



# CARACTERIZACIÓN **DE TIENDAS** DEL DISTRITO DE RIOHACHA 2024.



ALVARO ROMERO GUERRERO  
**Presidente Ejecutivo**

**JUNTA DIRECTIVA  
REPRESENTANTE DE LOS COMERCIANTES PRINCIPALES**

ABRAHAN JOSE OVALLE ORTIZ  
ISABEL MARIA CURIEL DE LA HOZ  
LYDIS CRISTINA PESTANA ALMANZA  
DAVID ALEJANDRO ROMERO GUERRA

**SUPLENTES**

FAMNYS MARIA CAMARGO MINDIOLA  
NEILA ESTHER MADERO NÚÑEZ  
ROSA MERCEDES COTES DE LUQUE

**REPRESENTANTES DEL GOBIERNO**

JUAN MANUEL VENCE COTES  
CRISTOBAL ENRIQUE GONZALEZ ACOSTA

**REVISORÍA FISCAL**

ALFREDO R. RIOS DE LA HOZ S.A.S.

**REVISORA FISCAL DESIGNADA**

DIANA DE LA HOZ BULA

**DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL**

HILDA ISABEL LUBO GUTIÉRREZ

**Directora de Promoción y Desarrollo Empresarial**

[hlubo@camaraguajira.org](mailto:hlubo@camaraguajira.org)

YOLAINA DAZA GUERRA

**Jefe de Gestión y Estructuración de Proyectos**

[ydaza@camaraguajira.org](mailto:ydaza@camaraguajira.org)

EDUARDO LUIS DAGOVETT CASTRO

**Profesional de Estudios e Investigaciones**

[edagovett@camaraguajira.org](mailto:edagovett@camaraguajira.org)

Carrera 6 No 11 -03, Tel: (5) 7272415,

Sitio Web: [www.camaraguajira.org](http://www.camaraguajira.org)

Riohacha – La Guajira, Colombia



## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	5
INTRODUCCIÓN.....	4
OBJETIVOS .....	7
Objetivo General. ....	7
Objetivos específicos. ....	7
METODOLOGÍA.....	7
CARACTERIZACIÓN DE TIENDAS DEL DISTRITO DE RIOHACHA 2024.....	10
Tiempo de Ejecución .....	10
Cobertura.....	10
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	12
Población objetivo. ....	12
Distribución de la muestra .....	12
<input type="checkbox"/> Por Barrios.....	12
<input type="checkbox"/> Por comunas .....	15
Relación con el negocio de quien responde la encuesta.....	15
Información del Propietario .....	16
<input type="checkbox"/> Sexo .....	16
<input type="checkbox"/> Nacionalidad.....	16
<input type="checkbox"/> Edad .....	17
<input type="checkbox"/> Nivel Educativo.....	17
Información del Establecimiento .....	18
<input type="checkbox"/> Tipo de Persona .....	18
<input type="checkbox"/> Tenencia del establecimiento. ....	18
<input type="checkbox"/> Tipo de establecimiento.....	19
<input type="checkbox"/> Autoservicios .....	19
<input type="checkbox"/> Antigüedad del Negocio .....	20
<input type="checkbox"/> Avisos y/o Letreros. ....	20
<input type="checkbox"/> Registro mercantil.....	21
<input type="checkbox"/> RUT .....	21
<input type="checkbox"/> Impuesto de Industria y Comercio.....	22
<input type="checkbox"/> Generación de empleo .....	22
<input type="checkbox"/> Contabilidad del negocio .....	23
<input type="checkbox"/> Ventas.....	25
RECOMENDACIONES .....	27



# INTRODUCCIÓN

El Distrito de Riohacha, como capital del Departamento de La Guajira, se caracteriza por una economía local diversa, en la que el sector comercial juega un rol fundamental. Las tiendas y pequeños comercios representan una parte significativa de este sector, impulsando el empleo, la circulación de productos y servicios, y la dinamización de la economía. Sin embargo, uno de los grandes desafíos que enfrenta la ciudad es la informalidad de muchos de estos establecimientos, lo que impacta negativamente en su capacidad para acceder a beneficios gubernamentales, financiamiento, y su desarrollo a largo plazo.

La informalidad, aunque representa una oportunidad para el emprendimiento, también limita el crecimiento de los comercios y dificulta su integración al mercado formal, lo que genera una serie de barreras económicas y legales. A pesar de ser una fuente importante de ingresos, los establecimientos informales enfrentan dificultades relacionadas con la falta de acceso a créditos, la ausencia de una estructura contable adecuada, y la escasa adopción de tecnologías y prácticas empresariales eficientes. Por ello, se hace urgente promover la formalización de estas tiendas, lo que no solo les permitiría superar estos obstáculos, sino también contribuiría a un desarrollo económico más robusto y sostenible.

Este informe nace como respuesta a la necesidad de comprender las características del sector comercial en Riohacha y la situación particular de las tiendas que operan en el distrito. Con la “Caracterización de tiendas en el Distrito de Riohacha 2024”, se busca reunir información clave sobre la naturaleza y situación de los establecimientos tanto formales como informales, identificar sus necesidades más urgentes y entender los factores que inciden en su formalización o falta de ella.

La recopilación de estos datos se realizó a través de encuestas personales a propietarios y administradores de tiendas en todo el distrito. La metodología aplicada fue rigurosa y estructurada, garantizando una cobertura representativa y una interpretación precisa de la realidad del sector. Estos resultados servirán como base para proponer políticas públicas, programas de apoyo y diseñar estrategias específicas para acompañar a los empresarios en su proceso de formalización, impulsando su competitividad, sostenibilidad y adaptación a las normativas vigentes.



## RESUMEN EJECUTIVO

Este informe presenta los resultados de la "Caracterización de tiendas en el Distrito de Riohacha 2024", realizada a través de encuestas a propietarios y/o administradores de negocios. El objetivo principal fue analizar la situación actual de los establecimientos formales e informales, con el fin de diseñar estrategias que fomenten la formalización y el fortalecimiento del sector comercial en el distrito.

Para ello, se implementó una metodología rigurosa, que incluyó la obtención de datos del Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de La Guajira, el diseño de rutas de trabajo para garantizar una cobertura exhaustiva y un cuestionario detallado que abordó aspectos clave como la actividad comercial, el tamaño de los establecimientos y sus necesidades. Los encuestadores fueron capacitados y utilizaron uniformes y carnés para generar confianza en los comerciantes.

Durante el trabajo de campo, se realizaron barridos por zonas y se identificaron los establecimientos censados con stickers para evitar duplicaciones. Un desafío importante fue la resistencia de algunos propietarios a responder la encuesta, motivada por preocupaciones de seguridad y el temor a que la información pudiera ser utilizada más adelante con fines extorsivos. Como resultado, aproximadamente 70 tiendas no respondieron la encuesta y no pudieron ser incluidas en la caracterización. Para mitigar esta situación, se implementaron estrategias de sensibilización y, en algunos casos, fue necesario regresar en otro momento para completar las encuestas.

Una vez finalizado el trabajo de campo, los datos fueron digitalizados, procesados y analizados, proporcionando información relevante sobre el sector. La distribución geográfica de las tiendas muestra una concentración en el Mercado Nuevo (5,1%) y en barrios como Buenos Aires y El Cooperativo (4%). A nivel de comunas, el 40% de los establecimientos se encuentran en la comuna 10, seguida por la comuna 4 con el 18,11%. En cuanto al perfil de los propietarios, el 56,56% son hombres, el 91,7% colombianos, y la mayoría tiene entre 35 y 40 años (26,31%). En términos educativos, el 45,06% son bachilleres y el 32,51% tienen estudios primarios.

Respecto a las características de los establecimientos, el 97,03% operan como persona natural, el 68,41% en locales arrendados y el 60,99% en viviendas con espacios exclusivos para actividades económicas. El 31,72% tiene una antigüedad de entre 1 y 3 años.

En cuanto a aspectos legales, tras validar la información del registro mercantil de los encuestados con la base de datos de la Cámara de Comercio de La Guajira, se

identificó que solo el 27,05% cuenta con este registro, mientras que el 72,95% no lo posee. Sin embargo, algunos establecimientos podrían estar formalizados, pero no se identificaron en la base de datos debido a errores en los datos proporcionados. En cuanto al Registro Único Tributario (RUT), el 52,47% de los encuestados indicó tenerlo, mientras que el 47,53% no. Asimismo, el 45,85% manifestó tener el Registro de Contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio, mientras que el 51,15% no lo posee; sin embargo, estos datos no han sido cruzados con las bases de datos oficiales de la DIAN y el ICA.

Sobre los temas contables, el 44,04% no lleva contabilidad formal y el 97,09% no realiza facturación electrónica. En términos de ventas, el 76,02% de las tiendas generan ingresos mensuales entre 1 y 5 millones de pesos, con un promedio de 1,6 empleos por establecimiento.

Este diagnóstico revela los principales retos del sector, destacando la necesidad de fortalecer la formalización, promover la adopción de tecnologías y generar conciencia sobre el cumplimiento normativo. El informe constituye una base para diseñar estrategias que impulsen el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de las tiendas en el Distrito de Riohacha, dentro del contexto económico local.

# OBJETIVOS

## Objetivo General.

- Desarrollar una caracterización y censo a tiendas del Distrito, para identificar los establecimientos de comercio formales e informales en la zona urbana de Riohacha, para el año 2024.

## Objetivos específicos.

- Identificar las características, necesidades y desafíos de los establecimientos formales e informales en la zona urbana del Distrito Riohacha.
- Proponer estrategias para mejorar la competitividad, sostenibilidad y formalización de las tiendas.
- Proveer información clave para diseñar políticas que impulsen el desarrollo del sector y promuevan su formalización y crecimiento.
- Desarrollar acciones de sensibilización dirigidas a los comerciantes para fortalecer el conocimiento sobre la normatividad vigente, el registro formal y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias como base para el crecimiento empresarial y el desarrollo económico local.

# METODOLOGÍA

La metodología empleada en este censo fue sistemática y estructurada, asegurando la recolección de datos precisos y representativos. Se estructuró en varias fases clave, cada una diseñada para abordar diferentes aspectos del proceso de manera efectiva, las cuales se detallan a continuación:

## Diseño y Preparación del Censo

- Selección de la Fuente de Datos: Se utilizó la base de datos oficial de la Cámara de Comercio de La Guajira, que contiene la información de los



establecimientos comerciales registrados en el distrito. Esta base de datos sirvió como referencia para identificar las ubicaciones de las tiendas a censar.

- Definición de Rutas de Trabajo: Con base en la ubicación de las tiendas, se diseñaron las rutas para los encuestadores, garantizando una cobertura eficiente de todo el distrito.

### **Instrumento de Recolección de Datos**

- Diseño de la Encuesta Estructurada: Se desarrolló un cuestionario estructurado, el cual fue diseñado específicamente para ser respondido por los administradores o propietarios de los negocios. Este instrumento incluyó preguntas relacionadas con la actividad comercial, el tamaño del establecimiento, y otros aspectos relevantes del funcionamiento de las tiendas.
- Capacitación de Encuestadores: Los encuestadores fueron capacitados para el manejo adecuado del instrumento de recolección de datos. La capacitación incluyó explicaciones sobre cómo abordar a los encuestados y cómo completar el cuestionario de manera correcta.

### **Trabajo de Campo**

- Identificación de los Encuestadores: Para generar confianza entre los propietarios de las tiendas, el equipo de encuestadores se identificó mediante el uso de uniformes (gorras y chalecos) y carnés. Esto contribuyó a una mayor aceptación por parte de los establecimientos.
- Realización de Encuestas: Los encuestadores se encargaron de realizar las encuestas de manera presencial, utilizando cuestionarios impresos. Cada tienda censada recibió un sticker que indicaba que ya había sido incluida en el censo, evitando duplicaciones.

### **Cobertura**

- Barridos por Zonas: Para garantizar la cobertura total del distrito, se llevaron a cabo barridos en todas las zonas de Riohacha, con el propósito de que ninguna tienda quedara sin censar.



- Manejo de Resistencias: Un desafío importante fue la resistencia de algunos propietarios a responder la encuesta, motivada por preocupaciones de seguridad y el temor a que la información pudiera ser utilizada a futuro con fines extorsivos. Como resultado, alrededor de 70 tiendas no respondieron y no pudieron incluirse en la caracterización. Se implementaron estrategias de sensibilización y se realizaron visitas adicionales cuando fue necesario.

## **Procesamiento y Análisis de Datos**

- Digitalización de Datos: Una vez realizadas las encuestas, los datos fueron digitalizados para facilitar su procesamiento.
- Procesamiento y Análisis: Los datos digitalizados fueron procesados y analizados para obtener información relevante sobre las tiendas en el Distrito de Riohacha.



# CARACTERIZACIÓN DE TIENDAS DEL DISTRITO DE RIOHACHA 2024

## Tiempo de Ejecución

El período de ejecución fue entre los meses de octubre, noviembre y diciembre 2024 (incluyendo el tiempo de preparación de las actividades a desarrollar y el de la elaboración e informe final).

## Cobertura

La cobertura a los establecimientos de negocio se realizó a **573** tiendas formales e informales teniendo en cuenta la distribución de las comunas de la zona urbana del distrito de Riohacha.

Inicialmente, se abarcaron las comunas 1 y 2. Luego, se realizó el recorrido por las comunas 3,5,6,7. Finalmente, se cubrieron las comunas faltantes: Comunas 8,9 y 10 (Ver Tabla 1).

**Tabla 1.** *Distribución de barrios en el distrito de Riohacha por comunas*

Comunas	Barrios
<b>Comuna 1: Centro Histórico</b>	Barrio Arriba, Barrio Abajo y Urbanización El Faro
<b>Comuna 2: Nuevo Centro</b>	Barrió Arriba Sur, San Martín de Porras, Remedios, El Tatal, El Libertador y El Acueducto.
<b>Comuna 3: Coquivacoa</b>	José Antonio Galán, Padilla, Paraíso, Luis Antonio Robles, Guapuna, Las Mercedes, Sol Tropical y Coquivacoa con todas sus etapas.



<p><b>Comuna 4: Cooperativo</b></p>	<p>Marbella, San Tropel, Nuevo Horizonte, Portal de Comfamiliar, 12 de octubre, Cooperativo, Jorge Pérez, Nuevo Faro, La Ñopa, Édison De Luque Pinto y Manantial.</p>
<p><b>Comuna 5: Aeropuerto Almirante Padilla</b></p>	<p>Cactus 1, Cactus 2, Che Guevara, Las Tunas, San Martin de Loba, Atajona, Aeropuerto, Nazaret y Caribe.</p>
<p><b>Comuna 6: Nuestra Señora de los Remedios</b></p>	<p>20 de Julio, Obrero, San Francisco, Rojas Pinilla, Nuestra Señora de los Remedios, José Arnoldo Marín, La Loma, Luis Eduardo Cuellar, Las Villas, El Calancala, El Progreso, Entreríos, Villa Tatiana, Médano y Kepiagua.</p>
<p><b>Comuna 7: Boca Grande</b></p>	<p>Los Nogales, El Comunitario, La Esperanza, La Cosecha, 15 de Mayo, Los Olivos, Eurare, Simón Bolívar, Comfamiliar 2.000, Buganvilla, San Judas y Boca Grande.</p>
<p><b>Comuna 8: Ecológica Laguna Salada y El Patrón</b></p>	<p>Camilo Torres, María Eugenia Rojas, Villa Laura, Ranchería 7 de Agosto, Buenos Aires, Urbanización Villa Pareigua, Urbanización Claudia Catalina, Urbanización Pilar del Río, Urbanización V illa Armando, Urbanización Bella Vista, Los Cerezos, Urbanización Sol Mar y Urbanización Wuetapia.</p>
<p><b>Comuna 9: (Eco – Turística) Río Ranchería</b></p>	<p>Villa Comfamiliar, Villa Fátima, Villa Del Mar, Urbanización Villa Tatiana.</p>
<p><b>Comuna 10: Ecológica Laguna Salada y El Patrón</b></p>	<p>La Floresta, La Mano de Dios, San Judas Tadeo, San Isidro, Taguaira, Villa Aurora, Hugo Zúñiga, La Lucha, La Luchita, Las Mercedes, Los Almendros, Los Loteros, Nuevo Milenio, Treinta y Uno de octubre, Villa Sharin, Villa Yolima, Villa Jardín, Ciudadela El Dividivi, entre otras barriadas o invasiones.</p>

*Fuente: Elaboración propia.*

# ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

## Población objetivo.

La muestra fue dirigida a propietarios y/o administradores de tiendas formales e informales ubicadas en la zona urbana del Distrito de Riohacha.

## Distribución de la muestra

- **Por Barrios**

La mayor concentración de tiendas en el Distrito de Riohacha se encuentra en el sector del Mercado Nuevo (5,1%), Buenos Aires y El Cooperativo con un 4%, el asentamiento Villa del Sur (3,5%) y el Barrio 7 de Agosto con un 3,1%.

**Tabla 2.** *Distribución de tiendas por barrios.*

BARRIO	%
MERCADO NUEVO	5,1%
BUENOS AIRES	4,0%
COOPERATIVO	4,0%
VILLA DEL SUR	3,5%
7 DE AGOSTO	3,1%
ARRIBA	2,8%
NUEVO HORIZONTE	2,6%
LA MANO DE DIOS	2,4%
LAS TUNAS	2,4%
LOS TRUPILLOS	2,1%
CENTRO	1,9%
LAS MARIAS	1,9%
SAN FRANCISCO	1,9%
EL LIBERTADOR	1,7%
HUGO ZUÑIGA	1,7%
LOS OLIVOS	1,7%
31 DE OCTUBRE	1,6%
JOSE ANTONIO GALAN	1,6%
MARIA EUGENIA ROJAS	1,6%
RANCHERIA	1,6%
VILLA DE CAMPO ALEGRE	1,6%
CAMILO TORRES	1,2%
EL AEROPUERTO	1,2%
JORGE PEREZ	1,2%
LA LUCHA	1,2%
LUIS EDUARDO CUELLAR	1,2%
NUEVA JERUSALEN	1,2%
2 DE FEBRERO	1,0%
CARIBE	1,0%



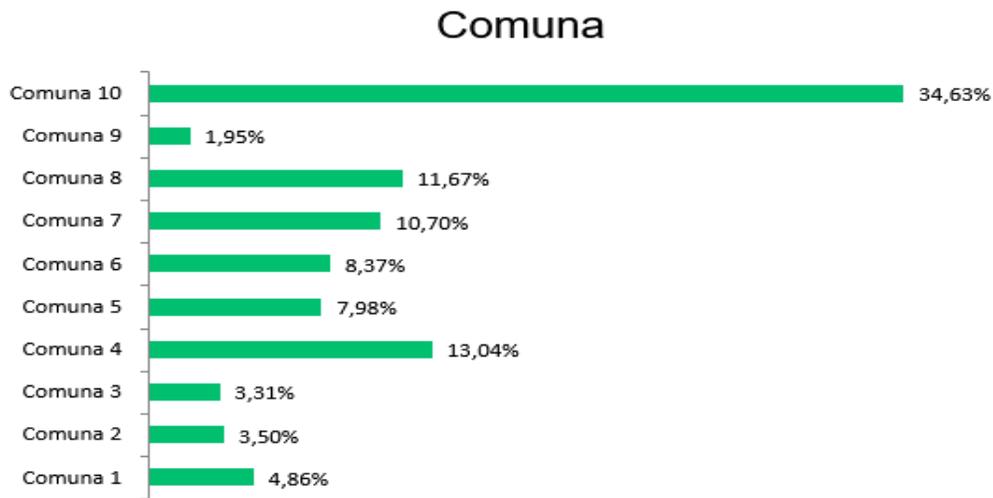
CLAUDIA CATALINA	1,0%
EL DIVIDIVI	1,0%
JOSE ARNOLDO MARIN	1,0%
LA COSECHA	1,0%
LA LOMA	1,0%
LOS NOGALES	1,0%
MAJAYURA 2da ETAPA	1,0%
MANANTIAL	1,0%
COMUNITARIO	0,9%
NAZARETH	0,9%
NUEVO MILENIO	0,9%
VILLA FATIMA	0,9%
VILLA JARDIN	0,9%
CARDÓN GUAJIRO	0,9%
NUEVA GUAJIRA	0,9%
VILLA BRASIL	0,9%
CHE GUEVARA	0,7%
GUSTAVO ROJAS PINILLA	0,7%
SAN MARTIN DE PORRES	0,7%
VILLA VICTORIA	0,7%
BRISAS DEL NORTE	0,7%
CRISTO REY	0,7%
LOMAS DE TRUPILLO	0,7%
15 DE MAYO	0,5%
2 DE MARZO	0,5%
COQUIVACOA	0,5%
LA ESPERANZA	0,5%
LA FLORESTA	0,5%
LOS ALMENDROS	0,5%
LOS CARDONALES	0,5%
LOS CEREZOS	0,5%
LOS REMEDIOS	0,5%
TAGUAIRA	0,5%
LA BENDICIÓN DE DIOS	0,5%
LA PAZ	0,5%
LOS MANGOS	0,5%
VILLA DEL SOL	0,5%
VILLA GENECO	0,5%
20 DE JULIO	0,3%
ABAJO	0,3%
BOCA GRANDE	0,3%
DIVINO NIÑO	0,3%
EL PARAISO	0,3%
EL PROGRESO	0,3%
ENTRE RIOS	0,3%
IGUARAYA	0,3%



MARBELLA	0,3%
PADILLA	0,3%
VILLA COMFAMILIAR	0,3%
VILLA KEINER	0,3%
VILLA LAURA	0,3%
VILLA YOLIMA	0,3%
JULIAN PEREZ	0,3%
VILLA HELION	0,3%
BRISAS DEL MAR	0,2%
BUGANVILLA	0,2%
EDINSON DELUQUE PINTO	0,2%
EL PORTAL DE COMFAMILIAR	0,2%
EL TATUAL	0,2%
GUAPUNA	0,2%
LAS MERCEDES	0,2%
LOS LOTEROS	0,2%
LOS MEDANOS	0,2%
NUESTRA SEÑORA DE LOS REMEDIOS	0,2%
SAN JUDAS TADEO	0,2%
VILLA AURORA	0,2%
VILLA DESEOS	0,2%
VILLA JAIME	0,2%
VILLA SHARIN	0,2%
VILLA TATIANA	0,2%
1 DE MAYO	0,2%
17 DE OCTUBRE	0,2%
BELLO MAR	0,2%
EL PATRÓN	0,2%
EL TRIUNFO	0,2%
JUAN CARLOS DELUQUE	0,2%
LA LUCHITA	0,2%
LA UNIÓN	0,2%
LOS ROBLES	0,2%
PORTAL	0,2%
ROJAS PINILLA	0,2%
SAN TROPEL	0,2%
SANTA CLARA	0,2%
SANTA RITA	0,2%
VILLA MAREYGUA	0,2%
VILLA NEL	0,2%
OTROS	0,3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

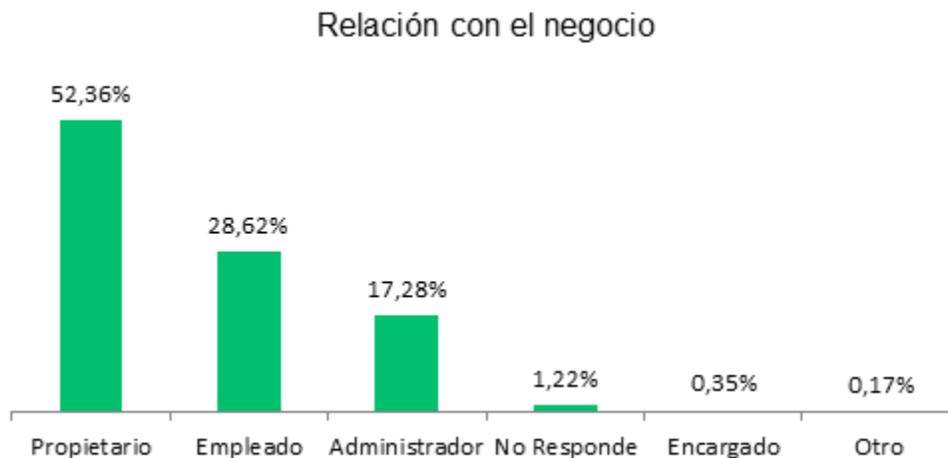
- **Por comunas**



*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto a la distribución por comunas, el 34,63% de las tiendas se encuentran concentradas en la comuna 10, siendo esta la que tenga mayor participación. En segundo lugar, la comuna 4 con el 13,04% y en tercer lugar la comuna 8 con 11,67% de los establecimientos.

**Relación con el negocio de quien responde la encuesta.**

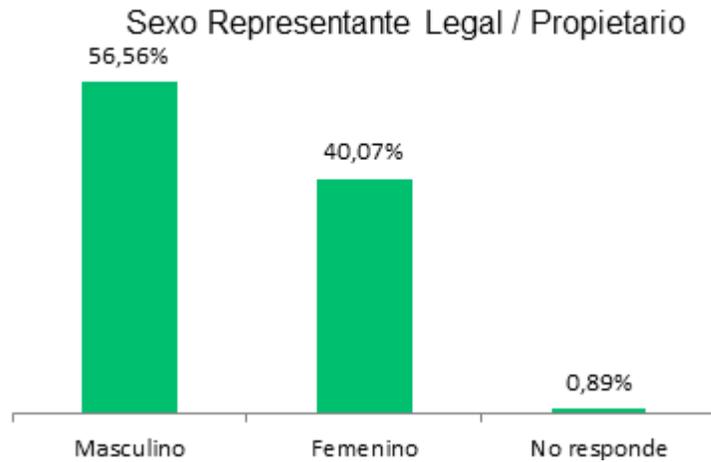


*Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con los datos recogidos, el 52,36% de quienes respondieron las encuestas fueron los propietarios, el 28,62% empleados y el 17,28% administradores.

## Información del Propietario

- **Sexo**

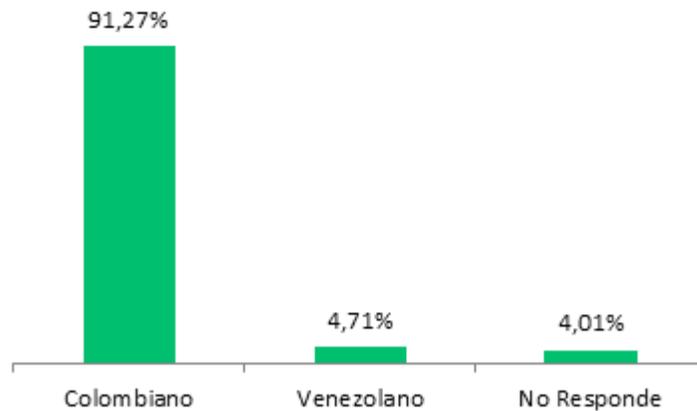


*Fuente: Elaboración propia*

Se logra identificar, que el 56,56% de los propietarios de las tiendas son de sexo masculino. Por otro lado, el 40,7% son de sexo femenino.

- **Nacionalidad**

Nacionalidad del representante legal / propietario

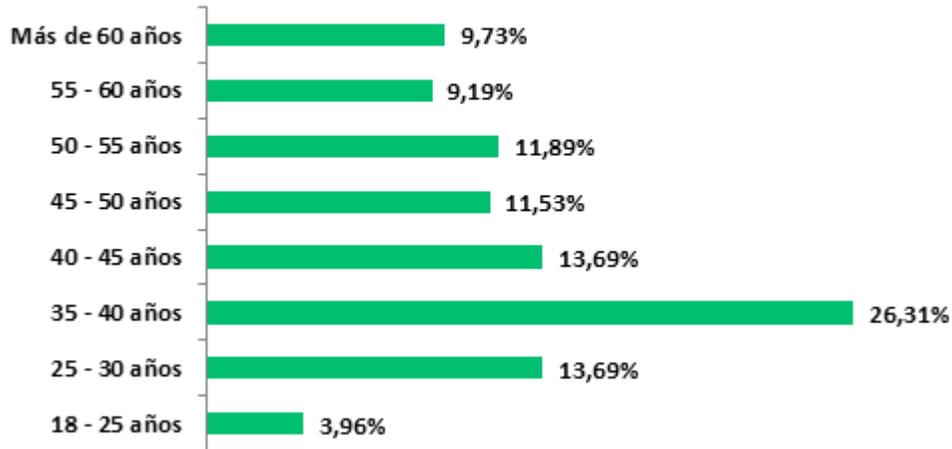


*Fuente: Elaboración propia*

Según la nacionalidad, el 91,7% de los propietarios de tiendas son colombianos. Por su parte el 4,71% son venezolanos.

- **Edad**

### Rango de edad del propietario

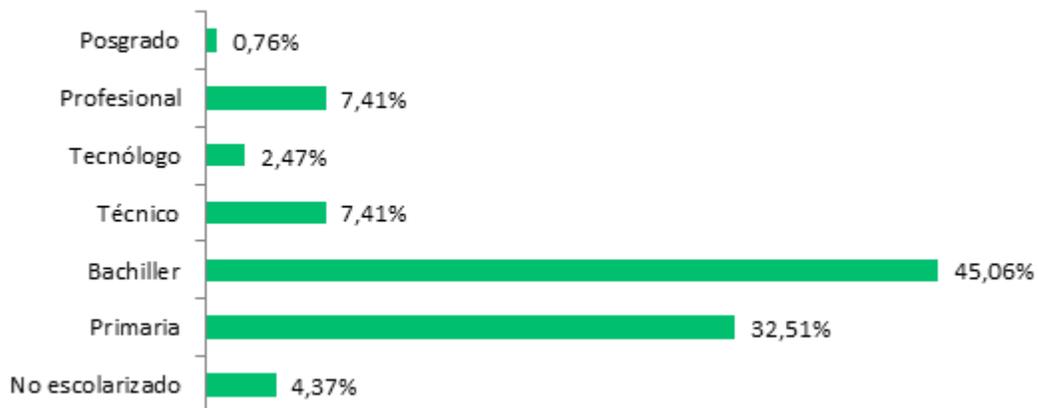


*Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la información recolectada, la mayoría de los propietarios de tiendas tienen edades entre los 35 – 40 años (26,31%), seguido de los rangos de edades de 25-30 años y 40-45 años con un 13,69% cada uno.

- **Nivel Educativo**

### Nivel Educativo del propietario

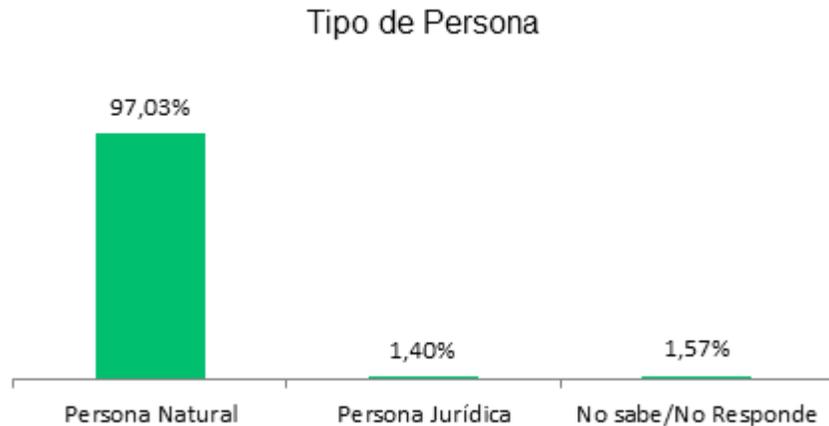


*Fuente: Elaboración propia*

Se logró identificar que el 45,06% de los propietarios de tiendas son bachilleres, el 32,51% cursó solo hasta la primaria y solo el 7,41% son profesionales.

## Información del Establecimiento

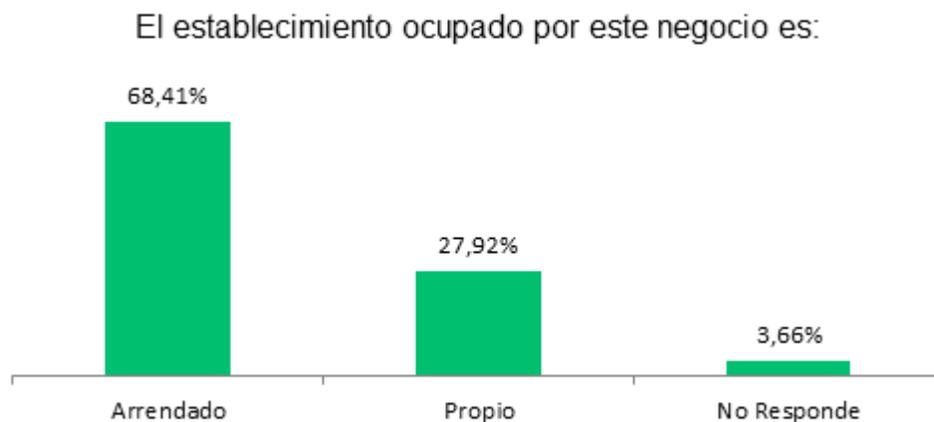
- **Tipo de Persona**



*Fuente: Elaboración propia.*

El 97,03% de las tiendas encuestadas actúan bajo la figura de persona natural y solo el 1,4% como persona jurídica. Por su parte el 1,57% no respondió a esta pregunta.

- **Tenencia del establecimiento.**



*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto a la tenencia del local donde se encuentran ubicadas las tiendas, se tiene que el 68,41% de los establecimientos son arrendados y solo el 27,92% son propios.

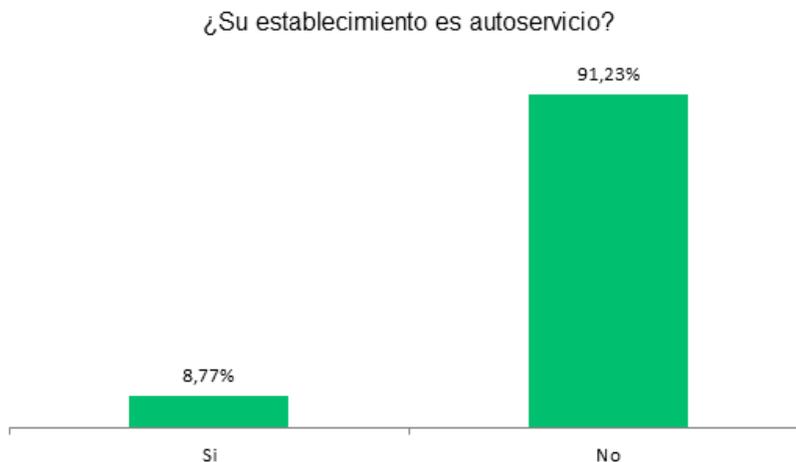
- **Tipo de establecimiento.**



*Fuente: Elaboración propia.*

Según el tipo de establecimiento, se concretó que, de acuerdo con la información suministrada por los tenderos, el 60,99% son viviendas con espacio exclusivo para la actividad económica, el 23,40% son puesto fijo (Local/kiosco) y el 15,07% son viviendas sin espacio exclusivo para la actividad económica.

- **Autoservicios**

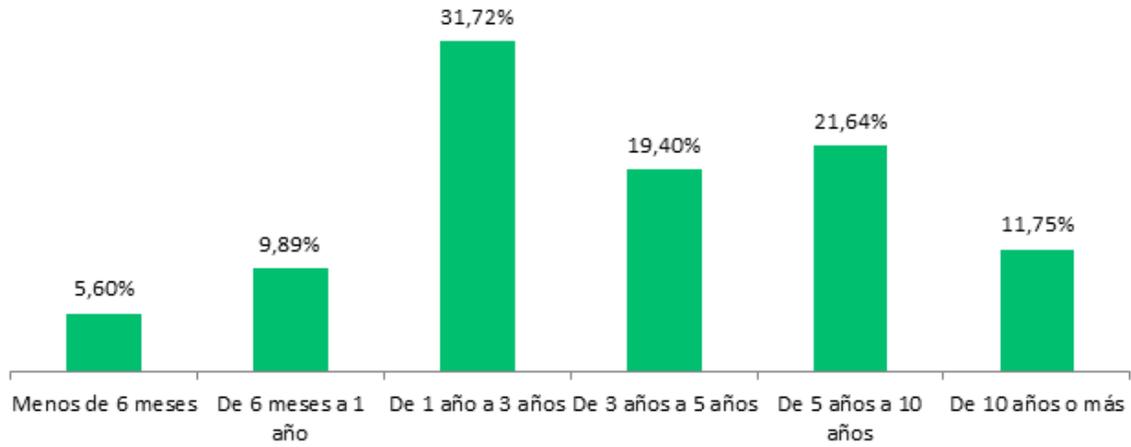


*Fuente: Elaboración propia.*

De acuerdo con los datos obtenidos, se logra identificar que el 8,77% de las tiendas censadas son autoservicios, mientras que el 91,27% no lo son.

- **Antigüedad del Negocio**

¿Cuál es la antigüedad de su negocio?

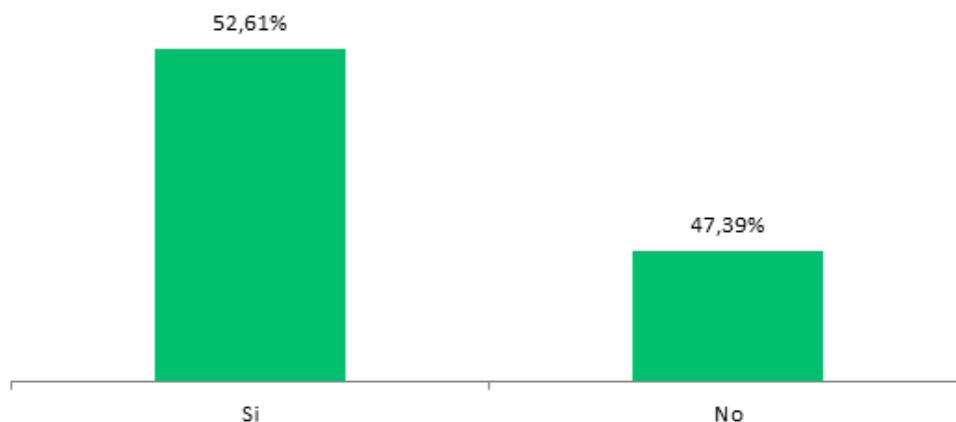


*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto a la antigüedad de los negocios, el 31,72% de las tiendas tiene entre 1 y 3 años de existencia, el 21,64% entre 5 y 10 años, y el 19,40% entre 3 y 5 años.

- **Avisos y/o Letreros.**

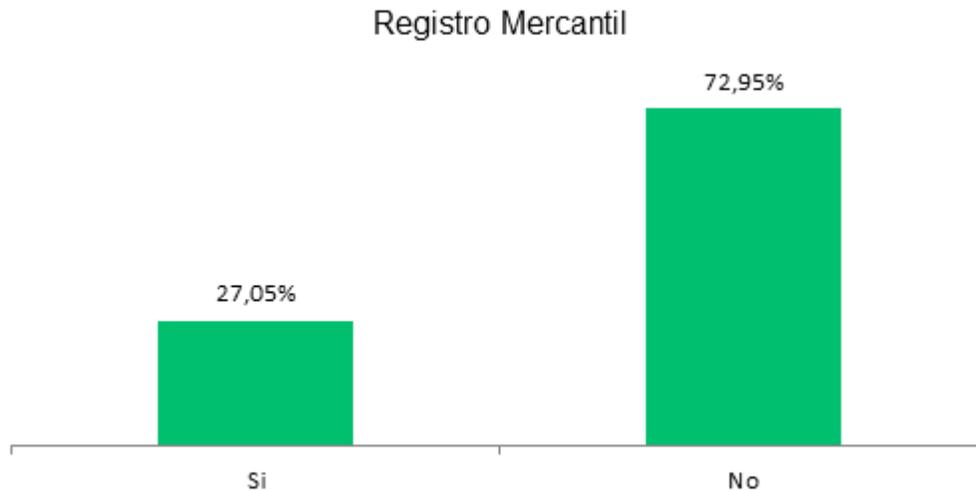
¿Tiene avisos y tableros?



*Fuente: Elaboración propia.*

En relación con la tenencia de avisos y/o letreros en los establecimientos, se identificó que el 52,61% de los tenderos encuestados afirmó contar con ellos, mientras que el 47,39% indicó no tenerlos.

- **Registro mercantil**

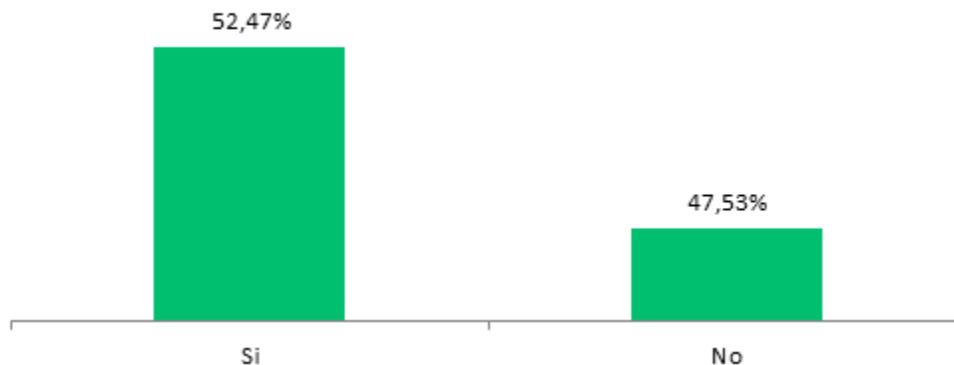


*Fuente: Elaboración propia.*

Tras validar la información del registro mercantil de los encuestados con la base de datos de la Cámara de Comercio, se identificó que el 27,05% cuenta con este registro, mientras que el 72,95% no lo posee. Sin embargo, es importante señalar que la cifra podría ser mayor, ya que algunos encuestados pueden haber suministrado números de identificación o nombres de negocio incorrectos. En estos casos, al validar la información en el sistema, los establecimientos no aparecen registrados, lo que puede hacer que se consideren como informales, aunque en realidad estén formalizados.

- **RUT**

¿Su establecimiento cuenta con Registro Único Tributario (RUT)?

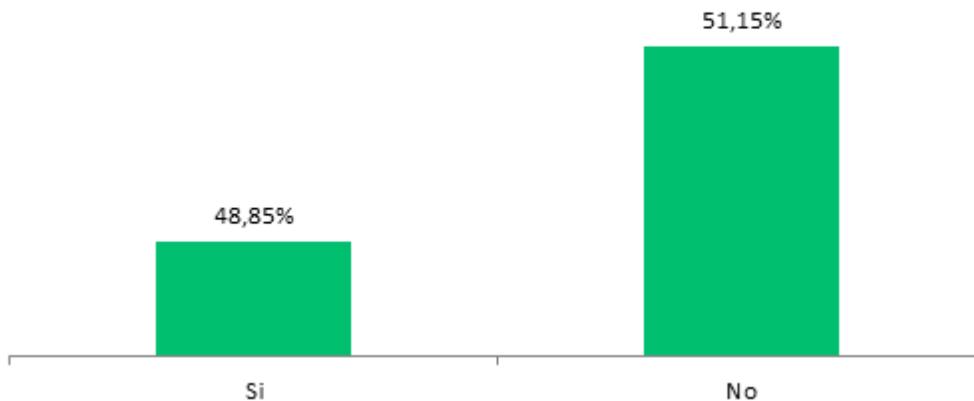


*Fuente: Elaboración propia.*

De acuerdo con la información suministrada por los encuestados, el 52,47% manifiestan tener Registro Único Tributario (RUT), mientras que el 47,53% no lo tienen. Es importante destacar que este dato corresponde únicamente a las respuestas de los encuestados y no ha sido cruzado con la base de datos de la DIAN.

- **Impuesto de Industria y Comercio**

¿Este establecimiento tiene Registro de Contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio (ICA)?



*Fuente: Elaboración propia.*

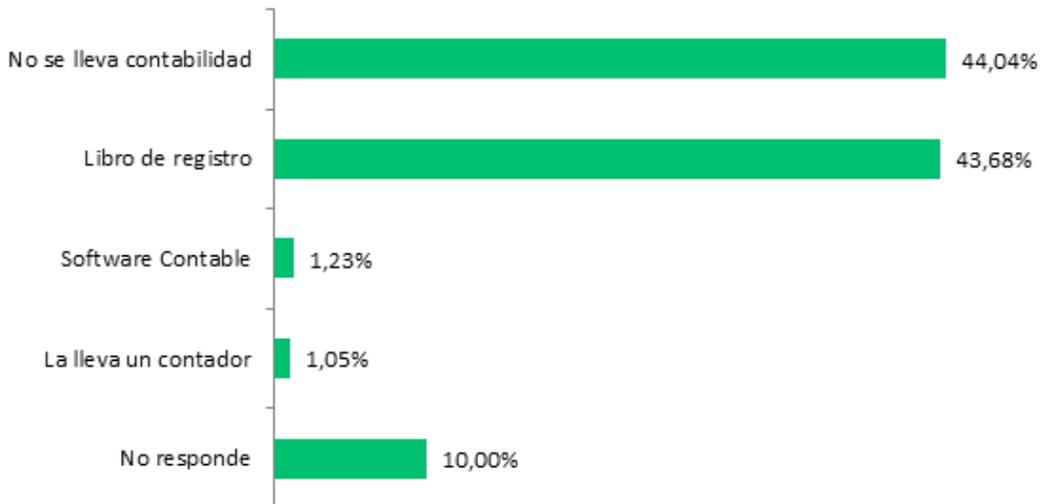
De acuerdo con la información suministrada por los encuestados, el 45,85% de los tenderos manifiestan tener Registro de Contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio, mientras que el 51,15% no lo tiene. Es importante señalar que este dato corresponde exclusivamente a las respuestas proporcionadas por los encuestados y no ha sido cruzado con la base de datos del Impuesto de Industria y Comercio de la Alcaldía (ICA).

- **Generación de empleo**

En cuanto a la generación de empleo en las tiendas, se tiene que estas generan un promedio de 1,6 empleos.

- **Contabilidad del negocio**

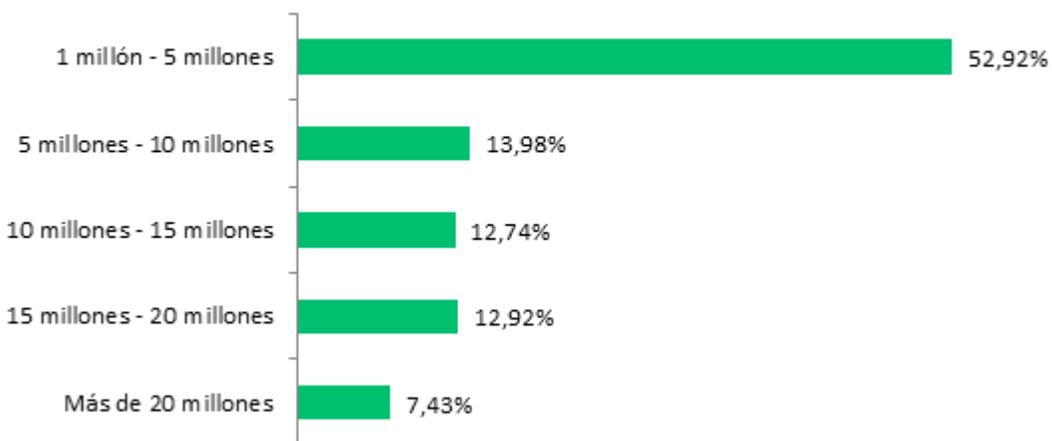
¿Cómo se lleva la contabilidad en el establecimiento o negocio?



*Fuente: Elaboración propia.*

En lo que respecta a este punto, el 44,04% de los tenderos manifiesta no llevar contabilidad, un 43,68% dice hacer uso de un libro de registro y solo el 1,23% de los tenderos hacen uso de software contable.

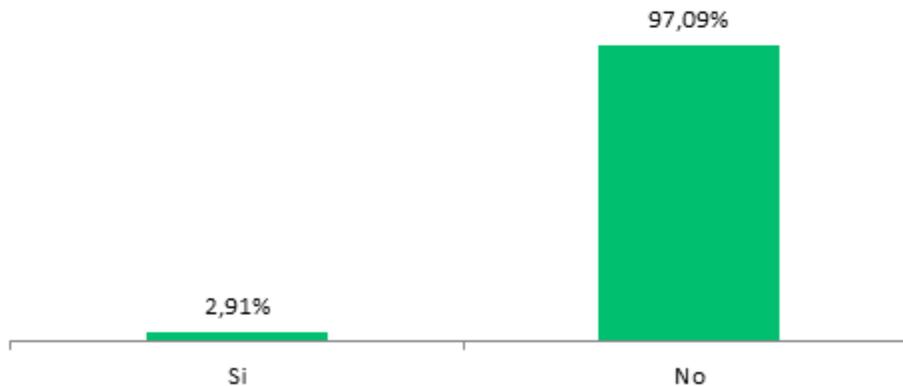
¿A Cuanto asciende la cantidad de activos de su establecimiento?



*Fuente: Elaboración propia.*

En lo referente a los activos, el 52,92% de los tenderos afirman que sus activos ascienden de 1 – 5 millones de pesos, el 13,98% dice que de 5 – 10 millones de pesos y solo el 7,43% manifiesta tener activos de más de 20 millones de pesos.

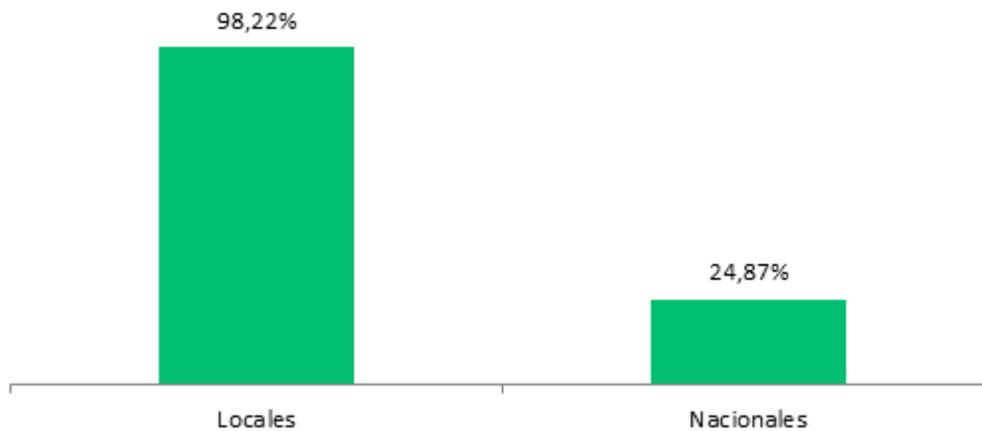
### ¿Factura electrónicamente?



*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto a facturación electrónica, se identifica que el 2,91% de las tiendas facturan electrónicamente. Por su parte, el 97,09% no lo hace.

### ¿Sus proveedores son?



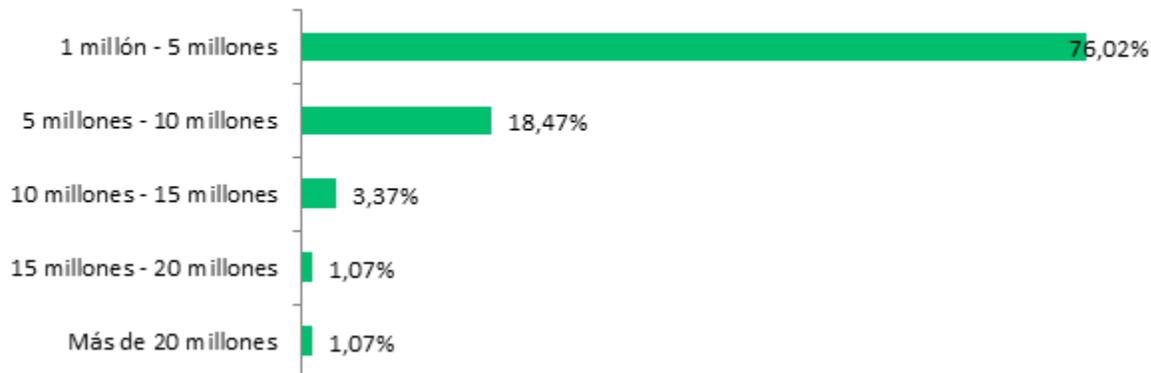
*Fuente: Elaboración propia.*

*\*Los encuestados podían responder más de dos veces*

En relación con los proveedores, se identificó que el 98,22% de las tiendas cuentan con proveedores locales, mientras que el 24,87% reporta tener proveedores nacionales.

- Ventas

¿Cuál es el promedio de ventas mensuales de su establecimiento?



*Fuente: Elaboración propia.*

De acuerdo con los encuestados, el 76,02% afirma tener ventas mensuales en promedio de 1 – 5 millones de pesos, el 18,47% vende en promedio entre 5 – 10 millones de pesos y solo 1,07% vende más de 20 millones de pesos.

# CONCLUSIONES

Los resultados del censo de tiendas del Distrito Riohacha, apuntan a un sector comercial con un alto grado de informalidad, con un predominio de tiendas pequeñas y de reciente creación. Las políticas de fortalecimiento y formalización empresarial deben enfocarse en promover el registro de negocios, la capacitación en contabilidad y la adopción de herramientas de facturación electrónica para aumentar la competitividad y la sostenibilidad del sector.

1. **Concentración geográfica de las tiendas:** La mayoría de las tiendas se concentran en zonas específicas del Distrito, como el Mercado Nuevo y barrios cercanos, lo que sugiere una alta actividad comercial en estas áreas. Además, la comuna 10 concentra el mayor porcentaje de establecimientos, lo que refleja una posible tendencia hacia áreas con una mayor concentración de barrios de desarrollo informal o con mayor densidad poblacional.
2. **Perfil de los propietarios:** La prevalencia de hombres (56,56%) entre los propietarios, así como el alto porcentaje de propietarios colombianos, señala una cierta homogeneidad en el perfil demográfico de los dueños de las tiendas. La mayoría tiene entre 35 y 40 años, y una educación mayoritariamente de nivel secundario o primario, lo que puede indicar que los dueños tienen un perfil con formación principalmente básica.
3. **Características operativas de los establecimientos:** La mayoría de las tiendas funcionan como persona natural y están ubicadas en viviendas adaptadas para actividades comerciales. La antigüedad promedio de los negocios sugiere que muchos son relativamente nuevos, lo que podría reflejar un espíritu emprendedor en la comunidad, aunque también implica que algunos pueden carecer de la estabilidad y experiencia necesaria para enfrentar desafíos económicos a largo plazo.
4. **Situación legal y contable:** La baja proporción de establecimientos con registro mercantil y de contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio indica una falta de formalización en el sector. Además, el alto porcentaje de propietarios que no llevan contabilidad formal ni realizan facturación electrónica señala una falta de preparación en términos de gestión financiera, lo cual limita el crecimiento y la integración con el sistema tributario formal.
5. **Ventas y empleo:** La mayoría de las tiendas tienen ventas mensuales moderadas (entre 1 y 5 millones de pesos), lo que puede indicar un sector comercial pequeño o emergente. Las tiendas generan pocos empleos (1,6 en promedio), lo que refleja el carácter mayormente familiar o individual de los negocios en esta área.

# RECOMENDACIONES

## 1. Fortalecimiento de la formalización:

- Dado que solo el 27,05% de los establecimientos tienen registro mercantil y el 45,85% están registrados como contribuyentes, se recomienda implementar campañas de sensibilización para informar a los propietarios sobre los beneficios de la formalización. Además, se debe ofrecer asesoría práctica y facilitar el proceso de registro, especialmente a aquellos con menor nivel educativo o experiencia en trámites legales.
- Fomentar la facturación electrónica, especialmente considerando que solo el 2,91% la utiliza, lo cual puede mejorar la competitividad y transparencia fiscal.

## 2. Capacitación en gestión financiera:

- Dado que el 44,04% de los propietarios no llevan contabilidad adecuada, es importante implementar programas de formación en gestión empresarial y uso de software contable, facilitando la transición hacia prácticas financieras más estructuradas.

## 3. Incentivos para el uso de tecnología:

- Promover la digitalización de los negocios, particularmente en el área de ventas, ya que solo un pequeño porcentaje de tiendas realiza facturación electrónica y un bajo número lleva contabilidad automatizada.

## 4. Campañas de sensibilización sobre la importancia de la visibilidad:

- Promover la instalación de letreros y avisos, ya que el 47,39% de las tiendas no cuentan con ellos, lo que podría mejorar la visibilidad de los negocios y aumentar sus ventas.

## 5. Fortalecer el acceso a financiamiento:

- Establecer programas de financiamiento y crédito orientados a las tiendas de menores ingresos y con pocos activos, lo que les permitirá acceder a recursos para mejorar su infraestructura y tecnología.

## 6. Promoción de la capacitación empresarial:

- Implementar programas que ayuden a los propietarios a diversificar sus fuentes de ingreso, mejorar la calidad de sus productos o servicios, y optimizar sus procesos operativos.