

**PASANTÍA: EVALUACIÓN DE LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO
SOCIOECONÓMICO 2018 DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ**

AUTOR

LUISA FERNANDA SÁNCHEZ SARMIENTO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ

2019

**PASANTÍA: EVALUACIÓN DE LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO
SOCIOECONÓMICO 2018 DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ**

AUTOR

LUISA FERNANDA SÁNCHEZ SARMIENTO

Trabajo de grado para optar por el título de:

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

INFORME DE PASANTÍA

Director:

FABIO ORLANDO CRUZ PÁEZ
Magíster en Administración de Organizaciones

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ

2019

Página de aceptación

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

Jurado

Tabla de Contenido

Agradecimientos	ix
1. Resumen	x
2. Introducción.....	12
2.1 Hipótesis.....	13
2.2 Formulación del problema	13
2.3 Sistematización del problema.....	14
3. Marco teórico.....	17
3.1 Marco Conceptual	23
3.1.1 Cámara de Comercio de Facatativá	23
3.1.2 Caracterización	23
3.1.3 Encuesta.....	23
4. Metodología.....	24
5. Resultados.....	28
5.1 Solicitud de indicadores	28
5.2 Caracterización.....	30
5.2.1 Demografía.	30
5.2.2 Educación.	34
5.2.3 Salud.	37

5.2.4 Seguridad.....	40
5.2.5 Registro mercantil.....	44
5.3 Encuesta	47
6. Conclusiones.....	60
7. Recomendaciones	62
8. Lista de referencia	64

Lista de tablas

Tabla 1 Metodología de recolección de datos por medio de fuentes primarias y secundarias	25
Tabla 2 Solicitud de envío de indicadores para la elaboración del estudio	28
Tabla 3 Población jurisdiccional promedio entre los 15 y 59 años	30
Tabla 4 Promedio porcentual de distribución residencial por provincia	33
Tabla 5 Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia	34
Tabla 6 Distribución de colegios por provincia	37
Tabla 7 Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia.....	38
Tabla 8 Distribución de IPS por provincia	40
Tabla 9 Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta	41
Tabla 10 Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja	42
Tabla 11 Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta.....	42
Tabla 12 Municipios por provincia con tasa de hurtos mas baja.....	43

Lista de figuras

Figura 1 Cronograma de solicitud y respuesta de la Superintendencia de Industria y Comercio	29
Figura 2 Promedio total de población por rangos de edad.....	30
Figura 3 Promedio porcentual de población por edades y por provincias.....	31
Figura 4 Promedio porcentual de distribución residencial por provincia.....	33
Figura 5 Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia.....	35
Figura 6 Distribución de colegios por provincia.....	37
Figura 7 Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia	38
Figura 8 Distribución de IPS por provincia	40
Figura 9 Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta.....	41
Figura 10 Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja.....	42
Figura 11 Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta	42
Figura 12 Municipios por provincia con tasa de hurtos más baja.....	43
Figura 13 Nuevos registros mercantiles por mes.....	44
Figura 14 Matriculas por tipo de persona	45
Figura 15 Nuevos registros mercantiles por tamaño de empresa	45
Figura 16 Nuevos registros mercantiles por actividad económica	46
Figura 17 Renovación por meses de registro mercantil.....	47
Figura 18 Porcentaje de respuesta pregunta N.1.....	48
Figura 19 Porcentaje de respuesta pregunta N.2.....	49
Figura 20 Porcentaje de respuesta pregunta N.3.....	50
Figura 21 Porcentaje de respuesta pregunta N.4.....	51
Figura 22 Porcentaje de respuesta pregunta N.5.....	52

Figura 23 Porcentaje de respuesta pregunta N.6.....	53
Figura 24 Porcentaje de respuesta pregunta N. 7.....	55
Figura 25 Porcentaje de respuesta pregunta N.8.....	56
Figura 26 Porcentaje de respuesta pregunta N. 9.....	58
Figura 27 Porcentaje de respuesta pregunta N.10.....	59

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, quien es el dador de la vida y del conocimiento y quien me permitió cada día, durante estos cinco años aprender nuevas cosas que me formaron como persona y futura profesional.

También agradezco, especialmente a mi madre, quien fue mi apoyo incondicional durante esta importante etapa de aprendizaje, a mi tía y a mis hermanos, quienes con su conocimiento y paciencia me animaban a seguir adelante.

Al señor Gustavo Sánchez Martínez, docente universitario y director del área de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Facatativá por la confianza y a la Cámara de Comercio de Facatativá, por otorgarme la oportunidad de realizar la pasantía como opción de grado en dicha entidad.

Al profesor Fabio Orlando Cruz Páez, por su asesoría técnica y profesional durante la elaboración de este informe.

Evaluación de la elaboración del estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de Comercio de Facatativá

Luisa Fernanda Sánchez Sarmiento

Programa Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca Extensión Facatativá

1. Resumen

La elaboración de estudios socioeconómicos se ha convertido en una herramienta esencial para la Cámara de Comercio de Facatativá, la cual le ha permitido conocer el estado actual de la región noroccidental cundinamarqués, principalmente a través de la caracterización demográfica de la población en aspectos sociales y económicos centrados en educación, salud y seguridad y en una recopilación del comportamiento del registro mercantil evidenciado en un año, de tal manera que la información en él contenida apoya y fomenta en alguna proporción el cumplimiento de la misión y visión de la entidad.

El informe expone dos fases metódicas; observación y un método de encuesta aplicada a expertos, mediante las cuales, la primera fase, evidencia la etapa de investigación llevada a cabo en la Cámara de Comercio de Facatativá, es decir se desarrollan los procesos; de solicitud de indicadores y la caracterización demográfica y registral sintetizada en tablas y gráficos, la segunda fase, evidencia la aplicación de una encuesta a tres expertos de la entidad relacionados directamente con la elaboración, revisión y análisis de los estudios socioeconómicos como técnica de retroalimentación y evaluación de la potencial implementación del estudio como herramienta que estimule la formulación estratégica de la Cámara en el mediano plazo. Lo cual da como evidencia que dichos estudios son un suministro para la elaboración de proyectos, programas, actividades y estrategias que contribuyen al desarrollo regional, social y económico y la competitividad.

Palabras clave: Cámara de Comercio de Facatativá, estudio socioeconómico, competitividad, desarrollo regional, caracterización, encuesta

2. Introducción

La Cámara de Comercio de Facatativá se consolidó de acuerdo al decreto 622 de 2000 como la segunda cámara de comercio más grande del departamento de Cundinamarca en función de la cantidad de municipalidades vinculados a ella, extendiendo su jurisdicción territorial con un total de 37 municipios en aproximadamente 6300 km² entre el norte y occidente del departamento, abarcando el 24,2 % del territorio cundinamarqués y llegando a más de 697.183 habitantes en la región. (Cámara de Comercio de Facatativá [CCF], 2019, pp.17-18)

La Cámara es una organización a la cual el Gobierno ha delegado un conjunto de funciones que fortalecen el ámbito empresarial de la región noroccidental de Cundinamarca, para el propósito de este informe se considerarán, el artículo 4 numeral 2 del Decreto 2042 de 2014, y el artículo 2.2.2.38.1.4 numerales 2 y 9 del Decreto 1074 de 2015, los cuales hacen mención a su obligación como mediadores de este fin, de elaborar informes y estudios sociales y económicos de la región con el objetivo de que contribuyan al desarrollo de la misma.

Como toda organización cuenta una formulación estratégica, sistematizada en función de un cuadro de mando integral, donde una de las perspectivas analizadas para el desarrollo de este informe, es la de *procesos internos de la organización*, en la cual se enuncia un objetivo estratégico denominado “implementación de procesos con excelencia capaces de impulsar la estrategia de la CCF” (Cámara de Comercio de Facatativá [CCF], s.f.) sustentado en un objetivo táctico externo denominado “conocimiento de los empresarios y de la región” (CCF, s.f.), los cuales contribuyen en sinergia a la promoción y el fortalecimiento de una región más desarrollada y empresarialmente más competitiva.

Por consiguiente, destaca que esta organización como todo sistema cameral cuenta con una amplia base de datos e información empresarial. Dicha información se encuentra almacenada confusamente en su Sistema de información integrado (Sii) que apoya el proceso de toma de decisiones anualmente, sin embargo, esta información resulta insuficiente por si sola para alcanzar los objetivos táctico y estratégico ya mencionados en la perspectiva de procesos internos, y como consecuente resulta insuficiente para el cumplimiento de la misión y la visión de la organización. A partir de la anterior premisa resulta importante la investigación y elaboración de un estudio socioeconómico con base en información cuantitativa, que involucre variables demográficas de la región como población y sociales y económicas como, educación, salud y seguridad, así como información de fuentes primarias que revelen el comportamiento y variación del crecimiento empresarial de la región, para la generación de una fuente sistematizada de información y estrategia compacta de interés para la Cámara de Comercio.

2.1 Hipótesis

La elaboración del estudio con base en variables demográficas como población y sociales – económicas como educación, salud y justicia y la recopilación de la actividad registral mercantil, otorgaron parámetros de análisis para la promoción y el fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional de la Cámara de Comercio de Facatativá.

2.2 Formulación del problema

¿Cómo el estudio socioeconómico de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá contribuye a la promoción y fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo regional?

Contribuye como una herramienta de información que al ser revisada y analizada permite conocer y aproximarse al entorno de la región, de tal manera que se logren orientar, fortalecer y desarrollar los objetivos y se generen nuevas estrategias en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá.

2.3 Sistematización del problema

¿Cómo influye la recolección de datos de los indicadores sugeridos por la Superintendencia de Industria y Comercio en la elaboración del estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio de Facatativá?

Los indicadores expuestos por la Superintendencia de Industria y Comercio muestran en un alto grado de importancia aspectos claves del entorno empresarial, como el crecimiento de la población y los sistemas de educación, salud y seguridad, con el fin de que a través del conocimiento hallado mediante la elaboración de los estudios, se logre determinar como el ambiente que circunscribe a las organizaciones afecta positiva o negativamente el crecimiento de estas y por ende la participación de los empresarios en las instancias legales del registro mercantil de las mismas, en la Cámara de Comercio de Facatativá.

¿Para qué sirven los resultados del estudio socioeconómico de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá?

Los resultados sirven para que los directivos conozcan y diagnostiquen la región y las causas por las cuales se presenta cierto tipo de comportamiento en el registro mercantil de la región, estableciendo cuales son las amenazas y oportunidades que se presentan y con base en esa identificación establecer, fortalecer y/o desarrollar los objetivos, estrategias y planes de acción que buscan promover la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

¿Por qué se debe diseñar una encuesta y aplicarla a expertos de la cámara de comercio de Facatativá frente al diseño y elaboración de estudios socioeconómicos?

Porque evidencia información primaria y verídica de la forma en la que estudian y analizan la jurisdicción, quienes directa o indirectamente contribuyen en la formulación de la misión y la visión y el desarrollo de los objetivos y estrategias de la Cámara de Comercio mediante el conocimiento de la región donde opera la misma, reflejando el valor que tienen los estudios socioeconómicos como una herramienta estratégica que apoya la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

¿Qué efecto tendrá la información documentada en el estudio socioeconómico de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá del 2018 sobre la competitividad empresarial y el desarrollo regional?

La información tendrá un efecto lineal, es decir, será una base para la toma de decisiones, teniendo en cuenta que la información suministrada en el documento brindará a los directivos de la cámara una amplia perspectiva del comportamiento de la región respecto de su demografía y los sistemas de educación, salud y seguridad, como elementos interlocutores en el desarrollo, así mismo un resumen del comportamiento registral de los empresarios de la región, lo que permitirá tener un mayor conocimiento de la circunscripción regional, estableciendo que ventajas y desventajas se encuentran en la jurisdicción y planteando estrategias coherentes que estimulen y mejoren los pilares estratégicos de la Cámara de Comercio.

Objetivo general

Evaluar el estudio socioeconómico elaborado en el año 2018 en la Cámara de Comercio de Facatativá, analizando la información de la jurisdicción y su dinámica empresarial, evidenciando

a directivos y presidencia los impactos, con el fin de promover y fortalecer la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

Objetivos específicos

Solicitar información vía correo electrónico, de los indicadores sugeridos por la Superintendencia de Industria y Comercio, con el fin de limitar la búsqueda de datos caracterizando la jurisdicción por provincias y el comportamiento del registro mercantil.

Analizar los resultados del estudio socioeconómico mediante el diseño de tablas y gráficas estadísticas de caracterización, a fin de sintetizar la cantidad de datos recolectados a través de la búsqueda de los mismos, en fuentes primarias y secundarias para promoción de la competitividad empresarial y el desarrollo regional.

Diseñar y aplicar una encuesta a expertos de la Cámara de Comercio de Facatativá en la elaboración, análisis y revisión de estudios socioeconómicos de la región, a fin de obtener información primaria y verídica, para conocer la importancia de los estudios en el cumplimiento de la misión y visión organizacional.

3. Marco teórico

Obtener información y conocer el territorio donde se efectúan la gestión, actividades y operaciones de la entidad como promotora de la competitividad y el desarrollo regional es de vital importancia, ya que, mediante la observación y el análisis del comportamiento de los empresarios y la comprensión exhaustiva de la región no solo en materia económica sino también en el aspecto demográfico y social, se consolidan las bases para el desarrollo de planes de acción encaminados a contribuir con la planeación estratégica de la entidad.

La selección de políticas y estrategias adecuadas para mejorar la gestión van a depender de un óptimo estudio y análisis de la región circundada como lo menciona Hernández, Martínez, Fernandez, Hernández & Destinobles (2014) “Los hacedores de políticas, que cada vez están más descentralizados requieren de información confiable para la toma de decisiones, ya que con ella se evalúan las estrategias establecidas y se dan nuevos lineamientos para la adopción de nuevas políticas” (p. 122)

Los estudios socioeconómicos elaborados por las cámaras de comercio en Colombia se consolidan como instrumentos documentales de información confiable, que amplían la perspectiva del entorno jurisdiccional en el tiempo, dado que en su contenido, abarcan un conjunto de elementos internos y externos que sintetizan datos recolectados de diversas fuentes tanto primarias como secundarias, cada cámara de comercio del país en sus respectivos estudios fija el objetivo por el cual se elabora el documento, sin embargo algunos apuntan a un objetivo concreto y es el ampliar el conocimiento que se tiene de la región y de sus empresarios.

Los estudios de otras cámaras de comercio ubicadas por ejemplo en el departamento del Valle del Cauca, destacan que la importancia de dichos estudios y/o informes radica, en que a partir de su elaboración, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Buga (2018), “se brinda un

marco de referencia entorno al comportamiento de los diferentes sectores de la economía de los municipios que hacen parte del área de jurisdicción de la Cámara de comercio de Buga” (p.13). Así mismo lo destaca el objetivo del estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio de Buenaventura (2018), que expresa su deseo de “ampliar el marco de referencia entorno al comportamiento del territorio, en búsqueda de comprender la economía, las actividades territoriales y empresariales” (p.3).

Una de las cámaras de comercio más importantes de Cundinamarca destaca que a través de su Balance de economía de la región ofrece “información y conocimiento sobre los resultados del desempeño de las actividades productivas en la ciudad y la región” (Cámara de Comercio de Bogotá [CCB], 2019, p. 9). De igual modo el estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de comercio de Facatativá afirma que el objetivo es:

Aportar una herramienta que permita conocer la situación real de la población que hace parte de la jurisdicción y que igualmente se constituye un instrumento de análisis y ayuda a la solución de debilidades, así como a reforzar las fortalezas de estos municipios a través de las oportunidades (CCF, 2019, p. 3)

Los estudios socioeconómicos han involucrado variables demográficas, de educación, de salud y seguridad, que con el tiempo se vuelven indispensables para el crecimiento, desarrollo y competitividad de una región de acuerdo lo establece el Balance de la economía de la región Bogotá – Cundinamarca 2018, actualmente Cundinamarca presenta ciertas limitantes que la rezagan al séptimo puesto en el ranking de competitividad nacional debido “mayores retos que tiene, están en los temas de salud, sostenibilidad ambiental, educación superior y capacitación” (CCB, 2019, p. 23), lo que hace que se pierda la capacidad de ser competitivo en un entorno cada vez más cambiante y globalizador.

Y aunque la competitividad es un concepto estrechamente ligado a las organizaciones, no se observa únicamente desde la cosmovisión interna de una organización o una industria para sus fines, si no que involucra, otros aspectos o variables exógenas que las ayudaran desde fuera a ser mejores cada día, así como lo destaca la Cámara de Comercio de Bogotá a través del estudio ya mencionado, también y de acuerdo con El Foro Económico Mundial (como se citó en Cetina y Ortega, 2016a), “la competitividad es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad en un país” (p. 31). Por tanto, el FEM destaca dentro de su Índice de Competitividad Global los pilares que contribuyen a la aparición de una competitividad efectiva, entre los que destacan para efectos de la investigación: “Instituciones pilar N.1, Salud y Educación básica pilar N.4 y el Tamaño del mercado pilar N. 10 (Cetina y Ortega, 2016b, p. 31),

Así, para que las organizaciones puedan llegar a ser competitivas y productivas en un mundo cada vez más globalizado, es necesario que, en el macro entorno de estas, se desarrolle una estructura institucional reforzada por diferentes actores.

El reforzamiento de la competitividad se ve favorecido con la inclusión de las variables ya mencionadas, promoviendo la elaboración de un proceso diagnóstico que permite inferir las oportunidades existentes y las amenazas latentes que presenta el entorno para la promoción de un territorio más competitivo, conllevando gradualmente al fortalecimiento de las primeras y la neutralización de las segundas, de acuerdo con Tadeo y Sanabria (2015a), “un territorio competitivo, en consecuencia es un territorio que vence a otros en la conquista de oportunidades para alcanzar mayores estados de crecimiento económico” (p. 207).

En esta misma dirección y como un principio generacional de la competitividad se habla de un desarrollo regional, este último conceptualizado como un rasgo básico de integralidad,

En el sentido que abarca todas las esferas de desarrollo del ser humano: lo político, lo económico, lo social y lo ambiental, Por ejemplo, la retroalimentación entre lo económico y lo social, se pone de manifiesto cuando la salud, educación y saneamiento ambiental resulta en ciudadanos más productivos. (Tadeo y Sanabria, 2015b, p. 207)

De esta manera, como lo explica el texto citado el resultado económico nacional, es decir el que se obtiene mediante de las empresas, es el producto de mejores condiciones de vida social evidenciado por personas saludables, más educadas y un entorno libre de contaminación ambiental. Así, para alcanzar mayores niveles de competitividad empresarial se requiere que las organizaciones, analicen y trabajen de manera conjunta con un conglomerado de instituciones públicas y privadas, que permitan formar un mercado laboral de oferentes más productivo, entre mejor se encuentren los sistemas educativos, de salud, de seguridad y más amplio sea el tamaño del mercado, mayores oportunidades de competir eficientemente encontrarán las organizaciones en un territorio.

Como producto, el desarrollo regional se convierte en la causa y la consecuencia de altos niveles de competitividad nacional y contribuye al desenvolvimiento de un proceso transitorio de bajos niveles a altos niveles de vida humana, necesarios para el favorecimiento y crecimiento funcional de las organizaciones. De este modo:

Cuando se habla de desarrollo en sentido socioeconómico, implícitamente se asume que este conlleva progreso y bienestar; es decir, la transición de un estatus social, económico y político no deseado a una condición satisfactoria en estos términos. Por lo tanto, consiste en brindar equitativamente a los integrantes de la sociedad oportunidades de realización social (p. ej., educación y salud), económica (p. ej., empleo y patrimonio),

política (p. ej., representación y derecho al voto) y de justicia (p. ej., seguridad y protección) (Esqueda, 2018, p.237)

Indudablemente la legislación es también un factor determinante, en la medida que las cámaras de comercio cumplen funciones que les han sido delegadas por el Gobierno Nacional como producto de su función pública, así; el Código de Comercio de Colombia, en su artículo 86 numeral 2, hace mención de la obligación de las cámaras a contribuir con la competitividad y el desarrollo regional de la jurisdicción que está bajo su cobertura.

En este sentido el presidente de la República estipuló que las cámaras de comercio reglamentariamente y de acuerdo con el artículo 4 numeral 2 del Decreto 2042 de 2014 deben “adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde operan” (Santos, 2014).

Del mismo modo este decreto se ha visto reforzado por el Decreto 1074 de 2015 en su artículo 2.2.2.39.1.4 numeral 2 respectivamente, el cual contiene la transcripción textual del Decreto 2042. En suma, a ello a través del artículo 4 el presidente de la república consolida esta función mediante el desarrollo del numeral 9, el cual destaca que las cámaras de comercio han de “promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole” (Santos, 2015).

Reforzar el paso a paso de la elaboración de un estudio socioeconómico, principalmente la comunicación externa la cual es según Andrade (como se citó en Pantevez, 2016) el, “conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios” (p.58), impacta las competencias del futuro profesional, evidenciado en gestiones

dadas en intercambios bilaterales de mensajes en pro de la elaboración de estudios socioeconómicos de la relación entre la Superintendencia de Industria y Comercio mediante Confecámaras, en la tarea de solicitar y emitir los indicadores necesarios para la respectiva obtención del documento a publicar por parte de la cámara de comercio.

Así mismo, se reflejó un rol clave que destacaba Mintzberg, y es el de gerente como persona informativa, el cual según Robbins y Judge (2009) es el rol donde “todos los gerentes, hasta cierto punto, obtienen información de organizaciones e instituciones externas” (p.41). Es decir, que toda la información recolectada a través de distintas fuentes utilizadas en función de la elaboración del estudio socioeconómico de la cámara de comercio, por medio de una pasantía, permite en algún punto se ejecute ese rol de información, que a su vez se planteó como el rol de vigilante del entorno, esto con el fin de obtener y difundir la información del entorno externo a los directivos de la Cámara de Comercio de Facatativá, para la posterior revisión y análisis.

Como lo destacan Arano, Cano y Olivera (2012a), “la vigilancia del entorno rastrea la evolución de las tendencias de este. Puede haber tendencias que la empresa encuentre accidentalmente o que, agentes externos a la organización terminan llevando a la empresa a que sean considerados” (p.63). En efecto, durante la elaboración del estudio, se describieron las tendencias que la Cámara de Comercio de Facatativá de acuerdo con la Superintendencia de Industria y Comercio debe tener en cuenta a la hora de intentar cumplir con su propósito estratégico.

Resulta definitivo el rol de informante llevado a cabo durante la etapa de pasantía, en la medida que como lo destaca Arano et al. (2012b) “las organizaciones no tienen el control directo sobre los elementos y segmentos del entorno, por lo que su éxito dependerá de que recaben la información necesaria” (p.62), se aprecia con la gestión y trabajo en equipo de personas que

interactúan para el desarrollo de actividades que fortalecen las actividades diarias en el sector real.

3.1 Marco Conceptual

3.1.1. Cámara de Comercio de Facatativá

La Cámara de Comercio de Facatativá es una organización privada, gremial y sin ánimo de lucro dedicada fundamentalmente a prestar servicios delegados por el estado de alta calidad de manera eficiente, fortaleciendo proyectos de desarrollo socioeconómico en la jurisdicción y comprometidos con nuestro talento humano y el mejoramiento continuo, apoyados en sólidos principios éticos, excelencia trabajo en equipo y liderazgo (CCF, s.f)

3.1.2. Caracterización

Según Sánchez (2010) la caracterización “es una descripción u ordenamiento conceptual, que se hace desde la perspectiva de la persona que la realiza. Esta actividad de caracterizar parte de un trabajo de indagación documental del pasado y del presente de un fenómeno” (p.1).

3.1.3. Encuesta

Ferrando (como se citó en Casas, Repullo y Donado, 2002) afirma:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (p.527).

4. Metodología

El alcance de la investigación es descriptivo y correlacional, descriptivo ya que, se seleccionaron un conjunto de variables iguales a indagar de la población jurisdiccional de acuerdo a la solicitud que se realizó de las mismas durante la penúltima semana del mes de noviembre, hacia la Superintendencia de Industria y Comercio por medio de Confecámaras, caracterizándolas en función de provincias y municipios, así mismo se recolecto la información de registro mercantil donde el límite era describir y analizar el comportamiento anual del mismo, la investigación se limitó a mostrar el estado actual de las variables sin inferir o explicar que fenómenos intervinieron para que los datos se presentaran tal como se recolectaron, y correlacional, en la medida que se pretendía conocer la importancia que tiene el estudio como fuente de información para la cámara de comercio en sí misma.

El corte de la investigación es cuantitativo, se hizo uso de la recolección de datos por medio de fuentes primarias y secundarias, sintetizándolos en gráficas estadísticas y posteriormente analizándolos, y para determinar el nivel de importancia que tuvo la elaboración, interpretación y aplicación del estudio en colaboradores directamente relacionados con él y algunas directivas, se elaboró una encuesta.

El diseño de la investigación es su I fase fue no experimental, dado que los datos recolectados están basados en hechos y prospecciones elaborados por entidades externas y otros datos se recolectaron basados en una actividad ya ejecutada, en su II fase es cuasi experimental, ya que se aplicó una encuesta de análisis a expertos y es transversal ya que permitió recolectar los datos del contexto social y económico y registral mercantil en un único punto de tiempo.

Tabla 1 *Metodología de recolección de datos por medio de fuentes primarias y secundarias*

Descripción	Detalle
Método de recolección de datos	Se hizo revisión de registros electrónicos, se solicitó información vía carta a entidades administrativas del municipio de Facatativá y se diseñó encuesta de aplicación a expertos de estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá
¿Cuáles son las fuentes?	Las fuentes para la elaboración del estudio socioeconómico fueron registros documentados públicos y privados electrónicos, respuesta a solicitud por medio de oficios de entidades como estación de policía y Secretaria de Educación de Facatativá y respuestas a encuesta de aplicación
¿Dónde se localizan las fuentes?	Las fuentes se localizan en las páginas web oficiales de las siguientes entidades: Departamento Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Instituto de Fomento para la Educación Superior (ICFES), Ministerio de Salud y el Sistema Integrado de Información (Sii)
¿A través de que método se va a recolectar los datos?	A través de datos secundarios recolectados por otros investigadores, fuentes electrónicas primarias de administración cameral y encuesta aplicada a expertos de estudios de la Cámara de Comercio de Facatativá
¿De qué forma se prepararon los datos para analizarse?	Los datos fueron primeramente tabulados en diferentes hojas de la herramienta ofimática Excel, posteriormente se dividieron en subvariables las variables principales, de las cuales se sacaron promedios, terminadas las tablas se realizaron las gráficas estadísticas que permitían sintetizar y analizar la información. Así mismo las respuestas de la encuesta fueron graficadas y analizadas
Variables	Identificación y sistematización de variables
Muestra	Tres expertos en estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá

Fuente: elaboración propia, 2019

El método que se aplicó en la I fase es el de observación indirecta, pues se solicitó a la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de Confecámaras los indicadores parámetro para la elaboración del estudio, posterior a ello se procedió a concluir que las fuentes consultadas se obtuvieron mediante observaciones previamente realizadas por terceros (DNP, DANE, ICFES, MinSalud), es decir se recurrió a fuentes electrónicas elaboradas por estas entidades, donde a través de amplias bases de datos e interfaces se recolectaban los datos requeridos para la elaboración del estudio.

Así mismo se efectuó una observación en equipo, donde cada participante en la elaboración del estudio realizaba diferentes tareas, haciéndose distribución de las fuentes, a fin de ampliar el espectro de búsqueda y recolección de datos.

El método que se aplicó en la II fase del proceso fue el método de aplicación de encuesta a expertos, mediante el cual se obtuvo información primaria por parte de los mismos en la elaboración, revisión y análisis de los estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facativá, obteniendo respuestas congruentes y concretas respecto al último estudio realizado y elaborado por la entidad, se diseñó una encuesta con 11 preguntas estructuradas en función de su respectivo análisis y revisión a modo de retroalimentación evaluativa e investigativa, que permitía determinar la importancia que dicho estudio tiene para la Cámara de Comercio de Facativá en el cumplimiento de su misión y visión, qué factores externos a la misma pueden ser indispensables para el cumplimiento de su planeación estratégica y cómo esta información contenida y sintetizada recrea algunas propuestas estratégicas.

La encuesta fue aplicada por 3 expertos, inherentes a la elaboración, revisión y análisis del estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de Comercio de Facativá, la cual fue

Distribuida físicamente a los encuestados, su análisis se encuentra sintetizado en gráficas estadísticas y análisis de las respuestas obtenidas.

Fase 1 se elabora la encuesta a fin de determinar qué importancia tienen los estudios socioeconómicos para la Cámara de Comercio de Facatativá, independientemente que sea una obligación delegada por el Gobierno Nacional en los artículos 86 numeral 2 del Código del Comercio, 4 numeral 2 del Decreto 2042 de 2014 y 2.2.2.38.1.4 numeral 2 del Decreto 1074 de 2015, qué relevancia tienen la información en el contenida y para qué sirve su aplicación.

Fase 2 se diseñó una encuesta con 11 preguntas de las cuales, la pregunta número 1 era abierta y las restantes eran preguntas cerradas con opción de múltiple respuesta, a fin de ahondar en aspectos que se tuvieron y no se tuvieron en cuenta en el estudio, por disposición de tiempo de los encuestados solamente se realizó una ronda de preguntas que permitieron tener un conocimiento más concreto de los objetivos que se pretendían alcanzar con el instrumento.

Fase 3 la selección de expertos se hizo en función del cargo que desempeñan en la organización y las funciones que les son delegadas para el cumplimiento de dicho cargo, se contó con la participación del director de la dirección de Promoción y Desarrollo, el coordinador de Planeación Institucional y la profesional delegada por Dirección institucional para el apoyo en la elaboración del estudio.

Fase 4 para el análisis de las respuestas se aplicaron las herramientas de estadística descriptiva; como el diseño de gráficos que sintetizaban la información recolectada y presentaban el porcentaje de respuestas y número de encuestas respondidas.

5. Resultados

5.1 Solicitud de indicadores

Tabla 2 Solicitud de envío de indicadores para la elaboración del estudio

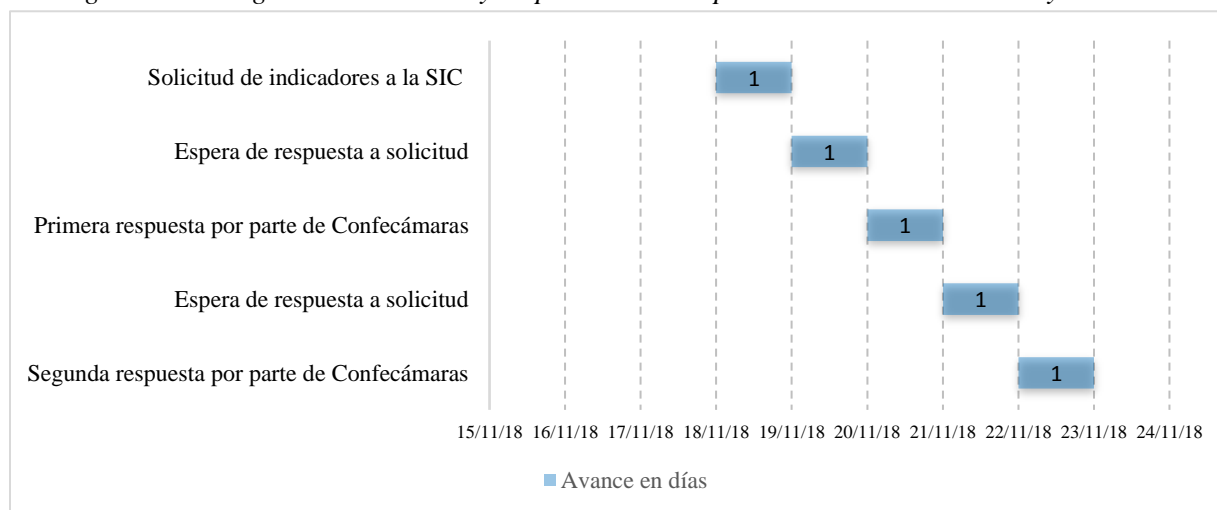
Actividad	Descripción
Solicitud de los indicadores	Durante la cuarta semana del mes de noviembre, vía correo electrónico, se solicitó a la persona encargada de competitividad y cooperación de Confecámaras, el envío de los indicadores requeridos y necesarios para la elaboración del estudio, dado que esta es la entidad intermediaria entre la Superintendencia y las Cámaras de Comercio del país, de esta manera Confecámaras contiene toda la información descentralizada por la Superintendencia
Primera respuesta a solicitud	<p>La persona encargada en un primer momento comunicó que el despacho Superintendencia de Industria y Comercio había presentado un cambio de superintendente y hasta el momento no se tenía conocimiento de si él seguía la línea de parámetros que se habían manejado con los estudios socioeconómicos del año 2017 o serían cambiados en los próximos días</p> <p>Así mismo, se informó que en el transcurso de la semana se comunicarían con el despacho superintendencia para tener conocimiento de lo que se debía proceder a hacer y en el momento de tener alguna respuesta, se comunicaría con la Cámara de Comercio de Facatativá</p>
Segunda respuesta a solicitud	La persona encargada de Confecámaras se comunicó con el coordinador de Planeación Institucional informándole que, la Superintendencia de Industria y Comercio tomó la decisión de no presentar cambios en los indicadores y parámetros para la elaboración del estudio, por tanto se dictó la pauta de seguir trabajando sobre los recibidos vía correo electrónico en el mes de octubre del año 2017
Respuesta del área de Planeación Institucional	El coordinador de Planeación Institucional informó acerca del reporte entregado por Confecámaras y envía a los correos electrónicos del equipo de investigación interdisciplinar los indicadores necesarios que se tenían dispuestos del estudio socioeconómico anterior para empezar la elaboración del estudio

Fuente: elaboración propia, 2019

La tabla anterior evidencia el proceso relativo que se llevó a cabo durante la fase anterior a la estructuración del estudio, por medio del cual se obtuvo la información completa, necesaria y

apropiada para elaborar sistemáticamente el mismo. Esta indica cuales fueron las sucintas actividades que se ejecutaron durante la penúltima semana del mes de noviembre de 2018, como un avance metodológico que permitía a la Cámara de Comercio de Facatativá, conocer y entender que indicadores regionales eran esenciales para un óptimo análisis, de manera que teniendo en cuenta cada uno de estos, juntamente con el análisis del comportamiento empresarial y registral que reporta la cámara, se logre determinar en el futuro inmediato las estrategias correctivas que encausen a la región a un grado de competitividad y desarrollo potencialmente alto, de acuerdo con la estipulación gubernamental del artículo 4 numeral 2 del Decreto 2042 de 2014 y el Decreto 1074 de 2015 en su artículo 2.2.2.38.1.4.

Figura 1 Cronograma de solicitud y respuesta de la Superintendencia de Industria y Comercio



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

El gráfico evidencia el avance en días que se tuvo durante la penúltima semana del mes de noviembre de 2018, en función de las actividades de solicitud y respuesta por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio a través de Confecámaras, como lo infiere el gráfico, cada una de las actividades tomo en promedio un día, desde el 18 de noviembre hasta el 22 del mismo, comprendiendo así el proceso toda una semana de acuerdo con las descripciones indicadas en la Tabla 2.

5.2 Caracterización

Posteriormente a la solicitud de los indicadores, se procedió a la búsqueda de datos a través de las fuentes ya mencionadas y a la tabulación y diseño de gráficas, como herramientas estadísticas que permitían sintetizar la información recolectada y de manera dinámica exponerla en el estudio.

5.2.1 Demografía.

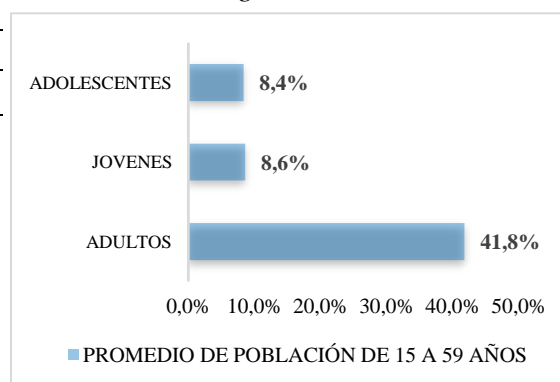
La tabla 3 contiene porcentualmente el indicador de contextualización económica denominado “población por cohorte de edad”, solicitado y emitido directamente por la Superintendencia de Industria y Comercio. La tabla evidencia la estructuración y segregación de la población por tres esenciales cohortes de edad para la CCF: los adultos (25 y 59 años de edad), los jóvenes (20 y 24 años de edad) y los adolescentes (15 y 19 años de edad), cifras estadísticas promedio, que del mismo modo se encuentran distribuidas entre las 6 provincias cundinamarquesas que hacen parte de la jurisdicción de la CCF, esto como un producto de la búsqueda y el acceso a una fuente virtual - gubernamental (Departamento Nacional de Planeación [DNP]), la cual en sus fichas territoriales describe detalladamente dicho indicador.

Tabla 3 *Población jurisdiccional promedio entre los 15 y 59 años*

Provincia	Población			
	adultos	jóvenes	adolescentes	total
Rionegro	41%	9%	8%	57.24%
Sabana de Occidente	45%	9%	9%	62.82%
Tequendama	42%	9%	8%	58.51%
Bajo Magdalena	41%	8%	8%	57.00%
Gualivá	40%	9%	8%	57.05%
Magdalena Centro	42%	9%	9%	59.60%
Total	41.76%	8.60%	8.35%	58.70%

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 2 *Promedio total de población por rangos de edad*

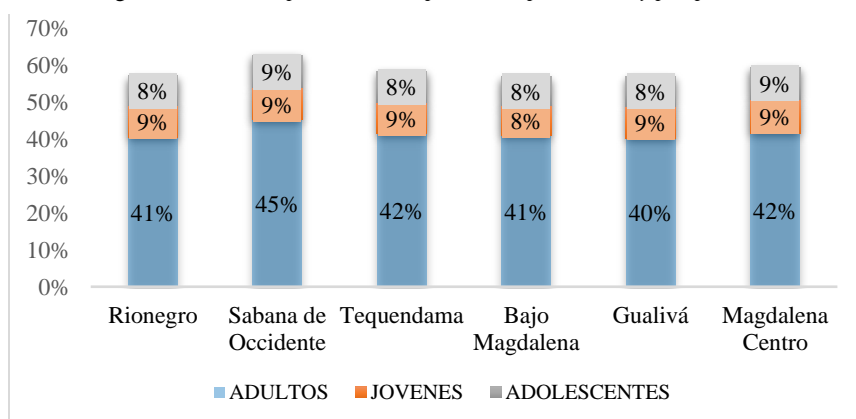


Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

De conformidad con la tabla y la gráfica se considera que aproximadamente el 50% de la población jurisdiccional de la Cámara de Comercio de Facatativá, presenta unas de las condiciones básicas, ya sea para conseguir empleo o para emprender una idea de negocio, los requerimientos están ligados directamente con la edad que presentan los habitantes de la región desde los 20 hasta los 59 años. En promedio el 41.5% y el 41.8% de la población se considera debería estar inmersa profesional u ocupacionalmente en el mercado laboral regional, basados en los siguientes supuestos; a) alrededor de 291.422 habitantes culminaron los niveles de escolaridad primaria, básica – media e inclusive el universitario (profesional); b) en promedio 348.591 habitantes ya cumplieron la mayoría de edad, por lo tanto, pasaron legal, comercial y civilmente a ser individuos independientes con capacidad para firmar contratos, liderar emprendimientos y casarse, poseen capacidad económica desarraigada de la manutención parental que se goza hasta antes de los 18 años de edad.

Se hace mención de los individuos entre los 15 – 19 años de edad (adolescentes) debido a que, en el mediano y largo plazo, en promedio el mercado laboral sumará a ese 50% de mano de obra ya mencionada, entre un 8% y 8.4% de nuevos oferentes o de nuevos emprendimientos, pues dentro del rango se hallan individuos mayores de edad e individuos que en menos de tres años finalizarán sus estudios secundarios y cumplirán la mayoría de edad.

Figura 3 Promedio porcentual de población por edades y por provincias



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

En promedio con un 41.8% la jurisdicción cuenta entre las seis (6) diferentes provincias con un comportamiento demográfico de edad adulta similar, siendo la provincia de Sabana de Occidente la que mayor número de población adulta acumula, seguida de las provincias de Tequendama y Magdalena Centro, en tercer lugar, con promedios iguales, siguen las provincias de Rionegro y Bajo Magdalena, acumulando un número inferior de población adulta la provincia de Gualivá.

Mientras que la población entre adolescentes y jóvenes suma en promedio un 17%, las provincias de Sabana de Occidente y Magdalena Centro son las que acumulan mayor cantidad de habitantes entre los 15 a los 24 años, seguidas de las provincias de Rionegro, Tequendama y Gualivá y finalmente la provincia de Bajo Magdalena.

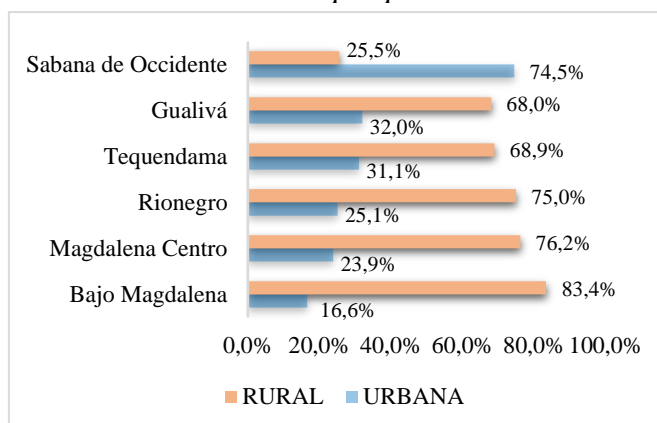
La tabla 4 se consolidó como la respuesta a otros indicadores de contextualización económica denominados: “población por cabecera” y “población resto”, este último definido como “población rural”, también emitidos por la SIC, mediante la cual se estructuró y distribuyó porcentualmente la población, tanto por zona residencial, como por provincia, en esta se observa numéricamente, un crecimiento inversamente proporcional de la población residencial, en el cual aparentemente las provincias que geográficamente están más distantes de la sede de la CCF y sus respectivos municipios, son aquellas con una alta prominencia de población rural, mientras que las provincias con municipios más cercanos a esta, son aquellos que evidencian un alto asentamiento de población urbana.

Tabla 4
Promedio porcentual de distribución residencial por provincia

Provincia	Población	
	urbana	Rural
Bajo Magdalena	16.6%	83.4%
Magdalena Centro	23.9%	76.2%
Rionegro	25.1%	75.0%
Tequendama	31.1%	68.9%
Gualivá	32.0%	68.0%
Sabana de Occidente	74.5%	25.5%

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 4 *Promedio porcentual de distribución residencial por provincia*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Así mismo se analiza la distribución de la población en zonas rurales y urbanas como potencial de localización demográfica. De acuerdo con la gráfica anterior se infiere, que existe una alta concentración de población rural en cinco de las seis provincias que conforman la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Comercio de Facatativá. La provincia del Bajo Magdalena aglomera en promedio más de las $\frac{3}{4}$ partes de toda su población en áreas rurales, misma tendencia se presenta en las provincias de Magdalena Centro y Rionegro, en Gualivá y Tequendama es donde la concentración rural sobrepasa en promedio a la mitad de la población total, mientras que la tendencia se revierte en la provincia de Sabana de Occidente, donde la concentración urbana es en promedio, aproximadamente 3 veces la población rural.

Sin embargo, se precisa que la cantidad de habitantes en el casco urbano en toda la jurisdicción, es mayor que la cantidad de habitantes en zonas rurales, debido a que Sabana de Occidente concentra alrededor de 443.850 habitantes, es decir el 64% de la población total de la jurisdicción, donde solamente la población urbana es en promedio de 330.668 habitantes, cantidad que por sí sola es mayor que la población total sumada de las otras 5 provincias.

5.2.2 Educación.

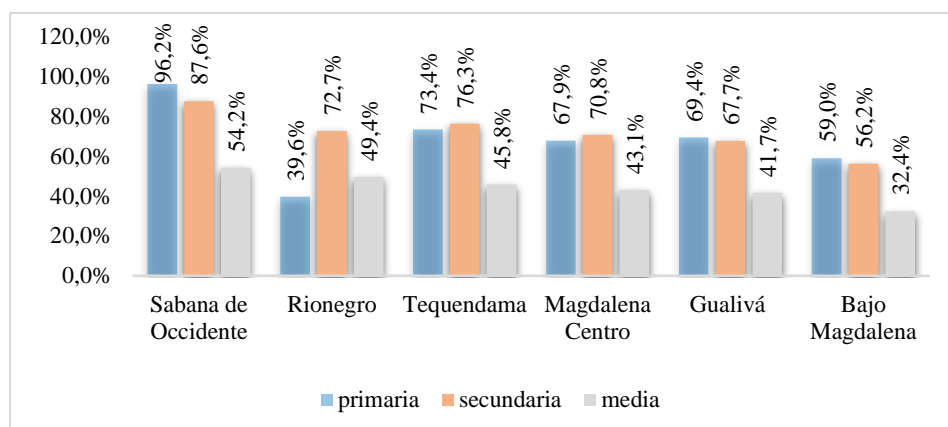
La tabla 5, se presentó como la respuesta al indicador designado “cobertura neta en educación” como una adaptación propia de la CCF a uno de los indicadores emitidos por la SIC, por medio de la cual se llegaron a discriminar los resultados porcentuales, en función de la cobertura neta en educación en los grados de escolaridad primaria, secundaria y media, en cada una de las respectivas provincias que consolidan la jurisdicción de la CCF, evidenciándose un mayor promedio de cobertura en las etapas escolares de primaria y secundaria y una porcentualmente inferior a la media, para los últimos grados del bachillerato.

Tabla 5
Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia

Provincia	Cobertura		
	primaria	secundaria	media
Rionegro	39.6%	72.7%	49.4%
Sabana de Occidente	96.2%	87.6%	54.2%
Tequendama	73.4%	76.3%	45.8%
Bajo Magdalena	59.0%	56.2%	32.4%
Gualivá	69.3%	67.7%	41.7%
Magdalena Centro	67.9%	70.8%	43.1%
Total	67.58%	71.87%	44.44%

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 5 Promedio porcentual de cobertura neta en educación por provincia



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

La educación es otra variable importante dentro del estudio así y de acuerdo con la gráfica, se evidencia que la provincia de Sabana de Occidente es la que mayor cobertura neta en educación presenta para los infantes de 6-9 años de edad, seguida de la provincia de Tequendama la cual se encuentra en promedio un 22.75% por debajo de la cobertura que presenta Sabana de Occidente para primaria, Gualivá y Magdalena Centro, presentan coberturas netas similares, mientras que Rionegro evidencia que menos de la mitad de la población infantil entre los 6 – 9 años se encuentra cursando sus grados primarios.

De igual forma el patrón se repite en Sabana Occidente y la provincia del Tequendama donde la cobertura neta en secundaria es predominantemente alta y más de las $\frac{3}{4}$ partes de los preadolescentes de estas dos regiones asiste y cursa sus estudios secundarios, mientras que Rionegro revierte la tendencia y se amplía la cobertura de estudiantes entre los 10 y 14 años de edad, Magdalena Centro logra mantener una tendencia creciente de cobertura para este rango de edad, mientras que la provincia de Bajo Magdalena evidencia que un poco más de la mitad de individuos en esta etapa cursa los grados de sexto a noveno.

Finalmente, la provincia de Sabana de Occidente marca la tendencia en cobertura neta para la educación media, sin embargo, la cobertura es inferior a la que se presenta en los otros grados de escolaridad, Rionegro observa que aproximadamente la mitad de la población adolescente cursa los grados décimo y undécimo, mientras que Tequendama, Magdalena Centro y Gualivá presentan promedios similares cercanos al 50%, y el Bajo Magdalena infiere que un poco más de la $\frac{1}{4}$ parte de la población entre los 15 y 17 años de edad cursa los dos últimos cursos del bachillerato.

Resulta evidente que la cobertura es amplia entre primaria y secundaria, pero se reduce en promedio entre un 20% y 30% en la transición de secundaria a media en toda la jurisdicción, donde en 5 de las seis provincias menos de la mitad de los habitantes entre los 15 y 17 años cursa los grados décimo y undécimo. Siendo Sabana de Occidente y Tequendama las provincias donde más individuos asisten y cursan su etapa escolar primaria y bachillerato.

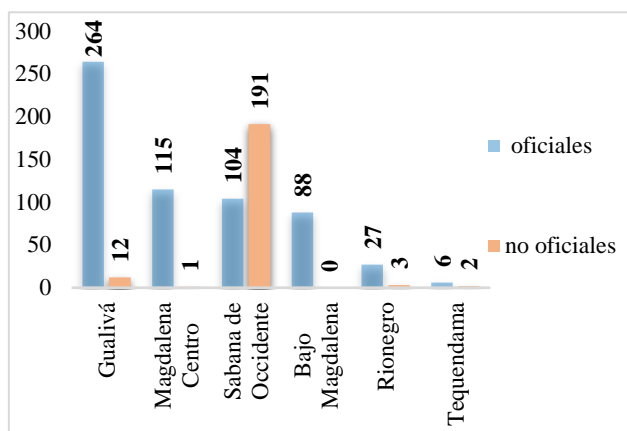
La tabla 6 contiene en detalle la distribución del indicador denominado “colegios por provincia”, en la cual se discriminaron la cantidad de colegios oficiales y no oficiales, que se encuentran distribuidos en cada una de las 6 provincias de la jurisdicción, esto como un resultado de la búsqueda y acceso a una fuente secundaria virtual – gubernamental (Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior [ICFES]), la cual consolida las bases de datos de los colegios a nivel nacional.

Tabla 6
Distribución de colegios por provincia

Provincia	Colegios	
	oficiales	no oficiales
Gualivá	264	12
Magdalena Centro	115	1
Sabana de Occidente	104	191
Bajo Magdalena	88	0
Rionegro	27	3
Tequendama	6	2
Total	604	209

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 6 Distribución de colegios por provincia



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Así mismo, la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Facatativá, cuenta con un total de 813 planteles educativos, entre instituciones oficiales y no oficiales, siendo Gualivá la provincia que posee mayor cantidad de colegios oficiales, mientras que la provincia de Sabana de Occidente es la que más alberga instituciones educativas no oficiales, en comparación con las cinco provincias restantes, en tanto que la provincia de Tequendama con la participación de los municipios de Anolaima y Cachipay es la que menos instituciones contiene en la jurisdicción.

5.2.3 Salud.

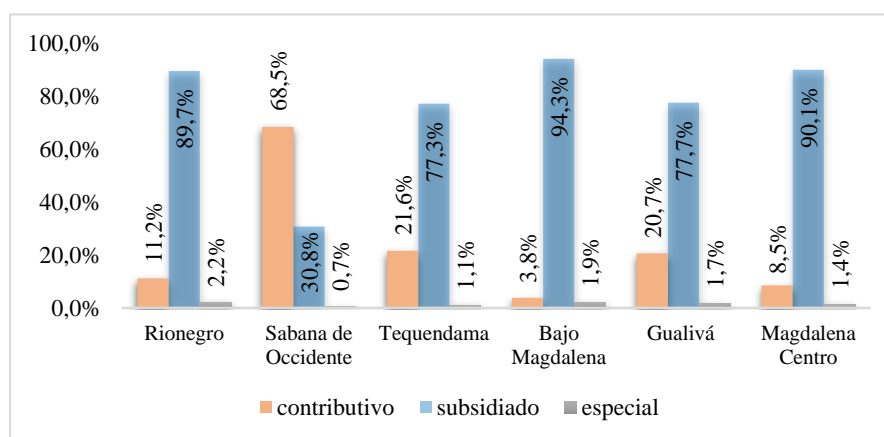
La tabla 7 se consolida como una complementación al tema de salud, emitido por la SIC, a través de su indicador “Número de hospitales”. Esta se estructuró en función de los tres diferentes regímenes de salud; contributivo, subsidiado y especial, de los cuales dispone y aporta la población jurisdiccional en cada una de las 6 provincias de la CCF, evidenciándose que existe un porcentaje dominante de afiliación jurisdiccional en el régimen subsidiado, un porcentaje reducido de afiliación en el régimen contributivo y uno minúsculo al especial, esto como producto del acceso y búsqueda en las fichas territoriales del DNP.

Tabla 7
Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia

Provincia	Régimen		
	contributivo	subsidiado	especial
Rionegro	11.2%	89.7%	2.2%
Sabana de Occidente	68.5%	30.8%	0.7%
Tequendama	21.6%	77.3%	1.1%
Bajo Magdalena	3.8%	94.3%	1.9%
Gualivá	20.7%	77.7%	1.7%
Magdalena Centro	8.5%	90.1%	1.4%
Total	22.4%	76.6%	1.5%

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 7 Distribución promedio porcentual de régimen en salud por provincia



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

En Colombia a partir de la ley 100 de 1993, se estableció un Sistema General de Seguridad Social en Salud, el cual cobija a todos los habitantes del territorio nacional independientemente de cualquier factor que incida a la discriminación, dicho sistema incluye un conjunto de principios, instituciones y participantes que deberán someterse a la presente Ley, una

de los conceptos relevantes dentro del sistema son los régimen contributivo y régimen subsidiado que segregan a la población de acuerdo a unas características distintivas.

De conformidad con la gráfica se infiere que en las provincias de Bajo Magdalena, Magdalena Centro, Rionegro, Gualivá y Tequendama existe una gran concentración de población afiliada al régimen subsidiado, mientras que en la provincia de Sabana Occidente la tendencia se revierte debido a que más de la mitad de la población provincial se encuentra afiliada al régimen contributivo.

Al analizar los datos contenidos en la gráfica se pueden inferir la siguiente información:

a) más de las $\frac{3}{4}$ partes de la población total de las provincias descritas, excepto Sabana de Occidente no se encuentran vinculadas contractualmente en el mercado laboral y probablemente sus actividades laborales están relacionadas con actividades informales, b) incluyendo a la población de Sabana de Occidente, en promedio 348.704 personas del total de la jurisdicción presentan esta condición; c) esa misma cantidad de personas presentan condiciones de pobreza y vulnerabilidad; d) de los 443.850 habitantes de Sabana de Occidente en promedio 304.037 personas contribuyen monetariamente al sistema de salud, ya sea porque cuentan con contratos formales de trabajo, son independientes con capacidad de pago o son pensionados, por ende se deduce que hay una alta concentración de empresas y emprendimientos en la provincia.

Sin embargo, como la cantidad de habitantes en cada provincia varía considerablemente, tan solo la mitad de la población jurisdiccional pertenecen al régimen subsidiado mientras que la otra mitad de la población se encuentra afiliada al régimen contributivo y especial, esto debido a la gran concentración de habitantes que existe en la provincia de Sabana de Occidente.

La tabla 8 se expone como el resultado al indicador “Número de hospitales” manifestado por la SIC. La cual se estructuró mediante la segregación de las IPS, en públicas y privadas de

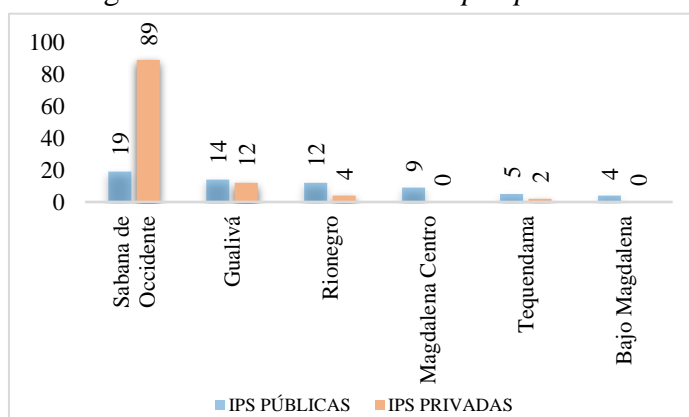
las que gozan los habitantes de cada una de las respectivas provincias mencionadas en la tabla, evidenciándose una prominencia en la presencia de instituciones públicas, frente a las privadas en las cuales se incluyen (centros médicos, consultorios odontológicos y ópticas), esto como una derivación de la búsqueda y el acceso a una fuente secundaria gubernamental (Directorio de IPS del Ministerio de Salud y Protección Social).

Tabla 8
Distribución de IPS por provincia

Provincia	IPS	
	pública	privada
Sabana de Occidente	19	89
Tequendama	5	2
Bajo Magdalena	4	0
Gualivá	14	12
Magdalena Centro	9	0
Rionegro	12	4
Total	63	27

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 8 *Distribución de IPS por provincia*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

De acuerdo con la información contenida en la gráfica se observa que la provincia de Sabana de Occidente es la que mayor cantidad de Instituciones Prestadoras de Salud contiene en comparación con las demás provincias analizadas, mientras que la provincia del Bajo Magdalena se beneficia con una cantidad restringida comparándola con el número de IPS con las que cuentan las otras cinco provincias, así mismo se evidencia que todas gozan de la participación de IPS públicas, pero no de IPS privadas en la misma proporción, a excepción de Sabana de Occidente que cuenta con una cantidad 5 veces superior a la presencia de IPS públicas y de Gualivá donde la presencia de ambas es equiparable.

5.2.4 Seguridad.

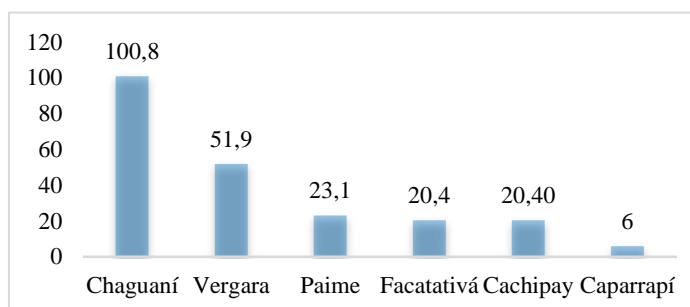
La tabla 9 revela el resultado del indicador denominado “Número de homicidios” expedido por la SIC. Esta se estructuró en función del municipio que por provincia presentaba la tasa más alta de homicidios por cada 100.000 habitantes, esta como resultado de la búsqueda y acceso a la página virtual y las fichas territoriales del DNP.

Tabla 9
Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta

Provincia	municipio	Tasa
Magdalena Centro	Chaguaní	100,8
Gualivá	Vergara	51,9
Rionegro	Paimé	23,1
Sabana de Occidente	Facatativá	20,4
Tequendama	Cachipay	20,4
Bajo Magdalena	Caparrapí	6

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia,

Figura 9 *Municipios por provincia con tasa de homicidios más alta*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Chaguaní de todos los municipios analizados es el municipio donde más se presentan homicidios por cada 100.000 habitantes siendo esta tasa 1,9421 veces aproximadamente la que se presenta en Vergara, 4,3636 veces la de Paimé, 5 veces la de Facatativá y Cachipay y 17 veces la que se presenta en Cachipay.

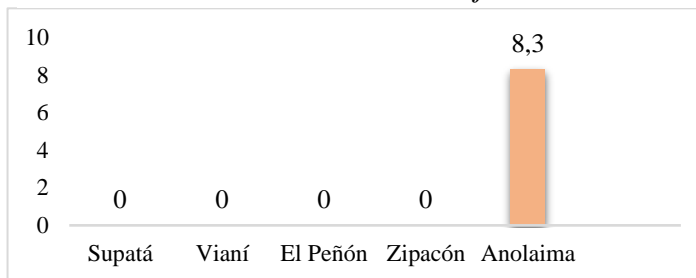
La tabla 10 revela el resultado del indicador denominado “Número de homicidios” expedido por la SIC. Esta se estructuró en función del municipio que por provincia presentaba la tasa más baja de homicidios por cada 100.000 habitantes, esta como resultado de la búsqueda y acceso a la página virtual y las fichas territoriales del DNP.

Tabla 10
Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja

Provincia	municipio	tasa
Gualivá	Supatá	0
Magdalena Centro	Vianí	0
Rionegro	El Peñón	0
Sabana de Occidente	Zipacón	0
Tequendama	Anolaima	8,3

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 10 *Municipios por provincia con tasa de homicidios más baja*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Anolaima a pesar de ser uno de los municipios con las tasas de homicidios más bajas por cada 100.000 habitantes en comparación con los municipios que se observan en la gráfica presenta una tasa alta pues los demás presentan tasas nulas.

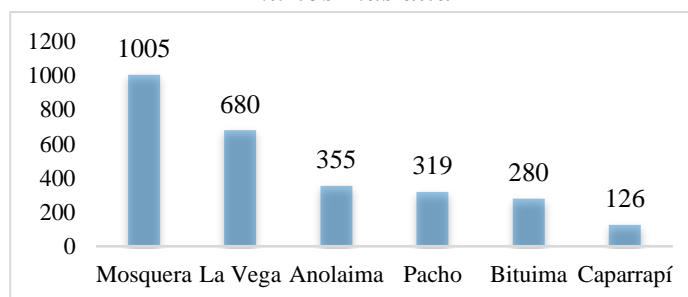
La tabla 11 revela el resultado del indicador denominado “Número de hurtos” como un complemento de los indicadores anteriormente mencionados y expedidos por la SIC. Esta se estructuró en función del municipio que por provincia presentaba la tasa más alta de hurtos por cada 100.000 habitantes, esta como resultado de la búsqueda y acceso a la página virtual y las fichas territoriales del DNP.

Tabla 11
Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta

Provincia	municipio	tasa
Sabana de Occidente	Mosquera	1005
Gualivá	La Vega	680
Tequendama	Anolaima	355
Rionegro	Pacho	319
Magdalena Centro	Bituima	280
Bajo Magdalena	Caparrapí	126

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 11 *Municipios por provincia con tasa de hurtos más alta*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Mosquera de todos los municipios analizados es el municipio donde más se presentan hurtos por cada 100.000 habitantes siendo esta tasa 1,4779 veces la que se presenta en La Vega, 2,8309 veces la de Anolaima, 3,1504 veces la de Pacho y 7,976 veces la que se presenta en Caparrapí.

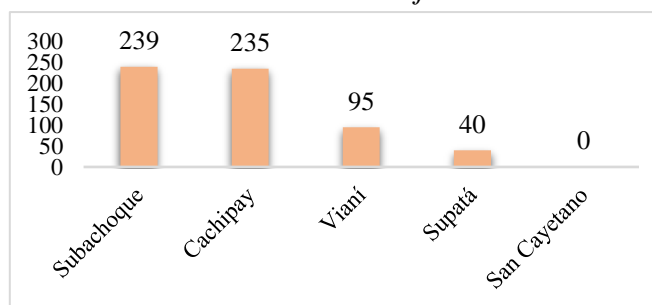
La tabla 12 revela el resultado del indicador denominado “Número de hurtos” como un complemento de los indicadores anteriormente mencionados y expedidos por la SIC. Esta se estructuró en función del municipio que por provincia presenta la tasa más baja de hurtos por cada 100.000 habitantes, esta como resultado de la búsqueda y acceso a la página virtual y las fichas territoriales del DNP.

Tabla 12
Municipios por provincia con tasa de hurtos más baja

Provincia	municipio	tasa
Sabana de Occidente	Subachoque	239
Tequendama	Cachipay	235
Magdalena Centro	Vianí	95
Gualivá	Supatá	40
Rionegro	San Cayetano	0

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

Figura 12 *Municipios por provincia con tasa de hurtos más baja*



Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

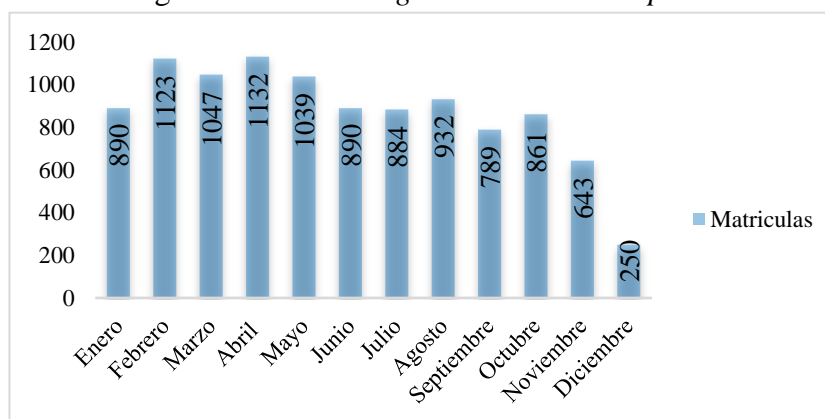
Subachoque y Cachipay en promedio presentan tasas de hurtos similares (237) por cada 100.000 habitantes siendo esta 2,4947 veces mayor que la de Vianí y 5,925 veces mayor que la de Supatá, sin embargo, por cada provincia son los municipios con menores tasas de hurto.

Supatá y Vianí respecto a tasas de homicidios y de hurtos por cada 100.000 son los únicos municipios donde ambas tasas son bajas respecto de los demás municipios analizados.

5.2.5 Registro mercantil.

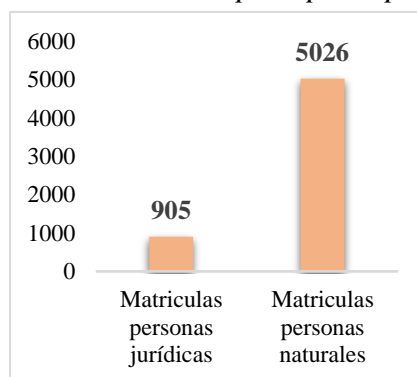
A continuación, se evidencia la información de registro mercantil proveniente de la Cámara de Comercio de Facatativá durante el año 2018.

Figura 13 *Nuevos registros mercantiles por mes*



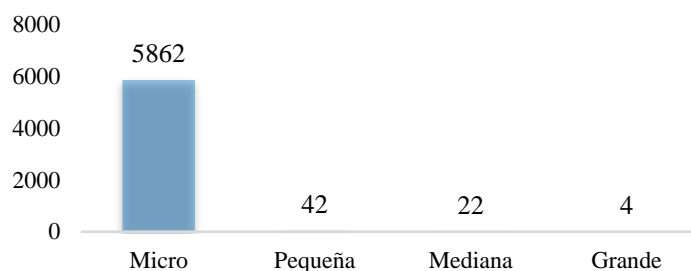
Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

La figura 13 evidencia que durante el año 2018 la Cámara de Comercio de Facatativá registro un total de 10.500 nuevos registros mercantiles, siendo los meses de febrero a mayo los meses con una cantidad de registro superior al de los demás meses en comparación, dado que la tendencia excede los 1.000 registros por mes, mientras que esta empieza a variar en promedio en 874 registros en los meses de junio a septiembre y así disminuye progresivamente por debajo de los 900 registros en los meses de octubre, noviembre y diciembre, obteniendo en promedio una variación trimestral de -0,49 respecto al tercer trimestre del año.

Figura 14 *Matriculas por tipo de persona*

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

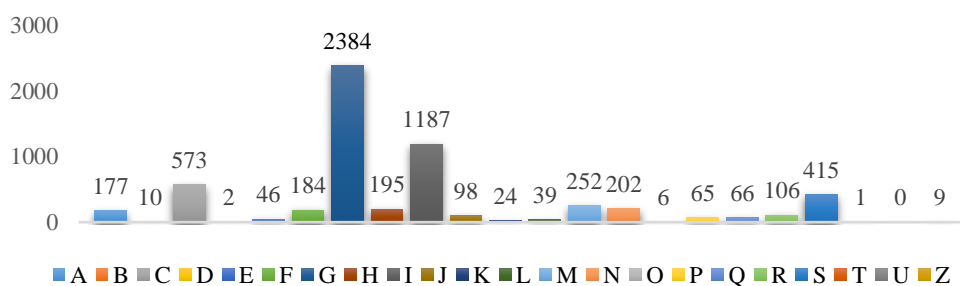
La figura 14 muestra como a lo largo del año 2018 la Cámara de Comercio de Facatativá registro a 5.026 nuevas personas naturales en su base de datos, cuyos registros representaron el 47,9% del total de nuevos registros mercantiles durante ese año, pero existió una tendencia de registro diferente en personas jurídicas ya que solo se reportó el nuevo registro de 905 unidades económicas de tipo jurídico, quienes únicamente participaron en un 8,6% del total de nuevos registros mercantiles del 2018, así las matrículas nuevas para personas naturales superan en 5,5 veces a las de personas jurídicas.

Figura 15 *Nuevos registros mercantiles por tamaño de empresa*

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2018

La figura 15 evidencia que, a sí mismo la Cámara de Comercio de Facatativá registro 5.931 unidades económicas en función del tamaño de acuerdo con los activos de cada una de ellas, donde las microempresas fueron las protagonistas, pues de los 10.500 nuevos registros estas participaron en un 55,8%, es decir más de la mitad del nuevo registro de la Cámara lo lideró este tipo de empresas, mientras que el nuevo registro de las pequeñas, medianas y grandes empresas respecto del de las microempresas fue casi nulo ya que sus participaciones registrales fueron tan solo de 0,4%, 0,2% y 0,03% respectivamente, así los nuevos registros de microempresas superaron en 86 veces a las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Figura 16 *Nuevos registros mercantiles por actividad económica*

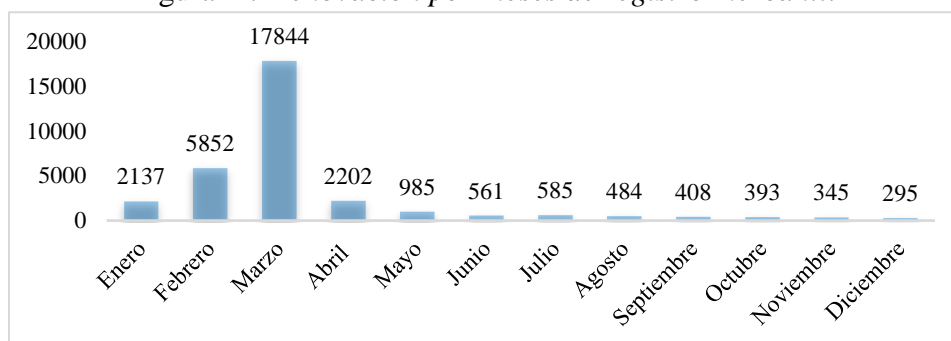


Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá, 2018

La figura 16 infiere que la Cámara de Comercio de Facatativá durante el año 2018 reporto 6.041 registros nuevos en función de las actividades económicas discriminadas en el código CIIU entre diferente tipos de personas y empresas, donde el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas (G) es la actividad económica de mayor prominencia en la jurisdicción participando en un 22,7% del total del registro mercantil y en un 39,46% en el registro de acuerdo con la actividad, seguida de las actividades de alojamiento y servicios de comida (I) y las industrias manufactureras (C) las cuales participan en un 11,3% y 5,45% en el total, del nuevo registro mercantil, mientras que actividades como

organizaciones y entidades extraterritoriales (U), hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio (T) y suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (D) participaron del nuevo registro total entre un 0% y 0,01%.

Figura 17 *Renovación por meses de registro mercantil*



Fuente: *Cámara de Comercio de Facatativá, 2018*

La figura 17 evidencia que durante el año 2018 la Cámara reportó una renovación de 32.091 registros mercantiles, observándose que fue en marzo donde mayor cantidad de renovaciones se hicieron, con una participación del 55,6%, es decir más de la mitad de las renovaciones se hicieron en dicho mes y principalmente en el primer cuatrimestre del año, mientras que la tendencia de renovación de matrícula mercantil se redujo progresivamente entre los meses de mayo a diciembre.

5.3 Encuesta

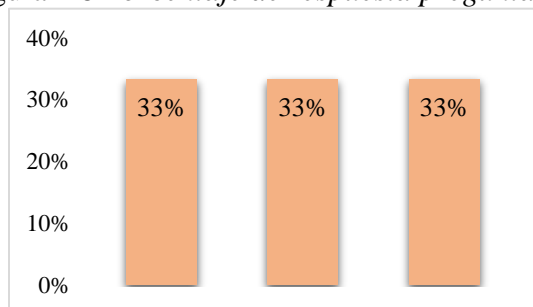
Finalmente se exponen los resultados de la encuesta aplicada a una muestra de tres expertos de la Cámara de Comercio de Facatativá en la elaboración, revisión y análisis del estudio socioeconómico.

Preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es la importancia que tiene para las Cámaras de Comercio elaborar estudios socioeconómicos independientemente de que sea una función delegada por el Gobierno

Nacional en el artículo; 2.2.2.38.1.4 del Decreto 1074 de 2015?

Figura 18 *Porcentaje de respuesta pregunta N.1*



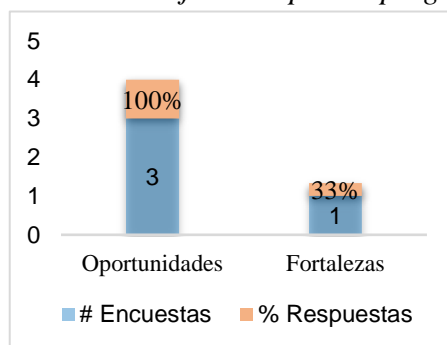
Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

De acuerdo con la encuesta, la muestra analizada considera que los estudios socioeconómicos de la Cámara de Comercio de Facatativá más que una obligación gubernamental, son instrumentos importantes que les permiten recrear proyectos, programas, actividades y estrategias que contribuyan al desarrollo social y económico de la región del noroccidente cundinamarqués. Así mismo se considera la aplicación de los resultados de forma que se amplié la cobertura de la CCF en cuanto a vocación de su demografía.

Así, si en efecto, se elabora el estudio, se analiza el entorno y en función de estas dos acciones, los directivos y estrategias de la Cámara de Comercio de Facatativá, formulan o reformulan un conjunto de proyectos y planes de acción, haciendo un uso eficiente de sus recursos humanos, financieros y materiales, evidentemente el impacto en su misión, visión y objetivos va a ser positivo, en la medida que, el primer paso para la puesta en marcha de estrategias efectivas, es la recolección de todo un conjunto de información externa e interna de la organización que permita identificar factores claves y en función de ello poder diseñar estrategias contundentes y efectivas. De modo que la CCF en el mediano plazo logre cumplir con su propósito misional, promoviendo y fortaleciendo tanto la competitividad como el desarrollo de la región.

2. De acuerdo con el estudio socioeconómico cameral 2018, su análisis y revisión ¿cuál o cuáles de los cuadrantes de la matriz DOFA señalaría como figuras principales en el contexto de la jurisdicción?

Figura 19 *Porcentaje de respuesta pregunta N.2*



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia,

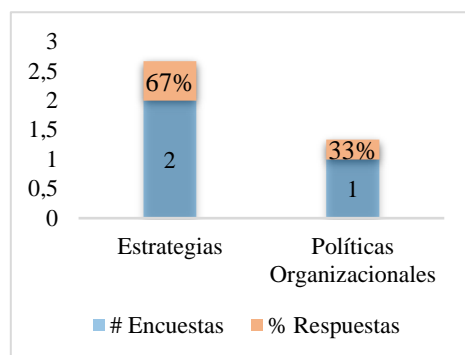
De acuerdo con la gráfica el 100% de la muestra encuestada considera que el panorama descrito en el estudio socioeconómico evidencia oportunidades para la Cámara de Comercio de Facatativá, sin embargo, un 33% en su respuesta considera, no solamente se presentan oportunidades en la región en función de variables como la población, la educación, la salud y la justicia, si no que de conformidad con los resultados de gestión también se hallan fortalezas en la Cámara de Comercio de Facatativá.

La muestra encuestada determinó que el análisis del entorno es satisfactorio, sin embargo, no solo basta con contemplar las oportunidades que se presentan, sino que es indispensable considerar que factores del entorno plantean obstáculos para la Cámara de Comercio y así mismo identificar cuáles son las fortalezas y debilidades que como organización se poseen y de esta manera construir una de las herramientas básicas de análisis, combinando cada uno de sus cuadrantes y en función de ello, desarrollar estrategias que en primera instancia le ayuden a su

supervivencia, a defenderse y a adaptarse al entorno y finalmente a fortalecer tanto la competitividad empresarial como el desarrollo en la región.

- De acuerdo con su experiencia, los estudios socioeconómicos elaborados, analizados y revisados por usted como Cámara de Comercio contribuyen a la orientación y fortalecimientos de sus:

Figura 20 *Porcentaje de respuesta pregunta N.3*



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

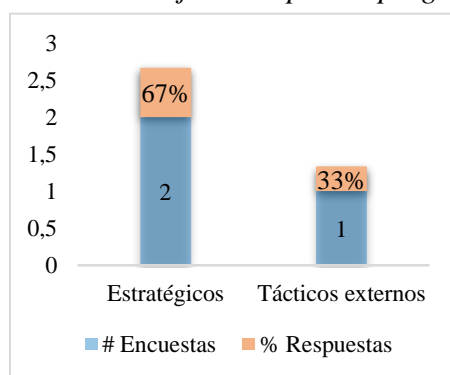
De conformidad con la gráfica el 67% de la muestra encuestada y analizada considera en función de su experiencia, que los estudios socioeconómicos contribuyen a orientar y fortalecer las estrategias que se ejecutarán para el debido cumplimiento de la planeación estratégica de la Cámara de Comercio de Facatativá en un periodo de cuatro años, mientras que la tercera parte piensa que la información recolectada y analizada en los mismos contribuye al mejoramiento de las políticas organizacionales de la misma entidad.

La respuesta evidencia que la experiencia de los directivos de direcciones claves como; Promoción y Desarrollo y Desarrollo Institucional de la Cámara de Comercio de Facatativá en las acciones establecidas en la pregunta, han orientado y fortalecido las diferentes estrategias que esta, como entidad diseña para cumplir su planeación estratégica, es decir que la elaboración del estudio impacta positivamente en el espectro directivo de la organización, permitiéndole poseer

un conocimiento más amplio de la región y un acercamiento objetivo de la realidad circundante, así, al incluirse un conjunto de diversas variables socio económicas, esta entidad no ejecuta sus estrategias de manera aislada, sino que mancomunadamente con entidades público privadas, las lleva a cabo e intenta alcanzar cada vez más su ideal estratégico.

4. De conformidad con su experiencia, en la elaboración, análisis y revisión de los estudios socioeconómicos camerales ¿qué objetivos organizacionales se ven impactados positivamente?

Figura 21 Porcentaje de respuesta pregunta N.4



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facativá, elaboración propia, 2019

De acuerdo con la gráfica el 67% de la muestra encuestada considera de conformidad con su experiencia, que los objetivos organizacionales que se ven afectados positivamente son los 4 objetivos estratégicos [OE] centrales que se definieron en el Plan Estratégico 2017 – 2021, los cuales dirigen las cuatro principales perspectivas del Cuadro de Mando Integral, involucrando las siguientes declaraciones esperadas a largo plazo:

“[OE – 01] Estamos motivados y alineados a la organización, somos capaces y contamos con las herramientas tecnológicas adecuadas” (CCF, s.f.)

“[OE – 02] Nuestros procesos se implementan con excelencia e impulsan la estrategia de la CCF” (CCF, s.f.)

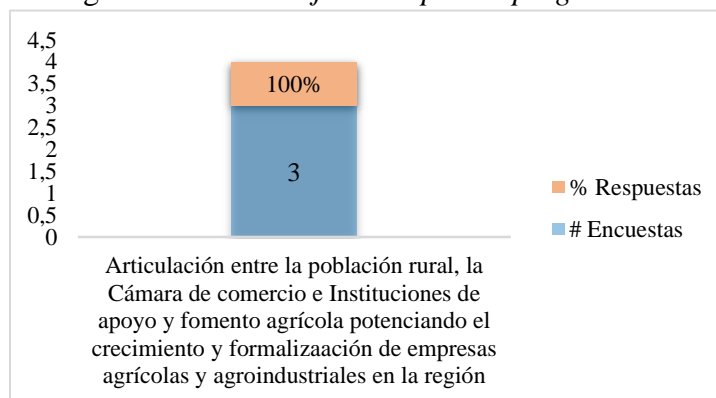
“[OE – 03] Prestamos soluciones integrales, oportunas e innovadoras que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes” (CCF, s.f.)

“[OE – 04] Incrementamos nuestros ingresos en forma sostenible” (CCF, s.f.)

Mientras que el 33% en función de su experiencia cree que el proceso de elaboración, análisis y revisión del estudio socioeconómico, afectara positivamente los objetivos tácticos externos, los cuales orientan las perspectivas de procesos internos y del cliente en el corto y mediano plazo.

5. ¿Qué clase de estrategias puede formular con base en la información que le otorga el estudio socioeconómico 2018 de la Cámara de Comercio de Facatativá para el fortalecimiento de competitividad empresarial y el desarrollo regional?

Figura 22 Porcentaje de respuesta pregunta N.5



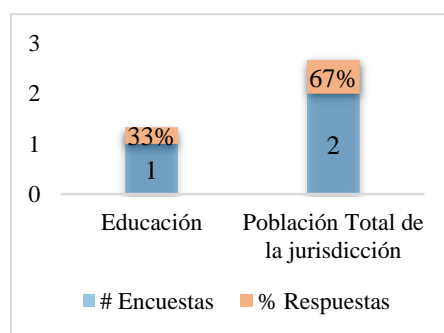
Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

De acuerdo con el estudio, el 100% de los encuestados considera que la estrategia que conviene aplicar para apoyar el fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo regional es una estrategia centrada en la población rural y las posibles actividades agrícolas y agroindustriales que este tipo de población podría llevar a cabo en el corto, mediano y largo plazo con ayuda de la CCF e instituciones de apoyo.

Esta estrategia en una mínima porción, impacta la forma en que la Cámara se proyecta realmente a ser ese medio institucional por el cual la región noroccidental de Cundinamarca se fortalece, se desarrolla y así mismo se vuelve competitiva, pues alrededor de 295.800 personas de la jurisdicción residen en zonas rurales, indicador que, les convierte a algunos en el presente y a otros en el futuro, restando los que en efecto se formalizaron ante la Cámara, en potenciales empresarios agrícolas y agroindustriales, los cuales deben ser estimulados desde la misma entidad con proyectos, capacitaciones, seminarios, y herramientas empresariales, favoreciendo de esta manera el crecimiento en materia empresarial agrícola en cada una de las respectivas provincias que se vinculan a la jurisdicción, provocando lazos entre la organización y el cliente a largo plazo.

6. Para una efectiva gestión del plan estratégico de la Cámara de Comercio y la creación de un entorno óptimo y propicio para el emprendimiento y los negocios, de acuerdo con el estudio socioeconómico cameral 2018 ¿cuál de las siguientes variables considera relevantes para el cometido de estos propósitos?

Figura 23 Porcentaje de respuesta pregunta N.6



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facativá, elaboración propia, 2019

De acuerdo con la gráfica un tercio de la muestra encuestada revela que para la creación de un entorno óptimo y propicio para los negocios y el emprendimiento una variable relevante es

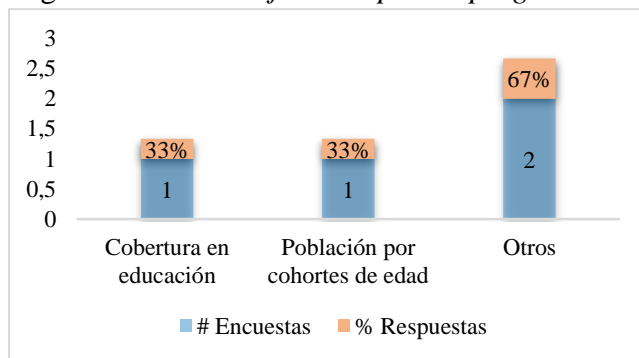
la de educación, en cuanto a sus niveles de cobertura neta en los grados escolares y la cantidad de planteles educativas oficiales y privadas que se encuentran distribuidas en la jurisdicción donde se albergan aproximadamente 800 instituciones, lo cual en conjunto determina un porcentaje de la preparación y cualificación de mano de obra en la región.

Mientras que el 67% de la muestra considera la demografía jurisdiccional como una variable relevante para el cumplimiento de los propósitos, en la medida que se conozca la cantidad de habitantes de acuerdo con su edad y el área de residencia en cualquiera de los municipios pertenecientes a la región.

La relevancia que tiene la cantidad de población y la educación como variables de análisis del entorno para la Cámara de Comercio, es el impacto que provocan estos en el crecimiento empresarial, considerando que entre más personas habiten en la región y más preparadas cognitivamente y operacionalmente se encuentren estas, posiblemente se presenten escenarios que favorezcan a la región; a) que más personas decidan emprender y estructurar sus propias empresas; b) que el crecimiento empresarial regional posibilite oportunidades laborales a los mismos habitantes de la región o c) que esa misma tendencia de crecimiento poblacional y una mayor cobertura en educación cautive a empresarios a extender sus negocios hacia el noroccidente cundinamarqués, posibilitando oportunidades laborales a los habitantes de la región lo que a futuro favorece la creación de un entorno óptimo y propicio para los negocios, de modo bilateral y en respuesta a ello la Cámara de Comercio en función de la información que otorga el estudio, determina que estrategias resultan favorables para mantener la tendencia y con base en ella trabajar por el cumplimiento de su misión.

7. Para el análisis integral del crecimiento empresarial de su jurisdicción ¿a cuál o cuáles de las siguientes variables atribuye una participación relativa de acuerdo con los resultados del estudio socioeconómico cameral 2018?

Figura 24 Porcentaje de respuesta pregunta N. 7



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

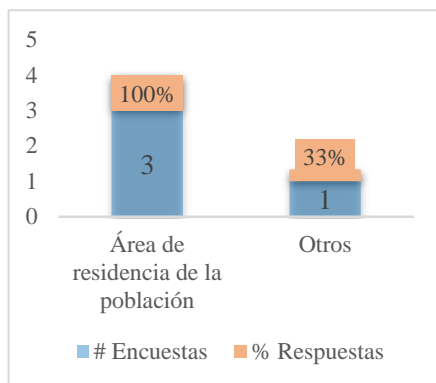
De acuerdo con la gráfica, para analizar el crecimiento empresarial en la jurisdicción en función de variables externas a las organizaciones, un tercio de la muestra encuestada destaca la cobertura en educación como una variable importante para tener en cuenta, otro 33% considera que estimar la población por cohortes de edad es necesario para inferir este comportamiento. Sin embargo, el 67% señala que deben analizarse otras variables o indicadores tales como la cantidad de emprendimientos regionales sobre la cantidad de graduados profesionalmente y el número total de registros mercantiles de acuerdo con las actividades económicas.

El impacto que tiene el análisis de esta cuestión para la Cámara es positivo en la medida que con el estudio, su revisión y análisis, se contribuye a determinar posiblemente qué factores exógenos y del entorno, permiten que emprendedores y más empresarios consoliden sus empresas y negocios en cualquiera de las seis provincias y sus 37 municipios respectivamente, como se indica en el párrafo precedente, la educación, la población (adolescente, joven y adulta) y otros factores como el grado en que los profesionales de la región logran aplicar su

conocimiento a nuevos proyectos empresariales son factores ineludibles para que exista crecimiento empresarial, de tal que como ya se pronunció, la cámara desde dentro debe recrear estrategias que le permitan a la región superar el comportamiento de esas variables y el crecimiento de empresas que hasta ahora se evidencia, posiblemente mediante coaliciones con instituciones educativas colegiales y universitarias, con alcaldías y con empresas, que le ayuden a soportar dichas estrategias y cumplir con lo que se propuso y promete a todos sus clientes. De tal, que si esto logra mantenerse o mejorarse, la formalización logrará extenderse como un hábito entre los empresarios y los ingresos de la Cámara llegaran a ser mayores.

8. El estudio socioeconómico cameral 2018 evidencio un incremento registral mayor por parte de las microempresas, que por cualquier tipo de empresas en función de su tamaño. ¿Cuál (es) de las siguientes variables externas considera que son las responsables de este comportamiento?

Figura 25 Porcentaje de respuesta pregunta N.8



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

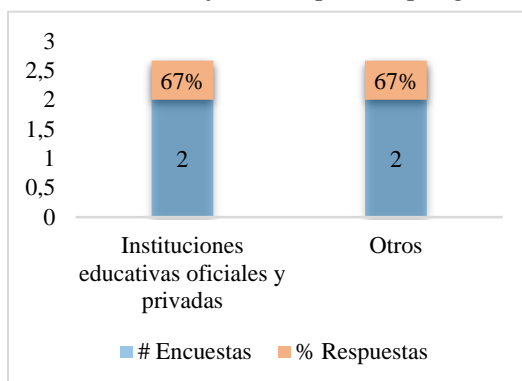
En función de la gráfica, se evidencia que el total de la muestra encuestada considera que el creciente porcentaje de microempresas en la región está ligado al área de residencia de la población sea en zona rural o urbana, esta última mayor que la rural, mientras que el 33% considera otras variables macroeconómicas como el desempleo y los ingresos de los individuos

en función del mercado laboral como estímulos para el creciente registro de este tipo de empresas.

El impacto que tiene el análisis de respuesta a esta pregunta es alto y positivo, en la medida que, si se trabaja por fomentar este tipo de empresas, el comportamiento económico y social de la jurisdicción puede variar efectivamente, provocando una cadena de sucesos igualmente importantes para la jurisdicción. De acuerdo con Montoya (2018a) según Asomicrofinanzas, “en Colombia podemos tener cerca de 10 millones de microempresas, lo que nos muestra que son una fuerza económica fundamental para el desarrollo del país y el cumplimiento de algunos objetivos de desarrollo sostenible”. Así mismo se destaca que, “las microempresas urbanas y rurales son actores clave para cumplir con algunos objetivos de desarrollo sostenible como el de trabajo digno (8) y fin de la pobreza (1)” (Montoya, 2018b). Si verdaderamente se analiza esto, además de las otras variables macroeconómicas expuestas en la respuesta es probable que se trabaje por generar estrategias que estimulen a toda la población a emprender y de esta manera alcanzar los propósitos estratégicos de la cámara.

9. De conformidad con el análisis y revisión del estudio socioeconómico ¿con cuál o cuáles de las siguientes instituciones asume, deben crearse alianzas como estrategia para el desarrollo regional y la competitividad empresarial?

Figura 26 Porcentaje de respuesta pregunta N. 9



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

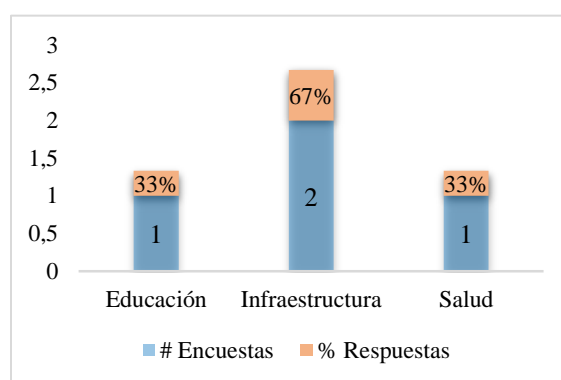
De acuerdo con la gráfica, el 67% de la muestra encuestada considera se deben crear alianzas con instituciones educativas oficiales y privadas (colegios), no obstante, el 67% considera deberían crearse alianzas con instituciones como Alcaldías (22%), Gobernaciones, entidades del sector privado, Departamento Nacional de planeación, el Departamento Administrativo del Medio Ambiente y el IDU todas con una ponderación del 11%.

El impacto que genera este tipo de respuestas es sustancialmente positivo, en la medida que realmente es necesario que la Cámara fortalezca y entable relaciones pasadas y futuras, alianzas y coaliciones con este tipo de instituciones y entidades, pues algunas destacan por ofrecer e incrementar los conocimientos básicos y promover el aprendizaje, otras destacan tanto en sus municipios como en el departamento por la creación y promoción entre los ciudadanos de proyectos, planes y programas que permitan un predominante desarrollo socioeconómico y otras entidades promueven el flujo de información para la creación de políticas públicas, que favorezcan la labor del Estado encaminada a realización y bienestar de todos los ciudadanos, de esta manera se concluiría que el fundamento de trabajar en equipo es alcanzar mejores y mayores resultados, así para la Cámara de Comercio de Facatativá desarrollando efectivamente dichas

relaciones en su operación jurisdiccional, más fácil le será alcanzar su propósito, en la medida que la convergencia de un conjunto de propósitos logra ser viable.

10. La Cámara de Comercio es uno de los ejes articuladores del desarrollo regional y la competitividad empresarial entre el Estado y la población, dicho esto ¿Qué rubros del presupuesto municipal ha analizado y tomado en cuenta para una efectiva operación, como entidad delegada para el cumplimiento de este mandato gubernamental?

Figura 27 Porcentaje de respuesta pregunta N.10



Fuente: Encuesta a expertos Cámara de Comercio de Facatativá, elaboración propia, 2019

El 67% de la muestra encuestada señala el rubro de infraestructura ha sido analizado y tomado en cuenta para desempeñar el papel de intermediario en emprendimiento, competitividad y desarrollo entre la población y el Estado, mientras que el 33% señala que se han analizado los otros dos rubros (educación y salud)

6. Conclusiones

En conclusión, la elaboración del estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio de Facatativá es una actividad que oferta un insumo y una herramienta estratégica para la promoción y el fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo regional, dado que otorga a los estrategas de la Cámara información esencial para el diseño de proyectos, planes, actividades y estrategias que encausan a la región a niveles mayores de competitividad y desarrollo. De modo que, la puesta en marcha de una investigación exhaustiva de variables socio demográficas y económicas y el análisis del comportamiento del registro mercantil, resultan ser actividades claves para el proceso actual y posterior en la formulación estratégica y táctica.

Así mismo, la solicitud de indicadores a la Superintendencia de Industria y Comercio se constituyó como una tarea clave dentro del proceso de elaboración del estudio, en la medida que éste como organismo que vigila la actividad de las cámaras de comercio del país asume como insumo anexo a su entidad, lo expuesto por ellas a través de sus informes y estudios, de este modo la gestión en el proceso de comunicación e información a través del correo electrónico ayudo a reconocer, confirmar y determinar la cantidad de indicadores que se investigarían e integrarían al estudio socioeconómico.

Por consiguiente, la búsqueda de información en diversas fuentes primarias y secundarias y su posterior abreviación en tablas y gráficas, contribuyó significativamente a tener un conocimiento objetivo y aproximado, a la realidad del entorno periférico de la Cámara de Comercio de Facatativá, de modo que, llevar a cabo, un proceso investigativo de búsqueda, recolección, estructuración y análisis de datos, ayudo a obtener y revelar información precisa y relevante de la dinámica social y económica exógena que afecta el cumplimiento de la planeación estratégica de la entidad.

Finalmente, el diseño y la aplicación de la encuesta permitió evidenciar y retroalimentar la importancia de la elaboración del estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio de Facatativá, como una herramienta que otorga a los estrategas y directivos de la misma, la oportunidad de diagnosticar la región, teniendo presente la formulación estratégica. De manera que en la misma se presentaron posibles opciones estratégicas que los directivos consideraron óptimas y viables para promover y fortalecer la competitividad y el desarrollo regional de la jurisdicción.

7. Recomendaciones

Es conveniente que se haga una revisión de plan estratégico 2017 – 2021 de la Cámara de Comercio de Facatativá por parte de las directivas de Desarrollo Institucional, de Promoción y Desarrollo y del área de Planeación Institucional, a fin de que se reconozcan puntualmente qué objetivos estratégicos y tácticos se ven directamente impactados con la elaboración de los estudios socioeconómicos y de manera puntual y estratégica trabajar en pos de su desarrollo y resolución.

Se recomienda la elaboración de un análisis introspectivo, es decir, de fortalezas y de debilidades de la cámara de comercio, para que establecidas las amenazas y oportunidades detectadas mediante la elaboración y análisis del estudio socioeconómico, se implemente el diseño de una matriz FODA, por medio de la cual, de forma dinámica se elaboren estrategias que le permitan en el mediano y largo plazo poder adaptarse, sobrevivir, defenderse y acometer en función del cumplimiento de sus propósitos misionales y de su visión.

Es pertinente que en la subsecuente elaboración de estudios socioeconómicos y con la apreciación de las pasantías universitarias, se logre una amplia gestión en el diseño y desarrollo del documento, mediante una ampliación de las variables o indicadores descritos en los estudios socioeconómicos y la implicación de otras variables que resultan fundamentales para un análisis más exhaustivo tal y cómo lo afirman los expertos que aplicaron la encuesta, como una fuente de valor agregada no solo para la Superintendencia, sino para la labor estratégica de la Cámara de Comercio de Facatativá en los próximos años.

Es oportuno que la Cámara de Comercio de Facatativá, empiece a alcanzar sus ideales estratégicos con la puesta en marcha de alianzas interinstitucionales, principalmente con los planteles educativos escolares, bachilleres y de educación superior agrupados en la jurisdicción,

a fin de desarrollar en la población adolescente, joven y adulta un espíritu y una perspectiva emprendedora y empresarial, y así mismo, con otro tipo de instituciones que de modo convergente se han planteado propósitos y visiones similares, lo cual, gradualmente y en sinergia, encauzará a la cámara a la formalización de su razón de ser y de lo que en efecto desea llegar a ser y alcanzar.

Así se recomienda que en las pasantías de futuros profesionales se profundice la investigación con instrumentos de medición, a mayor cantidad de expertos en estudios socioeconómicos del sector cameral, académico y empresarial con el fin de seguir contribuyendo al fortalecimiento empresarial, con gestión y eficiencia organizacional.

8. Lista de referencia

- Arano, R., Cano, M y Olivera, D. (2012). Revista Ciencia Administrativa. *La importancia del entorno general en las empresas*, (2). 62 – 65. Recuperado de:
https://www.redib.org/recursos/Record/oai_articulo379002-importancia-entorno-general-empresas?lng=en
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). Cámara de Comercio de Bogotá Centro de Información Empresarial (CIEB). Recuperado de
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22918/31012019%20Balance%20Economía%20Bogotana%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cámara de Comercio de Buenaventura. (2018). Cámara de Comercio de Buenaventura impulsando el crecimiento empresarial y territorial. Recuperado de
https://www.ccbun.org/images/multimedia/20190131_estudio_socioeconomico_del_distrito_de_buenaventura_2018.pdf
- Cámara de Comercio de Buga. (2018). Cámara de Comercio de Buga impulsando el progreso. Recuperado de:
https://www.ccbuga.org.co/sites/default/files/descargas/2018/Informe%20Economico%20de%201a%20Zona/INFORME_ECONOMICO_DE_LA_ZONA_BUGA_Y_JURISD.pdf
- Cámara de Comercio de Facatativá. (2019). Recuperado de <http://ccfacatativa.org.co/wp-content/uploads/2019/01/Estudiosocioeconomico-1.pdf>
- Cámara de Comercio de Facatativá. (s.f.). *Plan Estratégico 2017-2021*. Recuperado de:
<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://ccfacatativa.org.co/wp-content/uploads/2017/09/Plan-Estrategico-2017.pdf>

Cámara de Comercio de Facatativá. (s.f.). *Nuestra cámara*. Recuperado de:

<https://ccfacatativa.org.co/nuestra-camara/>

Casas, J., Repullo, J. R., y Donado, J. (2002). La encuesta como técnica de investigación.

Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atem Primaria*, 31(8), 527- 238. Recuperado de: <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738>

Cetina Rodríguez, A. P., y Ortega Hurtado, K. P. (2016). *Propuesta de mejoramiento de la competitividad en el departamento de Cundinamarca. Diagnóstico, metodología de análisis del perfil económico y vocaciones productivas de sus quince provincias*. (Trabajo de grado, Universidad del Rosario). Recuperado de:

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/12330/1030627525-2016.pdf?sequence=1>

Esqueda, R. (2018). Disparidades en el desarrollo regional de Tamaulipas, México. *Revista de economía institucional*, 20 (38), 236 - 262. doi:

<https://doi.org/10.18601/01245996.v20n38.10>.

Hernández, J., Martínez, J., Fernández, A., Hernández, J. & Destinobles, A., (2014).

Caracterización económica, social y territorial de la región sur del Estado de Chihuahua.

En Contreras, D., Mendoza, P. & Ramírez, A (directores), *Ciencias Administrativas y Sociales Handbook T-IV* (p.122), México: ECORFAN. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4853171>

Montoya, F. A. (2018). Microempresa y objetivos de Desarrollo Sostenible. *El Colombiano*.

Recuperado de: <https://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/microempresa-y-objetivos-de-desarrollo-sostenible-KG8549693>

- Pantevez Yepes, L. M. (2016). *Aporte de la comunicación interna a los procesos de gestión administrativa que ese interpone en la efectividad del servicio al cliente en Automundial*. (Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana). Recuperado de:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20915/PantevezYepesLinaMercedes2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robbins, Stephen. P, y Judge, Timothy. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación. Recuperado de:
https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Sánchez, U. (2010). Fundación Universitaria Católica del Norte. Recuperado de:
<https://www.ucn.edu.co/sistema-investigacion/Documents/instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.pdf>
- Santos, J. (15 de octubre de 2014). Artículo 4 numeral 2. [Capítulo I]. *Por el cual se reglamenta la Ley 1727 de 2014, el Título VI del Libro Primero del Código del Comercio y se dictan otras disposiciones*. [Decreto 2042 de 2014]. DO: 49305. Recuperado de:
<http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59817>
- Santos, J. (26 de mayo de 2015). Artículo 2.2.2.38.1.4 numeral 9. [Capítulo 38]. *Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo*. [Decreto 1074 de 2015]. DO: 49523. Recuperado de:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=62508>

Tadeo, H., & Sanabria, A. (2015). Tabula Rasa. *La otra cara del desarrollo regional sostenible*, (23). 205 – 217. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/396/39643561010/index.html>