

# Censo a Establecimientos de Comercio Abiertos al Público

Valledupar 2014



CÁMARA DE COMERCIO  
DE VALLEDUPAR

### **Presidente Ejecutivo**

José Luis Urón Márquez

### **Vicepresidente Administrativo**

Edgar Rincón Castilla

### **Coordinadora Observatorio Económico**

Diana Medina R.

### **Coordinadores de logística**

Oscar Beltrán

José Fuentes

### **Supervisor de campo**

Eduardo Moreno

### **Encuestadores**

Ana Maria Guzman Castro

Geovanny Ahumada Torres

Gretis Yalena Solano

Ibeth Lucia Pacheco Soto

Iris Karime Restrepo

Juan Jairo Flórez Celemín

Karen Darine Ariño Castro

Loraine Gómez García

Lorena Patricia De Ávila

Luis Rafael Gualdrón

Mario Alberto Corzo Pacheco

Noreisy Rocha Davila

Ricardo Cristian Rapalino

## **JUNTA DIRECTIVA 2014 – 2018**

### **Representantes de los comerciantes**

#### **Principales**

Eleuteria Hernández Jaimés

Afranio Restrepo Córdoba

Leodavis Augusto Rojas Quintero

Himel Rivero Zuleta

#### **Suplentes**

Eugenio Castañeda Cuello

José Saúl Díaz

María Elena Holguín Pulgarín

Aliris Yaneth Arteaga Yoza

### **Representantes del Gobierno Nacional**

#### **Principales**

Gustavo Gnecco Oñate

Fabio Méndez Vanegas

#### **Suplentes**

Héctor Onofre Santana Duran

Emin Alfonso Duran Gelvis

### **PRESIDENTE**

Leodavis Augusto Rojas Quintero

### **PRIMER VICEPRESIDENTE**

Gustavo Gnecco Oñate

### **SEGUNDO VICEPRESIDENTE**

Himel Rivero Zuleta

Los contenidos de esta publicación son propiedad de la Cámara de Comercio de Valledupar, su reproducción total o parcial sin autorización expresa del titular está prohibida. Todos los derechos reservados ©.

# CONTENIDO

---

PRESENTACIÓN.....	5
FICHA TÉCNICA .....	6
ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD .....	7
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO.....	8
ABIERTOS AL PÚBLICO EN VALLEDUPAR.....	8
Evolución.....	8
CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS.....	9
Distribución.....	9
Aspectos legales.....	10
Registro Mercantil .....	10
Motivos de la informalidad.....	14
Pago de impuestos.....	14
Actividad económica .....	16
Uso de tecnologías de la información .....	17
PERFIL DE LOS EMPRESARIOS.....	19
Sexo.....	19
Víctimas del conflicto armado.....	20
Estrato socioeconómico .....	21
Nivel de escolaridad .....	22
Formación empresarial.....	22
SEGURIDAD.....	23
Victimización y tasa de denuncia .....	23
Percepción de seguridad .....	24

Adopción de medidas de seguridad.....	26
ENTORNO CÁMARA DE COMERCIO.....	27
Nivel de confianza en la información generada.....	28
Uso de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Valledupar.....	28
ENTORNO POLÍTICO.....	29
Recomendaciones de inversión del gasto público municipal.....	30
SERVICIOS PÚBLICOS.....	34

# PRESENTACIÓN

---

Velar por el tejido empresarial de la región, identificar sus debilidades y amenazas junto con sus fortalezas, es uno de los pilares de la Cámara de Comercio de Valledupar. Esta gestión es adelantada por medio de diversas actividades estratégicas, siendo el censo de establecimientos de comercio abiertos al público, una de las más trascendentales, en tanto que permite palpar de primera mano la realidad de los empresarios y las características específicas del tejido empresarial.

Dada la importancia de esta labor y teniendo en cuenta la visión de mejoramiento continuo de la Cámara de Comercio de Valledupar, cada versión del censo incluye mejoras logísticas y tecnológicas, en esta ocasión, la entidad implementó tecnología de punta, lo que permitió disminuir el margen de error de la información recolectada y realizar el levantamiento del sistema de coordenadas de todas las unidades productivas de la ciudad, ubicando a Valledupar como la primera ciudad latinoamericana que dispone a plenitud de esta herramienta.

Así, la Cámara de Comercio de Valledupar se complace en presentar los resultados obtenidos para el periodo 2014, en donde se indagó sobre las variables determinantes del comportamiento del gremio, y los pone a disposición de todos los interesados, con el fin de contribuir al desarrollo integral de la región.

## FICHA TÉCNICA

---

La recolección de la información se realizó por medio de la encuesta directa, aplicada en campo. El equipo, conformado por 15 encuestadores, un supervisor y dos coordinadores de campo, recorrió los 213 barrios del área urbana del municipio de Valledupar, encuestando a cada uno de los propietarios o en su defecto, a los empleados a cargo, presentes en el establecimiento a la hora de la visita. Las encuestas se realizaron a través de dispositivos electrónicos de última generación que permitieron la captura del sistema de coordenadas de los establecimientos de la ciudad y tomas fotográficas del lugar. Esta labor tuvo una duración de tres meses y permitió consolidar información primaria del 79% de los establecimientos detectados, es decir, el equivalente a 7,415 encuestas efectivas y validadas, logrando así establecer un diagnóstico altamente confiable del entorno empresarial de la capital del departamento del Cesar.

Establecimientos identificados	9.349
Establecimientos encuestados	7.415
Margen de error	0.52%
Realizado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Población objetivo	Establecimientos de comercio abiertos al público presentes en la ciudad de Valledupar
Número de preguntas	33 preguntas principales
Fecha de realización de la encuesta	15 de septiembre – 30 de diciembre de 2014
Lugar de aplicación de la encuesta	Cabecera municipal de Valledupar, conformada por 213 barrios distribuidos en 6 comunas

---

## ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD

---

Valledupar, capital del Cesar, está ubicada al norte del departamento. Cuenta con 4.264 Km<sup>2</sup>, que representan el 18,6% de la extensión total del Cesar, de los cuales, el 0,9% corresponden al área urbana, mientras que el 99,1% hace parte de la zona rural, que a su vez está conformada por 25 corregimientos y 125 veredas.



Según datos revelados por el DANE, para el año 2014 la ciudad contaba con 443.210 habitantes, de ellos, el 51% son mujeres y el 49% hombres. La población del municipio ha experimentado un crecimiento acumulado del 28% en los últimos 10 años, sin embargo, la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad presenta una tendencia decreciente desde 1986, en este año, la ciudad experimentó un crecimiento del 3,97%; para el 2014, la población valduparense creció tan solo en un 2,35%, representando un decrecimiento acumulado del 41%, es decir,

que pese a que la población de Valledupar continúa creciendo, lo hace un 41% menos rápido que hace 28 años.

La composición poblacional, teniendo en cuenta la zona de residencia (urbana y rural), permite determinar el alto impacto que generó el conflicto armado en el territorio durante sus años más fuertes (entre 1994 y 2001), en este periodo, el crecimiento de la población ubicada en el área rural del municipio pasó, de un 2,25% (1.994), a un 1,50% (2.001). El año más crítico en materia de movilización fue 1.998, cuando el número de pobladores del campo cayó en un 8,50%, es decir, 4.906 personas. Actualmente se sigue experimentando una disminución en la tendencia de tasa de crecimiento de la ruralidad, más fuerte que la de la zona urbana, así, la población está creciendo más rápido en la cabecera que en el resto del municipio.

# ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO ABIERTOS AL PÚBLICO EN VALLEDUPAR

## Evolución.

El monitoreo que la Cámara de Comercio de Valledupar ha realizado sobre los establecimientos de comercio abiertos al público presentes en la ciudad, a través de los diferentes censos que han tenido lugar desde hace más de una década, ha permitido evidenciar la fuerte fluctuación que ha experimentado la creación de unidades productivas en la ciudad. En los últimos siete años, los establecimientos de Valledupar han presentado una tasa de crecimiento promedio anual del 9%. El único año en donde tuvo lugar un decrecimiento de los establecimientos, fue en 2009, hecho que se explica por la crisis económica y financiera de la época. El mayor crecimiento se presentó en 2013, cuando pasaron de existir 6.502 a 8.889 establecimientos, dando lugar a un aumento del 27%. Pese a que aún se mantiene la tendencia al alza, el crecimiento de los establecimientos aminoró su ritmo en el 2014, al experimentar un aumento del tan solo 5%, ostentando un total de 9.349 establecimientos en la ciudad.

Los establecimientos de Valledupar tienen una tasa de crecimiento promedio anual del 9%

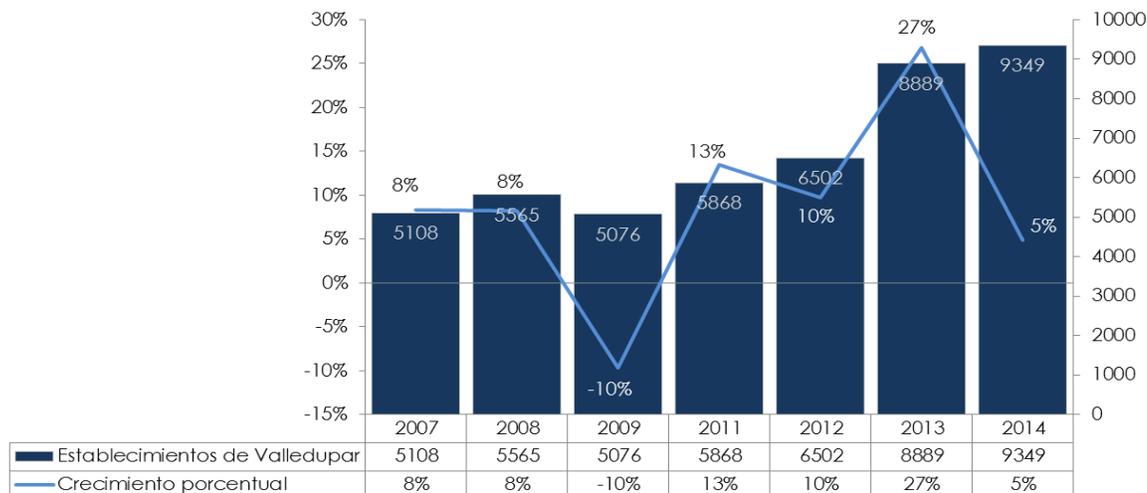


Gráfico 1:  
Evolución de la presencia de establecimientos abiertos al público en Valledupar. 2007-2014

# CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS

## Distribución.

Los establecimientos de Valledupar tienen una tasa de crecimiento promedio anual del 9%

Pese a que la comuna uno es la más pequeña de Valledupar, cerca de dos, de cada cinco establecimientos de comercio, están ubicados en esta zona, abarcando un 42% del total de establecimientos de la ciudad. La gran concentración de los establecimientos en esta área, está acompañada por su crecimiento, en comparación con el año 2013; la presencia de los establecimientos en la comuna uno se incrementó en 8%. Por su parte, la comuna 2 se consolidó como la zona de mayor expansión comercial de la ciudad al incrementar su actividad mercantil en un 24%, hecho que puede fundamentarse en la inauguración del Centro Comercial Mayales Plaza I y II. Asimismo, la comunas 5 y 6 también reportaron un balance

positivo en 2014, al incrementar sus establecimientos en un 5% y 9% respectivamente.

La comuna 3, por su parte, experimentó, un fuerte decrecimiento (22%), la proximidad que tiene esta zona a la comuna 2, podría inferir la presencia de una movilidad comercial, en donde los comerciantes de la zona consideran más beneficioso, mudarse a áreas cercanas de mayor dinamismo comercial. La comuna 4 también experimentó un decrecimiento de sus establecimientos, aunque menos pronunciado, al disminuir en un 5%.



Gráfico 2: Representación de la presencia de establecimientos por comuna

## Aspectos legales

### Registro Mercantil

El Estado colombiano considera como empresas legalmente constituidas a todas aquellas organizaciones que desarrollen actividades lícitas y reúnen todos los requisitos exigidos por la Ley, para su constitución y funcionamiento. El Código de Comercio de Colombia en su artículo 19 estipula que dichas obligaciones son:

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

Asimismo, el Código de Comercio en su artículo 33 estipula que la matrícula se renovará anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año. El inscrito informará a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, lo mismo que cualquier cambio de domicilio y demás mutaciones referentes a su actividad comercial, a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente. Lo mismo se hará respecto de sucursales, establecimientos de comercio y demás actos y documentos sujetos a registro. La matrícula mercantil de los comerciantes y de sus establecimientos de comercio, debe renovarse en el período comprendido entre el primero (1o) de enero y el treinta y uno (31) de marzo de cada año, cualquiera que sea la fecha de la matrícula mercantil.

Basado en estas premisas, el Departamento Nacional de Planeación, el Consejo Nacional de Competitividad y Confecámaras, definen una empresa informal como “una organización que desempeña una actividad económica legal, pero que no cumple con los requisitos exigidos por el Estado, para su constitución y funcionamiento”.

La informalidad en las empresas colombianas es un grave problema, que ha despertado el interés del gobierno central y conlleva a la reestructuración de las operaciones y requisitos necesarios para formalizar las empresas, haciendo de este, un procedimiento mucho más sencillo. Sin embargo, muchos empresarios no están familiarizados con el nuevo procedimiento y continúan pensando que formalizar una empresa en Colombia es una operación compleja; y al acarrear costos económicos, no suele ser muy atractivo, principalmente, para los microempresarios, que tienen la falsa apreciación que manteniéndose en la informalidad y por lo tanto, evadiendo impuestos, tendrán mayores rendimientos para sus empresas. Sin embargo, es fundamental que los empresarios conozcan los beneficios que adquieren al formalizarse, puesto que mantenerse en la informalidad constituye una alta dificultad para el crecimiento de las empresas, por la limitación que presentan para articularse a mercados de mayor tamaño, expandir sus actividades y asimilar los costos de operar bajo esquemas de formalidad y legalidad limitadas. Situación que a su vez impacta directa y negativamente sobre el crecimiento económico de la región.

En este sentido, las empresas de Valledupar han presentado un balance positivo al lograr un nivel de formalidad empresarial del 67%, cifra que supera el estimado de formalidad nacional, que ronda en el 40%, según el Consejo Privado de Competitividad (CPC), durante el año 2014, la formalidad recuperó el terreno que había perdido en 2013, cuando descendió 10 puntos porcentuales al ubicarse en el 57%, actualmente la formalidad en el municipio alcanzó el mismo nivel presentado en 2012, y pese a que presentó un balance positivo durante este periodo, es necesario acentuar las iniciativas de formalidad para continuar avanzando en esta materia. Por su parte, el nivel de renovación de la matrícula mercantil corrobora el significativo sentido de formalidad que tienen los empresarios de la ciudad, el índice de renovación se ubicó en el 78% para el 2014, así, 8 de cada 10 empresas legalmente constituidas, renovaron su inscripción durante este periodo.



**El 67% de los  
establecimientos de la  
ciudad son formales.**

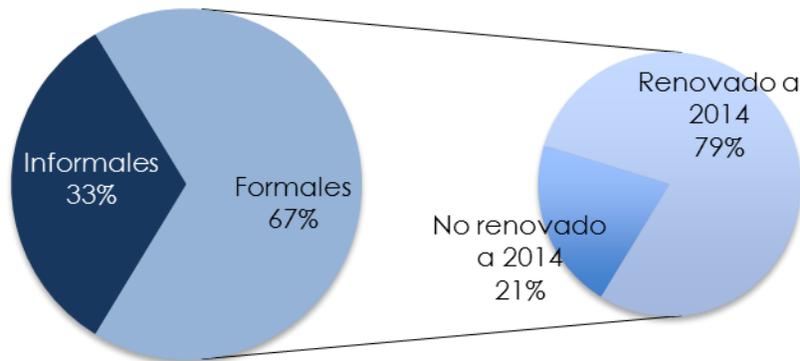


Gráfico 3: Formalidad empresarial y nivel de renovación de la matrícula mercantil 2014.

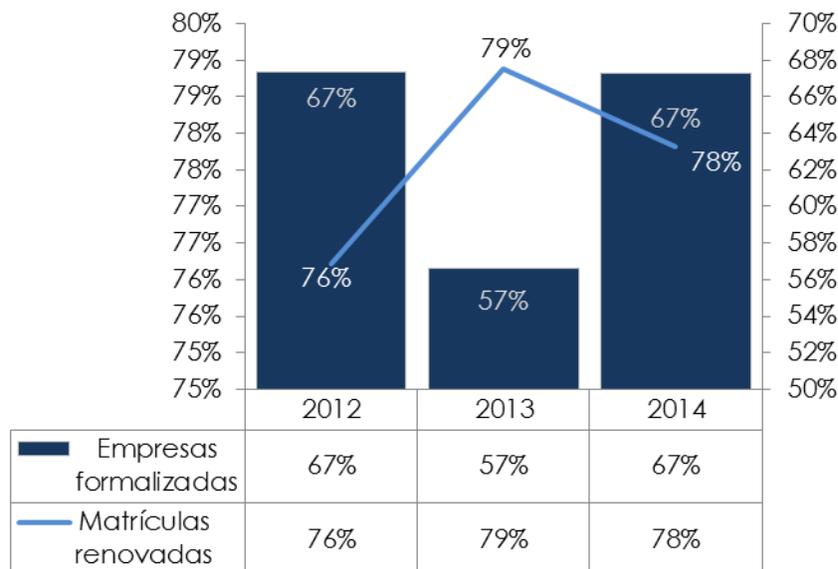
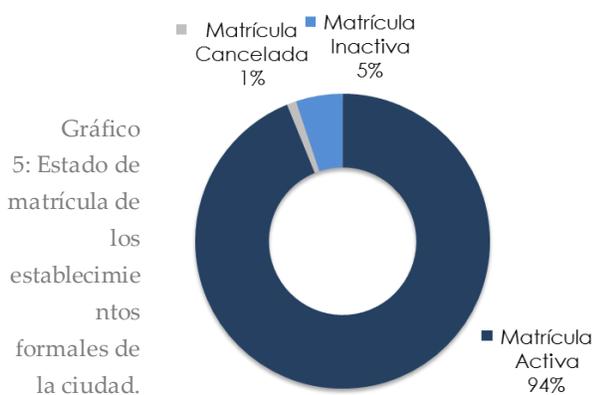


Gráfico 4: Evolución del nivel de formalidad y de renovación de la matrícula mercantil 2012-2014.



Del 67% de los establecimientos formales presentes en la ciudad, el 94% posee matrícula mercantil activa, el 5% paso a estado inactivo, según la disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, tal y como está expresado en la circular única de dicha entidad, las Cámaras de Comercio están en la obligación de inactivar

**Los establecimientos formales de la ciudad, reportaron un total de activos cercano a los 2 billones de pesos.**

aquellas matrículas que no hayan realizado actualización de sus datos, bien por la inscripción de actos o documentos o bien por la no renovación de la matrícula mercantil, en un término de tres años. Para cambiar el estado de la matrícula y poder adelantar trámites tales como la renovación de la misma, la inscripción de actos o documentos o la modificación de información de la matrícula o inscripción, el representante legal, debe solicitar el cambio de estado, en forma presencial.

El 93% de los establecimientos presentes en la ciudad, es identificado como micro, según los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño, consignados en el artículo 2º de la Ley 590 de 2000 (modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004), es decir, dispone de una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores y declara activos totales (excluida la vivienda) por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes. El valor de

**En promedio, cada establecimiento formal de la ciudad tiene 6.9 años de funcionamiento.**

activos totales de los establecimientos formales asciende a los 2 billones de pesos aproximadamente.

**En 2014, se formalizaron 711 establecimientos de comercio abiertos al público en Valledupar.**

Actualmente, el tiempo promedio de funcionamiento de los establecimientos formales ronda en los 6.9 años, el 68% de los establecimientos han sido creados en los últimos siete años (desde 2007), mientras que el 2% ha logrado traspasar los 28 años de funcionamiento. El establecimiento de comercio formal abierto al público más antiguo de la ciudad tiene 47 años (creado en 1967).

### Motivos de la informalidad

La principal causal para realizar la actividad comercial de manera informal, es el desconocimiento del proceso, según lo precisaron los empresarios informales, el 41% de ellos manifestó no tener conocimiento de dicho procedimiento, mientras que el 17% dijo conocer a plenitud este proceso, pero lo considera demasiado dispendioso. Asimismo el 9% no cree que formalizarse sea importante para su negocio.

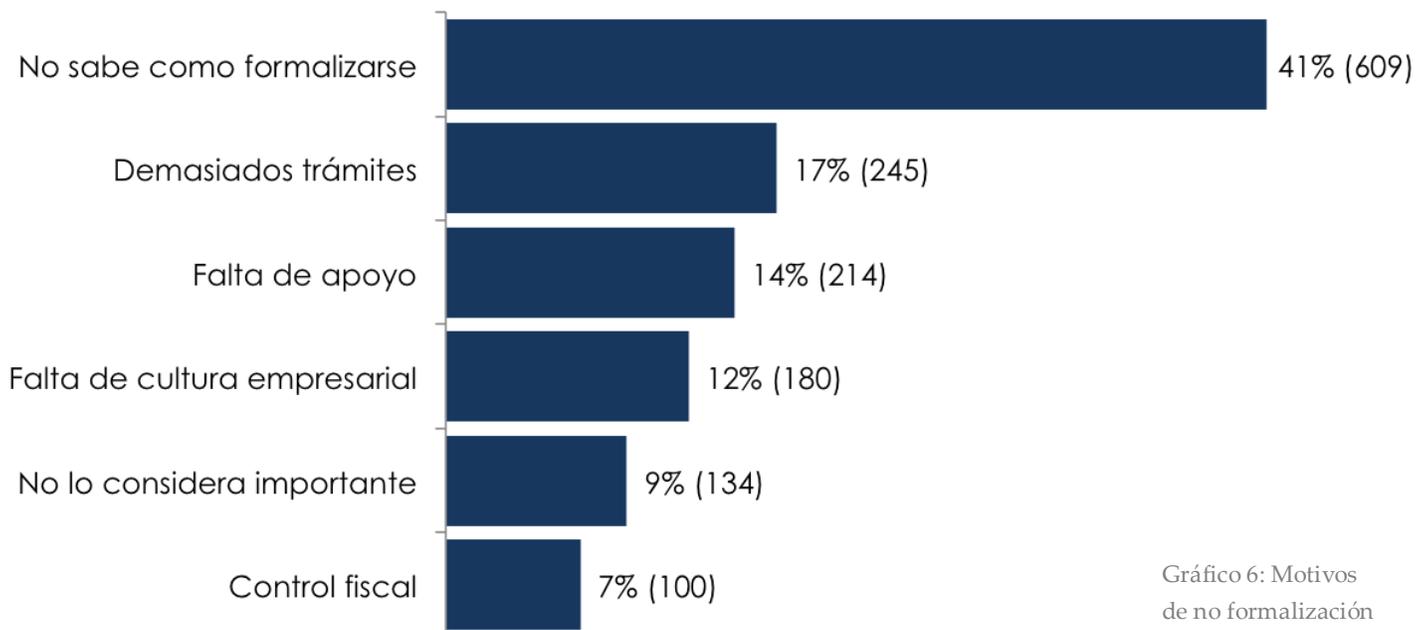


Gráfico 6: Motivos de no formalización

### Pago de impuestos

El Diccionario Integrado Contable Fiscal define el impuesto de Industria y Comercio como “El gravamen establecido sobre las actividades industriales, comerciales y de servicios, a favor de cada uno de los distritos y municipios, donde ellas se desarrollan, según la liquidación privada. Toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad industrial, comercial o de servicios, en jurisdicción de un municipio determinado, con o sin establecimiento, debe registrarse en Industria y Comercio y pagar el impuesto correspondiente a su actividad. El impuesto de Industria y Comercio correspondiente a cada periodo gravable, se liquida con base en los ingresos netos del contribuyente, obtenidos durante este período. El censo, develó una alta abstinencia al pago de dicho impuesto, solo el

48% de los empresarios manifestó cancelarlo. El nivel de pago del impuesto de Industria y Comercio en la ciudad de Valledupar se ubica en el 60%.

De igual forma, la Ley estipula que todo usuario de la música debe cancelar impuestos por derechos de autor y conexo, ante las organizaciones correspondientes que para el caso colombiano son SAYCO y ACINPRO. De conformidad con el artículo 158 de la Ley 23 de 1982, son usuarios de la música los propietarios de establecimientos que en forma permanente u ocasional

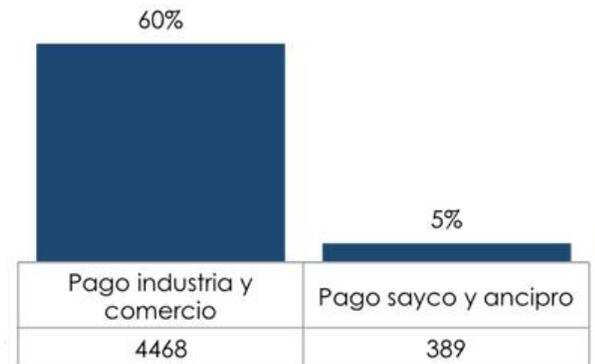


Gráfico 7: Pago de impuestos de Industria y Comercio junto con el de Sayco y Acinpro

**Tres de cada cinco empresarios pagan el impuesto de industria y comercio**

comuniquen la música para sus clientes, en forma directa o indirecta. Deben cancelar a SAYCO los derechos de autorización reproducción, ejecución en vivo y en establecimientos de comercio y ante ACINPRO el derecho conexo de comunicación de la música fonogramada, utilizada en emisoras, canales de televisión y establecimientos impuesto porque comunican la música para el disfrute, esparcimiento y satisfacción de su clientela, lo que distingue de otros que no utilizan la música. Los canales

de televisión y la radio, pagan por emitir, para ser escuchada en el domicilio privado. Para este impuesto, el nivel de pago por parte de los establecimientos se sitúa en tan solo el 5%. Los resultados sobre el nivel de pago del impuesto de industria y comercio, contrastados con los obtenidos en 2012 y 2013, evidencia la alta fluctuación que ha experimentado en los últimos tres años, en 2013, el pago de este impuesto presentó un alza considerable al incrementarse en 15

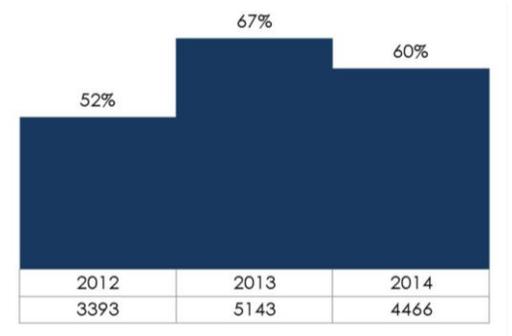


Gráfico 8: Evolución del pago del impuesto de Industria y Comercio

puntos porcentuales, sin embargo, para el último periodo tuvo lugar una disminución de siete puntos, frente a los registrados en el año inmediatamente anterior.

### Actividad económica

Pese a que históricamente el departamento del Cesar se ha caracterizado por ser una región agrícola, la crisis algodonera sumada al alto crecimiento demográfico y al fenómeno de desplazamiento forzoso que ha impactado a la región, han repercutido en una reestructuración de la dinámica productiva, catalogando al sector terciario como la actividad predominante en la economía local. Es así como el sector comercial y de servicios representan en conjunto, el 80% del total de empresas presentes en la región. La industria manufacturera por su parte, cuenta con poca participación al alcanzar tan solo el 9%, sin embargo, es importante resaltar el fuerte crecimiento que experimentó entre el 2013 y el 2014, al pasar del 2% al 9%.

**El 80% de los establecimientos de la ciudad realizan actividades comerciales y/o de servicios**

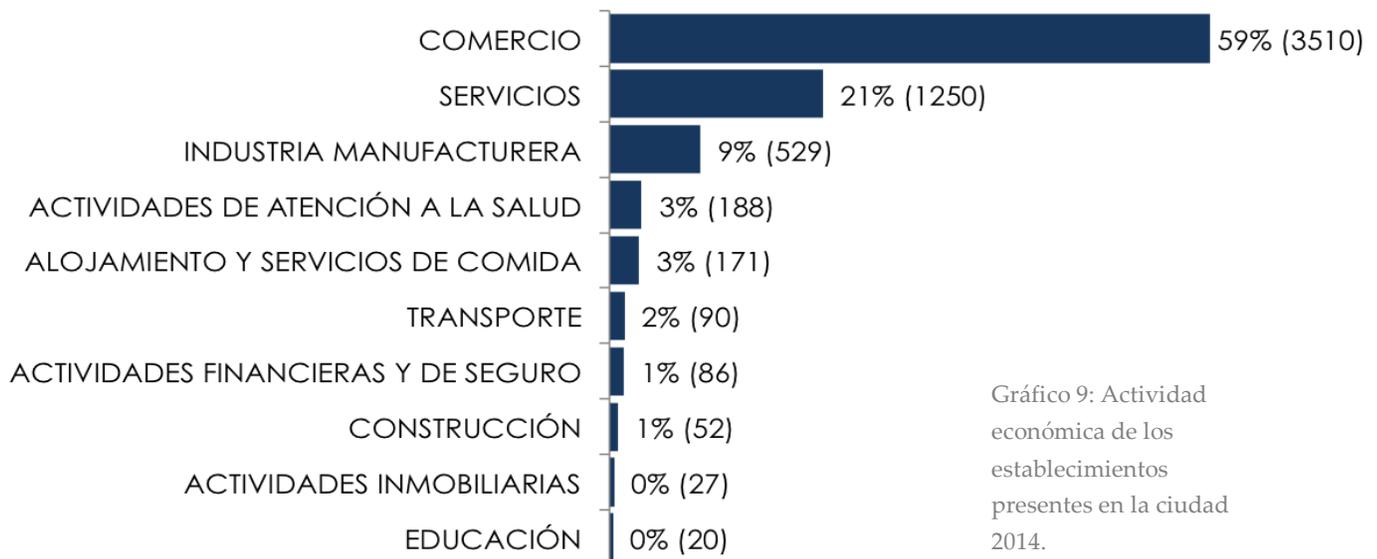


Gráfico 9: Actividad económica de los establecimientos presentes en la ciudad 2014.

Cabe aclarar, que se consideran empresas de servicios a aquellas que realizan la prestación de alguna actividad intangible; empresas de comercialización de bienes y/o mercancías, a las dedicadas a la compra de bienes y/o mercancías para su posterior venta y empresas manufactureras, de transformación o industrias, a las entidades que compran materias primas, para luego, mediante la utilización de mano de obra y tecnología, transformarlas en un producto terminado para su posterior venta y consumo.

### Uso de tecnologías de la información

Con la globalización, los mercados cada día se vuelven más competitivos, de allí radica la importancia que tiene para los empresarios actuales, incrementar sus niveles de competitividad y la mejor forma, es a través de la implementación de tecnologías de la información, que permita a los empresarios estar más atentos de las oportunidades y amenazas que ofrezca el mercado, al igual que aminorar los costos. Históricamente los empresarios de la ciudad suelen ser muy tradicionales, y en sus inicios se mostraban reticentes a cambiar sus hábitos comerciales, sin embargo, la preparación que han tenido a lo largo de los últimos años, los incita a

**Cerca de dos de cada tres empresarios, consideran pertinente implementar tecnologías de la información en sus unidades productivas**

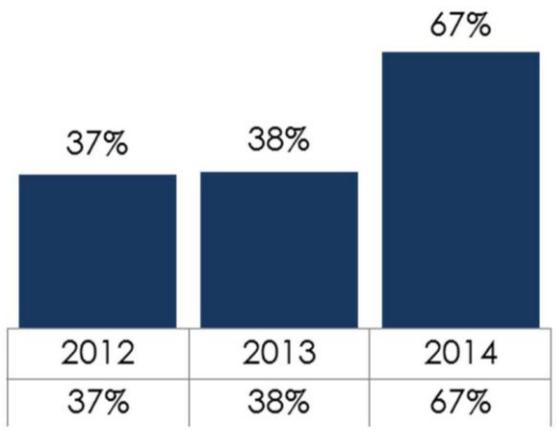


Gráfico 10: Evolución de la percepción de la importancia del internet 2012-2014.

participar en mayor medida de la dinámica mundial. Esto se ve reflejado en la percepción que los empresarios manifiestan tener sobre la importancia del uso del internet y demás herramientas tecnológicas en sus negocios. Mientras que en el 2012 solo el 37% de los empresarios consideraba importante el uso del internet, en 2014 esta cifra se situó en el 67%. En la actualidad, cerca de dos de cada tres empresarios, consideran pertinente implementar tecnologías de la información en sus unidades productivas.

Como era de esperarse, el aumento de la percepción de importancia se ha visto reflejado en los niveles de inserción del internet en las unidades productivas de la ciudad. Para el año 2014 el 43% de los empresarios tenía internet en sus establecimientos de comercio, cifra que se incrementó en 10 puntos porcentuales sobre la registrada en 2013.

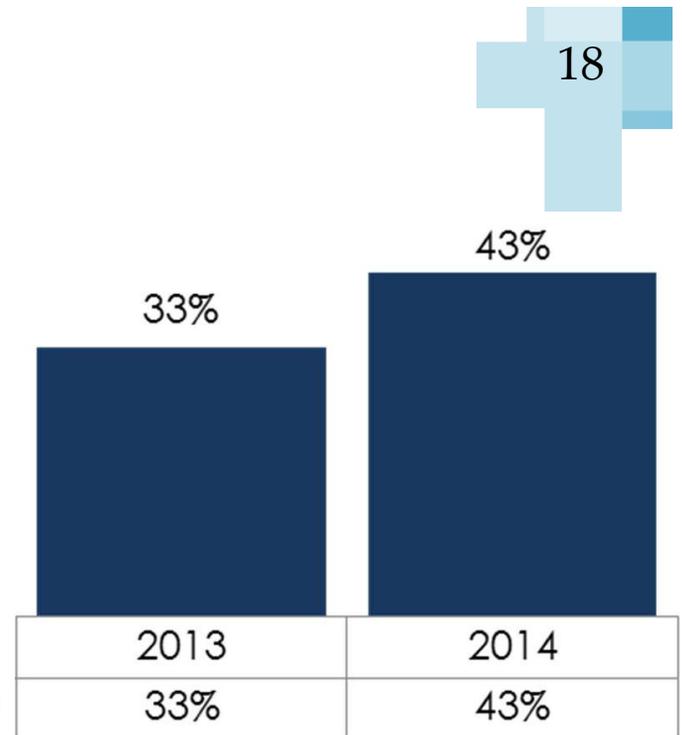


Gráfico 11: Evolución del uso de internet en la actividad productiva 2013-2014

El alto grado de inserción del internet ha estado acompañado por una óptima calidad del servicio. Aunque se presentan algunas inconformidades, el 77% de los empresarios usuarios del servicio, aprueban su calidad, lo que permite que la introducción de esta nueva herramienta sea más amigable con los empresarios.

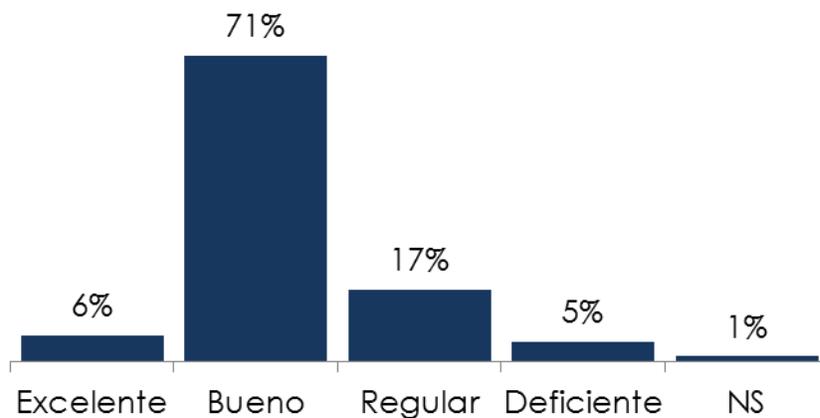


Gráfico 12: Calificación del servicio de internet.

## PERFIL DE LOS EMPRESARIOS

### Sexo

Sexo Pese a que en la ciudad predomina la población femenina (52%), solo el 44% de los propietarios de las empresas son mujeres. El estudio reveló que los hombres, ya sea por preferencia o incentivo del entorno, presentan mayor tendencia a conformar sus propios negocios, que las mujeres. Sin embargo, es importante destacar que durante el 2014 se incrementó la participación de las Gráfico 11: Evolución del uso de internet en la actividad productiva 2013-2014 Gráfico 12: Calificación del servicio de internet. 19 2015 Censo de Establecimientos de Comercio Abiertos al Público 2014

El 10% de los propietarios de establecimientos en la ciudad, fueron victimizados por el conflicto armado que sufre el país mujeres en la actividad mercantil en dos puntos porcentuales frente a la relación obtenida en 2013.

**En 2014, la participación de las mujeres en la actividad empresarial se incrementó en 2 puntos porcentuales**

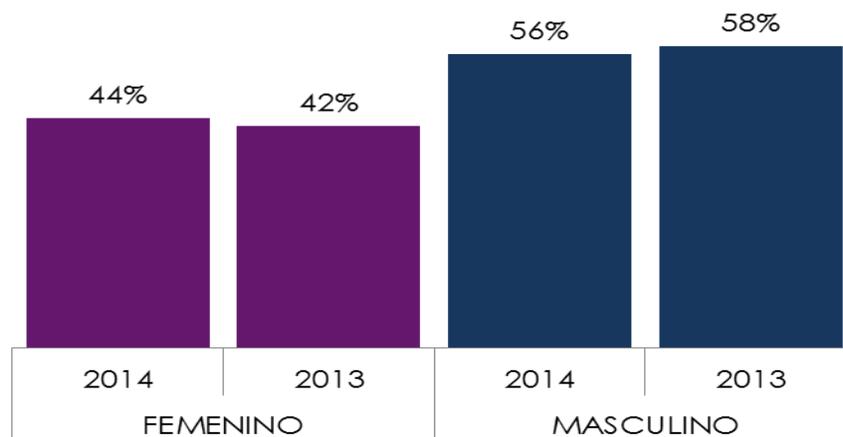


Gráfico 13: Distribución de los propietarios de los establecimientos de la ciudad según sexo. Comparación 2013-2014

### Víctimas del conflicto armado

El conflicto armado generado en Colombia, ha afectado en gran medida a la población cesarense, tocando directamente a uno de cada diez empresarios de la capital del departamento. El principal hecho victimizante que han padecido los empresarios, al igual que

la población en general, es el desplazamiento, sin embargo, la proporción de empresarios víctima de desplazamiento forzado (46%) contrastado con el registrado por la comunidad en general (96%, según la Unidad para la Atención y Reparación

**El 10% de los propietarios de establecimientos en la ciudad, fueron victimizados por el conflicto armado que sufre el país**

Integral a las Víctimas para Valledupar en todas las vigencias), permite evidenciar que los empresarios son menos proclives a sufrir de desplazamiento forzoso, sin embargo son más vulnerables a padecer hechos victimizantes como amenazas (25% frente al

1% registrado por la población en general) y el abandono o despojo forzado de tierras (11% frente al 0%).

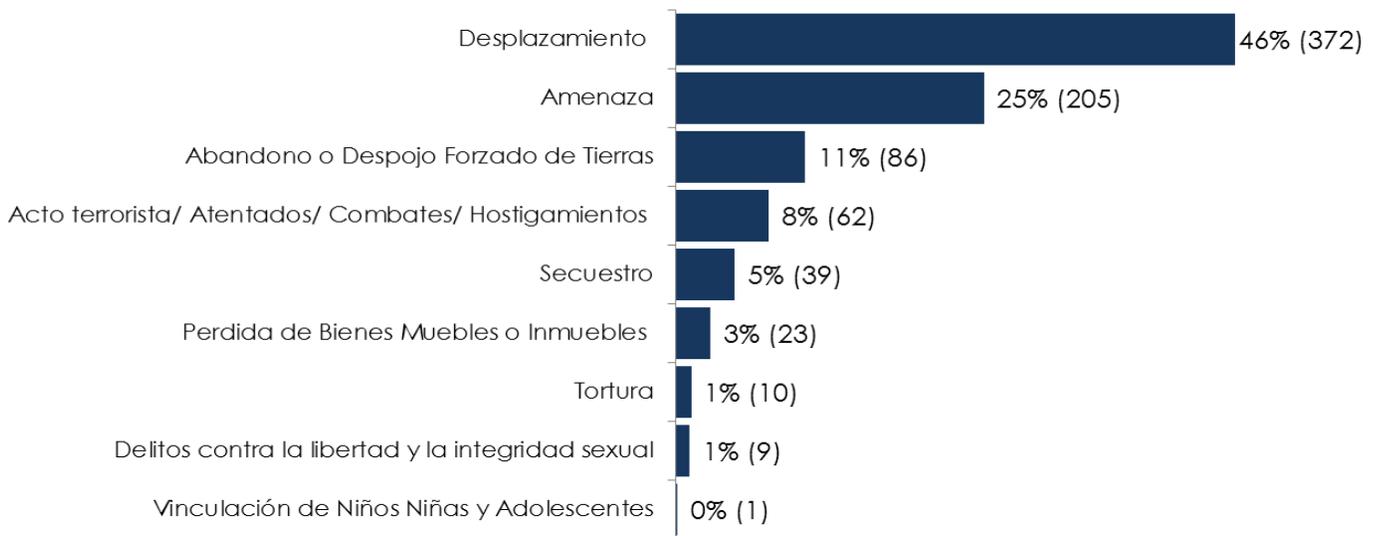


Gráfico 14: Distribución de los propietarios de los establecimientos de la ciudad según su condición de víctima del conflicto armado

Por su parte, el actor armado que más vulneró los derechos de los empresarios de la ciudad fueron los grupos paramilitares, conocidos en la zona como las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC). El alto grado de penetración que este actor armado tuvo en la zona, conllevó a que cerca de 4 de cada 9 empresarios víctima de la violencia fueron victimizados por dicho agente armado.

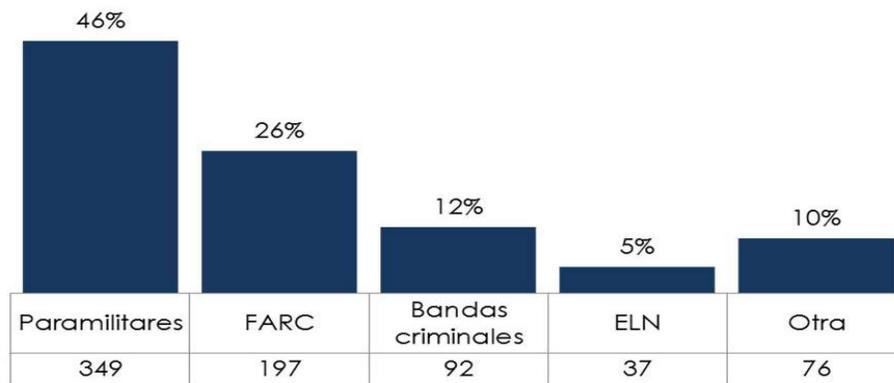


Gráfico 15: Grupos armados que asecharon a los propietarios de los establecimientos de la ciudad según su condición de víctima del conflicto armado

### Estrato socioeconómico

Pese a la concepción popular, los empresarios no necesariamente son grandes potentados que disponen de un mayor poderío económico, existen empresarios de todos los niveles y clases sociales. En Colombia, al igual que en la ciudad, priman los empresarios de clase media, cerca de siete de cada diez empresarios de la ciudad, pertenecen a los estratos dos y tres de la ciudad. Solo el 1% de los propietarios de establecimientos de comercio abiertos al público en la capital el Cesar, pertenecen a estratos socioeconómicos altos (5 y 6).

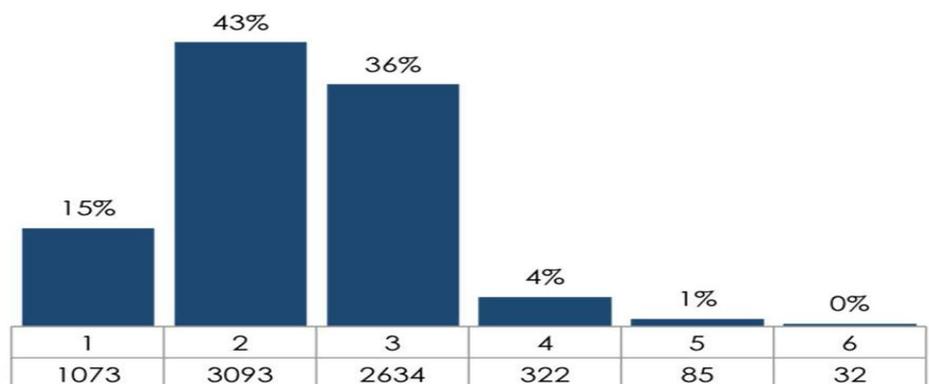


Gráfico 16: Estrato socioeconómico de las viviendas de los propietarios de los establecimientos de la ciudad

### Nivel de escolaridad

El nivel de escolaridad de los encargados de las empresas es otro aspecto relevante para el tejido empresarial de la región, puesto que denota la preparación que tienen los líderes empresariales. El censo demostró que pese a que la gran mayoría de los representantes legales de las empresas no reúnen los estándares educativos necesarios para dirigir una empresa, se encuentran por encima del promedio educativo de la región, al ubicarse en su mayoría en estudios de secundaria, mientras que según cifras reveladas por el DANE, el nivel educativo que prima en la zona es el de básica primaria.

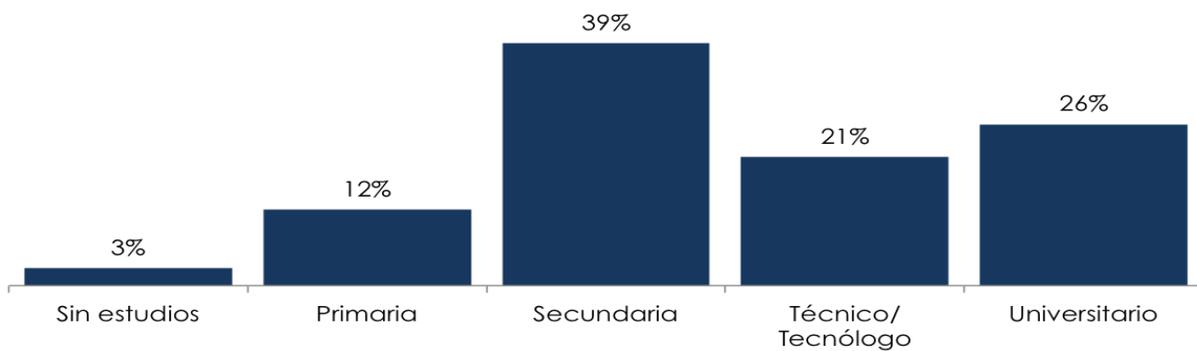


Gráfico 17: Nivel de escolaridad de los propietarios de los establecimientos de la ciudad

### Formación empresarial

La formación empresarial es de vital importancia para el buen funcionamiento y crecimiento de las empresas, puesto que les brinda a sus administradores las herramientas necesarias para tomar decisiones eficaces y eficientes. Según los datos recolectados por el censo, el 37% de los empresarios de la ciudad han recibido algún tipo de formación en este aspecto. Siendo la realización de cursos el tipo de formación más frecuente, al ser abarcado por más de la mitad de los propietarios.

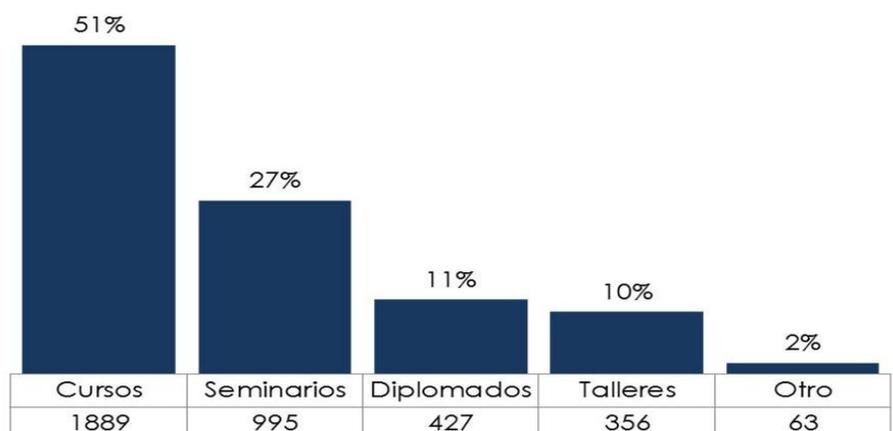


Gráfico 18: Tipo de formación empresarial recibida por los propietarios de establecimientos de la ciudad.

# SEGURIDAD

La seguridad constituye un aspecto determinante para lograr un buen ambiente para el tejido empresarial. Para la Cámara de Comercio de Valledupar es importante que los empresarios se sientan seguros, y que se les brinde todas las condiciones necesarias para el buen desarrollo de sus operaciones comerciales, por esta razón, ha realizado una importante labor de monitoreo permanente al entorno de seguridad y lo ha incluido como un ámbito crucial en el presente censo.

## Victimización y tasa de denuncia

Los resultados obtenidos arrojan una tasa de victimización directa del 17%, igual a la registrada en 2013. El 90% de los delitos sufridos por parte de los empresarios es el robo, gracias al actuar de la fuerza pública, los índices de extorsión han disminuido considerablemente, sin embargo, es importante destacar que se sigue presentando, al constituir el 7% de los delitos acaecidos en contra de los empresarios.

**En 2014, la participación de las mujeres en la actividad empresarial se incrementó en 2 puntos porcentuales**

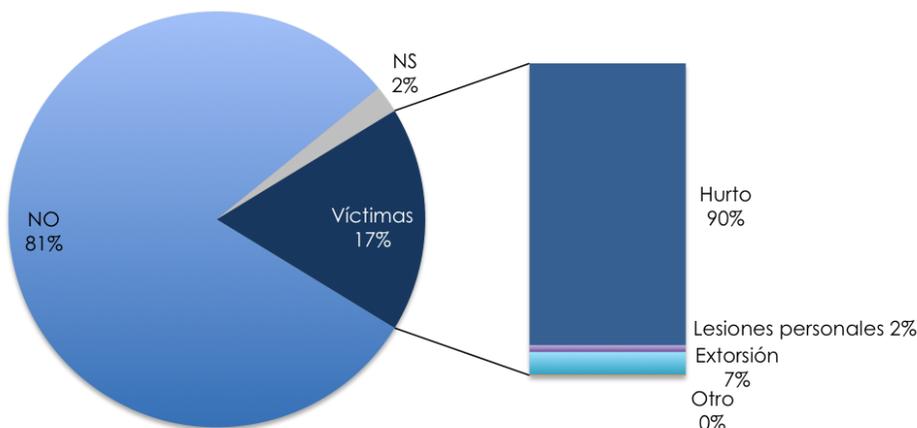
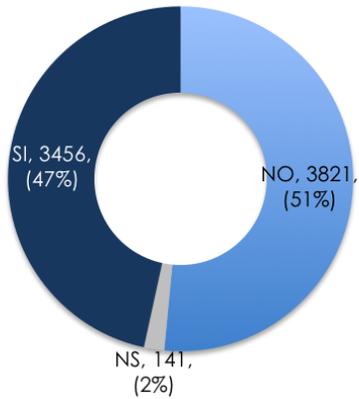


Gráfico 19: Tasa de victimización y distribución por hecho delictivo 2014.



Asimismo, el 47% de los empresarios que fue víctima de algún hecho delictivo, puso en conocimiento a las autoridades competentes de manera formal, al establecer la denuncia respectiva.

Gráfico 20: Tasa de denuncia 2014.

### Percepción de seguridad

Los índices de inseguridad presentados en la ciudad, han tenido alta repercusión en materia de percepción de seguridad. Los datos recolectados, denotan los bajos niveles registrados. Solo 1 de cada 17 empresarios, que equivale al 7%, se sienten seguros en la ciudad, esta cifra aumenta al 13% en el barrio de residencia y al 18% en el sector del negocio.

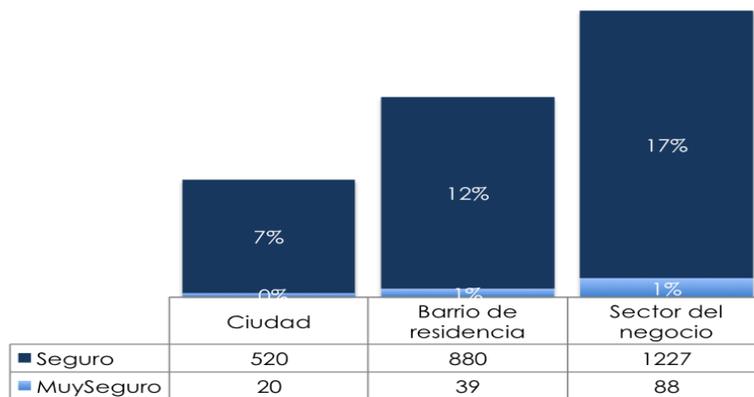


Gráfico 21: Percepción de seguridad por sector

Al agregar los datos de percepción y ser contrastados con el 2013, se obtiene que cerca de 4 de cada 9 empresarios manifiesta percibir un desmejoramiento pronunciado de la seguridad, mientras que un 18% considera que tuvo lugar un detrimento de la seguridad, pero en mayor medida. En total, el 64% de los empresarios considera que la ciudad ha empeorado en materia

**El 64% de los empresarios considera que la ciudad ha empeorado en materia de seguridad en el último año.**

de seguridad en el último año. Sin embargo, el ambiente detectado en la expectativa de seguridad que los empresarios tienen para el 2015 es optimista, uno de cada cuatro empresarios considera que los índices de seguridad mejorarán en este periodo, ya sea en una mayor (33%) o menor medida (7%), mientras que el 38% considera que los indicadores se mantendrán estables.

**Percepción de seguridad general. 2014 en comparación con 2013.**



Gráfico 22: Percepción de seguridad general. 2014 en comparación con 2013

**Expectativa de seguridad para el 2015**



Gráfico 23: Expectativa de seguridad para el 2015

### Adopción de medidas de seguridad.

Los niveles de inseguridad aunados con los bajos índices de percepción de seguridad, han desencadenado que cada vez más empresarios busquen reforzar las medidas de seguridad de las que disponen sus establecimientos. Para el 2014, el 47% de los propietarios incrementaron sus medidas de protección. La instalación de cámaras de seguridad es el tipo de protección más popular entre los empresarios, seguida del uso de alarmas y el de rejas y/o cerraduras especiales.

**El 47% de los propietarios de establecimientos de la ciudad reforzaron las medidas de seguridad en 2014**

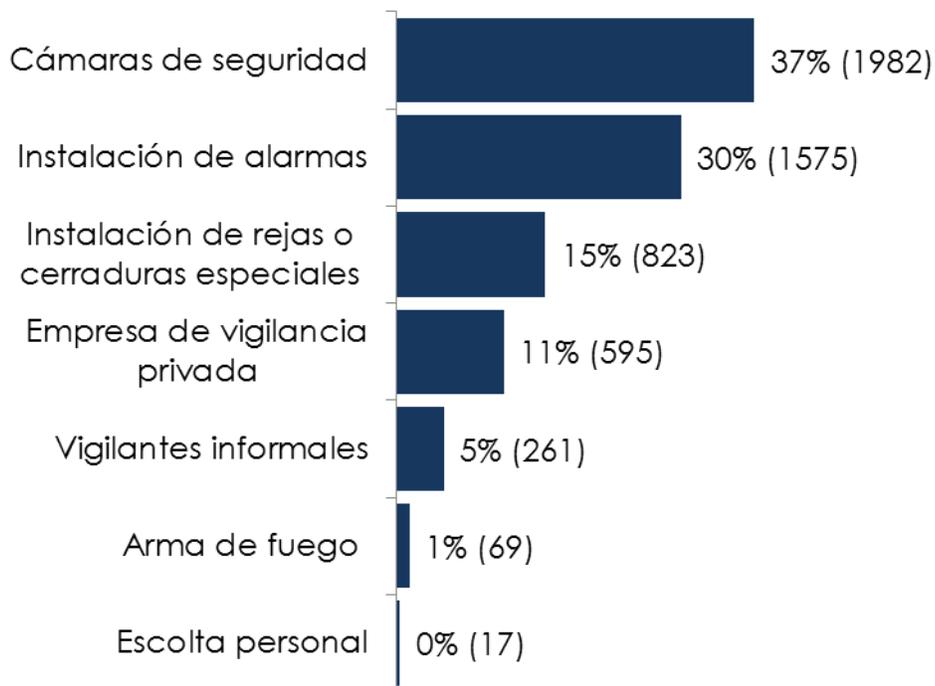


Gráfico 24: medidas de seguridad implementadas por los empresarios en 2014

# ENTORNO CÁMARA DE COMERCIO

La Cámara de Comercio de Valledupar en su compromiso de mejoramiento continuo, ha realizado grandes esfuerzos para brindarle al usuario y a la comunidad en general, la mejor atención posible. Para llevar a cabo esta labor y cumplir con las políticas de calidad estipuladas por la institución, es primordial conocer la apreciación que sus usuarios tienen del servicio recibido en las instalaciones y de toda la gestión que se realiza en la entidad. Así, para la Cámara de Comercio de Valledupar es de gran importancia conocer de primera mano el nivel de satisfacción de sus usuarios ante los servicios recibidos en la institución, la gestión de su Presidencia Ejecutiva al igual que el apoyo de la ciudadanía para la participación de la institución en actos públicos tanto a nivel municipal, como departamental.

**El 84% de los empresarios respalda la gestión del Dr José Luis Urón Márquez como Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Valledupar**

Los resultados obtenidos, que se presentan a continuación, demuestra un alto grado de posicionamiento de la Cámara de Comercio de Valledupar en concepto de sus usuarios, motivo por el cual, la entidad agradece y reafirma su compromiso de mejoramiento continuo para beneficio de la ciudadanía.

## Calificación Presidente Ejecutivo

La gestión del Dr. José Luis Urón Márquez, Presidente Ejecutivo de La Cámara de Comercio de Valledupar, está altamente respaldada por los empresarios de la región con un nivel de aceptación del 84%, al ser considera en un el 10% como excelente y un 74% como buena.

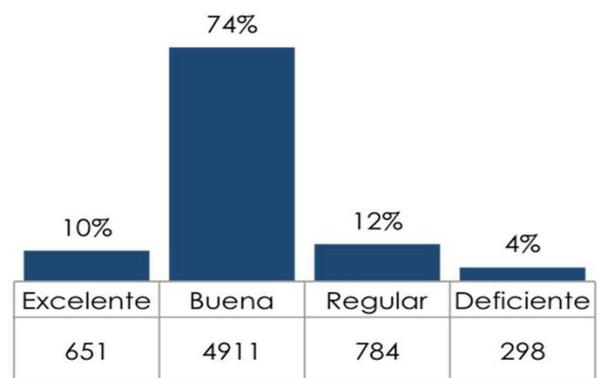


Gráfico 25: calificación de la gestión del Presidente Ejecutivo CCV

### Nivel de confianza en la información generada

Asimismo, el esfuerzo que ha realizado la entidad para generar información relevante para la región, ha sido ampliamente valorado por los empresarios. El 87% de ellos manifestó confiar en la información recolectada por la entidad.

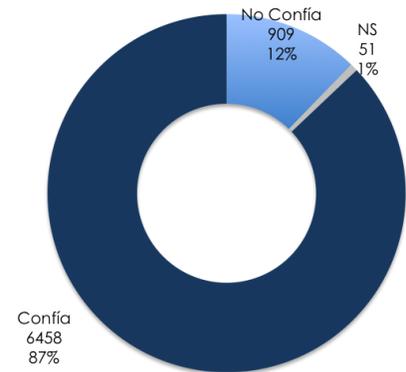


Gráfico 26: Nivel de confianza en la información generada por CCV

### Uso de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Valledupar

De igual forma, la oferta de servicios de la entidad cada vez es más demandada por los empresarios. El 65% de ellos manifestó usar los servicios registrales, mientras que el 38% de ellos ha asistido a alguno de los programas de formación que viene desarrollando la institución.



Gráfico 27: Uso de los servicios ofrecidos por CCV

# ENTORNO POLÍTICO

La medición del entorno político en el que se desenvuelven los empresarios, permite evidenciar el nivel de fortalecimiento institucional de la región para este sector, asimismo, es un buen determinante de la confianza inversionista.

**1 de cada 5 propietarios de establecimientos de comercio, abiertos al público, aprueba la gestión del Alcalde de la ciudad al catalogarla como excelente o buena**

## Alcaldía Municipal

Al ahondar sobre el gobierno municipal, se pudo establecer que la Alcaldía presenta fuertes debilidades ante los empresarios. Cerca de uno de cada cinco propietarios de establecimientos de comercio, abiertos al público, aprueba la gestión del Alcalde de la ciudad al catalogarla como excelente o buena. La gran mayoría (41%) destaca que su

actuación ha sido regular. Al contrastar los resultados obtenidos en 2014 frente a los registrados en 2013, se denota un desmejoramiento significativo en la imagen del Alcalde municipal para los empresarios, en tanto que si bien el nivel de favorabilidad se incrementó en un punto porcentual (al pasar del 20% al 21%), el porcentaje de empresarios que catalogaban su gestión como deficiente se duplicó al pasar del 17% al 35%.

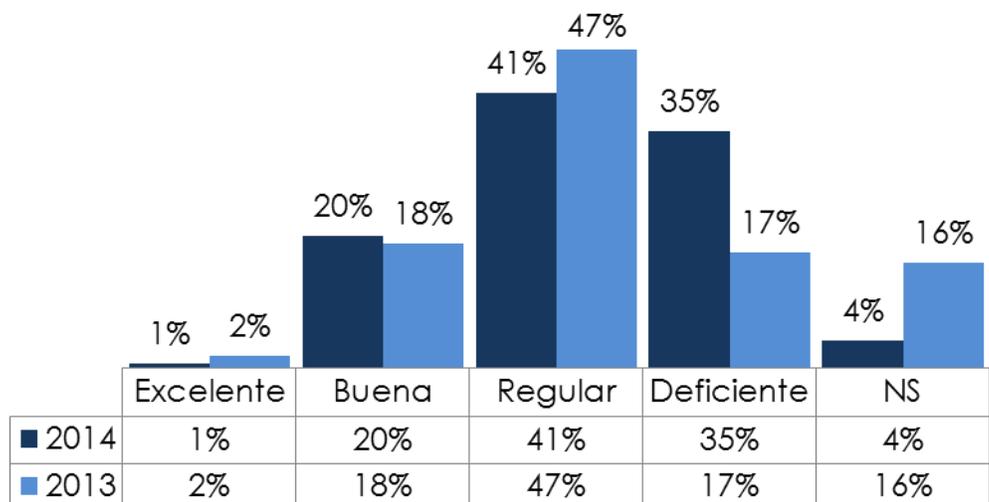


Gráfico 28: Calificación a la gestión adelantada por el Alcalde de la ciudad. Comparación 2013-2014

Parte del detrimento que ha sufrido la imagen del Alcalde municipal, es consecuencia del bajo nivel de cumplimiento del Plan de Desarrollo que consideran los empresarios, ha tenido la gestión municipal. El 75% de los empresarios notan que la administración municipal no ha cumplido con su plan de gobierno, cifra que presentó un incremento de 23 puntos porcentuales frente a la registrada en 2013.

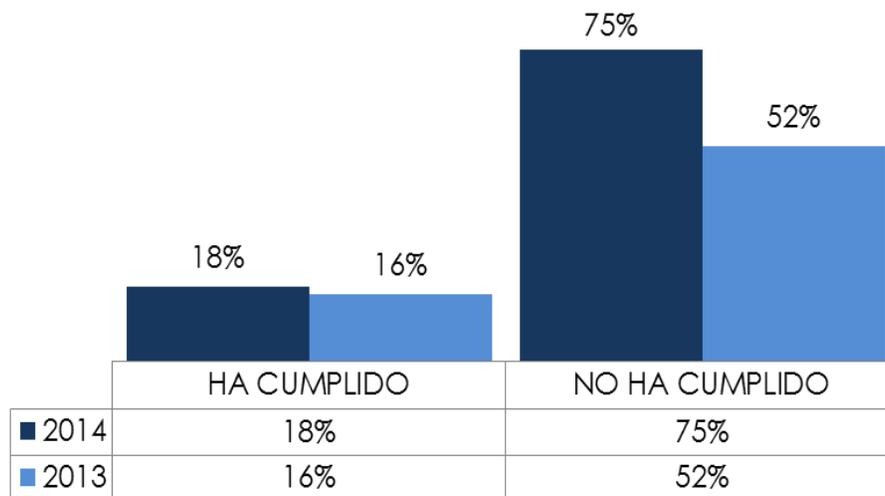


Gráfico 29: percepción de cumplimiento de Plan de Gobierno, por parte del Alcalde Municipal. Comparación 2013-2014

### Recomendaciones de inversión del gasto público municipal

La inversión de los recursos del municipio es uno de los aspectos más críticos para la población, en este sentido se le preguntó a los empresarios de la ciudad, que según su punto de vista, reflejaran cuales inversiones consideraban como las principales para el municipio en orden de importancia. Así, se halló que la principal problemática que debe atacar el gobierno municipal son los bajos niveles de educación. Cerca de 1 de cada 4 empresarios insta a la Alcaldía para mejorar la inversión en educación, mientras que la salud se ubica en segundo lugar con un 21%. El mejoramiento de la infraestructura vial de la ciudad también es considerado como un punto primordial, el 14% de los empresarios contempla como necesario un incremento de la inversión en este ámbito.

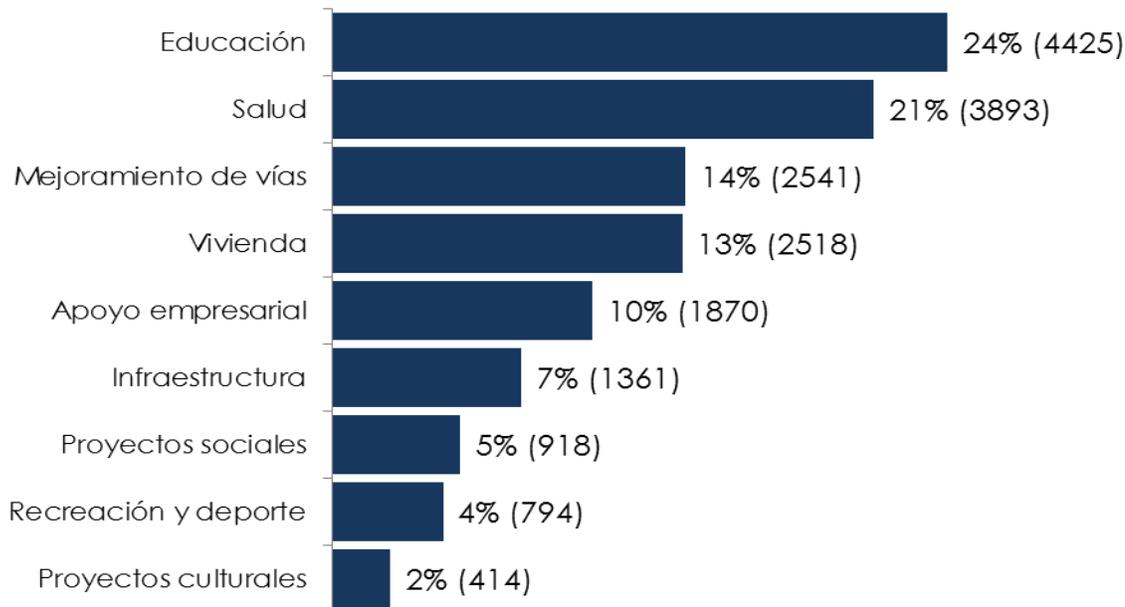


Gráfico 30:  
Recomendaciones de  
inversión del gasto  
público municipal

### Principales problemáticas que afectan al municipio

Por su parte, cerca de 1 de cada 5 empresarios considera la seguridad como el principal problema de la ciudad, seguido del desempleo y de la salud, por lo que hacen un llamado a las autoridades competente para realizar un mayor acompañamiento en estos ámbitos.

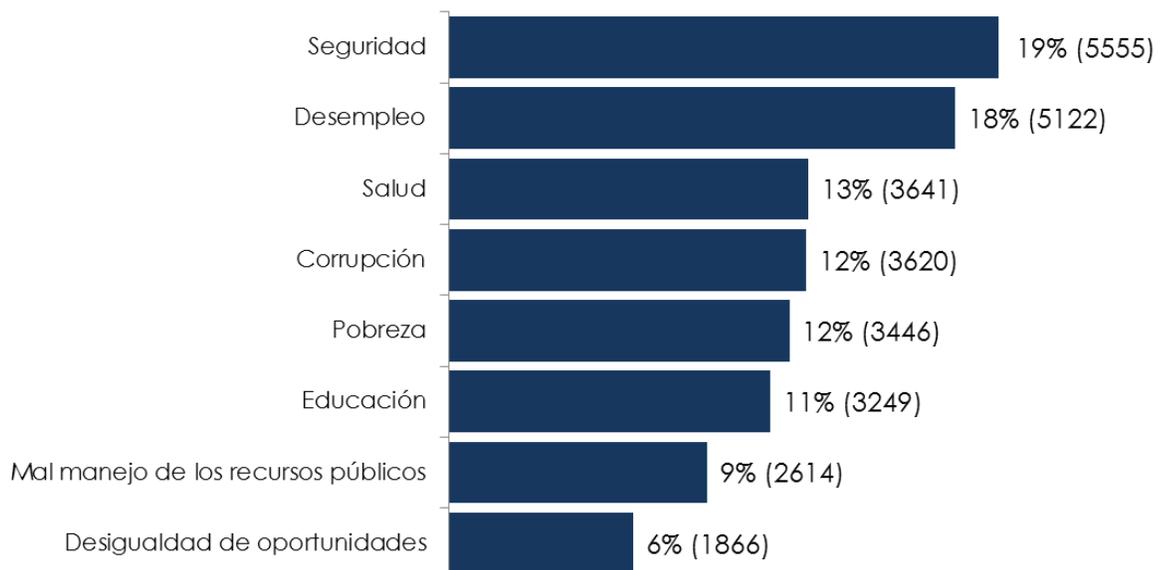


Gráfico 31:  
Principales  
problemas que  
afectan al  
municipio

## Percepción de corrupción

Controlar los niveles de corrupción presentados en el país es de gran importancia para el buen desarrollo del tejido empresarial, este fenómeno, ha sido incluso catalogado por los mismos empresarios, como una fuente de inseguridad para la región. Según la vivencia experimentada por el gremio empresarial, el ente gubernamental que ha mostrado una mayor mejoría en este aspecto, es el departamental en cabeza de la Gobernación del Cesar, el 41% de los empresarios percibe que el gobierno departamental actual es menos corrupto que su antecesor, por su parte, el nivel gubernamental que ha presentado un mayor deterioro en materia de corrupción es el municipal, el 27% de los empresarios lo considera más corrupto que el gobierno inmediatamente anterior.

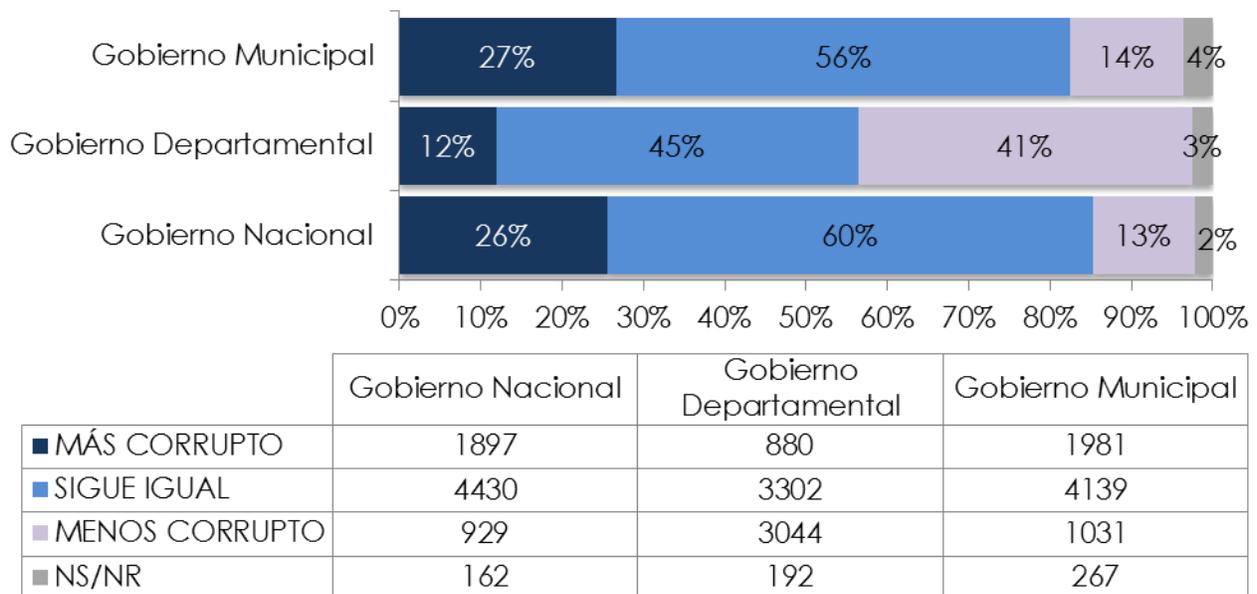


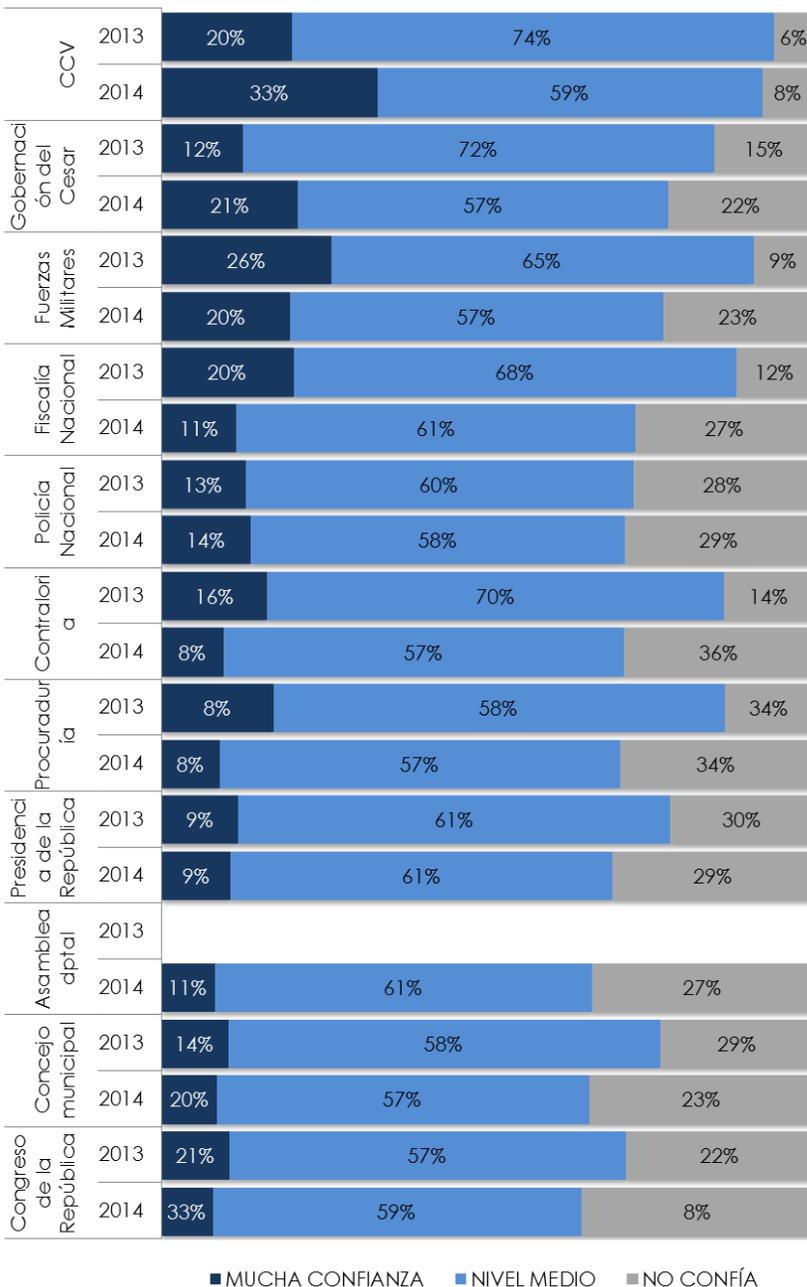
Gráfico 32: Percepción del comportamiento de la corrupción del gobierno actual, en comparación con el periodo inmediatamente anterior según jerarquía.

## Confianza institucional

Un alto nivel de confianza en la institucionalidad es de gran importancia para fortalecer también la confianza inversionista y fomentar el desarrollo del tejido empresarial, en este sentido, infortunadamente, la información recolectada en 2014, evidencia una pérdida de confianza institucional generalizada en comparación con los datos obtenidos en 2013.

Los resultados conseguidos sitúan a la Cámara de Comercio de Valledupar como la institución en la que más confían los empresarios de la ciudad, seguida de la Gobernación del departamento y de las fuerzas militares. Sin embargo, cada una de las 11

**La Cámara de Comercio de Valledupar como la institución en la que más confían los empresarios de la ciudad.**



instituciones analizadas, perdieron en promedio 10 puntos de confianza, siéndole las instituciones de índole nacional las que presentaron una mayor disminución, (en su orden Procuraduría – 16 puntos, Contraloría y Fiscalía – 15 puntos cada una), por su parte, el Concejo Municipal fue la institución local que presentó mayor detrimento de la confianza al perder 11 puntos.

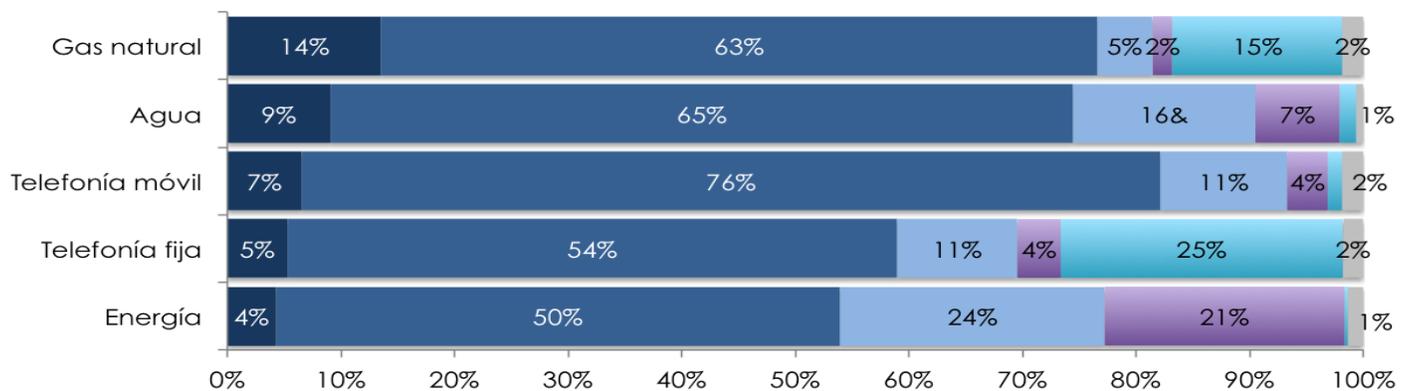
Para la Cámara de Comercio de Valledupar es muy grato situarse como la institución en la que más confían los empresarios de la región, este es sin lugar a dudas el mejor respaldo e incentivo para seguir trabajando por lograr consolidar al departamento del Cesar como una de las principales economías del país.

Gráfico 33: Nivel de confianza en la institucionalidad. Comparación 2013 - 2014.  
\*En 2013 no se registró la percepción de confianza en la Asamblea Departamental

# SERVICIOS PÚBLICOS

El acceso a servicios públicos de calidad permite a los empresarios desarrollar sus actividades comerciales con mayor comodidad, y a la vez, brindarle a sus clientes mayor calidad en los bienes y servicios prestados. En esta materia, se hicieron hallazgos altamente contrastantes: mientras que se destaca el buen servicio de Gas Natural, con un nivel de satisfacción del 77%, se han encontrado fuertes falencias en el servicio de Energía Eléctrica, que alcanzó un nivel de cumplimiento de tan solo el 54%. Sin lugar a dudas, esta es una fuerte amenaza para el buen desarrollo de la dinámica empresarial, en la medida en que si los empresarios no tienen un buen fluido eléctrico o de agua, no podrán realizar efectivamente sus actividades.

**El de energía eléctrica es el servicio que mayores falencias representa para el entorno empresarial.**



	Energía	Telefonía fija	Telefonía móvil	Agua	Gas natural
■ Excelente	316	393	484	674	1006
■ Bueno	3688	3982	5612	4852	4674
■ Regular	1726	784	826	1188	364
■ Deficiente	1567	284	265	550	127
■ No Dispone	24	1842	96	111	1113
■ NS	97	133	135	43	134

Gráfico 34: Calificación a los servicios públicos prestados a los empresarios.

La cobertura de servicios públicos dentro de los locales comerciales es relativamente elevada para los servicios básicos. Lo que indica una disposición de infraestructura considerable para los negocios. El servicio público que menos cobertura alcanzó fue el de Telefonía Fija, situación que puede explicarse en parte por la gran proliferación y calidad de la telefonía móvil, cuyo nivel de confianza se ubica en el 83%.

Al contrastar el nivel de satisfacción que presentaron los diferentes servicios públicos en 2014 con los resultados de 2013, se evidencia una fuerte consolidación del servicio de gas natural como el mejor prestado a los empresarios de la ciudad, mientras que el servicio de agua potable fue el que mayormente se destacó al presentar una importante mejoría al pasar del 57% al 74%, el de energía eléctrica, por su parte, sufrió un fuerte deterioro en 2014, al caer 10 puntos en su nivel de satisfacción. Este detrimento ha sido tan drásticamente percibido por los propietarios de los establecimientos de la ciudad, que ha conllevado a que el 87% considere preciso un cambio de Electricaribe como la entidad operadora de dicho servicio de primera necesidad.

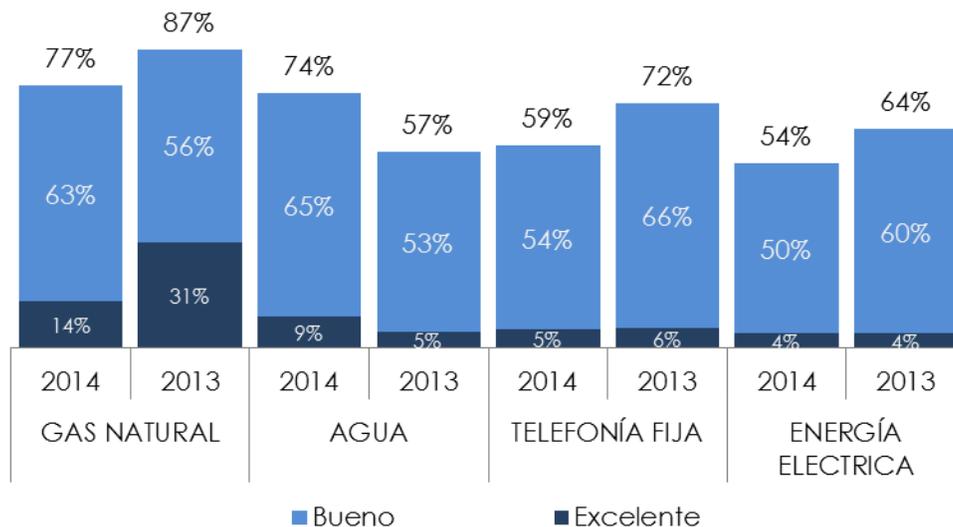


Gráfico 36: Nivel de satisfacción con la prestación de servicios públicos. Comparación 2013-2014.