

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA 2013

MARZO



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**

Dr. José Luis Urón Márquez
Presidente Ejecutivo

Dr. Edgar Rincón Castilla
Secretario Administrativo

Diana Medina Ramírez
Directora Observatorio Económico

Agradecimientos:

Stella Durán Escalona

PRESENTACIÓN

La Cámara de Comercio de Valledupar está comprometida con el desarrollo del tejido empresarial de la región, por esto busca llevar a cabo un acompañamiento integral a sus empresarios, con el fin de diagnosticar de primera mano su situación real, para identificar factores que son o podrían constituirse en amenazas para el desarrollo de las actividades empresariales.

En cumplimiento de este compromiso, la Cámara de Comercio de Valledupar presenta los resultados obtenidos en la Encuesta de Percepción Ciudadana para el mes de Marzo, una de las herramientas estadísticas que la institución ha implementado para tal fin.



INTRODUCCIÓN

Brindar un acompañamiento permanente a los empresarios, constituye una actividad fundamental para la Cámara de Comercio de Valledupar, puesto que permite identificar de manera oportuna las amenazas potenciales que puede tener el sector, y de esta forma tomar las medidas correctivas pertinentes.

Una de las herramientas que ha implementado la Cámara de Comercio de Valledupar para alcanzar este objetivo, es la Encuesta de Percepción Ciudadana, por medio de la cual se recolecta información directamente de los usuarios de los servicios que ofrece la entidad.

El desarrollo de esta actividad ha arrojado un total de 3.371 censados en el primer trimestre del 2.013, un 30% de ellos (1.008) encuestados en el mes de marzo. Acontinuacion se presentan los resultados obtenidos en cada una de las preguntas que conforman dicho instrumento.



FICHA TÉCNICA	
Tamaño de la Muestra	1.008 mes de marzo; 3.371 consolidado trimestral
Realizada por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Población Objeto	Hombres y Mujeres, mayores de 18 años, usuarios de la Cámara de Comercio de Valledupar. Opinión de la ciudadanía sobre Seguridad
Número de Preguntas	12 Preguntas
Instrumento Aplicado	Encuesta directa
Fecha de Realización de la Encuesta	Enero 2 –Marzo 30 de 2013
Lugar de Aplicación de la Encuesta	Instalaciones de la Cámara de Comercio de Valledupar, Sede principal

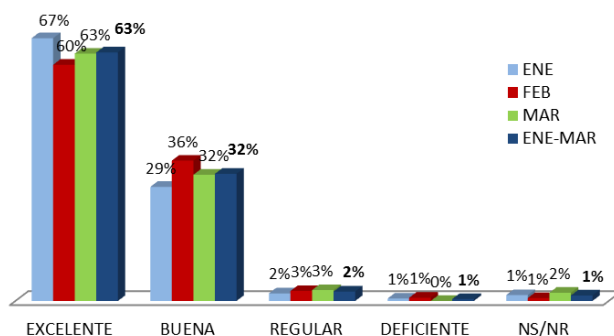


ENTORNO CÁMARA DE COMERCIO

Para la Cámara de Comercio de Valledupar es de vital importancia brindarle la mejor atención posible a sus usuarios, por este motivo, se incluye en la encuesta la percepción que tienen los empresarios del servicio que recibieron en las instalaciones de la organización y de la gestión de su Presidente Ejecutivo.

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

El nivel de satisfacción que manifestaron tener los usuarios sobre el servicio recibido, devela que los esfuerzos que ha llevado a cabo la institución para incrementar su calidad han sido fructíferos. Para el primer trimestre de año se obtuvo un 95% de satisfacción global, teniendo en cuenta la calificación de excelente, que alcanzó el 63% y el de bueno que se ubicó en el 32%. Sin embargo, el mes de marzo presentó una disminución en un 1% frente a febrero del mismo año, en la aprobación total, esto como resultado de una disminución del 4% en los indicadores de “Bueno” que no lograron ser absorbidos en su totalidad por el incremento del 3% en la calificación de excelente.



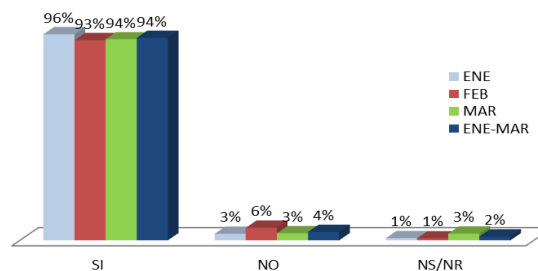
	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
EXCELENTE	765	734	635	2134
BUENA	332	436	324	1092
REGULAR	22	31	28	81
DEFICIENTE	7	10	0	17
NS/NR	17	9	21	47

Gráfico 1: Calificación de la atención

Cuadro 1: Calificación de la atención

Por el contrario, los indicadores del tiempo de espera que presentaron los usuarios para recibir el servicio en marzo, mejoraron con respecto a febrero en un punto porcentual, al ubicarse en el 94%. Para obtener un agregado trimestral de un 94% en la satisfacción del tiempo en el que se prestó el servicio.

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
SI	1099	1138	944	3181
NO	28	71	33	132
NS/NR	16	11	31	58



Cuadro 2: Calificación de la atención

Gráfico 2: Calificación de la atención

CALIFICACIÓN DE LA ACTUAL PRESIDENCIA EJECUTIVA

La gestión del Dr. José Luis Urón Márquez como Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Valledupar, continúa estando altamente respaldada por los usuarios de la institución. En marzo su nivel de aprobación creció en un 1% al obtener un respaldo del 92%, para consolidar así un apoyo global del 92% (49% excelente y 43% buena) en el primer trimestre.

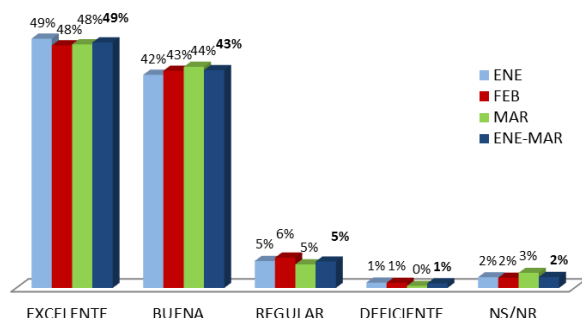


Gráfico 3: Calificación Presidencia CCV

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
EXCELENTE	564	588	486	1638
BUENA	482	530	441	1453
REGULAR	61	68	47	176
DEFICIENTE	12	15	4	31
NS/NR	24	19	30	73

Cuadro 3: Calificación Presidencia CCV

ENTORNO POLÍTICO

Al finalizar el trimestre la imagen del Dr. Freddy Socarrás Reales, actual Alcalde de Valledupar, presentó una disminución de 3% con relación a febrero; para el mes de marzo el nivel de aprobación de su gestión se ubicó en el 56%, sin embargo, al contemplar la calificación a su gestión desde enero a marzo, se obtiene una aprobación global del 59% de los empresarios encuestados.

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
EXCELENTE	227	234	169	630
BUENA	464	489	392	1345
REGULAR	330	348	313	991
DEFICIENTE	95	125	94	314
NS/NR	27	24	40	91

Cuadro 4: Calificación al Alcalde

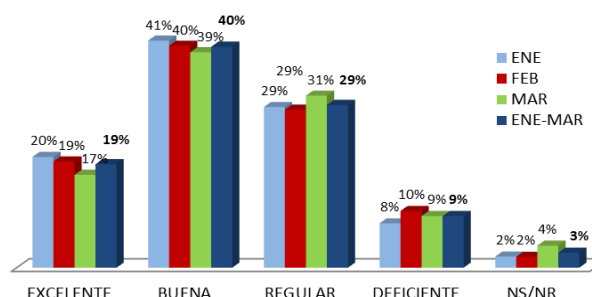


Gráfico 4: Calificación al Alcalde

La percepción del nivel de cumplimiento de las propuestas realizadas en campaña por el actual Alcalde de Valledupar, por su parte, presentó una disminución del 1% durante marzo. En este mes, el 28% de los empresarios consideró que el Sr. Alcalde

estaba cumpliendo con sus propuestas. El consolidado trimestral arrojó que el 29% conceptuó que estaba cumpliendo, mientras que el 24% manifestó desconocer qué propuestas había realizado durante su campaña.

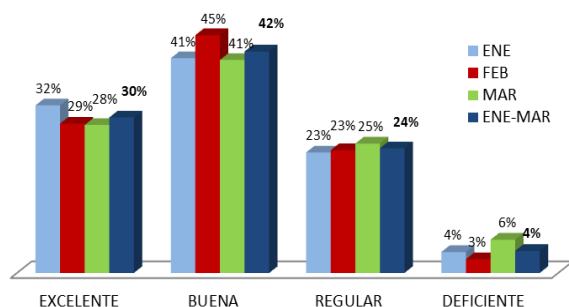


Gráfico 5: Cumplimiento de las propuestas del Alcalde

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
SI	368	348	285	1001
NO	462	554	410	1426
NO CONOCE	267	286	249	802
NS/NR	46	32	64	142

Cuadro 5: Cumplimiento de las propuestas del Alcalde

SEGURIDAD

Para lograr un ambiente propicio en el desarrollo de actividades empresariales, es primordial contar con un clima de seguridad propicio, en donde empresarios, proveedores y clientes no teman por su seguridad personal para desempeñar sus actividades económicas.

CONDICIONES GENERADORAS DE INSEGURIDAD

Durante el primer trimestre de 2013, los empresarios consideraron que el principal aspecto que influye en el detrimento de la seguridad en Valledupar, es el desempleo calificado con un 25%. Este indicador tuvo un incremento en marzo del 3% con respecto a febrero, al situarse en el 28%.

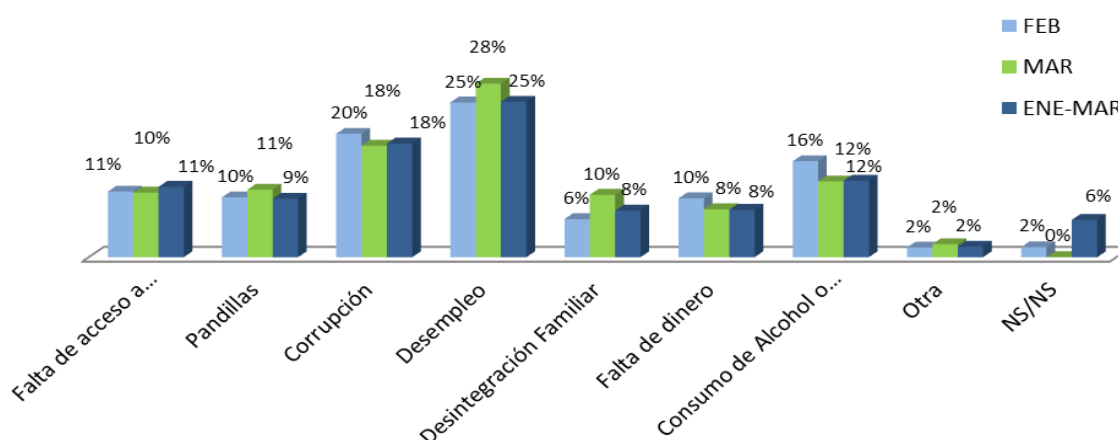


Gráfico 6: Detonantes de Inseguridad



	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
Falta de acceso a educación	239	196	179	614
Pandillas	144	179	187	510
Corrupción	314	369	309	992
Desempleo	412	463	481	1356
Desintegración Familiar	119	114	173	406
Falta de dinero	104	176	133	413
Consumo de Alcohol o drogas	171	287	210	668
Otra	27	29	36	92
NS/NS	296	30		326

Cuadro 6: Detonantes de Inseguridad

MEDIDAS DE PROTECCIÓN

Los altos niveles de percepción de inseguridad, han generado que los empresarios tomen medidas adicionales para incrementar su seguridad. La prevención más usual para el mes de marzo, fue no portar objetos de valor, seguido de la instalación de rejas o cerraduras especiales y de alarmas. Esta tendencia se ha mantenido en el transcurso de todo el trimestre. Situación que demuestra que las condiciones de inseguridad actual han impactado directamente el estilo de vida de los empresarios, quienes han cambiado sus hábitos para evitar ser víctima de algún hecho delictivo.

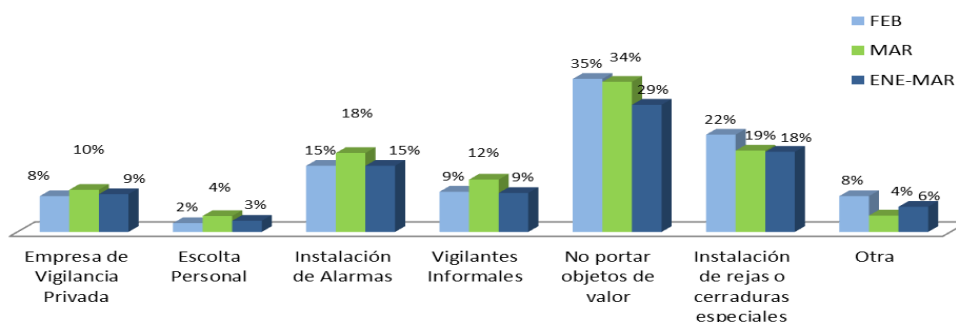


Gráfico 7: Medidas de protección

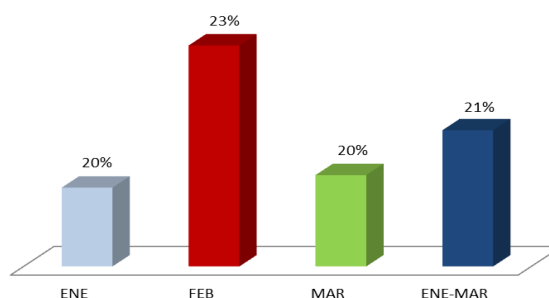
	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
Empresa de Vigilancia Privada	141	106	103	350
Escolta Personal	38	26	39	103
Instalación de Alarmas	224	196	193	613
Vigilantes Informales	114	119	128	361
No portar objetos de valor	358	453	367	1178
Instalación de rejas o cerraduras especiales	255	288	199	742
Otra	87	106	40	233

Cuadro 7: Medidas de protección

VICTIMIZACIÓN

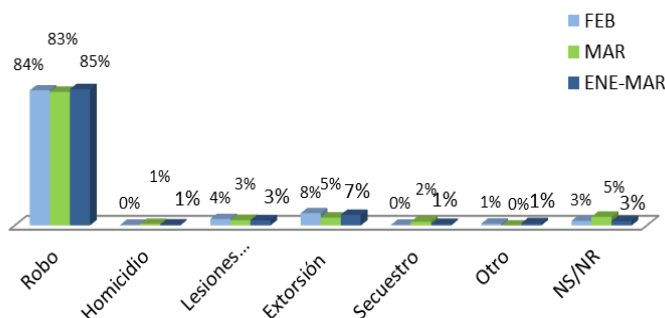
La tasa de victimización de marzo presentó una disminución del 3% con respecto a febrero, al ubicarse en el 20%. La tasa global de victimización para el primer trimestre se situó en el 21%. Siendo el delito más frecuente el robo, que se presentó en el 83% de los casos de delito registrados en marzo y en el 85% del primer trimestre.

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
SI	230	277	204	711
NO	726	756	594	2076
NS/NR	187	187	210	584



Cuadro 8: victimización

Gráfico 8: victimización



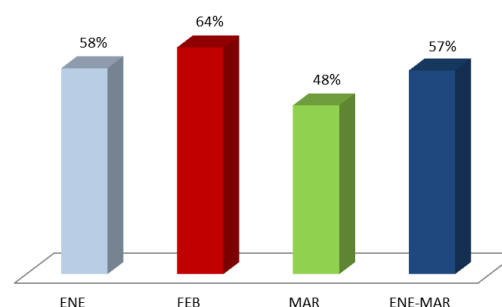
	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
Robo	200	232	169	601
Homicidio	1	1	2	4
Lesiones personales	5	11	7	23
Extorsión	16	21	10	47
Secuestro	1	1	5	7
Otro	7	3		10
NS/NR		8	11	19

Gráfico 9: Delitos

Cuadro 9: Delitos

El nivel de denuncia, por su parte, tuvo una disminución del 16% durante marzo, en donde 48% de los empresarios víctima de hechos delictivos habían denunciado dichos acontecimientos ante las autoridades competentes. Así, la tasa de denuncia para el primer trimestre se ubicó en el 57%.

	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
SI	134	177	97	408
NO	70	91	54	215
NS/NR	26	9	53	88



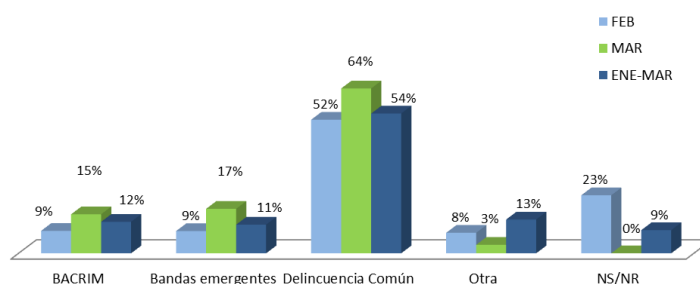
Cuadro 10: Denuncias

Gráfico 10: Denuncias

AMENAZAS PARA LA SEGURIDAD

Durante el primer trimestre del año en curso, el 54% de los empresarios coincidieron en catalogar a la delincuencia común como la principal amenaza para su seguridad personal y la de su negocio. Este tipo de condicionante de seguridad, alcanzó su punto máximo en marzo, en donde el 64% de los empresarios lo catalogaron como el principal desafío para la seguridad.

	FEB	MAR	ENE-MAR
BACRIM	115	128	412
Bandas emergentes	114	146	375
Delincuencia Común	684	541	1830
Otra	105	28	443

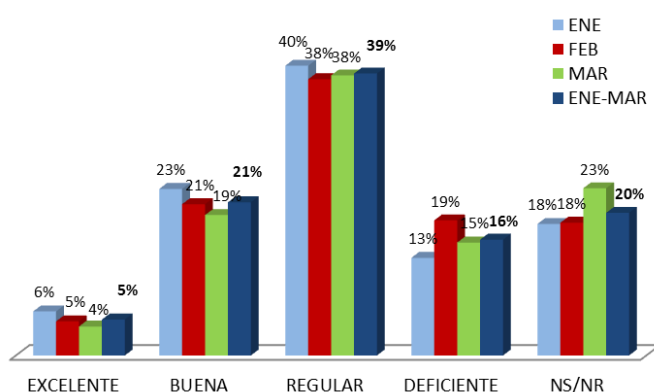


Cuadro 11: Amenazas para la seguridad

Gráfico 11: Amenazas para la seguridad

CALIFICACIÓN A LA POLICÍA NACIONAL

La aprobación de la gestión de la Policía Nacional durante el mes de marzo, se situó en el 23%, 3% menos que en febrero, mes en el que obtuvo un 26%. Los resultados obtenidos entre enero y marzo, determinaron un nivel de aprobación cercano al 26%, donde el 5% la encontró excelente y 21% buena.



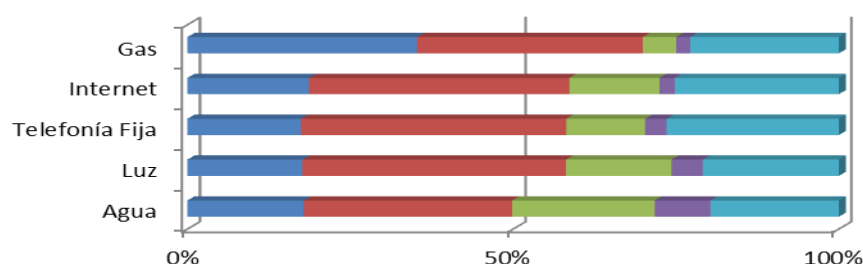
	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR
EXCELENTE	69	57	40	166
BUENA	261	253	194	708
REGULAR	454	462	387	1303
DEFICIENTE	153	226	156	535
NS/NR	206	222	231	659

Gráfico 12: Calificación a la Policía Nal

Cuadro 12: Calificación a la Policía Nal

SERVICIOS PÚBLICOS

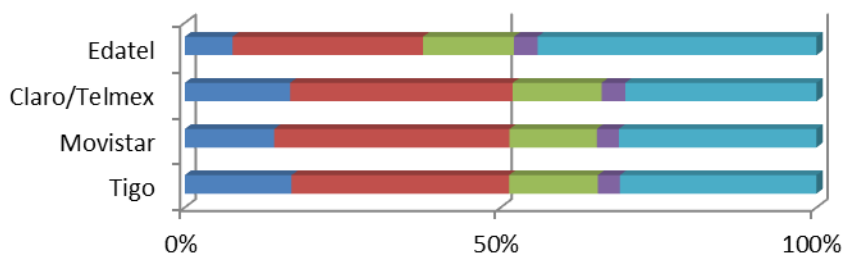
Tener una calidad óptima en los servicios públicos es primordial para el buen desarrollo de las actividades empresariales. Según lo determinan los resultados obtenidos en el primer trimestre de 2013, el servicio público que más falencias presenta en la calidad de su prestación es el de Agua, Acueducto y Alcantarillado, este servicio solo obtuvo un 49% de aprobación. Durante el mes de marzo, obtuvo su calificación más baja, al situarse en el 39%, 18% menos que en enero. Por su parte, el servicio público mejor calificado es el de gas natural, que ha obtenido los resultados más sobresalientes durante todo el trimestre.



	Agua	Luz	Telefonía Fija	Internet	Gas
Excelente	602	595	586	629	1189
Bueno	1078	1364	1374	1348	1168
Regular	738	545	409	466	172
Deficiente	288	163	111	79	73
NS/NR	665	704	891	849	769

Gráfico 13: Calificación a servicios públicos

Las empresas de telecomunicaciones Tigo, Claro y Movistar, presentan niveles similares de calidad según los empresarios, Claro se destaca ligeramente al contar con la aprobación del 52%, frente al 51% de Tigo y Movistar. Por su parte, la empresa con más deficiencia en su calidad, según los empresarios, es Edatel, con el 38%.



	Tigo	Movistar	Claro/Telmex	Edatel
Excelente	570	477	562	255
Bueno	1160	1256	1188	1016
Regular	474	465	474	486
Deficiente	118	118	126	125
NS/NR	1049	1055	1021	1489

Gráfico 14: Calificación a empresas de telefonía