

ESTUDIO DE PERCEPCIÓN

TEMPORADA ENERO-MARZO EMPRESARIOS IBAGUERENOS

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES

Abril, 2016



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

CAMARA DE COMERCIO DE IBAGUE

JUNTA DIRECTIVA

Representantes de los empresarios

Principales:

Andrés Aníbal Sierra Pineda (Presidente)
Jairo Alonso Arias Barragán
(Vicepresidente)
Enrique Mejía Fortich
Fernando Barreto Quiroga
Miguel Fernando Castillo Zabala
José Silvio Acosta García

Suplentes:

Carlos Alberto Tafur Castillo
Jairo Armando Peña Poveda
R.L. Fondo Regional de Garantías del
Tolima S.A
Alirio Rivera García
Richard Flórez Hernández
César Guillermo Chávez Romero

Representantes del Gobierno

Principales:

Alfonso Reyes Alvarado
Alberto González Murcia
Nelson Norbey Quintero Melo

Suplentes:

Miguel Alexander Bermúdez Lemus
Carmen Sofía Pardo Rodríguez
Gustavo Enrique Prada Sánchez

Luis Alfredo Huertas Pontón
Presidente Ejecutivo

Direcciones:

Edilberto Garzón Sandoval
Director jurídico
Alejandro Javier Gutiérrez Rodríguez
Director de Competitividad e Innovación
Empresarial y Regional

Jessica Estefanía Villazon Gutiérrez
Directora Comercial y de Mercadeo

Mauricio Flórez Herrera
Director Administrativo y Financiero

Arturo Mateus Caicedo
Director de Investigaciones y
publicaciones

Equipo técnico:

Arturo Mateus Caicedo
Director de Investigaciones y
Publicaciones

Diego Alejandro Rodríguez Chivará
Asistente de investigaciones

Constanza Eugenia Cardozo Robayo
Coordinadora de Soporte y TICS

Diseño: Felipe Arana
© Cámara de Comercio de Ibagué
2016

“Trabajando por una región de empresarios”

PRESENTACIÓN

La Dirección de Investigaciones y Publicaciones de la CCI, presenta a sus directivos y a la comunidad los resultados de la percepción de los empresarios en temas camerales y de la coyuntura nacional, cuyo propósito estuvo dirigido a conocer e interpretar las apreciaciones y expectativas que tienen los empresarios por 6 temas considerados de relevancia para la CCI.

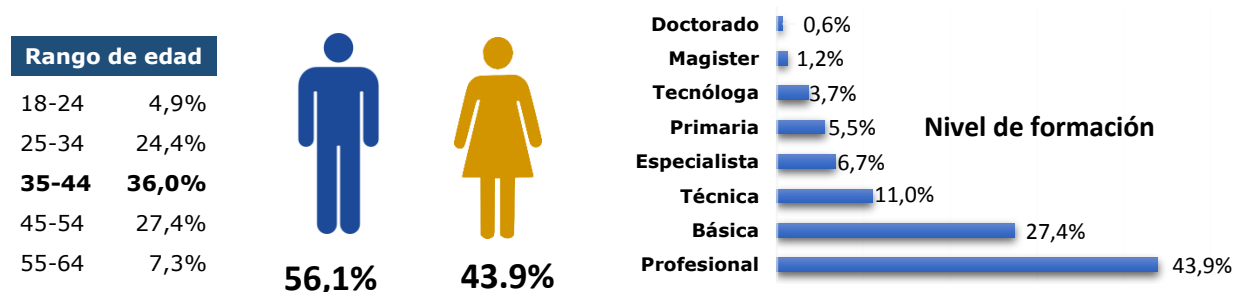
1. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS CONSULTADOS

La información fue recolectada los cinco últimos días del plazo fijado por la SIC para realizar matrículas y renovaciones. Se entrevistaron 164 empresarios que respondieron la encuesta de opinión.

La figura 1 muestra las principales características de los empresarios consultados: en género los hombres (56%) superan a las mujeres (44%); los rangos de edad sobresalientes son 35-44 (36%), 45-54 (27,4%) y 25-34 (24,4%); en la formación académica hay que destacar los niveles profesional (43,9%); básica –Bachillerato- (27,4%); y técnica (11%), sin desconocer la participación de los otros niveles.

El 98,2% vino a renovar su registro mercantil y solo el 1,8% a realizar una nueva matrícula.

Figura 1. Información general de los encuestados



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016.

2. PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS

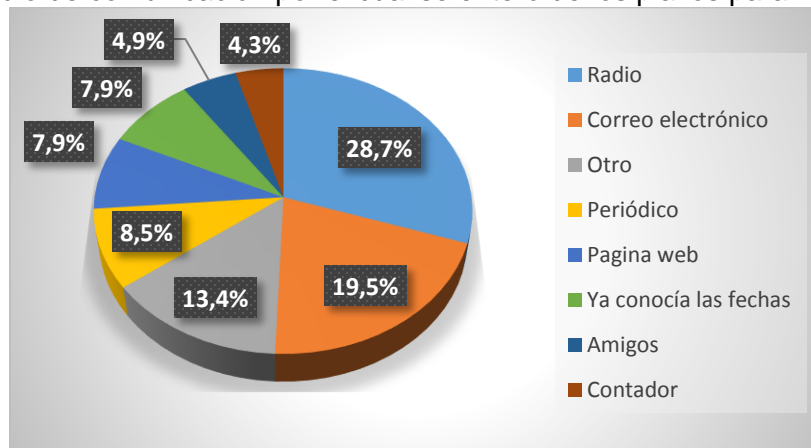
Los resultados de la percepción de los empresarios, como respuesta a cada uno de los interrogantes propuestos, se describen a continuación:

2.1. PRIMERA PREGUNTA. ¿ESTUVO INFORMADO DE LAS FECHAS Y PLAZOS FIJADOS POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO –SIC- PARA REALIZAR EL REGISTRO MERCANTIL?

El 89.6% de los empresarios entrevistados estuvo informado de las fechas establecidas para realizar la renovación de su matrícula mercantil, el porcentaje restante argumentó no acordarse de la fechas, o creer que estaba a tiempo.

En la figura 2 se pueden apreciar los principales medios de comunicación por los cuales los empresarios se enteraron o recordaron los plazos para renovar: La radio (29%), el correo electrónico (20%) y el periódico (9%), son los más importantes.

Figura 2. Medio de comunicación por el cual se enteró de los plazos para renovación.



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

Aunque la radio fue el medio de comunicación más efectivo, los empresarios entrevistados no recuerdan el nombre de la emisora en la que escucharon la información (74,5%), no obstante, entre las emisoras señaladas se encuentran: Radio 1, Tolima FM Stereo, Olímpica y la Cariñosa. Igualmente, manifestaron que los periódicos de mayor recordación fueron en primer lugar el Nuevo día, seguido del Q'hubo.

En lo concerniente a otros medios, los entrevistados hicieron relación a redes sociales, familiares, asesores de la CCI, televisión, mensaje de texto, voz a voz en los bancos. La sumatoria de este conjunto de respuestas representa el 13,4% del total de encuestados.

2.2. SEGUNDA PREGUNTA. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO PARA QUE ESTÉ REALIZANDO ESTE TRÁMITE EN LOS ÚLTIMOS DÍAS DE PLAZO FIJADO POR LA SIC?

De acuerdo a las respuestas de los empresarios que matricularon o renovaron durante los cinco últimos días del plazo fijado por la SIC, la principal circunstancia o motivo para realizar el trámite en estos días, es no tener tiempo por compromisos, principalmente de tipo laboral (23.2%).

En un segundo lugar, aparece la difícil situación financiera, que señalan algunos empresarios estar pasando (20.1%), y que es la que explica el no haber tenido dinero disponible para realizar la renovación en los dos primeros meses.

En tercer lugar, se encuentran aquellos que plantean haber esperado hasta el plazo máximo por costumbre (11.6%), sustentando con la conocida frase “como buen colombiano se dejó todo para última hora”.

En la figura 3 se pueden apreciar el resto de motivos que tienen los empresarios para realizar este trámite en los últimos días del plazo fijado por la Ley.

Figura 3. Principal motivo para realizar el trámite en los últimos días.



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

2.3. TERCERA PREGUNTA. ¿POR QUÉ NO ESCOGIÓ LA FORMA VIRTUAL (A través de Internet) PARA HACER EL REGISTRO?

Según las respuestas, la principal razón por la cual los empresarios entrevistados no renuevan de forma virtual es el de no tener conocimiento que este trámite se puede realizar por este medio (50.6%).

En segundo lugar, se encuentra un grupo de empresarios que a pesar de conocer el trámite virtual prefieren realizarlo de forma presencial (16.5%). Esta práctica la hacen por simple costumbre (63%). No obstante, es importante destacar aquellos empresarios convencidos que esta práctica les parece más segura (22%), y otros que lo hacen para evitar errores (15%).

En tercer lugar, se destacan aquellos empresarios que trataron de renovar virtualmente pero la plataforma colapso y les impidió realizar el trámite virtualmente (7.9%).

En la figura 4 se describen las demás razones manifestadas por los empresarios por las cuales no utilizan el medio virtual para realizar la matrícula o la renovación mercantil.

Figura 4. Principales razones para no realizar el trámite por medios virtuales.



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

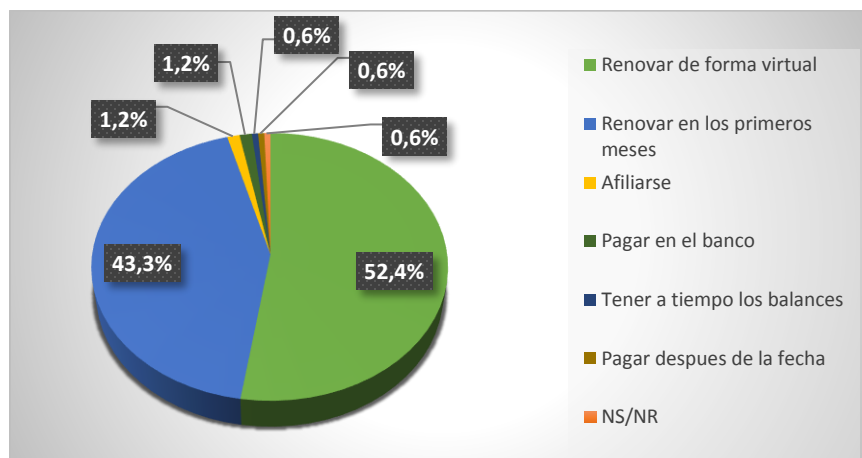
2.4. CUARTA PREGUNTA. ¿CUÁL SERÍA SU APOORTE EL AÑO ENTRANTE QUE PERMITIERA REDUCIR LAS LARGAS COLAS Y LA ALTA CONGESTIÓN EN LAS OFICINAS DE LA CCI?

Los empresarios que dejaron el trámite de renovación para los cinco últimos días del plazo fijado por la SIC, consideran que para evitar las largas filas y la congestión en las oficinas de la Cámara de Comercio de Ibagué, en el 2017 renovarán de forma virtual su registro (52.4%). Sin embargo, hacen sugerencias relacionadas con una mayor socialización del proceso virtual, usando medios como el correo electrónico con los pasos a seguir, o subir a la página institucional un tutorial de fácil entendimiento; pues a pesar de saber de la renovación virtual, no conocen todos los pasos y algunos que lo han intentado no han podido terminar el proceso.

Igualmente, existe conciencia acerca de renovar en los dos primeros meses del año (43.3%). No obstante, los empresarios afirman que enero especialmente, es un mes de muchas obligaciones de tipo económico. Por otro lado, algunos sugieren que se implemente un pico y placa por número de cedula para reducir las filas en los últimos días.

En la figura 5 se muestran los demás aportes que están dispuestos los empresarios a realizar para reducir las largas filas y la alta congestión en el 2017.

Figura 5. Aporte de los empresarios para el próximo año evitar la congestión en las filas



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

2.5. QUINTA PREGUNTA. ¿CUÁL SERÍA EL PAPEL DE LOS EMPRESARIOS IBAGUEREÑOS, UNA VEZ FIRMADOS LOS ACUERDOS DE PAZ DE LA HABANA, EN LA FASE DE POSCONFLICTO?

Cuando se les indagó a los empresarios entrevistados sobre el papel que jugarían en una fase de post conflicto, las opiniones fueron favorables y no favorables a un proceso de construcción de paz que se iniciaría en la fase de post conflicto. Los consultados opinaron al respecto:

En primer lugar, están aquellos que consideran que el empresario juega un papel fundamental en lo relacionado con la generación de oportunidades de empleo (47%). Frente a esto, se tiene que mientras unos consideran plenamente que es una responsabilidad casi ineludible por parte de los empresarios, otros piensan que la generación de empleo se debe dar siempre y cuando existan incentivos por parte del gobierno para la vinculación de desmovilizados. Igualmente, se evidencia preocupación por el hecho de que específicamente en la ciudad de Ibagué no se está generando el suficiente empleo para los mismos ibaguereños, mucho menos se tendría la capacidad de emplear a los reinsertados. Adicionalmente algunos empresarios manifiestan dos preocupaciones: una está relacionada con la disposición a trabajar de los desmovilizados por el subsidio que van a recibir por parte del Estado y la otra es la desconfianza que genera al empresario la contratación de los exguerrilleros. Una propuesta relevante la hace un grupo de empresarios que consideran necesaria una formación previa para el empleo para aquellos desmovilizados que van a ser vinculados a alguna actividad económica.

En segundo lugar, se encuentran aquellos empresarios que manifiestan plenamente estar convencidos que el proceso de paz no va para ningún lado, y que la paz no se va a firmar (17.1%). Frente a esta posición, algunos mencionan que en caso de darse la paz, van a aparecer nuevos grupos de delincuencia común.

En el mismo lugar, con un 17.1% se encuentran los empresarios que creen que no existe relación alguna entre las empresas y el proceso de postconflicto una vez firmada la paz. En la mayoría de los casos se mencionó al gobierno como único actor, con un papel crucial en dicho proceso.

En un tercer lugar, aparecen aquellos empresarios que prefirieron no responder (6.7%). Y en cuarto lugar, los que dicen que solo existe un único papel en el posconflicto relacionado con el pago de más impuestos por parte de las empresas para sostener los subsidios a los desmovilizados (4.9%).

En la figura 6 se muestran los demás planteamientos de los empresarios relacionados con su papel en la fase de post conflicto.

Figura 6. Papel del empresario en el postconflicto



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

2.6. SEXTA PREGUNTA. COMO EMPRESARIO ¿QUÉ MEDIDAS APLICARÍA PARA CONTRARRESTAR UN POSIBLE RACIONAMIENTO ENERGÉTICO?

De los empresarios ibaguereños entrevistados el 93,3% están tomando medidas para contrarrestar el posible racionamiento energético. Entre las principales medidas para ahorrar energía, mencionadas por estos, se encuentran aquellas que van en la misma vía del programa del gobierno “apagar paga”; entre las cuales se destacan: el uso de los bombillos al mínimo, apagar y desconectar la maquinaria y/o equipos en horarios de poco trabajo (cuando no se están usando y en las noches) y la reducción del uso de los mismos, programando turnos de trabajo eficaces para utilizar dicha maquinaria y/o equipo.

Son muy pocos los empresarios que están visualizando formas alternativas o innovadoras para contrarrestar el posible racionamiento energético, sin embargo, medidas como la utilización de tecnología amigable, la incorporación de plantas de energía, la compra de paneles solares, la captación de sistemas de aguas lluvias, entre otras se convierten en ideas factibles de implementar por parte de los empresarios como mecanismos para contribuir a mitigar el racionamiento energético en caso de que se presente.

La tabla 1 detalla las 19 medidas que en opinión de los empresarios implementarán como mecanismos para contrarrestar una situación de racionamiento energético.

Tabla 1. Medidas más usadas según empresarios encuestados.

N°	Medida más usada	% del total de encuestados
1	Usa al mínimo los bombillos	49,4%
2	Apaga y desconecta maquinaria y/o equipos que no se usan(Horas de poco trabajo y en la noche)	42,7%
3	Redujo el uso de la maquinaria y/o equipo	20,1%
4	Evita el desperdicio y reutiliza agua	16,5%
5	Cambió sistema de iluminación: bombillos ahorradores o led	6,7%
6	Utiliza la luz del día	6,1%
7	Redujo el uso del aire acondicionado y/o ventiladores	5,5%
8	Baja los tacos en las noches	4,9%
9	Evita programar reuniones o turnos nocturnos	3,0%
10	Utiliza tecnología amigable	1,2%
11	Cambió el sistema de descarga de los baños	1,2%
12	Compró planta de energía-motobomba	1,2%
13	Cambió equipos viejos por nuevos	1,2%
14	Apaga el cuarto frío	0,6%
15	Apuesta por crear su propio sistema de energía	0,6%
16	Procura hacer algunas tareas manuales	0,6%
17	Incorporación de paneles solares	0,6%
18	Importación de tecnología	0,6%
19	Visualiza sistemas de captación de aguas lluvias	0,6%

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué. Dirección de Investigación y Publicaciones 2016

Aquellos empresarios que no están tomando medidas para ahorrar energía o agua (6.7%) aseguran que el racionamiento energético es algo que se puede dar por decisiones equivocadas del gobierno y por la responsabilidad de grandes empresas multinacionales, por lo cual no tienen nada que hacer frente al tema.

3. CONCLUSIONES

El porcentaje de mujeres empresarias es muy significativo 44%.

El 63,4% de los empresarios está en el rango de 35-54 años de edad.

El 43,9% tiene formación académica a nivel profesional.

El 89.6% de los empresarios entrevistados estuvo informado de las fechas establecidas para realizar la matrícula o renovación.

Los principales medios de comunicación por los cuales los empresarios se enteraron o recordaron los plazos para nuevas matrículas o renovaciones fueron: La radio (29%), el correo electrónico (20%) y los periódico (9%).

La principal circunstancia o motivo para realizar el trámite en los últimos días del plazo fijado por la SIC, es no tener tiempo por compromisos, principalmente de tipo laboral (23.2%).

La principal razón por la cual los empresarios entrevistados no renuevan de forma virtual es el de no tener conocimiento que este trámite se puede realizar por este medio (50.6%).

Los empresarios que dejaron el trámite de matrícula o renovación para los cinco últimos días del plazo fijado por la SIC, consideran que para evitar las largas filas y la congestión en las oficinas de la Cámara, en el 2017 renoverán de forma virtual su registro (52.4%).

Existe conciencia por parte del 43,3% acerca de renovar en los dos primeros meses del año 2017.

El 47% de los empresarios entrevistados está convencido del papel fundamental que juega el tejido empresarial en lo relacionado con la generación de oportunidades de empleo en una fase de post conflicto.

El 93,3% de los empresarios entrevistados están tomando medidas para contrarrestar el posible racionamiento energético.