



2022

# CENSO EMPRESARIAL

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	3
1. GENERALIDADES .....	4
1.1 Antecedentes .....	4
1.2. Objetivo general.....	5
1.2.1. Objetivos específicos.....	5
1.3. Alcance .....	5
1.4. Metodología y análisis de la información .....	5
1.4.1. Diseño metodológico.....	5
1.4.2. Metodología .....	6
1.4.3. Población objetivo y muestra .....	6
1.4.4. Proceso de recolección de información .....	6
1.4.5. Instrumentos de recolección de información .....	6
1.4.6. Técnicas de recolección y registro de información .....	7
1.4.7. Tabulación y análisis de información.....	8
1.5 Generalidades jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja .....	10
1.5.1 Caracterización territorial.....	10
1.5.2 Provincia Centro: .....	10
1.5.3 Provincia de Occidente: .....	10
1.5.4 Provincia de Lengupá:.....	10
1.5.5 Provincia de Márquez: .....	10
1.5.6 Provincia de Neira.....	11
1.5.7 Provincia de Oriente:.....	11
1.5.8 Provincia de Ricaurte: .....	11
1.6 Demografía de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.....	12
2. CENSO EMPRESARIAL JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA .....	14
2.1. Proceso de planeación .....	14
2.1.1. Equipo de trabajo.....	14
2.1.2. Ruta y zonificación.....	15
2.2. Ejecución y desarrollo del Censo Empresarial .....	15
2.3 Análisis de datos .....	16
2.3.1 Comparativo Censo Empresarial 2021 - 2022.....	16
CONCLUSIONES .....	37
BIBLIOGRAFÍA .....	38

## INTRODUCCIÓN

Año tras año tras año, la Cámara de Comercio de Tunja adelanta el proceso de renovación del Registro Mercantil puerta a puerta, estrategia que se convierte en una forma de facilitar a nuestros empresarios la posibilidad de dar cumplimiento a la obligación de renovar, sin tener que tengan que cerrar su establecimiento comercial para desplazarse hasta la oficina más cercana de la entidad, a realizar los diferentes trámites en materia registral. Esta acción, además permite adelantar el proceso del Censo Empresarial a comerciantes matriculados y no matriculados.

El reconocimiento por parte del Gobierno Nacional sobre las grandes dificultades de tener información cercana y real, sobre los niveles de informalidad empresarial en Colombia, los niveles de contratación formal de trabajadores, el pago de las prestaciones sociales que esto implica y los bajos niveles de recaudo de impuestos, tanto locales como nacionales según el (Dane 2016), ha permitido consolidar la iniciativa hacia la estructuración de la política de formalización empresarial contenida en el Conpes 3956 de enero 8 del 2019.

En contexto general, la política de formalización empresarial consolida los diferentes aspectos e iniciativas para la reducción de la carga regulatoria a empresas formales, iniciativas de apoyo a empresas para su desarrollo y formalización e iniciativas de inspección, vigilancia y control, entre otros (Conpes 3956).

En consecuencia con lo anterior, este documento permite presentar los avances en los procesos de actualización e identificación de los niveles de informalidad empresarial en los municipios que hacen parte de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja para el 2022, ejercicio que año tras año se convierte en un referente, en el quehacer de la entidad, encaminado a delinear acciones estratégicas de sensibilización a los comerciantes, sobre los reales beneficios de encontrar la ruta de la formalidad.

Para el 2022, se realizaron un total de 19.513 visitas, de las cuales 15.280 corresponden a comerciantes matriculados y 4.233 a comerciantes no matriculados, resultados obtenidos mediante la aplicación de encuesta directa y observación realizada por el equipo promotor, registrando un crecimiento en el número de encuestados del 19,03 %, en relación con el 2021. La investigación asumió una perspectiva cuantitativa y cualitativa, utilizó un diseño descriptivo, con base en la interpretación de los datos arrojados en la encuesta; se trabajó con el 100 % de la población empresarial identificada mediante el método de barrido, en cada uno de los municipios de la jurisdicción.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 Antecedentes

La informalidad empresarial y la informalidad laboral hacen parte del cotidiano vivir, no solo del conglomerado empresarial, sino de las entidades del Estado que propenden por el fortalecimiento y desarrollo empresarial en el país. Por tal razón y fundamentados en el Conpes 3956 del 2019, el cual contiene la política pública de formalización empresarial, el Departamento Nacional de Planeación (DNP), junto con el Centro Nacional de Consultoría (CNC), se dan a la tarea de recoger las diferentes experiencias de las cámaras de comercio del país y logran implementar metodologías que permiten el desarrollo de los censos empresariales; además se plantea una batería de preguntas, que de cierta manera recoge la información clave para conocer la información relevante, tanto del comerciante matriculado (formal) como del comerciante no matriculado (informal).

Una de las grandes dificultades en el proceso de recolección de información y establecer el universo de los comerciantes matriculados y no matriculados de un territorio para el presente año, está dado en las restricciones de movilidad para el personal que debe adelantar el proceso de recolección de información, además las grandes dificultades económicas por las cuales atraviesa el sector productivo, derivación de las medidas tomadas por el Gobierno Nacional, con el propósito de mitigar el riesgo de contagios por Covid-19, situación que genera mayores niveles de desconfianza entre los empresarios de reportar información.

## **1.2. Objetivo general**

Identificar la información relacionada con el potencial de comerciantes de la jurisdicción, principalmente los establecimientos de comercio no registrados en el Registro Mercantil, que desarrollan actividades en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja para el 2022.

### **1.2.1. Objetivos específicos**

- Identificar el número de unidades productivas sin matricular y que desarrollan sus actividades en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.
- Identificar las principales razones por las cuales no existe motivación por parte de los comerciantes no matriculados, a generar procesos que los conduzcan a la ruta de la formalización empresarial.
- Conocer el número de empleados contratados en el último mes, por quienes desarrollan la actividad comercial, sin estar matriculados en la Cámara de Comercio.
- Identificar el tiempo de permanencia en el mercado, de los establecimientos de comercio que no cumplen con la obligación del Registro Mercantil.
- Identificar los ingresos anuales y activos involucrados en la actividad comercial desarrollada por los comerciantes no matriculados en la Cámara de Comercio.
- Consolidar alianzas estratégicas con los diferentes actores que buscan impactar en los procesos inmersos en la ruta de formalización empresarial.
- Identificar los sectores económicos y geográficos con mayor dinámica económica ejercida por los comerciantes no matriculados en el Registro Mercantil.

## **1.3. Alcance**

El Censo Empresarial es un estudio adelantado por la Cámara de Comercio de Tunja, aplicado a la totalidad de establecimientos comerciales que ejercen una actividad económica y lo hacen a través de un establecimiento abierto al público, en cada uno de los municipios de la jurisdicción (71).

## **1.4. Metodología y análisis de la información**

### **1.4.1. Diseño metodológico**

A continuación, se describe la metodología utilizada para la realización del proceso de investigación, población objetivo y muestra, instrumentos de recolección de datos, análisis y tabulación de datos, y por último variables analizadas.

### **1.4.2. Metodología**

A nivel estadístico, la metodología aplicada para esta clase de población en la cual no es posible hacer una ubicación de forma cartográfica, es la “*metodología censal por barrido*”, que consiste en que un grupo de promotores, mediante visita personalizada, identifican los establecimientos de comercio visibles, se procede a aplicar una encuesta previamente estructurada, mediante el sistema de barrido, manzana a manzana, cuadra a cuadra, en las áreas urbanas y en los centros rurales de mayor concentración de establecimientos de comercio y de fácil accesibilidad. En el caso que no sea posible entrevista con informante idóneo, se procede a recolectar información por el método de observación.

### **1.4.3. Población objetivo y muestra**

La población objetivo de la presente investigación está definida por "La totalidad de fenómenos a estudiar en donde las unidades poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación", es decir, que la población de este, es el conjunto de establecimientos de comercio visibles, ubicados en los 71 municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, por lo que se tiene un población finita; sin embargo, no se aplica método estadístico para determinar la muestra, por cuanto la metodología establece que la información será recaudada por entrevista a informante idóneo y observación, de conformidad a la ubicación del establecimiento de comercio, además el número de establecimientos de comercio no matriculados en el Registro Mercantil, no es conocido, previo al desarrollo del ejercicio de recolección de información.

### **1.4.4. Proceso de recolección de información**

El trabajo de campo, es decir, la recolección de la información pertinente, se realiza mediante la aplicación de encuesta previamente estructurada, como una de las técnicas e instrumento propio de una investigación cuantitativa de diseño descriptivo, visitando cada uno de los establecimientos de comercio visibles.

### **1.4.5. Instrumentos de recolección de información**

Para la recolección de la información relacionada con los comerciantes inscritos y no inscritos en la Cámara de Comercio, se diseña un formulario de encuesta, el cual permitirá cumplir con el objetivo general y específicos, planteados en el proceso de investigación.

## **Información primaria**

Se ha diseñado un formulario de encuesta con el objetivo de recolectar la información relacionada con los establecimientos de comercio visibles, matriculados y no matriculados, en la Cámara de Comercio de Tunja. Es válido mencionar, que la información del estado de los comerciantes con la Cámara, se hace de forma independiente, quiere decir que al final del ejercicio de recolección, se logra tener información de los comerciantes matriculados (inscritos) en el Registro Mercantil y los no matriculados (no inscritos).

Si bien es cierto, existe la necesidad de contar con un mayor nivel de detalle de la información de los comerciantes matriculados (inscritos) y no matriculados (no inscritos) en el Registro Mercantil, solo se ha considerado realizar las diez preguntas relacionadas con la información contenida en el formulario del Registro Único Empresarial y Social (RUES), adicionando a este formulario cinco preguntas referentes a las necesidades o motivaciones sobre temas de interés para los comerciantes.

El formulario está dispuesto en las herramientas tecnológicas (tablet) asignadas a cada uno de los promotores encargados de la recolección de la información; además está almacenada en Google Docs, aspecto que permite hacer un seguimiento diario sobre la calidad de la información reportada y el nivel de avance en la recolección de los datos.

## **Diseño estadístico**

Para la presente investigación, se aplica la metodología de censo, aspecto que presume el cubrimiento del 100 % de la población de los establecimientos visibles, relacionados con la actividad comercial. Sin embargo, se encuentran dificultades relacionadas con la negativa del informante idóneo de suministrar la información veraz, situación que se pretende subsanar mediante la observación por parte del promotor, quien diligencia el formulario con la información observada, dejando el respectivo registro de la observación. De igual forma, en el caso de encontrar establecimientos de comercio cerrados que no permiten visualizar si está activo o inactivo, en el desarrollo de una actividad comercial, se deja consignado en el formulario de encuesta en la columna de observaciones.

### **1.4.6. Técnicas de recolección y registro de información**

Encuesta aplicada en formulario independiente a los comerciantes no registrados en el Registro Mercantil, a quienes se aplicaron las preguntas contenidas en el formato de las preguntas formuladas son las contenidas en el formulario del RUES, además por el método de observación realizado por los promotores en la visita a cada uno de los establecimientos. Para los empresarios registrados, se realizó el proceso de actualización de la información relacionada con el valor de las

ventas anuales y el valor de los activos involucrados en el desarrollo de la actividad comercial, información recolectada mediante cuestionario digital, en herramienta tecnológica y consolidación de la base de datos en el Google Docs.

Para los comerciantes matriculados y no matriculados, se formulan dos preguntas adicionales, que hacen referencia a los medios por los cuales se quisieran enterar de las actividades de la Cámara de Comercio y cuáles son sus principales expectativas en temas de formación.

#### **1.4.7. Tabulación y análisis de información**

En la presente investigación, la tabulación y análisis de la información de datos, se realizó por medio de programas como Word, Excel y Google Docs, las cuales contienen gráficas, cuadros, tablas, círculos, histogramas, entre otros, que corresponden a la información obtenida directa de las fuentes investigadas.

**Tabla 1.** Ficha técnica de la encuesta

<b>Nombre</b>	Censo Empresarial municipios de la jurisdicción Cámara de Comercio de Tunja 2022
<b>Realizado por:</b>	Departamento de Planeación y Estudios Económicos Secretaría General y Departamento Jurídico y de los Registros Públicos
<b>Objeto del estudio:</b>	Identificar la información relacionada con el potencial de comerciantes de la jurisdicción, principalmente los establecimientos de comercio no registrados en el Registro Mercantil, que desarrollan actividades en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja para el 2022.
<b>Fecha realización de la encuesta:</b>	Del 28 de enero al 28 de marzo del 2022
<b>Número de preguntas:</b>	Quince (16)
<b>Metodología aplicada:</b>	Entrevista directa a un informante idóneo, perteneciente al establecimiento de comercio visible, de acuerdo donde se realiza la visita, dueño, administrador del negocio o vendedor que es seleccionado en el día y la hora en la que se realiza la visita al establecimiento de comercio, diligenciando el cuestionario de encuesta.
<b>Preguntas del estudio:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actividad económica principal</li> <li>2. Emplazamiento</li> <li>3. Cuánto tiempo lleva ejerciendo la actividad económica</li> <li>4. Cuántas personas trabajan en esta unidad productiva</li> <li>5. Motivos para no estar registrado en Cámara de Comercio</li> <li>6. Tipo de tenencia del local donde funciona la unidad productiva</li> <li>7. Es aportante al sistema de seguridad y protección social</li> <li>8. El propietario es menor de 35 años</li> <li>9. ¿La empresa es familiar?</li> <li>10. Monto de los activos vinculados a la unidad productiva</li> <li>11. Monto de los ingresos del último año de la unidad productiva</li> <li>12. Zona (Urbana – rural)</li> <li>13. El establecimiento de comercio tiene aviso</li> <li>14. ¿Por qué canal de información suele recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja?</li> <li>15. ¿Qué canal preferiría para recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja?</li> <li>16. ¿Qué aspectos considera que desea fortalecer en su negocio?</li> </ol>
<b>Número de usuarios encuestados:</b>	Se visitaron 19.513 establecimientos de comercio de los cuales 4.233 reportaron no estar matriculados en la Cámara de Comercio y 15.280 reportaron estar matriculados en la Cámara de Comercio de Tunja
<b>Herramientas de apoyo:</b>	Excel, Google Drive, Google Docs

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

## **1.5 Generalidades jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja**

### **1.5.1 Caracterización territorial**

La Cámara de Comercio de Tunja como entidad privada, con la responsabilidad de garantizar los procesos de certificación y promoción de los procesos de formalización de la actividad comercial, y fortalecimiento del sector productivo, mediante la promoción de proceso de innovación (Plan estratégico 2022-2026), requiere conocer el potencial de comerciantes de la jurisdicción; reporta una importante cobertura para la prestación de los servicios, para lo cual cuenta con 14 oficinas ubicadas en trece municipios así: la oficina principal ubicada en Tunja (Sede Norte y Sede Centro), una seccional en Chiquinquirá, también con sedes en Garagoa, Guateque, Miraflores, Moniquirá, Muzo, Otanche, Ramiriquí, Samacá, San Luis de Gaceno, Santana y Villa de Leyva. Además, cuenta con un Centro de Convenciones ubicado en Tunja.

La estructura física y red de oficinas, logra impactar positivamente en siete provincias del departamento, en 71 municipios, los que territorialmente se detallan a continuación:

#### **1.5.2 Provincia Centro:**

Cuenta con los municipios de Chíquiza, Chivatá, Cómbita, Cucaita, Motavita, Oicatá, Samacá, Siachoque, Sora, Soracá, Toca, Ventaquemada y por último Tunja, como capital del departamento.

#### **1.5.3 Provincia de Occidente:**

Esta provincia cuenta con los municipios de Briceño, Buenavista, Caldas, Chiquinquirá, Coper, La Victoria, Maripí, Muzo, Otanche, Pauna, Quípama, Saboyá, San Miguel de Sema, San Pablo de Borbur y Tununguá.

#### **1.5.4 Provincia de Lengupá:**

Comprende los municipios de Berbeo, Campohermoso, Miraflores, Páez, San Eduardo y Zetaquirá.

#### **1.5.5 Provincia de Márquez:**

La conforman los municipios de Boyacá, Ciénega, Jenesano, Nuevo Colón, Ramiriquí, Rondón, Tibaná, Turmequé, Úmbita y Viracachá.

### 1.5.6 Provincia de Neira:

Está conformada por los municipios de Chinavita, Garagoa, Macanal, Pachavita, San Luis de Gaceno, y Santa María.

### 1.5.7 Provincia de Oriente:

Comprende los municipios de Almeida, Chivor, Guateque, Guayatá, La Capilla, Somondoco, Sutatenza, y Tenza.

### 1.5.8 Provincia de Ricaurte:

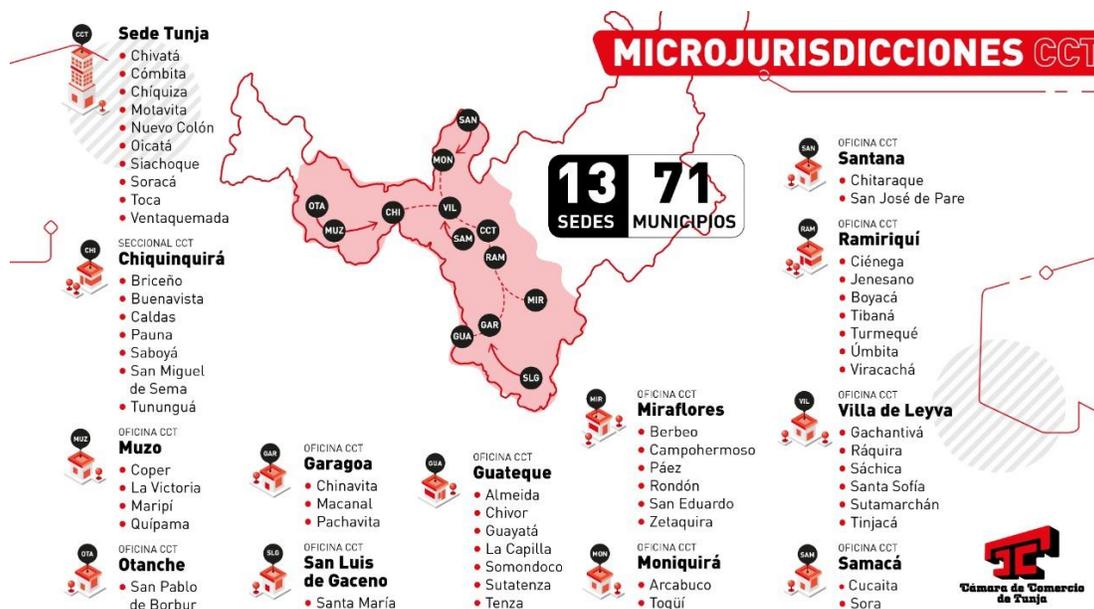
Por último, la provincia de Ricaurte con los municipios de Arcabuco, Chitaraque, Gachantivá, Moniquirá, Ráquira, Sáchica, San José de Pare, Santa Sofía, Santana, Sutamarchán, Tinjacá, Toguí, y Villa de Leyva.

**Ilustración 1.** Mapa de oficinas de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja



Fuente. Elaboración Oficina de Prensa y Comunicaciones de la CCT

**Ilustración 2.** Mapa las micro jurisdicciones de la Cámara de Comercio de Tunja



Fuente. Elaboración Oficina de Prensa y Comunicaciones de la CCT

### 1.6 Demografía de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja

Una vez expuesto la cobertura y participación territorial de la entidad en el departamento de Boyacá, se considera importante referenciar la población que según censo Dane 2018, con proyecciones 2022, ocupan los 71 municipios de la jurisdicción, aspecto que se muestra de forma agregada provincia por provincia en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Población de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.

Provincia	Población Urbana	Población Rural	Total Población
Centro	198.490	77.443	275.933
Lengupá	11.216	14.687	25.903
Márquez	15.691	43.132	58.823
Neira	21.039	17.476	38.515
Occidente	72.266	61.253	133.519
Oriente	14.158	18.518	32.676
Ricaurte	40.173	59.326	99.499
<b>Total población jurisdicción</b>	<b>373.033</b>	<b>291.835</b>	<b>664.868</b>
<b>Porcentaje de participación</b>	<b>56,11%</b>	<b>43,89%</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia a partir de (Dane, 2022)

El total de la población de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja proyectada al 2022, es de 664.868 habitantes, representada el 56,11 % en población urbana y un 43,89 % en población rural; de otra parte, se observa que la provincia Centro representa el 41,70 % del total de la población de la jurisdicción, mientras que la provincia de Occidente participa con el 20,08 %. Hay que mencionar, además, que estas dos provincias cuentan con las dos ciudades de mayor población de la jurisdicción, como son Tunja y Chiquinquirá, respectivamente. La provincia de menor participación en población, es la de Lengupá, con solo el 3,90 %.

La población rural de la provincia de Ricaurte representa el 20,33 % del total de la población rural de la jurisdicción, mientras que la provincia de Márquez reporta una participación del 14,78 %, aspecto que vale la pena referenciar, por cuanto en estas dos provincias es relevante la población rural, sobre la población urbana. Por otra parte, las provincias de mayor concentración de la población urbana son las de Centro y Occidente.

## **2. CENSO EMPRESARIAL JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA**

### **2.1. Proceso de planeación**

Siguiendo lo establecido en el Conpes 3956 del 2019, la Cámara de comercio de Tunja realiza acciones tendientes a identificar la ubicación de los comerciantes que desarrollan actividades comerciales, sin cumplir con lo establecido en el Artículo 86 del Código de Comercio, en materia de la obligatoriedad de contar con el Registro Mercantil, además uno de los propósitos de la entidad es contar con herramientas que permitan formular procesos de intervención hacia el fortalecimiento del proceso de la formalización, desde cada una de las cuatro categorías expuestas en el Conpes antes mencionado.

De otra parte, se toman las recomendaciones dadas por el DNP en lo relacionado a la metodología y estructuración del proceso de recolección de información, para lo cual, en coordinación con la Secretaría General de la CCT, se adelanta el proceso de selección de personal idóneo para adelantar el proceso del Censo Empresarial, como complemento a la jornada de renovación del Registro Mercantil y renovación de afiliados. Para el presente año, se hace un paralelo de la metodología aplicada por el Dane para el desarrollo del censo económico, la cual es muy similar a la aplicada por la entidad.

#### **2.1.1. Equipo de trabajo**

##### **Investigador y director general del proyecto**

En concordancia con las funciones y responsabilidad el director del Departamento de Planeación y Estudios Económicos de la entidad, asume la dirección del proyecto, con la colaboración del secretario General y el director de Sistemas, quien de forma diaria hace el seguimiento y verificación de los avances y la calidad de la información reportada por el equipo de promotores, de igual forma, es el responsable del proceso de capacitar al personal encargado de la recolección de la información, proceso que se sustenta en las directrices impartidas por el DNP.

##### **Coordinador técnico - operativo**

En esta oportunidad, la persona encargada de la orientación control y seguimiento del proceso con jefes de oficina y promotores, es la coordinadora de Oficinas, a quien el director de Planeación y Estudios Económicos reporta las novedades y en forma conjunta se analizan las novedades y acciones que sean necesarias implementar, para mejorar y fortalecer el proceso. En el caso de la microjurisdicción de Tunja, se responsabiliza a una persona que haga la coordinación y

programación de las actividades, ya que este equipo da apoyo a los demás municipios de la jurisdicción.

### **Coordinador de seguimiento, verificación y soporte tecnológico**

El Departamento de Sistemas en cabeza de su director, es el encargado de brindar el soporte tecnológico y de contrastar la información ingresada por los encuestadores, con las bases de datos del Registro Mercantil, esto en el caso de los inscritos; además realiza los ajustes pertinentes por las posibles inconsistencias registradas en el proceso de recolección de datos, por temas tecnológicos.

### **Encuestadores o promotores**

Personal encargado de realizar las visitas a los establecimientos asignados y aplicar las encuestas, cuya competencia está enfocada al servicio al cliente y conocimientos de los diferentes procesos de renovación y de formalización empresarial. Se ha conformado un equipo de trabajo, el cual adelanta apoyo en cada una de las oficinas de la jurisdicción, incluyendo un equipo de 11 promotores que soportan el proceso en la microjurisdicción de Tunja; además dan apoyo a las demás oficinas de conformidad con la programación establecida previamente.

#### **2.1.2. Ruta y zonificación**

El Censo Empresarial se realiza mediante un barrido general por los sectores urbanos, rurales y avenidas, hacia las afueras de cada uno de los municipios de la jurisdicción de la CCT, zonificando y realizando rutas estratégicas de la ubicación del comercio en el municipio, de acuerdo al conocimiento y experiencia del coordinador técnico-operativo, de los jefes de oficina y por supuesto el de los promotores, lo cual permitió obtener resultados óptimos y dar cobertura total a los municipios de la jurisdicción.

#### **2.2. Ejecución y desarrollo del Censo Empresarial**

El trabajo de campo consiste en la identificación de los municipios a visitar en concordancia con el cronograma previamente organizado por los jefes de oficina y coordinador de oficinas, se identifican las zonas y rutas y la población objetivo, y se procede a hacer la aplicación de las encuestas municipio por municipio. Esta labor, inició el viernes 28 de enero y culminó el lunes 28 de marzo del 2022.

## 2.3 Análisis de datos

### 2.3.1 Comparativo Censo Empresarial 2021 - 2022

En este apartado, se hace el análisis del comparativo de estos dos censos, en lo relacionado al número de entrevistados a nivel de empresarios matriculados y no matriculados, resultados que se presentan a continuación y que se pueden visualizar en la Tabla 3, además la tabulación de las respuestas emitidas por los comerciantes no inscritos en la CCT.

**Tabla 3.** Comparativo Censo Empresarial 2021-2022.

MUNICIPIO	AÑO 2021			AÑO 2022		
	Inscritos	No inscritos	Total 2021	Inscritos	No inscritos	Total 2022
15001 - Tunja	1.166	1.398	2.564	3.180	894	4.074
15022 - Almeida	22	3	25	28	10	38
15051 - Arcabuco	172	16	188	196	58	254
15090 - Berbeo	17	10	27	13	16	29
15104 - Boyacá	46	12	58	39	29	68
15106 - Briceño	44	9	53	43	17	60
15109 - Buenavista	75	20	95	88	9	97
15131 - Caldas	44	12	56	46	12	58
15135 - Campohermoso	73	2	75	51	22	73
15172 - Chinavita	62	12	74	55	37	92
15176 - Chiquinquirá	1.757	512	2.269	2.077	244	2.321
15185 - Chitaraque	80	12	92	77	12	89
15187 - Chivatá	50	1	51	37	20	57
15189 - Ciénega	94	14	108	72	38	110
15204 - Cómbita	207	73	280	202	95	297
15212 - Coper	27	31	58	36	30	66
15224 - Cucaita	92	32	124	92	28	120
15232 - Chíquiza	0	16	16	27	17	44
15236 - Chivor	40	13	53	48	19	67
15293 - Gachantivá	51	17	68	61	13	74
15299 - Garagoa	735	107	842	732	260	992
15322 - Guateque	469	124	593	530	99	629
15325 - Guayatá	79	23	102	89	11	100
15367 - Jenesano	162	14	176	136	51	187
15380 - La Capilla	64	36	100	75	27	102
15401 - La Victoria	19	14	33	11	12	23
15407 - Villa de Leyva	816	39	855	1.130	43	1.173
15425 - Macanal	52	6	58	46	15	61
15442 - Maripí	41	38	79	41	41	82
15455 - Miraflores	451	14	465	336	152	488
15469 - Moniquirá	809	55	864	765	158	923
15476 - Motavita	53	8	61	53	39	92

MUNICIPIO	AÑO 2021			AÑO 2022		
	Inscritos	No inscritos	Total 2021	Inscritos	No inscritos	Total 2022
15480 - Muzo	166	44	210	169	34	203
15494 - Nuevo Colón	115	15	130	85	55	140
15500 - Oicatá	42	20	62	46	22	68
15507 - Otanche	166	32	198	174	40	214
15511 - Pachavita	29	1	30	30	5	35
15514 - Páez	107	24	131	82	35	117
15531 - Pauna	112	46	158	156	73	229
15580 - Quípama	58	35	93	32	30	62
15599 - Ramiriquí	360	27	387	357	71	428
15600 - Ráquira	129	25	154	169	42	211
15621 - Rondón	63	7	70	32	60	92
15632 - Saboyá	116	42	158	147	12	159
15638 - Sáchica	117	47	164	193	63	256
15646 - Samacá	506	24	530	396	108	504
15660 - San Eduardo	74	37	111	33	55	88
15664 - San José de Pare	56	11	67	65	16	81
15667 - San Luis de Gaceno	168	19	187	189	68	257
15676 - San Miguel de Sema	50	7	57	53	6	59
15681 - San Pablo de Borbur	99	49	148	109	57	166
15686 - Santana	136	47	183	141	50	191
15690 - Santa María	88	8	96	69	22	91
15696 - Santa Sofía	94	24	118	105	17	122
15740 - Siachoque	97	66	163	107	81	188
15761 - Somondoco	55	12	67	59	11	70
15762 - Sora	32	16	48	29	16	45
15764 - Soracá	103	36	139	130	77	207
15776 - Sutamarchán	137	42	179	168	47	215
15778 - Sutatenza	36	25	61	48	17	65
15798 - Tenza	58	50	108	99	11	110
15804 - Tibaná	176	43	219	191	59	250
15808 - Tinjacá	88	25	113	105	23	128
15814 - Toca	250	75	325	261	130	391
15816 - Toguií	68	7	75	56	7	63
15832 - Tununguá	18	11	29	20	15	35
15835 - Turmequé	124	32	156	129	56	185
15842 - Úmbita	42	10	52	59	34	93
15861 - Ventaquemada	394	30	424	410	93	503
15879 - Viracachá	34	22	56	23	33	56
15897 - Zetaquirá	141	35	176	142	54	196
<b>Total General</b>	<b>12.573</b>	<b>3.821</b>	<b>16.394</b>	<b>15.280</b>	<b>4.233</b>	<b>19.513</b>

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

**Tabla 4.** Variación Censo Empresarial 2021-2022.

MUNICIPIO	VARIACIÓN 2021 Vs 2022			% VARIACIÓN 2021 Vs 2022		
	Inscritos	No inscritos	Total 2022	Inscritos	No inscritos	Total 2022
15001 - Tunja	2014	-504	1510	172,73%	-36,05%	58,89%
15022 - Almeida	6	7	13	27,27%	233,33%	52%
15051 - Arcabuco	24	42	66	13,95%	262,50%	35,11%
15090 - Berbeo	-4	6	2	-23,53%	60%	7,41%
15104 - Boyacá	-7	17	10	-15,22%	141,67%	17,24%
15106 - Briceño	-1	8	7	-2,27%	88,89%	13,21%
15109 - Buenavista	13	-11	2	17,33%	-55%	2,11%
15131 - Caldas	2	0	2	4,55%	0%	3,57%
15135 - Campohermoso	-22	20	-2	-30,14%	1000%	-2,67%
15172 - Chinavita	-7	25	18	-11,29%	208,33%	24,32%
15176 - Chiquinquirá	320	-268	52	18,21%	-52,34%	2,29%
15185 - Chitaraque	-3	0	-3	-3,75%	0%	-3,26%
15187 - Chivatá	-13	19	6	-26%	1900%	11,76%
15189 - Ciénega	-22	24	2	-23,40%	171,43%	1,85%
15204 - Cóbbita	-5	22	17	-2,42%	30,14%	6,07%
15212 - Coper	9	-1	8	33,33%	-3,23%	13,79%
15224 - Cucaita	0	-4	-4	0%	-12,50%	-3,23%
15232 - Chíquiza	27	1	28	270%	6,25%	175%
15236 - Chivor	8	6	14	20%	46,15%	26,42%
15293 - Gachantivá	10	-4	6	19,61%	-23,53%	8,82%
15299 - Garagoa	-3	153	150	-0,41%	142,99%	17,81%
15322 - Guateque	61	-25	36	13,01%	-20,16%	6,07%
15325 - Guayatá	10	-12	-2	12,66%	-52,17%	-1,96%
15367 - Jenesano	-26	37	11	-16,05%	264,29%	6,25%
15380 - La Capilla	11	-9	2	17,19%	-25%	2%
15401 - La Victoria	-8	-2	-10	-42,11%	-14,29%	-30,30%
15407 - Villa de Leyva	314	4	318	38,48%	10,26%	37,19%
15425 - Macanal	-6	9	3	-11,54%	150%	5,17%
15442 - Maripí	0	3	3	0%	7,89%	3,80%
15455 - Miraflores	-115	138	23	-25,50%	985,71%	4,95%
15469 - Moniquirá	-44	103	59	-5,44%	187,27%	6,83%
15476 - Motavita	0	31	31	0%	387,50%	50,82%
15480 - Muzo	3	-10	-7	1,81%	-22,73%	-3,33%
15494 - Nuevo Colón	-30	40	10	-26,09%	266,67%	7,69%
15500 - Oicatá	4	2	6	9,52%	10%	9,68%
15507 - Otanche	8	8	16	4,82%	25%	8,08%
15511 - Pachavita	1	4	5	3,45%	400%	16,67%
15514 - Páez	-25	11	-14	-23,36%	45,83%	-10,69%
15531 - Pauna	44	27	71	39,29%	58,70%	44,94%
15580 - Quípama	-26	-5	-31	-44,83%	-14,29%	-33,33%
15599 - Ramiriquí	-3	44	41	-0,83%	162,96%	10,59%

MUNICIPIO	VARIACIÓN 2021 Vs 2022			% VARIACIÓN 2021 Vs 2022		
	Inscritos	No inscritos	Total 2022	Inscritos	No inscritos	Total 2022
15600 - Ráquira	40	17	57	31,01%	68,00%	37,01%
15621 - Rondón	-31	53	22	-49,21%	757,14%	31,43%
15632 - Saboyá	31	-30	1	26,72%	-71,43%	0,63%
15638 - Sáchica	76	16	92	64,96%	34,04%	56,10%
15646 - Samacá	-110	84	-26	-21,74%	350%	-4,91%
15660 - San Eduardo	-41	18	-23	-55,41%	48,65%	-20,72%
15664 - San José de Pare	9	5	14	16,07%	45,45%	20,90%
15667 - San Luis de Gaceno	21	49	70	12,50%	257,89%	37,43%
15676 - San Miguel de Sema	3	-1	2	6%	-14,29%	3,51%
15681 - San Pablo de Borbur	10	8	18	10,10%	16,33%	12,16%
15686 - Santana	5	3	8	3,68%	6,38%	4,37%
15690 - Santa María	-19	14	-5	-21,59%	175,00%	-5,21%
15696 - Santa Sofía	11	-7	4	11,70%	-29,17%	3,39%
15740 - Siachoque	10	15	25	10,31%	22,73%	15,34%
15761 - Somondoco	4	-1	3	7,27%	-8,33%	4,48%
15762 - Sora	-3	0	-3	-9,38%	0%	-6,25%
15764 - Soracá	27	41	68	26,21%	113,89%	48,92%
15776 - Sutamarchán	31	5	36	22,63%	11,90%	20,11%
15778 - Sutatenza	12	-8	4	33,33%	-32,00%	6,56%
15798 - Tenza	41	-39	2	70,69%	-78,00%	1,85%
15804 - Tibaná	15	16	31	8,52%	37,21%	14,16%
15808 - Tinjacá	17	-2	15	19,32%	-8,00%	13,27%
15814 - Toca	11	55	66	4,40%	73,33%	20,31%
15816 - Togüí	-12	0	-12	-17,65%	0%	-16%
15832 - Tununguá	2	4	6	11,11%	36,36%	20,69%
15835 - Turmequé	5	24	29	4,03%	75%	18,59%
15842 - Úmbita	17	24	41	40,48%	240%	78,85%
15861 - Ventaquemada	16	63	79	4,06%	210%	18,63%
15879 - Viracachá	-11	11	0	-32,35%	50%	0%
15897 - Zetaquirá	1	19	20	0,71%	54,29%	11,36%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>2707</b>	<b>412</b>	<b>3119</b>	<b>21,53%</b>	<b>10,78%</b>	<b>19,03%</b>

<b>Aumentó</b>
<b>Disminuyó</b>
<b>Se mantuvo igual</b>

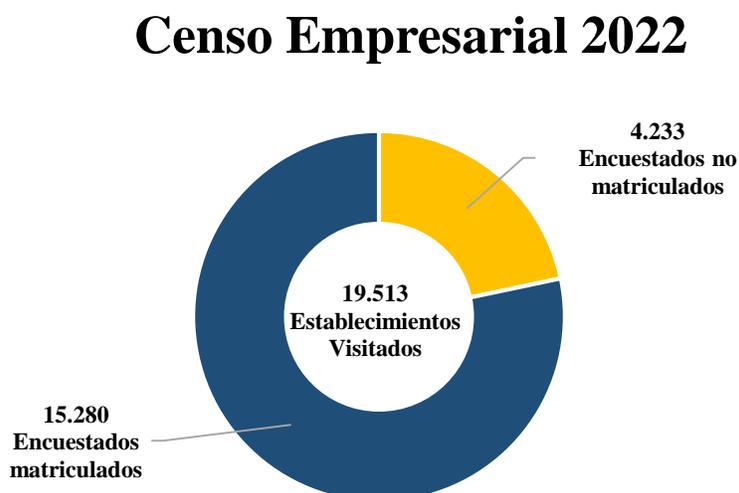
Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

Una vez culminado el proceso de recolección de información, observamos que para el 2022 se realizaron un total de 19.513 encuestas, de las cuales el 78,31 % corresponde a comerciantes inscritos en el Registro Mercantil y el 21,69 % a comerciantes no inscritos.

Al evaluar el resultado del proceso realizado en el 2022, en referencia con el 2021, se evidencia que se presenta una variación positiva del 19,03 %, en cuanto al número total de encuestas realizadas. De otra parte, se observa que Pauna (-33,33 %), La Victoria (-30,30 %) y San Eduardo (-20,72 %), registran variaciones negativas importantes.

Con respecto al incremento en número de establecimientos encuestados en el 2022, en referencia con el 2021, se observa que, en municipios de importante dinámica económica como Tunja y Chiquinquirá, se reporta un incremento del 58,89 % y del 2,29 % respectivamente; por otra parte, en municipios con menor densidad empresarial como Chíquiza y Úmbita, se evidencia un crecimiento del tejido empresarial del 175 % y 78,85 %. Así mismo, es importante evidenciar los principales avances por municipio, en lo referente a los niveles de formalización empresarial, en donde el número de establecimientos registrados en la Cámara de Comercio de Tunja crece, mientras tanto se evidencia en algunos municipios el decrecimiento en número de establecimientos no registrados, estos son Tenza que registra un decrecimiento en los no inscritos del 78 % en referencia con el 2021, seguido de Saboyá con el 71,43 %, Buenavista con el 55%, Chiquinquirá con el 52,34 %, Guayatá con el 52,17 % y por último Tunja con el 36,05 %.

**Gráfica 1.** Relación de encuestados en el Censo Empresarial 2022

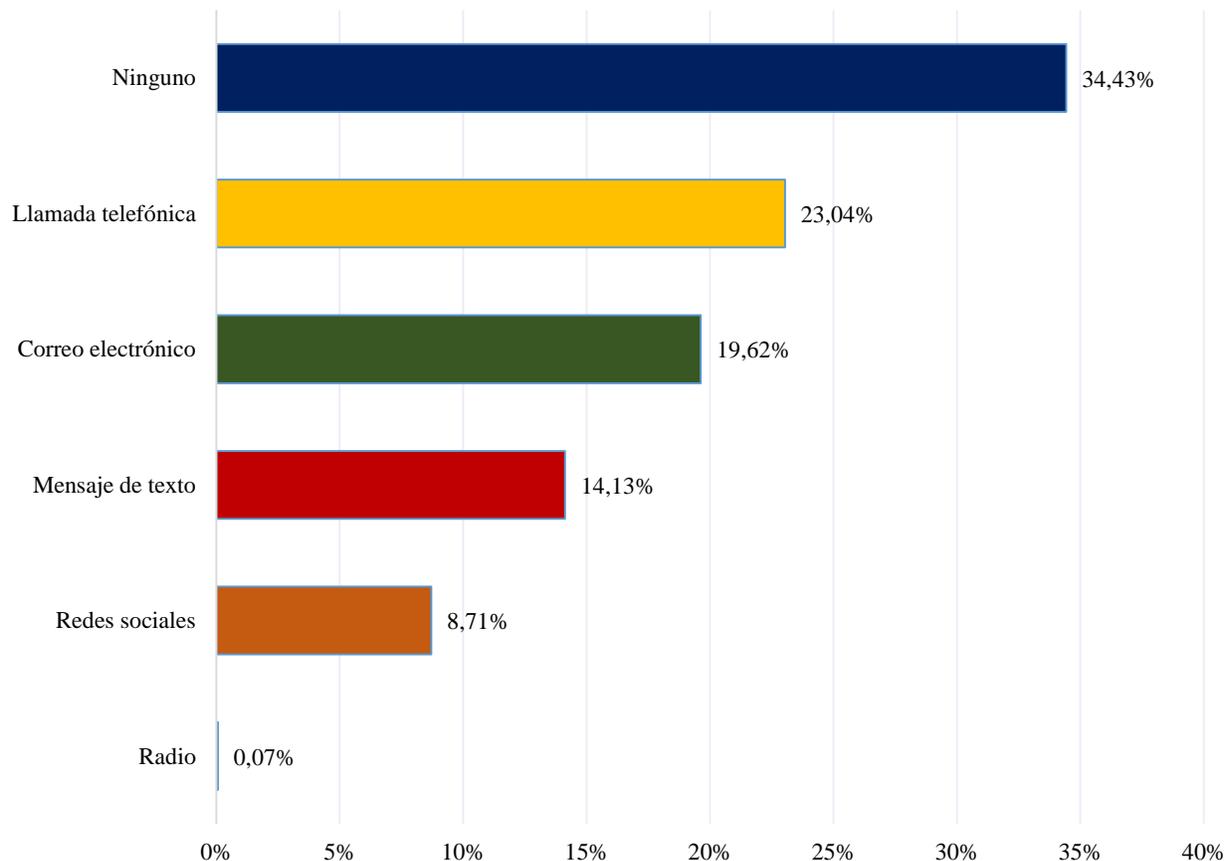


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

De otra parte y considerando la importancia que tiene para la Cámara de Comercio conocer el medio de comunicación por el cual los empresarios no matriculados en el Registro Mercantil, suelen recibir información de la entidad, se identifica lo siguiente:

Del total de encuestados no matriculados que contestaron esta pregunta, el 34,43 % no suele recibir información, el 23,04 suele recibir información por medio de llamada telefónica, el 19,62% por medio de correo electrónico, el 14,13% por mensaje de texto, el 8,71% por medio de las redes sociales y por último el 0,07% por medio de radio.

**Gráfica 2.** Canal de información por el cual suele recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja (no matriculados)

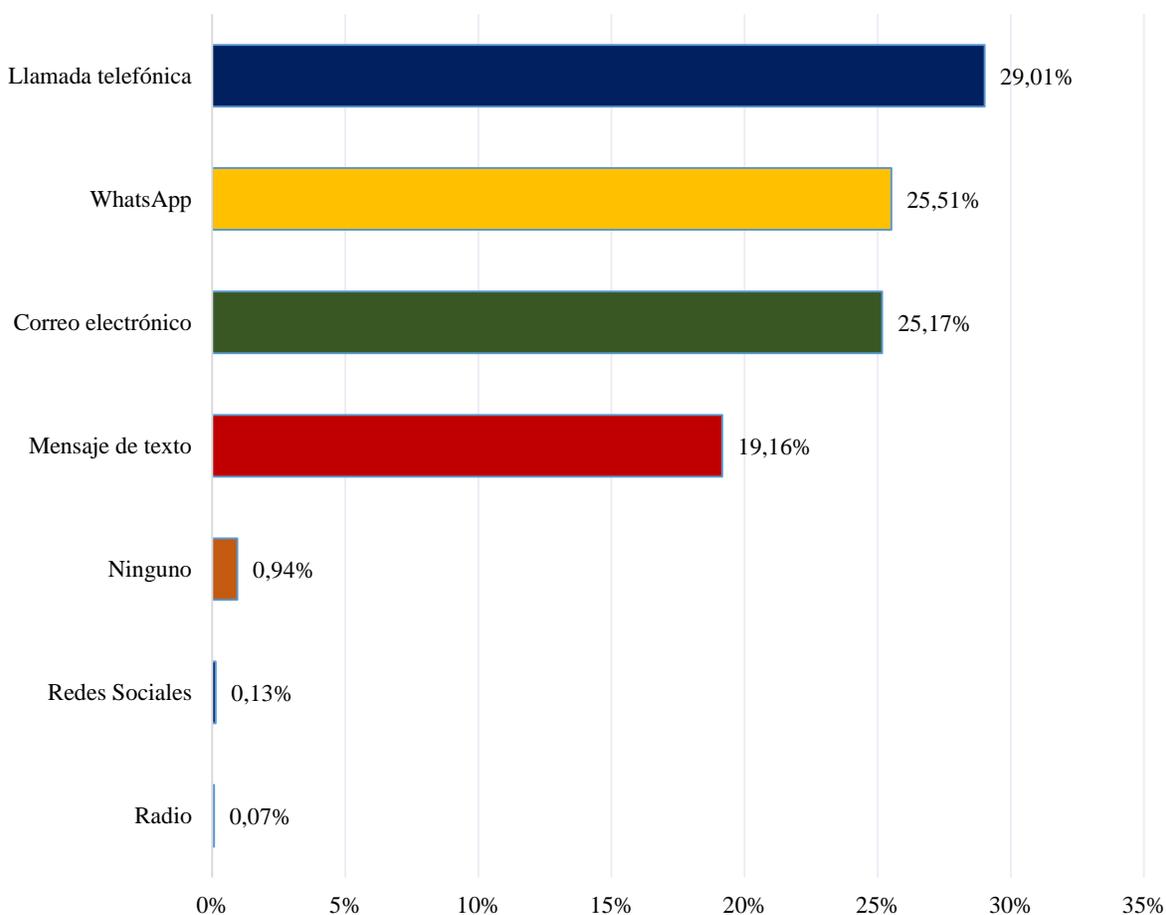


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

Así mismo, y con el fin de conocer cuál es el medio de comunicación que prefieren los empresarios no matriculados en el Registro Mercantil, para enterarse de los diferentes servicios que presta la entidad, se identifica lo siguiente:

Del total de encuestados no matriculados que contestaron esta pregunta, el 29,01% prefiere recibir información por medio de llamada telefónica, el 25,51% por medio de WhatsApp, el 25,17% por correo electrónico, el 19,16% por mensaje de texto, el 0,94% no tiene preferencia en ningún canal de comunicación, el 0,13% por medio de las redes sociales y por último el 0,07% por medio de radio.

**Gráfica 3.** Canal de preferencia para recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja (no matriculados)



Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

## 2.3.2 Caracterización de los establecimientos no registrados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja

### 2.3.2.1 Clasificación actividad económica no matriculados

En la Tabla 4, se relaciona la actividad económica de los establecimientos de comercio no matriculados en la CCT.

**Tabla 4.** Distribución de no matriculados por sección CIU

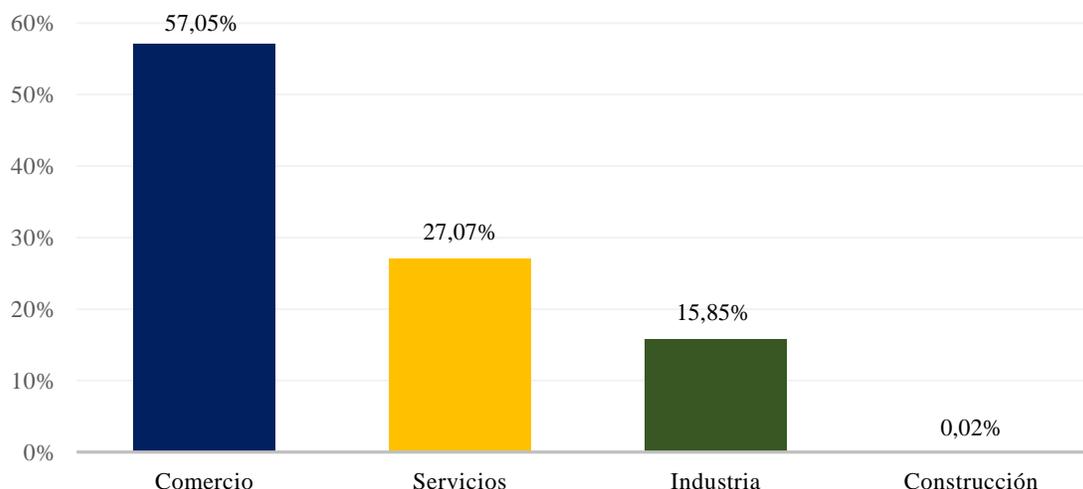
Clasificación Actividad Económica		Jurisdicción CCT	
		Número de no matriculados	Porcentaje de Participación
<b>Sección A</b>	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	19	0,45%
<b>Sección B</b>	Explotación de minas y canteras	3	0,07%
<b>Sección C</b>	Industrias manufactureras	646	15,26%
<b>Sección D</b>	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	0%
<b>Sección E</b>	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	3	0,07%
<b>Sección F</b>	Construcción	1	0,02%
<b>Sección G</b>	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	2.415	57,05%
<b>Sección H</b>	Transporte y almacenamiento	31	0,73%
<b>Sección I</b>	Alojamiento y servicios de comida	677	15,99%
<b>Sección J</b>	Información y comunicaciones	26	0,61%
<b>Sección K</b>	Actividades financieras y de seguros	4	0%
<b>Sección L</b>	Actividades inmobiliarias	0	0%
<b>Sección M</b>	Actividades profesionales, científicas y técnicas	47	1%
<b>Sección N</b>	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10	0,24%
<b>Sección O</b>	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	0	0%
<b>Sección P</b>	Educación	2	0,05%
<b>Sección Q</b>	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	6	0,14%
<b>Sección R</b>	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	39	0,92%
<b>Sección S</b>	Otras actividades de servicios	303	7,16%
<b>Sección T</b>	Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	1	0,02%
<b>Sección U</b>	Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	0	0%
<b>Total</b>		<b>4233</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

La dinámica económica de los establecimientos de comercio no registrados en la Cámara de Comercio de Tunja, permite determinar que de los 4.233 establecimientos censados, el 57,05 % está representado en comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, seguido de industrias manufactureras con un 15,26% y en tercer lugar alojamiento y servicios de comida con el 15,99 %; estas actividades concentran el 88,31 % del total de establecimientos no registrados en la Cámara de Comercio. Es importante mencionar que la estructura empresarial de la jurisdicción a nivel de comerciantes no registrados, es similar a la estructura de los comerciantes registrados en lo que a actividades económicas se refiere.

Con relación a la clasificación por sector económico, en la cual ejercen su actividad económica los comerciantes no matriculados, podemos evidenciar que el 57,05 % pertenece al sector comercio, el 27,07 % a servicios, el 15,85 % a la industria manufacturera y el 0,02% al sector de construcción.

**Gráfica 4.** Clasificación de la informalidad por sector económico



Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

### 2.3.2.2. Activos e ingresos comerciantes no matriculados

Uno de los aspectos importantes de conocer dentro de la dinámica económica, es el valor de los activos vinculados a cada una de las actividades desarrolladas por los no matriculados en la Cámara de Comercio, además identificar los ingresos anuales, variables que no son atractivas para estos comerciantes reportar, pues consideran que esta información será tenida en cuenta para el cobro de impuestos ya sean de carácter municipal, departamental o nacional; en la siguiente tabla, vemos los valores reportados por los empresarios, así:

**Tabla 5.** Distribución de no matriculados por sección CIU, según activos e ingresos anuales

Clasificación Actividad Económica		Jurisdicción CCT		
		Número de no matriculados	Valor Activos	Valor Ingresos Anuales
Sección A	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	19	\$ 1'600.000	\$ 2'010.000
Sección B	Explotación de minas y canteras	3	\$ 1'000.000	\$ 100.000
Sección C	Industrias manufactureras	646	\$ 342'000.000	\$ 168'581.000
Sección D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	\$ -	\$ -
Sección E	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	3	\$ -	\$ -
Sección F	Construcción	1	\$ -	\$ -
Sección G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	2.415	\$ 660'580.000	\$ 401'735.000
Sección H	Transporte y almacenamiento	31	\$ 2'000.000	\$ 2'500.000
Sección I	Alojamiento y servicios de comida	677	\$ 213'350.000	\$ 182'350.000
Sección J	Información y comunicaciones	26	\$ 66'500.000	\$ 5'600.000
Sección K	Actividades financieras y de seguros	4	\$ -	\$ -
Sección L	Actividades inmobiliarias	0	\$ -	\$ -
Sección M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	47	\$ 4'500.000	\$ 8'300.000
Sección N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10	\$ 26'500.000	\$ 39'000.000
Sección O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	0	\$ -	\$ -
Sección P	Educación	2	\$ -	\$ -
Sección Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	6	\$ 1'000.000	\$ 1'200.000
Sección R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	39	\$ 1'000.000	\$ 1'300.000
Sección S	Otras actividades de servicios	303	\$ 62'700.000	\$ 24'410.000
Sección T	Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	1	\$ -	\$ -
Sección U	Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	0	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>4.233</b>	<b>\$ 1.382'730.000</b>	<b>\$ 837'086.000</b>

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

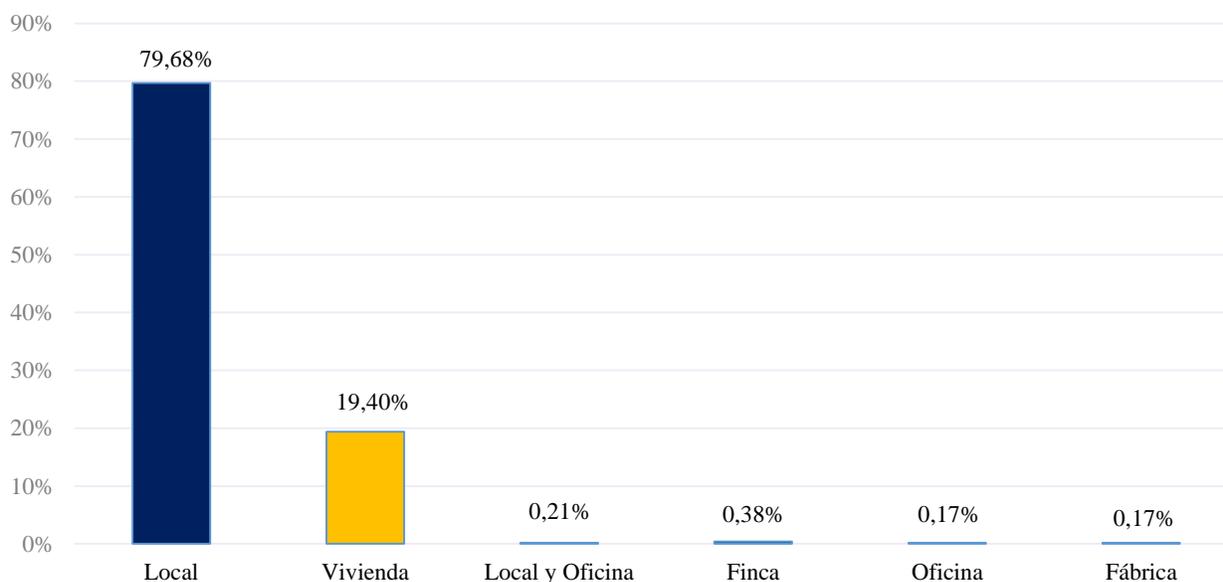
Los comerciantes no matriculados reportaron un valor de activos de \$ 1.382'730.000, de los cuales el 47,77 % están representados en la actividad relacionada con el comercio al por mayor y al por menor, seguido de industrias manufactureras con el 24,73 % y en tercer lugar alojamiento y servicios de comida con el 15,43 %.

En lo que hace referencia al nivel de ventas reportado por los comerciantes no matriculados en la Cámara de Comercio, es de \$ 837'086.000, en donde el comercio al por mayor y al por menor, alojamiento y servicios de comida y la industria manufacturera concentran el 89,92 % del total de las ventas. La anterior información permite determinar que tanto a nivel de comerciantes inscritos y no inscritos, las tres actividades relacionadas anteriormente son las de mayor relevancia y potencialidad en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.

### 2.3.2.3 Ubicación donde se desarrolla la actividad comercial

El 79,68 % de las actividades desarrolladas por los empresarios no matriculados, se realiza en local, mientras que el 19,40 % se realiza en vivienda, el 0,21 % se realiza en local y oficina y el 0,33% se encuentran ubicados en finca y fábrica.

**Gráfica 5.** Ubicación del establecimiento de comercio

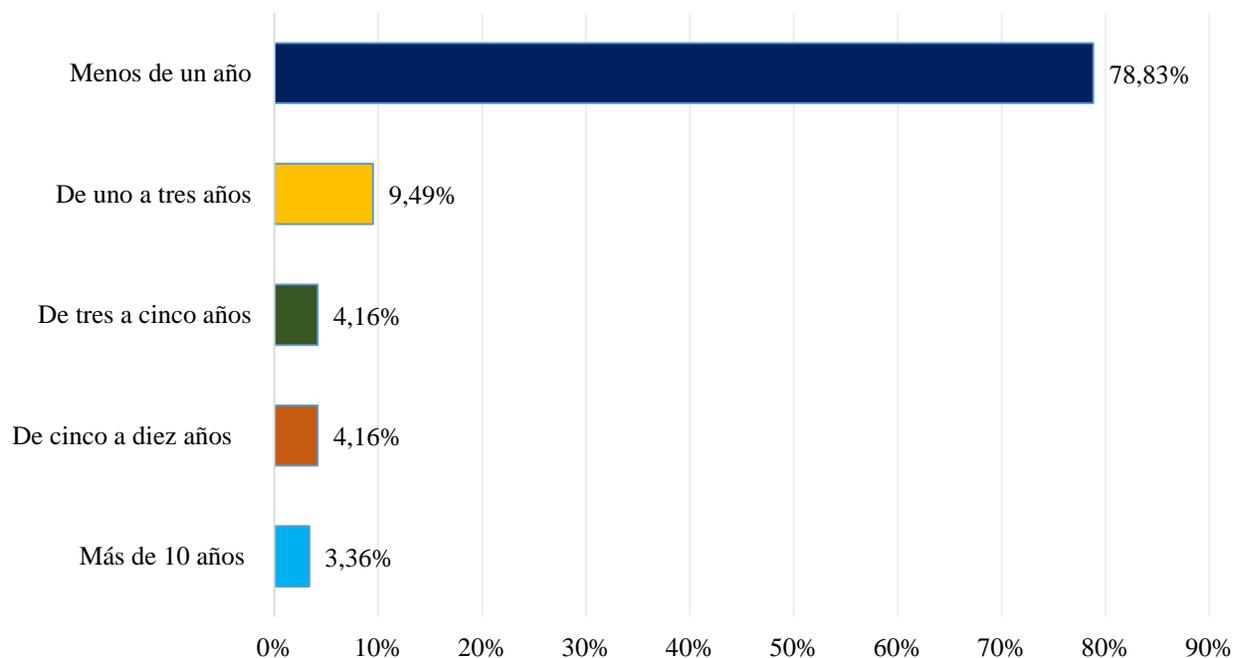


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.4 Tiempo ejerciendo la actividad económica

Otra variable importante en el análisis, es el tiempo en que la unidad empresarial lleva ejerciendo la actividad económica. Se observa que existe una importante concentración en el rango de menos de un año, ya que el 78,83 % de los comerciantes no matriculados en la Cámara de Comercio reportan actividad en un tiempo menor de un año, el 9,49 % están en el rango de uno a tres años, el 4,16 % están en el rango de tres a cinco años, el 7,52 % reportan actividad económica superior a cinco años.

**Gráfica 6.** Tiempo de permanencia en el desarrollo de la actividad económica

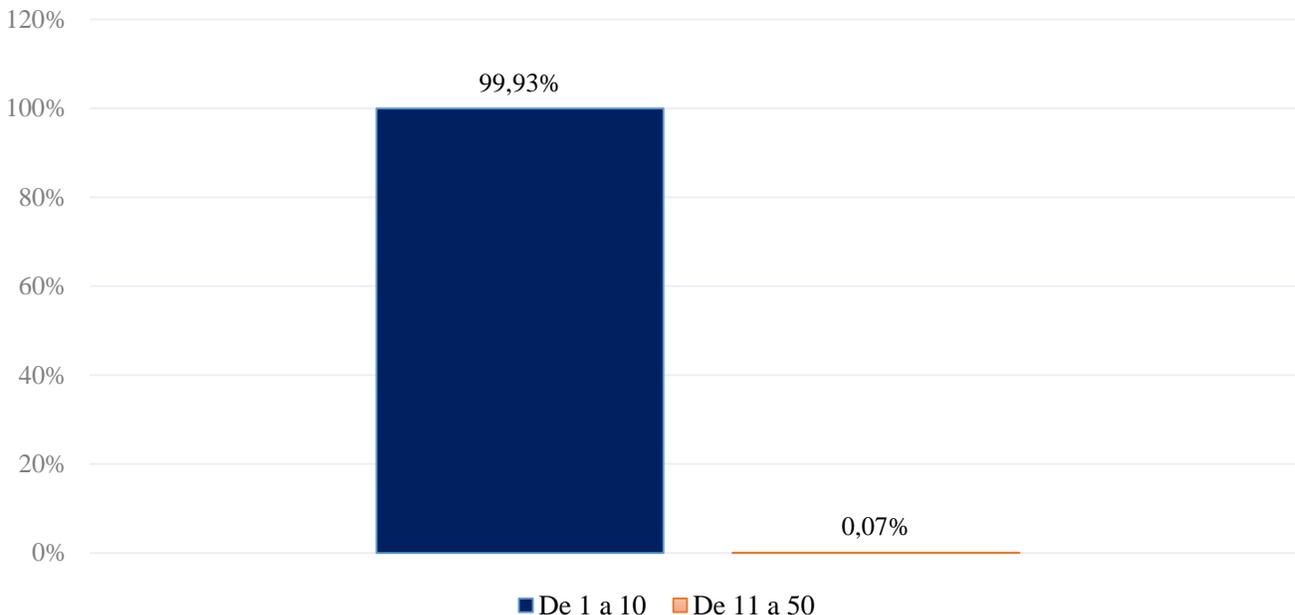


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.5. Trabajadores vinculados a la unidad empresarial

En lo relacionado al número de trabajadores vinculados a las unidades productivas no matriculadas en la Cámara de Comercio, se determina que el 99,93 % ocupa entre 1 a 10 trabajadores y el 0,07 % ocupa entre 11 a 50 trabajadores.

**Gráfica 7.** Cuántas personas trabajan en la unidad productiva

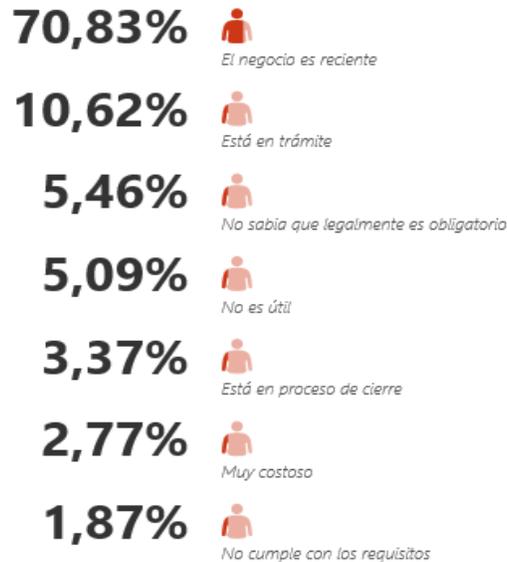


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

**2.3.2.6. Motivos por los cuales los comerciantes no matriculados (informales) no se registran en la Cámara de Comercio**

Al indagar las razones por las cuales los comerciantes no se motivan a matricularse, se establece que el 70,83 % manifiesta que el negocio es reciente, el 10,62 % manifiesta que está en trámite, el 5,46 % desconoce que legalmente es obligatorio, el 5,09 % indica que no es útil, el 3,37 % manifiesta estar en proceso de cierre, el 2,77 % manifiesta que es muy costoso y el 1,87% no se matricula porque no cumple con los requisitos.

**Gráfica 8.** Motivos por los cuales los comerciantes no matriculados no se registran en la Cámara de Comercio de Tunja.

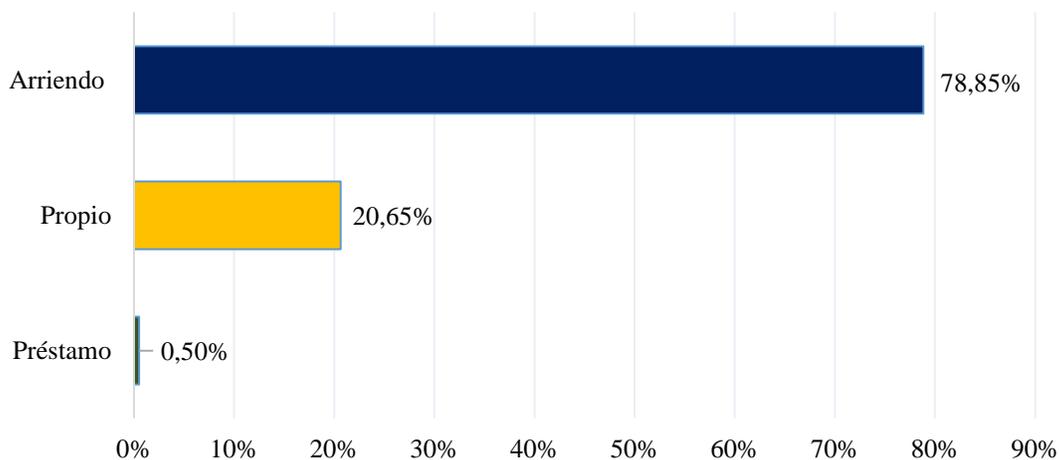


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.7. Forma de tenencia del local donde se desarrolla la actividad empresarial

Del total de encuestados, se determina que el 78,85 % desarrolla la actividad comercial en arriendo, el 20,65 % lo hace en locales propios y el 0,50 % realiza su actividad en locales a manera de préstamo, determinando que existe una alta concentración en la forma de tenencia de los inmuebles.

**Gráfica 9.** Forma de tenencia del local donde se desarrolla la actividad comercial

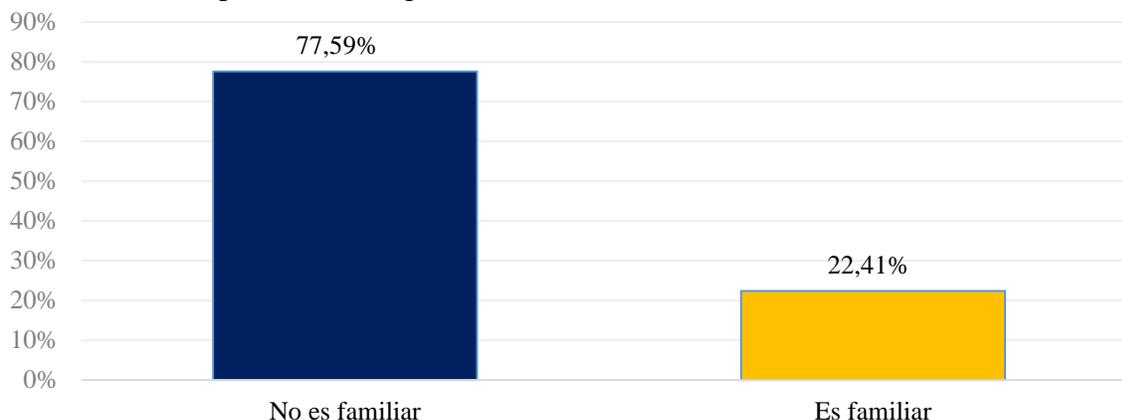


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.8. El establecimiento comercial es de origen familiar

En referencia a la pregunta si el establecimiento de comercio es de origen familiar, el 77,59 % manifiesta que no es familiar y el 22,41 % manifiesta que sí lo es.

**Gráfica 10.** La empresa es de origen familiar

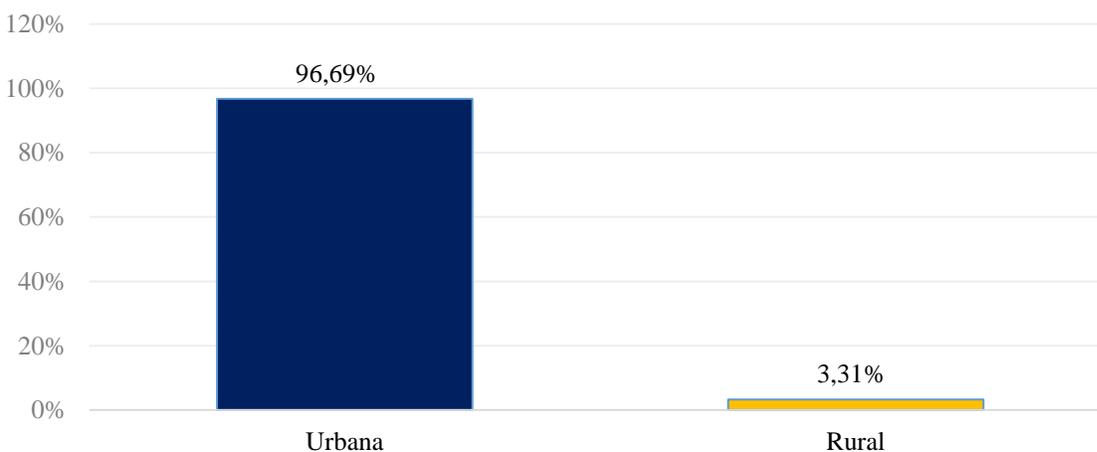


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.9. Zona de ubicación no matriculados

En referencia a la zona de ubicación de la unidad económica, el 96,69 % se encuentra ubicada en zona urbana y el 3,31 % en zona rural.

**Gráfica 11.** Zona de la ubicación no matriculados



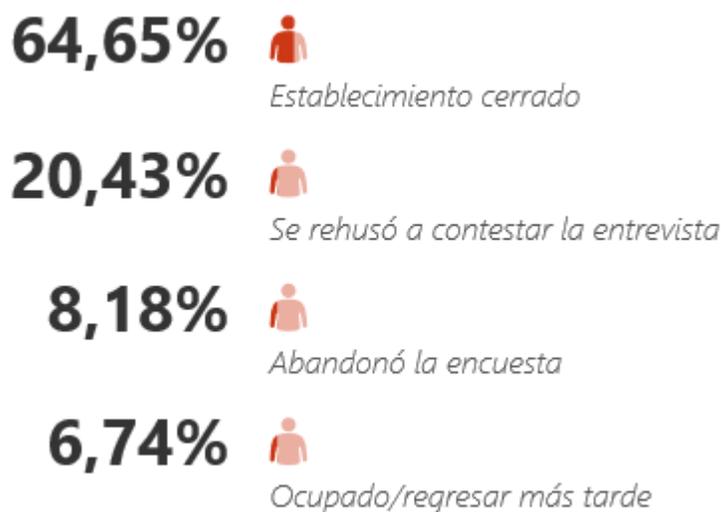
Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.10. Rechazos en el proceso de encuesta de no matriculados

Durante el desarrollo del Censo Empresarial se presentan rechazos dentro de la encuesta por las siguientes situaciones:

El 64,65 % de los establecimientos no matriculados se encontraban cerrados, acción que permite continuar con el desarrollo de la encuesta, ya que se puede realizar a manera de observación, el 20,43 % de los encuestados se rehusó a contestar la totalidad de las preguntas, el 8,18 % abandona la encuesta y el 6,74 % manifiesta durante la entrevista estar ocupado, solicitando regresar más tarde, sin embargo, por el tiempo de desplazamiento dentro de las zonas y municipios, no es posible regresar a entrevistar nuevamente, de igual manera se realiza el diligenciamiento del resto de información a manera de observación.

**Gráfica 12.** Rechazos en el proceso de encuesta



Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

### 2.3.2.10. Aspectos que considera que desea fortalecer en su negocio

De la totalidad de los comerciantes matriculados y no matriculados que contestaron la pregunta, el 43,45 % manifiesta que no requiere fortalecer ningún aspecto en su negocio, mientras que el 28,90 % manifiesta que requiere fortalecer su negocio en temas de mercadeo, el 15,98% en temas financieros, el 6,99 % en temas administrativos y por último el 4,68 % en temas logísticos, situación que logra identificar los aspectos a fortalecer en los empresarios y comerciantes de la jurisdicción de la entidad, con el fin de implementar herramientas que ayuden al fortalecimiento empresarial en la región.

**Tabla 6.** Aspectos que considera que desea fortalecer en su negocio

Aspecto	Matriculados	No matriculados	Total
Ninguno	42,59 %	48,68 %	43,45 %
Mercadeo	29,81 %	23,36 %	28,90 %
Financieros	16,03 %	15,64 %	15,98 %
Administrativos	7,26 %	5,35 %	6,99 %
Logísticos	4,31 %	6,97 %	4,68 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

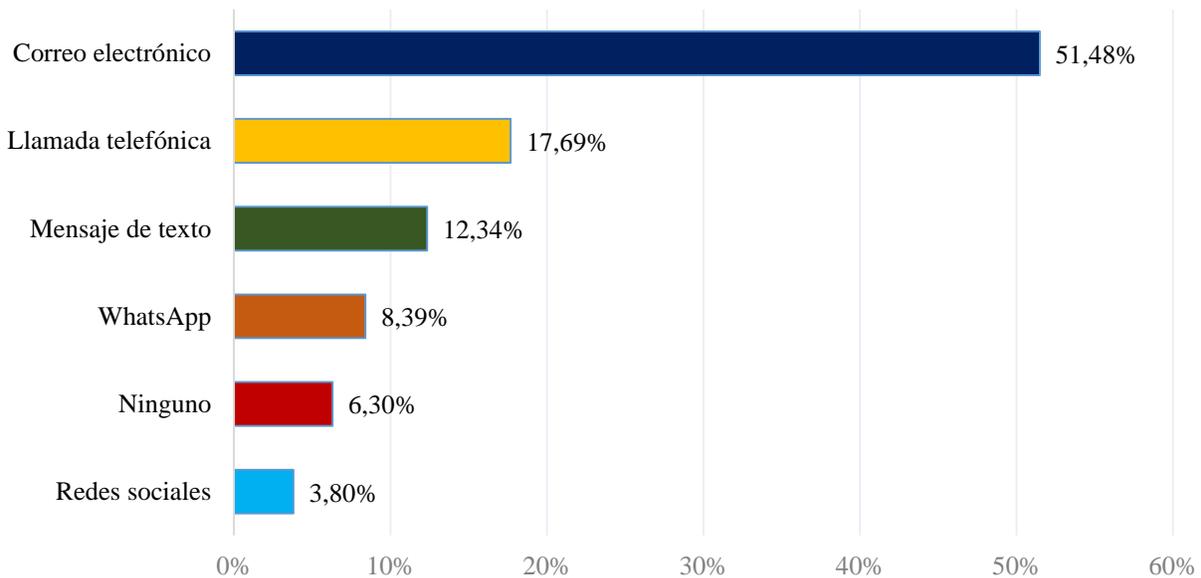
En la Tabla 6, podemos identificar los aspectos que desean fortalecer en su negocio los empresarios y/o comerciantes matriculados y no matriculados, para hacer crecer su unidad económica.

### 2.3.2.11. Medios de comunicación de preferencia y uso de los comerciantes matriculados

De otra parte y considerando la importancia que tiene para la Cámara de Comercio conocer el medio de comunicación por el cual los empresarios matriculados en el Registro Mercantil, suelen recibir información de la entidad, se identifica lo siguiente:

Del total de encuestados matriculados que contestaron esta pregunta, el 51,48 % suele recibir información por medio de correo electrónico, el 17,69 % suele recibir información por medio de llamada telefónica, el 12,34 % por medio de mensaje de texto, el 8,39 % por WhatsApp, el 6,30 % no suele recibir información y por último el 3,80% por medio de las redes sociales.

**Gráfica 13.** Canal de información por el cual suele recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja (matriculados)

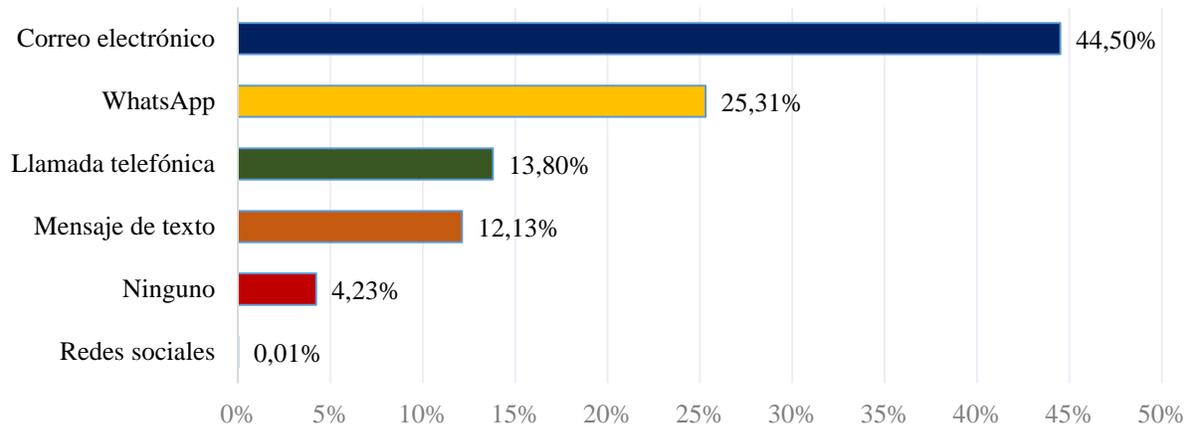


Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

Así mismo, y con el fin de conocer cuál es el medio de comunicación que prefieren los empresarios matriculados en el Registro Mercantil, para enterarse de los diferentes servicios que presta la entidad, se identifica lo siguiente:

Del total de encuestados matriculados que contestaron esta pregunta, el 44,50 % prefiere recibir información por medio de correo electrónico, el 25,31% por medio de WhatsApp, el 13,80 % por medio de llamada telefónica, el 12,13 % por mensaje de texto, el 4,23 % no tiene preferencia en ningún canal de comunicación y por último el 0,01% por medio de las redes sociales.

**Gráfica 14.** Canal de preferencia para recibir información de la Cámara de Comercio de Tunja (matriculados)



Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022.

## EVIDENCIA FOTOGRÁFICA

- **Inducción a equipo de promotores**

El martes 25 de enero del 2022, se inicia con el proceso de inducción del Censo Empresarial a promotores y oficinas, así mismo, se entrega material de trabajo a las diferentes sedes de la entidad, se articula el formulario de Google Drive a la plataforma AppSheet con el apoyo del Departamento de Sistemas, de igual manera se realiza seguimiento y control al número de censados por cada municipio, así como al cronograma de rutas.



Fuente. Fotografía propia de la entidad.

DATOS DIARIOS CENSO EMPRESARIAL 2022									
CENSO EMPRESARIAL 2022									
MUNICIPIO	AÑO 2021			AÑO 2022			VARIACIONES		NO M
	MATRICULADOS	NO MATRICULADOS	TOTAL 2021	MATRICULADOS	NO MATRICULADOS	TOTAL 2022	MATRICULADOS	NO M	
15001 - TUNJA	1108	1398	2506	1054	284	1338	-112		
15022 - ALMEIDA	22	3	25	0	0	0	-22		
15051 - ARCABUGO	172	15	188	0	0	0	-172		
15080 - BÉRBEO	17	10	27	13	16	29	-4		
15101 - BOYACÁ	86	12	98	0	0	0	-86		
15106 - BRICEÑO	44	9	53	0	0	0	-44		
15109 - BUENAVISTA	75	20	95	88	9	97	13		
15131 - CALDAS	44	12	56	46	12	58	2		
15135 - CAMPOHERMOSO	73	2	75	0	0	0	-73		
15172 - CHINAVITA	62	12	74	0	0	0	-62		
15178 - CHOLUNQUIRA	1127	512	2209	89	3	102	-1058		
15185 - CHITARAQUE	80	12	92	0	0	0	-80		
15187 - CHINATA	50	1	51	37	19	56	-13		
15189 - CIENEGA	84	14	108	10	0	10	-84		
15201 - COMBITA	207	73	280	141	69	210	-66		
15212 - CORBER	27	31	58	0	0	0	-27		
15224 - CUCAITA	92	32	124	0	0	0	-92		
15232 - CHIGAZA	0	16	16	0	0	0	0		
15236 - CHIVOR	40	13	53	0	0	0	-40		
15283 - GACHANTIVA	81	17	98	81	13	94	10		
15289 - GARRAGA	735	107	842	130	61	211	-605		
15322 - GUATEQUE	489	124	613	207	38	245	-369		
15328 - GUAVATÁ	59	23	82	0	0	0	-59		
15367 - HENESABO	182	14	196	0	0	0	-182		
15380 - LA CAPILLA	61	36	100	75	27	102	-11		
15401 - LA VICTORIA	19	14	33	0	0	0	-19		
15407 - VILLA DE LEYVA	816	39	855	232	7	239	-584		
15425 - MACANAL	92	6	98	0	0	0	-92		

**DATOS PERSONALES**

**Tratamiento de datos personales**

En cumplimiento a la Ley 1581 del 2012 sobre protección de datos personales y su decreto reglamentario 1377 del 2013, así como también a las políticas que en tal sentido ha implementado la Cámara de Comercio de Tunja, se advierte que la información consignada en el presente documento, será utilizada únicamente para los fines administrativos propios de la prestación del servicio, quedando de esta manera autorizada para manejar de acuerdo a las normas citadas todos los datos aquí consignados, salvo que usted manifieste lo contrario de manera directa, expresa e inequívoca, y por escrito, al correo electrónico [protecciondatos@ccctunja.org.co](mailto:protecciondatos@ccctunja.org.co)

¿SE ENCUENTRA MATRICULADO EN CÁMARA DE COMERCIO? \*

TIPO DE ORGANIZACIÓN \*

Fuente. Imágenes propias de la entidad.

- Trabajo de campo



Fuente. Fotografías propias de la entidad.

## CONCLUSIONES

- Al verificar la estructura del tejido empresarial de los comerciantes no matriculados en la Cámara de Comercio de Tunja, se observa que registra una importante similitud con el tejido empresarial de los comerciantes matriculados, permitiendo determinar que de los 4.233 establecimientos censados, el 57,05 % está representado en comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, seguido de industrias manufactureras con un 15,26 % y en tercer lugar alojamiento y servicios de comida con el 15,99 %; estas actividades concentran el 88,31 % del total de establecimientos no registrados en la Cámara de Comercio.
- Con relación a la clasificación por sector económico, en la cual ejercen su actividad económica los comerciantes no matriculados, podemos evidenciar que el 57,05 % pertenece al sector comercio, el 27,07 % a servicios, el 15,85 % a la industria manufacturera y el 0,02% al sector de construcción.
- Al evaluar el resultado del proceso realizado en el 2022, en referencia con el 2021, se evidencia que se presenta una variación positiva del 19,03 %, en cuanto al número total de encuestas realizadas, situación que es lograda satisfactoriamente con la culminación del proceso del Censo Empresarial el 28 de marzo del 2022.
- Una vez culminado el proceso de recolección de información, observamos que para el 2022 se realizaron un total de 19.513 encuestas, de las cuales el 78,31 % corresponde a comerciantes inscritos en el Registro Mercantil y el 21,69 % a comerciantes no inscritos.
- Persiste la desconfianza de los empresarios no matriculados, en suministrar información relacionada con el monto de sus activos vinculados a la actividad económica y el nivel de ventas, generando cuellos de botella para el análisis y reporte de datos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio de Tunja. (2021). *Base de datos censo empresarial 2022*. Tunja.
- Cámara de Comercio de Tunja 2022-2026 Plan Estratégico
- Dane. (2012). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas*. Recuperado el 2020, de [https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf)
- Dane (2018). Proyecciones de población nivel nacional, departamental, municipal, cabecera - centros poblados y rural disperso 2018-2022. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>. consultado en abril de 2022.
- Departamento Nacional de Planeación 2019 Política de formalización empresarial Documento Conpes 3956. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3956.pdf>. consultado en abril del 2022.
- Tamayo y Tamayo, Mario, 2003, proceso de investigación editorial Limusa, grupo noriega editores balde ras 95, México.
- Dane. (2022). *Demografía y población-proyecciones poblacionales* . Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>



## **DIRECCIÓN**

**Julián Andrés Galvis Pabón**  
Presidente Ejecutivo

## **EQUIPO INVESTIGADOR<sup>1</sup>**

**Luis Alejandro Suárez Amaya**  
Director del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

**Dilsa Anahir Roa Díaz**  
Auxiliar I del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

**Harold Mauricio Suárez Calderón**  
Apoyo del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Tunja, abril del 2022

---

Departamento de Planeación y Estudios Económicos | Cámara de Comercio de Tunja

Correo electrónico: [planeacion@cctunja.org.co](mailto:planeacion@cctunja.org.co)  
[auxplaneacion@cctunja.org.co](mailto:auxplaneacion@cctunja.org.co)  
[apoplaneacion@cctunja.org.co](mailto:apoplaneacion@cctunja.org.co)

PBX: 608 747 46 60, exts. 150 - 151

Dirección: calle 35 # 10 -09 – calle 21 # 10 - 52, Tunja, Boyacá, Colombia

Sitio web: <https://cctunja.org.co>