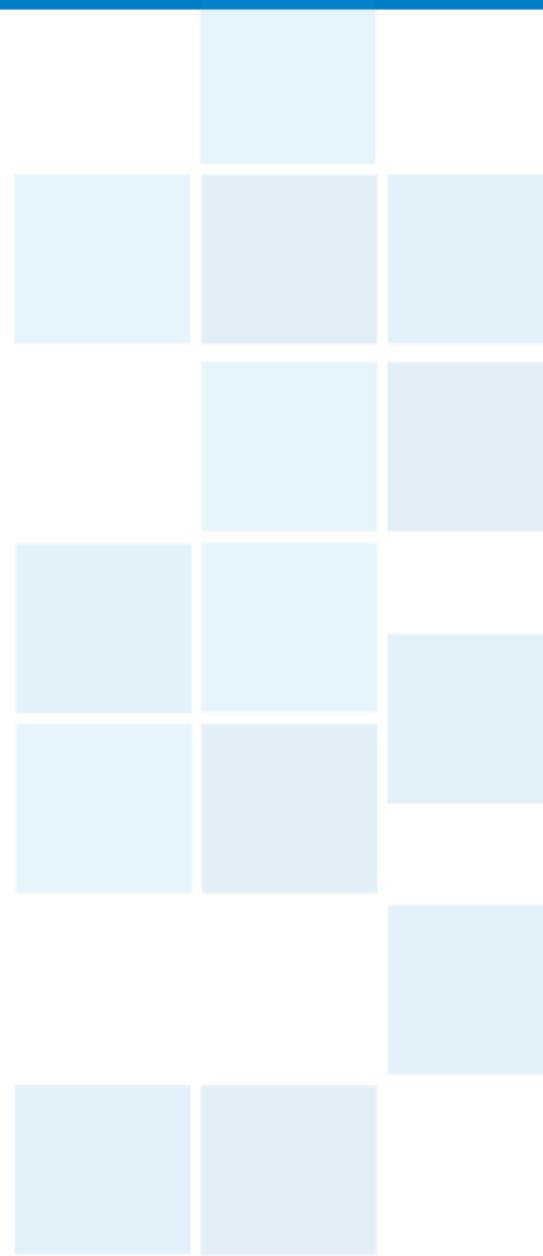


# Perfil Socioeconómico de los Vendedores Ambulantes y Estacionarios de Valledupar 2014



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 María Guzmán Castro

Geovanny Ahumada Torres

Gretis Yalena Solano

Ibeth Lucía 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 Dávila

Ricardo Cristian Rapalino

## **JUNTA DIRECTIVA 2014 – 2018**

### **Representantes de los comerciantes**

#### **Principales**

Eleuteria Hernández Jaimes

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 Durán

Emin Alfonso Durán 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

---

CONTENIDO .....	3
PRESENTACIÓN .....	5
INTRODUCCIÓN .....	6
FICHA TÉCNICA .....	7
CARACTERIZACIÓN DE LOS VENEDORES AMBULANTES Y ESTACIONARIOS.....	8
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	8
Sexo y edad.....	8
EXPECTATIVAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	11
ENTORNO FAMILIAR .....	12
NIVEL EDUCATIVO .....	14
FORMACIÓN EMPRESARIAL .....	15
CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS .....	16
TIPO DE ACTIVIDAD.....	16
ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	17
INSTALACIONES.....	17
JORNADA LABORAL.....	18
INGRESOS.....	19
TIEMPO LABORANDO EN EL ESPACIO PÚBLICO .....	20
PROPIEDAD DE LA UNIDAD PRODUCTIVA.....	20
FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	21
SEGURIDAD.....	22
VICTIMIZACIÓN .....	22
NIVEL DE DENUNCIA.....	22
ENTORNO.....	23
CÁMARA DE COMERCIO.....	23
ENTORNO POLÍTICO.....	24
GESTIÓN DEL ALCALDE.....	24

PROBLEMÁTICA MUNICIPAL .....	25
Nivel de confianza.....	26
Percepción de corrupción.....	27
SERVICIOS PÚBLICOS.....	27

## PRESENTACIÓN

---

El alto nivel de desarrollo de actividades informales es una tendencia en el país. Los índices de desempleo han potencializado la proliferación de la conocida como economía del *rebusque*, que en su mayoría, no permite a sus agentes acceder a la seguridad social a la que deben estar sujetos. Esta situación implica una grave problemática, en la medida en que estas personas no están amparadas bajo el sistema contributivo de protección, no tienen acceso a los servicios de pensión, seguridad en el trabajo y demás prestaciones sociales, además, en su mayoría, hacen parte del régimen subsidiado de salud. Esta problemática debe motivar, tanto a los entes gubernamentales, como a los agentes privados, a desarrollar estrategias conjuntas para realizar un acompañamiento integral a estos vendedores, buscar el camino idóneo para hacer una reconversión laboral o una potencialización de las unidades productivas dependiendo de cada caso, propiciando siempre, el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Es por esto, que la Cámara de Comercio de Valledupar, por segunda ocasión, ha llevado a cabo una profunda caracterización de esta microeconomía informal y la pone a disposición de la comunidad en general, para que mancomunadamente, se puedan elaborar propuestas de mejoramiento sectorial.

# INTRODUCCIÓN

---

En el año 2012, la Cámara de Comercio de Valledupar realizó el censo de Vendedores Ambulantes y Estacionarios de la ciudad, en esa ocasión se identificaron 3.165 personas que realizaban la actividad comercial, bajo esta modalidad. Para actualizar esta información, durante el año 2014, la entidad realizó un nuevo sondeo en donde se entrevistaron 1.338 vendedores, indagando sobre las principales variables socioeconómicas, que permitieran hacer una caracterización real de esta población.

El objetivo de este trabajo investigativo, consiste en poner a disposición de los entes gubernamentales, investigadores, estudiantes y comunidad en general, información fehaciente y oportuna, que permita percibir el panorama real en el que se desarrolla esta actividad microempresarial informal, categorizada por los vendedores ambulantes y estacionarios, y de esta forma, obtener una herramienta de trabajo que permita el desarrollo de estrategias sólidas, que impulsen el mejoramiento de la calidad de vida de esta población.

Para efectos del presente estudio, fueron reconocidos como vendedores ambulantes, aquellos vendedores informales que realizan su labor recorriendo las vías y demás espacios de uso público, sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar específico, utilizando un elemento móvil portátil o su propio cuerpo, para transportar las mercancías., por su parte, los vendedores estacionarios fueron entendidos como aquellos vendedores que para ofrecer sus bienes o servicios se establecen de manera permanente en un lugar determinado del espacio público, previamente definido por la respectiva autoridad municipal o distrital, mediante la utilización de kioscos, toldos, vitrinas, casetas o elementos similares.

A continuación se exponen las variables analizadas, si desea ampliar esta información, o consultar sobre otros de los productos investigativos del entorno empresarial, puede hacerlo a través de la página web oficial de la institución <http://www.ccvallidupar.org.co/> en el enlace del Observatorio Económico, a través del correo electrónico [observatorioeconomico@ccvallidupar.org.co](mailto:observatorioeconomico@ccvallidupar.org.co) o en el teléfono 5897868 extensiones 194, 178 o 184.

## FICHA TÉCNICA

---

La recolección de la información, que tuvo lugar paralelamente a la realización del Censo de Establecimientos de Comercio Abiertos al Público, se llevó a cabo 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 y escogió al azar, 1.338 agentes que permitieran la captura de información generalizada, aplicable a toda la población. Las encuestas se realizaron a través de dispositivos electrónicos de última generación, que permitieron la captura del sistema de coordenadas de la ubicación de los vendedores al momento del encuentro con el equipo de la entidad, lo que permite dar una mayor aproximación al uso del espacio público en estas actividades.

Vendedores encuestados	1.338
Margen de error	2.23%
Realizado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Población objetivo	Vendedores ambulantes y estacionarios presentes en el área urbana de la ciudad de Valledupar
Número de preguntas	52 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

---

# CARACTERIZACIÓN DE LOS VENDEDORES AMBULANTES Y ESTACIONARIOS

Los aspectos demográficos son particularmente importantes a la hora de determinar el panorama en el cual se desarrolla la actividad informal de la ciudad, enmarcada en los vendedores ambulantes y estacionarios, en tanto que esta población, suele estar inmersa en una fuerte problemática social, y estar desprovista de las condiciones sociales mínimas de las que debe disponer un trabajador.

## ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

### Sexo y edad

Pese a que los hombres solo representan el 49% de la población asentada en Valledupar, este género es mayoría entre los vendedores ambulantes o estacionarios al representar el 58% de esta población, hecho que evidencia una tendencia de los hombres a desarrollar actividades micro-comerciales con carácter informal. De igual forma, el rango de edad predominante se encuentra entre los 43 y 54 años, que abarca el 29% de la población, asimismo, el 2% está integrada por menores de edad, mientras que el 7% corresponde a personas de la tercera edad (mayores de 65 años)

**El 2% de esta población está integrada por menores de 18 años, mientras que el 7% corresponde a personas de la tercera edad**

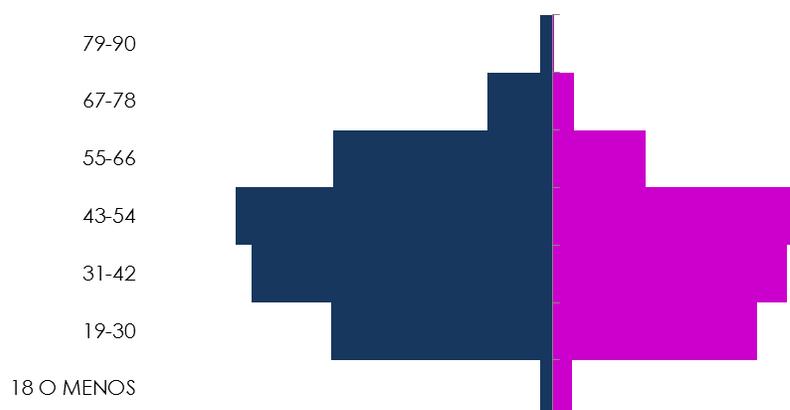


Gráfico 1: Pirámide poblacional de los vendedores ambulantes y estacionarios

**El 71% de los vendedores foráneos, provienen de los departamentos de la región Caribe.**

### Lugar de procedencia

El 70% de los vendedores ambulantes o estacionarios presentes en la ciudad son valduparenses. El 30% restante está integrado principalmente, por personas de otros departamentos de la región caribe, el 49% de los vendedores foráneos, tienen como lugar de procedencia uno de los 6 departamentos restantes del Caribe colombiano, mientras que el 22% procede de otros municipios del Cesar, abarcando así al 71% del total de vendedores no valduparenses. Asimismo, los santanderes (Santander y Norte de Santander) también tienen fuerte influencia en la población informal de la ciudad, abarcando el 10%.

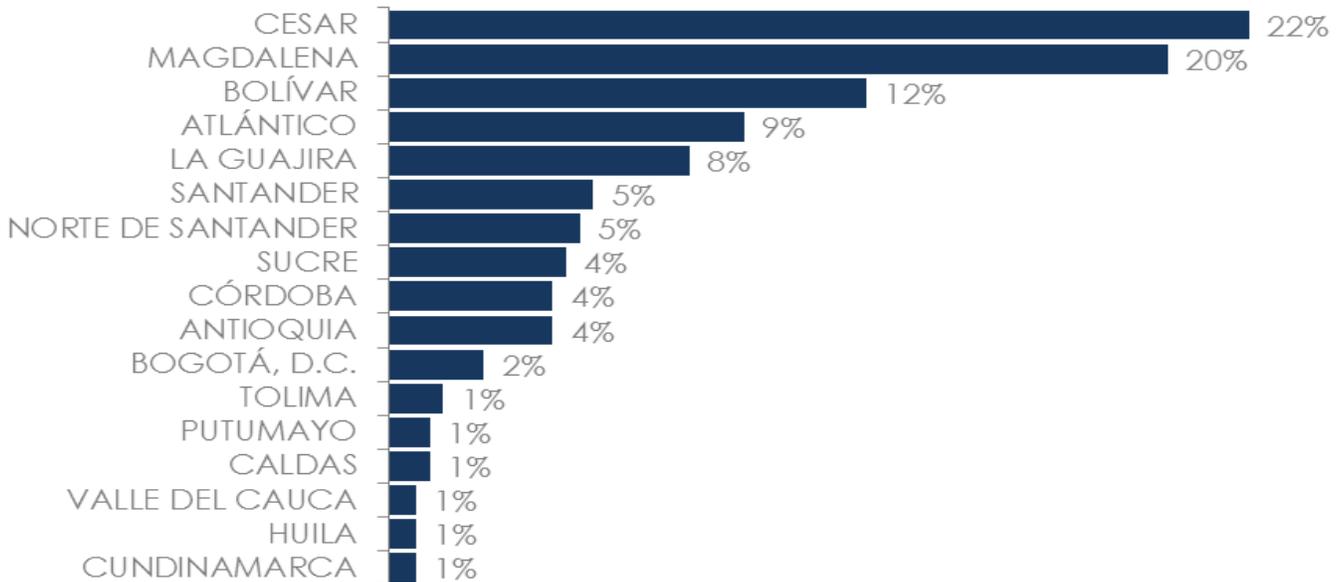


Gráfico 2: Lugar de nacimiento de los vendedores foráneos

El 33% de los vendedores foráneos lleva menos de 10 años viviendo en la ciudad, de ellos, el 56% tiene 5 años o menos en Valledupar. En los últimos 5 años se ha potencializado la llegada de personas desde el departamento del Atlántico, el 16% de las migraciones de este periodo está conformada por vendedores procedentes de este departamento. Por su parte, la población que lleva más de 40 años asentada en la ciudad, está principalmente constituida por personas oriundas del Magdalena y La Guajira.

Uno de cada dos vendedores ambulantes o estacionarios foráneos, manifestó haber decidido establecerse en Valledupar, gracias a las nuevas oportunidades que brinda la ciudad.

Situación que obedece al ritmo de crecimiento que ha experimentado la ciudad en los últimos años, aunado a la expectativa de desarrollo que tiene para los años venideros.

**En los últimos 5 años se ha potencializado la llegada de personas desde el departamento del Atlántico.**

**Años viviendo en Valledupar**

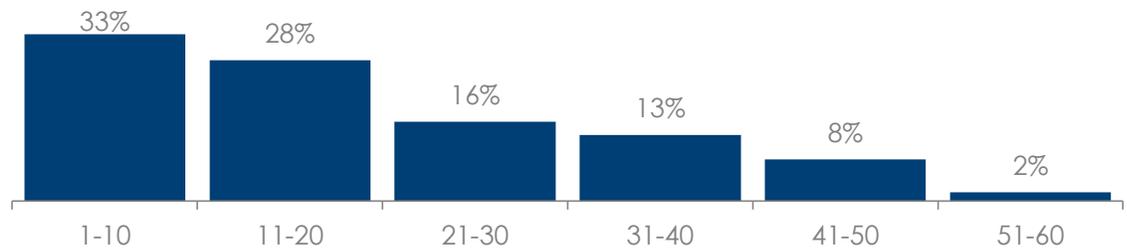


Gráfico 3: tiempo durante el cual los vendedores foráneos han vivido en la ciudad

**Motivo para radicarse en Valledupar**

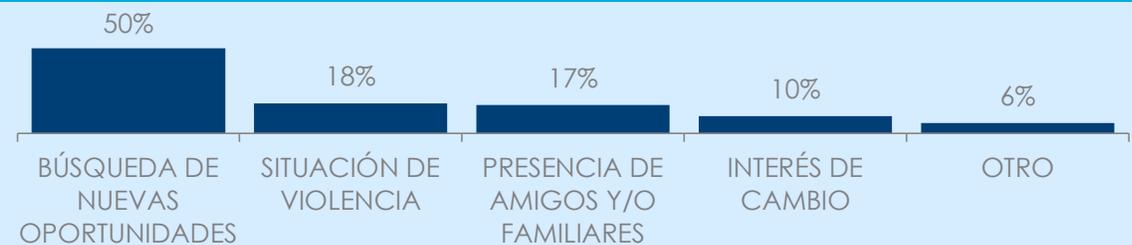


Gráfico 4: Motivos por los cuales los vendedores foráneos se asentaron en la ciudad.

## EXPECTATIVAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO

El 50% de los vendedores ambulantes o estacionarios desea emplearse formalmente ya sea a corto o mediano plazo (19% a mediano plazo y 31% a corto), hecho que indica que la mitad de los vendedores ambulantes o estacionarios actuales, no tienen una vocación emprendedora, sino que han tenido que hacer uso de esta actividad al no poder ingresar exitosamente al mercado laboral formal de la ciudad. Por su parte, los vendedores que desean seguir realizando la actividad comercial, se dividen entre quienes esperan continuar realizándola de manera informal (39%, de los cuales el 17% planea hacerlo a mediano plazo y el 22% a corto), y los que aspiran a efectuarla desde otras acepciones, siendo la más frecuente, cambiar de área, enfocándose en otros productos. Asimismo, el 30% planea formalizar su negocio, el 13% espera hacerlo en el corto plazo, mientras que el 17% considera que lo hará a mediano plazo.

**La mitad de los vendedores ambulantes o estacionarios desean emplearse formalmente ya sea a corto o mediano plazo**

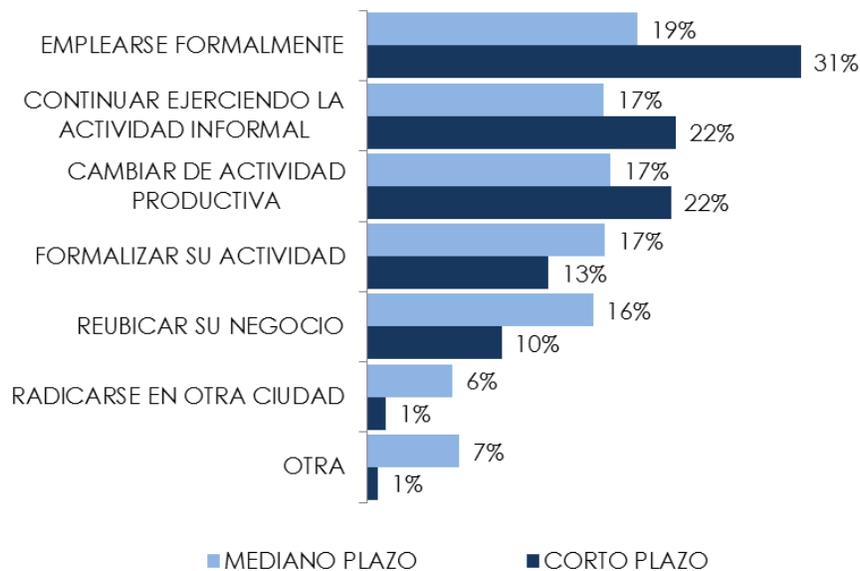


Gráfico 5: Expectativas a corto y mediano plazo

## ENTORNO FAMILIAR

La Cámara de Comercio de Valledupar ha resaltado en los diversos escenarios en los que participa, la importancia de concebir a las unidades productivas y a las personas que hacen parte de ellas, más que como un agente económico, una familia. Esta premisa cobra mayor importancia al abarcar la problemática de los vendedores ambulantes y estacionarios, ya que como se ha resaltado a lo largo del presente documento, suele ser una población vulnerable. En este sentido, el perfil socioeconómico levantado, permitió detectar, que 88% de los vendedores, hacen parte de familias vulnerables, al ser catalogadas en los niveles 1 y 2 del Sisben. De estos, el 79% pertenecen al nivel 1 y el 9% al 2. Asimismo, al indagar por las características de las viviendas en donde habitan, se detectó que la mitad de los vendedores ambulantes y estacionarios residen en arrendamiento.

**88% de los vendedores hacen parte de familias vulnerables al ser catalogadas entre los niveles 1 y 2 del Sisben.**

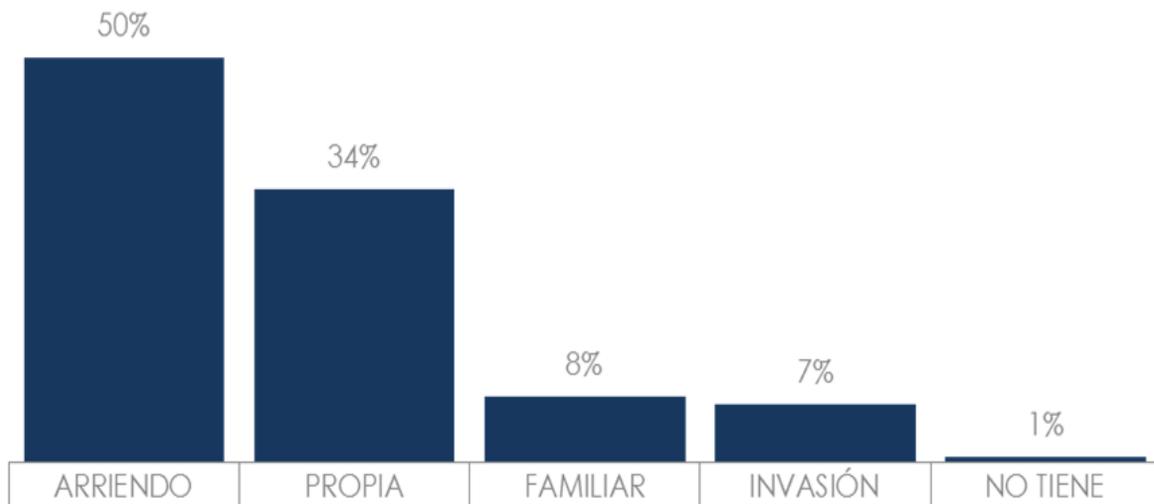


Gráfico 6: Tipo de vivienda en donde habitan

El 62% de los vendedores ambulantes y estacionarios conviven con una pareja (41% en unión libre y 21% casado), la población soltera constituye el 30% de los vendedores, sin embargo, este grupo poblacional tiene a su cargo cerca del 12% del total de personas que sobreviven gracias al micro-comercio informal. Cabe resaltar,

que distribuidos por estado civil, el grupo de personas viudas, es el que en proporción vela por el bienestar de mayor número de personas, en promedio, cada vendedor ambulante o estacionario viudo, tiene 6,7 personas a cargo.

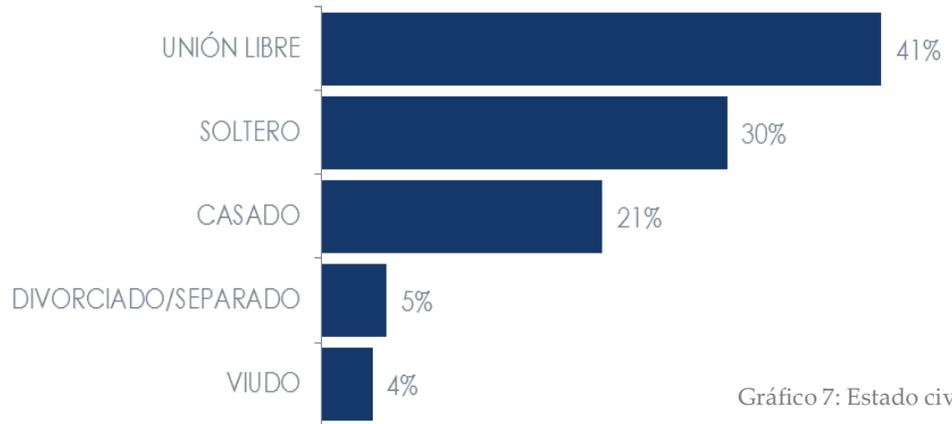


Gráfico 7: Estado civil

**Personas en el hogar**

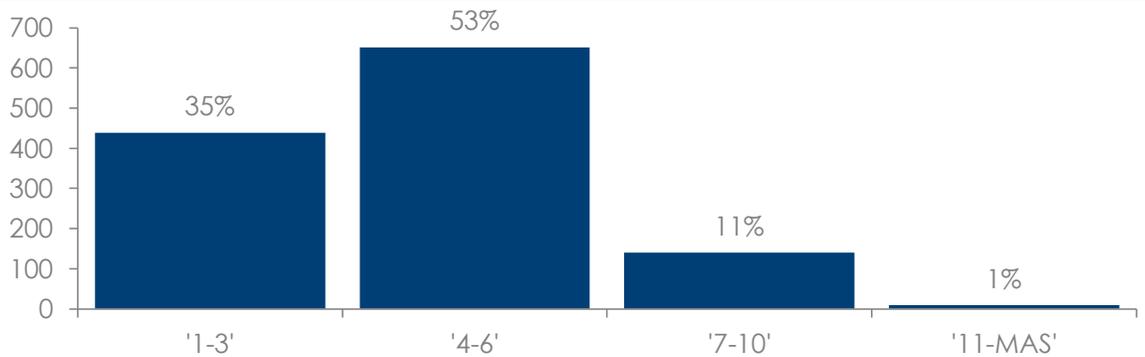


Gráfico 8: Personas en el hogar

**Personas a cargo**

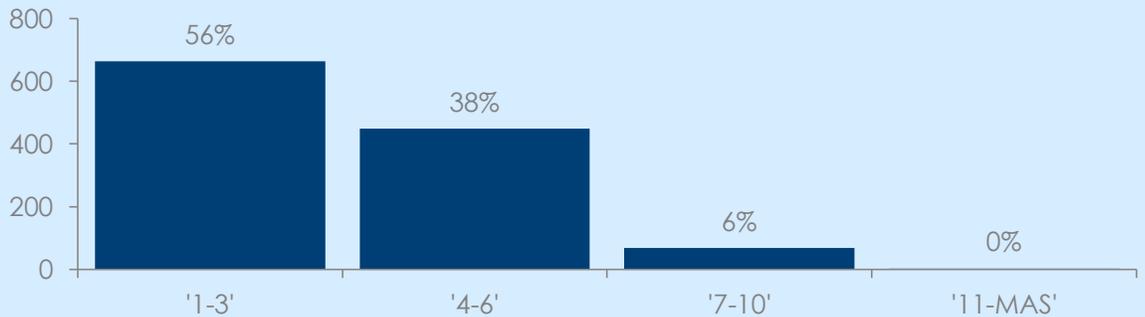
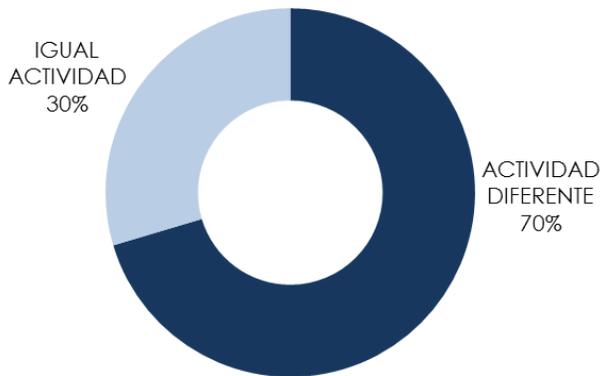


Gráfico 9: Personas a cargo

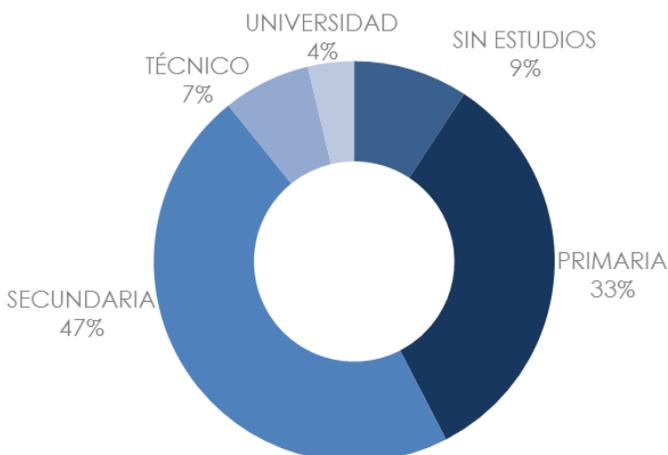


El 67% de los vendedores ambulantes y estacionarios presentes en la ciudad, hacen parte de hogares en donde otros miembros trabajan, de ellos el 70% realiza una actividad diferente, situación que indica que de cierta manera, los vendedores ambulantes y estacionarios incentivan la participación de sus familiares en otro tipo de actividades.

Gráfico 10: Actividad desarrollada por los otros miembros del hogar que trabajan

## NIVEL EDUCATIVO

Pese a que la mayoría de los vendedores ambulantes y estacionarios de la ciudad (47%) han adelantado estudios secundarios, el 42% de ellos no han logrado finalizar exitosamente la secundaria. Así, cada vendedor tiene en promedio, 7 años de estudios formales, lo que ubica al séptimo grado como la media del nivel educativo de este grupo poblacional. De igual forma, cerca de uno de cada diez vendedores, nunca ha hecho parte del sistema educativo del país,



situación que los coloca en una fuerte desventaja a la hora de realizar una reconversión laboral.

**Los vendedores ambulantes o estacionarios de la ciudad tienen en promedio 7 años de estudios**

Gráfico 11: Nivel educativo

## FORMACIÓN EMPRESARIAL

Siete de cada ocho vendedores ambulantes o estacionarios no han recibido ningún tipo de formación empresarial. Pese a que los negocios emprendidos por este segmento poblacional, tienen las características de micro-establecimientos, es importante que aún en pequeña proporción pueda ser manejado eficientemente, para mejorar su continuidad y así, de cierta manera, garantizar el sustento de esta población; sin embargo, solo el 14% ha manifestado haber recibido algún tipo de formación empresarial, siendo la más frecuente, la asistencia a cursos, que abarca al 73% de los vendedores formados.

**Siete de cada ocho vendedores no han recibido ningún tipo de formación que le permita manejar adecuadamente su unidad productiva**

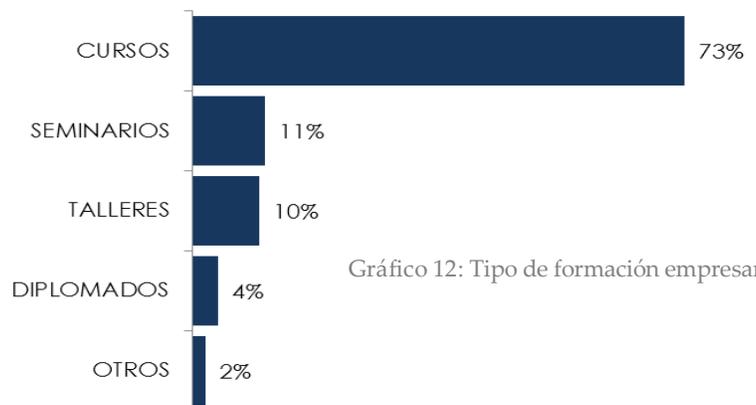


Gráfico 12: Tipo de formación empresarial

Por otra parte, al indagar sobre los requerimientos prevalecientes en la formación empresarial, se evidencia una fuerte tendencia hacia la preferencia de formación en aspectos externos a los negocios, en donde prevalece el enfoque hacia los clientes, cerca de 6 de cada 10 vendedores, consideran necesario ampliar sus conocimientos en este ámbito, ya sea enfocado a través del mercadeo (25%), en ventas (18%) o en atención al cliente (16%).

Por su parte, los factores internos al negocio (administración, aspectos contables y legales) tienen baja importancia relativa para los vendedores, mientras que solo el 9% se encuentra interesado en indagar sobre otras oportunidades de inversión.

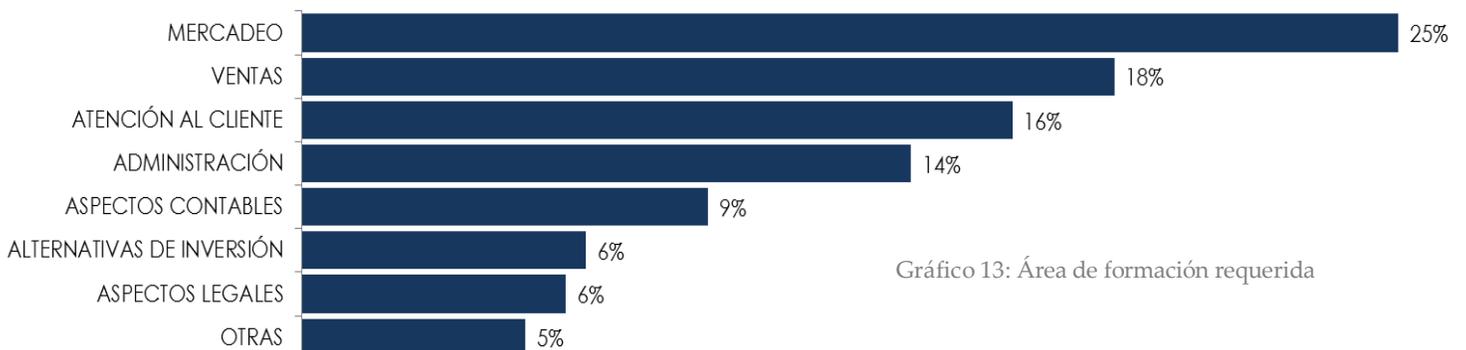


Gráfico 13: Área de formación requerida

# CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS

## TIPO DE ACTIVIDAD

El 92% de los vendedores que hacen presencia en las calles y zonas públicas de la ciudad son estacionarios, es decir, son las personas que para ofrecer sus bienes o servicios se establecen de manera permanente en un lugar determinado del espacio público, mediante la utilización de kioscos, toldos, vitrinas, casetas o elementos similares.

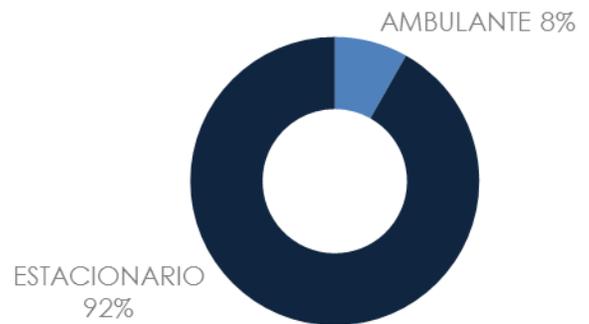


Gráfico 14: Tipo de actividad

realizada por los vendedores informales

Teniendo en cuenta que la actividad estacionaria genera un mayor impacto por la ocupación del espacio público en tanto que se asientan en un lugar determinado permanentemente, el municipio



de Valledupar afronta grandes retos para fomentar su reubicación. Este tipo de comercio informal actualmente está ocupando el 29% del perímetro urbano de la ciudad (estimando al área urbana en 39 Km<sup>2</sup>). Pese a estar segregados, lo que disminuye la posibilidad de percibir la dimensión que ha tomado este fenómeno, la problemática que genera ya está siendo percibida por los valduparenses, que sienten disminuida su movilidad en la ciudad, principalmente en la comuna uno, que siendo la más pequeña, concentra al 82% de esta población.

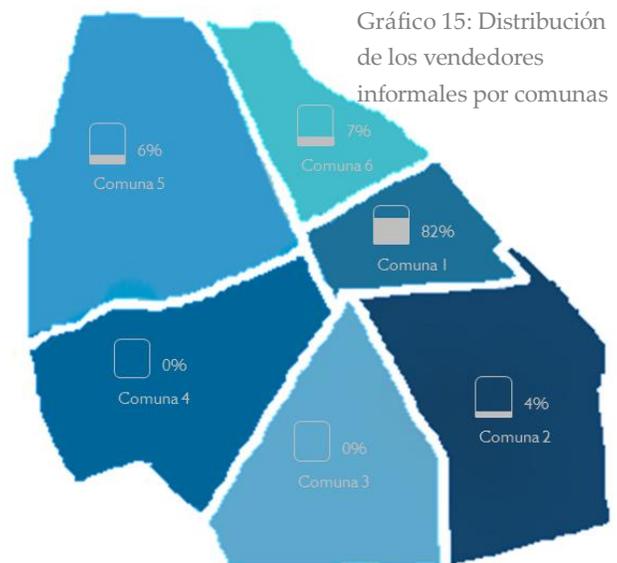


Gráfico 15: Distribución de los vendedores informales por comunas

## ACTIVIDAD ECONÓMICA

El principal producto ofrecido por los vendedores ambulantes y estacionarios es alimentos, cerca de dos de cada tres vendedores informales comercializan este bien, ya sea preparado (39%) o sin preparar (30%), cabe destacar que la venta de artesanías y/o accesorios, solo representa el 5% del comercio informal de la ciudad, que se ha regulado gracias a las diferentes gestiones adelantadas por este sector, entre las que se incluye la reubicación en el Centro Artesanal.

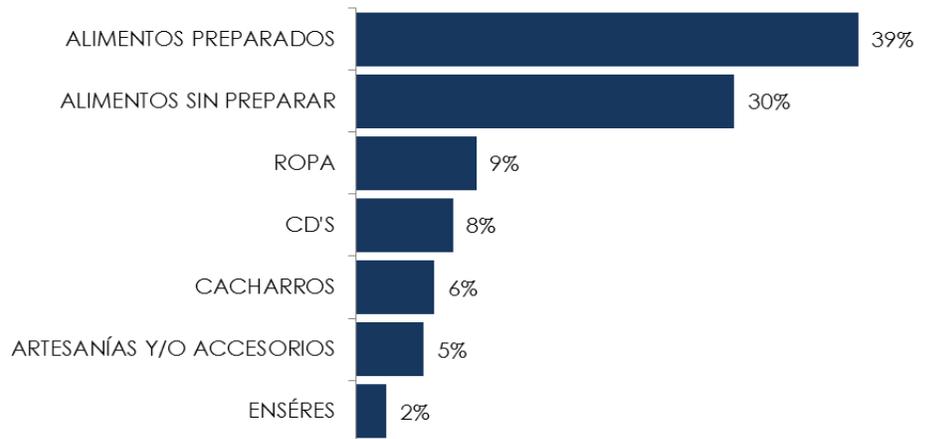


Gráfico 16: Actividad económica

## INSTALACIONES

La infraestructura acogida en mayor medida por los vendedores informales, es el uso de mesas. La mitad de ellos hacen uso de este elemento para exhibir sus productos. El segundo implemento más frecuente, es el de carretas, característico de los vendedores ambulantes. El uso de kioscos o casetas se usa en menor medida, abarcando al 15%, es de resaltar que este tipo de infraestructura ejerce un mayor impacto en el usufructo del espacio público, al presentar mayores dimensiones proporcionales.

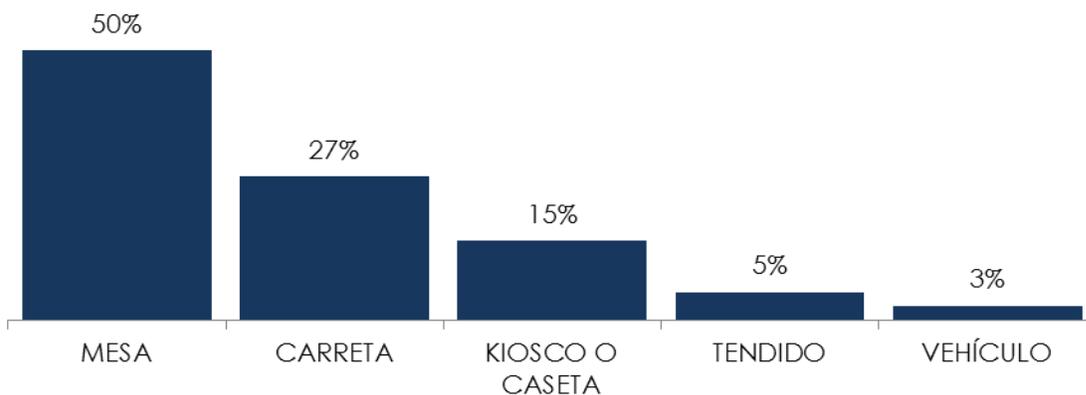


Gráfico 17:  
Infraestructura  
utilizada

## JORNADA LABORAL

La jornada laboral propia de los vendedores informales excede por mucho a la estipulada por los entes reguladores del trabajo. En promedio, un vendedor ambulante o estacionario trabaja 61 horas a la semana, es decir, excede en un 27% las 48 horas semanales que reglamenta el Ministerio del Trabajo colombiano. Este total semanal suele estar distribuido en jornadas de más de 9 horas diarias, tal y como lo realiza el 67%, durante los 7 días de la semana (72%). Cabe resaltar que este horario está constituido por todo el tiempo que los vendedores dedican al funcionamiento de su negocio, no solamente en la atención del público, si no en la adquisición y adecuación de los productos que ofrecen.

**En promedio, un vendedor informal trabaja cada semana 12 horas más que lo reglamentado por la Ley**

### Días laborados

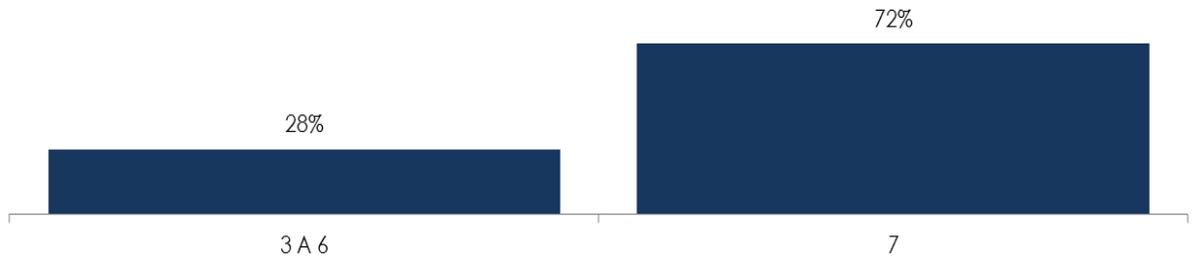


Gráfico 18: días laborados a la semana

### Horas laboradas

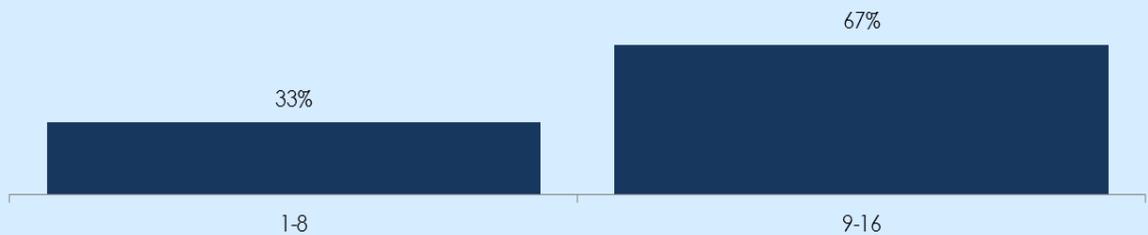


Gráfico 19: horas laboradas al día

## INGRESOS

Como generalmente ocurre en las actividades informales, la intensa jornada laboral que enfrentan los vendedores no es congruente con los ingresos que perciben. En promedio, los ingresos mensuales de un vendedor ambulante o estacionario ubicado en Valledupar, alcanza los \$ 661.895, es decir, en cada hora de trabajo gana cerca de \$ 2.718. Sin embargo, el 19% de los vendedores exceden este promedio en materia de generación de ingresos. El 14% logra alcanzar ingresos superiores a los \$700.000, además, un 5% reciben ingresos por encima de \$1.200.000.

Pese a esta situación, los vendedores informales no consideran, su actividad como de bajo rendimiento. El 51% de los vendedores están satisfechos con los resultados obtenidos mediante el comercio informal, al catalogarlos en un 3% como excelentes y un 48% como buenos.

**Cada vendedor informal  
gana en promedio  
\$661.895 pesos  
mensuales**

### Ingresos mensuales

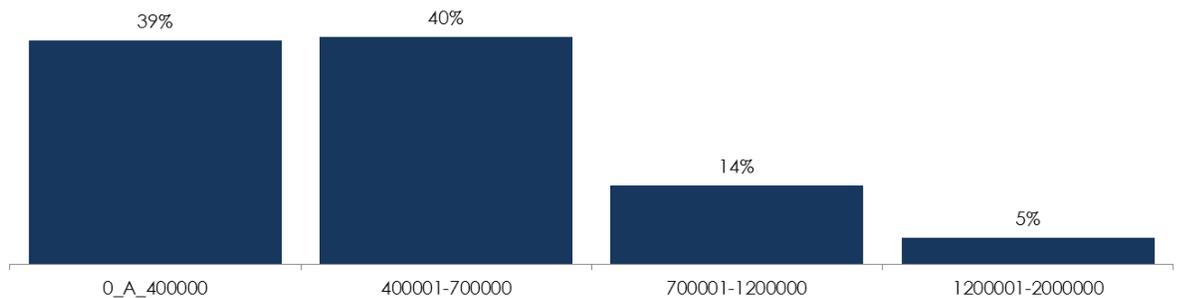


Gráfico 20: Ingresos mensuales promedio

### Condición de la actividad económica

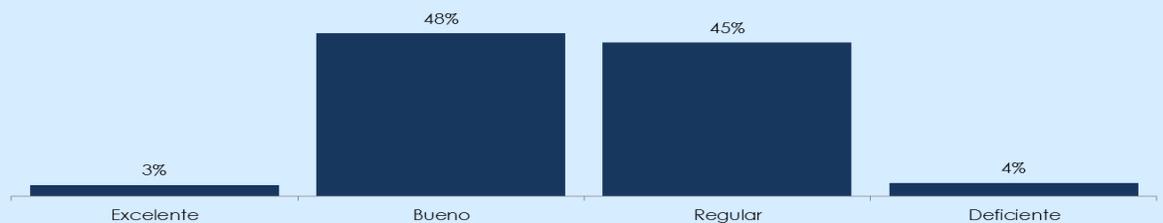
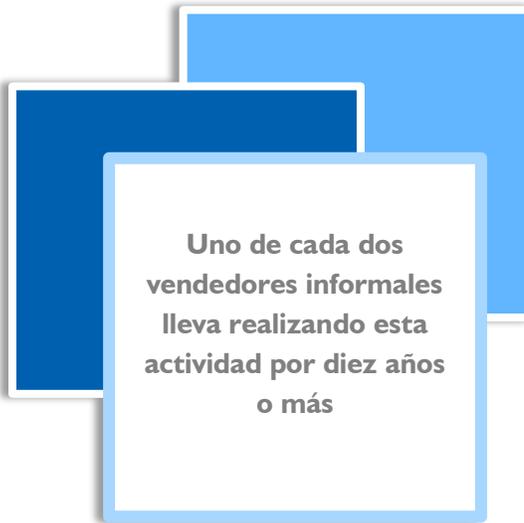


Gráfico 21: percepción de la condición de la actividad económica

## TIEMPO LABORANDO EN EL ESPACIO PÚBLICO



La mitad de los vendedores informales alcanza una trayectoria superior a los diez años laborando en el espacio público. Este hecho, además de reiterar la tradición de informalidad presente en la ciudad, constituye otro factor relevante a la hora de proponer estrategias de reconversión laboral, en tanto que son personas que gracias a su experiencia han desarrollados destrezas enfocadas al sector comercial. Asimismo, es importante tener en cuenta el ritmo de crecimiento que esta ocupación viene presentando. En el último año ingresó a la actividad informal el 11% de la población actual.



Gráfico 22: Años laborando en el espacio público

## PROPIEDAD DE LA UNIDAD PRODUCTIVA

El 67% de los vendedores ambulantes y estacionarios de la ciudad son propietarios de la unidad productiva en la que laboran, asimismo, el 15% de ellos cancela algún tipo de arriendo para poder ejercer su actividad comercial.

## FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Los recursos propios se han constituido en la principal fuente de financiación de los vendedores ambulantes y estacionarios, a la hora de formar sus unidades productivas, hecho que indica la cultura de ahorro que tiene este grupo poblacional. Asimismo, el uso de prestamistas informales se constituye en la segunda opción a la hora de conseguir los recursos necesarios para el emprendimiento. Son realmente pocos los vendedores informales que han podido acceder a créditos otorgados por entidades financieras formales, a subsidios y/o programas gubernamentales, sin embargo, ante este último punto es importante tener en cuenta que generalmente, los apoyos a emprendimientos otorgados por el Gobierno, ya sea de índole nacional o regional, usualmente están ligado a la formalización de la unidad productiva por lo que los vendedores ambulantes y estacionarios, no cumplirían los requisitos para ser beneficiados en programas de emprendimiento.

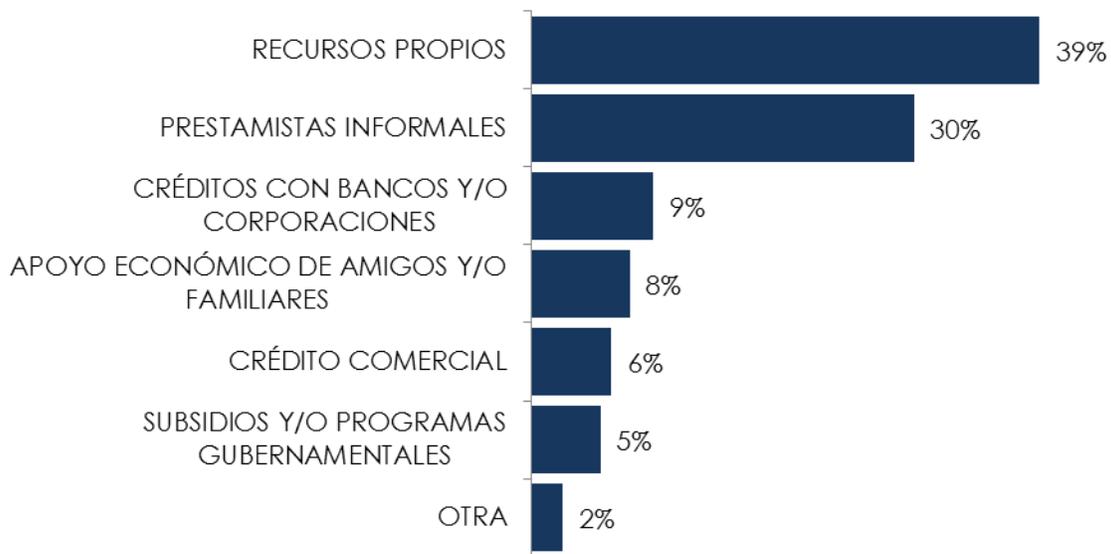


Gráfico 23: Fuente de financiamiento

# SEGURIDAD

## VICTIMIZACIÓN

Los indicadores de seguridad son primordiales para el buen funcionamiento de la actividad comercial, este aspecto suele cobrar un significado especial al abarcar a los vendedores ambulantes y estacionarios, en tanto que están mayormente expuestos a la inseguridad propia de las zonas públicas. En este sentido, se pudo identificar que durante el 2014 los vendedores informales presentaron una tasa de victimización cercana al 12%, es decir, cerca de uno de cada ocho vendedores fueron víctima de algún hecho delictivo durante el año.

El hurto es el principal hecho victimizante que acecha a esta población, al afectar al 95% de los vendedores, por su parte, las lesiones personales también presentan un nivel considerable, al afectar al 4% de los vendedores víctimas, sin embargo, no constituye un hecho delictivo frecuente en el desarrollo de la actividad comercial, así se realice de manera informal.

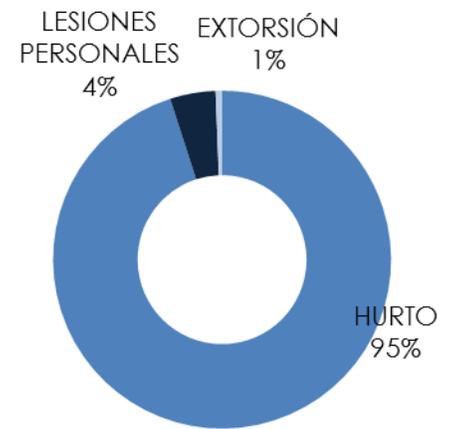
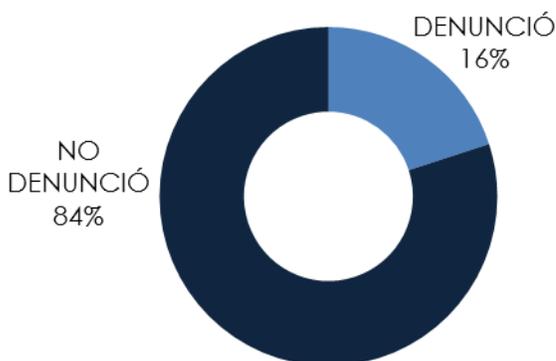


Gráfico 24: Hechos victimizantes

## NIVEL DE DENUNCIA



La tasa de denuncia por parte de los vendedores ambulantes y estacionarios, víctima de algún hecho delictivo, se ubicó en un nivel muy bajo al alcanzar solo el 16%, así, solo uno de cada seis vendedores víctima, puso en conocimiento de las autoridades competentes, el haber sufrido dicho acto. Cabe destacar que al desarrollar una actividad informal, suelen estar reacios a entablar vínculos con las autoridades policiales.

Gráfico 25: Tasa de denuncia

# ENTORNO CÁMARA DE COMERCIO

La Cámara de Comercio de Valledupar, en su compromiso de trabajar por el desarrollo del tejido empresarial de la región, busca abarcar no solo a los empresarios formalmente constituidos, sino a todas aquellas personas que de una u otra manera intervengan en la dinámica del área. Así, ha hecho esfuerzos por llegar, desde diferentes escenarios, a estos vendedores informales, y su opinión es tan valiosa para la entidad, como la de todo empresario adscrito. En esta tarea, se pudo identificar que la gestión que el doctor José Luis Urón Márquez ha venido desarrollando como Presidente Ejecutivo de la entidad, durante los últimos dos años, cuenta con el respaldo del 81% de los vendedores informales presentes en la ciudad, al catalogarla en un 8% como excelente y un 73% como buena.

**El 81% de los vendedores informales respalda la gestión adelantada por José Luis Urón Márquez como Presidente Ejecutivo de CCV**

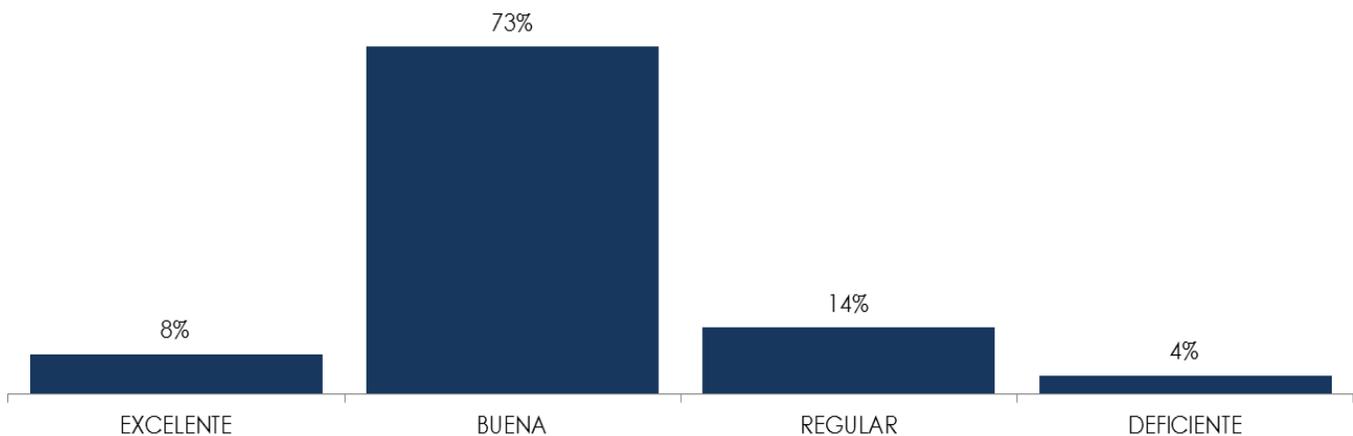


Gráfico 26: Calificación gestión del Presidente Ejecutivo de CCV

# ENTORNO POLÍTICO

El entorno político es otro de los factores que debe tomarse en cuenta a la hora de analizar el contexto económico de una población. Este ámbito juega un papel protagónico, especialmente para los vendedores ambulantes y estacionarios, dada la naturaleza vulnerable e informal de su actividad y cuya regulación está sujeta a las disposiciones gubernamentales.

## GESTIÓN DEL ALCALDE

Solo el 27% de los vendedores informales apoya la gestión que viene desarrollando Freddy Socarrás Reales como Alcalde de Valledupar. Este grupo poblacional se siente disminuido e ignorado por el gobierno municipal, por lo que prefieren mantener distancia, hecho que se ve reflejado en el que el 12% de los vendedores se abstuvieron de contestar aquellas preguntas relacionadas con el ente gubernamental. Asimismo, solo el 29% de los vendedores ambulantes y estacionarios, considera que se han cumplido las propuestas realizadas por parte de la administración.

**Solo el 27% de los vendedores informales apoya la gestión que viene desarrollando Freddy Socarrás Reales como Alcalde de Valledupar**

### Valoración a la gestión del Alcalde Municipal

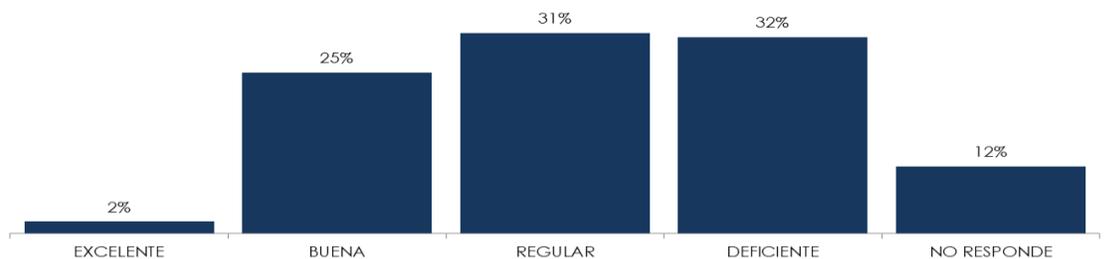


Gráfico 27: Calificación a la gestión del alcalde municipal

### Cumplimiento de Plan de Desarrollo Municipal

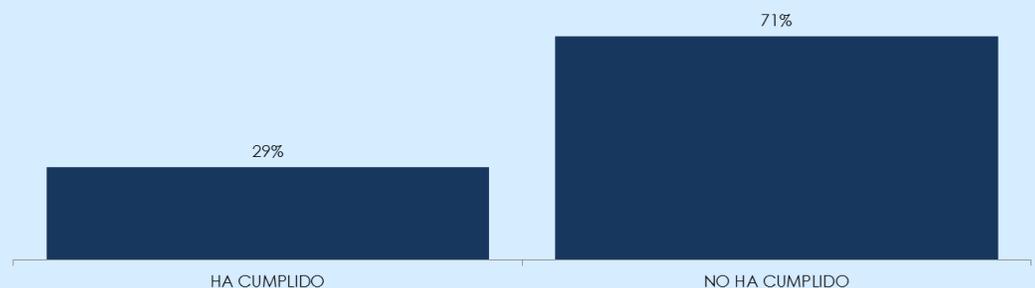
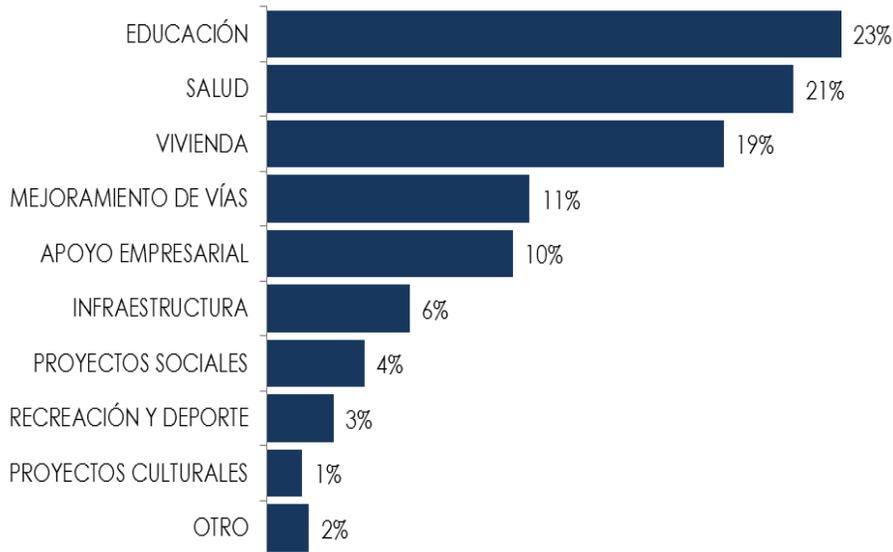


Gráfico 28: Cumplimiento de Plan de Desarrollo Municipal

## PROBLEMÁTICA MUNICIPAL



Desde la perspectiva de los vendedores ambulantes y estacionarios, y en respuesta a la problemática que esta población atraviesa, considera que el mayor grueso de la inversión pública debe estar enfocado a la atención de educación y salud. Los vendedores informales consideran que actualmente no están dadas las condiciones para acceder a servicios educativos y de salud de alta calidad.

Gráfico 29: Sectores en donde debe acentuarse la inversión.

Asimismo, consideran que el mayor problema que asedia al municipio, es el desempleo (20%), con un nivel de importancia muy cercano al que implica la inseguridad (19%). De igual forma, catalogan a la corrupción, como la tercera problemática que debe afrontar Valledupar.

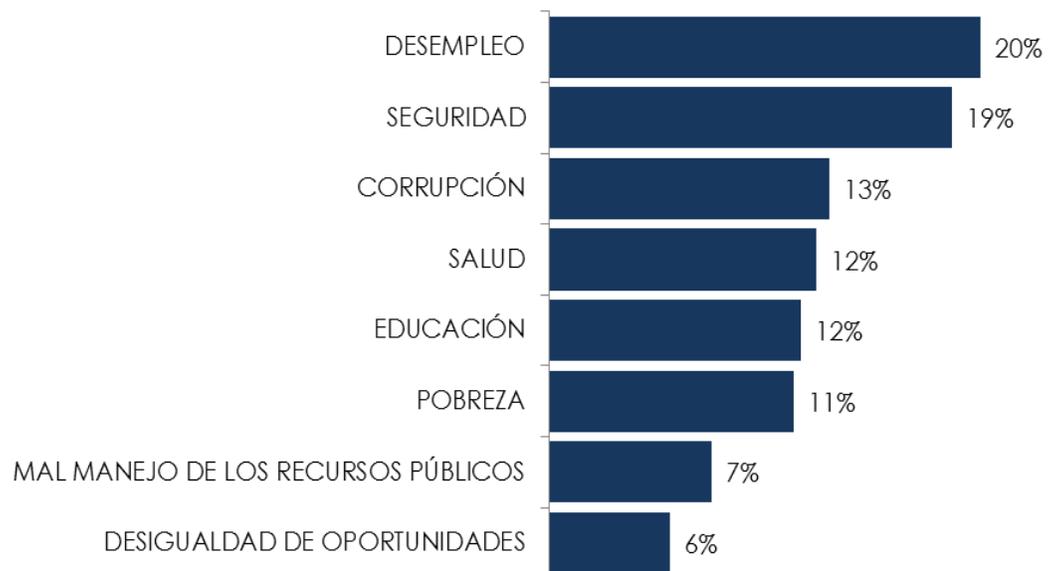


Gráfico 30: Cumplimiento de Plan de Desarrollo Municipal

## CONFIANZA INSTITUCIONAL

### Nivel de confianza

Pese a desarrollar una actividad informal, los vendedores ambulantes y estacionarios consideran a la Cámara de Comercio de Valledupar como la institución en quien más confían, seguida de la Gobernación del Cesar y las Fuerzas Militares. Por su parte, las instituciones de índole local no gozan de gran aceptación por parte de los vendedores informales, así como en el apartado de la gestión del Alcalde, se evidenció una debilidad institucional, esta situación se ratifica al registrar que la institución en la que menos confían los vendedores informales de la ciudad, es el Concejo Municipal, sin embargo, cabe resaltar, que pese a ser la entidad menos valorada, es respaldada por el 63% de los vendedores, lo que le otorga al Concejo Municipal mayor credibilidad ante esta población, que la Alcaldía, que obtuvo el respaldo del 27%.

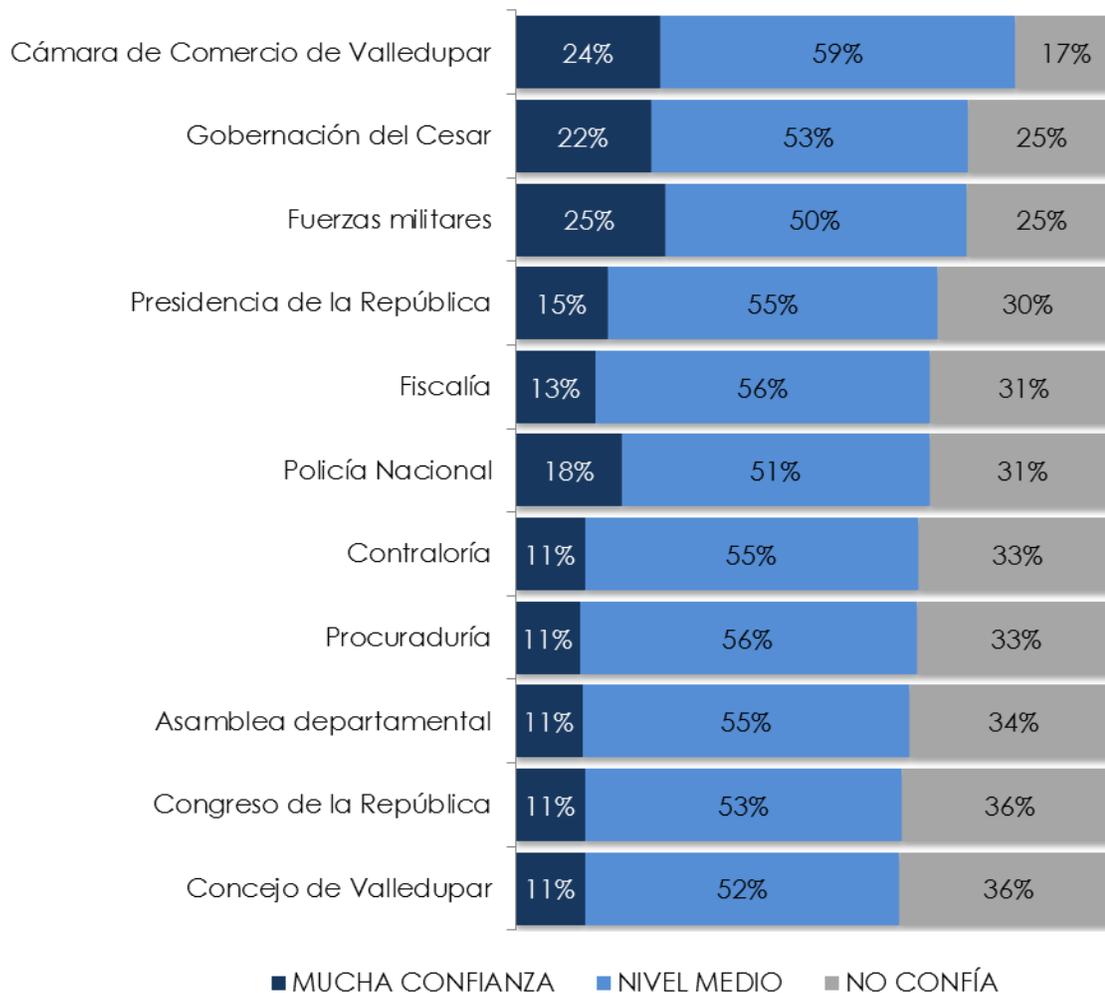


Gráfico 31: Confiianza institucional

## Percepción de corrupción

Por su parte, la percepción de corrupción, registrada también, desfavorece al gobierno municipal. Para el 28% de los vendedores informales, el gobierno municipal actual presenta niveles de corrupción más altos que los presentados en el gobierno inmediatamente anterior, asimismo, el 53% considera que a nivel nacional, no ha habido un cambio considerable en este factor, en tanto que se mantiene el mismo Presidente de la República que en el periodo pasado; de igual forma, manifiestan que el Gobierno Departamental es el que ha presentado mejores resultados en la disminución de la corrupción, el 36% de los vendedores informales afirma que el gobierno actual del departamento, es menos corrupto que su antecesor.

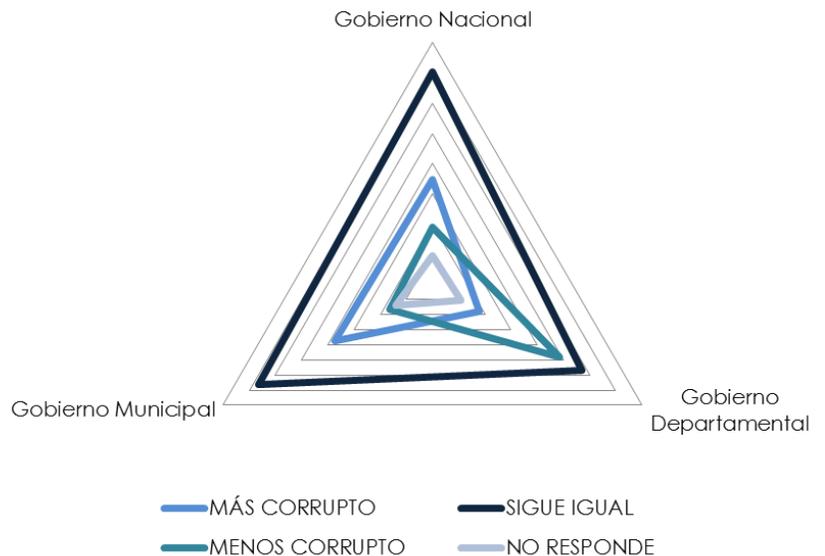


Gráfico 32: Percepción de corrupción

# SERVICIOS PÚBLICOS

La calidad de los servicios públicos es otro de los factores neurálgicos a analizar. Los vendedores informales de la ciudad califican al servicio de telefonía celular como el de mejor rendimiento, al ostentar un nivel global de aceptación del 82% (8% lo cataloga como excelente y 74% como bueno), después de la energía eléctrica y el agua potable, es el tercer servicio con mayor cobertura, siendo utilizado por el 93% de la población. El gas natural, que en ocasiones anteriores ha sido catalogado como el mejor servicio prestado en la ciudad, pasa a segundo puesto en la valoración de este grupo poblacional, en tanto que pese a presentar la mejor calificación como excelente (13%), tiene relativamente poca cobertura en este sector de la población, al ser utilizado únicamente por el 86% de los vendedores informales. Hecho similar, aunque en mayor proporción, al que ocurre en el caso de la telefonía fija, que es el servicio con menor valoración, sin embargo, puede no obedecer

a la calidad del servicio en sí, sino al bajo uso que ostenta, solo el 42% de esta población hace uso de este servicio, y ha migrado hacia el uso de telefonía celular, como principal medio de comunicación.

La energía eléctrica, por su parte, se constituye en el servicio con mayor cobertura (93%) y mayores falencias. El 44% de los vendedores ambulantes o estacionarios, no está conforme con el servicio de energía eléctrica recibido.

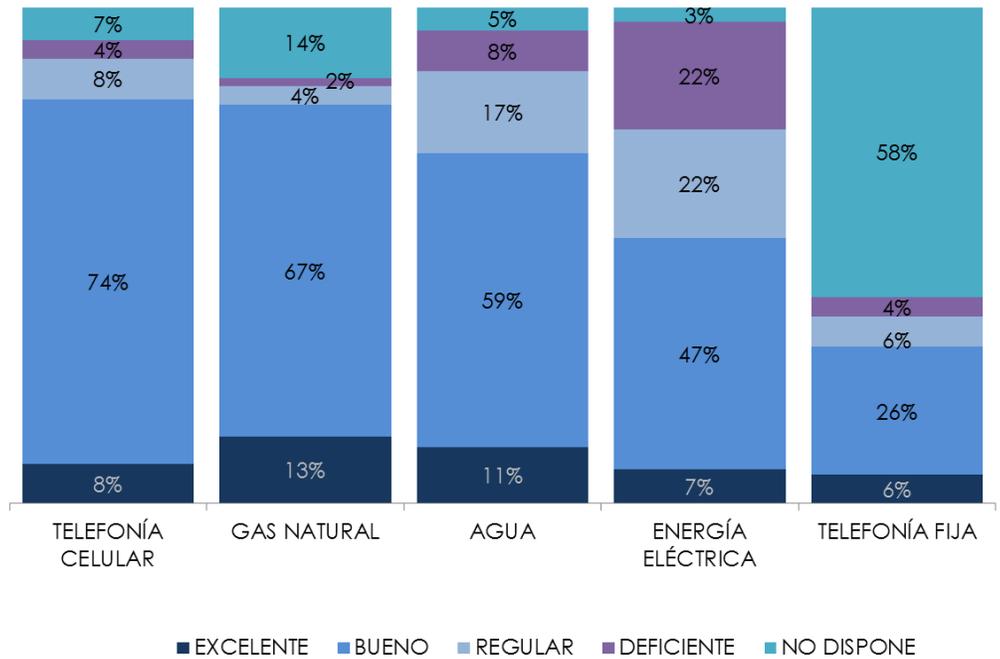


Gráfico 33: Calificación a los servicios públicos.

Asimismo, al valorar el servicio de transporte público se evidencia una problemática importante. Existe una tendencia al descontento con el transporte público en general, ya sea el sistema de transporte masivo o el uso de taxis, sin embargo, el descontento es más agudo en el primer caso. El 45% de los vendedores informales califica al transporte masivo como deficiente, mientras que el 26% lo cataloga como regular, abarcando así, un nivel de desaprobación global del 71%. Así, cerca de siete de cada diez vendedores están insatisfechos con el servicio de transporte de la ciudad. En el caso del servicio de taxis, por su parte, existe un descontento en el 52% de los vendedores informales, al ser catalogado en un 12% como deficiente y en un 40% como regular.

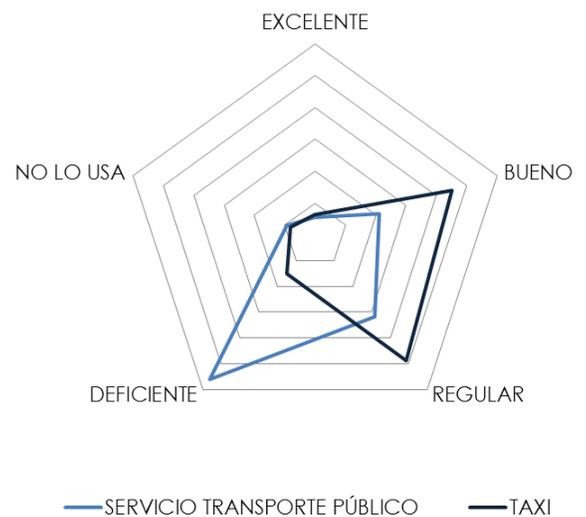


Gráfico 34: Calificación al servicio de transporte masivo