros sobre el nivel del mar. La cabecera municipal de Tocaima se localiza a 4 grados 26 minutos de Latitud Norte y a 74 grados 38 minutos de Longitud Oeste.

5.4.2 Límites del municipio: Limita con los municipios de: Girardot por el occidente, Nariño y Jerusalén por el noroeste, Apulo por el oriente y norte, Viotá por el oriente, Nilo y Agua de Dios por el sur.

Extensión total: 246 Km²

Extensión área urbana: 2.8 Km²

Extensión área rural: 243 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 400

Temperatura media: 28° C

Distancia de referencia: 102 km de Bogotá

5.4.3 ECOLOGÍA

5.4.3.1 PISOS TERMICOS: Tiene dos pisos térmicos, Templado en el 6,5% del territorio o sea unos 15 kilómetros cuadrados y Cálido en el 93.5% 230 kilómetros cuadrados, con una temperatura promedio de 28 grados, con una precipitación promedio Anual de 1.051,1 mm.; régimen pluviométrico bimodal, caracterizado por presentar dos períodos típicos de lluvias en el año, uno más lluvioso en el segundo semestre (octubre - noviembre), y otro menos lluvioso (abril - mayo) y dos períodos secos (diciembre - enero y julio - agosto); presentando un punto de rocío anual de 24.2; el Municipio se ubica en una zona de disponibilidad deficitaria de agua, presentando tan solo excedentes del orden de 47 mm en Abril, Mayo, Octubre, y déficit que alcanzan los 620 mm al año; con una precipitación barométrico promedio año de 976.4 y una humedad relativo de 67%.

5.4.3.2 HIDROGRAFIA: La hidrografía de Tocaima pertenece a la cuenca del Río Bogotá, con excepción de las quebradas Grande y el Tabaco y sus afluentes al norte en Copó, que vierten sus aguas por medio del Río Seco al río Magdalena.

5.4.3.2.1 CORRIENTES Y CUERPOS DE AGUA SUPERFICIALES RÍOS, QUEBRADAS, CAÑADAS, LAGUNAS y HUMEDALES: El territorio municipal de Tocaima presenta gran número de fuentes hídricas superficiales, los cuales son utilizados para el suministro de agua a las comunidades, abrevaderos, recreación y por su tradición como ciudad salud en tratamientos terapéuticos.

5.4.3.2.2 NACEDEROS: El territorio municipal de Tocaima presenta gran número de afloramientos de agua, los cuales son utilizados para el suministro de agua a las comunidades, abrevaderos y recreación.

5.4.3.3 CONTAMINACION AMBIENTAL: Las principales fuentes de contaminación ambiental se relacionan en la siguiente tabla, no antes sin tener en cuenta que la principal fuente la constituye el río Bogotá, el cual ingresa al territorio de Tocaima contaminado por la ciudad de Bogotá. RELIEVE. El 60% del territorio, presenta un relieve plano o ligeramente plano, con pendientes del 3 al 7% en los valles del río Bogotá y de la quebrada Acuatá, terrenos aluviales, con suelos ricos en bases, aptos para la ganadería y la agricultura. Hacia las Cuchillas, Cerros y Cordilleras que delimitan el Municipio el Relieve se hace más fuerte ondulado o quebrado con pendientes del 12% a 25% (15% del área), llegando finalmente a un relieve fuertemente quebrado 45% a 50%, hasta escarpado y muy escarpado con pendientes mayor al 50%. (25% del área Municipal)

5.4.3.4 OROGRAFIA. Los principales accidentes Orográficos son: los Cerros de Piedras Negras, Guacaná, La Sierra y la Mata, la cordillera Alonso Vera, los Altos de Izná, La Viga, Limba, Copó, la Loma de la Herradura y la Cuchilla Chicuy.

5.4.3.5 VEGETACION Y FAUNA. De acuerdo al sistema clasificatorio de Holdridge, gran parte de municipio de Tocaima se encuentra ubicado en la zona de vida denominada Bosque seco Tropical (Bs-T), caracterizado por presentar biotemperaturas medias superiores a 24 °C, lluvias anuales entre 1.000 y 2.000

mm. Y altitudes menores a 500 m.s.n.m. La vegetación y la fauna nativa existente en el territorio municipal la constituyen, en gran medida especies tolerantes a la presencia del hombre (Fauna) y relictos de bosque y especies vegetales aisladas, asociadas principalmente en los bosques de galería.

5.4.3.6 EXTRACCION DE MINERALES. La extracción de materiales: de cantera, de minas a cielo abierto y de playa, se ubican principalmente en las veredas de Armenia y Vázquez (extracción de Arena y gravilla) en el sector de Quebrada Seca. De piedra para construcción en el sector del Puente de los Suspiros del Río Bogotá. Para la producción de ladrillo hay pequeños chircales en las estribaciones del cerro Guacana, frente a Portillo. Hay yacimientos de yeso en Pubenza, El Cucharó y en Las Lomas próximas al camino de La Teté. Existen yacimientos de carbón que en la actualidad no tienen actividad. Durante las dos últimas décadas se han realizado perforaciones en búsqueda de petróleo, en La Colorada, La Salada, Armenia, La Gloria y Alto de la Viga, aparentemente sin resultados.

5.4.4 Economía:

Por más de 350 años Tocaima fue el mayor centro de la provincia en gobierno, población, servicios sociales, economía, turismo, comercio y producción agropecuaria. Actualmente el primer renglón de economía es la agricultura, seguido del Turismo.

5.4.5 Vías de comunicación:

Tabla 1. Terrestres

VÍA	INTERCONECTA	ESTADO
Vía Férrea	Norte con Apulo - Facatativá - Bogotá - Centro y Norte del país; Suroeste con Girardot -Tolima y Huila	Inutilizada.
CARRETERAS:		
Tocaima, La Mesa, Mosquera Bogotá	Norte y Oriente del país. Distancia a Bogotá 102 Kms	Vía terminada con pavimentada, obras de arte y señalización con buenas especificaciones y mantenimiento, concesionada.
Tocaima, Viota, Chusacá, Bogotá	Norte y Oriente del país	Primera carretera de Tocaima a Bogotá pavimentada, obras de arte y señalización con buenas especificaciones y mantenimiento, concesionada.
Tocaima-Girardot	sur, Occidente y Norte del país	La carretera a Girardot, vía terminada con pavimento, obras de arte y señalización con buenas especificaciones y mantenimiento, concesionada.
Tocaima Jerusalén Guataquí Nariño y Beltrán	Tocaima - Jerusalén - Guataquí - Nariño y Beltrán	Recorre el municipio por la hoya de la quebrada Acuatá Parcialmente en recebo en proceso pavimento
Tocaima - Agua de Dios - Nilo y Ricaurte	Tocaima - Agua de Dios - Nilo y Ricaurte	Vía pavimentada con tramos en buen estado

Fuente: http://www.tocaima-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

Fluviales: Vía Fluvial, río Bogotá Interconecta Apulo – Girardot estado inutilizada.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se implementará se basa en:

LA INVESTIGACION DESCRIPTIVA: Tiene como objeto describir las características socioeconómicas presentes en los sectores productivos de las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca para el año 2016. Así mismo, busca analizar la realidad que afrontan las Mipymes de este Municipio y, su influencia en la Región del Alto Magdalena.

El proceso descriptivo se ejecutará por medio de encuestas, trabajo de campo, entrevistas, internet, etc., con el fin de validar la información y realizar un trabajo más afondo, con argumentos estratégicos y referentes de interés, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En esta investigación descriptiva se realiza la respectiva recolección de datos, tabulación de dicha información y, análisis de los resultados, para establecer los criterios de verdad en el crecimiento de los sectores productivos del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

Por otra parte, esta investigación puede llegar a ser el inicio de otros problemas y preguntas de investigación, que aporten a la construcción del conocimiento en beneficio del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método a utilizar será el analítico, para lograr caracterizar las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca, a través de los datos recolectados en las encuestas y entrevistas a los diferentes sectores que sean de influencia para el tema investigación.

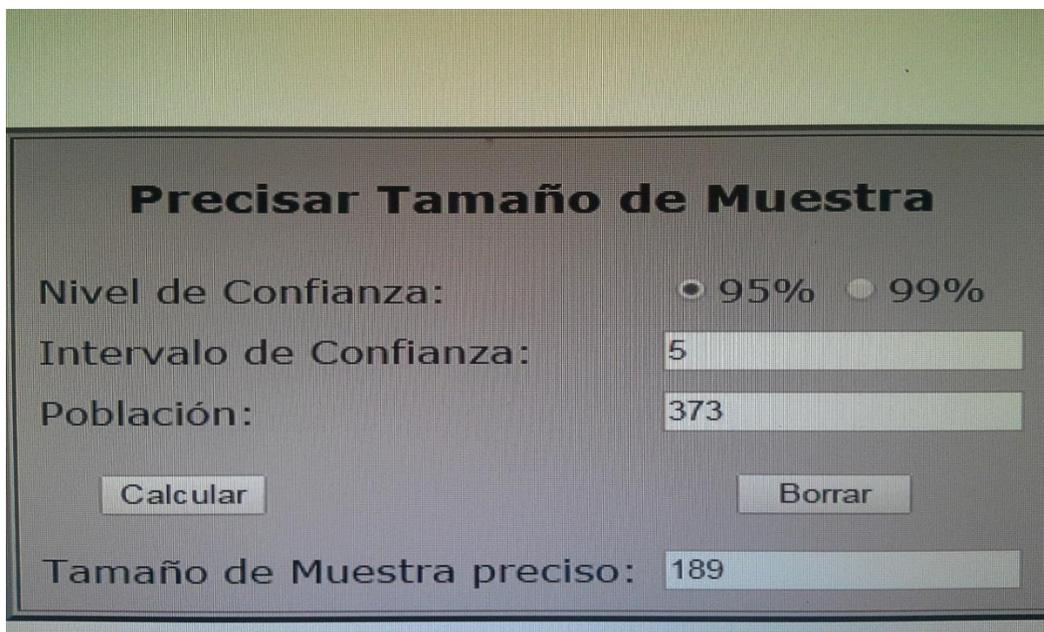
Se tiene como propósito a partir de la recolección de datos, recopilar toda la información necesaria, analizarla e interpretarla de una manera analítica, bajo principios éticos y profesionales, con el fin de obtener unos resultados que ilustren cómo ha sido el crecimiento de los sectores productivos de las Mipymes en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo del proyecto son las Mipymes del municipio de Tocaima; se encuentran registradas en Cámara y Comercio 373 Mipymes actualmente, de las cuales serán encuestadas 189 Mipymes para la elaboración de esta investigación.

Se realiza un Muestreo Aleatorio Simple, en esta técnica, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso, en donde cada sujeto es seleccionado independientemente de los otros miembros de la población.

Figura 3. Tamaño de Muestra



The image shows a digital interface for calculating sample size. The title is "Precisar Tamaño de Muestra". It features several input fields and buttons. The "Nivel de Confianza" (Confidence Level) is set to 95% (selected) and 99%. The "Intervalo de Confianza" (Confidence Interval) is set to 5. The "Población" (Population) is set to 373. There are two buttons: "Calcular" (Calculate) and "Borrar" (Clear). The result, "Tamaño de Muestra preciso" (Precise Sample Size), is displayed as 189.

Field	Value
Nivel de Confianza:	<input checked="" type="radio"/> 95% <input type="radio"/> 99%
Intervalo de Confianza:	5
Población:	373
Tamaño de Muestra preciso:	189

Fuente: [Sample Size Calculator](#)

Se obtiene como resultado de la fórmula una Muestra total de **189**.

6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

6.4.1. Encuesta. Se presenta un modelo de encuesta con el fin de identificar las características socioeconómicas de las Mipymes, dicha encuesta va dirigida a los empresarios del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

6.4.2. Observación. Técnica que permitirá observar, analizar resultados y, por ende obtener unas conclusiones del contexto de las Mipymes en el Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

6.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recopilada la información se procederá a realizar clasificación de la misma, posteriormente un análisis por medio de la tabulación y elaboración de gráficas estadísticas, con el fin de establecer la caracterización de las Mipymes del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

7. RECURSOS REQUERIDOS

7.1. RECURSO HUMANO

- Responsables de la investigación
- Gerentes de las Mipymes
- Director del trabajo de investigación
- Director de Planeación y Alcalde Municipal de Tocaima, Cundinamarca

7.2. RECURSOS INSTITUCIONALES

- Biblioteca
- Internet
- Auditorio

7.3. MATERIALES

- Computadores
- Sillas
- Escritorios

7.4. RECURSOS FINANCIEROS

- El costo del presente trabajo de investigación es:

8. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS MIPYMES

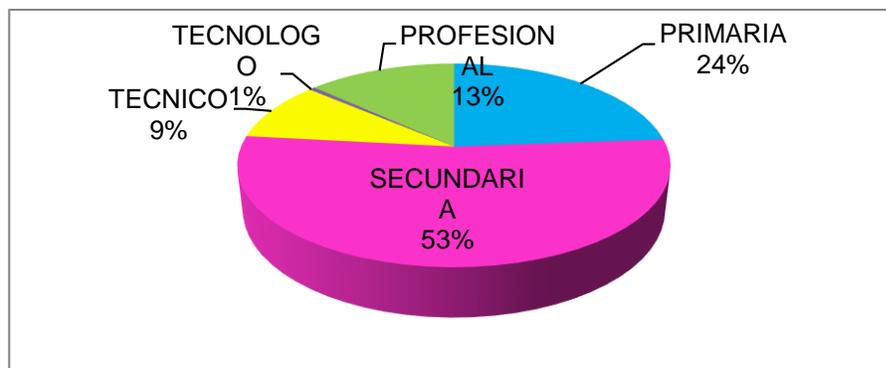
8.1 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

8.1.1 Información Personal

Tabla 4. Nivel de Escolaridad

1. NIVEL DE ESCOLARIDAD		
PRIMARIA	45	24%
SECUNDARIA	100	53%
TECNICO	18	10%
TECNOLOGO	1	1%
PROFESIONAL	25	13%
TOTAL	189	100%

Gráfica 1. Nivel de escolaridad.



Fuente: Investigadoras

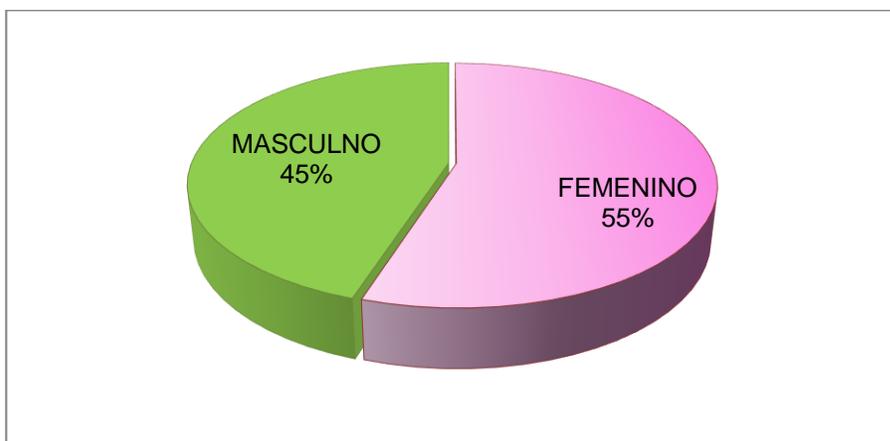
Análisis: En el municipio de Tocaima el 53% de la población encuestada tiene un nivel de escolaridad de secundaria y un 24 %primaria, razón por la cual en su época no contaban con el apoyo económico para continuar con sus estudios académicos, pero el ser emprendedores no fue un impedimento, y es donde deciden crear empresas de forma empírica. Pero se puede observar en la gráfica, que el 13% pertenecen al nivel profesional, lo que quiere decir que la población ha decidió continuar con sus estudios

para de esta manera aportar más a sus empresas, seguido los técnicos con un 10%, y tecnólogos en un 1% del total de los encuestados.

Tabla 5. Género.

2.GENERO		
FEMENINO	104	55%
MASCULNO	85	45%
TOTAL	189	100%

Grafica 2. Género



Fuente: Investigadoras

Análisis: En el municipio de Tocaima el 55% de la población objeto de estudio son de género femenino, encargadas de administrar sus empresas pero los hombres no se quedan atrás con un 45% del total de la encuesta.

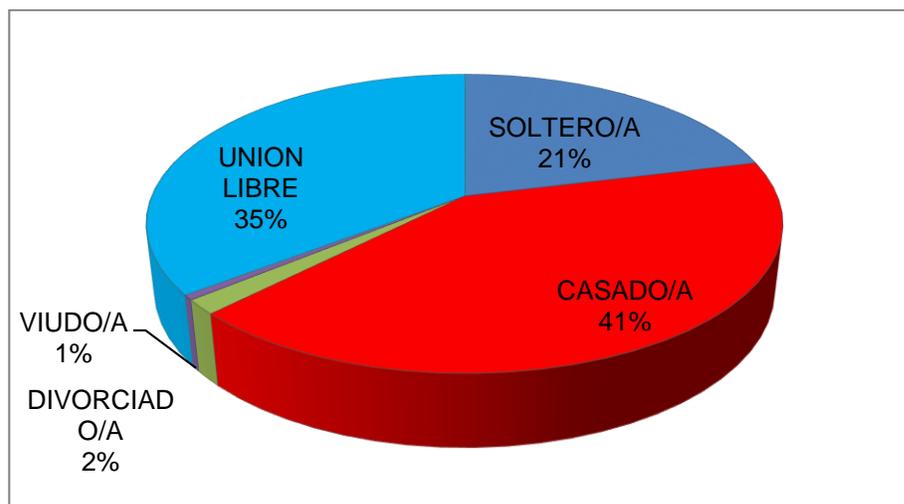
Se puede analizar que los tiempos han cambiado teniendo las mujeres una participación más en el mundo que las rodea, ello quiere decir que es muy importante para el desarrollo del país y la región, obteniendo una independencia económica y estabilidad para sus familias.

Cabe recalcar que los hombres han dado la oportunidad y apoyado a las mujeres para que también sean partícipes de este mundo de los negocios, y de este modo crear respeto e igualdad.

Tabla 6. Estado civil.

3. ESTADO CIVIL		
SOLTERO/A	40	21%
CASADO/A	78	41%
DIVORCIADO/A	3	2%
VIUDO/A	1	1%
UNION LIBRE	67	35%
TOTAL	189	100%

Grafica 3. Estado civil.



Fuente: Investigadoras

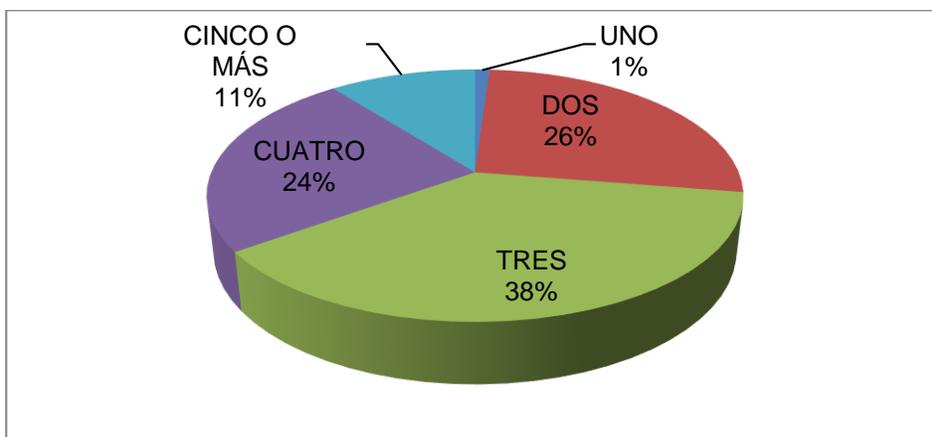
Análisis: Se puede observar que el 41% son casados, las parejas son quienes toman la iniciativa de crear empresa, sus prioridades son el sustento diario, la educación y demás obligaciones para el bienestar de su hogar.

Unión libre se encuentra en un 35 % y los solteros en un 21%, se puede observar que el crecimiento empresarial ha sido satisfactorio, aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado.

Tabla 7. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.

4. CANTIDAD DE PERSONAS QUE CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR		
UNO	2	1%
DOS	50	26%
TRES	71	38%
CUATRO	46	24%
CINCO O MÁS	20	11%
TOTAL	189	100%

Gráfica 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.



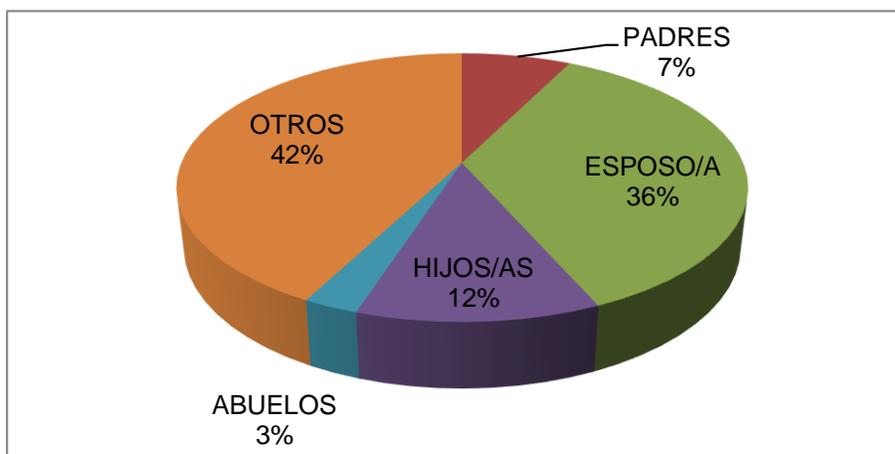
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Aquí se puede observar que el 38% de núcleos familiares está conformado por tres personas y el 26% lo conforman dos personas, se puede analizar que los hogares ya no están siendo conformados por numerosas personas como antiguamente, se debe a la problemática y situación económica por la que está el país actualmente.

Tabla 8. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

5. QUIENE CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR		
PADRES	14	7%
ESPOSO/A	68	36%
HIJOS/AS	22	12%
ABUELOS	5	3%
OTROS	80	42%
TOTAL	189	100%

Gráfica 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?



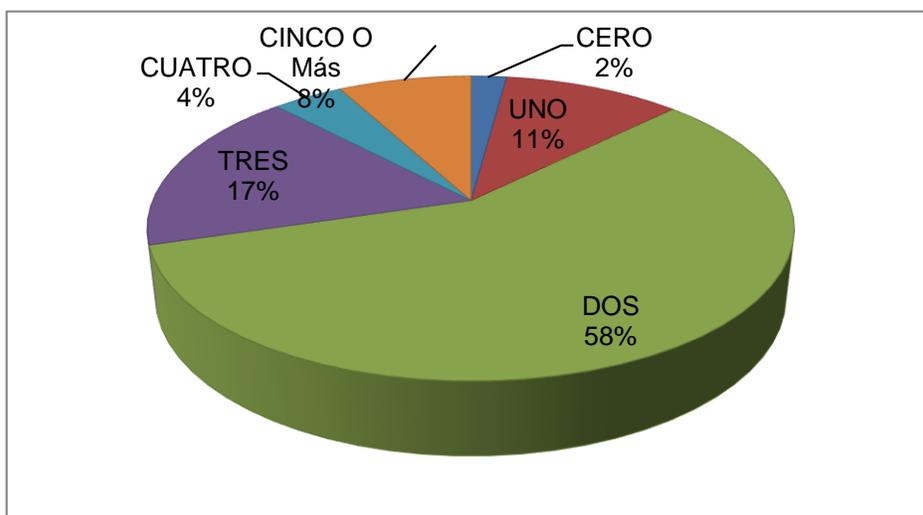
Fuente: Invesitgadoras

Análisis: Aquí se puede observar que la mayoría de núcleos familiares está conformada por otros con un 42%, seguido de esposo/a con un 36%, El 12% solo por hijos, en un porcentaje del 7% está conformado por solo padres y el 3% por abuelos.

Tabla 9. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?

6. CUANTAS PERSONAS MAYORES DE EDAD CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR		
CERO	4	2%
UNO	20	11%
DOS	109	58%
TRES	33	17%
CUATRO	8	4%
CINCO O Más	15	8%
TOTAL	189	100%

Gráfica 6. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?



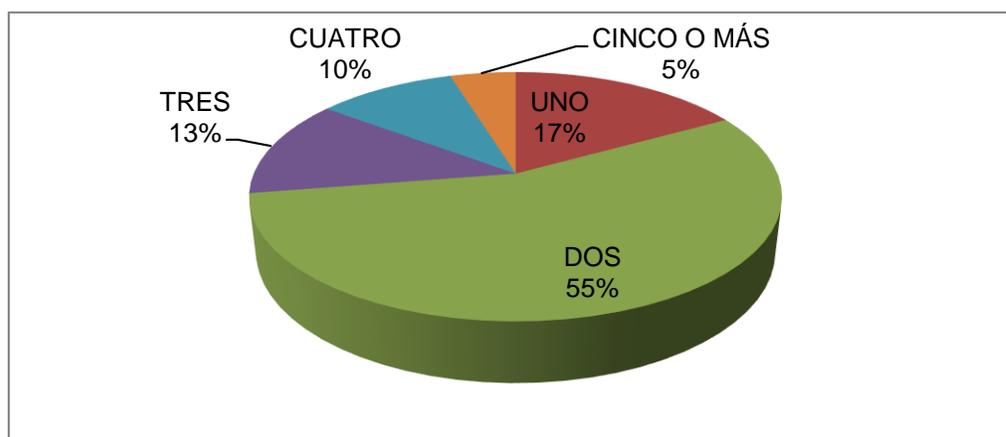
Fuente: Investigadoras

Análisis: La mayoría de núcleos familiares están conformadas por dos mayores de edad con un 58% , el 17% con tres, el 11% por uno, el 8% por cinco o más, el 4% por cuatro y el 2% no conforman su núcleo familiar por mayores edad, para un total del 100%.

Tabla 10. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?

7. CUANTAS PERSONAS MAYORES DE EDAD TRABAJAN?		
UNO	32	17%
DOS	105	56%
TRES	24	13%
CUATRO	19	10%
CINCO O MÁS	9	5%
TOTAL	189	100%

Gráfica 7. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?



Fuente: Investigadoras

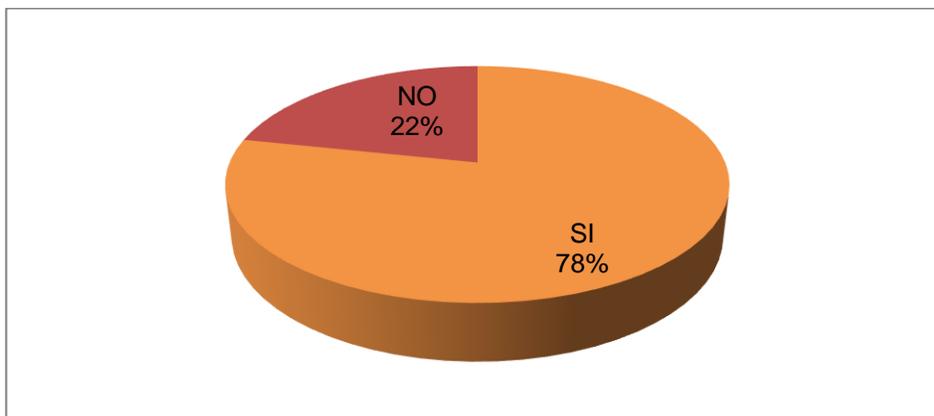
Análisis: En el municipio de Tocaima, el 55% de la población encuestada respondió que dos de las personas mayores de edad trabajan, el 17% una persona trabaja y el 13% tres, con lo que se puede decir que todas las personas que son mayores de edad trabajan para el sostenimiento del núcleo familiar.

El 10% cuatro personas mayores de edad trabajan y el 5% cinco o más, para una totalidad de encuestados.

Tabla 11. ¿Tiene hijos?

8. ¿TIENE HIJOS?		
SI	148	78%
NO	41	22%
TOTAL	189	100%

Grafica 8. ¿Tiene hijos?



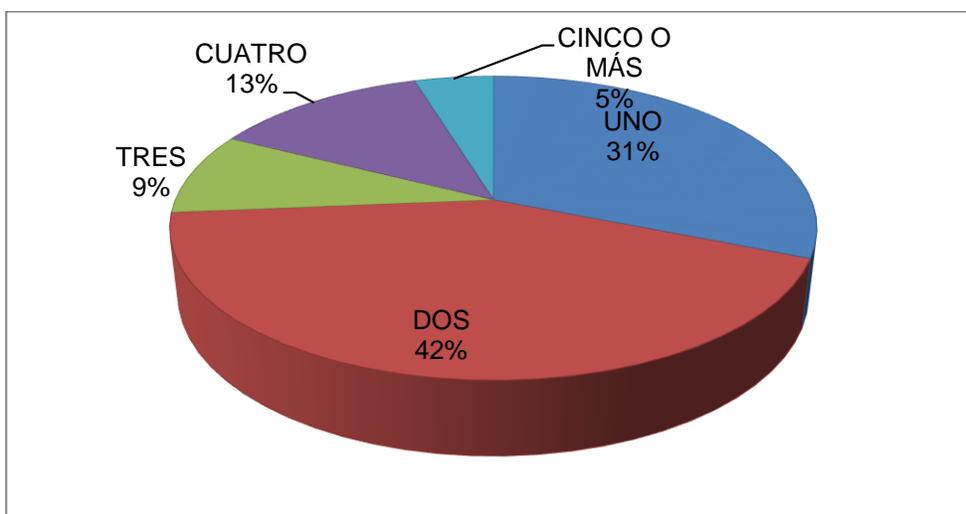
Fuente: Investigadoras

Análisis: La mayoría de personas encuestadas tienen hijos, el 78% respondió que sí lo que quiere decir que tienen una razón más para salir adelante y una motivación en sus vidas para seguir emprendiendo y ofrecer a sus hijos mejores oportunidades de estudio. Y tan solo el 22% respondió que no tienen hijos.

Tabla 12. ¿Cuántos hijos tienen?

9. ¿CUÁNTOS HIJOS TIENE?		
UNO	46	31%
DOS	63	43%
TRES	13	9%
CUATRO	19	13%
CINCO O MÁS	7	5%
TOTAL	148	100%

Grafica 9. ¿Cuántos hijos tienen?



Fuente: Investigadoras

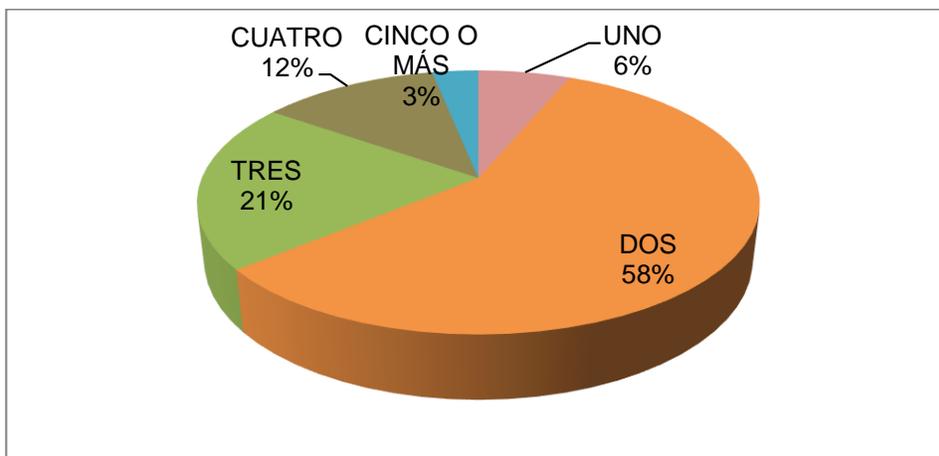
Análisis: Se puede analizar que la mayoría de personas encuestadas tienen entre uno y dos hijos, representados en un 42% quienes tienen dos hijos y el 31% solo uno.

El 13% tienen cuatro hijos, el 9% tres y el 5% tienen cinco o más. Esto se debe a la problemática económica que está atravesando el país, es la principal razón por la que toman la decisión de no tener más de dos hijos y así poderles brindar el bienestar y el cuidado que se requiere.

Tabla 13. Estrato socioeconómico.

10. ESTRATO SOCIOECONOMICO		
UNO	12	6%
DOS	109	58%
TRES	39	21%
CUATRO	23	12%
CINCO O MÁS	6	3%
TOTAL	189	100%

Grafica 10. Estrato socioeconómico.



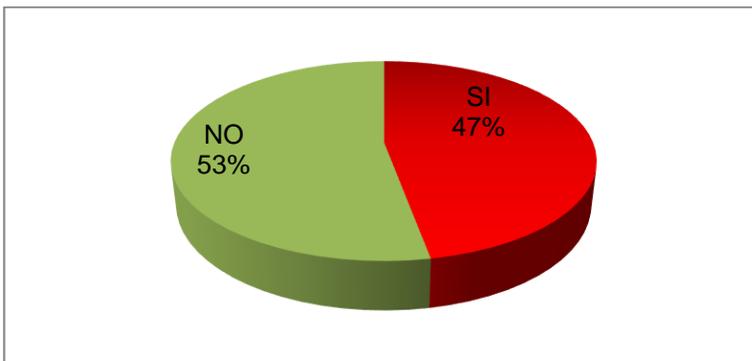
Fuente: Investigadoras

Análisis: Las Mipymes en su mayoría su estrato económico es dos representado por un 58% esto puede ser porque los usuarios cuentan con recursos necesarios para suplir sus necesidades y por no tener un establecimiento lo suficientemente grande. Seguido del estrato tres por un 21%, estrato cuatro 12%, el estrato uno el 6% y un 3% pertenecen al estrato cinco. Se puede concluir que estos establecimientos se encuentran en un punto socioeconómico medio.

Tabla 14. ¿Cuenta con vivienda propia?

11. ¿CUENTA CON VIVIENDA PROPIA?		
SI	89	47%
NO	100	53%
TOTAL	189	100%

Gráfica 11. ¿Cuenta con vivienda propia?



Fuente: Investigadoras

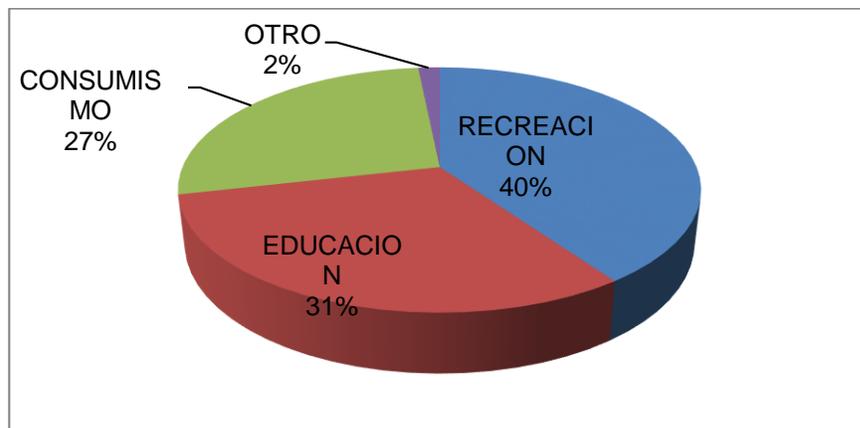
Análisis: Los propietarios de la Mipymes del municipio de Tocaima un 53% cuentan con vivienda propia debido a que su rentabilidad económica les ha permitido adquirir un bien inmueble para el bienestar de su núcleo familiar.

Se observa que un 47% aún no han tenido la posibilidad de contar con su vivienda propia debido a factores externos.

Tabla 15. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos después de satisfacer las necesidades básicas?

12. ¿CUAL ES EL PRINCIPAL USO DE LOS INGRESOS DESPUÉS DE SATISFACER LAS NECESIDADES BÁSICAS?		
RECREACION	76	40%
EDUCACION	59	31%
CONSUMISMO	51	27%
OTRO	3	2%
TOTAL	189	100%

Gráfica 12. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos después de satisfacer las necesidades básicas?



Fuente: Investigadoras

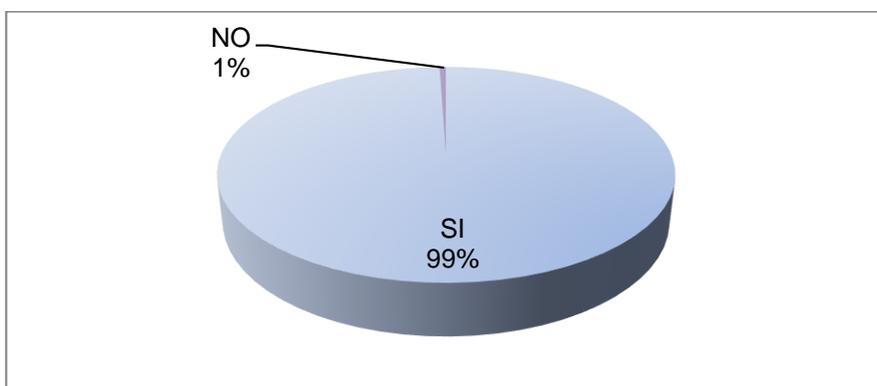
Análisis: Se puede observar que el principal uso de los ingresos por los propietarios es recreación con un porcentaje del 40%, se puede decir que la prioridad de los empresarios en sus tiempos libres es estar con sus hijos y familiares, seguido de educación con un 31%, factor importante para adquirir conocimientos, valores y cultura.

El consumismo está representado por un 27%, es la adquisición de bienes materiales adicionales con los que satisfacen sus necesidades y deseos de estatus social. Y otros con un 2% para salir de su zona de confort y exigencias diarias.

Tabla 16. ¿Está legalmente constituida la empresa?

13. ¿ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUIDA LA EMPRESA?		
SI	188	99%
NO	1	1%
TOTAL	189	100%

Gráfica 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?



Fuente: Investigadoras

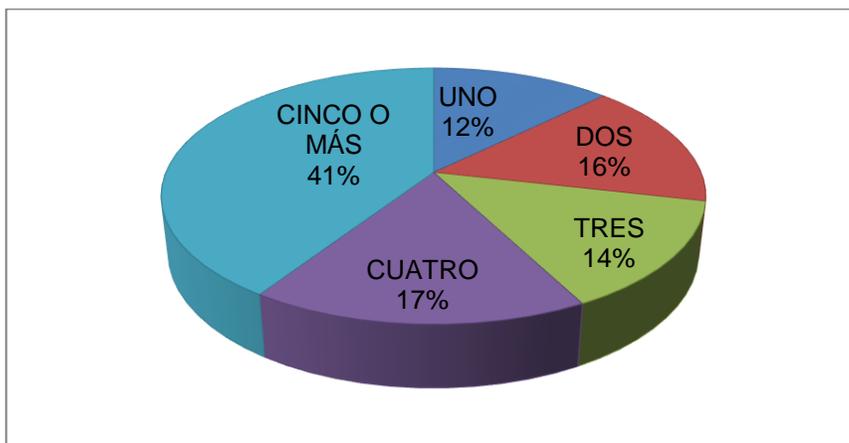
Análisis: Las Mipymes del municipio de Tocaima el 99% están legalmente constituidas, cumpliendo con responsabilidad y obligaciones, garantizando así la confiabilidad a sus clientes. Teniendo en cuenta que se les ofrece los beneficios necesarios para el buen funcionamiento.

El 1% no está constituido formalmente porque no cuenta con la información necesaria para llevar a cabo los trámites para registrarse ante la cámara de comercio.

Tabla 17. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años.

14. TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN AÑOS		
UNO	24	13%
DOS	30	16%
TRES	26	14%
CUATRO	32	17%
CINCO O MÁS	77	41%
TOTAL	189	100%

Gráfica 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años.



Fuente: Investigadoras

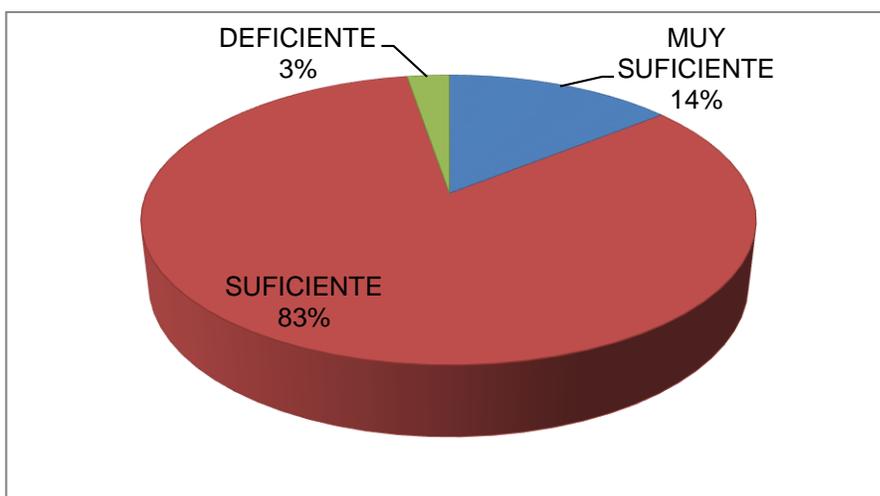
Análisis: Se puede observar que las empresas del municipio de Tocaima con un 41% llevan cinco o más años de funcionamiento, existen otras empresas que llevan cuatro años con un 17%, también hay un 16% que llevan tan solo dos años, el 14% lleva tres años, y el 13% que corresponden a empresas que llevan un año o menos de funcionamiento.

Las empresas que llevan cinco años o más se debe a que han sobrevivido a diferentes crisis tanto económicas como en lo social, han tenido un buen manejo de sus actividades, logrando posesionarse en el mercado.

Tabla 18. Capital de la inversión.

15. CAPITAL DE LA INVERSION		
MUY SUFICIENTE	27	14%
SUFICIENTE	157	83%
DEFICIENTE	5	3%
TOTAL	189	100%

Gráfica 15. Capital de la inversión.



Fuente: investigadoras

Análisis: En las Mipymes del municipio de Tocaima el 83% cuentan con un capital suficiente para satisfacer las necesidades de sus clientes y un porcentaje mínimo pero importante del 14% muy suficiente.

Se analiza que los propietarios están preparados para enfrentar diferentes problemas que puedan afectar de una forma u otra sus objetivos establecidos, permitiendo implementar un modelo de estrategias.

El capital deficiente se encuentra en un 3% ya que las Mipymes no han sabido fortalecer su capital.

Tabla 19. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?

16. EL CAPITAL DE LA EMPRESA ACTUALEMENTE SE ENCUENTRA EN		
MENOS DE \$100.000.000	185	98%
100.000.000 Y MENOS DE \$50.000.000	3	2%
MÁS DE \$500.000.00	1	1%
TOTAL	189	100%

Grafica 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?



Fuente: Investigadoras

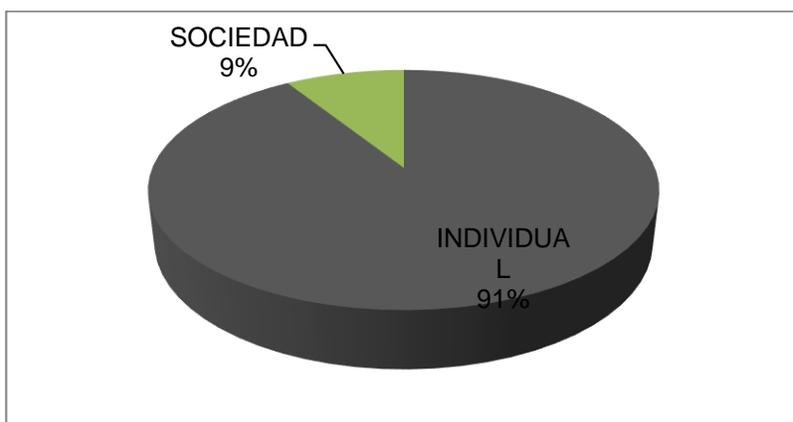
Análisis: Observamos que el capital de la empresa actualmente se encuentra en menos de \$100.000.000 con un 98% debido a que la mayoría son microempresas y solo cuentan con lo necesario para satisfacer las necesidades de los consumidores. Por ende sus ingresos son los suficientes para cubrir sus necesidades básicas.

El capital de la empresa igual a \$100.000.000 y menos de \$ 50.000.000 es igual al 2% este resultado muestra a las medianas empresas que han crecido por factores externos que brinda el mercado.

Tabla 20. Representación de la empresa

17. REPRESENTACION DE LA EMPRESA		
INDIVIDUAL	172	91%
SOCIEDAD	17	9%
TOTAL	189	100%

Gráfica 17. Representación de la empresa



Fuente: Investigadoras.

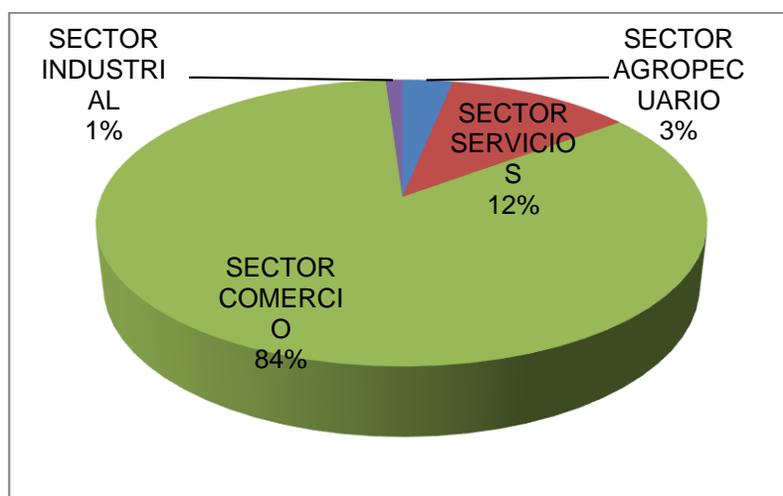
Análisis: Se observa que un 91% son representación individual, solo cuenta con un propietario o dueño, es el único beneficiado de los ingresos de la actividad productiva de su empresa, pero también es el responsable del buen manejo y pérdidas que se presenten en su organización. La mayoría de Mipymes del municipio de Tocaima son microempresas y una de sus ventajas es que la reglamentación es sencilla, además de ser el único de tomar sus propias decisiones para el buen manejo de su empresa.

En un 9% su representación es sociedad, son todos los socios que hacen parte de la empresa, quienes toman la decisión de delegar funciones para el buen manejo de la administración y cumplimiento de los objetivos establecidos por la organización.

Tabla 21. ¿A qué sector pertenece la empresa?

18. ¿A QUE SECTOR PERTENECE LA EMRPESA?		
SECTOR AGROPECUARIO	6	3%
SECTOR SERVICIOS	22	12%
SECTOR COMERCIO	159	84%
SECTOR INDUSTRIAL	2	1%
TOTAL	189	100%

Grafica 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?



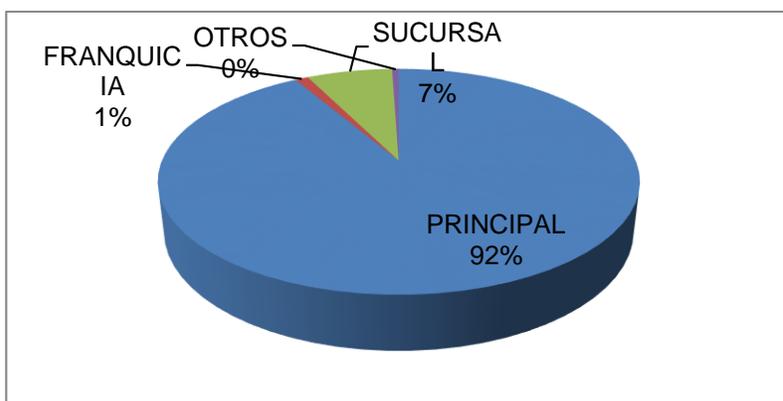
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En el municipio de Tocaima el mayor sector es el comercial con un 84% y seguido el sector de servicios en un 12%, adaptándose al mercado con nuevas tecnologías. Satisfaciendo al consumidor con sus productos y servicios con un precio cómodo. El 3% en el sector agropecuario y el 1% en el sector industrial para el total de los encuestados, con poco campo en el mercado, debido a que las microempresas están dando prioridad a las necesidades básicas, y que el municipio está en proceso de crecimiento.

Tabla 22. ¿Qué tipo de empresa representa?

19. ¿QUÉ TIPO DE EMPRESA REPRESENTA?		
PRINCIPAL	173	92%
FRANQUICIA	2	1%
SUCURSAL	13	7%
OTROS	1	
TOTAL	189	99%

Grafica 19. ¿Qué tipo de empresa representa?



Fuente: Investigadoras.

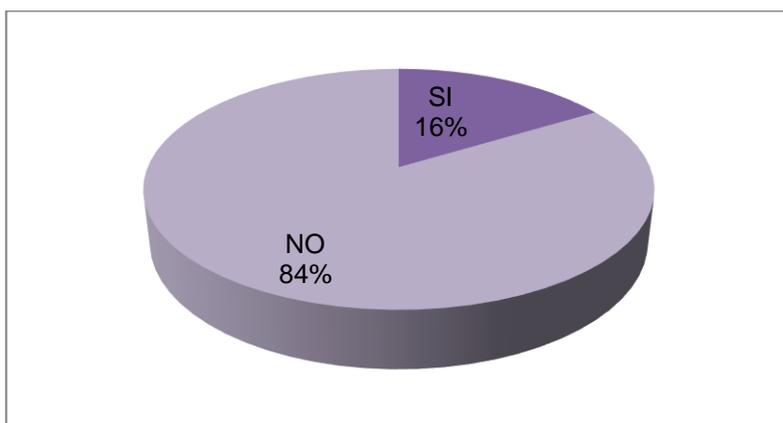
Análisis: Se puede observar que el tipo de empresa que representa un mayor porcentaje es la principal con un 92% esto se debe a que la mayoría de las Mipymes son microempresas, por lo que sus recursos no son los suficientes para instalar otro punto de venta. Ya que sus ingresos solo permiten cubrir sus necesidades básicas para mejorar su calidad de vida. Pero hay un 7% de los empresarios que han tenido un crecimiento económico permitiendo colocar otro punto de venta en el municipio de Tocaima.

Las franquicias están en un 1%, logrando beneficiarse del mercado y obteniendo una ventaja competitiva y reconocimiento.

Tabla 23. ¿El local de la empresa es propio?

20. ¿EL LOCAL DE LA EMPRESA ES PROPIO?		
SI	31	16%
NO	158	84%
TOTAL	189	100%

Gráfica 20. ¿El local de la empresa es propio?



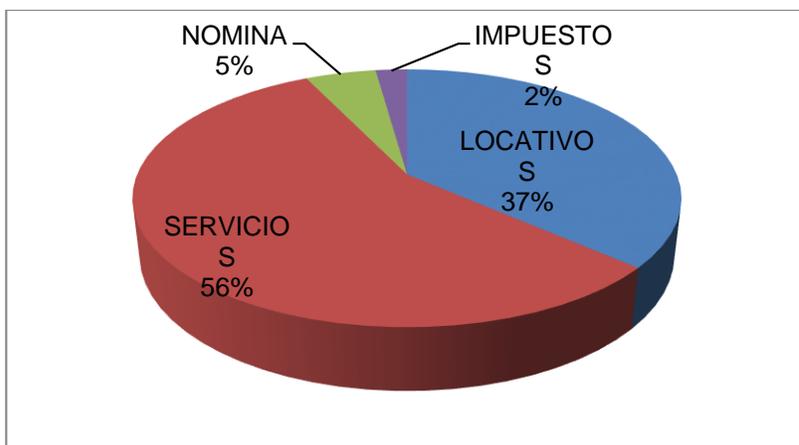
Fuente: Investigadoras

Análisis: En un 84% El local donde se encuentra en funcionamiento la actividad comercial no es propio, teniendo en cuenta que su capital no alcanza para la compra del establecimiento, prefieren dar prioridad a otros tipos de necesidades que son más importantes en su vida cotidiana. Un 16% de los propietarios tienen local propio, porque su vivienda forma parte del local, para así tener menos gastos en servicios y arriendos, lo cual les da una ventaja al estar más pendientes de su negocio y seguridad. Pero para aquellos que no tienen ni vivienda ni local propio son grandes emprendedores porque están luchando para sacar adelante su negocio y a sus familias.

Tabla 24. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?

21. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL GASTO DE LA EMPRESA?		
LOCATIVOS	66	35%
SERVICIOS	102	54%
NOMINA	9	5%
IMPUESTOS	4	2%
OTROS	8	4%
TOTAL	189	100%

Gráfica 21. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?



Fuente: Investigadoras.

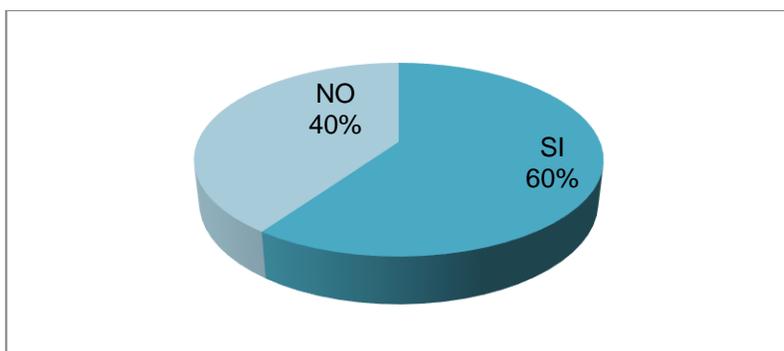
Análisis: Los mayores gastos que se generan en las Mipymes del municipio de Tocaima son los servicios en un 56% donde es el mayor índice de gastos, pero esto no se ve solo en este municipio, esta problemática es del todo país. Se observa el gasto locativo equivalente al 37%, ya que en la gráfica anterior se pudo analizar que en su mayoría no cuentan con local propio. Un 5% son nómina, las empresas manejan de 4 a 10 empleados donde uno de sus gastos es compensar su trabajo.

Los impuestos en un 2% ya que es una herramienta del estado para promover el desarrollo económico.

Tabla 25. ¿La empresa ha crecido durante el último año?

22. ¿LA EMPRESA HA CRECIDO DURANTE EL ULTIMO AÑO?		
SI	113	60%
NO	76	40%
TOTAL	189	100%

Gráfica 22. ¿La empresa ha crecido durante el último año?



Fuente: Investigadoras

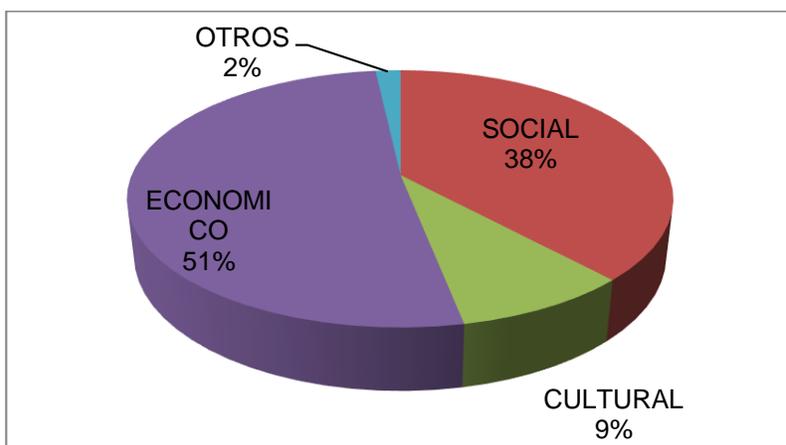
Análisis: Se puede apreciar que las empresas han tenido un crecimiento en el último año del 60%, a pesar de que no tienen implementado un plan de acción, logrando un sostenimiento en el mercado, calidad en sus productos y servicios.

Un 40% de las empresas encuestadas no han crecido durante el último año, esto se debe a la falta de implementación de estrategias, desarrollo de la necesidad, para obtener un crecimiento en sus ventas, y se limitan solo a satisfacer sus necesidades básicas.

Tabla 26. ¿Qué aspectos ha influido en el crecimiento de la empresa?

23. ¿QUÉ ASPECTOS HA INFLUIDO EN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA?		
POLITICO		0
SOCIAL	43	38%
CULTURAL	10	9%
ECONOMICO	58	51%
OTROS	2	2%
TOTAL	113	100%

Gráfica 23. ¿Qué aspectos ha influido en el crecimiento de la empresa?



Fuente: Investigadoras.

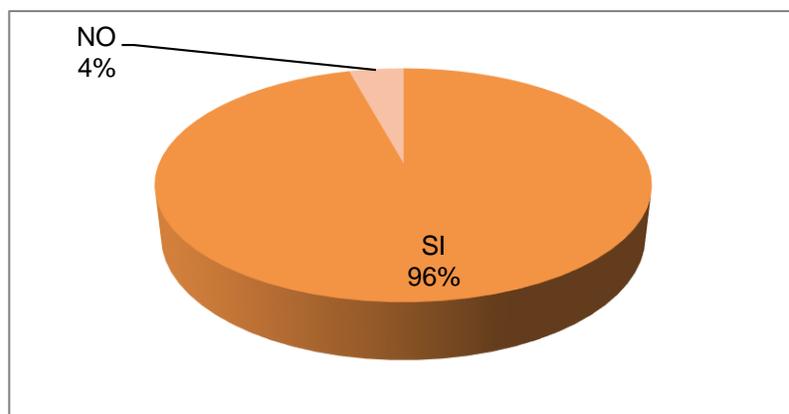
Análisis: El aspecto con mayor relevancia es el económico con un 51% debido a los diferentes indicadores que llega a la mejora de buenas condiciones económicas. Un 38% el aspecto social donde los habitantes y el turismo son participes del crecimiento de las empresas del municipio de Tocaima.

El aspecto cultural está en un 9% ello quiere decir que sus habitantes están impulsando más las artesanías de la región. Y en otros aspectos un 2% del total de los encuestados ha influido en el crecimiento de la empresa.

Tabla 27. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?

24. ¿CUMPLE LA EMPRESA CON LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS?		
SI	181	96%
NO	8	4%
TOTAL	189	100%

Gráfica 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?



Fuente: Investigadoras.

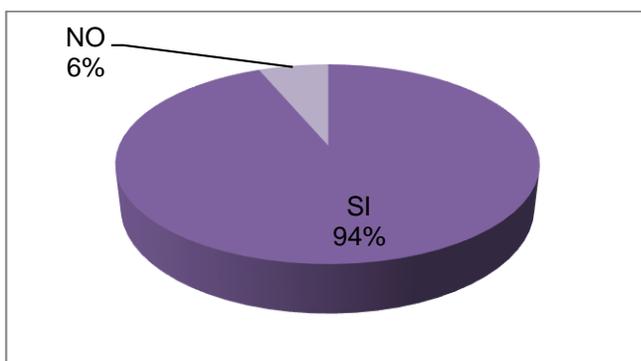
Análisis: En el municipio de Tocaima un 4% no cumple con las obligaciones tributarias, a comparación de un 96% que si la cumple. Estas obligaciones tributarias es un deber de todo ciudadano para contribuir con los gastos del estado, para mejorar el progreso. Es una ayuda para la región y el país que el estado invierta para satisfacer las necesidades contribuyendo al desarrollo.

Cuando una persona incumple con sus obligaciones tributarias, el Estado procederá a sancionarla según estipulado por la ley.

Tabla 28. ¿La empresa es rentable económicamente?

25. ¿LA EMPRESA ES RENTABLE ECONOMICAMENTE?		
SI	177	94%
NO	12	6%
TOTAL	189	100%

Gráfica 25. ¿La empresa es rentable económicamente?



Fuente: Investigadoras.

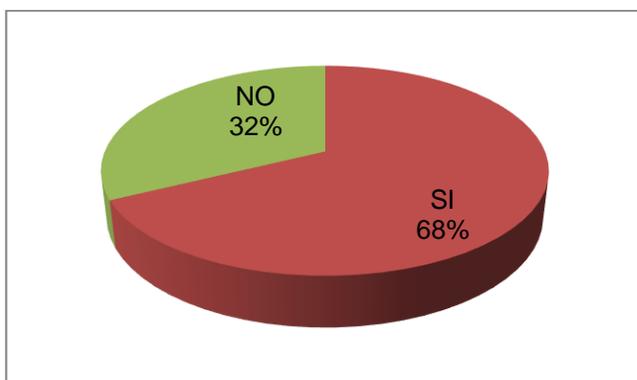
Análisis: En el municipio de Tocaima un 94% de las Mipymes encuestadas, son rentables ya que se compara sus ingresos con sus egresos. Una empresa con una medición precisa de la rentabilidad, es cuando se obtiene la relación entre utilidades o beneficio obtenido y la inversión o los recursos utilizados para generarlos.

Todo emprendedor tiene una gran responsabilidad y es lograr que su negocio sea rentable y asegurar su supervivencia, obteniéndose por evaluar los objetivos y los resultados día a día, cumpliendo con la meta propuesta. En un 6% se encuentran las que no son rentables pero conociendo sus puntos débiles se puede mejorar, motivando al liderazgo y tener la visión clara.

Tabla 29. ¿Llevan contabilidad la empresa?

26. ¿LLEVAN CONTABILIDAD LA EMPRESA?		
SI	128	68%
NO	61	32%
TOTAL	189	100%

Grafica 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?



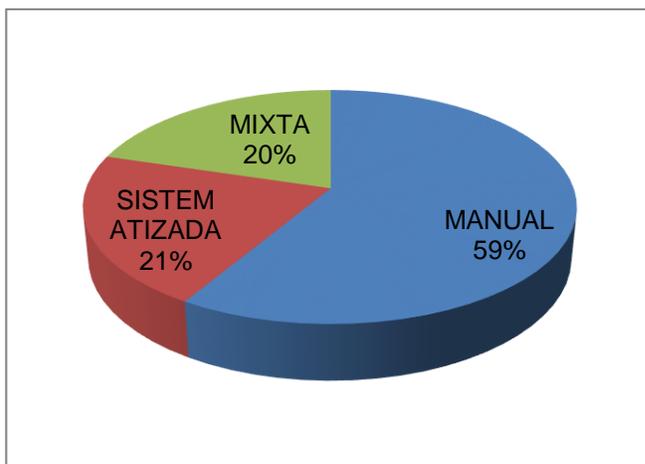
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Como podemos observar en la gráfica 26 el 68% de las Mipymes del municipio de Tocaima llevan contabilidad y el 32% no, lo que nos demuestra que la mayoría de los comerciantes tiene claro su capital, costos, gastos, ingresos y utilidades y así tener conocimiento de cómo va su negocio. El 32% de los comerciantes no llevan la contabilidad de sus negocios y debido a esto pueden desaparecer por su falta de organización.

Tabla 30. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?

27. QUE TIPO DE CONTABILIDAD LLEVAN?		
MANUAL	75	59%
SISTEMATIZADA	27	21%
MIXTA	26	20%
TOTAL	128	100%

Grafica 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?



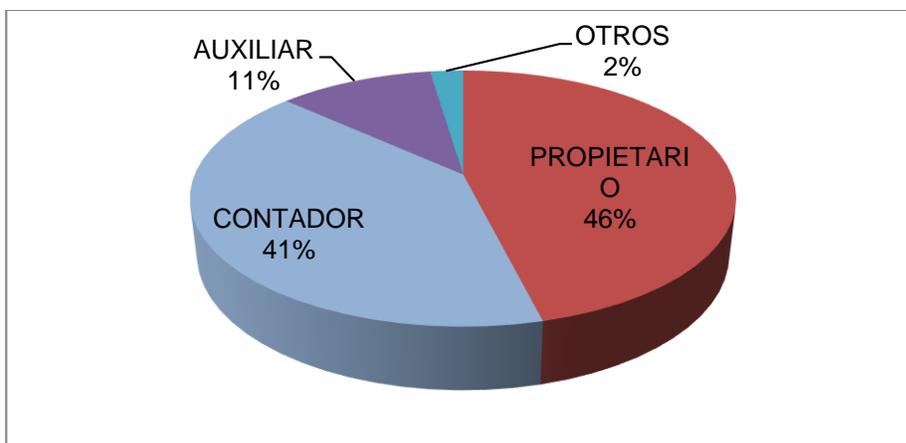
Fuente: Investigadoras.

Análisis: De acuerdo a la gráfica 27 el 59% de la contabilidad en sus negocios es manual, el 21% de la población comerciante llevan la contabilidad sistematizada debido a que estas manejan un volumen más alto en sus mercancías y así tener un mayor control en sus finanzas y por último el 20% llevan la contabilidad mixta.

Tabla 31. ¿Quién lleva la contabilidad?

28. ¿QUIÉN LLEVA LA CONTABIIDAD?		
PROPIETARIO	59	46%
CONTADOR	52	41%
AUXILIAR	14	11%
OTROS	3	2%
TOTAL	128	100%

Grafica 28. ¿Quién lleva la contabilidad?



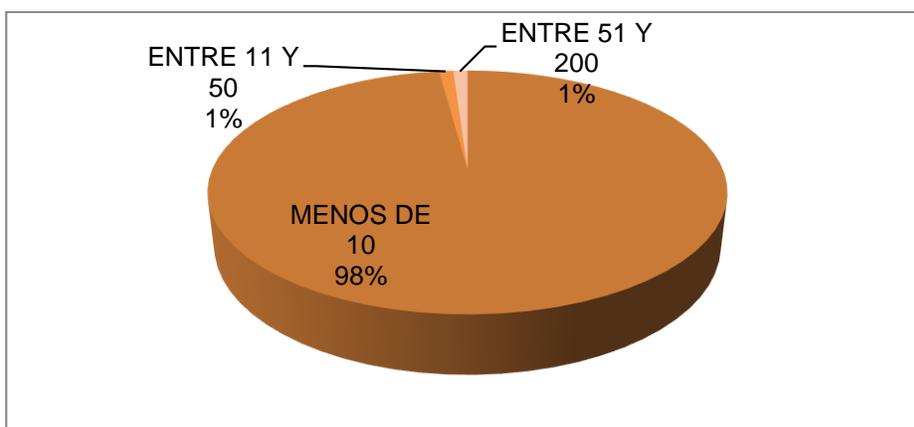
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Cómo podemos apreciar, en la pregunta anterior con un 46% de las Mipymes en Tocaima, los propietarios prefieren hacerse cargo de su contabilidad. El 41% acude a un contador ya que estos son los más idóneos para manejar tales temas en cuanto a asesorías y guía. El auxiliar hace parte del 11% y el 2% optan por otros.

Tabla 32. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?

29. ¿CUANTOS COLABORADORES TIENE LA EMRESA?		
MENOS DE 10	185	98%
ENTRE 11 Y 50	2	1%
ENTRE 51 Y 200	2	1%
TOTAL	189	100%

Grafica 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?



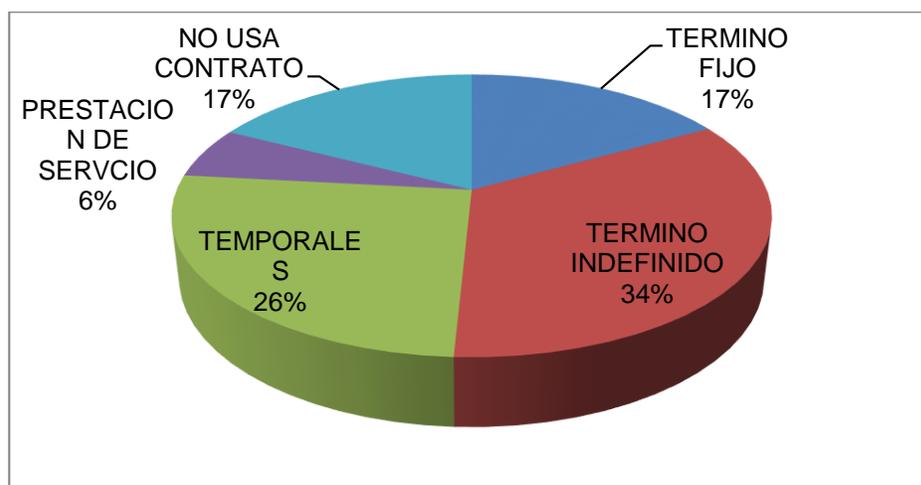
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En el municipio de Tocaima el 98% maneja menos de 10 colaboradores debido a la baja demanda que tienen la mayoría de las Mipymes en Tocaima y en muchos de los casos son atendidos por sus propietarios, también se observa que se encuentra en un 1% quienes manejan entre 11 y 50 colaboradores.

Tabla 33. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?

30. ¿QUÉ TIPO DE VINCULACION TIENEN A LOS COLABORADORES?		
TERMINO FIJO	32	17%
TERMINO INDEFINIDO	64	34%
TEMPORALES	49	26%
PRESTACION DE SERVICIO	11	6%
NO USA CONTRATO	33	17%
TOTAL	189	100%

Grafica 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?



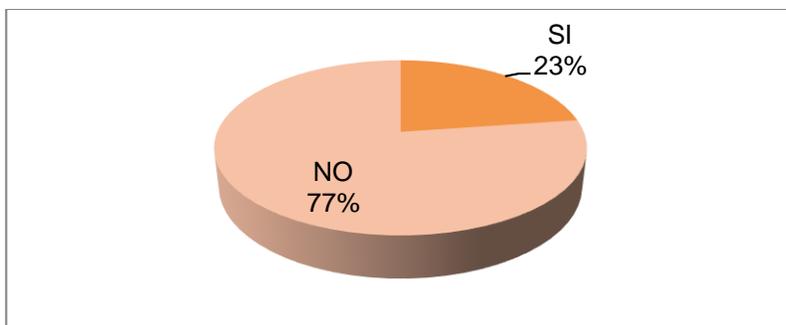
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Así como podemos observar en la gráfica 29, las Mipymes en su gran mayoría no tienen más de 10 colaboradores por lo tanto el 34% de los contratos son a término indefinido o por temporadas que es cuando hay mayor ingresos, el 17% esta termino fijo, el 26% a temporales, el 17% no usan contrato y el 6% está como prestación de servicios.

Tabla 34. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?

31. ¿PAGAN SEGURIDAD SOCIAL A LOS COLABORADORES?		
SI	43	23%
NO	146	77%
TOTAL	189	100%

Grafica 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?



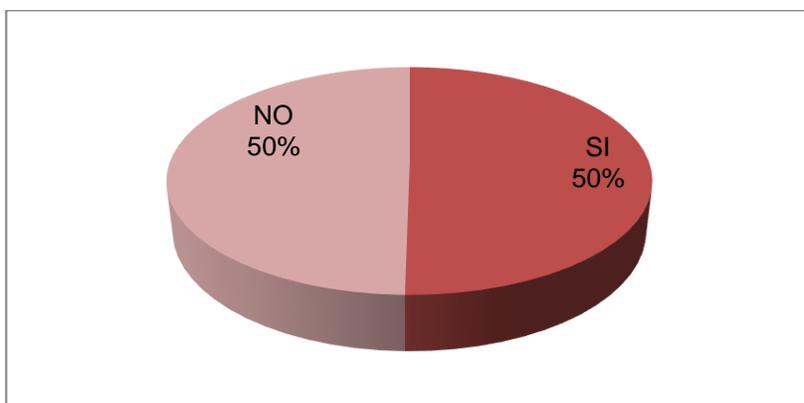
Fuente: Investigadoras.

Análisis: A su vez, como podemos apreciar en la gráfica 30 al no poseer contrato y manejar tan poco personal se refleja en la gráfica 31 que el 77% no les pagan seguridad social, observando que la gran cantidad de la población se encuentran afiliados al SISBEN y no desean ser desafiliados debido a la inestabilidad de sus empleos. El 23% que pertenece a los que manejan algún tipo de contrato y les es reconocido dicho derecho.

Tabla 35. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?

32. ¿BRINDAN BENEFICIOS SALARIALES A LOS COLABORADORES?		
SI	95	50%
NO	94	50%
TOTAL	189	100%

Gráfica 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?



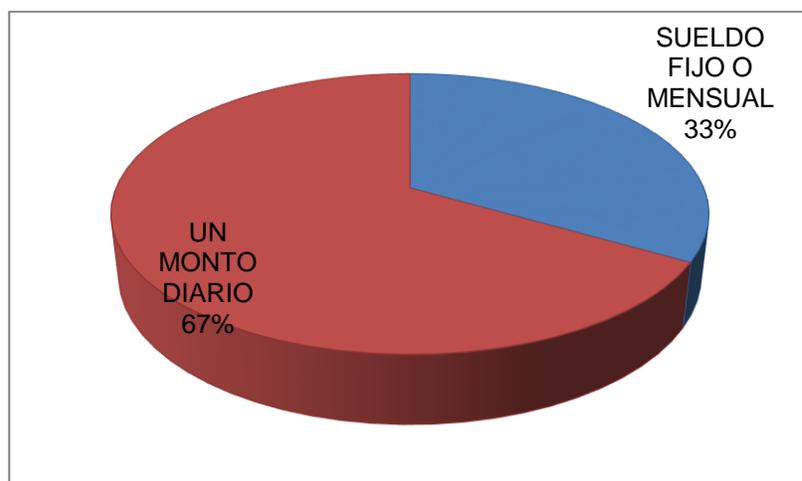
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la gráfica 32 de este estudio revela que el 50% de las Mipymes no cuentan con beneficios salariales ello demuestra que los colaboradores no cuentan con este incentivo, como también el 50% restante si cuenta con dicho beneficio. Con base en esto el porcentaje de quienes no brindan este apoyo son muy altos y los empleos en la población se tornan intermitentes.

Tabla 36. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?

33. ¿QUÉ MECANISMO UTILIZAN PARA ASIGNAR LOS INGRESOS MENSUALES?		
SUELDO FIJO O MENSUAL	45	24%
UN MONTO DIARIO	90	48%
SUELDO SEGÚN LAS NECESIDADES	11	6%
PORCENTAJE DIARIO	23	
OTROS	20	11%
TOTAL	189	100%

Grafica 33. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?



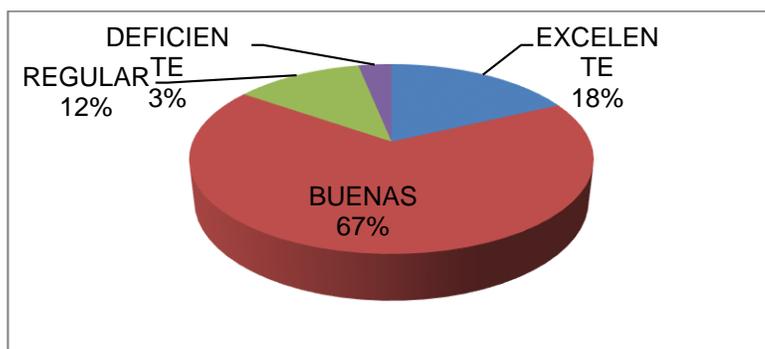
Fuente: Investigadoras.

Análisis: los mecanismos para asignar los ingresos son de un 48% monto diario por un 24% a sueldo fijo mensual ya que los empleos son intermitentes y ocasionales, de un 6% según las necesidades y un 11% en otros. Este porcentaje tan bajo se debe a que la mayoría del comercio va dirigido al turismo y este solo se ve reflejado en días festivos por lo tanto no es factible tener una persona de tiempo completo.

Tabla 37. ¿Las condiciones ambientales laborales son?

34. ¿LAS CONDICIONES AMBIENTALES LABORALES SON?		
EXCELENTE	34	18%
BUENAS	126	67%
REGULAR	23	
DEFICIENTE	6	
TOTAL	189	85%

Grafica 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?



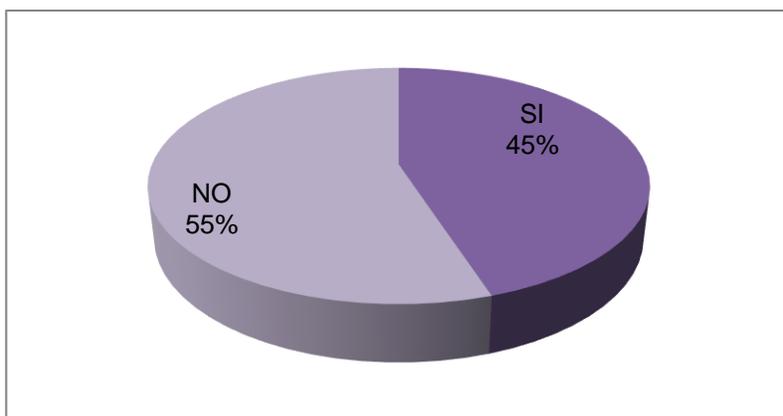
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En el municipio de Tocaima se puede verificar que el ambiente laboral consta de un 67% buenas ya que la mayoría de la población labora con amigos familiares o vecinos, el 18 % afirma son excelentes, el 12% lo considera regular y por último el 3% dice ser deficiente.

Tabla 38. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?

35. ¿BRINDAN CAPACITACIONES A LOS COLABORADORES?		
SI	85	45%
NO	104	55%
TOTAL	189	100%

Grafica 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?



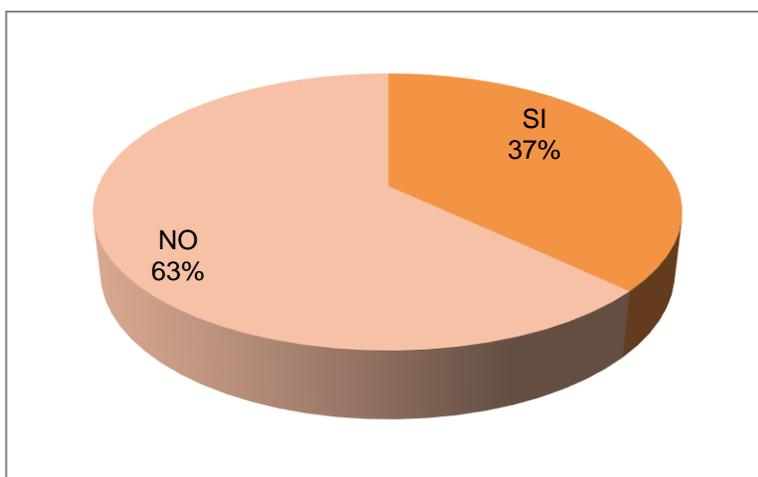
Fuente: Investigadoras.

Análisis: De acuerdo a la gráfica 35 el 55% de las Mipymes no consideran necesario capacitar a sus colaboradores ya que se maneja todo el tema turístico y así mismo la labor es intermitente, el 45% que manejan algún tipo de contrato consideran tener al día a sus colaboradores para no prescindir de sus servicios y generar un bienestar tanto a nivel interno como externo de sus negocios.

Tabla 39. ¿Tiene base de datos de proveedores?

36. ¿TIENEN BASE DE DATOS DE PROVEEDORES?		
SI	70	37%
NO	119	63%
TOTAL	189	100%

Grafica 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?



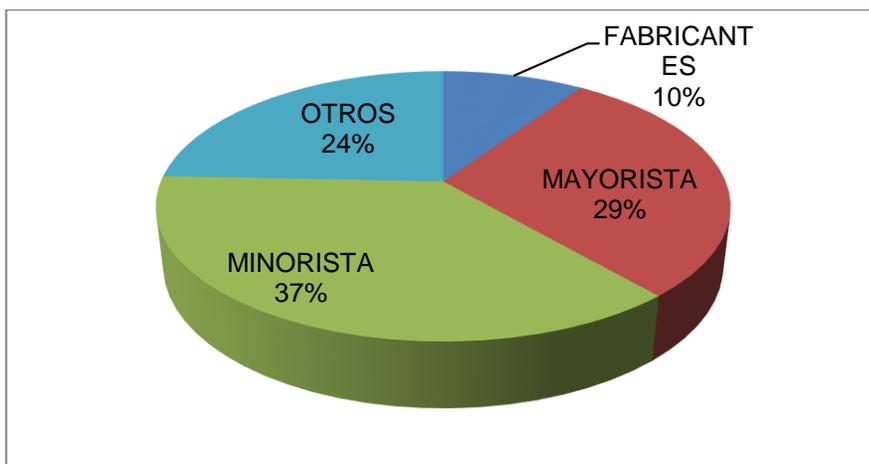
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Se puede observar que el 63% de los comerciantes no manejan base de datos de los proveedores ya que la mayoría de su surtido es comprado al granel o en ofertas para tener mayor ganancia o en su defecto manejan esto con conocidos o amigos y no consideran manejar base de datos, el 37% que manejan el sistema un poco más avanzado en cuanto a su contabilidad y base de datos consideran que es primordial manejar toda la información de manera clara y concisa.

Tabla 40. Los proveedores son

37. ¿LOS PROVEEDORES SON?		
FABRICANTES	18	10%
MAYORISTA	55	29%
MINORISTA	70	37%
CADENAS		
OTROS	46	24%
TOTAL	189	100%

Grafica 37. Los proveedores son



Fuente: Investigadoras.

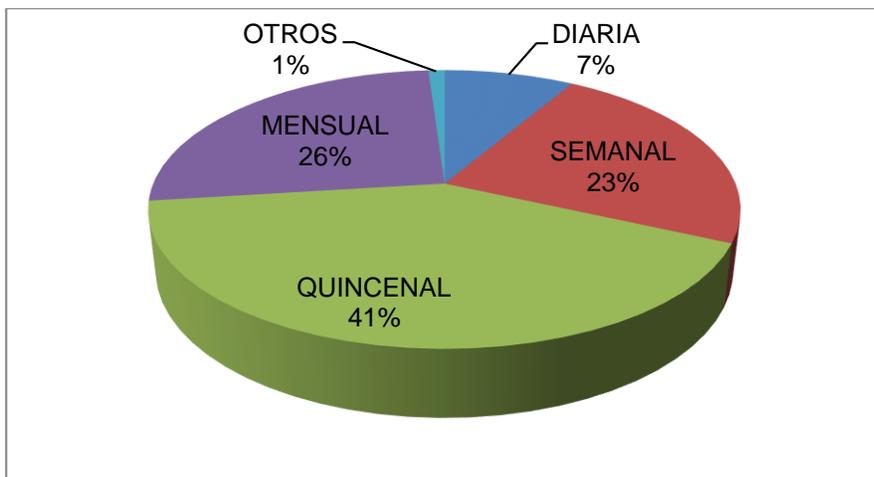
Análisis: En el municipio de Tocaima como lo podemos observar en la gráfica 37 predominan los proveedores minoristas con un 37%, seguido por los mayoristas en algunos de los productos con un 29%, la opción otros cuenta con un 24% de la población comercial y por último los fabricantes con una actividad del 10%.

Esta actividad se debe a que predominan las tiendas de barrio y su flujo de ventas no es alto.

Tabla 41. La frecuencia de los pedidos es

38. LA FRECUENCIAS DE LOS PEDIDOS ES		
DIARIA	16	8%
SEMANTAL	44	23%
QUINCENAL	78	41%
MENSUAL	49	26%
OTROS	2	1%
TOTAL	189	100%

Grafica 38. La frecuencia de los pedidos es



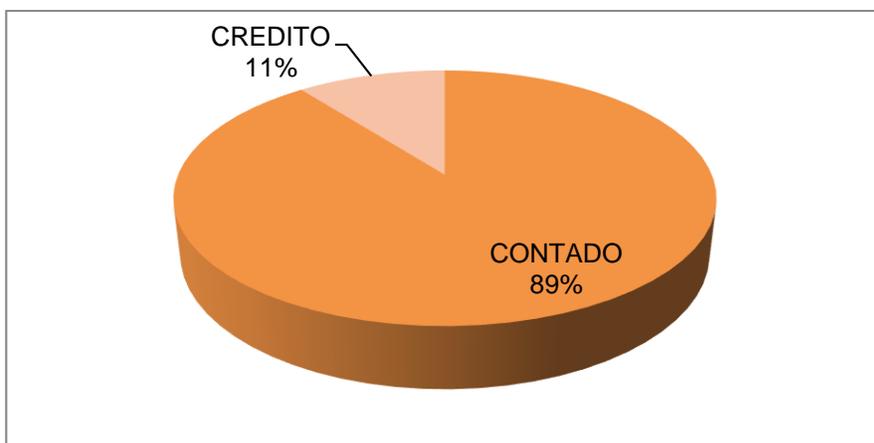
Fuente: Investigadoras.

Análisis: La frecuencia de pedidos de las Mipymes se presenta quincenal con un 41% ya que prefieren que su mercancía este en constante movimiento y no se quede estancada tanto tiempo, seguido por un 26% quienes lo realizan mensualmente con un poco de diferencia la opción semanal tiene un 23%, seguido por un 8% diario y el 1% otros.

Tabla 42. La forma de pago de las compras es

39. LA FORMA DE PAGO DE LAS COMPRAS ES		
CONTADO	169	89%
CREDITO	20	11%
TOTAL	189	100%

Grafica 39. La forma de pago de las compras es



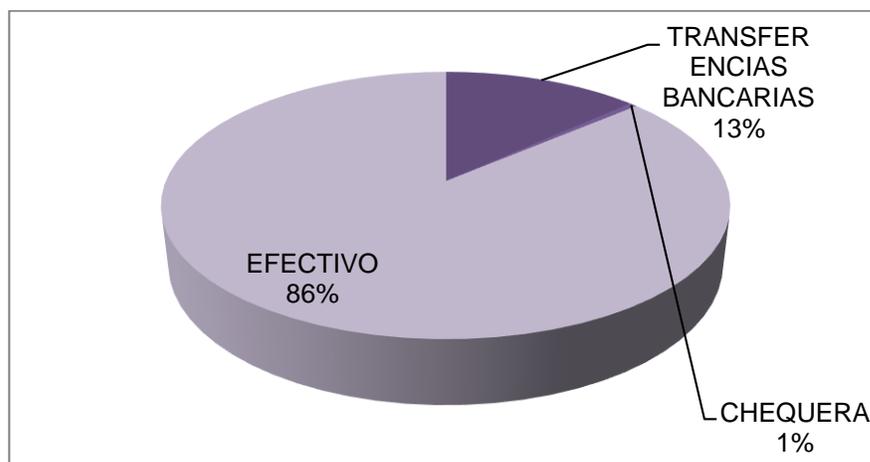
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Analizando la gráfica anterior el 89% de las Mipymes en Tocaima prefieren pagar de contado ya que su capacidad de endeudamiento es muy baja, otro de los factores es el hecho de no contar con variedad de entidades financieras en el municipio por lo tanto el 11% de la población maneja crédito.

Tabla 43. El producto financiero más usado en las compras es

40. EL PRODUCTO FINANCIERO MÁS USADO EN LAS COMPRAS ES		
TRANSFERENCIAS BANCARIAS	25	13%
CHEQUERA	1	
TARJETAS		
EFFECTIVO	163	86%
TOTAL	189	100%

Grafica 40. El producto financiero más usado en las compras es



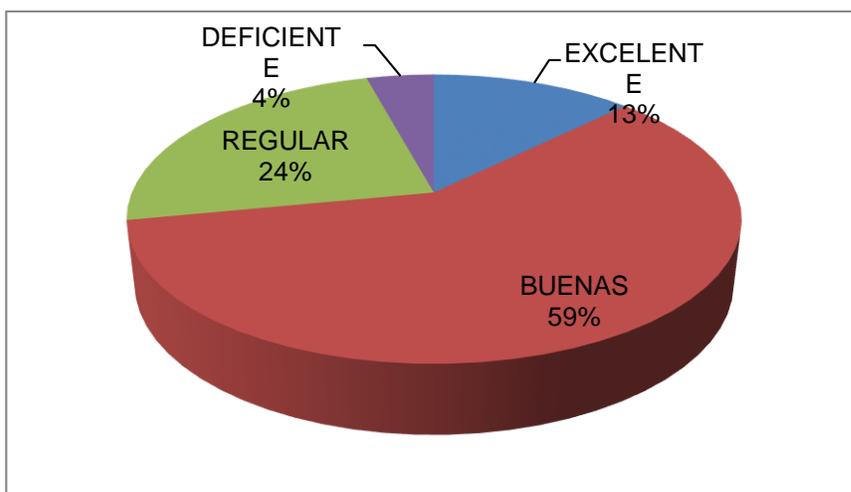
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Como se observaba en la gráfica 39 el producto financiero más usado es el efectivo con un 86% de dominio en el mercado a nivel Mipymes en Tocaima, ellos consideran que manejar productos bancarios les va a generar sobre costos e intereses, seguido por las transferencias bancarias con un 13%.

Tabla 44. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento

41. LA EMPRESA CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO		
EXCELENTE	24	13%
BUENAS	112	59%
REGULAR	45	24%
DEFICIENTE	8	4%
TOTAL	189	100%

Gráfica 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento



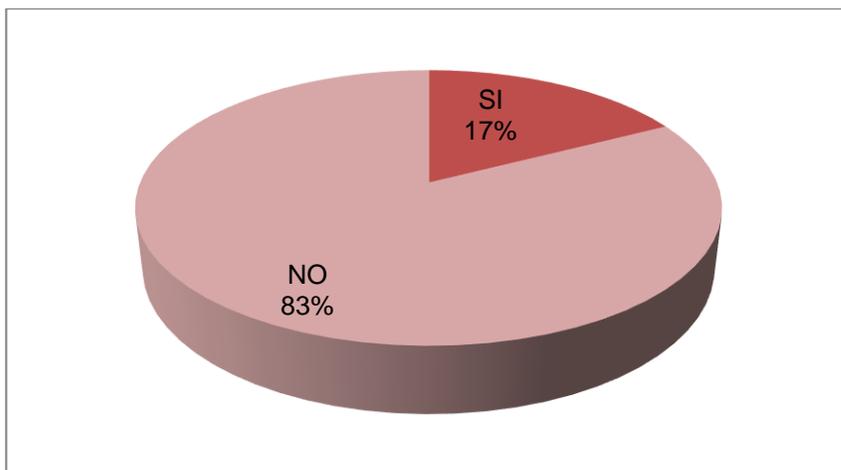
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la gráfica 41 revela que el 59% cuentan con una buena capacidad de endeudamiento, regular 24%, alta vida crediticia medida en un 13% y por último quienes poseen una deficiente vida crediticia dada en 4%.

Tabla 45. Tiene base de datos de los clientes

42. TIENEN BASE DE DATOS DE CLIENTES		
SI	33	17%
NO	156	83%
TOTAL	189	100%

Grafica 42. Tiene base de datos de los clientes



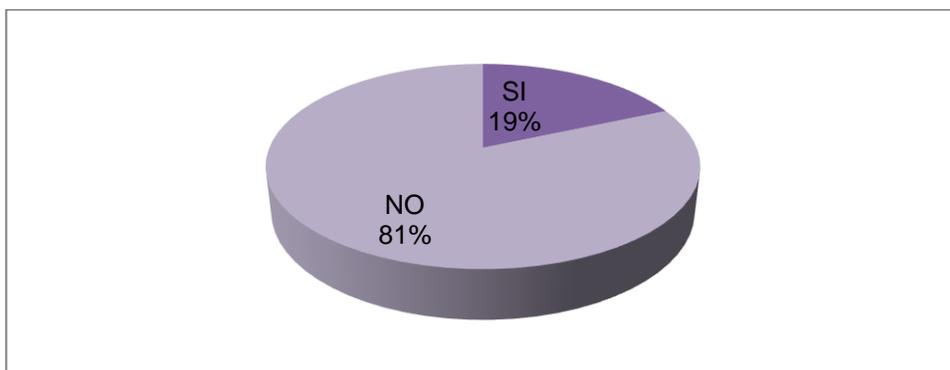
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Como se puede observar en la gráfica 42 el 83% de los comerciantes no consideran necesario tener base de datos de sus clientes, ello puede considerarse como una debilidad que tienen ante quienes si conservan los datos de los clientes, reflejado en un 17% y estos a su vez fortalecen la relación con sus clientes y generan credibilidad, confianza y compromiso.

Tabla 46. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?

43. ¿MANEJAN ALGUN TIPO DE MERCADEO?		
SI	35	19%
NO	154	81%
TOTAL	189	100%

Grafica 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?



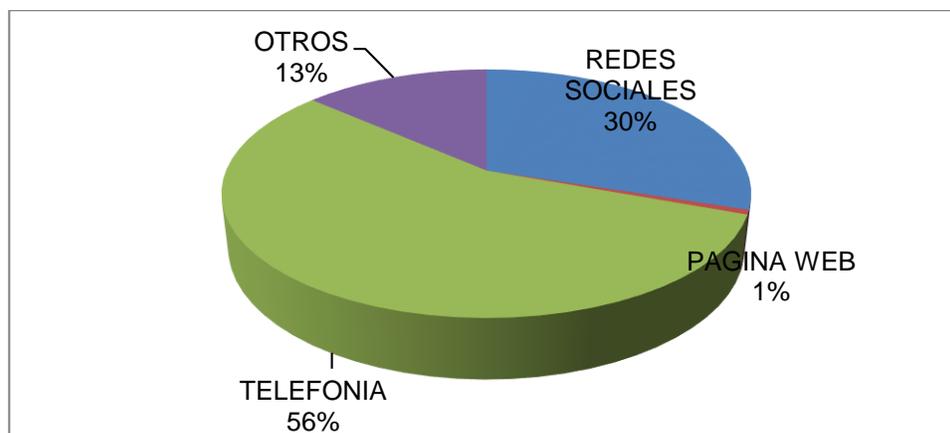
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En esta gráfica notablemente se encuentra con el 81% de la Mipymes no realiza mercadeo esto se debe a su reducida población ya que la mayoría se promueven con el voz a voz, solo el 19% consideran necesario promover sus negocios no solo en el municipio sino también a sus alrededores para así tener mayor productividad explotando sus recursos al máximo.

Tabla 47. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?

44. ¿QUÉ MECANISMO ES EL MÁS UTILIZADO PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES?		
CORREO ELECTRONICO	19	10%
REDES SOCIALES	51	27%
PAGINA WEB	1	1%
TELEFONIA	95	50%
OTROS	23	12%
TOTAL	189	100%

Gráfica 44. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?



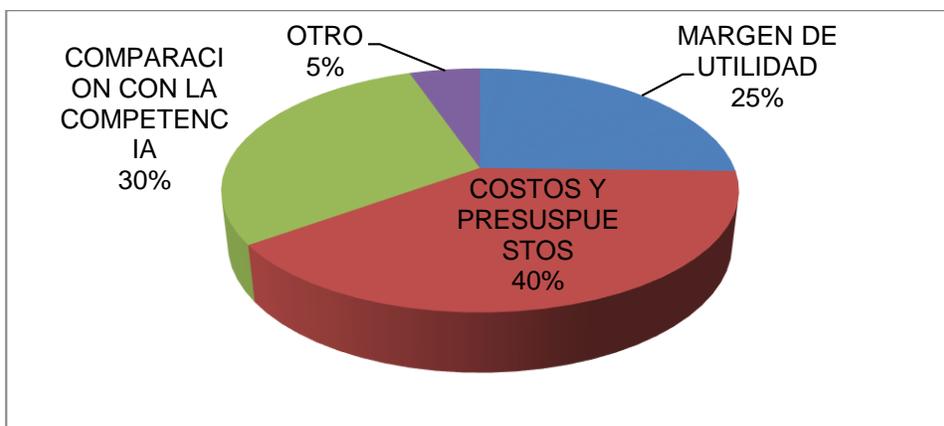
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En el municipio de Tocaima como se verifica en la gráfica 44 que el 56% de la población utilizan el teléfono como mayor mecanismo de comunicación con sus clientes, seguido por el 27% que son las redes sociales, la opción otros tiene un 12%, seguido por el correo electrónico con un 10% y por ultimo solo el 1% cuenta con página web.

Tabla 48. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público?

45.¿QUE MECANISMOS UTILIZAN PARA DETERMINAR LOS PRECIOS DE VENTA AL PUBLICO		
MARGEN DE UTILIDAD	48	25%
COSTOS Y PRESUPUESTOS	75	40%
COMPARACION CON LA COMPETENCIA	56	30%
OTRO	10	5%
TOTAL	189	100%

Gráfica 45. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público?



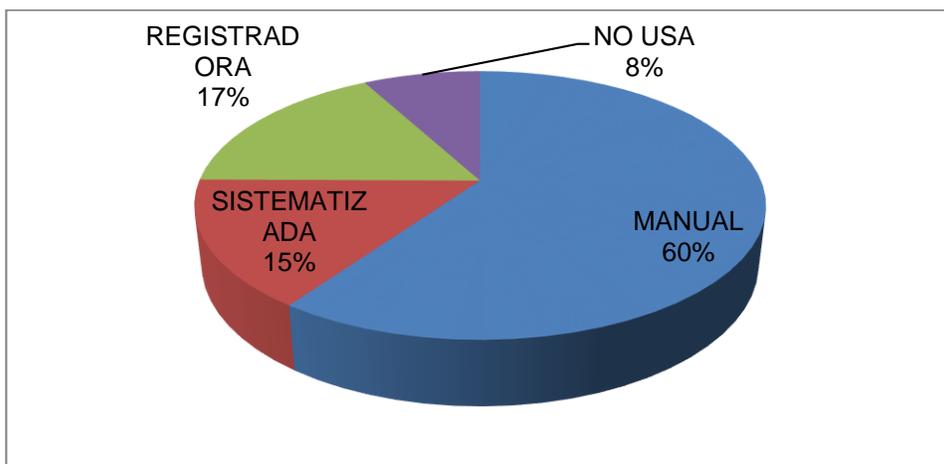
Fuente: Investigadoras.

Análisis: El mecanismo más utilizado por las Mipymes son los costos y presupuesto con un 40% y así determinar su precio de venta al público, seguido de la comparación a la competencia equivalente al 30% considerado muy alto ya que esto puede generar malestar a los clientes y llegar a perderlos, la opción margen de utilidad se encuentra en un 25% y por último otro cuenta con un 5%.

Tabla 49. ¿Qué sistema de facturación utilizan?

46. ¿QUÉ SISTEMA DE FACTURACION UTILIZAN?		
MANUAL	113	60%
SISTEMATIZADA	29	15%
REGISTRADORA	32	17%
NO USA	15	8%
TOTAL	189	100%

Grafica 46. ¿Qué sistema de facturación utiliza?



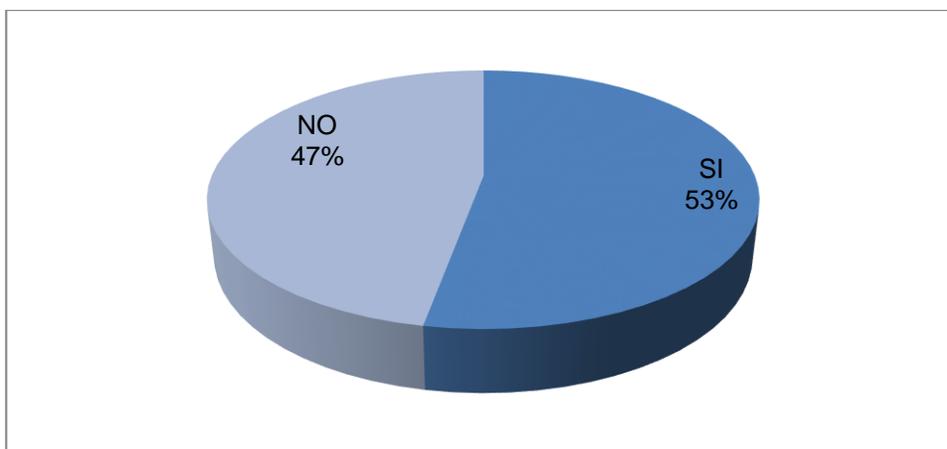
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la gráfica 46 se observa que el 60% de la población comercial opta por utilizar una facturación manual, el 17% prefieren llevarla con registradora seguido por el 15% tienen facturación sistematizada porque en alguno de los casos se maneja gran volumen de clientes y esto agiliza el servicio y por último el 8% no usan ningún sistema de facturación.

Tabla 50. ¿Lleva control de inventarios?

47. ¿LLEVAN CONTROL DE INVENTARIOS?		
SI	100	53%
NO	89	47%
TOTAL	189	100%

Grafica 47. ¿Lleva control de inventarios?



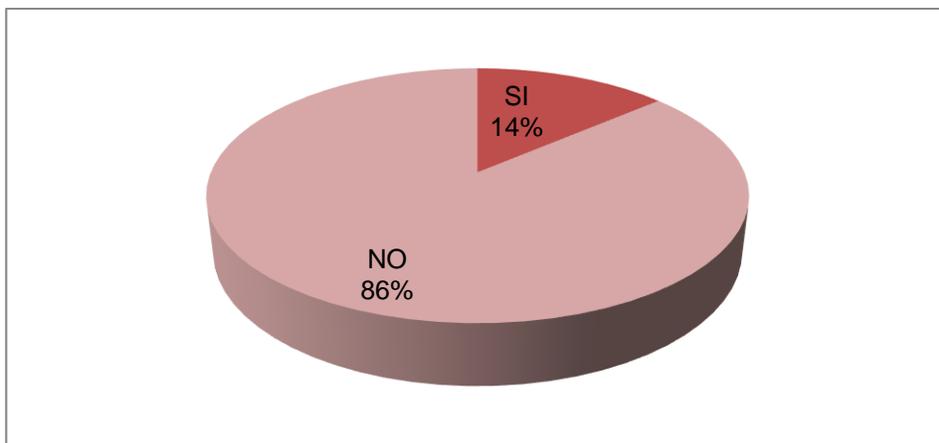
Fuente: Investigadoras.

Análisis: Representado en la gráfica 47 el 53% de las Mipymes llevan control de sus inventarios, a un que la mayoría lleva control de sus inventarios el 47% no lo hacen no tiene en cuenta la importancia de dicho proceso y no toman en serio estos procesos que pueden mejorar la productividad de sus negocios.

Tabla 51. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?

48. ¿HAN RECIBIDO RECIENTEMENTE CAPACITACIONES PARA ACTUALIZAR Y DESARROLLAR HABILIDADES EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS, LEGALES, COMERCIALES Y/O OPERACIONALES?		
SI	26	14%
NO	163	86%
TOTAL	189	100%

Gráfica 48. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?



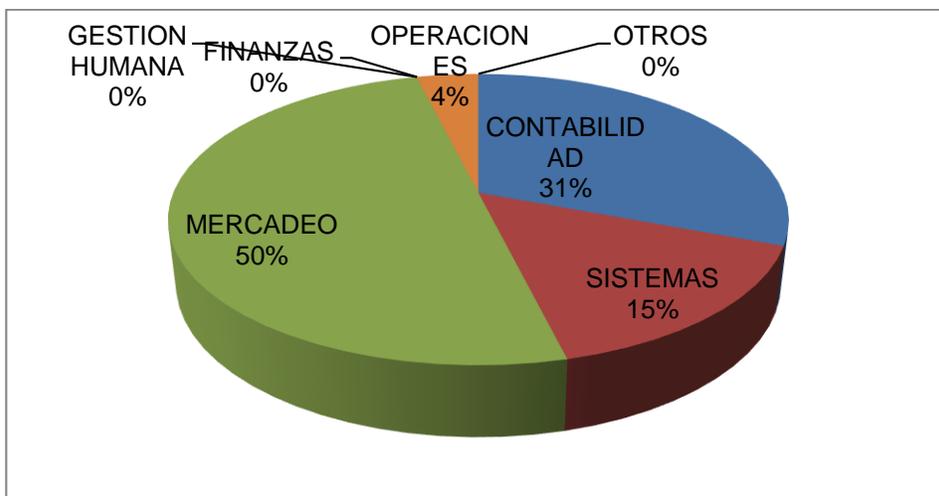
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la gráfica 48 es notable la ausencia de la cámara de comercio y de las entidades gubernamentales en el municipio de Tocaima, con un 86% de comerciantes que no han recibido ningún tipo de capacitación y un 14% que si la han recibido. Acá se puede observar la falta de información con la que cuenta el municipio.

Tabla 52. ¿En qué área?

49. ¿EN QUE AREA?		
CONTABILIDAD	8	31%
SISTEMAS	4	15%
MERCADEO	13	50%
GESTION HUMANA	0	0%
FINANZAS	0	0%
OPERACIONES	1	4%
OTROS	0	0%
TOTAL	26	100%

Gráfica 49. ¿En qué área?



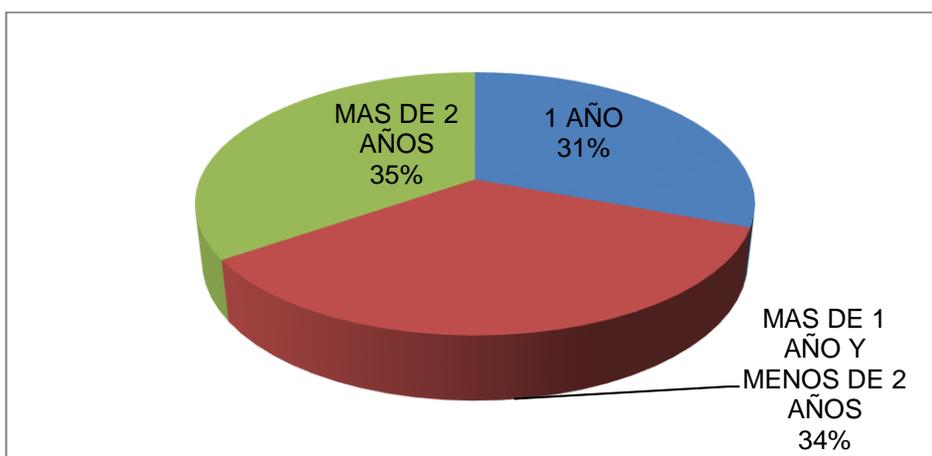
Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la tabla 49 se puede identificar qué tipo de capacitación ha recibido la población liderando el mercadeo con un 50%, el 31% en contabilidad, el 15% en sistemas y por último el 4% en operaciones. Esto es dentro del 14% de la población de la gráfica 48 que si han recibido capacitación.

Tabla 53. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?

50. ¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE RECIBIERON CAPACITACIONES?		
1 AÑO	8	31%
MAS DE 1 AÑO Y MENOS DE 2 AÑOS	9	35%
MAS DE 2 AÑOS	9	35%
TOTAL	26	100%

Gráfica 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?



Fuente: Investigadoras.

Análisis: En la gráfica 50 se identifica que la población capacitada tiene el 35% con más de dos años que no reciben ningún tipo de capacitación, lo mismo la opción más de un año y menos equivalente al 35% y por último el 31% a un año. La vulnerabilidad, y propensos a cometer errores monumentales a los que se encuentran expuestos los comerciantes Tocaimunos por falta de información.

8.1.2 Cuadro de Hallazgos

CUADRO DE HALLAZGOS	
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Se obtuvo como resultado, que el 53% de los empresarios tienen una formación secundaria, el cual nos permite observar que no cuentan con un cocimiento más técnico, para el buen funcionamiento de su empresa.
GÉNERO, ESTADO CIVIL	Se puede observar que el 55% de los propietarios y colaboradores encuestados son de género femenino, se aprecia una participación significativa por parte de las mujeres, aun así los hombres tienen una presencia no muy indiferente, siendo ellos importantes para el desempeño en el ámbito laboral. En cuanto al estado civil la mayoría de los encuestados son casados.
NÚCLEO FAMILIAR	Al analizar el núcleo familiar, como resultado se obtuvo la conformación del 38%, por tres personas como variable significativa, compuesto por esposo(a) dos hijos; de las cuáles las personas mayor de edad por cada familia son dos, las cuales trabajan.
PRINCIPAL USO DE INGRESOS	De acuerdo con los resultados, el 58% de los hogares pertenecen al estrato 2, no cuentan con vivienda propia y el principal uso de sus ingresos es para recreación.
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	Todas las empresas encuestadas están legalmente constituidas, cuentan con cinco o más años de funcionamiento.
CAPITAL DE	El 83% de las empresas contaron con un capital de

INVERSIÓN Y TIPO DE REPRESENTACIÓN	inversión suficiente al iniciar con el desarrollo de la actividad económica, pero se puede observar que actualmente el capital de la empresa es menor de 100.000.000 millones de pesos. Y su representación legal es individual.
SÉCTOR Y TIPO DE EMPRESA	El 84% de las empresas pertenecen al sector comercial, con una representación significativa del 12% perteneciente al sector de servicios, el 92% de las empresas es principal.
PRINCIPAL GASTO DE LAS EMPRESAS	Se puede analizar, que el 84% de las Mipymes no cuentan con un local propio, los servicios es su principal gasto, seguido el arriendo.
CRECIMIENTO DE LA EMPRESA Y ASPECTOS INFLUYENTES	Según los resultados las Mipymes han crecido durante el último año, en el aspecto social y económico, el turismo influye significativamente para el consumo masivo.
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA	Todas las Mipymes encuestadas cumplen con sus obligaciones tributarias, y tienen una percepción de ser rentables frente al mercado cambiante.
CONTABILIDAD DE LA EMPRESAS	El 68% de las Mipymes, llevan contabilidad, de tipo manual, siendo responsable el propietario, seguido el contador.
COLABORADORES DE LA EMPRESAS	98% de las Mipymes están conformadas por menos de 10 Colaboradores, no usan contrato Y el tipo de vinculación es temporal, no pagan seguridad social, y el 55% de las

	Mipymes encuestadas no brindan capacitación a los colaboradores.
MECANISMOS PARA ASIGNAR SALARIO Y BENEFICIOS	Se puede observar que el 50% de las Mipymes no brindan beneficios salariales a los colaboradores, el método para asignar el salario es un monto diario y porcentaje diario de ventas.
CONDICIONES AMBIENTALES	El 67% de las Mipymes cuentan con buenas condiciones ambientales para laborar.
BASE DE DATOS DE PROVEEDORES Y FRECUENCIA DE PEDIDOS	El 63% de las Mipymes no cuentan con una base de datos de proveedores, los cuales son minoristas y la frecuencia de los pedidos es quincenal con un 41%, su forma de pago es de contado.
PRODUCTO FINANCIERO DE COMPRAS Y CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO	En 86% de las Mipymes el producto financiero más usado para las compras es el efectivo, además de contar con buena capacidad de endeudamiento.
BASE DE DATOS DE CLIENTES	Se puede analizar que el 83% de las Mipymes no cuentan con una base de datos de clientes.
ACTIVIDAD DE MERCADEO Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	A pesar de las Mipymes considerarse rentables no implementan ninguna actividad de mercadeo o publicidad, el mecanismo más usado para comunicarse con los clientes es a través de teléfono celular, y el precio de venta al público lo determinan por costos y

	presupuestos.
CONTROL DE INVENTARIOS Y SISTEMA DE FACTURACIÓN	El sistema de facturación más utilizado en las Mipymes es manual, y el 47% no lleva control de inventarios.
CAPACITACIONES REALIZADAS EN LA EMPRESAS	Se puede observar que las Mipymes no han realizado capacitaciones en procesos administrativos, pero él 50% lo han realizado en el área de mercadeo.

Fuente: investigadoras

9. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES

9.1 MATRIZ DOFA

TIPO DE METODO APLICADO

Método morfológico

El “Análisis Morfológico” es un método analítico-combinatorio creado en 1969 por Fritz Zwicky, astrónomo de California Institute of Technology (Caltech).

Su objetivo es resolver problemas mediante el análisis de las partes que lo componen. Se basa en la concepción que cualquier objeto de nuestro pensamiento, está compuesto o integrado por un cierto número de elementos y en la consideración que estos tienen identidad propia y pueden ser aislados. Por tanto, parte de una lista de atributos para generar nuevas posibilidades, los atributos pueden referirse a partes físicas, procesos, funciones, aspectos estéticos, entre otros. Es conveniente seleccionar los atributos relevantes.

Dentro de este orden de ideas, al análisis morfológico le concierne el desarrollo de aplicaciones prácticas, que nos permiten descubrir y analizar lo estructural o interrelaciones morfológicas entre fenómenos, objetos o conceptos, para así usar los resultados obtenidos en la construcción de nuevos sistemas.

El análisis morfológico es un método analítico-combinatorio que explora de manera sistemática los futuros posibles a partir del estudio de todas las combinaciones resultantes de la descomposición de un sistema. Porque consiste en descomponerlo en subsistemas o partes más importantes. La decisión de qué partes estudiar es quizás la más importante, ya que demasiadas piezas hacen difícil la integración global del sistema o la visión del conjunto. Además, permite explorar la estructura y funciones de un sistema u organización, y facilita el proceso de creación de nuevos procedimientos y productos.

⁸ Planificación General – Método Morfológico –Junio 10 de 2010.

Tabla 54. Análisis de la Matriz D.O.F.A

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Deficiente manejo de la Tecnología. ° Falta de innovación. ° No manejan estrategias de mercadeo. ° Planificación estratégica inexistente ° Poco Interés por el mejoramiento y crecimiento de las MIPYMES. ° No se hace uso efectivo de internet. <p>Baja iniciativa empresarial.</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Calidad y garantía de los productos. ° Se cuenta con buenas relaciones con proveedores ° Capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos. ° Turismo de la región ° Leyes que estimulan el emprendimiento
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Legalmente constituidas ° Cumplen con las obligaciones tributarias ° servicio al cliente bueno. ° Experiencia por el tiempo que llevan. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Desempleo de la región. ° Incremento en los precios. ° Bajo perfil profesional. ° Sanciones por el no pago de seguridad social al colaborador. ° La competencia.

Fuente: investigadoras

CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DOFA

Debilidades-Oportunidades

La falta de interés por el mejoramiento y crecimiento de las Mipymes se puede mejorar por medio de capacitaciones con el apoyo del Sena o cámara de comercio, logrando habilidades en el proceso administrativo y por ende el sostenimiento de las Mipymes.

Debilidades-Amenazas

La falta de estrategias por parte de las Mipymes, puede afectar el comercio del municipio, obteniendo como resultado baja iniciativa por parte de los propietarios ocasionando el cierre del establecimiento.

Fortalezas-Oportunidades

El turismo en el municipio de Tocaima Cundinamarca, es uno de los factores importantes para el crecimiento de las Mipymes, y un aporte económico favoreciendo el desarrollo de la región.

Fortalezas-Amenazas

El servicio al cliente es fundamental para todo establecimiento, ya que es una de sus entradas económicas, pero se puede ver afectada por el incremento de los precios.

A pesar de que están legalmente constituidas no brindan prestaciones sociales a sus colaboradores, exponiendo su seguridad y salud en las actividades que llevan a cabo en el establecimiento.

9.2 MATRIZ VESTER

La Matriz VESTER fue implementada por el alemán Frederic Vester, desarrollando una herramienta que proporciona la identificación y la determinación de las causas y consecuencias en una situación problemática con mayor impacto.

Para aplicar la matriz se debe priorizar los factores. Asignando una calificación. Ese número evaluará en qué medida el Problema 1 (P1) tiene influencia en el Problema 2 (P2).

Su calificación es:

Tabla 55. Valoración VESTER

0	No
1	Influye indirectamente
2	Influye directamente, poco fuerte
3	Influye directamente, muy fuerte

Para elaborar la Matriz VESTER se siguen los siguientes pasos:

1. Se hace un listado con los problemas generales en el objeto de estudio.
2. Posteriormente se hace una priorización de problemas, de los cuales se extraen los más importantes.
3. Para cruzar los problemas se hace una matriz.

Donde en el Eje X van los problemas, del primero al último, de manera Horizontal, y en el eje Y van los problemas, del primero al último, de manera vertical. Para cruzar los problemas se empieza por el eje Y. Es decir que P1 se cruzará con todos los problemas para sacar el eje X de P1. Y así sucesivamente con todos los problemas. Para sacar el eje Y, es exactamente lo mismo, sólo que de manera vertical.

4. Se debe tener en cuenta que P1 no se puede cruzar con P1, por eso da Cero en cada cruce del mismo problema. P1-P1=0 P2-P2=0 P3-P3=0...etc.

Tabla 56. Aplicación de la Matriz VESTER

Nº	DESCRIPCIÓN PROBLEMA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	MOTROCIDAD
P1	Planificación estratégica		2	3	2	1	2	1	3	1	3	18
P2	El manejo de la contabilidad en su mayoría es manual	1		1	0	2	1	0	1	1	1	8
P3	Falta de capacitación a los colaboradores	2	2		1	1	1	1	3	2	1	14
P4	Las Mipymes no cuentan con una base de datos de proveedores y clientes	2	1	1		0	1	0	1	2	3	11
P5	La mayoría de las Mipymes, el sistema de facturación es manual	2	2	1	0		1	0	1	1	2	10
P6	Las Mipymes no han recibido recientemente capacitaciones	1	2	1	1	2		0	3	2	2	14
P7	No pagan seguridad social a sus colaboradores	1	1	1	1	1	1		1	2	1	10
P8	Implementación de actividades en mercadeo	3	1	1	2	1	3	1		3	3	18
P9	Poco interés por el crecimiento de las Mipymes	3	2	2	2	1	2	1	2		3	18
P10	Falta de innovación	3	1	1	2	1	2	1	3	3		17
DEPENDENCIA		18	14	12	11	10	14	5	18	17	19	138

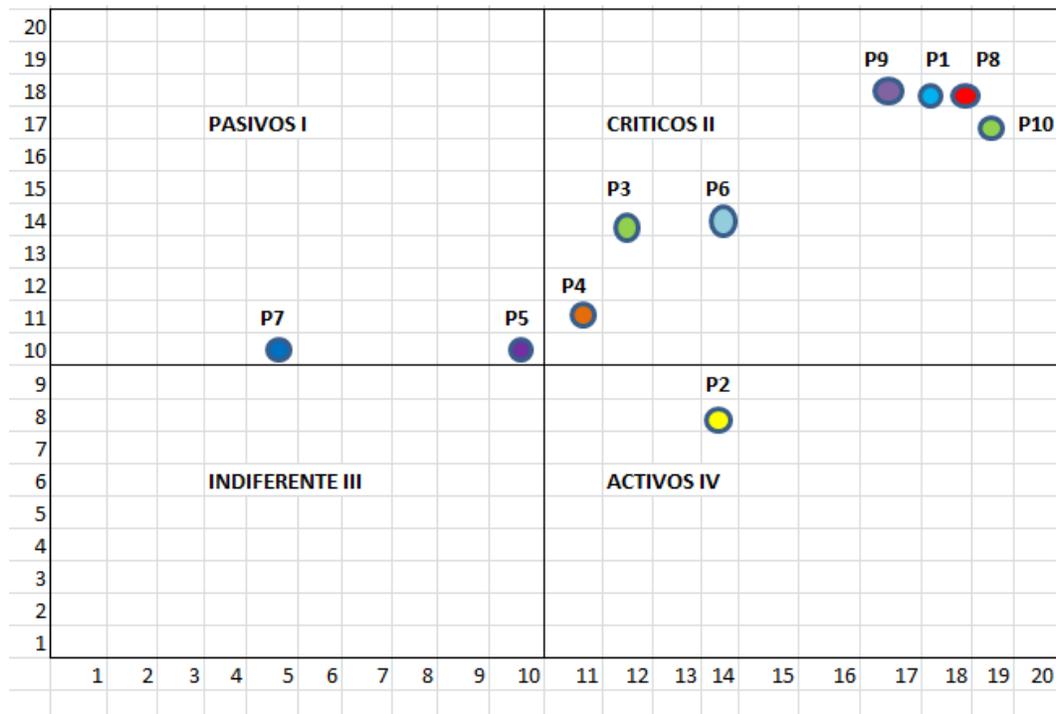
Fuente: Investigadoras

Tabla 57. Motricidad y Dependencia de Matriz Vester

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
MOTROCIDAD	18	8	14	11	10	14	10	18	18	17
DEPENDENCIA	18	14	12	11	10	14	5	18	17	19

Fuente: investigadoras

Gráfica 51. Aplicación Matriz Vester



Fuente: Investigadoras

ANÁLISIS

La matriz VESTER tiene mayor impacto en el cuadrante N° 2 ello quiere decir que tiene varias falencias que están ocasionando la falta de productividad y crecimiento de las Mipymes, al no tener visión de crecimiento, la falta de capacitación de los colaboradores como la de los empresarios, la falta de estrategias y falta de innovación afecta el progreso de las mismas.

Podemos observar que en el cuadrante N° 1 se muestran problemas como lo es el pago de las prestaciones sociales a los colaboradores, poniendo en riesgo la salud y la vida del mismo, lo cual representaría un problema grave para el establecimiento ante el incumplimiento de este deber y derecho que tiene el colaborador. Una de las soluciones a estos problemas es que las Mipymes innoven, salgan de su zona de confort para que la productividad sea mucho más fuerte, y la economía del municipio de Tocaima tenga un crecimiento.

9.3 ANÁLISIS ESTRUCTURAL.

Para el análisis estructural se tomaron las debilidades y amenazas más relevantes en cada uno de los sectores y que corresponden a los problemas comunes y significativos en las MIPYMES del municipio de Tocaima, siendo éstas las siguientes:

Tabla 58. Análisis Estructural

P1	Planificación estratégica
P2	El manejo de la contabilidad en su mayoría es manual
P3	Falta de capacitación a los colaboradores
P4	Las MIPYMES no cuentan con una base de datos de proveedores y clientes
P5	La mayoría de las MIPYMES, el sistema de facturación es manual
P6	Las MIPYMES no han recibido recientemente capacitaciones
P7	No pagan seguridad social a sus colaboradores
P8	Implementación de actividades en mercadeo
P9	Poco interés por el crecimiento de las MYPIMES
P10	Falta de innovación

Fuente: investigadoras

10. PLAN DE MEJORAMIENTO

Tabla 59. Ejes centrales del plan de mejoramiento

EJES CENTRALES	VARIABLES PROBLEMA
MARKETING	No hay implementación en actividades de mercadeo
	Competencia
	Falta de innovación
TALENTO HUMANO	La mayoría de las Mipymes no usan contrato
	Los colaboradores no tienen seguridad social
	No hay capacitación para los colaboradores
	Las MIPYMES no garantizan beneficios salariales
	Iniciativa empresarial
RECURSOS FINANCIEROS	Capital de trabajo
	Capacidad de inversión
	Baja actividad económica
TECNOLÓGICO	falta de inversión en recursos tecnológicos
	Falta de bases de datos de clientes y proveedores.

Fuente: Investigadoras

Tabla 60. Plan 1. Eje Central Marketing

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE TOCAIMA CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL : MARKETING		TIPO DE ESTRATEGIA : PUBLICIDAD Y CAPACITACIONES		
ESTRATEGIA: Brindar capacitaciones a los empresarios e implementar la iniciativa de innovación y publicidad.				
PROPÓSITO: implementar herramientas que contribuyan al crecimiento económico del municipio de Tocaima.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
<p>Determinar programas de capacitación para los empresarios y colaboradores.</p> <p>Informar a los habitantes los pasos a seguir para la creación de empresas.</p> <p>3. Generar y fomentar la formación académica para que los empresarios y colaboradores continúen con sus estudios.</p>	<p>Que las capacitaciones sean certificadas para los empresarios y colaboradores.</p> <p>Motivar a los emprendedores para que lleven a cabo sus ideas.</p> <p>Las Mipymes y colaboradores con el conocimiento adquirido logren administrar sus recursos y capital.</p>	<p>UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA</p> <p>SENA</p> <p>GOBERNACION DE CUNDINAMARCA</p> <p>ALCALDIA DE TOCAIMA Y CÁMARA DE COMERCIO GIRARDOT</p>	<p>\$20.000.000</p>	<p>JUNIO DEL AÑO 2017</p>

Fuente: Investigadoras

Tabla 61. Plan 2. Eje Central Talento Humano

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE TOCAIMA CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL : TALENTO HUMANO		TIPO DE ESTRATEGIA : CAPACITACION A LOS COLABORADORES Y EMPRESARIOS EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS		
ESTRATEGIA: con instituciones de educación superior, generar alianzas para llevar a cabo capacitaciones para los empresarios y colaboradores, aportando una enseñanza y buen manejo de personal en las Mipymes del municipio de Tocaima.				
PROPÓSITO: fortalecer en los colaboradores el desempeño de sus actividades y a empresarios para el buen desarrollo de los procesos en las Mipymes.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
<p>1. junto con instituciones de educación, fomentar en los colaboradores los conocimientos necesarios para que sean aportados al crecimiento del municipio de Tocaima.</p> <p>2. Fomentar el empleo.</p> <p>3. brindar educación tecnológica a los colaboradores y empresarios.</p>	<p>Generar alianzas con las instituciones, técnicos y tecnólogos para que presten el servicio al municipio.</p> <p>Fomentar el empleo en el municipio.</p> <p>Involucrar a las instituciones educativas para la colaboración de este conocimiento.</p>	<p>UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA</p> <p>SENA</p> <p>GOBERNACION DE CUNDINAMARCA</p> <p>ALCALDIA DE TOCAIMA</p> <p>CÁMARA Y COMERCIO DE GIRARDOT</p>	<p>\$5.000.000</p>	<p>JUNIO DEL AÑO 2017</p>

Fuente: Investigadoras

Tabla 62. Plan 3. Eje Central Recursos Humanos

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE TOCAIMA CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL : RECURSOS FINANCIEROS		TIPO DE ESTRATEGIA : CAPACITACION EN COSTOS FINANCIEROS Y RENTABILIDAD		
ESTRATEGIA: Generar alianzas con los bancos para realizar conferencias acerca de los estudios financieros, dar a conocer a los empresarios del municipio los créditos que ofrece los bancos para invertir en las Mipymes.				
PROPÓSITO: permitir a las Mipymes estar bien informados y obtener el conocimiento necesario para el buen manejo de su capital, gastos y costos presentados en su actividad económica.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Realizar conferencias con una entidad bancaria sobre rentabilidad y viabilidad de los proyectos.	Por medio de estas conferencias impulsar a las Mipymes, a mejorar su inversión y administración financiera.	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SENA GOBERNACION DE CUNDINAMARCA	\$15.000.000	JUNIO DEL AÑO 2017
2. Por medio de auditorías Impulsar la inversión en las Mipymes del municipio.	Que los empresarios conozcan los	ALCALDIA DE TOCAIMA CÁMARA Y COMERCIO DE		

<p>3. Por medio de folletos dar información a los empresarios de los servicios y beneficios que ofrece los bancos.</p>	<p>productos que ofrecen la entidad bancaria</p>	<p>GIRARDOT</p>		
--	--	-----------------	--	--

Fuente: Investigadoras

Tabla 63. Plan 4. Eje Central Tecnología

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE TOCAIMA CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL :TECNOLOGIA		TIPO DE ESTRATEGIA: IMPLEMENTACION DE TECNOLOGIA EN LAS MIPYMES.		
ESTRATEGIA: Realizar auditorías a las Mipymes del municipio de Tocaima sobre la importancia de la tecnología, dando a conocer los diferentes usos que este medio ofrece.				
PROPÓSITO: establecer los conocimientos necesarios a los empresarios de la importancia de estar actualizado con la tecnología.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Ofrecer capacitaciones acerca de las nuevas tecnologías para que sean implementadas por las Mipymes.	Concientizar a los empresarios de la importancia de la tecnología.	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SENA GOBERNACION DE CUNDINAMARCA	\$8.000.000	MES DE JUNIO DEL AÑO 2017
2. Generar alianzas con establecimientos tecnológicos para la implementación de la tecnología en las empresas.	Incentivar a los propietarios a invertir en tecnología	ALCALDIA DE TOCAIMA CÁMARA Y COMERCIO DE GIRARDOT		

Fuente: Investigadoras

11. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE TOCAIMA 2016

Tabla 64. Caracterización de las MIPYMES Municipio de Tocaima – 2016

CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES MUNICIPIO DE TOCAIMA – CUNDINAMARCA 2016	
1	Están legalmente constituidas
2	El tiempo de funcionamiento de las MIPYMES es de cinco años o mas
3	El capital de inversión de las MIPYMES el 83% fue suficiente
4	El capital de la empresa actualmente se encuentra en menos de \$ 100.000.000
5	Representación de la empresa es individual
6	El sector al que pertenece las MIPYMES con un 84% es al comercial
7	El tipo de empresa que representa es principal lo que quiere decir que son únicos.
8	El 84% de las MIPYMES no cuentan con local propio
9	Los principales gastos de las MIPYMES son locativos y servicios
10	El 60% de las MIPYMES han crecido durante el último año
11	El aspecto que ha influido en el crecimiento de la empresa es económico y social
12	En su totalidad las MIPYMES cumplen con las obligaciones tributarias
13	Las MIPYMES en su municipio son rentables económicamente
14	El 68% de las MIPYMES llevan contabilidad.
15	El tipo de contabilidad la llevan manual, es la forma más sencilla
16	Quien lleva la contabilidad es el propietario con un 46%, seguido por el contador con el 41%.
17	Las MIPYMES cuentan con menos de 10 colaboradores
18	El tipo de vinculación del colaborador en la empresa es término indefinido
19	El 77% de las empresas, no pagan seguridad social a los colaboradores
20	No brindan beneficios salariales a los colaboradores
21	El mecanismo que más utilizan para asignar los ingresos mensuales es un monto diario
22	Las condiciones ambientales son buenas
23	Son pocas las capacitaciones que brindan a los colaboradores
24	No manejan base de datos de los proveedores
25	Los proveedores son minoristas
26	La frecuencia de los pedidos es quincenal

Tabla 65. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES MUNICIPIO DE TOCAIMA – CUNDINAMARCA 2016	
27	La forma más usada para el pago de las compras es de contado
28	El producto financiero más usado en la compra es efectivo
29	Las MIPYMES cuentan con capacidad de endeudamiento buena y en su defecto regular
30	Las MIPYMES no manejan base de datos de clientes
31	No manejan algún tipo de mercadeo
32	El mecanismo más utilizado por las MIPYMES para comunicarse con los clientes es por telefonía celular
33	Los costos y presupuestos es el mecanismo más utilizado para determinar los precios
34	El sistema de facturación que más utilizan es manual
35	El 53% de las MIPYMES llevan control de inventarios
36	Recientemente no han recibido capacitaciones para el buen desarrollo y progreso de su empresa

Fuente: investigadoras

12. IMPACTO DEL PROYECTO

- Se generó la base de datos de la muestra de las Mipymes del municipio.
- Se generó la actualización de la base de datos en la que se redactó información de 189 empresas del municipio de Tocaima Cundinamarca.
- Se conocieron las diferentes problemáticas que presentan las Mipymes del municipio de Tocaima, como la falta de capacitación a los empresarios y colaboradores.
- Se formularon las estrategias más significativas para el crecimiento de las Mipymes del municipio de Tocaima.
- Se realizó la matriz DOFA y VESTER para determinar las debilidades y amenazas más importantes de las Mipymes.
- Creación de capacitaciones para las Mipymes y colaboradores por medio de instituciones educativas y entes bancarias.
- Se dieron a conocer los problemas más importantes que presentan, en las que se destacan el MARKETING, TALENTO HUMANO Y TECNOLOGIA.
- La falta de innovación e interés por parte de los propietarios no han permitido un crecimiento en las Mipymes, debido a que su visión es permanecer como una organización pequeña.

CONCLUSIONES

- Se actualizó la base de datos, la cual se halló una muestra para realizar las respectivas encuestas y de esta manera obtener la información requerida para determinar las falencias que están afectando el crecimiento de las Mipymes del municipio de Tocaima.
- Se visitaron 189 empresarios o colaboradores los cuales nos suministraron los datos a encuestar, sin embargo sentían desconfianza al momento de realizar la encuesta porque pensaban que la información que se estaba recolectando no era para fines académicos, si no para subir los impuestos.
- De las 189 encuestas realizadas 188 están legalmente constituidas y solo 1 de ellas no está legalmente constituida.
- De acuerdo con la información recolectada, al sector que más pertenecen las Mipymes es el comercial con un 84%, 12% al sector de servicios y el 3% al sector agropecuario. En los cuales un 60% de las Mipymes han tenido un crecimiento en el último año debido al impacto económico, y el 40% restante no han visto un crecimiento.
- La investigación realizada a las Mipymes del municipio de Tocaima Cundinamarca evidencio que de las 189 empresas encuestadas 21 establecimientos son nuevos, y por ende no se encuentran en la base de datos.

RECOMENDACIONES

- Realizar capacitaciones de mercadeo, contabilidad y tecnología a los propietarios y colaboradores del municipio de Tocaima Cundinamarca por medio de la universidad de Cundinamarca y cámara de comercio.
- Incentivar a los propietarios para que inviertan en publicidad para que su empresa sea más conocida por el municipio y turistas, se llevaría a cabo con la ayuda de profesionales para que le indiquen la mejor manera de promocionar la empresa y no halla un gasto económico.
- Llevar a cabo una integración con los empresarios para realizar actividades lúdicas para que por medio de estas vean la importancia de innovar ante el mercado cambiante y de este modo darle una oportunidad a la imaginación, se realizaría con la universidad de Cundinamarca, SENA y cámara de comercio.
- Brindar capacitaciones con entidades bancarias para concientizar a los empresarios de cuidar sus ingresos y gastos, que ahorren más para que ese presupuesto sea utilizado para lo que realmente se necesita, en estos tiempos de crisis es lo fundamental para el sostenimiento y crecimiento de una empresa.
- La información obtenida por la investigación nos permitió evidenciar que el 63% de las MIPYMES no tienen base de datos de proveedores y el 50% se comunican con los clientes por teléfono, por esta razón se llevaría a cabo un proyecto donde les permita a los empresarios a mejorar las relaciones con sus clientes y proveedores, y de esta manera diversificar sus funciones con objeto de aumentar la clientela.

BIBLIOGRAFIA

Alcaldía Municipal de Tocaima, Cundinamarca. Esquema de Ordenamiento Territorial.

Alcaldía Municipal de Tocaima, Cundinamarca. Plan de Desarrollo Municipal. Sembrando Futuro. 2016.

ARIZABALETA VIDAL, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional. Bogotá, Print book, Spanish, 2004. 2a ed. Ecoe Ediciones.

BERNAL, Cesar. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Bogotá, Prentice Hall. P. 262.

HERNÁNDEZ, Sergio Jorge. Administración. México:McGraw-Hill Interamericana. 3a ed.

MUTUBERRÍA LAZARINI, Valeria. La Economía Solidaria en la Historia de América Latina y el Caribe. Ediciones IDELCOOP.

PÉRES URIBE, Rafael Ignacio. Gerencia en la MIPYMES en Santa Fé de Bogotá: un caso de cuatro sectores económicos. Bogotá: Escuela de Administración de Negocios, Centro de Investigaciones.

MERCADO, salvador. Administración de pequeñas y medianas empresas. Estrategias de crecimiento.

SERNA GOMEZ, Humberto, GERENCIA ESTRATEGICA, teoría-metodología-alineamiento- implementación y mapas estratégicos. Mención de edición: 8ª.

CLERI, Carlos. El libro de las PYMES. Ediciones MANAGEMENT.

Ministerio Comercio, Industria y Turismo. Viceministerio de Desarrollo Empresarial: Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande. Colombia.. Reporte MIPYMES 03.P.01.

[Citado] Disponible en < <http://www.confecamaras.org.co/> >

[Citado] Disponible en < <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395> >

[Citado] Disponible en < <http://www.confecamaras.org.co/noticias/417-con-cerca-de-39-el-comercio-concentro-el-mayor-numero-de-empresas-creadas-en-colombia-en-2015> >

[Citado] Disponible en < <http://normas-icontec.com/normas-icontec-actualizadas/> >

[Citado el 30 de octubre de 2015] Disponible en < http://www.tocaima-cundinamarca.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=2660233 >

ANEXO A. ENCUESTA

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA

OBJETIVO: Desarrollar el proyecto de investigación “**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA**” individualmente en el municipio de Tocaima, Cundinamarca.

Esta encuesta cuenta con 50 preguntas acerca de la actividad organizacional que la empresa ejecuta, así mismo, aspectos generales que aportarán a nuestro proyecto de investigación para establecer la caracterización socioeconómica de las MIPYMES, con el fin de identificar su injerencia en el crecimiento de los sectores productivos del Municipio de Tocaima, Cundinamarca.

Por lo anterior, lo invitamos a responder las siguientes preguntas de una forma clara y concisa:

Datos básicos de la empresa

Nombre del establecimiento _____

Nombre del propietario _____

Dirección del establecimiento _____ Barrio: _____

Teléfono fijo o celular _____

Correo electrónico y/o página Web _____

Razón social _____

NIT _____

a. Información personal

1. Nivel de escolaridad

Primaria		Secundaria		Técnico		Tecnólogo		Profesional	
----------	--	------------	--	---------	--	-----------	--	-------------	--

2. Género:

Femenino		Masculino	
----------	--	-----------	--

3. Estado civil

Soltero/a		Casado/a		Divorciado/a		Viudo/a		Unión Libre	
-----------	--	----------	--	--------------	--	---------	--	-------------	--

4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

Padres		Esposa/o		Hijos/as		Abuelos		Otros	
--------	--	----------	--	----------	--	---------	--	-------	--

6. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?

Cero		Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
------	--	-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

Sí la anterior respuesta fue diferente de 0, favor conteste la siguiente pregunta (7)

7. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

8. ¿Tiene hijos? (Favor no tener en cuenta la respuesta brindada en la pregunta N° 5)

Si		No	
----	--	----	--

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste la siguiente pregunta (9)

9. ¿Cuántos hijos tiene?

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

10. Estrato socioeconómico

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

11. ¿Cuenta con vivienda propia?

Si		No	
----	--	----	--

12. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos, después de satisfacer las necesidades básicas?

Recreación		Educación		Consumismo		Otro	
------------	--	-----------	--	------------	--	------	--

b. Información de la empresa

13. ¿Está legalmente constituida la empresa?

Si		No	
----	--	----	--

14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

15. Capital de inversión

Muy suficiente		Suficiente		Deficiente	
----------------	--	------------	--	------------	--

16. El capital de la empresa actualmente se encuentra en

Menos de \$100.000.000		Más de \$100.000.001 y menos de \$500.000.000		Más de \$500.000.001	
------------------------	--	---	--	----------------------	--

17. Representación de la empresa

Individual		Sociedad	
------------	--	----------	--

18. ¿A qué sector pertenece la empresa?

Sector agropecuario		Sector servicios		Sector industrial		Sector comercial	
---------------------	--	------------------	--	-------------------	--	------------------	--

19. ¿Qué tipo de empresa representa?

Principal		Franquicia		Sucursal		Otros	
-----------	--	------------	--	----------	--	-------	--

20. ¿El local de la empresa es propio?

Si		No	
----	--	----	--

21. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?

Locativos		Servicios		Nomina		Impuestos		Otros	
-----------	--	-----------	--	--------	--	-----------	--	-------	--

22. ¿La empresa ha crecido durante el último año?

Si		No	
----	--	----	--

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste la siguiente pregunta (23)

23. ¿Qué aspecto ha influido en el crecimiento de la empresa?

Político		Social		Cultural		Económico		Otros	
----------	--	--------	--	----------	--	-----------	--	-------	--

24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?

Si		No	
----	--	----	--

25. ¿La empresa es rentable económicamente?

Si		No	
----	--	----	--

26. ¿Llevan contabilidad en la empresa?

Si		No	
----	--	----	--

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste las siguientes preguntas (27-28)

27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?

Manual		Sistematizada		Mixta	
--------	--	---------------	--	-------	--

28. ¿Quién lleva la contabilidad?

Propietario		Contador		Auxiliar		Otros	
-------------	--	----------	--	----------	--	-------	--

29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?

Menos de 10		Entre 11 y 50		Entre 51 y 200	
-------------	--	---------------	--	----------------	--

30. ¿Qué tipo de vinculación tienen los colaboradores?

Término fijo		Término indefinido		Temporal es		Prestación de servicios		No usa contrato	
--------------	--	--------------------	--	-------------	--	-------------------------	--	-----------------	--

31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?

Si		No	
----	--	----	--

32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?

Si		No	
----	--	----	--

33. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?

Sueldo fijo o mensual	Un monto diario	Sueldo según las necesidades	Porcentaje diario de ventas	Otros
-----------------------	-----------------	------------------------------	-----------------------------	-------

34. Las condiciones ambientales laborales son

Excelentes	Buenas	Regular	Deficientes
------------	--------	---------	-------------

35. ¿Brindan capacitación a los colaboradores?

Si		No	
----	--	----	--

36. ¿Tienen base de datos de proveedores?

Si		No	
----	--	----	--

37. Los proveedores son

Fabricantes	Mayoristas	Minoristas	Cadenas	Otros
-------------	------------	------------	---------	-------

38. La frecuencia de los pedidos es

Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Otros
--------	---------	-----------	---------	-------

39. La forma de pago de las compras es

Contado		Crédito	
---------	--	---------	--

40. El producto financiero más usado en las compras es

Transferencia bancaria	Chequera	Tarjetas	Efectivo
------------------------	----------	----------	----------

41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento

Excelentes	Buenas	Regular	Deficientes
------------	--------	---------	-------------

42. Tienen base de datos de clientes

Si		No	
----	--	----	--

43. ¿Manejan algún tipo de actividad de mercadeo?

Si		No	
----	--	----	--

44. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?

Correo electrónico	Redes sociales	Página Web	Telefonía celular	Otro
--------------------	----------------	------------	-------------------	------

45. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público?

Margen de utilidad	Costos y presupuestos	Comparación con la competencia	Otro
--------------------	-----------------------	--------------------------------	------

46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?

Manual	Sistematizada	Registradora	No usa
--------	---------------	--------------	--------

47. ¿Lleva control de inventarios?

Si		No	
----	--	----	--

48. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?

Si		No	
----	--	----	--

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste las siguientes preguntas (49-50)

49. ¿En qué área?

Contabil idad		Siste mas		mercad eo		Gestión humana		Finanza s		Operacio nes		otr o	
------------------	--	--------------	--	--------------	--	-------------------	--	--------------	--	-----------------	--	----------	--

50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitación(es)?

1 año		Más de 1 año y menos de 2 años		Más de 2 años	
-------	--	--------------------------------	--	---------------	--

Agradecemos su colaboración al contestar esta encuesta, la información brindada es de carácter confidencial y sus fines son exclusivamente académicos.

Datos del encuestador

Nombre _____

Firma _____

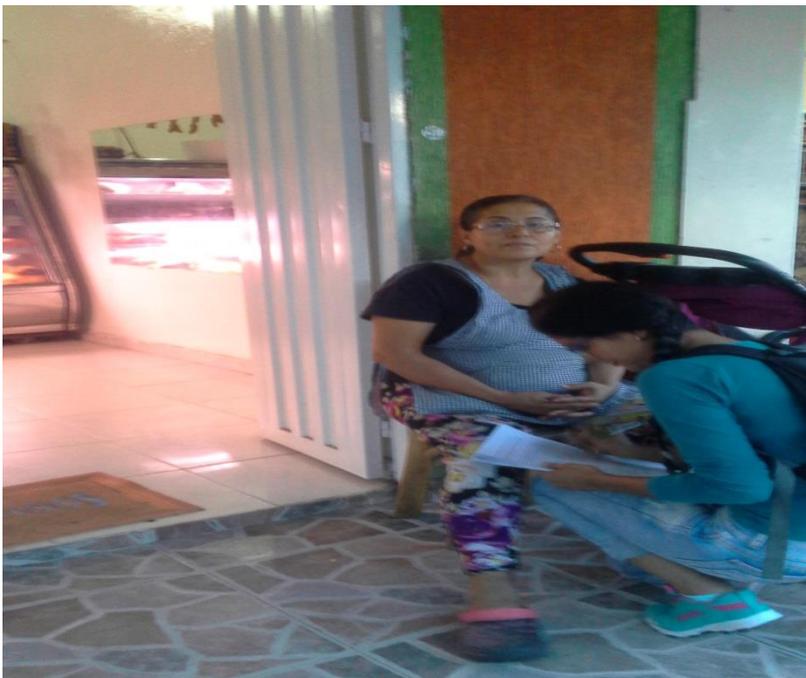
ANEXO B. BASE DE DATOS CAMARA DE COMERCIO

**ANEXO C. BASE DE DATOS INVESTIGACION CARACTERIZACION
SOCIOECONOMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO
DE TOCAIMA AÑO 2016**

ANEXO D. FOTOS



Fuente: investigadoras



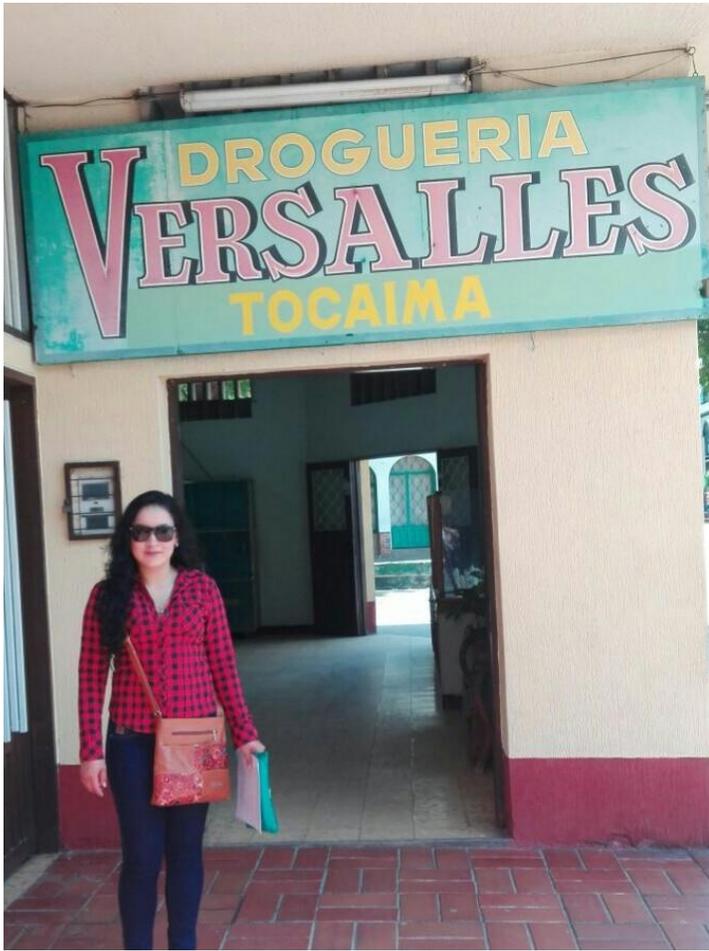
Fuente: investigadoras



Fuente: investigadoras



fuelle: investigadoras



Fuente: investigadoras



Fuente: investigadoras



Fuente: investigadoras



Fuente: investigadoras