



ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA 2013

**INFORME CONSOLIDADO AL
MES DE DICIEMBRE**



FICHA TÉCNICA	
Tamaño de la Muestra	475 encuestas en diciembre – 9.953 consolidado
Realizada por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiada 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 – Diciembre 30 de 2013
Lugar de Aplicación de la Encuesta	Instalaciones de la Cámara de Comercio de Valledupar, sede principal



PRESENTACIÓN

La Cámara de Comercio de Valledupar reconoce la importancia de analizar y difundir la coyuntura por la que atraviesa el gremio empresarial, con el fin de identificar en forma temprana las posibles amenazas que puedan interferir en su desarrollo. Es por esto que en el acompañamiento integral que le brinda a los empresarios de la región, implementó la Encuesta de Percepción Ciudadana, que indaga sobre aspectos de importancia tanto para el sector empresarial como para la ciudadanía en general.

INTRODUCCIÓN

La Encuesta de Percepción Ciudadana 2013 fue aplicada a 8.145 empresarios en los primeros ocho meses del año. Con esta significativa muestra, se ha podido diagnosticar el panorama empresarial de la ciudad y el contexto en el que se desenvuelve la actividad en la región. Esta información es de gran relevancia para la Cámara de Comercio de Valledupar y para los diferentes entes de planificación, en su tarea de evaluar los diversos escenarios y posibles amenazas que se ciernen sobre el sector. Por esta razón, la entidad se permite socializar mensualmente la información obtenida con los líderes políticos, académicos, empresariales, medios de comunicación y ciudadanía en general, confiando en que la gestión que se oriente desde cada sector, pueda tener una base sólida y contribuya a fortalecer el tejido empresarial del departamento del Cesar.

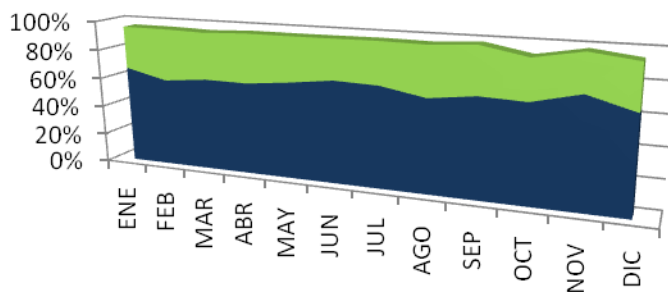


ENTORNO CÁMARA DE COMERCIO

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

La Cámara de Comercio de Valledupar, trabaja ardua y constantemente para garantizarle a sus usuarios un buen servicio, los resultados obtenidos a lo largo del año demuestran que estos esfuerzos han surtido efecto y que actualmente, los empresarios están satisfechos con el servicio prestado por la entidad, hecho que reafirma su compromiso de mejoramiento continuo.

El nivel de aceptación de los usuarios sobre la atención recibida en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Valledupar, fue muy estable durante el transcurso de todo el año, con excepción del mes de octubre en donde se registró la calificación más baja, el nivel de aprobación se mantuvo sobre el 90%, es decir, como mínimo, 9 de cada 10 empresarios que asistieron a las instalaciones de la entidad, manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido. Asimismo, el 96% de los empresarios destacó que dicho servicio se prestó oportunamente.



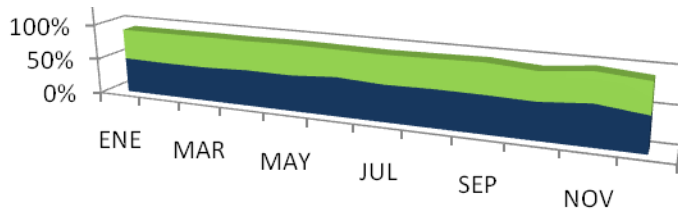
Nivel de
aceptación del
servicio prestado
en CCV

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
■ BUENA	29%	36%	32%	34%	31%	27%	28%	33%	31%	27%	25%	30%
■ EXCELENTE	67%	60%	63%	63%	66%	69%	68%	63%	67%	66%	73%	64%

Gráfico 1: Calificación del servicio

CALIFICACIÓN AL ACTUAL PRESIDENTE EJECUTIVO

El Dr. José Luis Urón Márquez en su gestión como Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Valledupar, ha sido altamente respaldado por la comunidad empresarial. El nivel de aceptación de su gestión permaneció constante durante el 2013 y consolidó su nivel de aceptación al finalizar el año en el 90%.



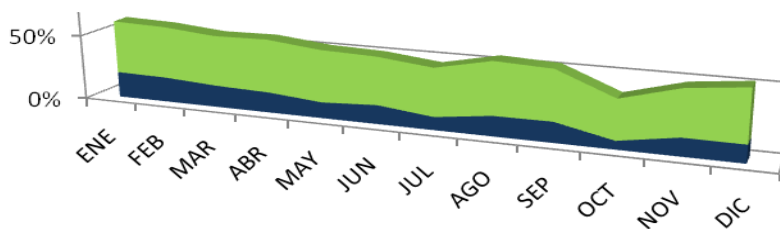
Nivel de aceptación del
Presidente de CCV

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
NIVEL DE ACEPTACIÓN	92%	92%	92%	92%	93%	92%	91%	92%	93%	89%	95%	90%
■ BUENA	42%	43%	44%	41%	43%	37%	40%	40%	42%	38%	39%	41%
■ EXCELENTE	49%	48%	48%	51%	50%	54%	51%	52%	52%	50%	56%	48%

Gráfico 2: Calificación Presidencia CCV

ENTORNO POLÍTICO

Sin lugar a dudas la estabilidad política es un eje fundamental para consolidar un tejido empresarial sólido, puesto que impacta directamente la confianza inversionista. En este sentido, es importante destacar que la imagen del alcalde de la ciudad, Dr. Freddy Socarrás Reales, se deterioró fuertemente entre los empresarios municipio. Al iniciar el 2.013, 6 de cada 10 empresarios apoyaban la gestión del señor Alcalde, este respaldo fue disminuyendo al correr el año, hasta alcanzar su punto más bajo al iniciar el tercer trimestre (octubre), pese a que a partir de este momento la imagen del Dr Socarrás ha presentado una tendencia al alza, finaliza el año con un nivel de aceptación 8 puntos porcentuales menos que el presentado en el mes de enero.



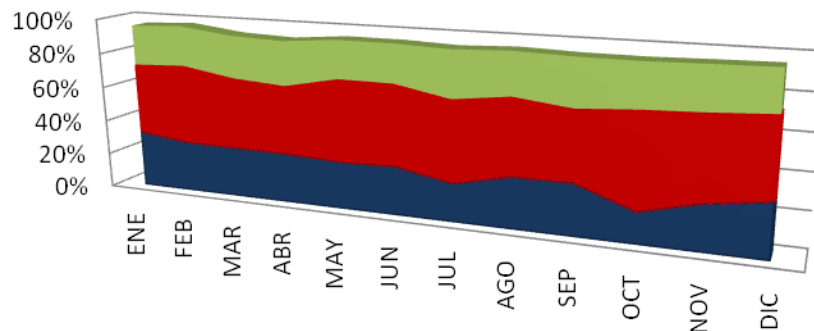
Nivel de
aceptación
del Sr Alcalde
de Valledupar

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
NIVEL DE ACEPTACIÓN	60%	59%	56%	56%	52%	51%	46%	55%	53%	36%	48%	52%
■ BUENA	41%	40%	39%	41%	40%	36%	36%	40%	38%	30%	34%	39%
■ EXCELENTE	20%	19%	17%	16%	12%	14%	10%	15%	15%	6%	13%	13%

Gráfico 4: Calificación al Alcalde



De igual forma, una medida de aprobación a la gestión del Alcalde municipal, es la percepción del cumplimiento de sus propuestas, ante éste ámbito, se obtuvieron resultados preocupantes, sostenidos en el transcurso del año, el 43% de los empresarios consideró que el señor Alcalde no estaba cumpliendo con sus propuestas para el mes de diciembre, mientras que el 23% manifestó no conocer las propuestas que dicha administración realizó durante su campaña electoral y consolidó en su plan de gobierno.



	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
■ NO CONOCE LAS PROPUESTAS	23%	23%	25%	26%	22%	22%	27%	24%	27%	25%	24%	23%
■ NO HA CUMPLIDO	40%	45%	41%	39%	46%	46%	46%	42%	39%	52%	45%	43%
■ HA CUMPLIDO	32%	29%	28%	28%	26%	27%	21%	28%	29%	17%	25%	30%

Gráfico 5: Percepción del cumplimiento de las propuestas del Alcalde

SEGURIDAD

La Cámara de Comercio de Valledupar insiste en la importancia de mantener un clima de seguridad para lograr el desarrollo de la región. En este sentido, y en cumplimiento del compromiso de realizar un sondeo permanente en este campo, presenta a empresarios, emprendedores, estudiantes y ciudadanía en general, los resultados generados por la encuesta de Percepción Ciudadana relacionada con este tema.

CONDICIONES GENERADORAS DE INSEGURIDAD

Las condiciones generadoras de inseguridad identificadas durante el 2013 presentaron la misma tendencia durante todo el año. La principal condición detonadora de inseguridad encontrada fue el desempleo, reconociendo así la necesidad de fomentar fuentes generadoras de ingresos legales. La

segunda situación detectada fue la corrupción, argumentando que muchas de las personas que recurren a actividades ilícitas para mantenerse, han sido beneficiarias de ayudas gubernamentales que no se lograron cristalizar debido a los actos de corrupción, asimismo, los empresarios consideraron que la falta de acceso a la educación, el consumo de alcohol y drogas, junto con la desintegración familiar, son otros factores que deben tenerse en cuenta para mitigar los hechos delictivos presentados en la ciudad.

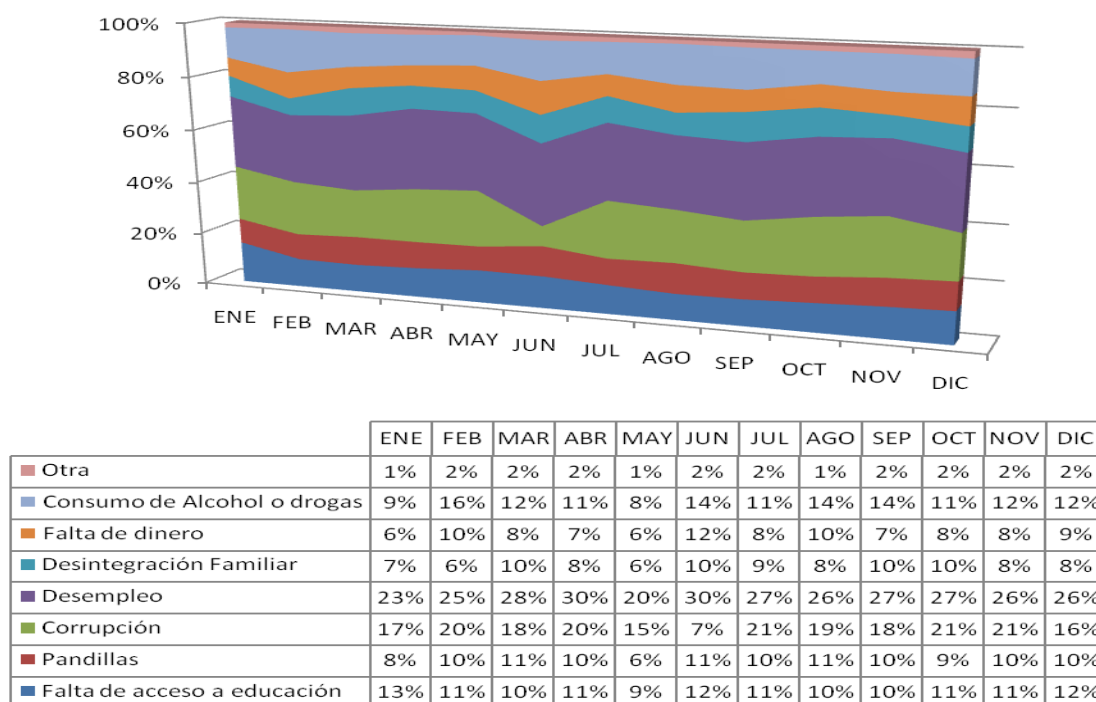
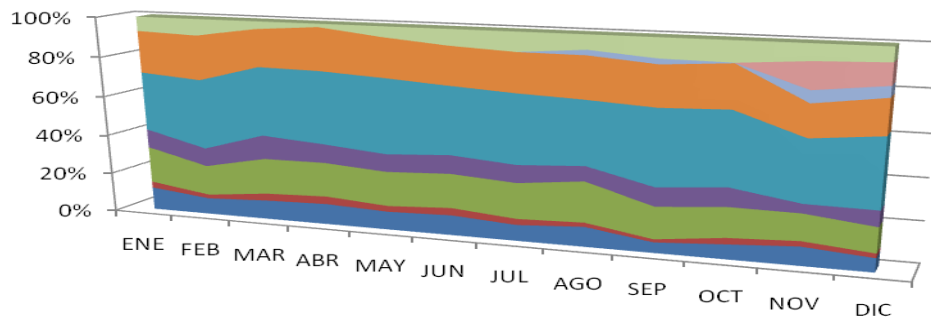


Gráfico 6: Detonantes de Inseguridad

MEDIDAS DE PROTECCIÓN

Dada la alta tasa de victimización sufrida por los empresarios, han desarrollado estrategias con el fin de protegerse ante posibles hechos delictivos; la medida de mitigación más empleada por los empresarios durante el 2.013 fue el cambio de sus hábitos relacionados con el porte y transporte de objetos de valor. De igual forma, optaron por instalar rejas o cerraduras especiales, así como sistemas de alarmas.



	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Otra	7%	8%	4%	2%	5%	8%	9%	7%	9%	10%	8%	7%
Cámara de Seguridad	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	10%
Arma de Fuego	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	0%	6%	5%
Instalación de rejas o cerraduras especiales	21%	22%	19%	21%	19%	19%	19%	20%	20%	20%	15%	17%
No portar objetos de valor	29%	35%	34%	36%	37%	33%	34%	31%	37%	35%	30%	33%
Vigilantes Informales	9%	9%	12%	9%	9%	9%	9%	7%	9%	9%	4%	8%
Instalación de Alarmas	18%	15%	18%	17%	17%	17%	18%	20%	16%	15%	13%	12%
Escolta Personal	3%	2%	4%	4%	3%	4%	3%	2%	2%	3%	3%	2%
Empresa de Vigilancia Privada	12%	8%	10%	10%	9%	10%	8%	10%	5%	7%	9%	7%

Gráfico 7: Medidas de protección

VICTIMIZACIÓN

La tasa de victimización de los empresarios durante el 2.013 se situó en el 19%, lo que equivale a que 2 de cada 10 empresarios sufrió algún tipo de hecho delictivo durante el año.

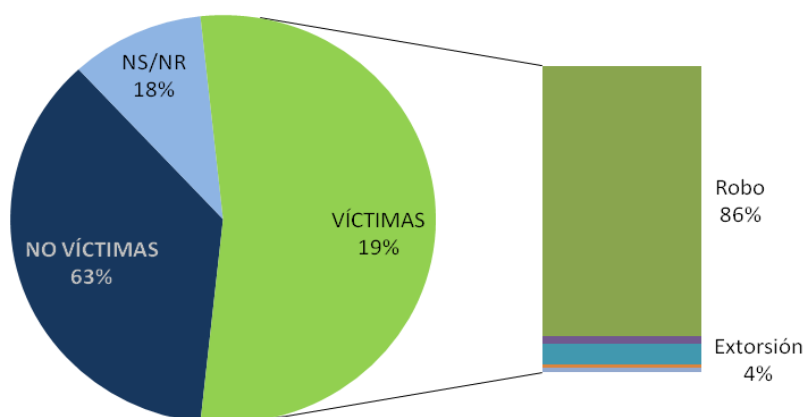


Gráfico 8: Victimización. Comerciantes afectados por hechos delictivos (consolidada Ene-Dic)



Al analizar la tasa de victimización mensual, se puede identificar que los meses durante los cuales los empresarios valduparenses fueron más vulnerables ante hechos delictivos, fueron agosto y febrero, en donde la tasa de victimización alcanzó el 25% y 23% respectivamente. Al confrontar esta información con la tasa de denuncia de dichos hechos delictivos, es importante destacar que pese a presentar considerables variaciones durante el año, los empresarios cada vez se concientizan más de la importancia de denunciar los actos ilegales ante las autoridades competentes.

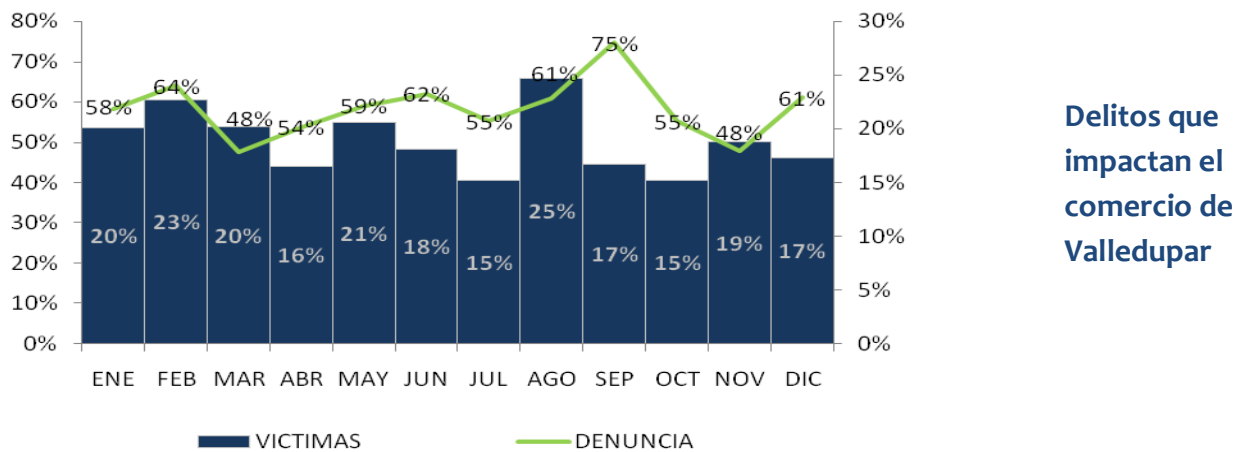
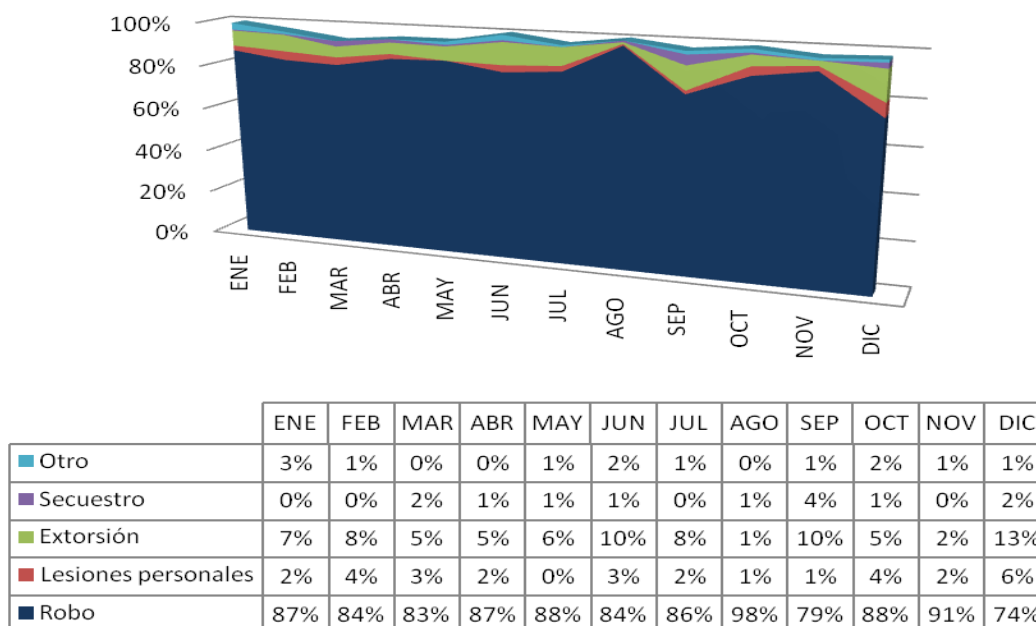


Gráfico 9: Tasa de victimización vs tasa de denuncia

El delito que se presentó con mayor frecuencia en el 2013 fue el robo, el comportamiento de las extorsiones fue considerablemente variable y cerró el año presentando la mayor cifra registrada al alcanzar el 13%, de igual forma, las lesiones personales presentaron una tendencia al alza.



Cuadro 9: Delitos que impactan el comercio de Valledupar

AMENAZAS PARA LA SEGURIDAD

La delincuencia común es considerada por los empresarios como la principal amenaza para la seguridad en la región; las bandas emergentes y las BACRIM por su parte, no interfieren en gran medida sobre las operaciones empresariales, según lo manifiestan los mismos empresarios.

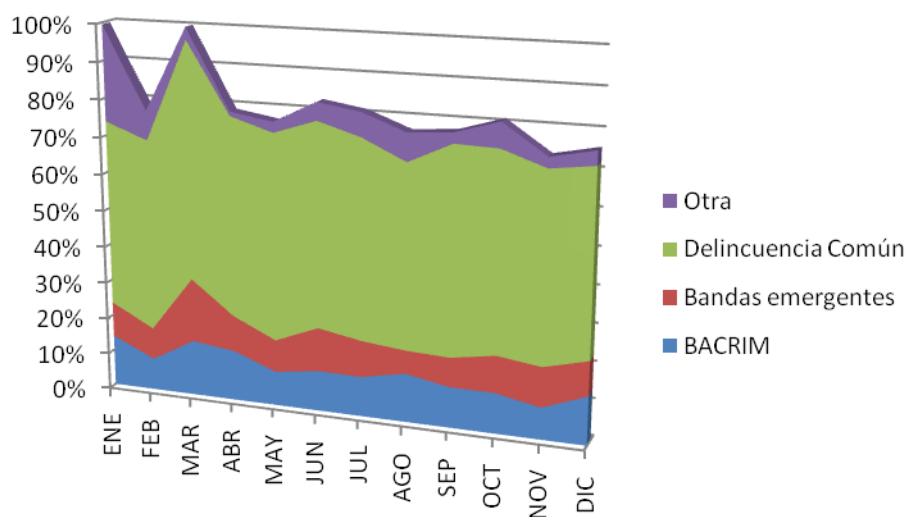
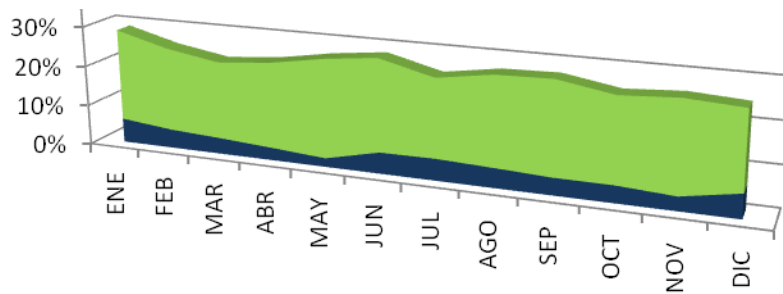


Gráfico 11: Amenazas para la seguridad

CALIFICACIÓN A LA POLICÍA NACIONAL

Al finalizar el 2013, el actuar de la policía estuvo respaldado por 25 de cada 100 empresarios, alcanzado una de las medidas más bajas del año, 4 puntos porcentuales menos que la registrada en enero. Esta situación constituye una fuerte debilidad para el tejido empresarial de la región en la medida en que los empresarios no se sienten respaldados por las autoridades competentes, responsables de garantizar la ley y el orden y por ende, del normal funcionamiento de sus operaciones.



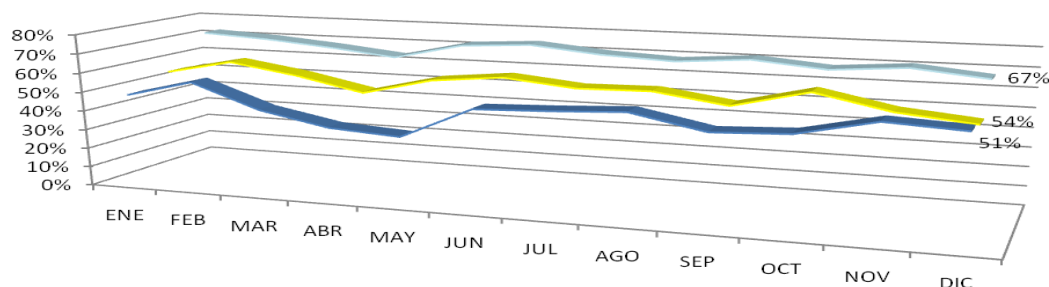
Nivel de
aceptación
de la
Policía
Nacional

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
NIVEL DE ACEPTACIÓN	29%	25%	23%	24%	27%	28%	25%	27%	27%	25%	26%	25%
■ BUENA	23%	21%	19%	21%	24%	23%	19%	22%	23%	21%	22%	19%
■ EXCELENTE	6%	5%	4%	3%	2%	5%	5%	5%	4%	4%	3%	6%

Gráfico 12: Calificación a la Policía Nal

SERVICIOS PÚBLICOS

Disponer de servicios públicos eficientes es una herramienta primordial para que los empresarios puedan desarrollar eficazmente sus actividades, y ofrecer a sus clientes la calidad requerida en bienes y servicios. Durante el 2.013 se presentó una tendencia estable que indica que el servicio público mejor prestado en Valledupar es el de Gas Natural, seguido del de Energía Eléctrica y por último de Agua Potable, sin embargo, en el último trimestre, los empresarios han considerado que la prestación del servicio de Agua Potable ha mejorado, mientras que el de Energía Eléctrica ha desmejorado.



	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
■ AGUA	48%	56%	44%	37%	35%	51%	52%	54%	47%	48%	56%	54%
■ ENERGÍA ELÉCTRICA	55%	62%	57%	49%	58%	61%	58%	58%	53%	62%	55%	51%
■ GAS	72%	70%	67%	63%	71%	73%	70%	68%	71%	68%	70%	67%

Gráfico 13: Calificación a servicios públicos

Al realizar la evaluación del servicio de comunicaciones, las empresas de telefonía móvil presentaron una considerable similitud en su calificación, diferenciándose por pocos puntos porcentuales. Al finalizar el año, los empresarios manifestaron una ligera preferencia por el servicio ofrecido por Tigo, que situó su nivel de aceptación en el 45%, frente al 44% alcanzado por Movistar y el 43% de Claro, sin embargo, es importante destacar que el nivel de aprobación general es relativamente bajo teniendo en cuenta la alta relevancia que tiene la comunicación para el buen desarrollo de las operaciones comercial.

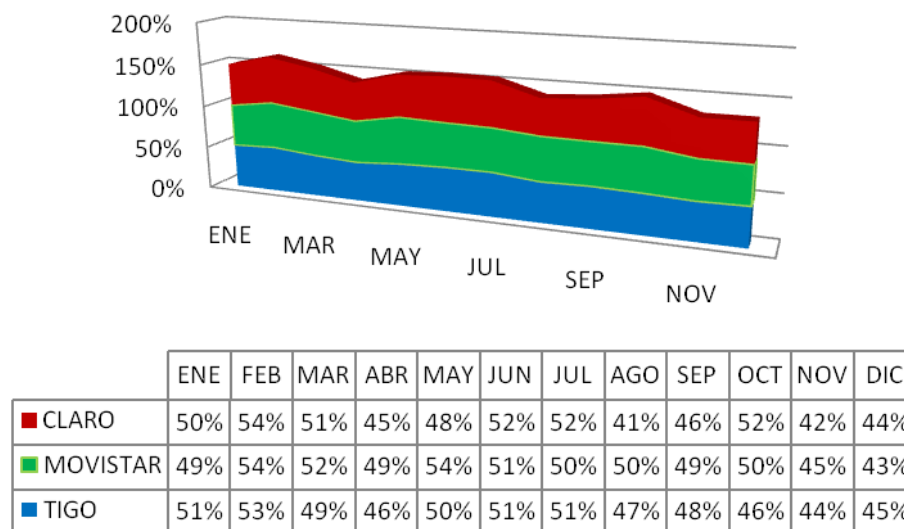


Gráfico 14: Calificación a empresas de telefonía