



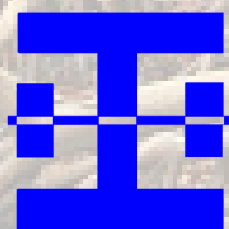
# CENSO

## DE INFORMALIDAD

EN ZONAS URBANAS DE LOS  
MUNICIPIOS DEL PACÍFICO NARIÑENSE

2021

Subregión **TELEMBÍ**



CAMARA DE COMERCIO  
DE TUMACO

DEPARTAMENTO DE PRODUCTIVIDAD  
Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

# JUNTA DIRECTIVA

## 2019 - 2022

**Jaime Gerardo Bedoya Ramos**

Presidente Junta Directiva Principal

**Juan Carlos Cardona Echeverry**

Presidente Junta Directiva Suplente

**Carlos Arturo del Castillo Jurado**

Vicepresidente Junta Directiva Principal

**Martha Batríz Noguera de Moya**

Vicepresidente Junta Directiva Suplente

## Representantes por el Comercio

### Principales

**Luis Alberto Rosas Ortega**

**Tito Jairo Santana Ante**

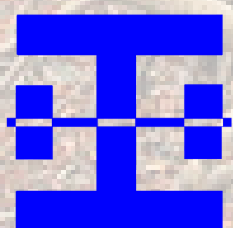
### Suplentes

**Ilda Socorro Zambrano Lombana**

**Alberto Teodoro Angulo Quiñones**

## Representantes por el Gobierno Nacional

**Ali Modesto Aguiño Torres**



CAMARA DE COMERCIO  
DE TUMACO

DEPARTAMENTO DE PRODUCTIVIDAD  
Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

# EQUIPO DE TRABAJO

**Sayda Luz Mosquera Patterson**

Presidente Ejecutivo

**Raúl Araujo Araujo**

Director del Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial

**Aura Bellanira Pasquel Angulo**

Directora del Departamento Jurídico y de los Registros Públicos

**Fredy Augusto Redin Quiñonez**

Director del Departamento de TICS

**Cintia Margarita Castro Ocampo**

Practicante del Programa de Sociología  
Universidad de Nariño - Seccional Tumaco



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento estudia los determinantes de la informalidad empresarial en las zonas urbanas del Pacífico nariñense. El análisis se realizó cuantitativamente, lo cual permitió estudiar la incidencia y los determinantes de la informalidad en empresas de cualquier tamaño en los diez (10) municipios de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco.

En ese orden, se analizó que en las microempresas, la informalidad es un fenómeno generalizado, donde en, muchos casos, tiende a desvanecerse con el crecimiento de la unidad productiva gracias a los incrementos de los factores de producción (capital, trabajo y tierra). Sin embargo, la informalidad en las PYMES, obedece a otro tipo de factores, de los cuales, rescatamos los altos costos y tramites de la formalidad y el desconocimiento de los beneficios a operar formalmente.

Por otro lado, se estudió, el nivel educativo de los informales, las causas de su informalidad, los medios que utilizan para ofertar sus productos y/o servicios, los proveedores, los productos u ofertas, los niveles de ventas diarias, el tiempo de permanencia en la actividad, las fuentes de ingresos y la vida crediticia.

La información que se presenta, permitió identificar el potencial de empresarios en las zonas urbanas de los municipios de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco, además, de contribuir con una línea base para desarrollar programas que permitan el fortalecimiento para estas unidades productivas.

**Palabras clave:** formalidad empresarial, informalidad empresarial, factores de producción, unidad productiva



# PRESENTACIÓN

En las últimas dos décadas, el Gobierno nacional, los gobiernos locales, gremios y entidades privadas han realizado grandes esfuerzos para reducir la informalidad empresarial. Esto incluye iniciativas para reducir los costos administrativos de registro, socializar los potenciales beneficios de registrarse y fortalecer la institucionalidad para la inspección, vigilancia y control (IVC) de la regulación aplicable a las empresas formales. Sin embargo, existe poca información sobre el universo de las microempresas, su nivel de formalidad y el impacto que han tenido los esfuerzos realizados en la materia. No se realizan censos empresariales periódicos y las encuestas oficiales presentan limitaciones en su representatividad y el detalle de la información. (CONPES 3956, 2019).

En ese orden, la Cámara de Comercio de Tumaco, como ente gremial que vela por los intereses de la comunidad empresarial de los diez (10) municipios del Pacífico nariñense, estudia el comportamiento del potencial de empresarios en las zonas urbanas de sus municipios de jurisdicción (Barbacoas, Magüi Payan, Roberto Payan, Francisco Pizarro, Mosquera, Olaya Herrera, La Tola, El Charco, Santa Bárbara y Tumaco).

En consecuencia con lo anterior, este documento permite presentar los avances en los procesos de actualización e identificación de los niveles de informalidad empresarial en los municipios que hacen parte de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco para el 2021, ejercicio que año tras año se convierte en un referente, en el quehacer de la entidad, encaminado a delinear acciones estratégicas de sensibilización a los comerciantes sobre los reales beneficios de encontrar la ruta de la formalidad. Este Censo además de abrirle las puertas de la formalización a cientos de empresarios, permitirá conocer de primera mano necesidades y oportunidades, para los empresarios de distintos sectores, dado a que existen incentivos para la formalización como es el caso de la Ley 1780 de 2016, así mismo, incentivos tributarios gracias al Decreto 1650 de 2017 Zonas Más Afectadas por el Conflicto – ZOMAC.

Para el 2021, se realizaron un total de 3.537 visitas, de las cuales 2.542 corresponden a comerciantes que renovaron su matrícula mercantil, 495 a nuevas matrículas y 500 a comerciantes no matriculados (informales), resultados obtenidos en el primer trimestre de 2021, mediante la aplicación de encuesta directa y observación realizada por el equipo promotor. La investigación asumió una perspectiva cuantitativa y cualitativa, utilizó un diseño descriptivo, con base en la interpretación de los datos arrojados en la encuesta; se trabajó con el 100% de la población empresarial identificada mediante el método de barrido, en cada uno de los municipios de la jurisdicción.



## JUSTIFICACIÓN

La Cámara de Comercio de Tumaco, como agencia de desarrollo local, permite construir información estadística para la toma de decisiones en materia de crecimiento y desarrollo empresarial, por ello, desde el 2019 al 2021, levantó el potencial de empresarios en su jurisdicción, a través del CENSO de Informalidad en zonas urbanas de los municipios del Pacífico nariñense.

El presente Censo, como herramienta permite conocer en tiempo real el estado actual del comercio en Barbacoas, Magüi Payan, Roberto Payan, Francisco Pizarro, Mosquera, Olaya Herrera, La Tola, El Charco, Santa Bárbara y Tumaco, a través del estudio de variables sociales, económicas y empresariales, las cuales, determinaron la cobertura real de la Cámara de Comercio en Tumaco, respecto de los establecimientos comerciales que existen en estos territorios para establecer la formalidad de los establecimientos existentes. Con el Censo se identificó, oportunamente la aparición y cierre de nuevos establecimientos, información verídica para la implementación de acciones que promuevan su formalización.

# OBJETIVOS

**General:** Identificar la información relacionada con el potencial de comerciantes en el Pacífico de Nariño, principalmente los establecimientos de comercio no registrados en el Registro Mercantil, que desarrollan actividades en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco para el 2021.

## Específicos

- Identificar el número de unidades productivas sin matricular y que desarrollan sus actividades en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco.
- Estimar el potencial de comerciantes de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco.
- Identificar las principales razones por las cuales no existe motivación por parte de los comerciantes no matriculados (informales), para dar cumplimiento a lo establecido en la política pública de formalización empresarial.
- Conocer el número de empleados contratados en el último mes, por quienes desarrollan la actividad comercial de manera informal en la jurisdicción de la entidad.
- Identificar el tiempo de permanencia en el mercado de los establecimientos de comercio que no han cumplido con la obligación del Registro Mercantil.
- Identificar los ingresos anuales y activos involucrados en la actividad comercial desarrollada por los comerciantes no matriculados en la Cámara de Comercio de Tumaco.
- Consolidar información válida y actualizada, de quienes ejercen la actividad comercial en la informalidad.
- Consolidar alianzas estratégicas con los diferentes actores que buscan impactar en los procesos de formalización empresarial y laboral.
- Identificar los sectores económicos y geográficos con mayor dinámica económica ejercida por los comerciantes no matriculados en el Registro Mercantil

# MARCO METODOLÓGICO



**Definición de Variables a Estudiar**



**Diseño de los Instrumentos**



**Recolección de Información Primaria**



**Procesamiento de la Información**



**Análisis de Resultados**



**Difusión de la Información**



# MARCO METODOLÓGICO



## Definición de Variables a Estudiar

En esta etapa, se identificaron las siguientes variables:

**Económica:** proveedores, los productos u ofertas, los niveles de ventas diarias, el tiempo de permanencia en la actividad, las fuentes de ingresos y la vida crediticia.

**Social:** Permitirá estudiar el género, nivel educativo, las causas de su informalidad, los medios que utilizan para ofertar sus productos y/o servicios.



## Diseño de los Instrumentos

El diseño del instrumento se realizó con todo rigor estadístico (disminución del sesgo de medición), atentos a que se cumplieran con todos los requisitos en el momento de verificación y procesamiento de la información, para dar cumplimiento con todos los objetivos de la investigación considerados.



# MARCO METODOLÓGICO

## Recolección de Información Primaria

El objetivo de esta etapa será definir las rutas y carga de trabajo del personal de campo. La planeación estratégica de este operativo de campo es relevante para obtener resultados efectivos en la captura de la información.

Para la organización operativa, será de vital importancia definir el tipo de metodología a utilizar, debido a que se tiene una base georreferenciada donde había que concretar las manzanas netamente comerciales y residenciales, para distribuir el personal de campo; después de sectorizar las zonas comerciales y las zonas residenciales, será necesaria la distribución del personal de acuerdo a dos variables compensatorias, es decir, la primera los encuestadores que deberán entrevistar en las manzanas comerciales y los que procesarán y tabularán dichas encuestas.

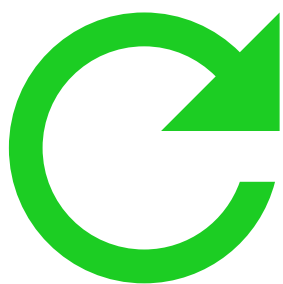
Los coordinadores de campo asignan las zonas a sus respectivos supervisores, quienes se dispondrán a planificar y reconocer el terreno para la realización de las entrevistas. Ya en el campo cada encuestador será guiado por su supervisor a sus respectivas manzanas y le brindará apoyo y monitoreo constante en todas las eventualidades que se presenten. Finalmente, la información recolectada pasa por un proceso de depuración y crítica sobre su calidad y coherencia para ser entregada lo más limpia y filtrada posible al proceso de la digitación.

# MARCO METODOLÓGICO

## Procesamiento de la Información



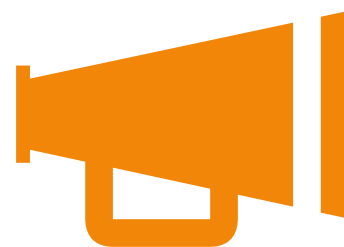
En esta etapa, gracias a los datos recolectados, se llevará a cabo el proceso de digitalización de la información. Dicho instrumento ofrece la validación de datos de acuerdo a las reglas requeridas y definidas para la investigación, agilizando y acotando el trabajo del digitador. Este proceso favorece la estandarización de los datos y permite su utilización con las demás herramientas informáticas de análisis que se utilizarán (Excel).



## Análisis de Resultados

Para el análisis de resultados, solo se tomará los registros que se encuentran disponibles (válidos) en alguna de las categorías de las variables analizadas, de esta manera las medidas estadísticas no serán influenciadas por valores faltantes.

## Difusión de la Información



Por último, se diseñará el documento que contenga el Censo para su posterior comunicación y publicación a la comunidad empresarial del municipio de Tumaco.

# MARCO METODOLÓGICO

## Población objetivo y muestra



La población objetivo de la presente investigación está definida por "La totalidad de fenómenos a estudiar en donde las unidades poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación", es decir, que la población de este, es el conjunto de establecimientos de comercio visibles, ubicados en los 10 municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco, por lo que se tiene una población finita; sin embargo, no se aplica método estadístico para determinar la muestra, por cuanto la metodología establece que la información será recaudada por barrido y observación, de conformidad a la ubicación del establecimiento de comercio, además no se conoce el número de establecimientos de comercio no matriculados en el Registro Mercantil.

## Proceso de recolección de información

El trabajo de campo, es decir, la recolección de la información pertinente se realiza mediante la aplicación de encuesta previamente estructurada, como una de las técnicas e instrumento propio de una investigación cuantitativa de diseño descriptivo, visitando cada uno de los establecimientos de comercio visibles.

## Instrumentos de recolección de información

Para la recolección de la información relacionada con los comerciantes inscritos y no inscritos en la Cámara de Comercio de Tumaco, se diseñó un formato de encuesta, el cual permitió cumplir con el objetivo general y específicos planteados en el proceso de investigación.

# MARCO METODOLÓGICO

## Información primaria

Se ha diseñado un formato de encuesta con el objetivo de recolectar la información relacionada con los establecimientos de comercio visibles, matriculados y no matriculados en la Cámara de Comercio. Es válido mencionar que la información del estado de los comerciantes con la Cámara de Comercio se hace de forma independiente, quiere decir que al final del ejercicio de recolección se logra tener información de los comerciantes no matriculados (informales) en el Registro Mercantil.

Por otro lado, se ha considerado realizar diez preguntas relacionadas con la información contenida en el formulario del Registro Único Económico y Social (RUES), adicionando a este formulario cinco preguntas referentes a las necesidades o motivaciones sobre temas de interés para los comerciantes, y la segunda tiene que ver con la preferencia en el medio de comunicación para enterarse de las actividades realizadas por la entidad, si el establecimiento tiene aviso, motivos para no estar registrado en Cámara de Comercio, tiempo que lleva ejerciendo la actividad.

El formulario está dispuesto en las herramientas tecnológicas (tablet) asignadas a cada uno de los promotores encargados de la recolección de la información; además esta almacenada en Google Docs, aspecto que permite hacer un seguimiento diario sobre la calidad de la información reportada y el nivel de avance en la recolección de los datos. En los lugares de difícil conectividad se tienen formatos impresos del mismo.

## Diseño estadístico

Para la presente investigación se aplica la metodología de censo, aspecto que presume el cubrimiento de 100% de la población de los establecimientos visibles, relacionados con la actividad comercial. Sin embargo, se encuentran dificultades relacionadas con la negativa del informante idóneo de suministrar la información veraz, así mismo el encontrar establecimientos de comercio cerrados que no permiten visualizar si está activo o inactivo en el desarrollo de una actividad comercial, situación que es referenciada en el formato de encuesta en la columna de observaciones.



# MARCO METODOLÓGICO

## Técnicas de recolección y registro de información

Encuesta aplicada en formulario independiente a los comerciantes no registrados en el Registro Mercantil, a quienes se aplicaron las preguntas contenidas en el formato de las preguntas formuladas son las contenidas en el formulario del RUES, además por el método de observación realizado por los promotores en la visita a cada uno de los establecimientos. La información se recolectó mediante cuestionario digital, en herramienta tecnológica y consolidación de la base de datos en el Google Docs.

Para los comerciantes no matriculados se formularon dos preguntas adicionales, que hacen referencia a los medios por los cuales se quisieran enterar de las actividades de la Cámara de Comercio y cuáles son sus principales expectativas en temas de formación.

## Tabulación y análisis de información

En la presente investigación, la tabulación y análisis de la información de datos se realizó por medio de programas como Word, Excel y Google Docs, las cuales contienen gráficas, cuadros, tablas, círculos, histogramas, entre otros, que corresponden a la información obtenida directa de las fuentes investigadas.

# MARCO METODOLÓGICO

## Ficha técnica de la encuesta

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE</b>                            | Censo de Informalidad en las zonas urbanas de los municipios del Pacífico de Nariño. 2021                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>REALIZADO POR:</b>                    | Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>OBJETO DEL ESTUDIO:</b>               | Identificar la información relacionada con el potencial de comerciantes de la jurisdicción, principalmente los establecimientos de comercio no registrados en el Registro Mercantil, que desarrollan actividades en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco para el 2021.                                |
| <b>FECHA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA:</b> | Del 14 de Febrero al 31 de marzo del 2021                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>NÚMERO DE PREGUNTAS:</b>              | Quince (15)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>METODOLOGÍA APLICADA:</b>             | Entrevista directa a un informante idóneo, perteneciente al establecimiento de comercio visible, de acuerdo donde se realiza la visita, dueño, administrador del negocio o vendedor que es seleccionado en el día y la hora en la que se realiza la visita al establecimiento de comercio, diligenciando el cuestionario de encuesta. |

# MARCO METODOLÓGICO

## Ficha técnica de la encuesta

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PREGUNTAS DEL ESTUDIO:</b>          | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Número de Personas que laboran en el negocio.</li><li>2. Causas de la informalidad.</li><li>3. Medios donde vende los productos y/o servicios,</li><li>4. Lugar donde adquiere las mercancías.</li><li>5. Procedencia del proveedor.</li><li>6. Actividad Económica.</li><li>7. Nivel de ventas diarias.</li><li>8. Mes de mayores ventas.</li><li>9. Tiempo de permanencia en la actividad.</li><li>10. Condición del capital del negocio.</li><li>11. Acceso a crédito.</li><li>12. Bancos que acude para créditos.</li><li>13. Tipo de tenencia del local donde funciona la unidad productiva.</li><li>14. Aportes al sistema de seguridad y protección social.</li><li>15. Empresa es familiar</li><li>16. Establecimiento de comercio tiene aviso.</li><li>17. Medio de comunicación preferiría para enterarse de las actividades de la Cámara de Comercio de Tumaco.</li></ol> |
| <b>NÚMERO DE USUARIOS ENCUESTADOS:</b> | Se visitaron 3.537 establecimientos de comercio de los cuales 500 reportaron no estar matriculados en la Cámara de Comercio y 3.037 reportaron estar matriculados en la Cámara de Comercio de Tumaco.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>HERRAMIENTAS DE APOYO:</b>          | Excel, Google Drive, Google Docs, Google Forms                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

# POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL PACÍFICO NARIÑENSE 2021

## Proceso de planeación

De acuerdo con el CONPES 3956 de 2019, la Cámara de comercio de Tumaco realiza acciones tendientes a identificar la ubicación de los comerciantes que desarrollan actividades comerciales, sin cumplir con lo establecido en el Artículo 86 del Código de Comercio, en materia de la obligatoriedad de contar con el Registro Mercantil; por ello, el propósito de la entidad es contar con herramientas que permitan formular procesos de intervención para la formalización desde la mirada de las cuatro categorías expuestas en el CONPES 3956 del 2019.

Por otro lado, se toman las recomendaciones del DNP en lo relacionado a la metodología y estructuración del proceso de recolección de información, para lo cual, en coordinación con la Dirección Ejecutiva de la Cámara, se adelantan proceso de selección de personal idóneo para Censo, como complemento a la jornada de renovación del Registro Mercantil de 2021.

## Equipo de trabajo

**Investigador y director general del proyecto:** En concordancia con las funciones y responsabilidad del director del Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial de la entidad asume la dirección del proyecto, con la colaboración de la dirección General y el director de Sistemas, quien de forma diaria hace el seguimiento y verificación de los avances y la calidad de la información reportada por el equipo de promotores. De igual forma, es el responsable del proceso de capacitar al personal encargado de la recolección de la información, proceso que se sustenta en las directrices impartidas por el DNP.

**Coordinador técnico - operativo:** En esta oportunidad la persona encargada de la orientación control y seguimiento del proceso con jefes de oficina y promotores es la Coordinadora del Centro de Desarrollo Empresarial, a quien el director de Productividad y Competitividad Empresarial reporta las novedades y en forma conjunta se analizan las novedades y acciones que sean necesarias implementar para mejorar y fortalecer el proceso. En el caso de la jurisdicción de Tumaco, se responsabiliza a una persona que haga la coordinación y programación de las actividades, en el entendido que este equipo da apoyo a los demás municipios de la jurisdicción.



**CENSO**  
2021



# POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL PACÍFICO NARIÑENSE 2021

**Coordinador de seguimiento, verificación y soporte tecnológico:** El Departamento de las TIC'S, en cabeza de su director, es el encargado de brindar el soporte tecnológico y de contrastar la información ingresada por los encuestadores con las bases de datos del Registro Mercantil, esto en el caso de los inscritos; además realiza los ajustes pertinentes por las posibles inconsistencias registradas en el proceso de recolección de datos, por temas tecnológicos.

**Encuestadores o promotores:** Personal encargado de realizar las visitas a los establecimientos asignados y aplicar las encuestas, cuya competencia está enfocada al servicio al cliente y conocimientos de los diferentes procesos de renovación y de formalización empresarial. Se ha conformado un equipo de trabajo el cual adelanta apoyo en cada una de las oficinas de la jurisdicción.

**Ruta y zonificación:** El Censo, se realiza mediante un barrido general por los sectores urbanos, de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco, zonificando y realizando rutas estratégicas de la ubicación del comercio en los municipios, de acuerdo al conocimiento y experiencia del coordinador técnico-operativo, de los jefes de oficina y por supuesto el de los promotores, lo cual permitió obtener resultados óptimos y dar cobertura total a los municipios de la jurisdicción.

**Ejecución y desarrollo del Censo Empresarial:** El trabajo de campo consiste en la identificación de los municipios a visitar en concordancia con el cronograma previamente organizado por los Coordinador del Centro de Desarrollo Empresarial, se identifican las zonas y rutas y la población objetivo, y se procede a hacer la aplicación de las encuestas municipio por municipio. Esta labor inicio el 14 de Febrero del 2021 y culminó el 31 de marzo del 2021, proceso que tuvo acción de acuerdo a lo emanado por las medidas de aislamiento que era necesario tomar con el personal de promotores, teniendo en cuenta las orientaciones dadas por el Ministerio de Salud, declaratoria de emergencia sanitaria.



**CENSO**  
2021



# POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL PACÍFICO NARIÑENSE 2021

## Contexto de la Sub-región de la Costa Pacífica Nariñense

La Sub-región de la Costa Pacífica Nariñense, se encuentra dividida en tres zonas, que por sus dinámicas sociales, económicas y geográficas, se han clasificado así:

La Zona Sur o de Tumaco: Conformada por el municipio de Francisco Pizarro y El Municipio de San Andrés de Tumaco, la que tiene como centro nodal de oferta de servicios y desarrollo económico, al Municipio de Tumaco.

La Zona Norte o de Sanquianga: La integran los municipios de Mosquera, Olaya Herrera, La Tola, El Charco y Santa Bárbara (con influencia de Guapi-Cauca). La dinámica económica muestra a El Charco y a la población de Bocas de Satinga, como los principales centros que dinamizan la sub-región.

La zona Centro o del Telembí: Conformada por los municipios de Barbacoas, Magüi y Roberto Payan, siendo Barbacoas el principal centro económico y de servicios de esta sub-región.

La región del Pacífico Nariñense posee una población aproximada de 353.181 habitantes (Censo DANE, 2005 - proyecciones 2016), equivalente al 20% de la población del Departamento. La mayor concentración de población se encuentra en las cabeceras municipales y el resto, asentadas en un sin número de pequeñas poblaciones dispersas en playas y a las orillas de los ríos de la región.

Las actividades económico-productivas de las tres zonas giran en torno al sector primario y se caracterizan por ser predominantemente extractivas tales como la pesca, la minería y la explotación forestal; complementadas con agricultura campesina familiar de cultivos como plátano, yuca, caña, naidi, chontaduro, borojo, arroz, cacao, coco, entre otros. Solo la zona de Tumaco ha logrado avanzar hacia el sector agroindustrial de la Palma de Aceite con fines de exportación, aprovechando las ventajas que ofrece el Puerto. Igualmente, el sector comercial ha alcanzado un crecimiento importante en las tres zonas y el Turismo Ecológico y de Naturaleza se proyecta como una alternativa económica de gran potencial para estas comunidades.

A continuación, se presenta los resultados del potencial de empresarios de los diez (10) municipios que componen esta sub-región del Pacífico nariñense.



**CENSO**  
2021





## BARBACOAS

El municipio se encuentra localizado al centro del departamento de Nariño al noroeste de la ciudad de San Juan de Pasto y haciendo parte de la región pacífica en zona de pie de monte y litoral. Su acceso desde Pasto se hace por la carretera pavimentada (troncal Pasto – Tumaco) hasta el sitio Junín en una distancia de 180 kilómetros, desde allí por carretera secundaria pavimentada en una longitud de 10 kilómetros y finalmente deben recorrerse 45 kilómetros en carretera destapada en malas condiciones.

Entre los cultivos se destaca el banano y plátano asociado principalmente con frutales; pastos con rastrojo y/o enmalezados y bosques naturales intervenidos. Aunque también se encuentra asociado en menor proporción con caña de azúcar, maíz y yuca. Estos últimos cultivos también se pueden encontrar sobre las partes medias y bajas de las veredas, especialmente a orillas de la vía principal. Actualmente, se está impulsando el cultivo de arroz que por las condiciones climáticas se constituye como cultivo promisorio. El cultivo de banano cubre un área de 735 ha, alcanzando una producción de 3.558 toneladas. Le sigue el cultivo de plátano con 505 y cacao con 230 ha. El área sembrada, como los rendimientos, han ido disminuyendo año a año, debido a que las plantaciones no se les realiza mejoramiento, riego, ni fertilización alguna.

El municipio de Barbacoas de manera muy marginal ha desarrollado el turismo, asociado principalmente a las principales fiestas municipales. Sin embargo, existe un potencial en el ecoturismo, asociado a atractivos naturales como La Playa de Telpí, la Playa de Jamaica en el río Guagüí, la reserva natural Ñambí, las playas del río Telembí, entre otros. La principal limitante es la falta de una vía de acceso en buenas condiciones, los problemas de orden público presentados y el abandono estatal. Por otro lado, existen alrededor de 207 cabezas de ganado, (menor al 1% del total departamental), con un área en pastos de 263 ha bajo sistema pastoril (Consolidado Agropecuario de Nariño, 2013). Con respecto a la tenencia de especies menores la misma fuente referencia la existencia de 12 granjas productoras, que manejan 4 ciclos al año y, 8 granjas para la producción de cerdos.

Los registros mercantiles con mayor participación discriminados por sector económico según código CIIU\* A dos dígitos matriculados y renovados para la vigencia de 2021, son: La Sección G, que representa al Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, con **382** empresas registradas y renovadas, es decir son todas aquellas empresas que se dedican a la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía (bienes masivos, ropa y demás).

Por otro lado, dentro de la vigencia de estudio, se identificaron **36** empresarios informales en la zona urbana del municipio de Barbacoas, que a continuación se caracterizan:

# CENSO

2021

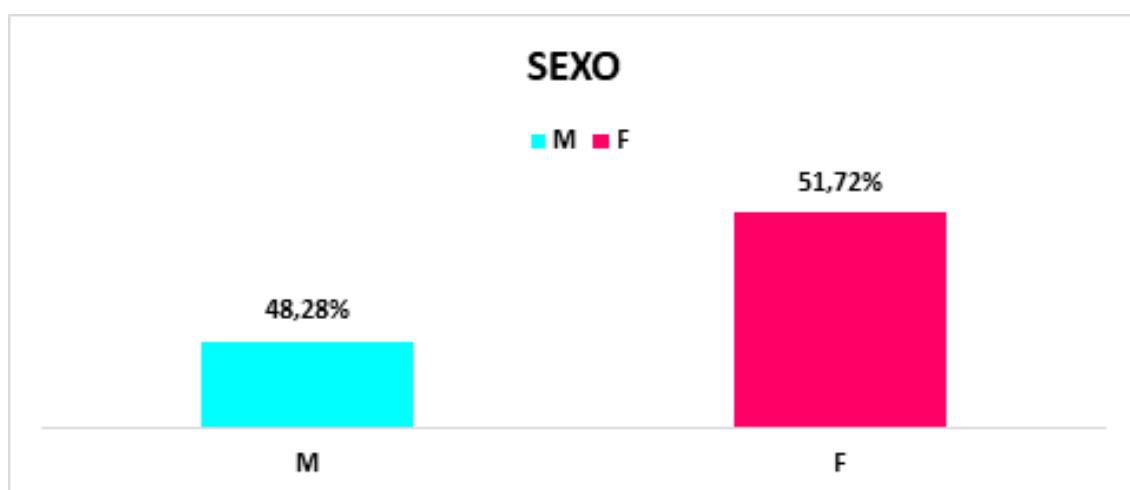




## CARACTERISTICAS GENERALES DEL POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL MUNICIPIO DE BARBACOAS 2021.

Identificar el potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, permitió que se analizara otras variables, sociales, económicas y empresariales que determinaron su vida en la informalidad. A continuación, se presentan dichas variables.

**Gráfica 1.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según su sexo. 2021

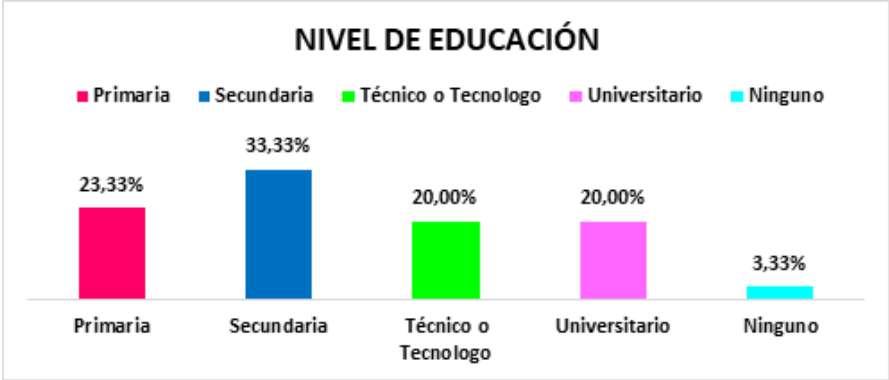


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Se puede observar que, en un universo de 29 encuestas realizadas en el municipio de Barbacoas, el 51,72% de la población informal corresponde al sexo femenino, mientras que el 48,28% representa al sexo masculinos.

En ese sentido, el sexo femenino tiene el mayor número de emprendimientos en el territorio.

**Gráfica 2.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según su nivel de educación. 2021

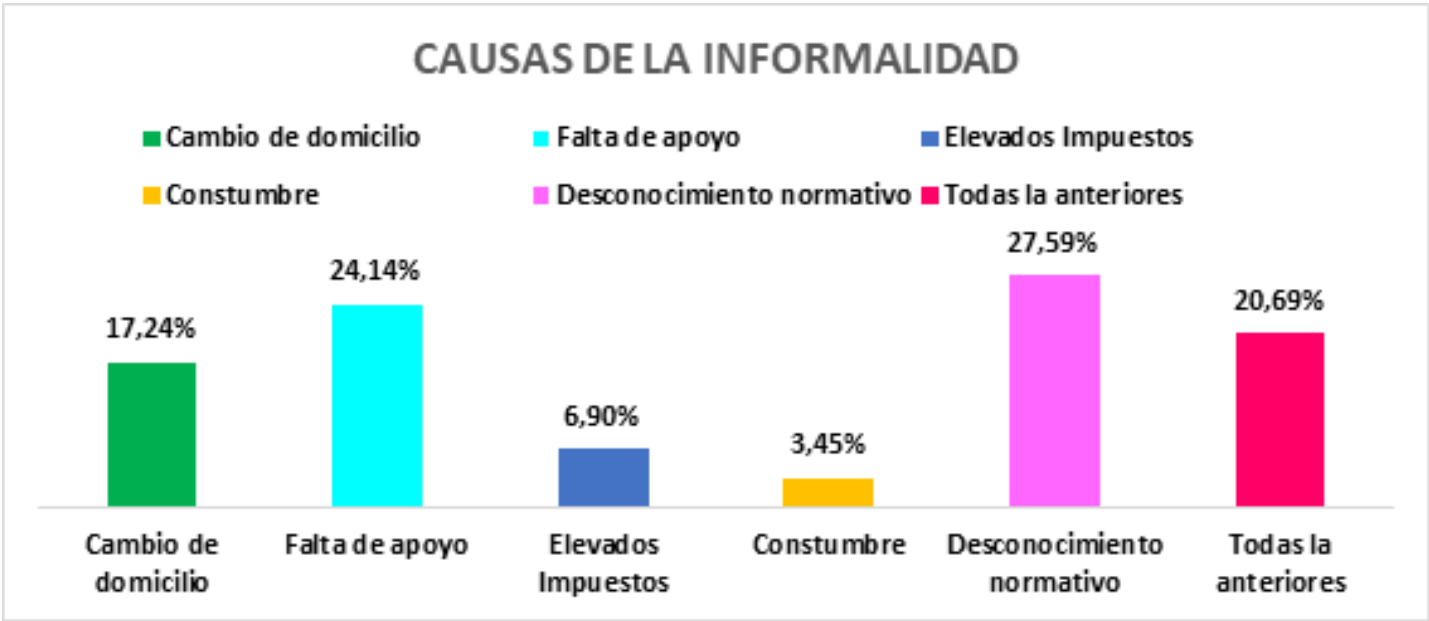


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Estas cifras indican que, aunque hay un 3,33% de la población que no ha realizado ningún tipo de estudios, este dato llega a ser irrelevante en comparación con las cifras de los comerciantes que si han tenido la oportunidad de asistir a un plantel educativo.

Una de las variables que se consideró necesaria estudiar, fue el nivel educativo de la población informal en Barbacoas, donde, el 33,33% indico haber culminado la secundaria, el 23,33% primaria, técnicos o tecnólogos y universidad con un 20,00% cada uno, por último y no menos importantes, están los individuos que no han tenido ningún tipo de educación formal, representado 3,33% de la población.

**Gráfica 3.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según la causa de la informalidad. 2021

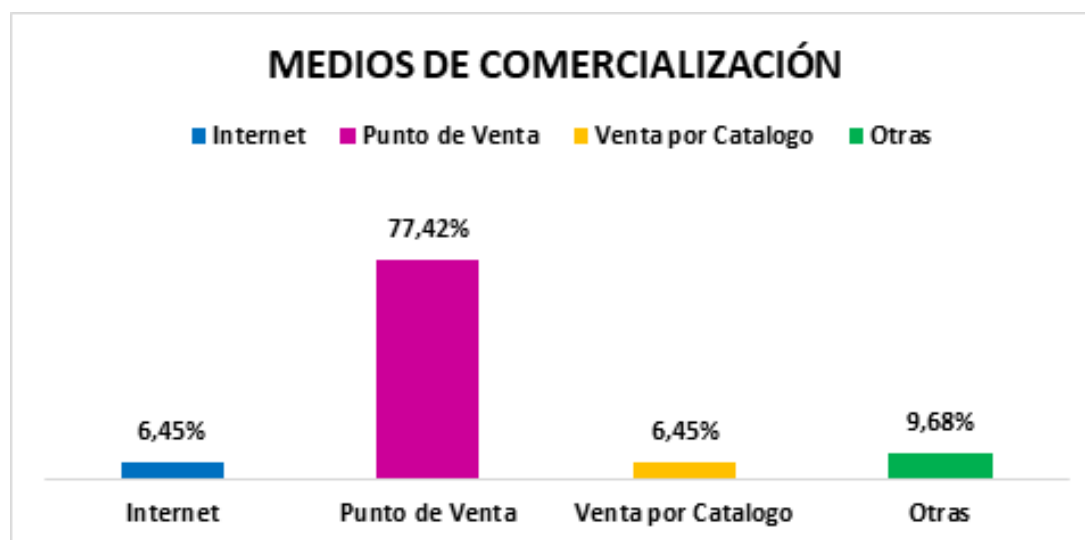


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Las causas que dan origen a la informalidad en el municipio de Barbacoa, según la población encuestada, son el desconocimiento normativo con un 27,57%, seguido de la falta de apoyo con 24,14%, cambio de domicilio con un 17,24%, elevados impuestos con 6,90%, costumbre con el 3,45%, por último, el 20,69% restante, expreso que todas las opciones anteriores son detonantes que han permitido la continuidad de labores económicas dentro de la informalidad.

En síntesis, este estudio evidenció que la informalidad en Barbacoas a diferencia de otros municipios, se presenta por un evidente desconocimiento normativo y falta de apoyo gubernamental.

**Gráfica 4.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el medio de comercialización. 2021

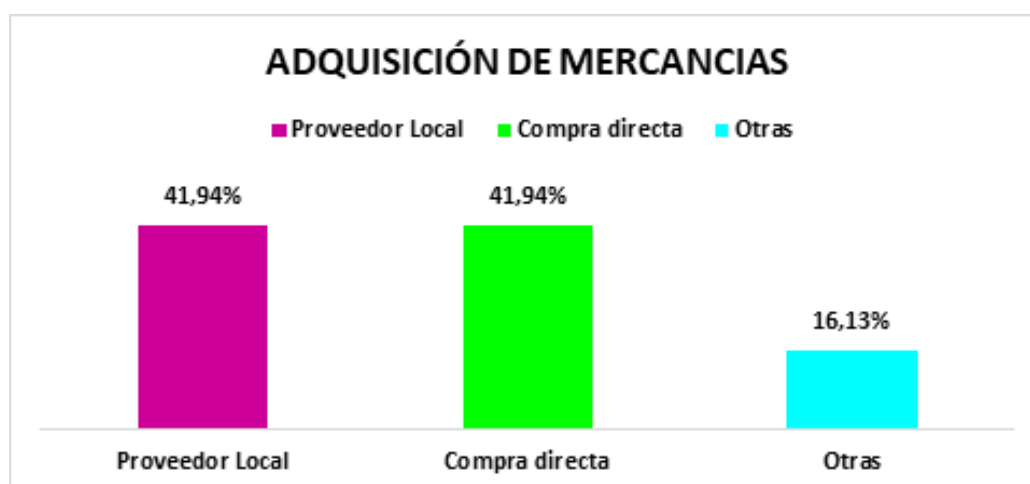


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre los medios de comercialización en el municipio de Barbacoas, se obtuvo que la población informal encuestada utiliza en un 77,42% el punto de venta como medio de comercialización, seguido de otros medios de comercialización 9,68%, en menor proporción se ubican las ventas por catálogo e internet con un 6,45% cada uno.

Estas cifras demuestran que los medios tradicionales de comercialización prevalecen por encima de los digitales. Sin embargo, la coyuntura en la que se encuentra la sociedad por la pandemia del COVID-19, ha obligado a estos informales, a realizar sus ventas online.

**Gráfica 5.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el lugar donde adquieren sus mercancías. 2021

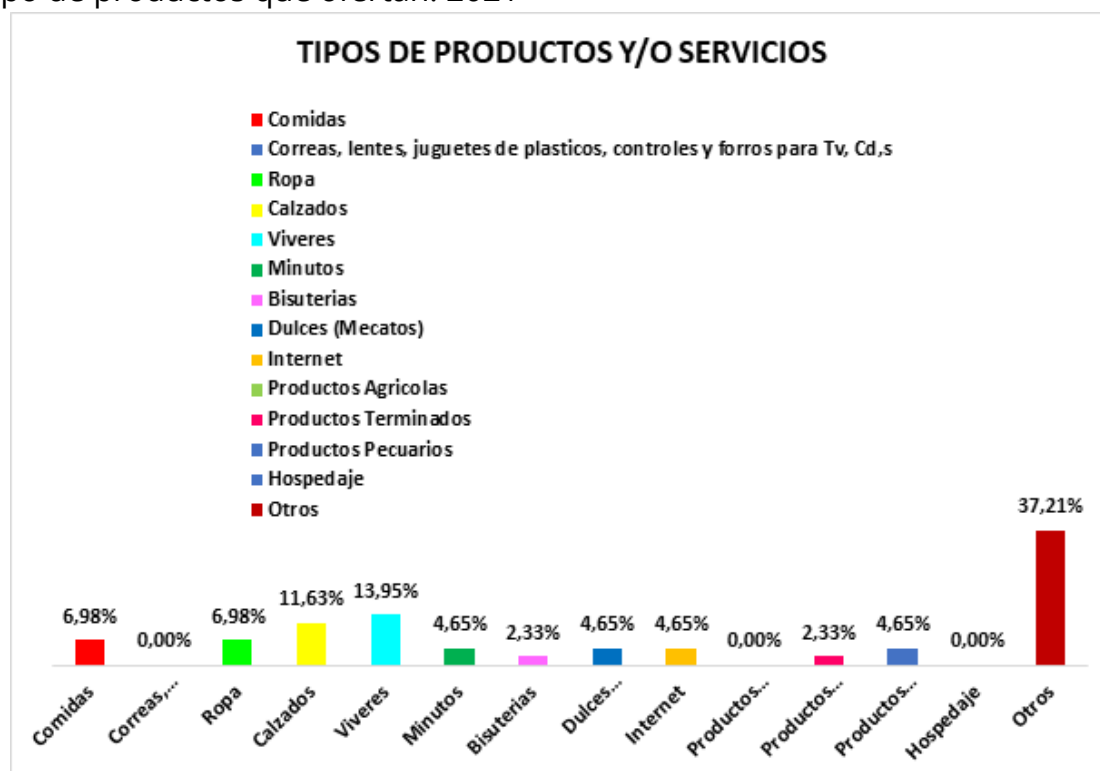


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de la población informal encuestada en el municipio de Tumaco, el 83,88% expreso adquirir mercancías a través de proveedores locales y comprar directas en las empresas comercializadoras que se ubican tanto dentro como fuera del municipio, con un 41,94% cada uno, por último, pero no menos importantes, está el 16,13% de la población total objeto de estudio en este municipio que adquiere mercancía por otros medios.



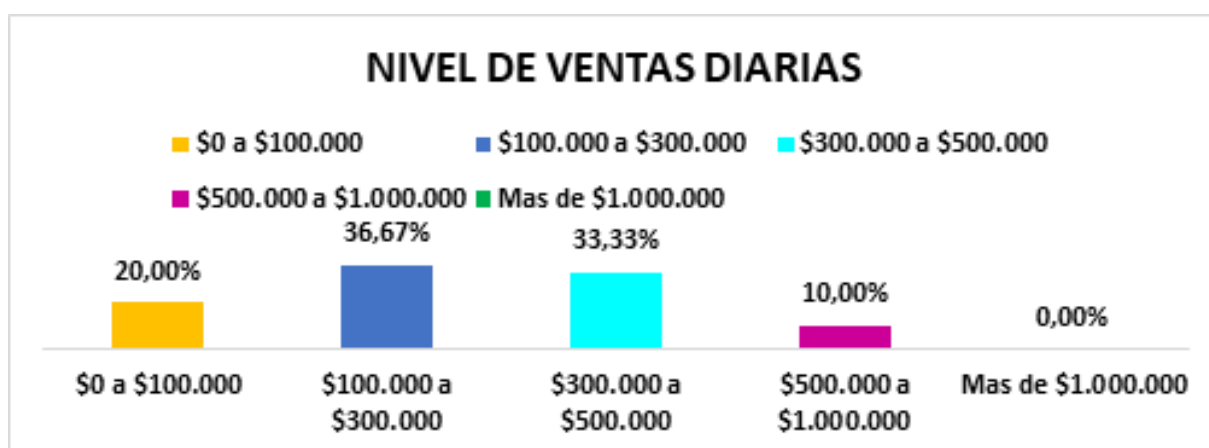
**Gráfica 6.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el tipo de productos que ofertan. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De acuerdo con la información arrojada en este estudio, el 37,21% de la población encuestada en Barbacoas, oferta otros productos diferentes a la lista de opciones planteadas en el censo, el 13,95% víveres representados en la canasta familiar, 6,98% comida, 6,98% ropa, seguido de minutos, dulces, internet y productos pecuarios con 4,65% cada uno, por último encontramos comerciantes informales que se dedican a la venta de productos terminados y bisuterías representados respectivamente con un 2,33%. Esta situación se presenta en mayor medida por la variedad de productos que ofrecen los comerciantes y el poco conocimiento sobre su clasificación.

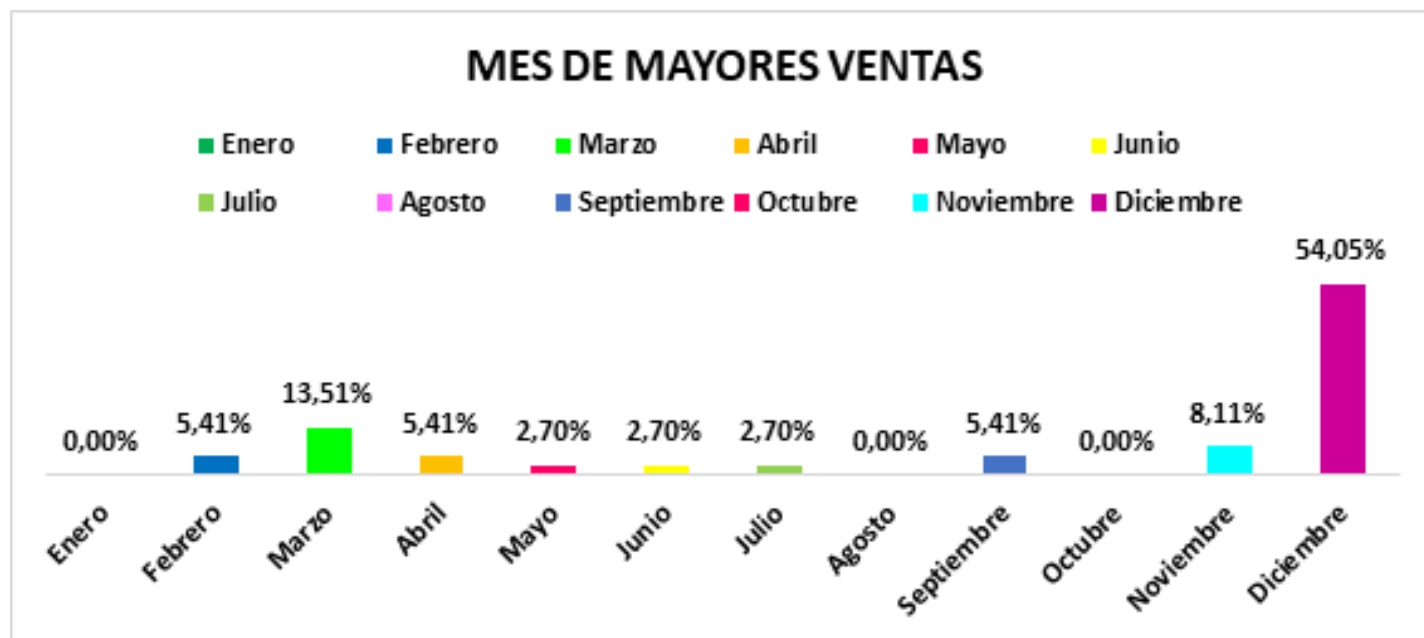
**Gráfica 7.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el nivel de ventas diarias. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de los comerciantes informales encuestados en el municipio de Barbacoa, el 36,6% obtiene un nivel de ventas diarias de \$100.000 a \$300.000, el 33,33% de \$300.000 a \$500.000, el 20,00% de \$0 a \$100.000. tan solo un 10,00% de la población encuestada tiene ventas que oscilan entre \$500.000 a \$1.000.000. De esta información se infiere que más del 50% de la población encuestada en Barbacoas, no logra superar los \$300.000 en ventas diarios, generando menos recursos económicos que la otra parte no representativa.

**Gráfica 8.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el mes de mayores ventas. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Sin duda alguna, en la mayoría de los meses hay un cierto nivel de ganancia para los comerciantes informales del municipio de Barbacoas. Sin embargo, son los meses como diciembre, febrero, abril y septiembre donde coexisten algunas festividades sociales, los que evidencian mayor volumen en sus ventas.

**Gráfica 9.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el año en la actividad. 2021

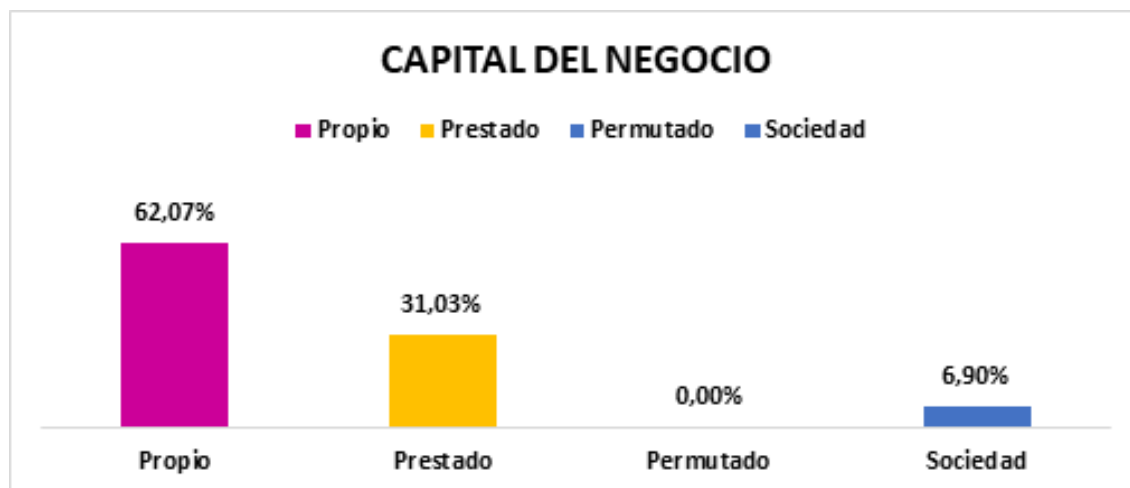


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Las cifras anteriores demuestran que la informalidad en Barbacoas se representa como un fenómeno cultural y social. Por años los comerciantes han desempeñado actividades económicas bajo este sistema aun después de ser visitados y o notificados por las instituciones pertinentes de que se debe hacer un registro mercantil.

**CENSO**  
2021

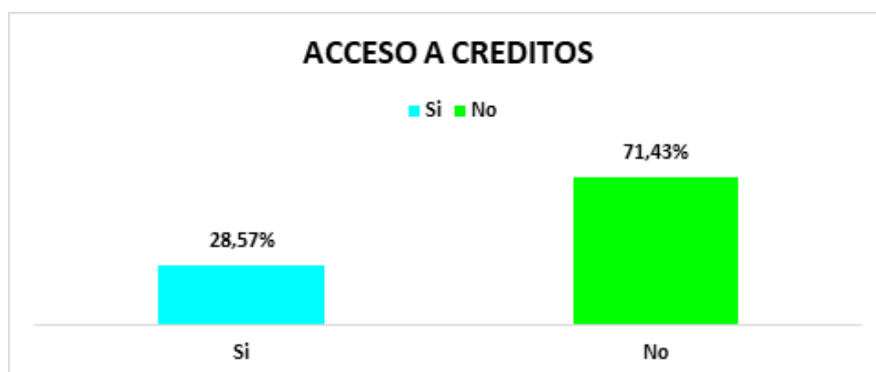
**Gráfica 10.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el capital del negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Varias son las fuentes y entidades financieras a las que acceden los comerciantes para obtener el capital para el desarrollo de sus respectivas unidades productivas. En las 29 encuestas realizadas en el municipio de Barbacoas, el 62,07% de los comerciantes emprendió con capital propio, el 31,03% prestado y solo el 6,90% de la comunidad empresarial informal ha tenido que permutar bienes o servicios para emprender.

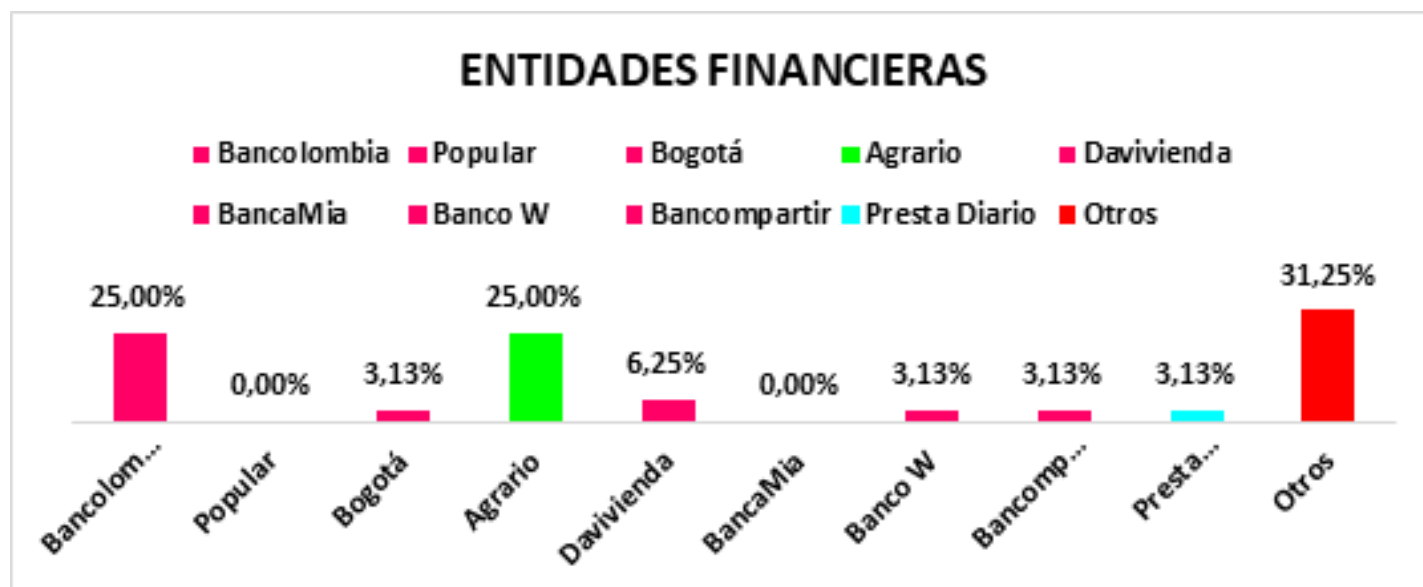
**Gráfica 11.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el acceso a créditos. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de la población informal que fue objeto de estudio en el municipio de Barbacoas, el 28,57% manifiesta tener algún tipo de acceso a créditos, a pesar de que el registro mercantil es uno de los requisitos primordiales para acceder a créditos, mientras que el 71,43% de la población restante se encuentra por fuera de esa posibilidad.

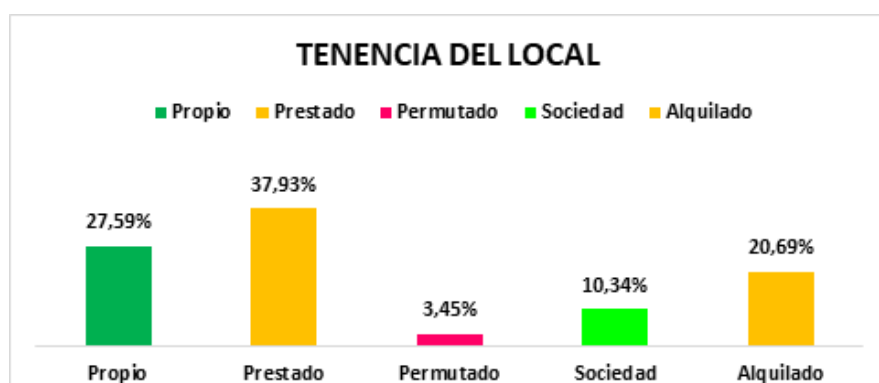
**Gráfica 12.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según la entidad financiera con mayor presencia. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre el acceso a crédito en las entidades financieras que hacen presencia en el municipio de Barbacoas, se obtuvo que el 31,25% de la población encuestada adquiere préstamos de personas naturales que no cobran ningún tipo de interés, como son los familiares, amigos o vecinos, seguido, el 25,00% en Bancolombia, el 25,00% en banco agrario, siendo estas últimas las dos entidades financieras con mayor cobertura crediticia en el municipio.

**Gráfica 13.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según la tenencia del local. 2021



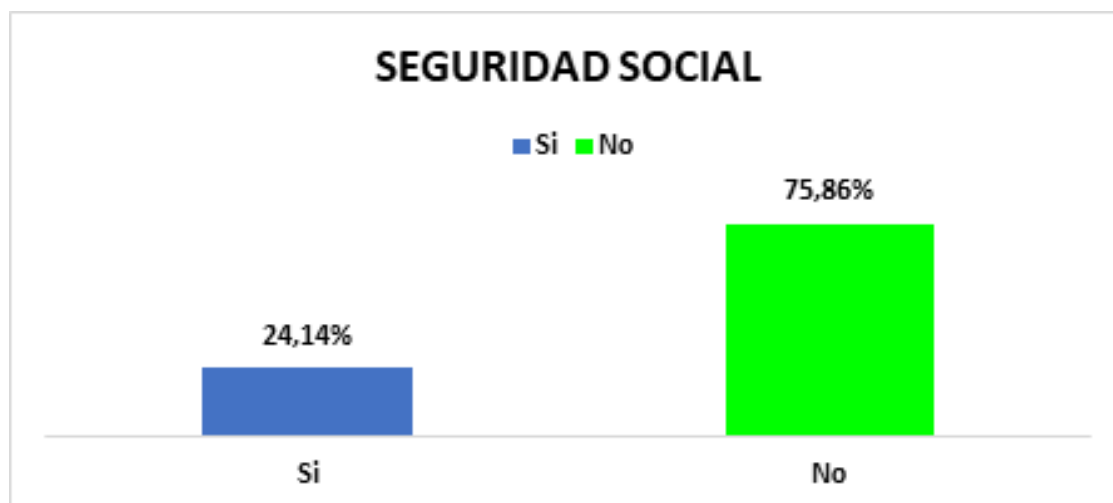
**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

La tenencia del local es otro ítem que se consideró necesario e importante estudiar a la hora de identificar los causales de la informalidad. En el municipio de Barbacoas, el 37,93% de los locales comerciales son prestados, el 27,59% propios, el 20,69% alquilado, el 10,34% sociedad y el 3,45% permutado.

Las cifras anteriores revelan que, aunque la mayor parte de los comerciantes informales que fueron objeto de estudio en el municipio no pagan ningún incentivo económico por el local donde funciona su unidad productiva, no designa estos recursos para el registro mercantil de su negocio. Lo cual indica que, el pago o no de un local para el funcionamiento de una empresa, no determina el registro mercantil de un comerciante.



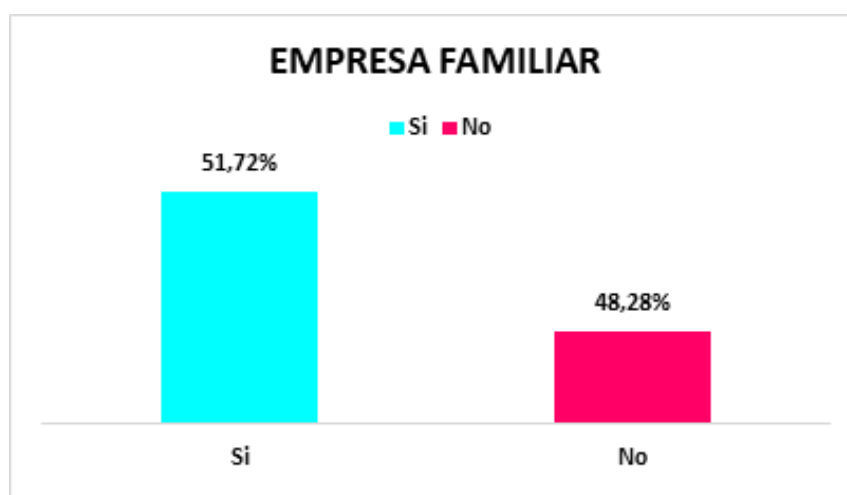
**Gráfica 14.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según el pago de seguridad social. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De los consultados en el censo de informalidad levantado en el municipio de Barbacoas; se determinó que el 75,86% no tiene seguridad social, siendo este porcentaje bastante significativo, ya que representa más de la mitad de la población y solo un 24,14% tiene seguridad social. Cabe resaltar que, la seguridad social es un medio de garantía en los servicios médicos, pensiones y riesgos laborales que mediante el análisis de la información obtenida se infiere que resulta ser irrelevante para los comerciantes informales al momento de desarrollar sus actividades económicas.

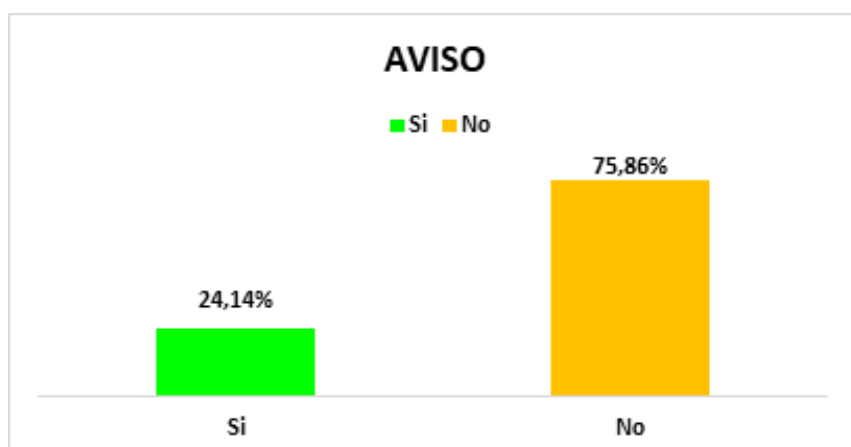
**Gráfica 15.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según si la empresa es familiar. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al preguntar sobre si la unidad productiva es familiar, el 51,72% respondió que sí, mientras el 48,28% respondió que no. Esta información indica que, aunque las contrataciones que hacen los comerciantes de este sector contribuyen a minimizar las tasas de desempleo en el país, que para abril del 2021 estaban en 15.1% según informe del DANE, al contratar personal con base en criterios familiares, benefician a un menor número de hogares en el municipio.

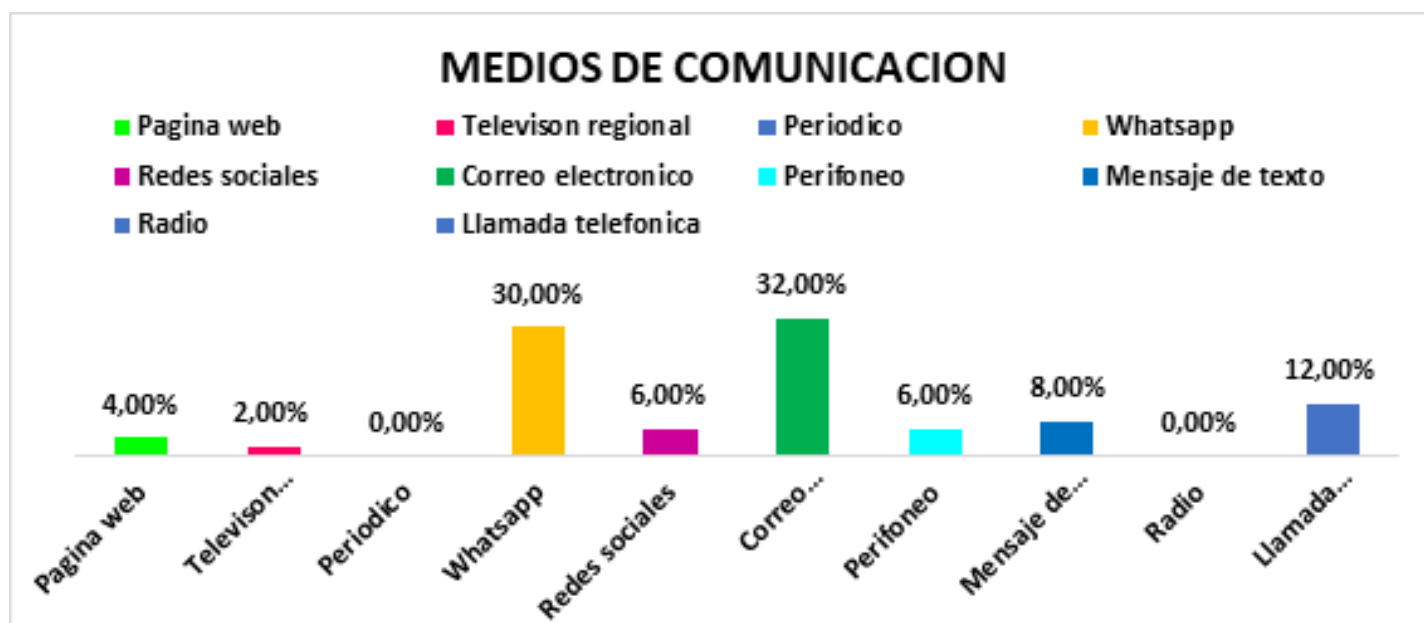
**Gráfica 16.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según si cuenta con letrero el negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de la población censada por la Cámara de Comercio en el municipio de Barbacoas, se observó que a diferencia de un 75,86% de la población informal que no tiene ningún aviso en su establecimiento comercial, hay una minoría que representa el 24,14% que si prefiere utilizar esta herramienta como medio de publicidad para dar a conocer sus negocios.

**Gráfica 17.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según los medios de comunicación para enterarse de los servicios de la Cámara de Comercio de Tumaco. 2021

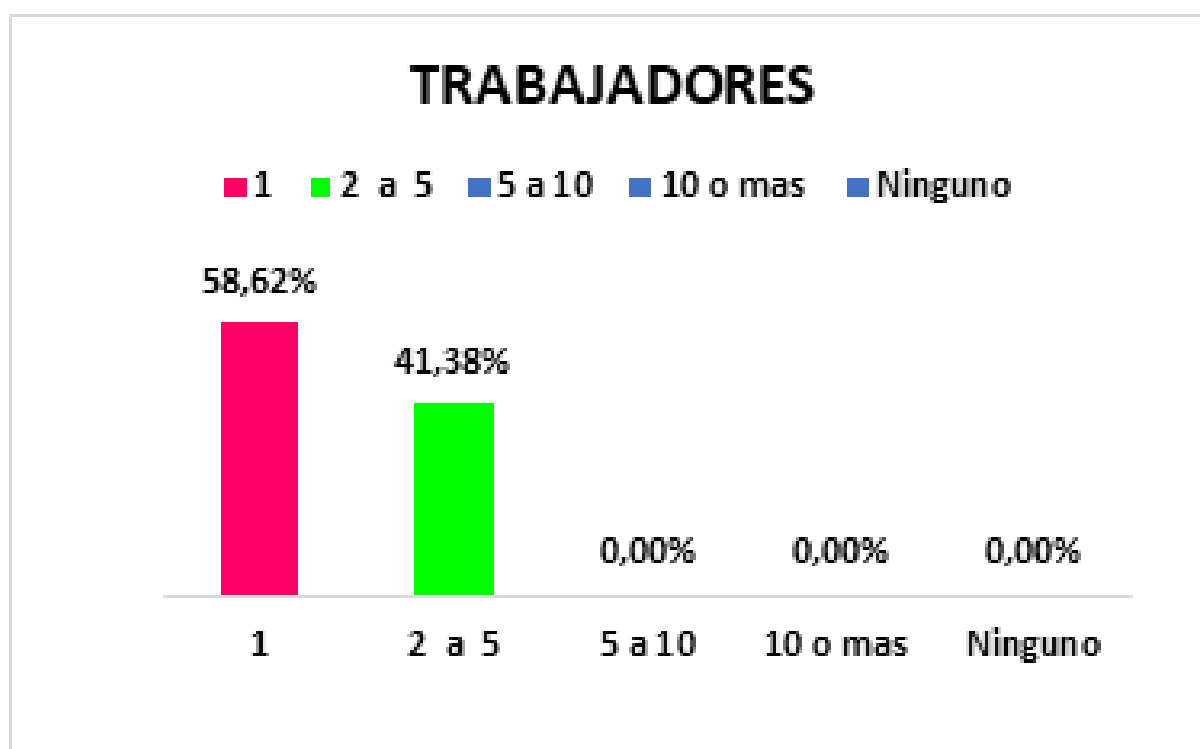


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Siguiendo con el análisis de la información arrojada por el censo de informalidad, se indagó sobre la utilización de medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales para enterarse de las actividades que desarrolla la Cámara de Comercio de Tumaco, se observó, que el correo electrónico en un 32,00%, WhatsApp con en 30,00%, y llamadas telefónicas 12,00%, hacen parte de los medios que utilizan frecuentemente como herramienta de difusión y adquisición de información en el municipio. Sin embargo, hay otros medios que son utilizados, aunque en menor proporción tales como, mensajes de textos con un 8,00%, redes sociales y perifoneo con un 6.00% cada uno, página web en 4,00%, televisión regional 2,00%.

Lo anterior indica, que medios tradicionales y digitales se unen para brindar y obtener información oportuna en beneficio de la unidad productiva.

**Gráfica 18.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Barbacoas, según los medios de comunicación para enterarse de los servicios de la Cámara de Comercio de Tumaco. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Con el objetivo de medir la informalidad y determinar las condiciones de esta, se cuestionó sobre la cantidad de personas empleadas en una misma iniciativa, y la información obtenida expresa que del 100% de la población analizada en el municipio de Barbacoas, el 58,62% solo emplea 1 personas, seguido del 41,38% que emplea de 2 a 5 personas. Es decir, la empleabilidad en este municipio se manifiesta de 1 a 5 personas por empresa, donde la mayor parte de los comerciantes tienen a su cargo de 1 colaborador.

## MAGÜI PAYAN

El municipio de Magüi Payán se encuentra localizado en la zona centro occidental del departamento de Nariño, limita por el norte con los municipios de La Tola y El Charlo, por el sur con los municipios de Barbacoas, por el oriente con los municipios de Policarpa, El Rosario y Cumbitara y por el occidente con el municipio de Roberto Payán; tiene una extensión de 2.989 Km<sup>2</sup> situándose como el segundo municipio más grande del departamento, conformado por 13 barrios en la cabecera municipal y 51 veredas en la parte rural.

En la parte urbana del municipio se desarrollan actividades de comercio como venta de abarrotes, ropa, panaderías y carnicerías, también pequeños restaurantes; mientras que la calidad de los suelos en la parte rural permite a sus habitantes sembrar diversos cultivos, así para el año 2016, los productos agrícolas más sembrados y que más toneladas dejaron fueron el banano, el cacao y el plátano de costa; sin embargo, el suelo de la zona se vio afectado por la fumigación aérea para la erradicación dejando secuelas de las que no se recuperan en su totalidad y que unido a los desbordamientos de ríos no permite una producción a escala.

A pesar de las ventajas que posee el municipio en cuanto al suelo, el bajo nivel de asociatividad y productividad no permiten mayores niveles de producción y comercialización, además de la falta de capacitación técnica y profesional.

Por su parte actividades como la ganadería no son rentables en el municipio por las características del suelo que no son aptos para el pastoreo intensivo, existiendo 720 cabezas de ganado bovino para el año 2016. Magüi Payán posee una gran riqueza minera, esta actividad se realiza a cielo abierto de manera informal, pero con una producción menor a la generada anteriormente.

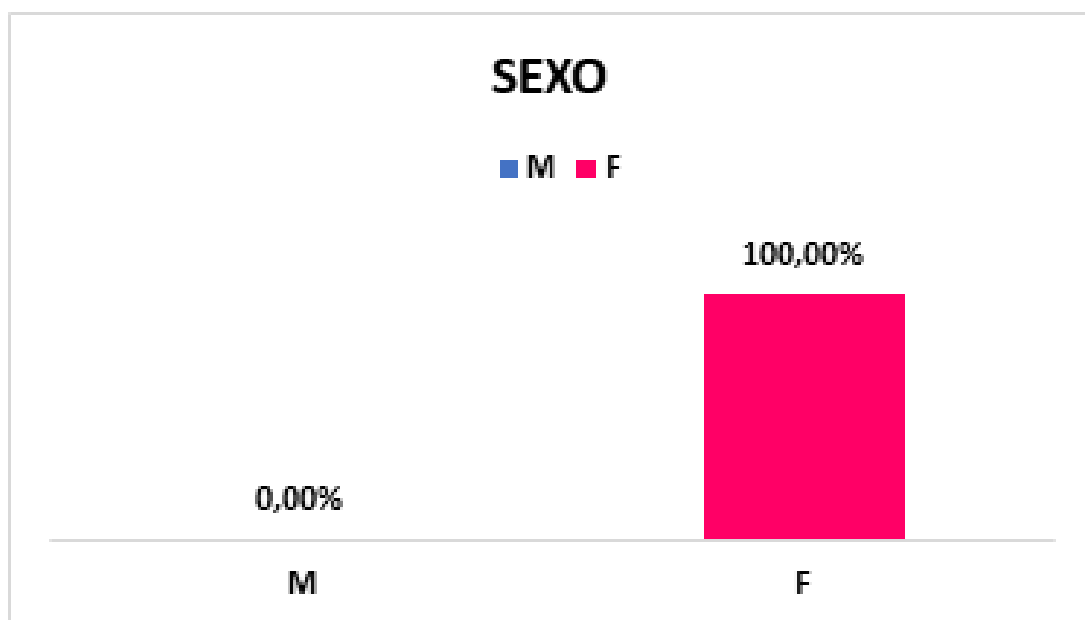
Los registros mercantiles con mayor participación discriminados por sector económico según código CIIU\* A dos dígitos matriculados y renovados para la vigencia de 2021, son: La Sección G, que representa al Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, con **56** empresas registradas y renovadas, es decir son todas aquellas empresas que se dedican a la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía (bienes masivos, ropa y demás).

Por otro lado, dentro de la vigencia de estudio, se identificaron **2** empresarios informales en la zona urbana del municipio de Magüi Payan, que a continuación se caracterizan:

## CARACTERISTICAS GENERALES DEL POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL MUNICIPIO DE MAGÜI PAYAN 2021.

Identificar el potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, permitió que se analizara otras variables, sociales, económicas y empresariales que determinaron su vida en la informalidad. A continuación, se presentan dichas variables.

**Gráfica 1.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según su sexo. 2021



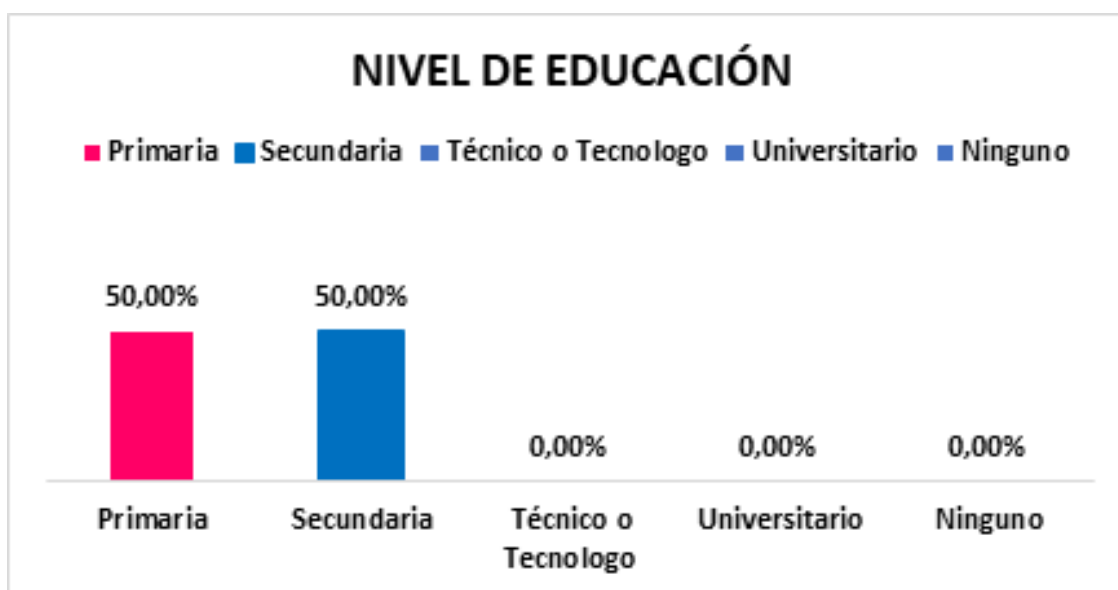
**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Se puede observar que, en las encuestas realizadas en el municipio de Magüi Payan, el 100% de la población informal corresponde al sexo femenino.

En ese sentido, el sexo femenino tiene la totalidad de emprendimientos en el territorio..



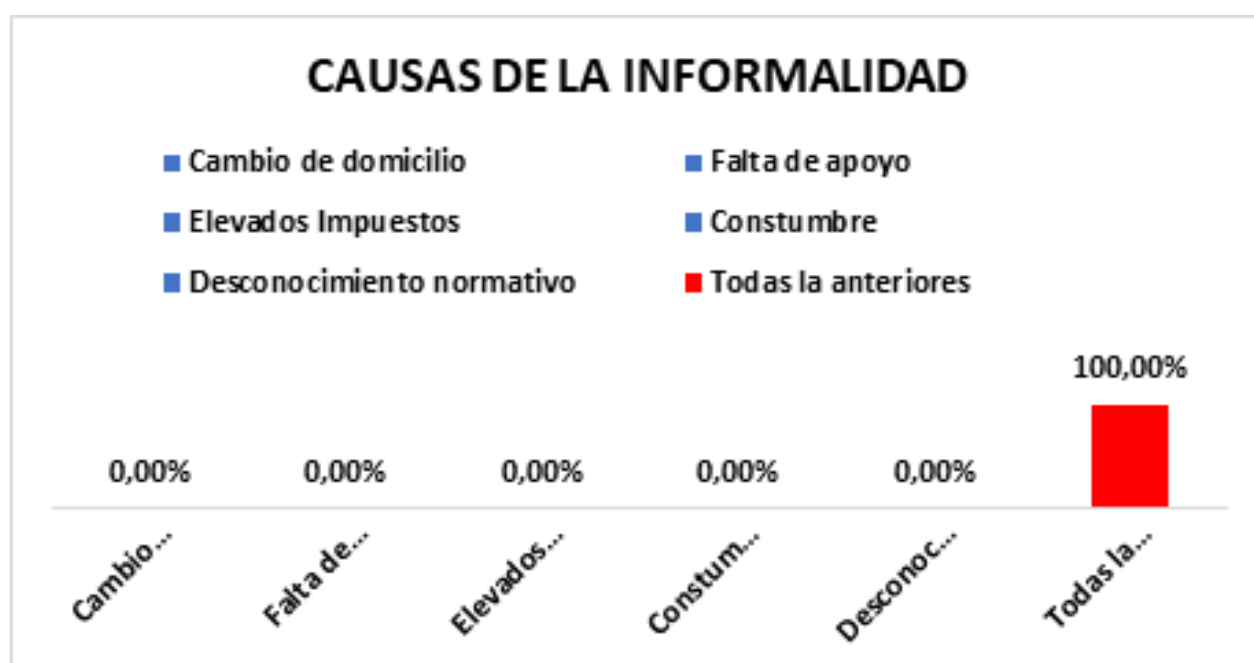
**Gráfica 2.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según su nivel de educación. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Una de las variables que se consideró necesaria estudiar, fue el nivel educativo de la población informal en Magüi Payan, de la totalidad de las encuestas realizadas en el municipio, el 50.00% indico haber culminado la primaria de Bachillerato y el otro 50,00% la secundaria. Estas cifras reflejan que el nivel educativo de la población informal del municipio se ubica entre la básica primaria y secundaria del bachillerato.

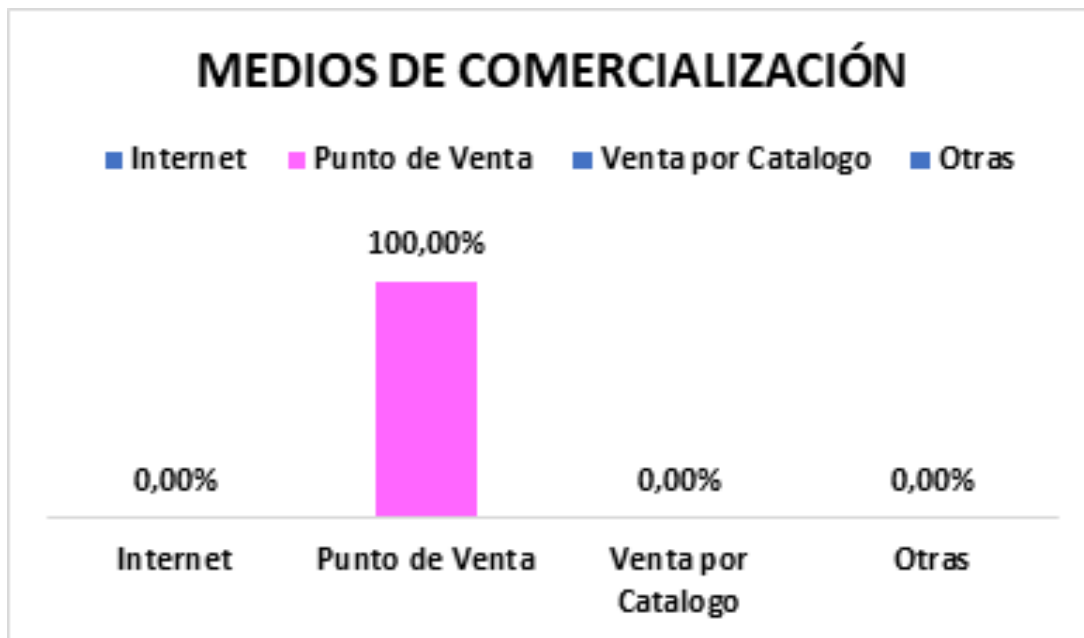
**Gráfica 3.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según su la causa de la informalidad. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre las causas que dan origen a la informalidad en el municipio de Magüi Payan, se observó que, según la población encuestada, todas las opciones anteriormente presentadas en este censo, son detonantes que han permitido la continuidad de labores económicas dentro de la informalidad.

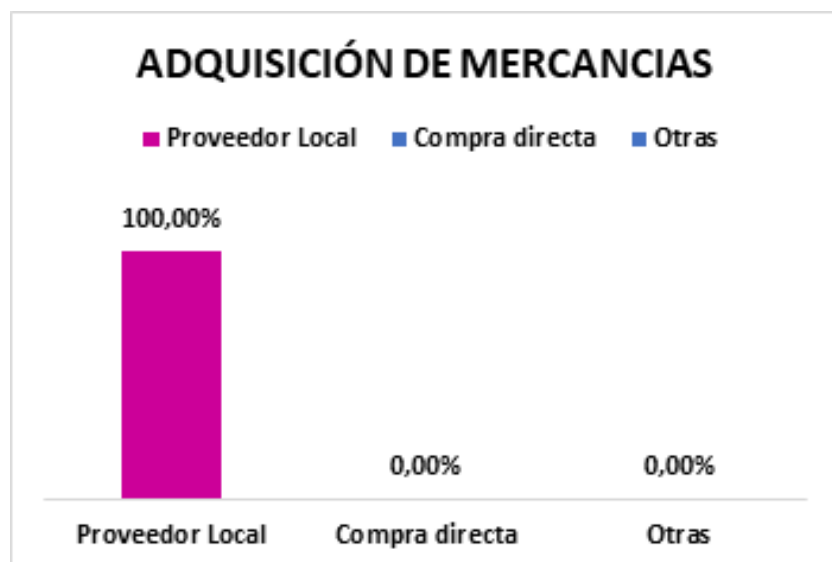
**Gráfica 4.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el medio de comercialización. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

En la gráfica anterior donde se condensan los datos obtenidos con respecto a la frecuencia con la que utilizan los medios de comercialización, se reconoce información importante que cuenta que los medios de comercialización tradicionales continúan siendo utilizados en gran medida, ya que, el 100.00% de los comerciantes informales encuestados en el municipio de Magüi Payan, indican que, su único medio de comercialización es el punto de venta.

**Gráfica 5.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según su la causa de la informalidad. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Con el objetivo de identificar los ítems que influyen en la informalidad de los comerciantes en el municipio de Magüi Payan, se les indago sobre los medios que utilizan para adquirir la mercancía, donde el 100,00% de la población manifestó adquirir por medio de proveedor local.

**Gráfica 6.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Mosquera, según el tipo de productos y/o servicios. 2021

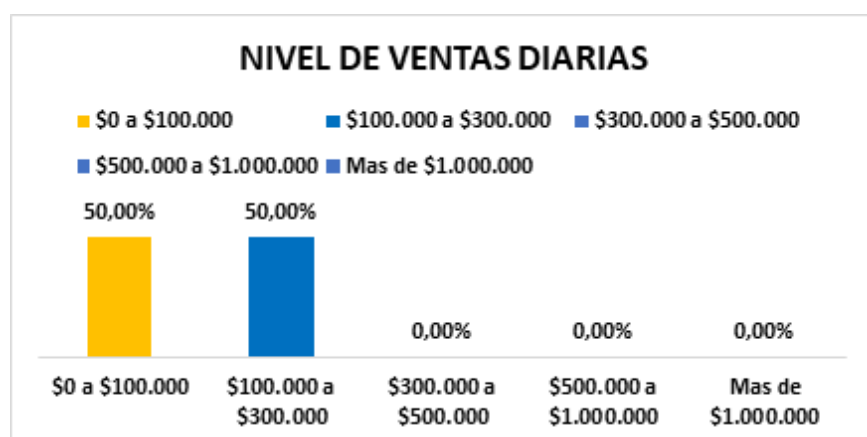


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De acuerdo a la información que arrojo el presente estudio, se puede observar, que de la totalidad de la población informal del municipio de Magüi Payan, el 50,00% oferta víveres y el 50,00% vende productos pecuarios.

Este fenómeno se presenta por la cantidad de productos que ofrecen y el poco conocimiento sobre su clasificación.

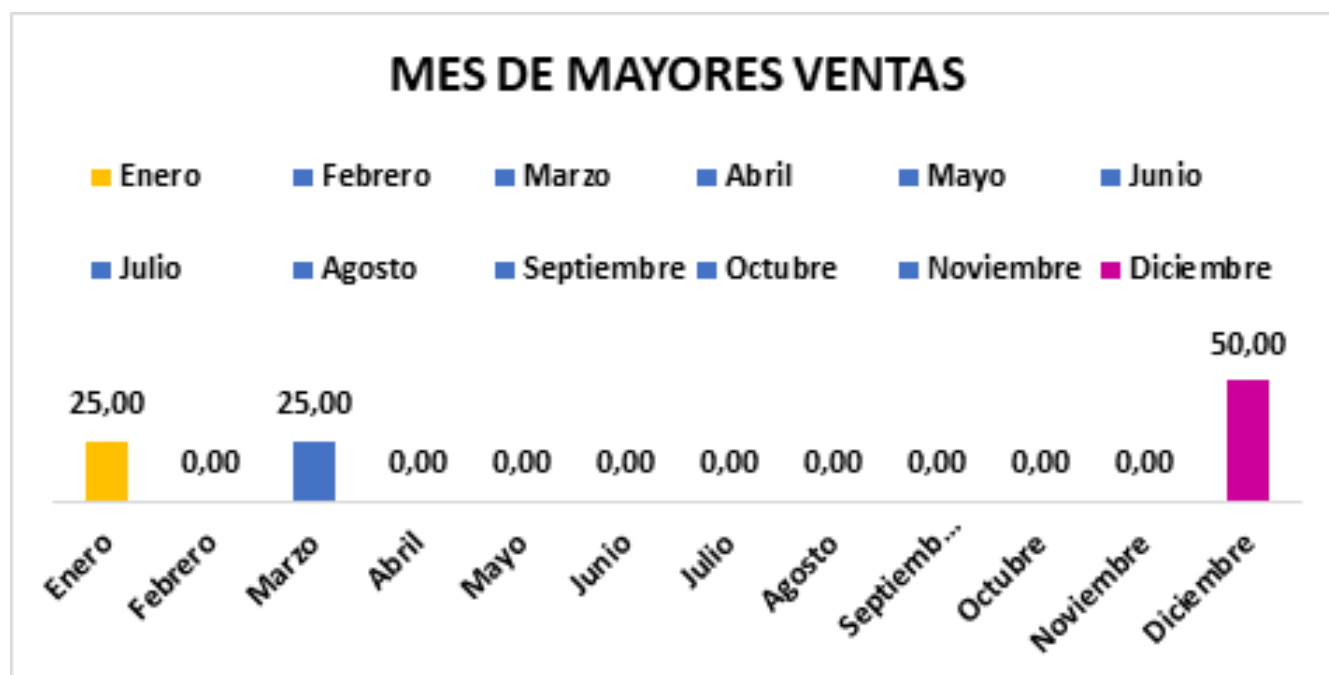
**Gráfica 7.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el nivel de ventas diarias. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de los comerciantes informales encuestados en el municipio de Magüi Payan, el 50,00% obtiene un nivel de ventas diarias de \$0 a \$100.000 y el 50,00% de \$100.000 a \$300.000. De esta información se infiere que el 100% de la población encuestada en Magüi Payan, no logra superar los \$300.000 en ventas diarios.

**Gráfica 8.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el mes de mayor venta. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

El nivel de ventas obtenidos por los servicios/productos ofertados varía de acuerdo a las dinámicas de cada mes. De la totalidad de los encuestados en Magüi Payan, el 50,00% identifico a diciembre como el mes donde se reflejan mayores ventas, seguido de enero y marzo representados respectivamente con el 25,00% de la población.

**Gráfica 9.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el año en la actividad comercial. 2021

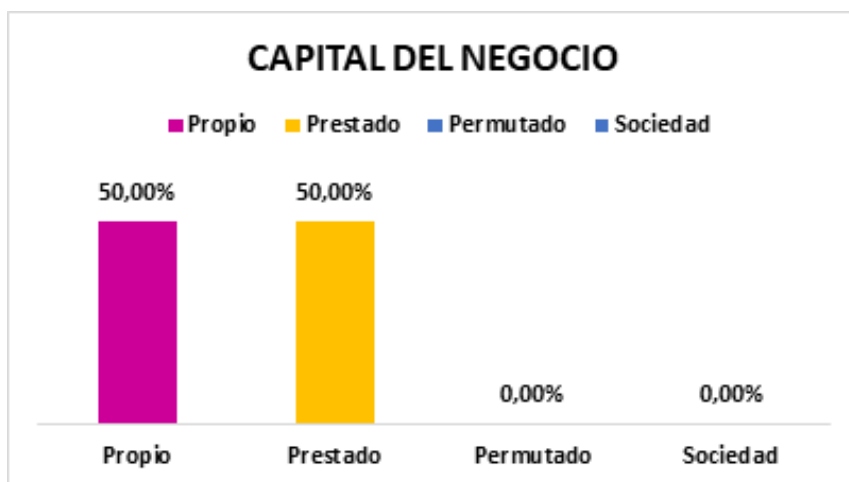


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

En la totalidad de encuestas realizadas en el municipio de Magüi Payan, se evidencia que el 100,00% de la población tiene de 1 a 3 años ejerciendo su actividad comercial en el territorio.

Las cifras anteriores demuestran que la informalidad en Magüi Payan, representa como un fenómeno cultural y social. Los comerciantes están desempeñando actividades económicas bajo este sistema aun después de ser visitados y o notificados por las instituciones pertinentes de que se debe hacer un registro mercantil.

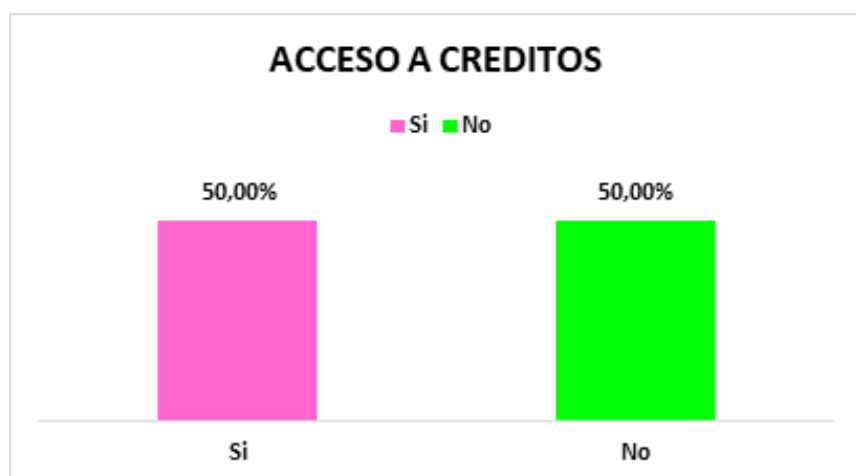
**Gráfica 10.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el capital del negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Varias son las fuentes y entidades financieras a las que acceden los comerciantes para obtener el capital para el desarrollo de sus respectivas unidades productivas. De la totalidad de encuestas realizadas en el municipio de Magüi Payan, el 50,00% de los comerciantes emprendió con capital propio y el 50.00% prestado.

**Gráfica 11.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según acceso a créditos. 2021

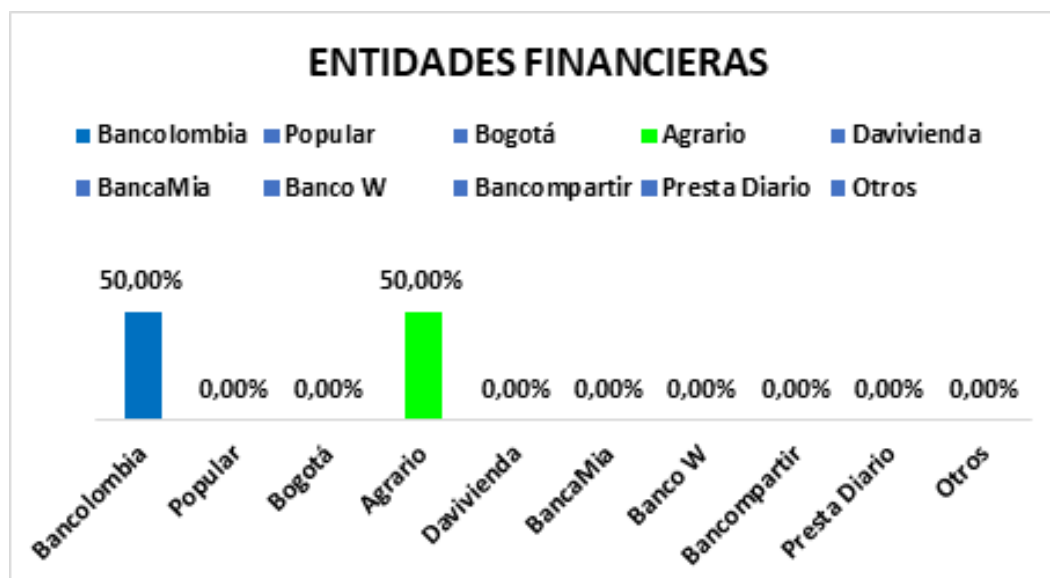


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco



Del 100% de la población informal que fue objeto de este estudio en el municipio de Magüi Payan, el 50,00% manifiesta tener algún tipo de acceso a créditos, a pesar de que el registro mercantil es uno de los requisitos primordiales para acceder a créditos, mientras que el 50,00% de la población restante se encuentra por fuera de esa posibilidad.

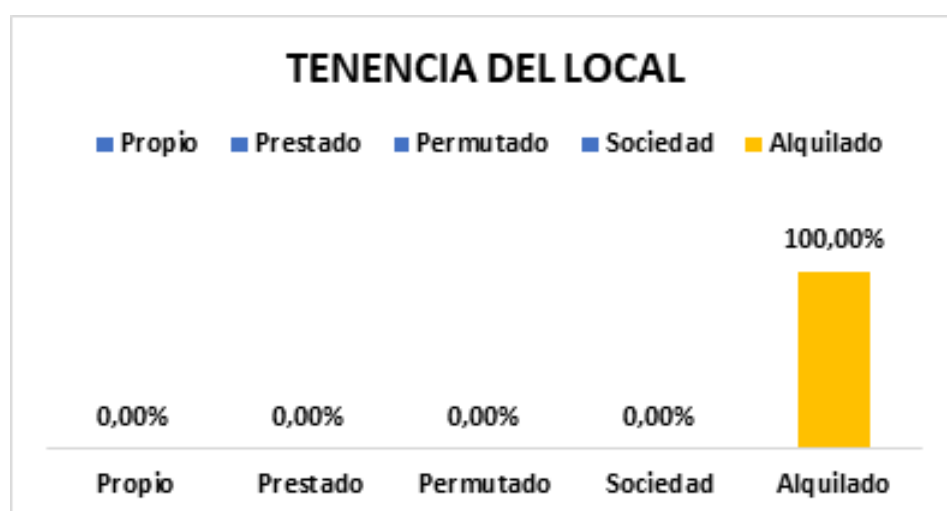
**Gráfica 12.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según la entidad financiera. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre el acceso a crédito en las entidades financieras que hacen presencia en el municipio de Magüi Payan, el 50,00% de la población encuestada manifiesta haber adquirido un crédito en Bancolombia y el 50,00% restante en banco agrario, siendo estas dos las entidades financieras con mayor cobertura crediticia en el municipio.

**Gráfica 13.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según la tenencia del local. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

La tenencia del local es otro ítem que se consideró necesario e importante estudiar a la hora de identificar los causales de la informalidad. En el municipio de Magüi Payan, el 100% de los locales comerciales son alquilados.

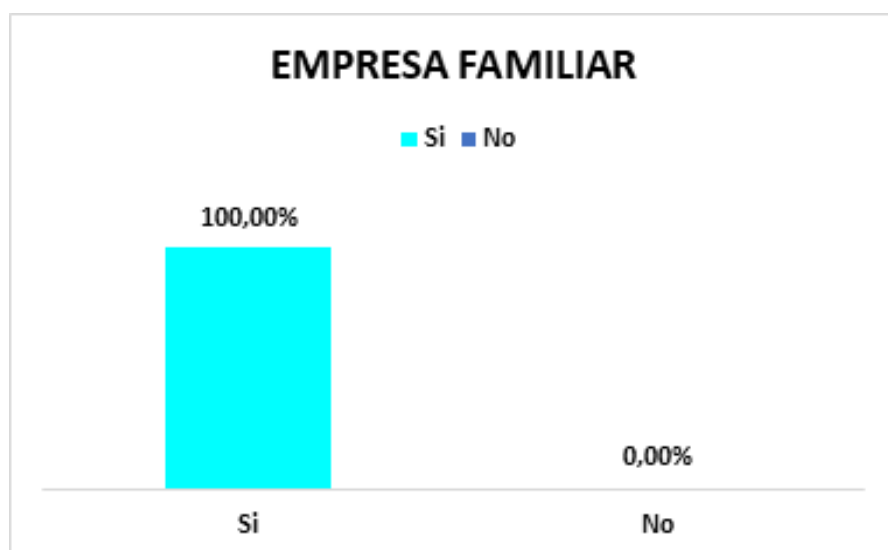
**Gráfica 14.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según la seguridad social. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De los consultados en el censo de informalidad levantado en el municipio de Magüi Payan; se determinó que el 100,00% no tiene seguridad social, siendo este porcentaje bastante significativo, la totalidad de la población. Cabe resaltar que, la seguridad social es un medio de garantía en los servicios médicos, pensiones y riesgos laborales que mediante el análisis de la información obtenida se infiere que resulta ser irrelevante para los comerciantes informales al momento de desarrollar sus actividades económicas.

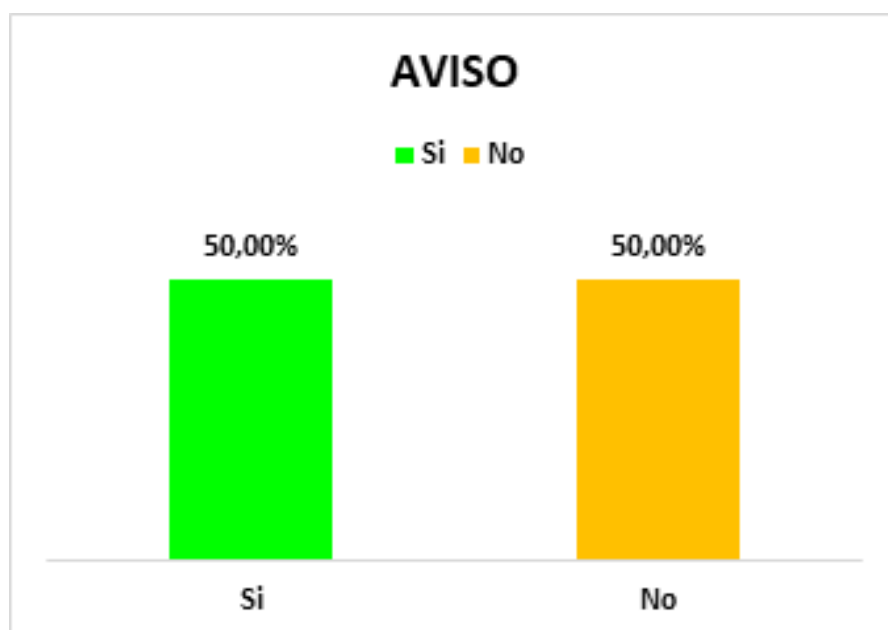
**Gráfica 15.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el tipo de empresa familiar. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al preguntar sobre si la unidad productiva es familiar, el 100% respondió que sí. Esta información indica que, aunque las contrataciones que hacen los comerciantes de este sector contribuyen a minimizar las tasas de desempleo en el país, que para abril del 2021 estaban en 15.1% según informe del DANE, al contratar personal con base en criterios familiares, benefician a un menor número de hogares en el municipio.

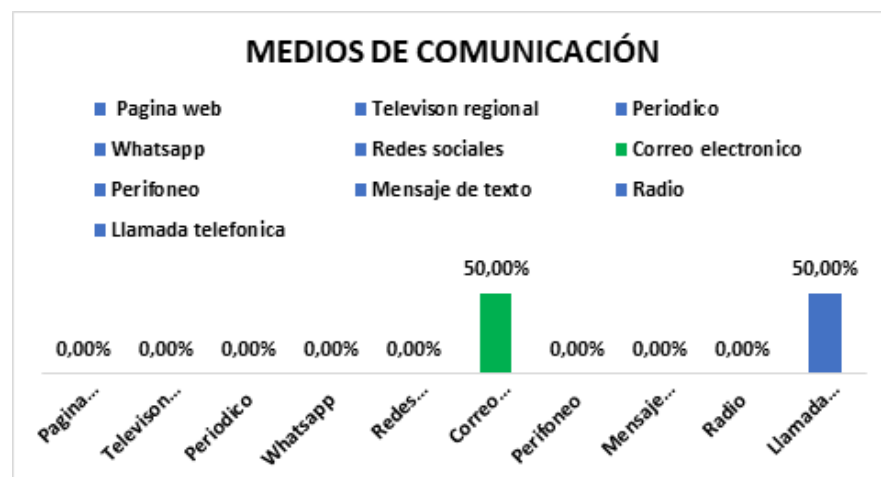
**Gráfica 16.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según la manera como visibiliza su negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de la población censada por la Cámara de Comercio en el municipio de Magüi Payan, se observó que a diferencia de un 50,00% de la población informal que no tiene ningún aviso en su establecimiento comercial, hay un 50,00% que si prefiere utilizar esta herramienta como medio de publicidad para dar a conocer sus negocios.

**Gráfica 17.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según el medio deseado para comunicarse con la Cámara. 2021

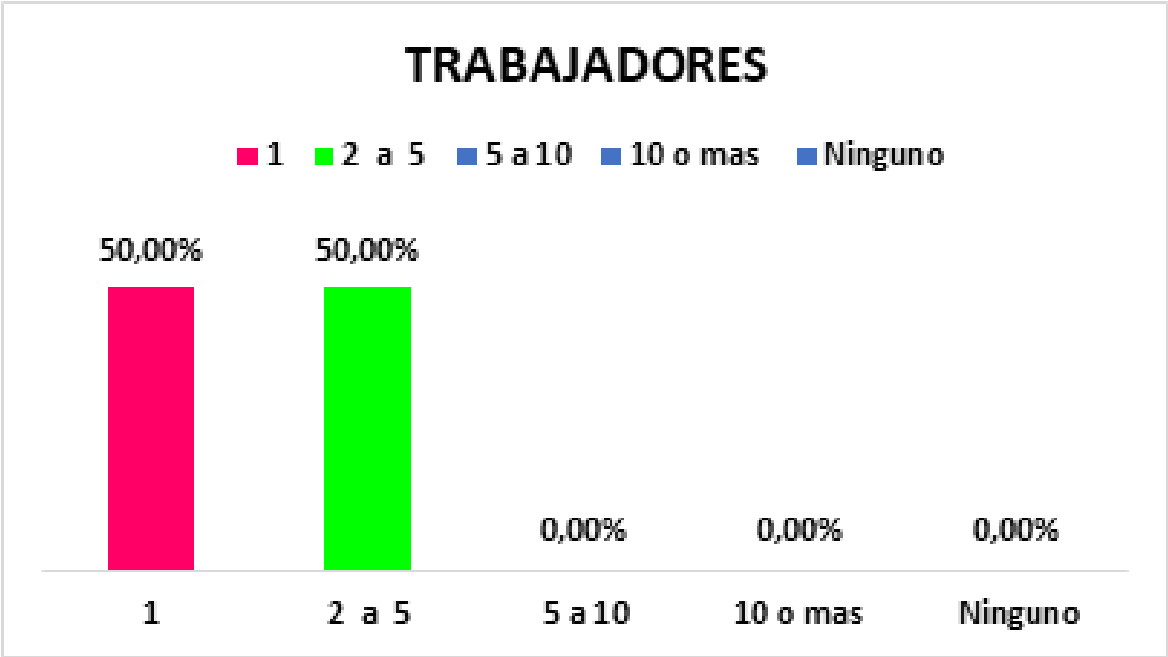


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Siguiendo con el análisis de la información arrojada por el censo de informalidad, se indagó sobre la utilización de medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales para enterarse de las actividades que desarrolla la Cámara de Comercio de Tumaco, se observó, que el correo electrónico en 50,00%, y llamada telefónica en 50,00%, hacen parte de los medios que utilizan frecuentemente como herramienta de difusión y adquisición de información en el municipio.

Lo anterior indica que medios tradicionales y digitales se unen para brindar y obtener información oportuna en beneficio de la unidad productiva.

**Gráfica 18.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Magüi Payan, según la manera como visibiliza su negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Con el objetivo de medir la informalidad y determinar las condiciones de esta, se cuestionó sobre la cantidad de personas empleadas en una misma iniciativa, y la información obtenida expresa que del 100% de la población analizada en el municipio de Magüi Payan, el 50,00% emplea 1 persona y el 50,00% emplea de 2 a 5 personas. Es decir, la empleabilidad en este municipio se manifiesta de 1 a 5 personas por empresa.



## ROBERTO PAYAN

Roberto Payán limita por el norte con los municipios de Olaya Herrera, Francisco Pizarro y Mosquera; por el Sur con los municipios de Tumaco y Barbacoas; por el oriente con los municipios de Magüí Payán y Olaya Herrera y al Occidente con los municipios de Tumaco y Francisco Pizarro. Tiene una extensión de 1.342 Km<sup>2</sup> y se encuentra dividido en cuatro zonas dentro de las cuales hay 72 veredas distribuidas a su vez en 19 corregimientos.

Las actividades económicas que se generan en el municipio son de subsistencia, centrándose en la agricultura artesanal, que combinan con el pastoreo y la silvicultura, se permite la explotación forestal y pastos simultáneamente; la existencia de niveles producción bajos se da por el bajo nivel técnico, tecnológico y el tamaño limitado de las parcelas, para el año 2016 los cultivos con más hectáreas sembradas fueron el plátano de costa, arroz, caña y cacao. En la parte urbana no hay presencia de empresa solo de pequeñas tiendas y restaurantes.

Los registros mercantiles con mayor participación discriminados por sector económico según código CIIU\* A dos dígitos matriculados y renovados para la vigencia de 2021 son: La Sección G, que representa al Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, con **48** empresas registradas y renovadas, es decir son todas aquellas empresas que se dedican a la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía (bienes masivos, ropa y demás).

Por otro lado, dentro de la vigencia de estudio, se identificaron **3** empresarios informales en la zona urbana del municipio de Roberto Payan, que a continuación se caracterizan:

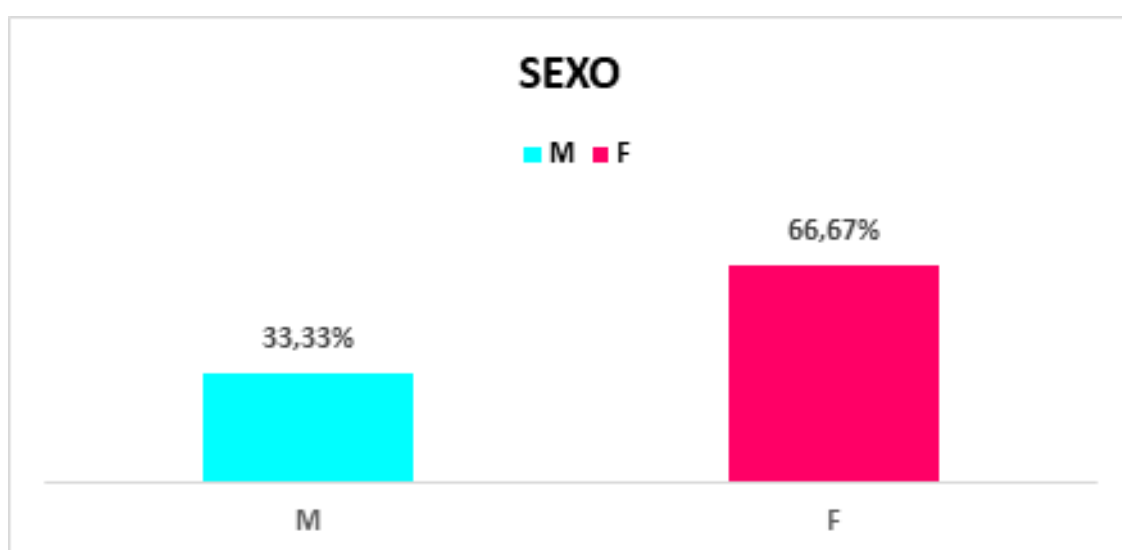




## CARACTERISTICAS GENERALES DEL POTENCIAL DE COMERCIANTES EN EL MUNICIPIO DE ROBERTO PAYAN 2021.

Identificar el potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, permitió que se analizara otras variables, sociales, económicas y empresariales que determinaron su vida en la informalidad. A continuación, se presentan dichas variables.

**Gráfica 1.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según su sexo. 2021

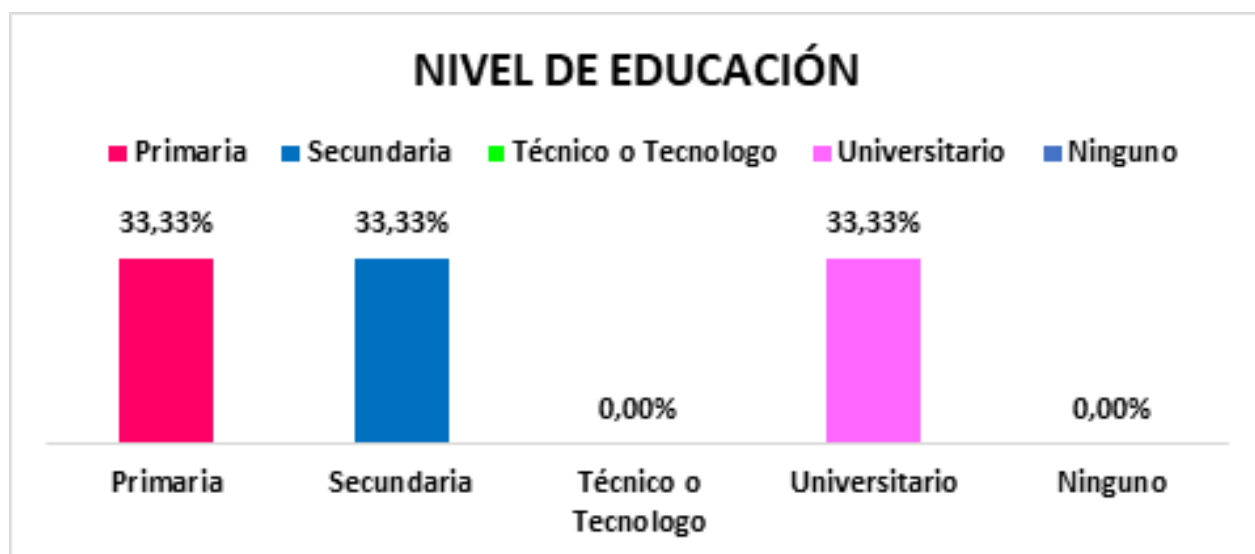


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Se puede observar que, en las encuestas realizadas en el municipio de Roberto Payan, el 33,33% de la población informal corresponde al sexo masculino, mientras que el 66,66% representa al sexo femenino.

En ese sentido, el sexo femenino tiene el mayor número de emprendimientos en el territorio.

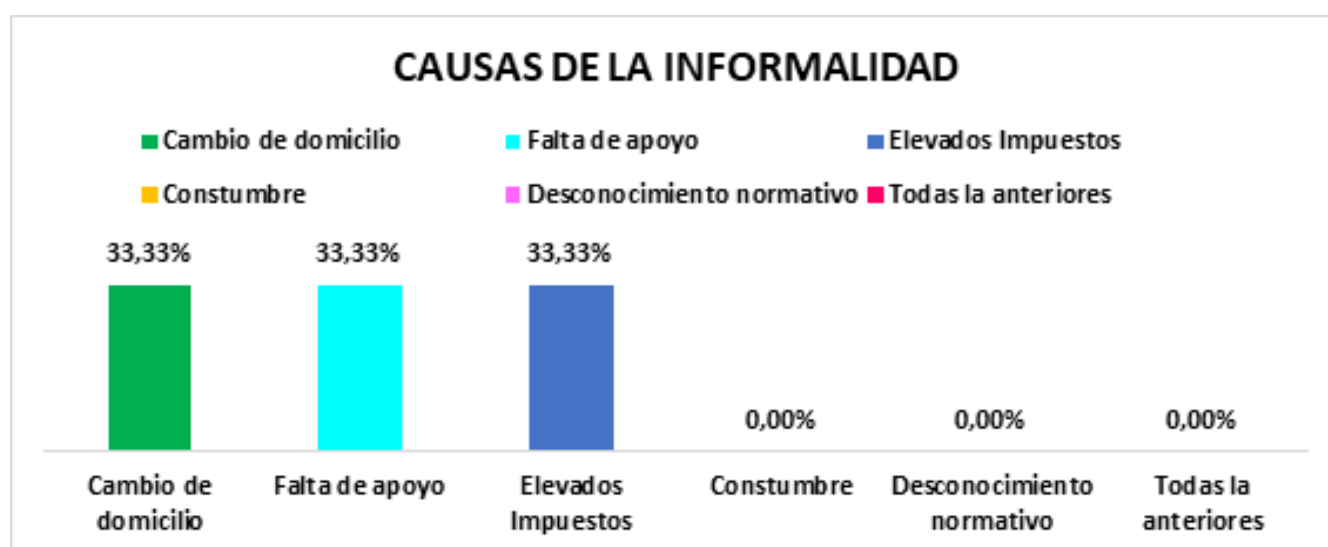
**Gráfica 2.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según su nivel de educación. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Una de las variables que se consideró necesaria estudiar, fue el nivel educativo de la población informal en Roberto Payan, del 100% de las encuestas realizadas en el municipio, el 33,33% indico haber culminado estudios universitarios, el 33,33% la secundaria, el 33,33% la primaria, Estas cifras reflejan que el 66,66% de los comerciantes, solo cuentan con educación básica primaria y secundaria, siendo este un porcentaje muy significativo. Lo cual indica que, el nivel educativo de la población informal del municipio se ubica entre primaria y secundaria de bachillerato.

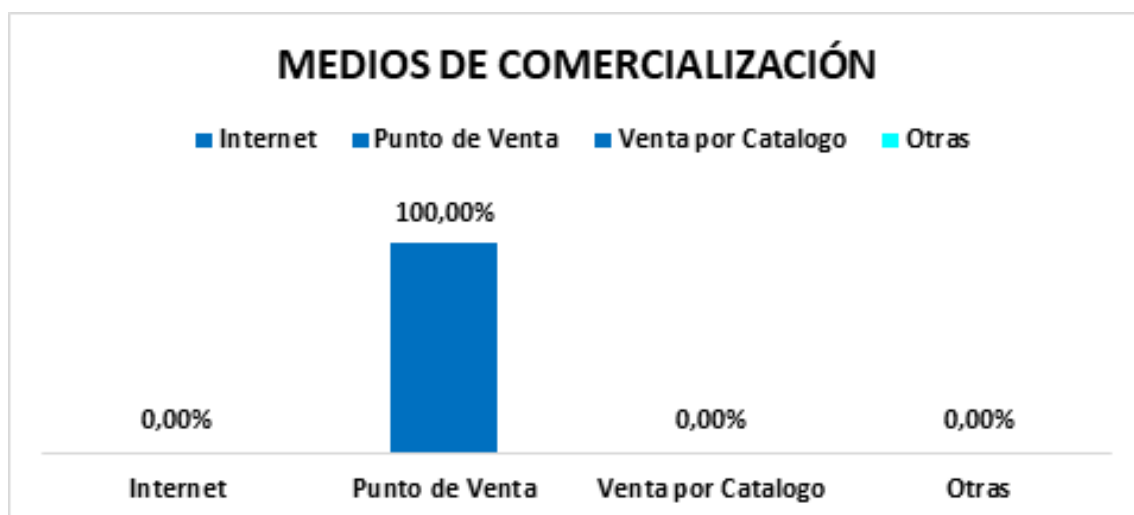
**Gráfica 3.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según su la causa de la informalidad. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Las causas que dan origen a la informalidad en el municipio de Roberto Payan, según la población encuestada, son el cambio de domicilio con un 33,33%, seguido de la falta de apoyo con 33,33%, seguido de elevados impuestos con un 33,33%. En síntesis, este estudio evidenció que la informalidad que se desarrolla al margen del estado y alcanza más o menos el 50% de la mano de obra en el país, se ha venido presentando como un medio de adquisición de recursos económico, debido a la poca oferta laboral.

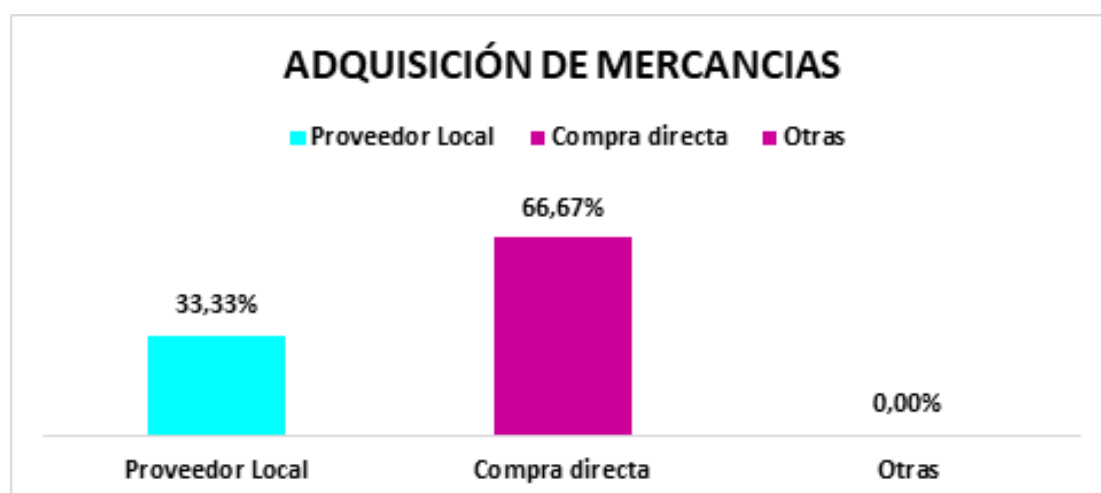
**Gráfica 4.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según su medio de comercialización. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre los medios de comercialización en el municipio de Roberto Payan, se obtuvo que el 100% la población informal encuestada utiliza el punto de venta como único medio de comercialización. Estas cifras demuestran que los medios tradicionales de comercialización prevalecen por encima de los digitales.

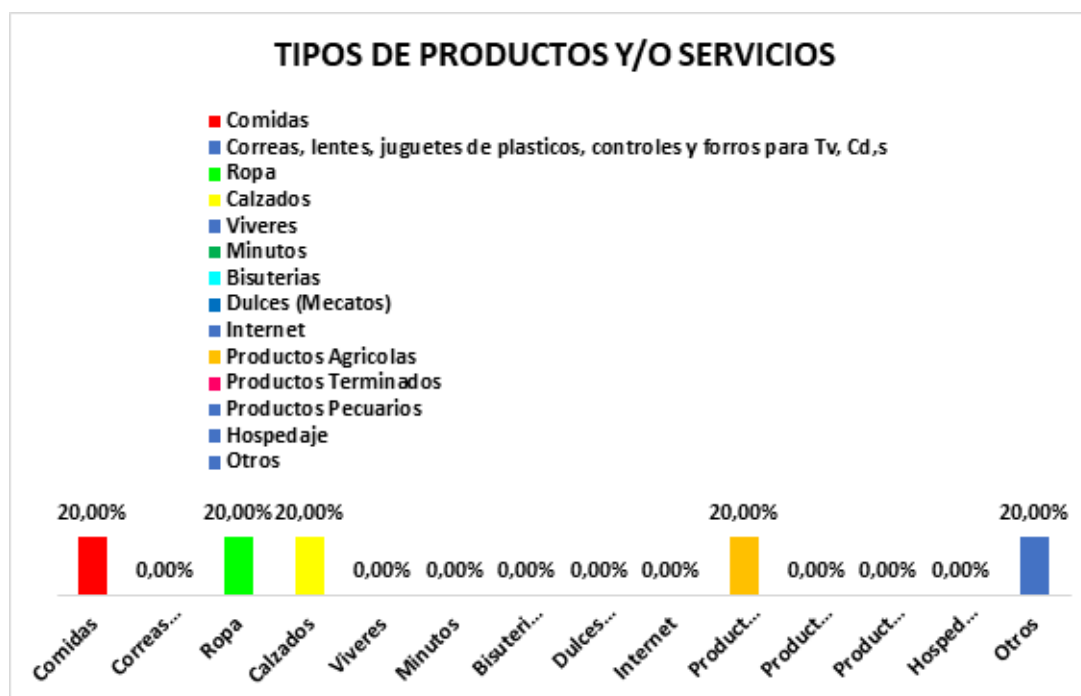
**Gráfica 5.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según la adquisición de mercancías. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de la población informal encuestada en el municipio de Roberto Payan, el 66,67% expreso adquirir mercancías a través de la compra directa a empresas comercializadoras que se ubican tanto dentro como fuera del municipio, seguido del 33,33% por proveedores locales.

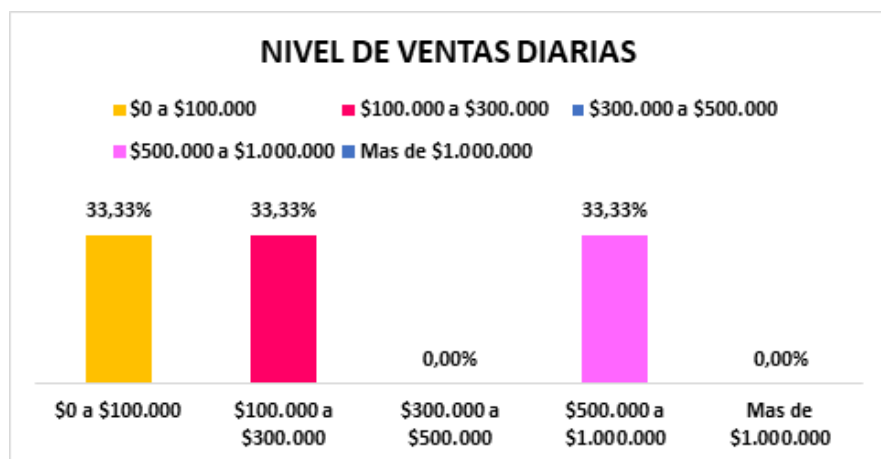
**Gráfica 6.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según los tipos de productos y servicios ofertados. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De acuerdo con la información arrojada en este estudio, el 20,00% de la población encuestada en Roberto Payan, oferta otros productos diferentes a la lista de opciones planteadas en el censo, seguido de comidas, ropa, calzado y agrícolas igual mente representados en un 20,00% cada uno.

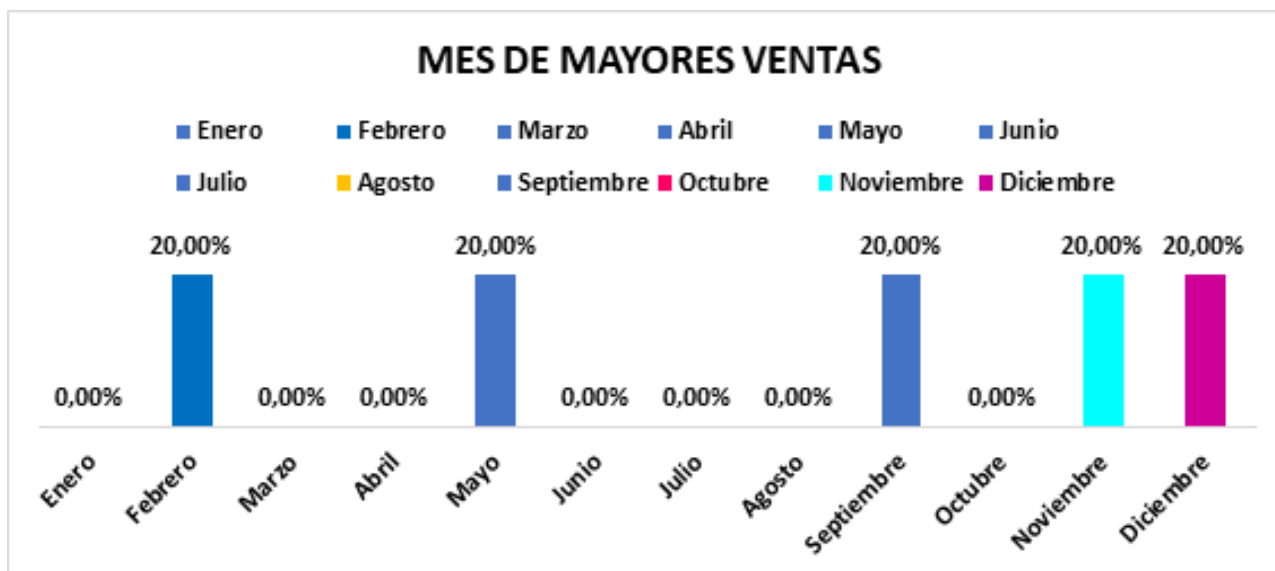
**Gráfica 7.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el nivel de ventas diarias. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Del 100% de los comerciantes informales encuestados en el municipio de Roberto Payan, el 66,66% obtiene un nivel de ventas diarias de \$0 a \$300.000, y el 33,33% de la población restante tiene ventas que oscilan entre \$500.000 a \$1.000.000. De esta información se infiere que más del 50% de la población encuestada en Roberto Payan, no logra superar los \$300.000 en ventas diarios, generando menos recursos económicos que la otra parte no representativa.

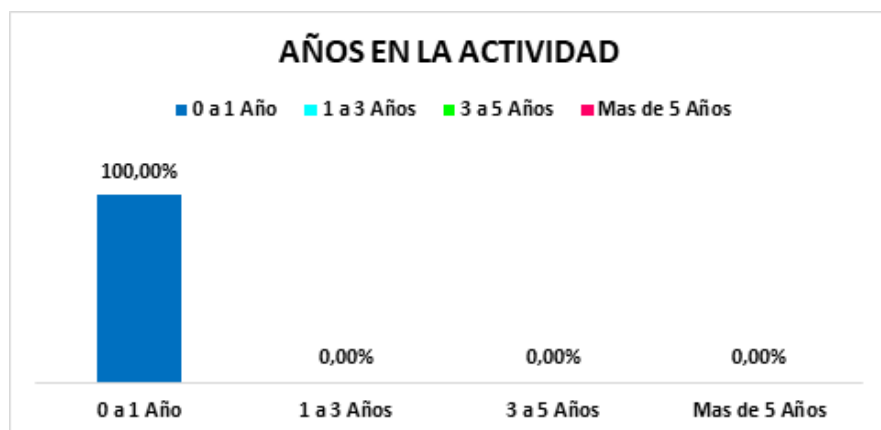
**Gráfica 8.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el mes de mayores ventas. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Sin duda alguna, en la mayoría de los meses hay un cierto nivel de ganancia para los comerciantes informales del municipio de Roberto Payan. Sin embargo, son los meses como febrero, mayo, septiembre, noviembre y diciembre donde coexisten algunas festividades sociales, los que evidencian mayor volumen en sus ventas.

**Gráfica 9.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el año en la actividad comercial. 2021



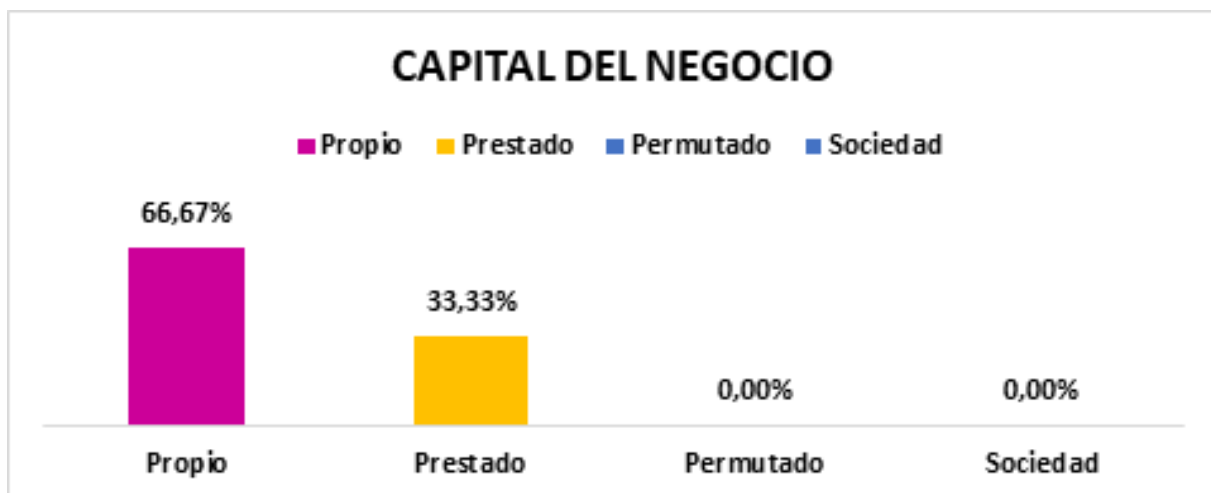
**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco



En la totalidad de encuestas realizadas en el municipio de Roberto Payan, se evidencia que el 100,00% de la población tiene de 0 a 1 año ejerciendo su actividad comercial en esa unidad productiva.

Las cifras anteriores demuestran que la informalidad en Roberto Payan se representa como un fenómeno cultural y social. Los comerciantes están desempeñando actividades económicas bajo este sistema aun después de ser visitados y o notificados por las instituciones pertinentes de que se debe hacer un registro mercantil.

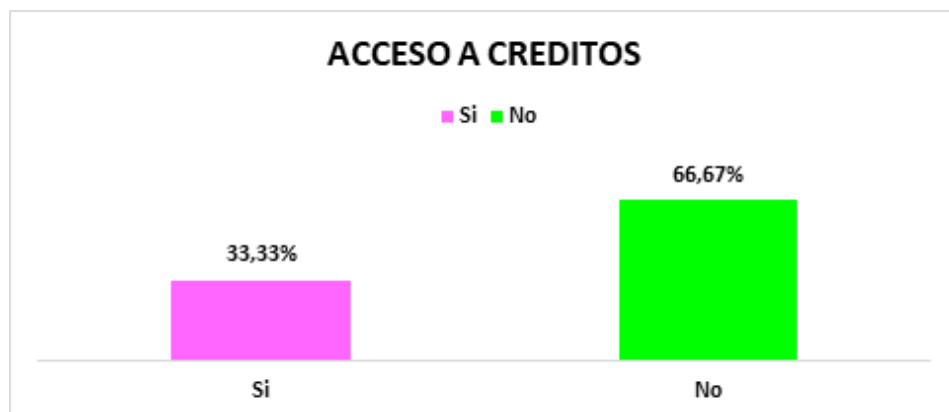
**Gráfica 10.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el capital del negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Varias son las fuentes y entidades financieras a las que acceden los comerciantes para obtener el capital para el desarrollo de sus respectivas unidades productivas. Del 100% de las encuestas realizadas en el municipio de Roberto Payan, el 66,67% de los comerciantes emprendió con capital propio y el 33,33% prestado.

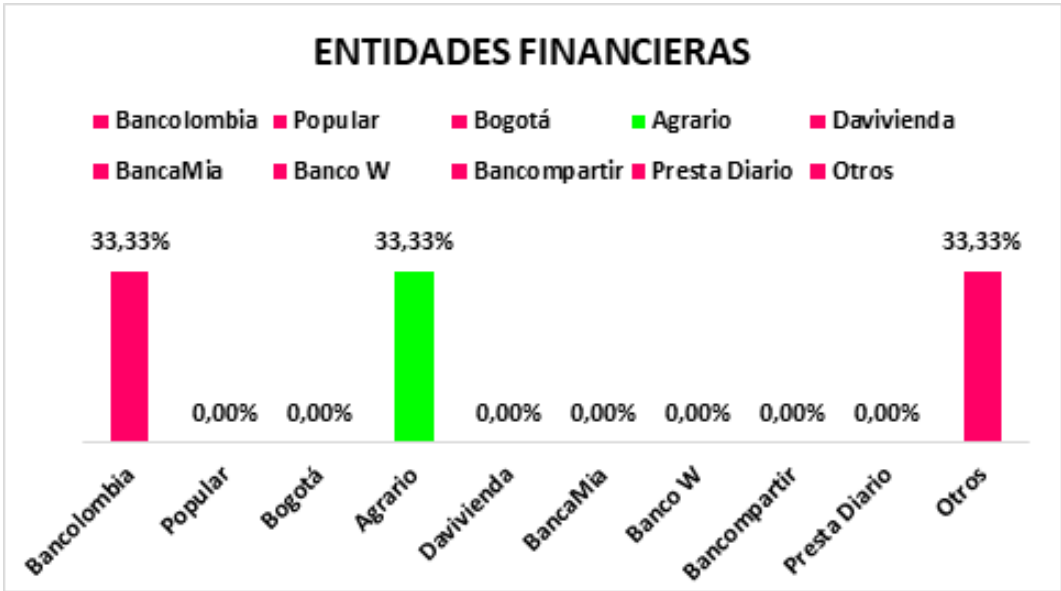
**Gráfica 11.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el acceso a créditos. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

El 100% de la población informal que fue objeto de este estudio en el municipio de Roberto Payan, el 33,33% manifiesta tener algún tipo de acceso a créditos, a pesar de que el registro mercantil es uno de los requisitos primordiales para acceder a créditos, mientras que el 66,67% de la población restante se encuentra por fuera de esa posibilidad.

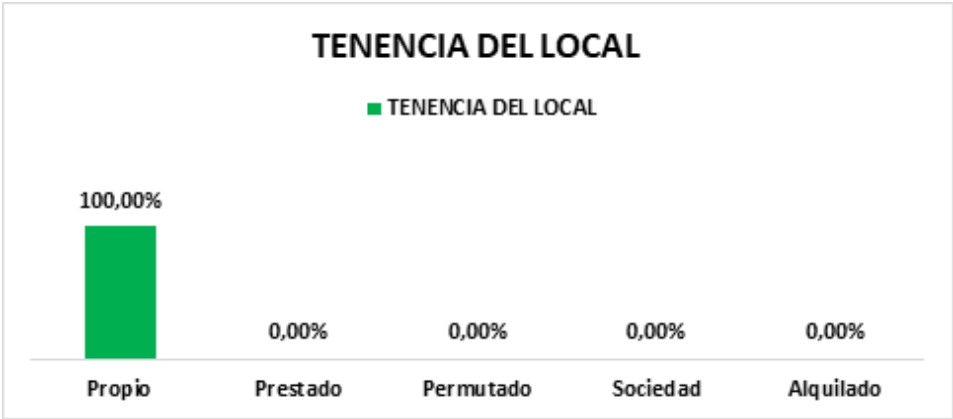
**Gráfica 12.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según las entidades financieras con presencia en el territorio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre el acceso a crédito en las entidades financieras que hacen presencia en el municipio de Roberto Payan, se obtuvo que el 33,33% de la población encuestada manifiesta haber adquirido un crédito en Bancolombia, el 33,33% en el banco agrario, siendo estas dos las entidades financieras con mayor cobertura crediticia en el municipio. En igual proporción se ubican los comerciantes que generalmente adquieren préstamos de personas naturales que no cobran ningún tipo de interés, como son los familiares, amigos o vecinos representados en un 33,33%, de la población.

**Gráfica 13.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según la tenencia del local. 2021

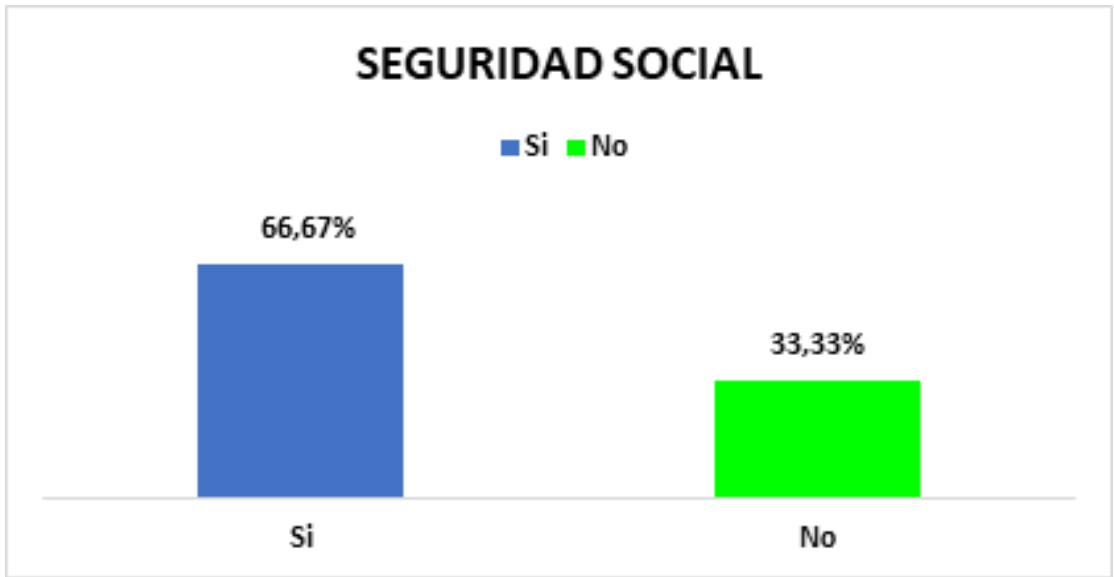


**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

La tenencia del local es otro ítem que se consideró necesario e importante estudiar a la hora de identificar los causales de la informalidad. En el municipio de Roberto Payan, el 100% de los locales comerciales informales son propios.

Las cifras anteriores revelan que, aunque la totalidad de los comerciantes informales que fueron objeto de estudio en el municipio no pagan ningún incentivo económico por el local donde funciona su unidad productiva, no designa estos recursos para el registro mercantil de su negocio. Lo cual indica que el pago o no de un local para el funcionamiento de una empresa, no determina el registro mercantil de un comerciante.

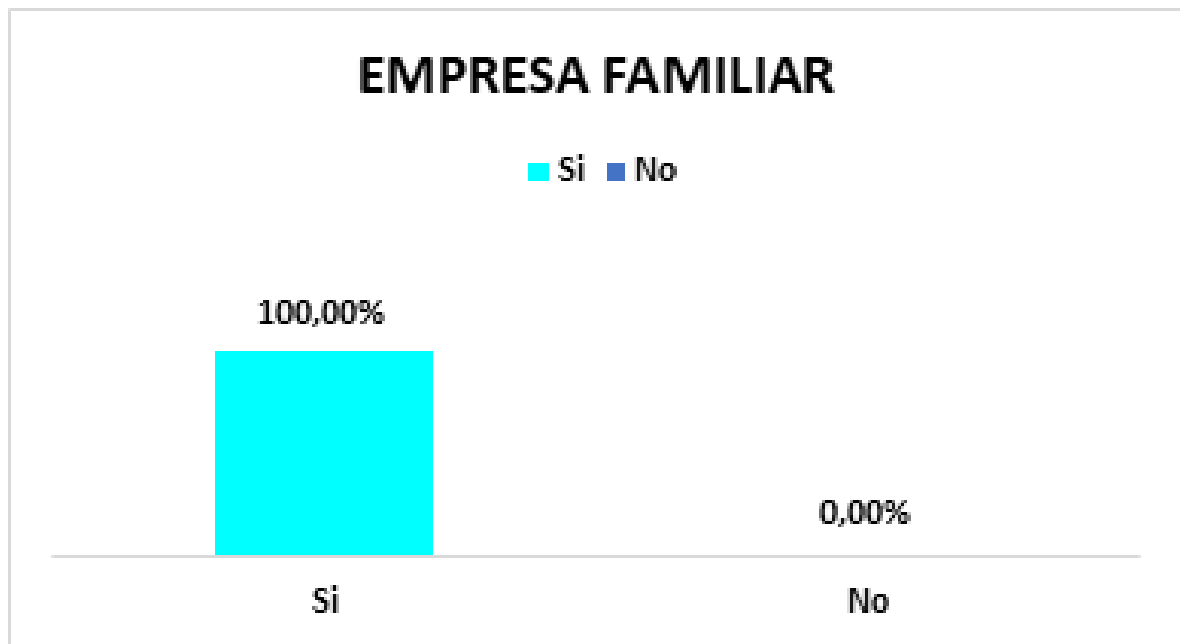
**Gráfica 14.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según la seguridad social. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

De los consultados en el censo de informalidad levantado en el municipio de Roberto Payan; se determinó que el 66,67% tiene seguridad social, siendo este porcentaje bastante significativo, ya que representa más de la mitad de la población y solo un 33,33% no tiene seguridad social. Cabe resaltar que, la seguridad social es un medio de garantía en los servicios médicos, pensiones y riegos laborales que mediante el análisis de la información obtenida se infiere que resulta ser muy importante para los comerciantes informales de este municipio al momento de desarrollar sus actividades económicas.

**Gráfica 15.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el tipo de empresa familiar. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al preguntar sobre si la unidad productiva es familiar, el 100% de los comerciantes informales respondió que sí. Esta información indica que, aunque las contrataciones que hacen los comerciantes de este sector contribuyen a minimizar las tasas de desempleo en el país, que para abril del 2021 estaban en 15.1% según informe del DANE, al contratar personal con base en criterios familiares, benefician a un menor número de hogares en el municipio.

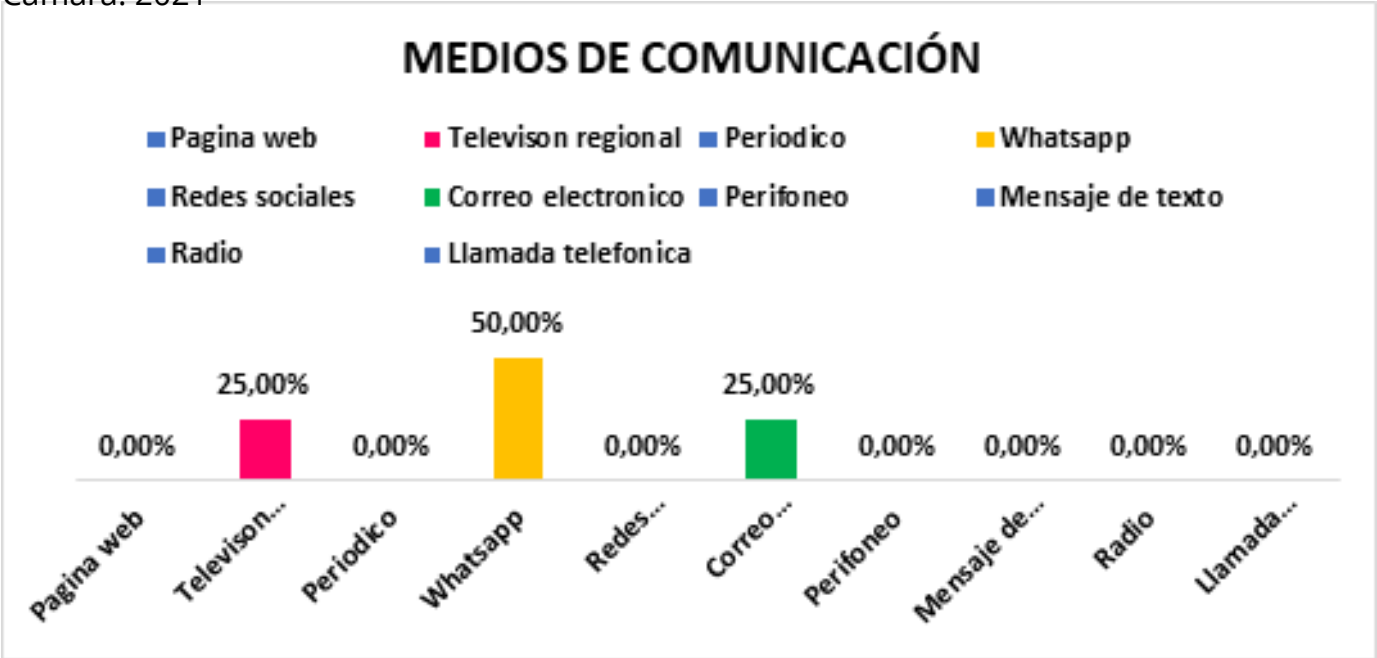
**Gráfica 16.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según la la visibilidad del negocio. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Al indagar sobre el uso de aviso en la unidad productiva a población censada por la Cámara de Comercio en el municipio de Roberto Payan, se observó que, el 100% de la población informal encuestada prefiere utilizar esta herramienta como medio de publicidad para dar a conocer sus negocios.

**Gráfica 17.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según los medios de comunicación óptimos para enterarse de la oferta de la Cámara. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Siguiendo con el análisis de la información arrojada por el censo de informalidad, se indagó sobre la utilización de medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales para enterarse de las actividades que desarrolla la Cámara de Comercio de Tumaco, se observó, que el WhatsApp en un 50,00%, televisión regional en un 25,00% y el correo electrónico en un 25,00%, hacen parte de los medios que utilizan frecuentemente como herramienta de difusión y adquisición de información en el municipio. Evidenciando la modernización de los canales de comunicación en el municipio.



**Gráfica 18.** Distribución porcentual del potencial de comerciantes en el municipio de Roberto Payan, según el número de trabajadores. 2021



**Fuente:** Departamento de Productividad y Competitividad Empresarial – Cámara de Comercio de Tumaco

Con el objetivo de medir la informalidad y determinar las condiciones de esta, se cuestionó sobre la cantidad de personas empleadas en una misma iniciativa, y la información obtenida expresa, que del 100% de la población analizada en el municipio de Roberto Payan, el 66.67% solo emplea 1 persona, seguido del 33.33% que emplea de 2 a 5 personas. Es decir, la empleabilidad en este municipio se manifiesta de 1 a 5 personas por empresa, donde la mayor parte de los comerciantes tienen a su cargo 1 colaboradores.

## CONCLUSIONES

La Cámara de Comercio de Tumaco, como agencia de desarrollo local, permite construir información estadística para la toma de decisiones en materia de crecimiento y desarrollo empresarial, por ello, desde el 2019 al 2021, levantó el potencial de empresarios en su jurisdicción, a través del CENSO de Informalidad en zonas urbanas de los municipios del Pacífico nariñense.

El presente Censo, fue la herramienta que permitió conocer en tiempo real el estado actual del comercio en Barbacoas, Magüi Payan, Roberto Payan, Francisco Pizarro, Mosquera, Olaya Herrera, La Tola, El Charco, Santa Bárbara y Tumaco, a través del estudio de variables sociales, económicas y empresariales, las cuales, determinaron la cobertura real de la Cámara de Comercio en Tumaco, respecto de los establecimientos comerciales que existen en estos territorios para establecer la formalidad de los establecimientos existentes. Con el Censo se identificó, oportunamente la aparición y cierre de nuevos establecimientos, información verídica para la implementación de acciones que promuevan su formalización.

Dentro de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tumaco, el 47,09% de la población informal corresponde al sexo masculino, mientras que el 52,91% representa al sexo femenino, es decir, el sexo femenino tiene el mayor número de emprendimientos en el territorio.

A lo correspondiente del nivel educativo de la población informal de los 10 municipios, el 29,48% indicó haber culminado la básica secundaria, el 26,59% la universidad, el 24,28% técnico o tecnólogo, el 17,34% la primaria, por último y o menos importante, están los individuos que no han tenido ningún tipo de educación formal, representado el 2,31% de la población. Estas cifras reflejan que el 46,82% de los comerciantes, solo cuentan con educación básica primaria y secundaria, siendo este un porcentaje muy significativo. No obstante, el nivel educativo de la población informal en esta población se ubica entre universitarios y técnicos o tecnólogos.

Por su parte, las causas que originan la informalidad en la población censada, se reflejan, en el cambio de domicilio con un 24,74%, seguido de la falta de apoyo con 22,47%, el desconocimiento normativo con un 21,91%, elevados impuestos con el 7,30%, costumbres con el 5,62%, por último, el 17,98% restante, expreso que todas las opciones anteriores son detonantes que han permitido la continuidad de labores económicas dentro de la informalidad. Sin embargo, el presente estudio evidenció que la informalidad más que un fenómeno social se ha convertido en algo tradicional, que se ha venido replicando de generación en generación.

## CONCLUSIONES

Los medios de comercialización que utilizan con mayor frecuencia la población informal censada, representa en un 74,21% el punto de venta, seguido de internet con un 14,74%, otras con un 8,42%, en menor proporción se ubican las ventas por catálogo con un 2,63%. Estas cifras demuestran que los medios tradicionales de comercialización prevalecen por encima de los digitales. Sin embargo, la coyuntura en la que se encuentra la sociedad por la pandemia del COVID-19, ha obligado a estos informales, a realizar sus ventas online.

Los lugares donde adquieren las mercancías los informales, están en un 46,89% a través de la compra directa a empresas comercializadoras que se ubican tanto dentro como fuera del municipio, seguido del 42,37% por proveedores locales, por último, pero no menos importante, esta el 10,73% de la población restante que obtiene mercancía por otros medios (contrabando).

De acuerdo con la información arrojada en este estudio, el 45,05% de la población encuestada, oferta otros productos diferentes a la lista de opciones planteadas en el censo, el 11,39% vende víveres representados en la canasta familiar, el 9,41% comida, el 6,93% productos terminados, el 6,44% productos agrícolas, por ultimo encontramos comerciantes informales que se dedican a la venta de ropa, calzado, minuto, bisutería, dulces, internet productos pecuarios y hospedaje, con un porcentaje inferior al 6,00% cada uno. Esta situación se presenta en mayor medida por la variedad de productos que ofrecen los comerciantes y el poco conocimiento sobre su clasificación.

El nivel de ventas diarias, representa que el 40,46% obtiene un nivel de ventas diarias de \$0 a \$100.000, el 35,26% de \$100.000 a \$300.000, el 18,50% de \$300.000 a \$500.000, tan solo un 5,78% de la población encuestada tiene ventas que oscilan entre \$500.000 a \$1.000.000. De esta información se infiere que más del 50% de la población encuestada, no logra superar los \$300.000 en ventas diarios, generando menos recursos económicos que la otra parte no representativa.

El tiempo que llevan en la informalidad esta representado en el 37,79% donde tiene de 0 a 1 año ejerciendo su actividad comercial, el 29,65% de 1 a 3 años, el 23,26% más de 5 años con esa unidad productiva Y por último el 9,30% manifestó llevar de 3 a 5 años. Las cifras anteriores demuestran que la informalidad en estos municipios se representa como un fenómeno cultural y social. Por años los comerciantes han desempeñado actividades económicas bajo este sistema aun después de ser visitados y o notificados por las instituciones pertinentes de que se debe hacer un registro mercantil.

## CONCLUSIONES

Varias son las fuentes y entidades financieras a las que acceden los comerciantes para obtener el capital para el desarrollo de sus respectivas unidades productivas. El 60,89% de los comerciantes emprendió con capital propio, el 24,58% prestado, el 13,41% asociado y solo el 1,12% de la comunidad empresarial informal ha tenido que permutar bienes o servicios para emprender.

En el acceso y gestión de crédito, el 34,12% manifiesta tener algún tipo de acceso a créditos, a pesar de ser el registro mercantil es uno de los requisitos primordiales para acceder a créditos, mientras que el 65,88% de la población restante se encuentra por fuera de esa posibilidad.

La tenencia del local fue otro aspecto importante que se consideró necesario e importante estudiar a la hora de identificar los causales de la informalidad. El 33,92% de los locales comerciales son propios, el 27,49% alquilado, el 18,13% prestado, el 14,04% permutado y el 6,43% asociado. Las cifras anteriores revelan que, aunque la mayor parte de los comerciantes informales que fueron objeto de estudio no pagan ningún incentivo económico por el local donde funciona su unidad productiva, no designan estos recursos para el registro mercantil de su negocio. Lo cual indica que el pago o no de un local para el funcionamiento de una empresa, no determina el registro mercantil de un comerciante.

En lo concerniente sobre la propiedad de la unidad productiva familiar, el 62,21%% respondió que la microempresa es familiar, mientras el 37,79% respondió que no. Esta información indica que, aunque las contrataciones que hacen los comerciantes de este sector contribuyen a minimizar las tasas de desempleo en el país, que para abril del 2021 estaban en 15.1% según informe del DANE, al contratar personal con base en criterios familiares, benefician a un menor número de hogares en el municipio.

Con el objetivo de medir la informalidad y determinar las condiciones de esta, se cuestionó sobre la cantidad de personas empleadas en una misma iniciativa, y la información obtenida expresa, que el 51,22% solo emplea 1 persona, seguido del 42,68% que emplea de 2 a 5 personas. Es decir, la empleabilidad se manifiesta de 1 a 5 personas por empresa, donde la mayor parte de los comerciantes tienen a su cargo 1 colaboradores.

De acuerdo a los medios de comunicación para enterarse de las actividades que desarrolla la Cámara de Comercio de Tumaco, se observó, que en un 31,62% prefieren el WhatsApp, el correo electrónico en 25,74%, llamada telefónica en 17,28% y redes sociales en 8,46%, hacen parte de los medios que utilizan frecuentemente como herramienta de difusión y adquisición de información. Sin embargo, hay otros medios que son utilizados, aunque en menor proporción tales como, página web en 5,15%, mensajes de texto en 5,15%, televisión regional 2,94%, perifoneo 2,21%, radio 1,10%, y periódico 0,37%. Lo anterior indica que medios tradicionales y digitales se unen para brindar y obtener información oportuna en beneficio de la unidad productiva.

**ANEXOS**

# ENCUESTA

Para determinar el potencial de comerciantes en el  
Pacífico nariñense  
2021

Municipio\_\_\_\_\_

Fechas\_\_\_\_\_

Nombre del Establecimiento \_\_\_\_\_

Nombre del Propietario \_\_\_\_\_

No. identificación\_\_\_\_\_Activos\_\_\_\_\_

Barrio\_\_\_\_\_

Sexo M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

Nivel de Educación

1. Primaria\_\_\_\_

2. Secundaria\_\_\_\_

3. Técnico o Tecnólogo\_\_\_\_

4. Universitario\_\_\_\_

5. Ninguno\_\_\_\_

A. ¿Cuántas personas  
trabajan en esta unidad  
productiva?

1. 1 \_\_\_\_\_

2. 2 - 5 \_\_\_\_\_

3. 5 - 10 \_\_\_\_\_

4. 10 o mas \_\_\_\_\_

B. Qué causas permitieron su  
informalidad?

1. Cambio de domicilio \_\_\_\_\_

2. Falta de apoyo \_\_\_\_\_

3. Elevados impuestos \_\_\_\_\_

4. Costumbre \_\_\_\_\_

5. Desconocimiento normativo \_\_\_\_\_

6. Todas las anteriores \_\_\_\_\_

C. ¿Por qué, medios vende usted sus  
productos y/o servicios?

1. Internet \_\_\_\_\_

2. Punto de venta \_\_\_\_\_

3. Venta por catalogo \_\_\_\_\_

4. Otras \_\_\_\_\_

D. ¿Dónde adquiere sus  
mercancías?

1. Proveedor local \_\_\_\_\_

2. Compra directa \_\_\_\_\_

3. Otras \_\_\_\_\_

E. Lugar de Procedencia de su  
proveedor

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

1. Comidas \_\_\_\_\_

2. Correas, lentes, juguetes de plasticos,  
controles y forros para Tv, Cd,s \_\_\_\_\_

3. Ropa \_\_\_\_\_

4. Calzados \_\_\_\_\_

5. Viveres \_\_\_\_\_

6. Minutos \_\_\_\_\_

7. Bisuterias \_\_\_\_\_

8. Dulces (mecatos) \_\_\_\_\_

9. Internet \_\_\_\_\_

10. Productos Agricolas\_\_\_\_\_

11. Productos Terminados\_\_\_\_\_

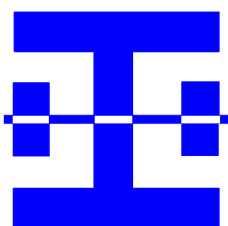
12. Productos Pecuarios\_\_\_\_\_

13. Hospedaje\_\_\_\_\_

14. otros \_\_\_\_\_

## PRODUCTOS U OFERTA

F. ¿Qué tipos de productos y/o servicios  
vende?



CAMARA DE COMERCIO  
DE TUMACO



# ENCUESTA

Para determinar el potencial de comerciantes en el  
Pacífico nariñense  
2021

G. ¿Cuál es el nivel de ventas diarias?

1. \$0 a \$100.000\_\_\_\_
2. \$100.000 a \$300.000\_\_\_\_
3. \$300.000 a \$500.000\_\_\_\_
4. \$500.000 a \$1.000.000\_\_\_\_
5. Mas de \$1.000.000\_\_\_\_

H. ¿Cuál es el mes de mayores ventas?

1. Enero\_\_\_\_
2. Febrero\_\_\_\_
3. Marzo\_\_\_\_
4. Abril\_\_\_\_
5. Mayo\_\_\_\_
6. Junio\_\_\_\_
7. Julio\_\_\_\_
8. Agosto\_\_\_\_
9. Septiembre\_\_\_\_
10. Octubre\_\_\_\_
11. Noviembre\_\_\_\_
12. Diciembre\_\_\_\_

I. ¿Cuánto tiempo a permanecido en la actividad?

1. 0 a 1 año\_\_\_\_
2. 1 a 3 años\_\_\_\_
3. 3 a 5 años\_\_\_\_
4. Mas de 5 años\_\_\_\_

FUENTES DE INGRESOS

J. Condición del capital del negocio

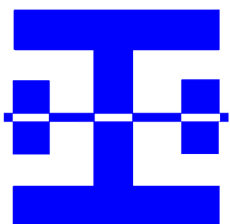
1. Propio\_\_\_\_
2. Prestado\_\_\_\_
3. Permutado\_\_\_\_
4. Sociedad\_\_\_\_

K. ¿Tiene algun acceso a credito?

1. Si\_\_\_\_
2. No\_\_\_\_

L. ¿A que bancos acude para su credito?

1. Bancolombia\_\_\_\_
2. Popular\_\_\_\_
3. Bogotá\_\_\_\_
4. Agrario\_\_\_\_
5. Davivienda\_\_\_\_
6. BancaMia\_\_\_\_
7. Banco W\_\_\_\_
8. Bancompartir\_\_\_\_
9. Presta diario\_\_\_\_
10. Otros\_\_\_\_



CAMARA DE COMERCIO  
DE TUMACO

# ENCUESTA

Para determinar el potencial de comerciantes en el  
Pacífico nariñense  
2021

## OTRAS PREGUNTAS

M. ¿Tipo de tenencia del local donde funciona la unidad productiva?

1. Propio \_\_\_\_
2. Prestado \_\_\_\_
3. Permutado \_\_\_\_
4. Sociedad \_\_\_\_

N. ¿Es aportante al sistema de seguridad y protección social?

1. SI \_\_\_\_
2. NO \_\_\_\_

O. ¿La empresa es familiar?

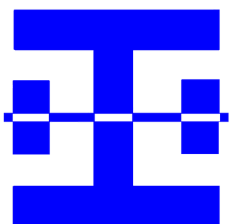
1. SI \_\_\_\_
2. NO \_\_\_\_

P. ¿El establecimiento de comercio tiene aviso?

1. Si \_\_\_\_
2. No \_\_\_\_

Q. ¿Qué medio de comunicación preferiría para enterarse de las actividades de la Cámara de Comercio de Tumaco??

1. Página web \_\_\_\_
2. Televisión regional \_\_\_\_
3. Periódico \_\_\_\_
4. WhatsApp \_\_\_\_
5. Redes sociales \_\_\_\_
6. Correo electrónico \_\_\_\_
7. Perifoneo \_\_\_\_
8. Mensaje de texto \_\_\_\_
9. Radio \_\_\_\_
10. Llamada telefónica \_\_\_\_



CAMARA DE COMERCIO  
DE TUMACO



**#MÁS**  
EMPRESARIO  
QUE NUNCA