

DEMOGRAFÍA empresarial

JURISDICCIÓN CCT
2022

135210

258458

375841

100251



www.cctunja.org.co

Contenido

INTRODUCCIÓN.	3
1. Antecedentes.	4
1.1. Supervivencia de las empresas en Colombia.	5
1.2. Determinantes de la supervivencia empresarial.	6
2. Metodología.	8
2.1. Categorías demográficas.	8
2.1.1. Año base:.....	8
2.1.2. Stock de empresas:.....	8
2.1.3. Empresas creadas:.....	8
2.1.4. Empresas renovadas:.....	8
2.1.5. Cierre de empresas o canceladas:.....	8
2.1.6. Empresas activas:.....	8
2.1.7. Tasa de supervivencia:.....	8
3. Demografía empresarial de la Cámara de Comercio de Tunja.	9
3.1. Tasa de cierre de empresas en la jurisdicción CCT.	9
3.2. Tasa de supervivencia de empresas en la jurisdicción de la CCT.	11
4. Estructura de la demografía empresarial.	13
4.1. Por tipo de organización.	13
4.2. Por año.....	15
4.3. Por actividad comercial.	16
5. Anotaciones importantes.	17
6. Módulo de identificación.	19
7. Módulo de seguimiento a las cancelaciones de matrícula empresarial.	21
8. Conclusiones segundo capítulo: “Resultados de opinión”.	26
BIBLIOGRAFIA.	27

INTRODUCCIÓN

El análisis de la demografía empresarial permite conocer de primera mano la situación en la que se encuentra un país, una región y/o una industria, sobre su actividad comercial a través del tiempo. Para esto, es necesario identificar las estadísticas vitales de las empresas, es decir, cuál es el stock de empresas dentro del registro mercantil, así como los flujos de nacimiento, salida y tasas de supervivencia empresarial. Estos parámetros constituyen un termómetro de la situación económica leída desde la realidad empresarial.

La información sobre la entrada, salida y permanencia de empresas durante el tiempo, forma una parte fundamental del análisis económico y del desarrollo de estrategias de política de empleo en particular. Un análisis detallado de la evolución del número de empresas que operan en los diferentes sectores económicos, proporcionará pautas para la formulación de políticas, programas y proyectos de formación empresarial, y otras medidas sectoriales para la generación de empleo por parte de los diferentes actores del ecosistema empresarial.

En este estudio, se presentan las principales fuentes sobre demografía empresarial, que se examinan en la base de datos de la Cámara de Comercio de Tunja y se realiza un análisis de la evolución de las empresas que hacen parte de nuestra jurisdicción. Esto gracias a los datos del registro mercantil, específicamente mediante la central de información de la Cámara de Comercio integrada en el Registro Único Empresarial y Social (Rues), se estudian los procesos de dinámica empresarial netos (empresas activas, creadas, renovadas y canceladas) tomando como año base el 2014 y calculando las tasas de cierre y de supervivencia empresarial para los años 2015 hasta el 2021, con el fin de reconocer las diferentes estadísticas empresariales a lo largo del tiempo.

En Colombia, la base de datos del Rues de las cámaras de comercio, contiene los registros administrativos de las empresas legalmente constituidas en el país y, a través de la renovación de la matrícula mercantil, registra también sus principales cambios económicos (forma legal de una empresa, actividad económica, activos, empleo, ventas, domicilio, entre otros). De ahí que su análisis permita conocer la estructura empresarial del país a través del número de empresas registradas, su especialización productiva, tipo de organización, tamaño y localización geográfica.

Se espera que las cifras y resultados de este estudio, visualicen un importante avance en el conocimiento de la empresarialidad del país, concretamente en el departamento de Boyacá, en

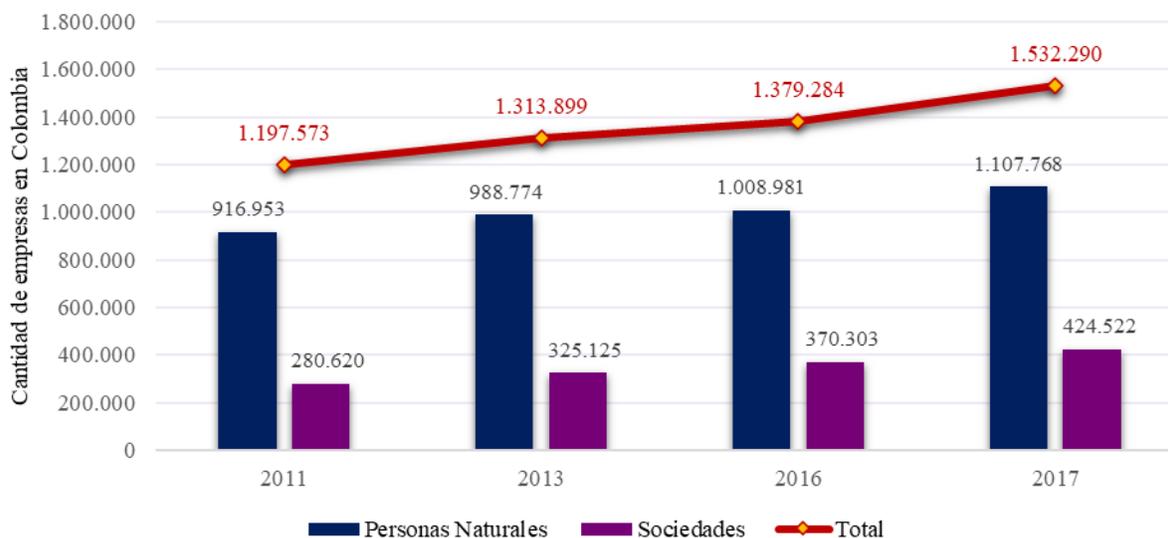
los 71 municipios que conforman la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, y contribuyan a la formulación de políticas públicas encaminadas a promover la creación, consolidación, fortalecimiento e integración empresarial.

1. Antecedentes.

Según los estudios realizados por la red de cámaras de comercio titulados “Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia” realizado en septiembre del 2016 y el estudio “Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia” realizado en diciembre del 2018, se hace un acercamiento de cómo se conformaba la demografía empresarial en Colombia.

Durante el 2011, el stock de empresas del país era de 1'197.573 unidades productivas, 280.620 sociedades y 916.953 personas naturales. Para el 2013, el número de empresas registradas ascendía a 1'313.899 empresas, de las cuales 325.125 corresponden a sociedades y 988.774 a personas naturales. Cinco años más tarde (2016), este stock ascendió a 1'379.284, con un total de 370.303 sociedades y 1'008.981 personas naturales. En tanto en el 2017, este número aumentó a 1'532.290, siendo 424.522 sociedades y 1'107.768 personas naturales (Confecámaras, 2016).

Gráfico 1: evolución de la cantidad de empresas en Colombia clasificadas por personas naturales y sociedades entre los años 2011 al 2017



Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por el estudio “Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia” (Confecámaras, 2016) y el estudio “Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia” (Confecámaras, 2018).

La tasa de natalidad¹ empresarial de Colombia (23,1 %) en los años 2011 al 2016, es superior a la de Perú (14,1%) y también a la registrada por las economías europeas (oscila entre el 4 y 10 %). Sin embargo, aunque en el país se crean un número importante de empresas cada año, la tasa de supervivencia de los nuevos emprendimientos es baja, 29,7 %. Es decir, alrededor del 70 % de las empresas creadas fracasan antes de los primeros cinco años de vida. Este aspecto pone de manifiesto la alta vulnerabilidad de las empresas nacientes para mantenerse en el mercado, ya que pocas de ellas consiguen consolidar su posición y crecer hasta convertirse en grandes empresas (Confecámaras, 2016).

Por ejemplo, en el periodo 2011 – 2016, entraron al mercado un total de 1'033.211 firmas y se cancelaron 991.911, estas cifras indican que, en el país, por cada 100 empresas formales, entran 23 empresas nuevas al mercado y salen alrededor de 19 (Confecámaras, 2016). Entre 2013 y 2017, los flujos de entrada y salida de empresas indican que entraron al mercado un total de 1'075.908 empresas y desaparecieron 1'011.613; este comportamiento evidencia la intensidad del proceso de selección de mercado en la economía nacional, donde cada año un número considerable de firmas pierde la batalla por mantenerse en el mercado y no logra materializar sus expectativas de crecimiento y consolidación empresarial. (Confecámaras, 2018)

Las microempresas del país que desde su etapa inicial operan como sociedades, registran un porcentaje de supervivencia del 42,1 %, en contraste con las personas naturales donde esta tasa es del 25,2 %. Este hecho se explica principalmente por las diferencias en el tamaño de los activos de las empresas al nacer, en el caso de las sociedades el promedio es de \$ 21 millones y en personas naturales de \$ 3 millones. Un menor valor de activos implica menos garantías y, por ende, mayores restricciones para el acceso a financiamiento de inversiones en capital de trabajo y/o innovación, hecho que las hace más vulnerables ante las condiciones cambiantes del entorno y el mercado donde desarrollan su actividad (Confecámaras, 2016).

1.1. Supervivencia de las empresas en Colombia

En Colombia, más del 32 % del tejido empresarial está conformado por startups², el 24 % son empresas jóvenes con edades entre 3 y 5 años, 20 % empresas maduras entre 5 y 10 años, y 23 % empresas con más de 10 años de consolidación empresarial en el mercado. Estos startups se concentran principalmente en el segmento de microempresas, lo cual es reflejo de un comportamiento racional del emprendedor de iniciar sus negocios con una escala de operación

¹ La tasa de natalidad empresarial denota el porcentaje de entradas o nacimientos sobre el stock de empresas existente en el año previo.

² Empresas que no han cumplido más de 2 años, empresas emergentes.

pequeña, buscando minimizar pérdidas, en caso de no lograr sobrevivir y/o posicionarse exitosamente en el mercado. A medida que las firmas van madurando, se empiezan a consolidar como unidades productivas mucho más grandes y ganan participación las firmas maduras y consolidadas. Este último aspecto es muy relevante, porque aquellas empresas que logran hacer el tránsito hacia un tamaño de empresa mayor y, por ende, aumentaron sus activos, tendrán probabilidades más altas de acceder al crédito para invertir en capital de trabajo, ampliar su capacidad o invertir en innovación, generando al mismo tiempo mejores condiciones para agregar valor a su producción, crear nuevos puestos de trabajo y avanzar en materia de formalización laboral (Confecámaras, 2018).

La supervivencia varía con el tamaño inicial de la empresa: las unidades económicas que inician sus operaciones en el segmento de grandes empresas registran una tasa de supervivencia del 71,4%, las medianas 68 %, las pequeñas 60 %; sin embargo, para el caso de las microempresas su supervivencia es del 29,1 %. Este comportamiento se mantiene indistinto del sector donde las empresas desarrollen su actividad (Confecámaras, 2016).

1.2. Determinantes de la supervivencia empresarial.

Hay tres conjuntos de factores que ayudan a explicar las trayectorias de vida de las empresas. El primero, corresponde a factores propios o específicos de la empresa como el tamaño, el sector al que pertenece, la capacidad de innovación, la estructura financiera inicial, el carácter multiestablecimiento de la firma, la orientación al mercado externo, entre otras. En segundo lugar, están las variables de localización geográfica como el grado de desarrollo de la región donde opera la firma, si está ubicada cerca o en un área metropolitana y/o si pertenece a algún clúster regional y, por último, se incluyen factores relacionados con la dinámica del sector o industria donde opera la empresa, principalmente, el crecimiento en la producción o ventas de la industria, la estructura de competencia y los flujos de entrada de nuevas empresas al mercado. (Confecámaras, 2017)



Fuente: elaboración propia.

DEMOGRAFÍA empresarial

1

Resultados estadísticos



**Cámara de Comercio
de Tunja**



www.cctunja.org.co

2. Metodología

Se proporciona una serie de directrices para la identificación de la demografía empresarial tomando como punto de partida el stock de empresas para el año base (2014) y analizando las empresas activas, creadas, renovadas y canceladas, utilizando la información disponible en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja a corte de diciembre del 2021.

2.1. Categorías demográficas

2.1.1. Año base:

Para el cálculo de las estadísticas de la demografía empresarial, se refiere a la población de empresas en un periodo determinado. En este caso, el año base es 2014, periodo respecto al cual se efectúan las comparaciones de los diferentes indicadores.

2.1.2. Stock de empresas:

Conjunto de empresas que se encuentran activas y renovadas en el Rues al final de cada año.

2.1.3. Empresas creadas:

Conjunto de unidades empresariales que se han inscrito por primera vez en el Registro Mercantil.

2.1.4. Empresas renovadas:

Conjunto de empresas que continúan operando en cada uno de los períodos siguientes a su creación.

2.1.5. Cierre de empresas o canceladas:

Conjunto de unidades disueltas durante el año o empresas que estaban activas en el año anterior al de referencia y que no renovaron su matrícula mercantil en los dos años posteriores. Se deben eliminar las unidades reactivadas dentro de los tres años siguientes al cese de actividades.

2.1.6. Empresas activas:

Representan la sumatoria de aquellas empresas creadas y que están al día en su renovación, menos aquellas que fueron disueltas, liquidadas o canceladas.

2.1.7. Tasa de supervivencia:

Toma como año base las empresas matriculadas en el 2014 y se calculan las empresas que siguen activas y renovadas para los años desde 2015 hasta 2021.

3. Demografía empresarial de la Cámara de Comercio de Tunja

La empresa como agente económico, toma un papel catalizador en la economía, es una figura definitiva para el desarrollo de un lugar por su fortaleza intrínseca, sinónimo de prosperidad y progreso frente a otros posibles sectores que viven una mayor dificultad. La gran virtud de las empresas, es que proporcionan un medio para que los ahorros de una sociedad sean utilizados para la creación de bienestar, riqueza y empleos. Además, diferentes estudios han mostrado que existe una relación positiva entre empresariedad y crecimiento económico, es por ello que los responsables en materia de política alrededor del mundo, han fomentado la actividad emprendedora como un mecanismo para impulsar el desarrollo productivo y la innovación.

Los flujos de entrada y salida de empresas son indicativos del dinamismo y desarrollo que generan las firmas en todo el agregado de la economía de un país. Cada año se consolidan nuevas empresas buscando materializar nuevas ideas, profundizar en nichos de mercado aún no explotados, implementar nuevos métodos de producción y generar nuevos empleos.

3.1. Tasa de cierre de empresas en la jurisdicción CCT

Tomando como año base el 2014, se registraron un total de 6.668 empresas creadas en los 71 municipios de la jurisdicción, al calcular la tasa de cierre por año, se obtiene:

- Para el **2014**: número de empresas matriculadas = 6.668
- Para el **2015**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 638
- Para el **2016**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 498
- Para el **2017**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 391
- Para el **2018**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 134
- Para el **2019**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 1.212
- Para el **2020**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 399
- Para el **2021**: empresas canceladas, teniendo como año de matrícula 2014 = 247

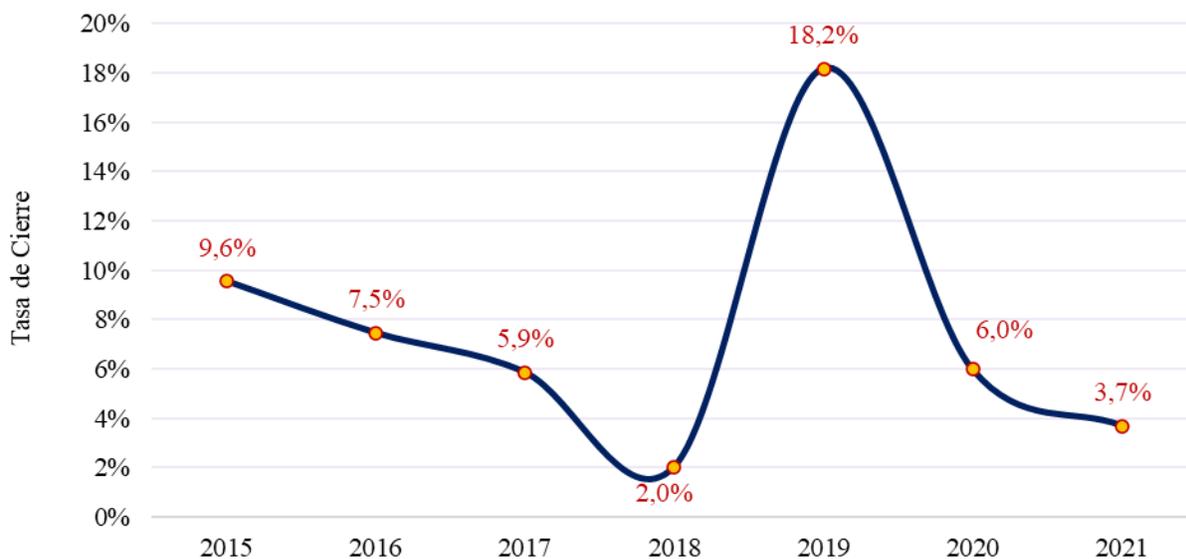
Con la información anterior se construye la tasa de cierre de empresas en la jurisdicción CCT:

$$Tasa\ de\ cierre = \frac{Empresas\ canceladas\ para\ el\ año\ X}{Empresas\ matriculadas\ en\ el\ 2014} \times 100$$

- Tasa de cierre **2015**= 9,56 %
- Tasa de cierre **2016**= 7,46 %

- Tasa de cierre **2017**= 5,86 %
- Tasa de cierre **2018**= 2,01 %
- Tasa de cierre **2019**= 18,17 %
- Tasa de cierre **2020**= 5,98 %
- Tasa de cierre **2021**= 3,70 %

Gráfico 2: tasa de cierre empresas CCT con año base 2014.



Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

Como se puede observar, del total de empresas matriculadas en 2014, el 9,6 % no logra sobrevivir el primer año de creada, así mismo, comienza una tendencia a disminuir la salida de empresas durante el 2016 al 2018, aunque durante el quinto año (2019) hay un repunte en la tasa de cierre de empresas, creando un nuevo máximo del 18,2 %.

Esta alta tasa de cierre empresarial durante el 2019, se explica debido a la depuración en la base de datos en las cámaras de comercio por la **Ley 1955 del 2019, artículo 144**³, en la cual, a partir del 25 de mayo del 2019 “las sociedades mercantiles sujetas a la supervisión de la Superintendencia de Sociedades, que no renueven su matrícula mercantil por un término de tres (3) años⁴ o que no envíen la información requerida por dicha Superintendencia durante el

³ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=93970> artículo 144: Liquidación de sociedades no operativas sujetas a la inspección, vigilancia y control de la superintendencia de sociedades.

⁴ Para efectos de la contabilización de los tres (3) años consecutivos de que trata el artículo 144 de la Ley 1955 del 2019 se tendrán en cuenta los periodos anuales consecutivos omitidos en la renovación de la matrícula mercantil o en la entrega de la información financiera, independientemente del lapso trascendido.

mismo término, se presumirán como no operativas y podrán ser declaradas de oficio como disueltas por la Superintendencia de Sociedades, salvo demostración en contrario de su parte”.

Observando la gráfica, se puede deducir qué, sumando las tasas de cierre de los años 2015, 2016 y 2017, se encuentra que el 22,90 % de las empresas matriculadas en 2014 cancelaron su matrícula mercantil. Para el quinto año (2019), es decir, sumando las tasas de cierre de los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 el 43,08 % de las empresas matriculadas en 2014 cancelaron su matrícula mercantil. Y para el séptimo año (2021), es decir, sumando las tasas de cierre de los años 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021, el 52,77 % de las empresas matriculadas en 2014 cancelaron su matrícula mercantil.

Teniendo en cuenta la información anterior, se puede inferir que existe una elevada tasa de cierre empresarial, en la cual, un poco menos de la mitad de las empresas no logran sobrevivir en el mercado los primeros 5 años, lo que resulta ser un aspecto preocupante que debe ir de la mano de políticas públicas para lograr fortalecer a las empresas y que consigan permanecer activas en sus actividades económicas durante el tiempo.

3.2. Tasa de supervivencia de empresas en la jurisdicción de la CCT

Es importante tener en cuenta que no todos los negocios logran mantenerse en el mercado y materializar oportunidades de crecimiento. Existen múltiples razones por las cuales las empresas pueden ser exitosas o fracasar al entrar en una industria. Las empresas exitosas, muestran que la industria en la cual incursionan es compatible con la ventaja comparativa (*por ejemplo, bajos costos de producción*) o competitiva (*por ejemplo, innovación*) que desarrollan. En contraste, las empresas que fracasan proporcionan información sobre qué industrias objetivo pueden no resultar apropiadas para su incursión o deben examinarse.

Tomando como año base las empresas matriculadas en los 71 municipios de la jurisdicción en el 2014, se calcula la tasa de supervivencia por año y se obtiene que, para los años 2015 en adelante:

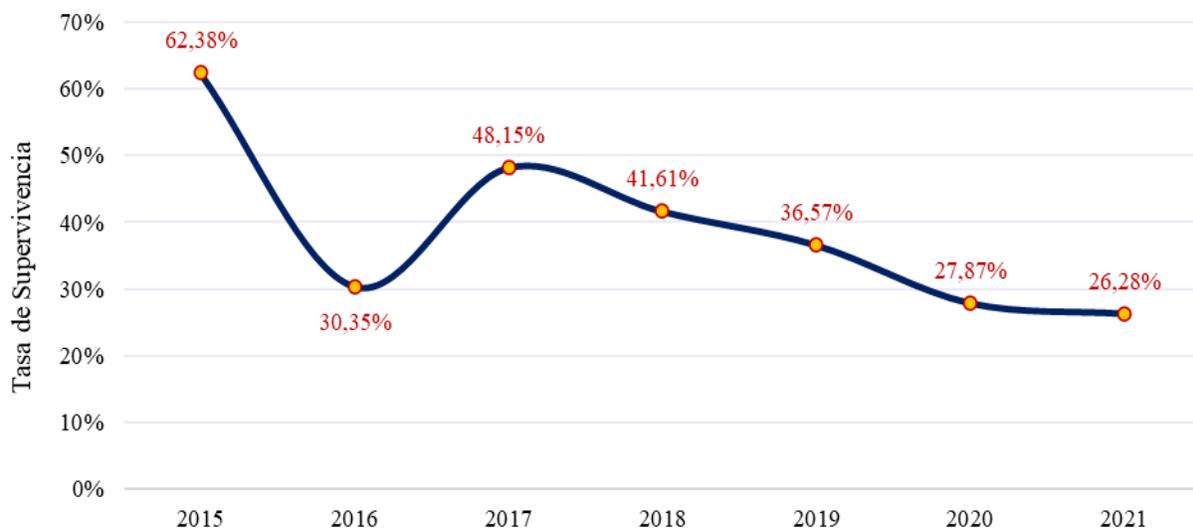
- Para el **2014**: número de empresas matriculadas = 6.668
- Para el **2015**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 4.160
- Para el **2016**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 2.024

- Para el **2017**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 3.211
- Para el **2018**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 2.775
- Para el **2019**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 2.439
- Para el **2020**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 1.859
- Para el **2021**: número de empresas activas y renovadas, teniendo como año de matrícula 2014 = 1.753

$$\text{Tasa de supervivencia} = \frac{\text{Empresas activas y renovadas para el año } X}{\text{Empresas matriculadas en el 2014}} \times 100$$

- Tasa de supervivencia 2015= 62,38 %
- Tasa de supervivencia 2016= 30,35 %
- Tasa de supervivencia 2017= 48,15 %
- Tasa de supervivencia 2018= 41,61 %
- Tasa de supervivencia 2019= 36,57 %
- Tasa de supervivencia 2020= 27,87 %
- Tasa de supervivencia 2021= 26,28 %

Gráfico 3: tasa de Supervivencia empresas CCT con año base 2014



Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

Como se puede observar en la Gráfica 3, del total de empresas matriculadas en 2014, el 62,38 % de ellas logra permanecer en el mercado durante el primer año de creadas (2015), para el 2016 aquellas empresas que sobrevivieron el primer año se reducen a la mitad, quedando el 30,35 %, para el 2017 hay un repunte de las empresas que han logrado sobrevivir los primeros 3 años alcanzando a ser el 48,15 %, esto es porque algunas empresas no renovaron su matrícula mercantil durante el 2016, pero si lo hicieron en el 2017, por esa razón se presenta un alza en la tasa de empresas supervivientes. Para los siguientes años, del 2018 al 2021 se presenta una disminución gradual del 5,5 % en promedio por año.

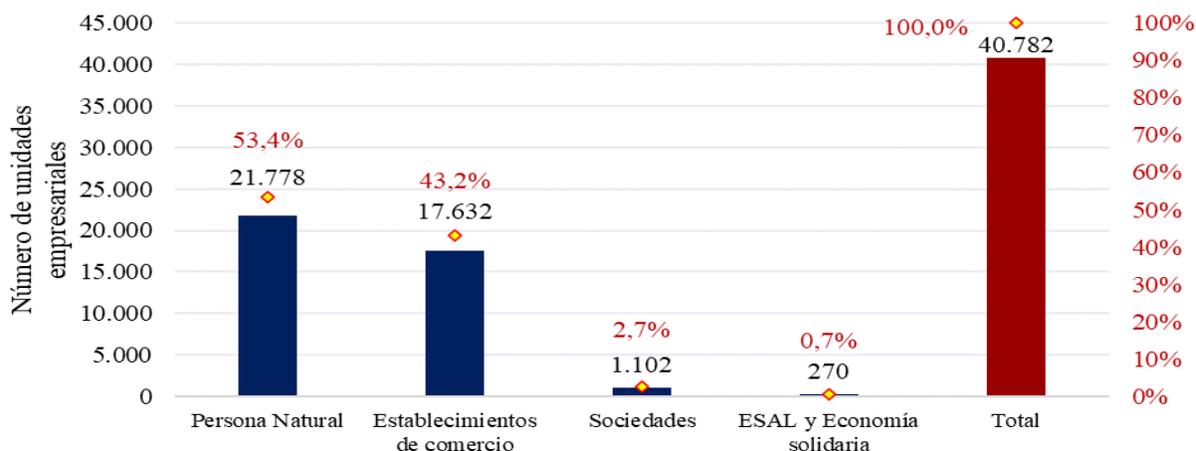
Durante el primer año, el 62,38 % de las empresas logra sobrevivir en el mercado. Para el tercer año (2017), más de la mitad de las empresas desaparece. Una vez transcurridos los primeros 5 años solo el 36,57 % de las empresas logra sobrevivir.

4. Estructura de la demografía empresarial

4.1. Por tipo de organización

Desagregando el total de empresas por tipo de organización **de las cuales su matrícula mercantil, fue cancelada** entre los años 2014 hasta el 2021, se encuentra que el 53,4 % corresponde a personas naturales, el 43,2 % a establecimientos de comercio, el 2,7 % a sociedades y tanto Esales como economías solidarias el 0,7 %.

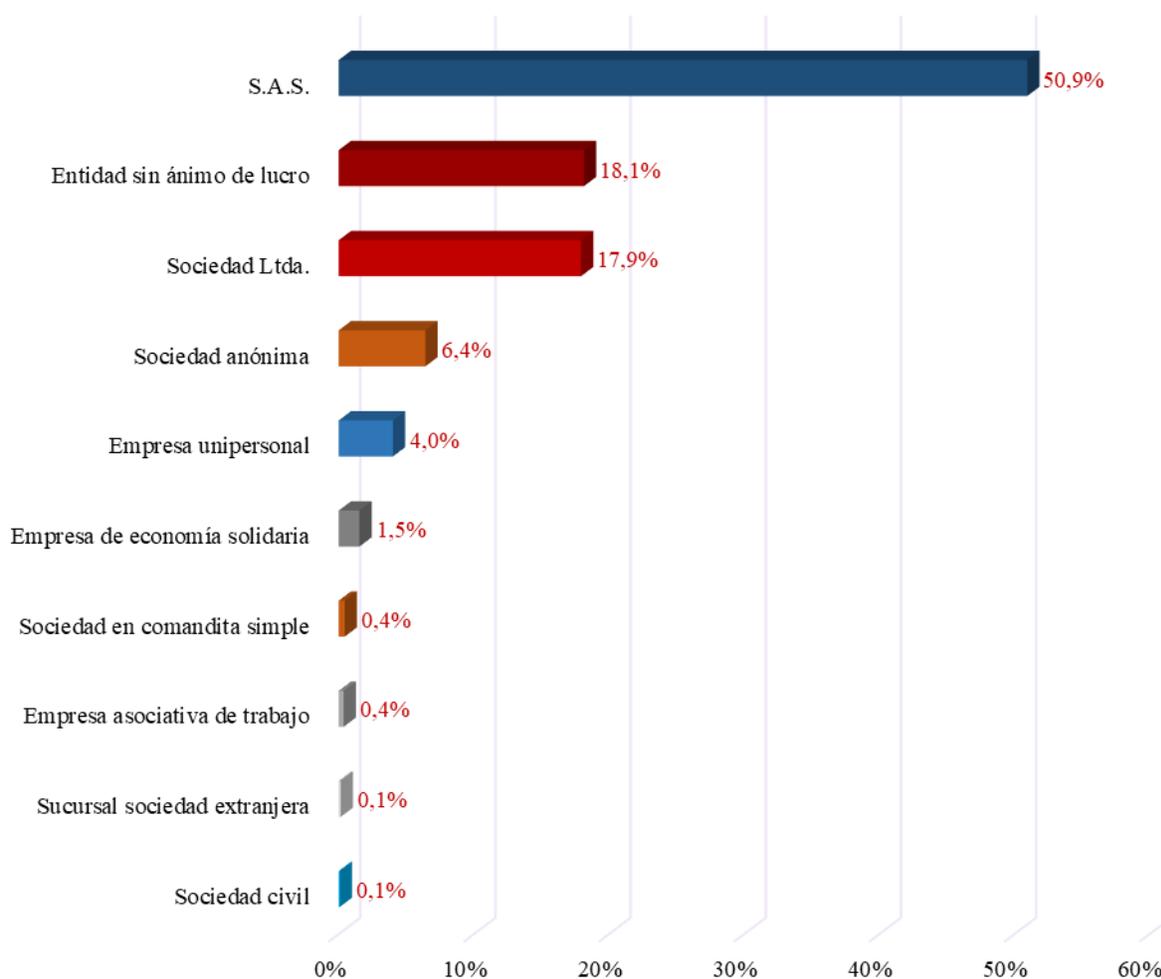
Gráfico 4: número de empresas **canceladas** según tipo de organización desde el 2014 hasta el 2021, matriculadas en la Cámara de Comercio de Tunja.



Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

De igual forma, excluyendo tanto a las personas naturales como a los establecimientos de comercio, se analizan las sociedades por cada uno de sus componentes, además, separando a las Esales de las economías solidarias con el objetivo de identificar los porcentajes los cuales representa cada una, se evidencia que la mayor concentración de unidades empresariales que su matrícula mercantil fue cancelada entre los años 2014 y 2021 registradas en la Cámara de Comercio de Tunja se da en las S.A.S. con una participación del 50,9 %, seguida de las entidades sin ánimo de lucro con el 18,1 % y, en tercer lugar, sociedad Ltda. con el 17,9 %.

Gráfico 5: porcentaje de matrículas canceladas entre personas jurídicas, Esales y economías solidarias entre los años 2014 al 2021 en la CCT.



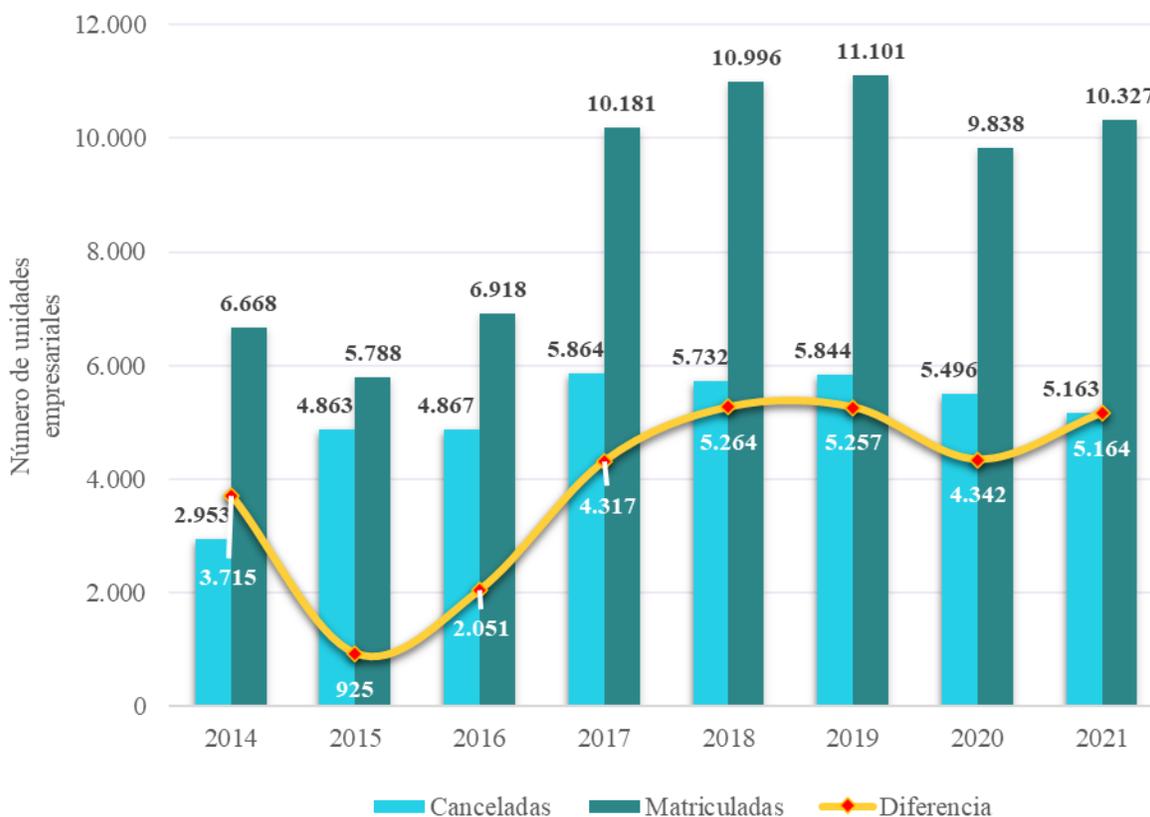
Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

4.2. Por año

Como se puede observar en la Gráfica 6, se describe año tras año, desde el 2014 hasta el 2021, la **cantidad de empresas que conforman el registro mercantil de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja**. Existe una proporción mayor, año tras año, de las empresas que se matriculan en comparación con aquellas que cancelaron su matrícula mercantil. Esta información se puede evidenciar en la gráfica gracias al marcador “diferencia”.

En suma, durante los 8 años analizados son **matriculadas** a lo largo y ancho de la extensión de la jurisdicción de la CCT, **71.817 unidades empresariales**, son **canceladas 40.782 unidades empresariales** con una **diferencia de 31.035 matrículas por encima de las cancelaciones**.

Gráfico 6: empresas canceladas y matriculadas clasificadas por año, inscritas en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja.



Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

4.3. Por actividad comercial

El 10,7 % de las **matrículas canceladas** inscritas en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja, entre los años del 2014 al 2021, corresponden a comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto por alimentos; seguido de expendio a la mesa de comidas preparadas con el 6,7 %; expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento con el 3,9 %; comercio al por menor de prendas de vestir con el 3,7 %; expendio de comidas preparadas en cafeterías con el 3,4 %, entre las más destacadas.

Gráfico 7: distribución de las empresas canceladas entre los años 2014 – 2021 registrados en la Cámara de Comercio de Tunja por código CIIU.



Fuente: elaboración a partir de base de datos empresarial (Cámara de Comercio de Tunja, 2022).

5. Anotaciones importantes

Para la creación de empresas: en Colombia, la creación de empresas sigue un patrón similar al comportamiento de la actividad económica. En la medida que el crecimiento del PIB aumenta, también lo hace la dinámica de creación de empresas, debido a que las expectativas de crecimiento económico incentivan a los potenciales entrantes a materializar su entrada, evidenciado un comportamiento pro-cíclico entre estas dos variables. (Confecámaras, 2016)

Para el cierre de empresas: diferentes determinantes como el funcionamiento interno de la empresa o de cómo se encuentre el entorno económico, influyen en las decisiones de cierre de las empresas.

El 43,08 % de las empresas matriculadas por primera vez dentro del registro mercantil de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, no logran sobrevivir en el mercado los primeros 5 años de actividad.

La mayoría de empresas que cancelaron su matrícula mercantil en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, durante los años del 2014 al 2021 son personas naturales, con un porcentaje de más de la mitad en comparación con los otros tipos de organizaciones, siendo el 53,4 % del total de empresas canceladas, seguida de los establecimientos de comercio con el 43,2 %, en tercer lugar, las sociedades con el 2,7 % y, por último, las Esales junto a las economías solidarias con el 0,7 %.

Para la baja tasa de supervivencia: es un llamado a apoyar la consolidación y fortalecimiento empresarial, principalmente las más pequeñas, en aspectos como asistencia técnica focalizada en mejorar la productividad y diferenciación de los productos a través de la innovación, apoyo en el diseño de estrategias comerciales y acceso a información de mercado. (Confecámaras, 2016)

Asimismo, se requiere integrar en los procesos de asociatividad, a los empresarios más pequeños con el fin de fortalecer su poder de negociación y lograr insertarlos en las cadenas globales de valor. (Clúster)

DEMOGRAFÍA

empresarial

2

Resultados de opinión



Cámara de Comercio
de Tunja



www.cctunja.org.co

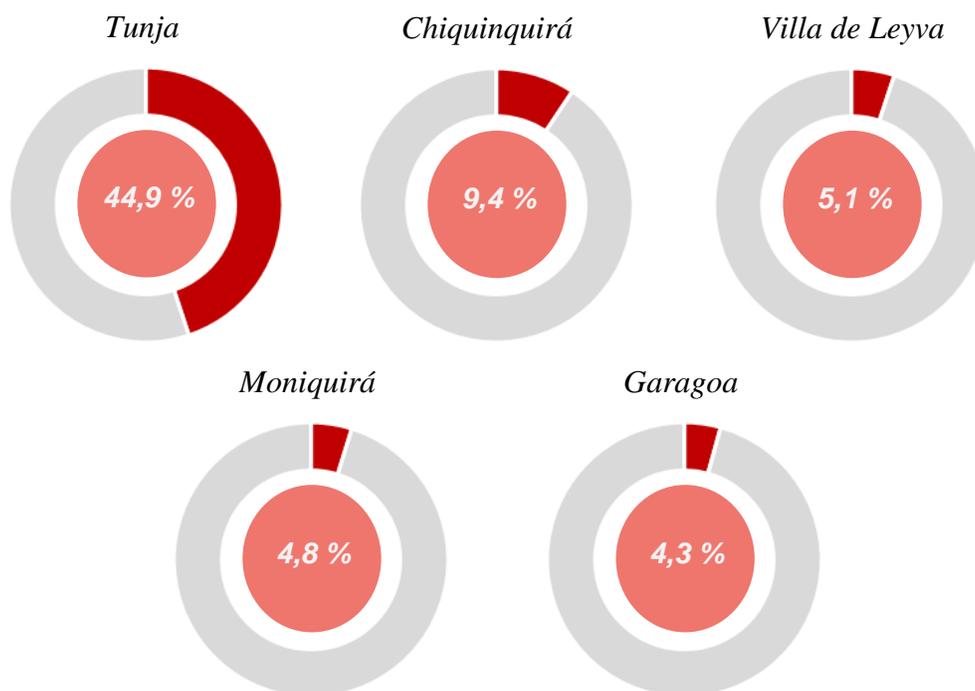
6. Módulo de identificación

La encuesta se realizó a 374 empresarios que estuvieron matriculados en el registro mercantil de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja y que, a su vez, cancelaron su matrícula mercantil entre los años del 2017 al 2021, pertenecientes a diferentes actividades económicas.

La encuesta se realizó entre los días 13, 14, 15 y 16 de septiembre del 2022, vía telefónica, por Muestreo Aleatorio Simple (MAS), con un margen de error del 5 % y nivel de confianza del 95%; esta metodología permite determinar una muestra representativa de la población de estudio, ya que, todos los elementos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados.

El 44,9 % de los empresarios encuestados se encuentran ubicados en Tunja, 9,4 % en Chiquinquirá, 5,1 % en Villa de Leyva, 4,8 % en Moniquirá y 4,3 % en Garagoa, entre los municipios con mayor representatividad.

Gráfico 8: principales municipios de aplicación de la encuesta.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

Por otra parte, dentro de las actividades más destacadas en cuanto al número de empresarios encuestados que cancelaron su matrícula mercantil, se encuentra que el 11 % pertenecen a la actividad de comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por alimentos; seguido de expendio a la mesa de comidas preparadas, representando el 5,1 %; las actividades de comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto por productos diferentes de alimentos concentra el 3,2 %; expendio de comidas preparadas en cafeterías concentra el 3,2 % y las actividades de expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento representan el 2,9 %.

Gráfico 9: distribución de la muestra por sección CIU.

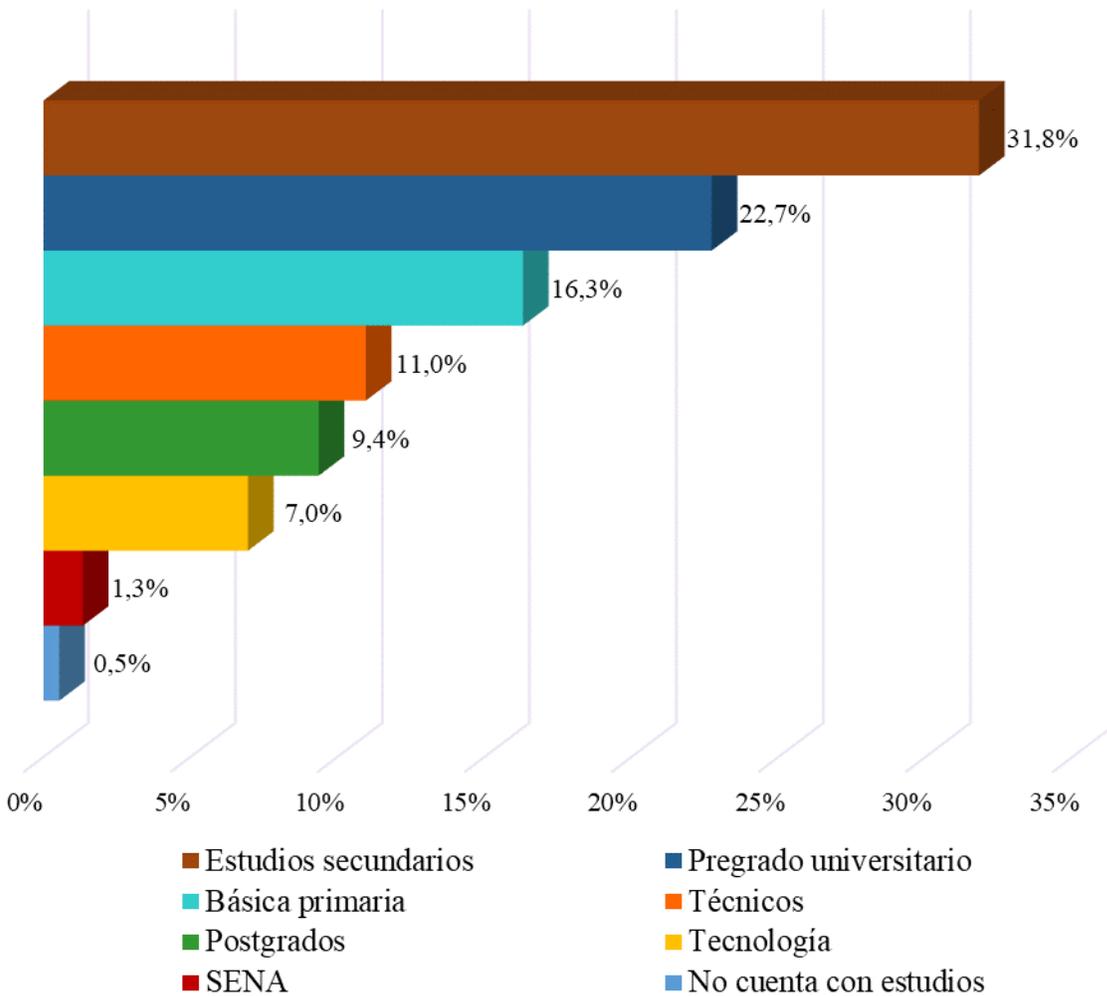


Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

7. Módulo de seguimiento a las cancelaciones de matrícula empresarial

El 31,8 % de los empresarios indicó que su máximo nivel educativo es de estudios secundarios, el 22,7 % indicó que es pregrado universitario, el 16,3 % básica primaria, el 11 % técnicos, el 9,4 % postgrados, el 7 % tecnología, el 1,3 % Sena y el 0,5 % no cuenta con estudios.

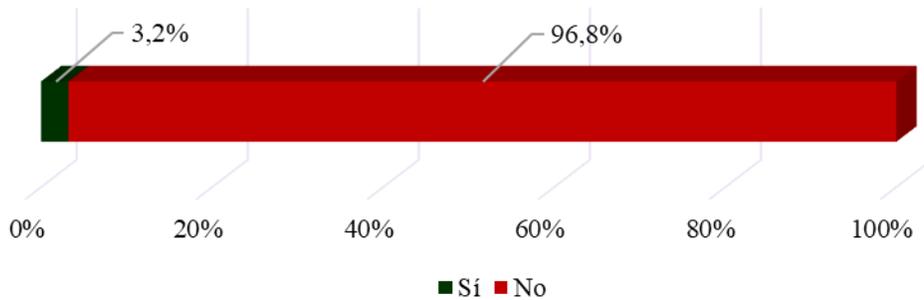
Gráfico 10: indique el máximo nivel educativo del propietario o representante legal de la unidad económica.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

El 96,8 % de los empresarios encuestados manifestó que el motivo de la cancelación de su matrícula mercantil no está relacionado por cambio de domicilio, mientras que el 3,2 % indica que sí es por esta razón.

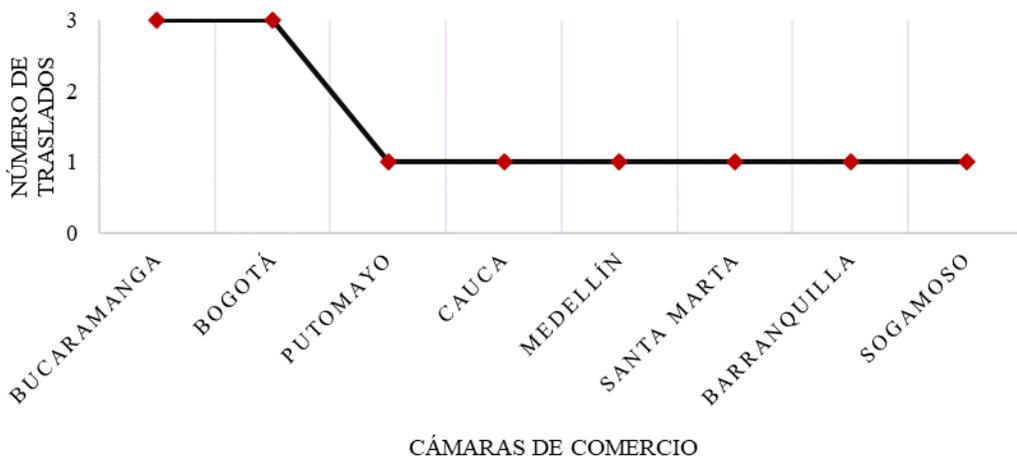
Gráfico 11: indique si la unidad económica es cancelada por cambio de domicilio.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

Del 3,2 % de los empresarios que cancelaron su matrícula mercantil por motivo de cambio de domicilio, decidieron irse principalmente a las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, aunque también se mencionan los departamentos de Putumayo y Cauca, así como las ciudades de Medellín, Santa Marta, Barranquilla y el municipio de Sogamoso, lugares en los cuáles se inscribieron a sus respectivas cámaras de comercio.

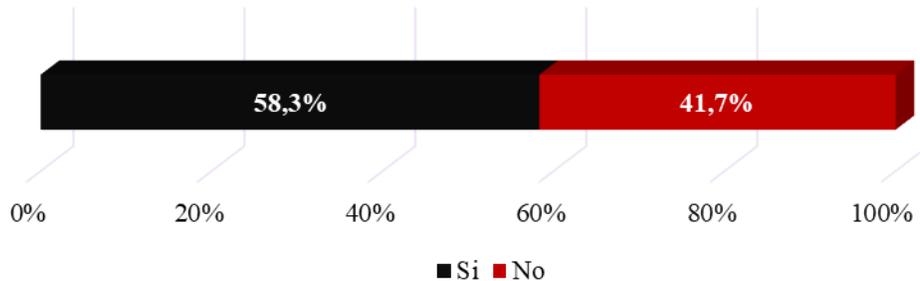
Gráfico 12: indique a qué Cámara de Comercio fue su traslado por cambio de domicilio.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

En un caso hipotético, si aquellos empresarios que cancelaron su matrícula mercantil por motivo de cambio de domicilio, regresaran nuevamente a Tunja o algún municipio dentro de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, el 58,3 % volvería a inscribirse en el registro mercantil, mientras que el 41,7 % no lo haría.

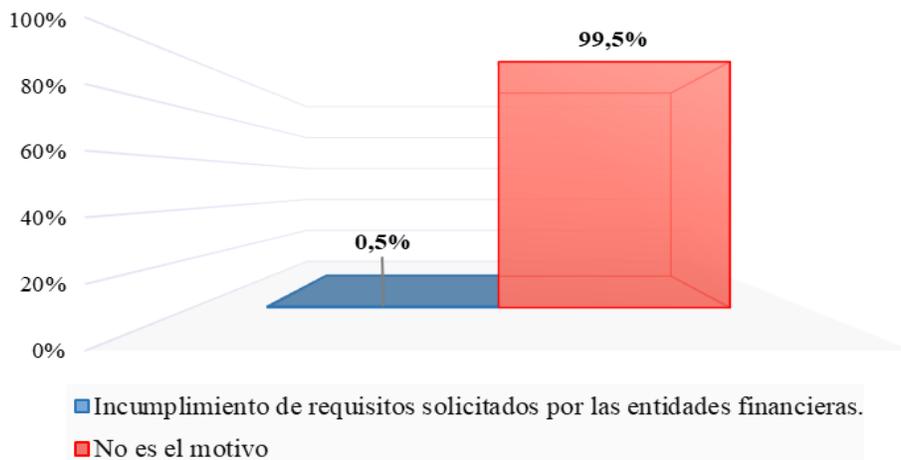
Gráfico 13: si decidiera cambiar nuevamente su domicilio, ¿volvería a inscribirse en la Cámara de Comercio de Tunja?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

El 99,5 % de los encuestados indica que el acceso al crédito no es el motivo de su cancelación mercantil, mientras que el 0,5 % confirma que el motivo de su cancelación de matrícula es por problemas relacionados al acceso al crédito con las entidades financieras.

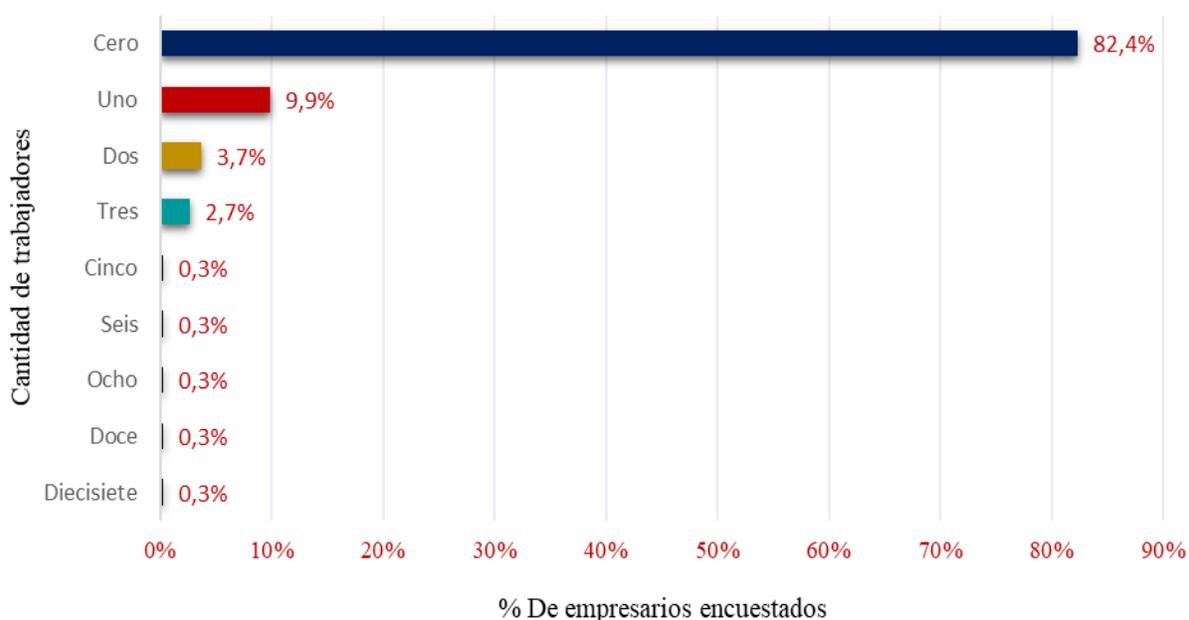
Gráfico 14: indique si el motivo de cancelación es por la dificultad de acceso al crédito o a la financiación.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

El 82,4 % de los empresarios encuestados señaló que no tenía vinculado a ningún trabajador al momento del cierre de su unidad empresarial; el 9,9 % de los empresarios encuestados indicó que tenía contratado un trabajador, el 3,7 % de los empresarios señaló que tenía vinculado a dos trabajadores, el 0,3 % de los empresarios señaló que tenía contratados al cierre de su unidad empresarial cinco trabajadores, el siguiente 0,3 % de los empresarios señaló que tenía contratado seis trabajadores, el siguiente 0,3 % de los empresarios señaló que tenía contratado ocho trabajadores, el siguiente 0,3 % de los empresarios señaló que tenía contratado doce trabajadores y por último el 0,3 % de los empresarios señaló que tenía contratado diecisiete trabajadores.

Gráfico 15: ¿Cuántos trabajadores tenía vinculados al cierre de su unidad empresarial?



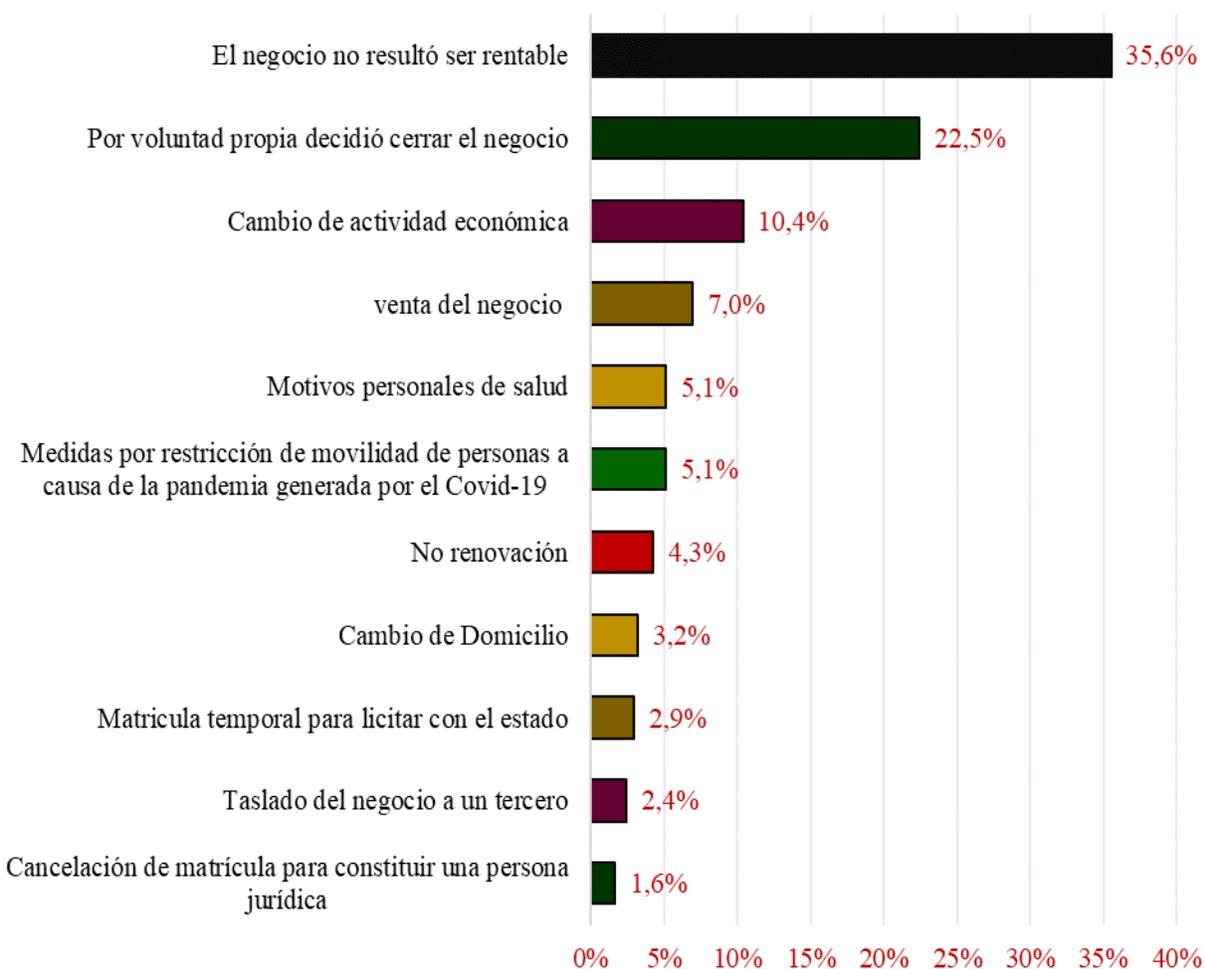
Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

Para finalizar, el 35,6 % de los empresarios encuestados indican que cancelaron su matrícula mercantil porque sus negocios no resultaron ser rentables⁵; el 22,5 % de los empresarios indicó que cancelaron su matrícula mercantil por voluntad propia, es decir, decidieron dejar de trabajar, el 10,4 % indica que decidieron cambiar de actividad económica, por lo cual, tuvieron que cancelar su matrícula; el 7 % de los empresarios vendieron sus negocios, el 5,1 % de los

⁵ En esta categoría los empresarios expresan razones como: la baja demanda para los productos (bienes y servicios), los elevados incrementos en los precios de los insumos, mercancías, materias primas y demás productos para la operación normal de la unidad empresarial, y los bajos niveles de innovación en procesos y productos.

empresarios cancelaron su matrícula por temas de salud; así mismo, el 5,1 % de los empresarios cancelaron su matrícula por las medidas de restricción de movilidad de personas a causa de la pandemia, el 4,3% de los empresarios no renovaron su matrícula mercantil, el 3,2 % de los empresarios cambiaron de domicilio, el 2,9 % de los empresarios indican que se inscribieron en el registro único de proponente (Rues) de forma temporal, para poder licitar con el Estado, el 2,4 % de los empresarios trasladaron su negocio a un tercero, y, por último, el 1,6 % de los empresarios cancelaron su matrícula mercantil con el fin de cambiar su razón social.

Gráfico 16: Indique cuál o cuáles fueron los motivos por el cual o por los cuales decidió cancelar su Registro Mercantil



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios.

8. Conclusiones segundo capítulo: “Resultados de opinión”

- Las matrículas mercantiles relacionadas a la actividad económica G4711 Comercio el por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco, son las que más se cancelan dentro del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja, con una representatividad del 11 %, según la encuesta realizada a los empresarios.
- Mayormente entre los empresarios encuestados los niveles de estudios máximos son los estudios secundarios con el 31,8 % y los estudios de pregrado universitarios con el 22,7 %.
- El 96,8 % de los empresarios encuestados manifestó que el motivo de la cancelación de su matrícula mercantil no está relacionado por cambio de domicilio.
- El 99,5 % de los encuestados indica que el acceso al crédito no es el motivo de su cancelación mercantil.
- El 82,4 % de los empresarios encuestados señaló que no tenía vinculado a ningún trabajador al momento del cierre de su unidad empresarial, mientras que el 9,9 % de los empresarios encuestados indicó que tenía contratado a un solo trabajador.
- Los factores que influyen en mayor medida en las cancelaciones de matrícula mercantil de los empresarios inscritos en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja, son a causa de que sus negocios no resultaron ser rentables, ya sea por razones como la baja demanda para los productos (bienes y servicios), los elevados incrementos en los precios de los insumos, mercancías, materias primas y demás productos para la operación normal de la unidad empresarial, y los bajos niveles de innovación en procesos y productos; o también, por voluntad propia, es decir, decidieron dejar de trabajar.

BIBLIOGRAFIA

- Cámara de Comercio de Tunja. (2022). Base de datos registro mercantil 2014 - 2021. Tunja.
- Confecámaras. (Septiembre del 2016). *Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia*. Obtenido de https://confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%D0%B0lisis_Economico_N_11.pdf
- Confecámaras. (Agosto del 2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*. Obtenido de https://confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%D0%B0lisis_Economico_N_14.pdf
- Confecámaras. (Diciembre del 2018). *Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia*. Obtenido de https://confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf

DIRECCIÓN

Julián Andrés Galvis Pabón

Presidente Ejecutivo

EQUIPO INVESTIGADOR⁶

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

Ruth Yazmín Ortegón Guerrero

Profesional de Enlace del Departamento de Planeación y Estudio Económicos

Harold Mauricio Suárez Calderón

Apoyo del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Iván Mauricio Calvete Murcia

Pasante universitario de la Uptc

Tunja, septiembre del 2022

⁶Departamento de Planeación y Estudios Económicos | Cámara de Comercio de Tunja

Correo electrónico: planeacion@cctunja.org.co

auxplaneacion@cctunja.org.co

apoplaneacion@cctunja.org.co

pasplaneacion@cctunja.org.co

profplaneacion@cctunja.org.co

PBX: 608 747 46 60, ext. 151

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

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



www.cctunja.org.co