

HOTEL GRAN SIRIUS:
Astroturismo y cosmogonía
muisca en Sáchica



DATOS ECONÓMICOS:
Cifras y herramientas
para entender el
crecimiento de Boyacá

Tradición y sabor

Descubre cómo un emprendimiento familiar se convirtió en un ícono tunjano, conquistando paladares y mercados nacionales sin perder su esencia.

EXPOBOYACÁ 2025

La vitrina comercial más grande del departamento abre sus puertas del 14 al 17 de noviembre para proyectar a Boyacá hacia Colombia y el mundo.



La revista de Afiliados de la
Cámara de Comercio de Tunja



JUNTA DIRECTIVA 2023-2026

Presidente

Euclides Rivera Murillo

Vicepresidente

Cayo Nixon Rincón Velandia

Miembros Principales

Aida Milena Leguizamón Lesmes
Albert Dario Estupiñán Rodríguez
José Israel Romero Alvarado
Juan Camilo Ojeda Camacho
Melquicedec Galindo Tovar
Rafael Humberto Cortés Páez
Ricardo Antonio Calvo Rodríguez

Revisor Fiscal

Jorge Armando Puin Prieto

Presidente Ejecutivo

John Jairo Martínez Álvarez

Coordinadora de Afiliados

Ana Liliana Martínez Tejedor



EQUIPO DE REDACCIÓN

Jefe de Prensa

Norela Rodríguez Ruiz

Jessica Daniela Sánchez Echeverría
María Catalina Hurtado Corredor
Valeria López Meza

Diagramación y diseño

Kevin Jhosep Espitia Pinzón
Sebastián Marino Espejo Muñoz

Impreso por

Grafilasser Editores

Calle 21 # 10-52, Edificio de la
Cámara de Comercio de Tunja
Tunja, Boyacá

WhatsApp. 318 343 5422



/ #JuntosConstruimosTuFuturo /

CONTENIDO

La editorial

/// p. 3

Empresariamente

Hotel Gran Sirius, la apuesta al astroturismo

/// p. 4

Actualizaciones CCT

Un aumento histórico en la formalización empresarial

/// p. 6

Impulso regional a través de la innovación, la conexión educativa y empresarial

/// p. 8

El privilegio de ser afiliado

/// p. 10

Aquí nace el poder empresarial femenino

/// p. 11

El rol estratégico de la información económica

/// p. 12

ExpoBoyacá 2025

El alma empresarial de un territorio que se proyecta al mundo

/// p. 14

Comunicación: el activo intangible que ninguna empresa puede darse el lujo de ignorar

/// p. 16

Historias con Cámara

El Hojaldre, un ícono que crece con el tiempo

/// p. 18

Opiniones Empresariales

/// p. 22

La voz de nuestros nuevos afiliados

/// p. 25

En la Cámara te acompañamos en cada etapa de tu negocio



Inicia tu
negocio exitosamente



Capacitate e
impulsa tu negocio



Aprovecha la
tecnología y sé visible

¿Ya sabes todo
lo que tenemos
para ti?



> Escanea este QR
y conoce nuestro
portfolio de servicios



La editorial

Estimados empresarios, comerciantes y aliados del progreso:

Es un honor darles la bienvenida a esta nueva edición de nuestra revista En Cámara, un espacio que hemos concebido no solo como un vehículo de información, sino como una plataforma de reflexión y construcción colectiva.

Desde la Cámara de Comercio de Tunja, entendemos que en los tiempos de crecimiento comercial que vivimos, el conocimiento actualizado, la conexión efectiva y el respaldo institucional son más que un lujo: son una necesidad absoluta para la competitividad y la sostenibilidad empresarial.

Hoy, más que nunca, resulta fundamental reivindicar el papel de las Cámaras de Comercio como actores esenciales en el ecosistema productivo. Lejos de ser un simple registro mercantil, **somos una entidad viva que palpita al ritmo de los desafíos, innovaciones y sueños de nuestros empresarios.** Las cámaras servimos, y debemos seguir sirviendo, como el primer soporte técnico, formativo y estratégico de los emprendedores y comerciantes que con su esfuerzo dinamizan la economía regional y nacional.

Como presidente ejecutivo, reconozco de manera profunda los dolores que afectan tanto a nuestra entidad como al tejido empresarial: la burocracia que a veces limita, la brecha de acceso a la información, y la necesidad de programas más ajustados a las realidades del mercado. Sin embargo, también afirmo, con igual fuerza, que desde esta Cámara estamos decididos a evolucionar, a mantenernos como un organismo ágil, relevante y proactivo, alineado con las demandas de un entorno que exige liderazgo innovador y acciones concretas.

Hablándole del empresario al empresario, reconocemos que no hay nadie mejor

que ustedes mismos para entender el esfuerzo de cada jornada, la incertidumbre de cada inversión, la esperanza depositada en cada proyecto. De empresario a empresario sabemos que el emprendimiento no es un camino fácil, pero sí es uno profundamente transformador. Por eso, nuestra labor diaria en la Cámara de Comercio de Tunja se guía bajo la convicción de ser sus aliados estratégicos: **en la formación, en el acompañamiento, en la formalización y en la construcción de redes sólidas de colaboración.**

Hoy, les reitero con orgullo: estamos aquí para ustedes. Y estamos trabajando con la pasión y el compromiso de quienes entienden que el crecimiento comercial no es un fenómeno aislado, sino el resultado de unir esfuerzos, de tejer comunidad, de crear futuro juntos.

A nuestros valientes comerciantes y empresarios: los invito a seguir soñando en grande, a seguir confiando en su talento y resiliencia. No están solos. Cada logro de ustedes es un logro de todos. Desde la Cámara, reafirmamos nuestro compromiso de caminar a su lado, construyendo puentes hacia nuevas oportunidades y consolidando un entorno cada vez más fértil para el desarrollo económico.

¡Gracias por impulsar a los 71 municipios de nuestra jurisdicción en esta región! Sigamos construyendo juntos el futuro que merecemos.

Con firme gratitud,



John Jairo Martínez Álvarez
Presidente Ejecutivo
Cámara de Comercio de Tunja

Hotel Gran Sirius, la apuesta al astroturismo

con MABEL SIERRA /// HOTEL GRAN SIRIUS

Un gran hotel no es aquel que se cierra temprano o que ofrece un servicio básico; un gran hotel es aquel que garantiza que el cliente se muestre fascinado con lo que ve a su alrededor, la atención que brinda y la experiencia única que ofrece en su estadía.

¿Cuéntenos de dónde nació la idea de abrir este hotel?

■ **Mabel Sierra, hotel Gran Sirius:** Muchas gracias a la Cámara de Comercio de Tunja por esta invitación. La idea de crear este hotel, y muchos de la región, nació del aprovechamiento de la parte turística, tengo que mencionar que Sáchica ya cuenta con más de 40 hoteles muy lindos, todos con servicios increíbles. El alto volumen turístico de Villa de Leyva nos ha permitido ofrecer otras alternativas de hospedaje.

Mis padres, quienes se dedicaban a la agricultura, se animaron al desarrollo de este proyecto y ha funcionado de maravilla; **en este momento, tenemos más de 50 habitaciones** y hemos tenido gran acogida de los visitantes.

Este hotel es muy particular, veo que hay una temática sobre la Cosmogonía Muisca. ¿De dónde surge esta idea?

■ Este es uno de los cinco cielos más visibles de Colombia, acá no hay contaminación lumínica,

entonces es una manera muy llamativa para hacer Astroturismo. De hecho, el hotel tiene el nombre de Gran Sirius porque Sirius es la estrella que más brilla en el cielo visto desde la tierra; asimismo, las habitaciones tienen nombres de constelaciones como: Monoceros, Cassiopeia, Hércules, Pegasus, Orión, Leo, entre otras.

¿Qué podemos encontrar en esas habitaciones?

■ Como la idea es apoyar e incentivar el Astroturismo, cuando los huéspedes entran a estas habitaciones van a conocer la historia del nombre de su habitación; por ejemplo, si están en la habitación de Hércules, se van a encontrar los siete trabajos con los que tuvo que luchar en la en la Mitología Griega; tienen que identificarlos con diferentes objetos, pero para realizar esta dinámica tienen que leer muy bien la leyenda para poder encontrarlos; así van conociendo y aprendiendo sobre astronomía.



La temática del hotel está dividida en dos partes; una, **que nos lleva hacia el Astroturismo**, a toda esa mitología griega; y otra, a la que le damos un enfoque profundo y **es a la astronomía de Los Muiscas**.

¿Esto significa que usted es astrónoma?

■ No, (risas) tampoco tengo estudios relacionados en astronomía; mis hermanos tampoco, mi hermana es periodista, yo soy psicoanalista y mi hermano es ingeniero en telecomunicaciones, pero todo lo que hacemos es con muchísimo cariño y pertenencia. Le hemos querido dar una identidad y un sello único a este hotel y es querer que el huésped no solamente llegue a una habitación, sino que llegue a un sitio que se parezca a un museo.

Para ello, **contamos con una galería de astronomía Muisca** donde se contempla todo el saber y hacer de nuestros ancestros. Con todos estos símbolos le damos vida a esas huellas indelebles que dejaron para demostrar que ellos pasaron por este lugar.

¿Han pensado en abrir un museo?

■ El hotel Gran Sirius ya es un museo, tenemos la parte de Arqueoastronomía pero también tenemos la parte de la Cosmogonía Muisca, que es un sendero por un jardín donde nos vamos encontrando con los dioses Muiscas.

Entonces hemos logrado engranar la cultura y la historia con un excelente servicio y comodidad.

¿Qué dicen sus hermanos de todas estas ideas que se han implementado en el hotel?

■ Ellos son muy sensibles a este tema y me apoyan muchísimo, igual que mis padres, a ellos les encanta todo este tema indígena porque se sienten muy allegados a esto.

Queremos seguir evolucionando este proyecto, justamente estamos en construcción de más habitaciones, **implementando más servicios como el Spa**, queremos que nuestros huéspedes disfruten no solo de esta arquitectura tan preciosa, de la montaña y del clima, sino que también vivan una gran experiencia.



Agradezco a la Cámara de Comercio por esta alianza. Bienvenidos a todos los que quieran visitarnos, las puertas de este hotel y de Sáchica están abiertas para atenderlos. Gracias por visitar nuestro Gran Sirius y por brindarnos su apoyo siempre.

Mabel Sierra



RENOVAMOS LA CONFIANZA

Un aumento histórico en la formalización empresarial

Este 2025 La Cámara de Comercio vivió una de las jornadas de renovación mercantil más relevantes a comparación de años anteriores con un incremento del 11%. Empresarios y comerciantes de Boyacá se comprometieron con el desarrollo económico formal y sostenible, gracias a la implementación del Decreto 045 de 2024.

Más de 4.000 empresarios se sumaron a la legalización de sus negocios, accediendo a los beneficios que la CCT ofrece a pequeños, medianos y grandes empresarios, generando un crecimiento sostenible en la región.

“Con cada renovación que realiza un empresario, se confirma el compromiso y la legalidad, que tiene un comerciante con el fortalecimiento de su negocio, teniendo un entorno más sólido, organizado y conectado con la región”, manifestó John Jairo Martínez, presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Tunja.

En un país donde la economía popular y los micronegocios constituyen la mayor parte del tejido empresarial, **este año, la Cámara de Comercio de Tunja, evidenció un crecimiento consecutivo en el número de registros nuevos y renovaciones de matrícula mercantil**, en comparación con los años 2023 y 2024. Esta tendencia al alza refleja no sólo una recuperación económica postpandemia, sino también un impacto significativo en cuanto a las estrategias

de acompañamiento, capacitación y sensibilización adelantadas por la CCT.

Durante el primer trimestre de 2025 se registró un incremento del 11% en nuevas matrículas en comparación con el mismo periodo del año anterior. El resultado: **4.391 nuevos empresarios que se formalizaron con la Cámara de Comercio de Tunja** y que gozarán de acceso a financiamientos con entidades bancarias, lo que potencia la generación de empleo y crecimiento, consolidando así, una economía necesaria para un progreso sostenible a largo plazo.

“Formalizarse no es solo un trámite, es una decisión empresarial. Este año hemos trabajado de la mano con emprendedores rurales, mujeres empresarias y jóvenes innovadores, promoviendo crecimiento y futuro comercial”.

Gracias al compromiso del sector comercial, a la aplicación del Decreto 045 de 2024, y al trabajo de nuestro todo el equipo de la Cámara de Comercio de Tunja, logramos fortalecer la confianza de los



La formalización no solo garantiza el cumplimiento de la normatividad, sino que abre las puertas a múltiples beneficios como el acceso a créditos, asesorías, participación en programas de fortalecimiento empresarial y nuevas oportunidades comerciales.

empresarios por nuestra entidad. Con un arduo e intenso trabajo, la CCT estuvo activa en los diferentes municipios de la jurisdicción, **generando un proceso ágil, cercano y eficiente con los comerciantes, empresarios y emprendedores**. Asimismo, nuestras estrategias, dan como resultado la formalidad y responsabilidad de los empresarios, que siguen construyendo una región más competitiva, dinámica e innovadora en el departamento.

**Recibe más
descuentos
por ser Afiliado**



**Presentando tu carnet como Afiliado
de la Cámara de Comercio de Tunja,
Obtienes tarifas especiales y servicios
exclusivos diseñados para ti**

— — — — — ¡NO LOS DEJES PASAR! — — — — —



Atención
preferencial



Certificados
gratuitos



Tarifas
preferenciales



Eventos
especializados

Juntos
innovamos tu

Futuro
empresarial.

¿Dudas sobre tus beneficios?
Coordinación de Afiliados. WhatsApp. 318 343 5422

CENTRO DE CONVENCIONES

Impulso regional a través de la innovación, la conexión educativa y empresarial

Un espacio que articula academia, empresa y cultura, convirtiéndose en un motor de desarrollo para toda la región.

El Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio de Tunja ha consolidado su papel como un eje estratégico del desarrollo regional. Su evolución no solo se ha medido en número de eventos, sino en el profundo impacto social, educativo y cultural generado a través de alianzas e innovación tecnológica.

Una sede para el saber y el emprendimiento

Durante los años anteriores, el Centro de Convenciones se convirtió en el escenario natural de una destacada institución educativa, que encontró en este espacio el aliado ideal para extender su misión más allá del aula. **Eventos como la Feria Universitaria de Innovación y Emprendimiento, la Muestra Cultural y Deportiva, el Simposio Académico y la Feria de Emprendimiento** marcaron un antes y un después en la forma de conectar academia, empresa y sociedad.

Cada uno de estos encuentros no solo ofreció contenidos valiosos y participación masiva con asistentes que superaron las 2.000 personas en algunos casos, sino que también evidenció el potencial de la colaboración interinstitucional para fortalecer el ecosistema educativo y empresarial de la región.

2025: El año del despegue estratégico

La Asamblea de circuito para Testigos de Jeová, realizada en febrero, atrajo a más de 1.000 participantes y se posicionó como el evento más concurrido del trimestre. A este se sumaron la Cena de Cumpleaños Corpoboyacá, que reunió a expertos nacionales e internacionales en una agenda diversa e incluyente.





2 mil

Asistentes en eventos culturales y empresariales.



Estos eventos emblemáticos no sólo impulsaron la oportunidad de participar y ofrecer al público espacios de crecimiento, sino que también fortalecieron su reputación como **espacio de referencia en la organización de eventos híbridos y de alto nivel logístico y cultural**.

Más que un espacio: un agente de transformación

El compromiso con el desarrollo sostenible se materializó en 2024 a través de eventos enfocados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Paralelamente, el fortalecimiento del talento humano se evidenció en la generación de oportunidades

laborales y en la consolidación del Centro como un espacio que impulsa el desarrollo profesional. Este crecimiento se reflejó en la colaboración y el compromiso del equipo humano, caracterizado por una cultura organizacional enfocada en el aprendizaje constante y la preparación conjunta para recibir a los invitados con excelencia. El aumento en la presencia digital y la invitación activa a seguir los canales institucionales abrieron la oportunidad de conectar con el público en general, evidenciando una comunidad cada vez más conectada, participativa y proactiva.

Los eventos educativos y empresariales marcaron el inicio de una narrativa que se consolidó con fuerza en 2025: el **Centro de Convenciones dejó de ser únicamente un proveedor de salones y auditorios para convertirse en un verdadero agente de cambio e innovación**.

Entre estos eventos se destacan las capacitaciones en inteligencia artificial aplicadas a los negocios, como la realizada el 30 de abril de 2024, que ofreció a empresarios y emprendedores herramientas clave para la transformación digital. Asimismo, los seminarios presenciales sobre el SECOP II fortalecieron las capaci-

dades del sector público y privado en procesos de contratación transparente y eficiente.

El CCV también ha abierto sus puertas a la educación, acogiendo ceremonias de graduación de diferentes instituciones, como la realizada por la UNAD en 2024, reafirmando su papel como escenario de logros académicos y de inspiración para nuevas generaciones.

Al articular esfuerzos entre la academia, la empresa, la cultura y la comunidad, se ha transformado en un símbolo del progreso regional.

Su mirada está puesta en el futuro, con apuestas por la internacionalización, la ampliación de su infraestructura y la consolidación de un modelo de gestión ágil.

Hoy, el Centro de Convenciones de la Cámara de Comercio de Tunja es sinónimo de innovación, conexión y compromiso. Desde la formación académica hasta la promoción de negocios sostenibles, su impacto se traduce en oportunidades generadas, espacios para la cultura y el aprendizaje, y el fortalecimiento de alianzas estratégicas.



ALIADOS COMERCIALES

El privilegio de ser afiliado

Más que una membresía, ser afiliado a la Cámara de Comercio de Tunja es la puerta de entrada a una red de aliados estratégicos que ofrecen descuentos, atención preferencial y oportunidades únicas para crecer.

A través de alianzas comerciales estratégicas, los empresarios que hacen parte de este exclusivo y selecto grupo de empresarios tienen la posibilidad de acceder a una red de empresas y comercios que no solo reconocen su compromiso con el desarrollo regional, sino que también los premian.

Desde descuentos en servicios empresariales, asesorías especializadas, educación, tecnología, hasta beneficios en salud, bienestar, turismo y entretenimiento, **la Cámara de Comercio de Tunja teje una red de aliados comerciales que ofrece sus mejores servicios a sus afiliados**. Estos beneficios no solo representan un ahorro significativo, sino también una ventaja competitiva en el mercado.

“Lo que buscamos es que nuestros empresarios sientan que pertenecer al Círculo de Afiliados es realmente un privilegio. Cada convenio que firmamos con aliados comerciales está pensado en el crecimiento y bienestar

de nuestros empresarios”, afirmó John Jairo Martínez, presidente ejecutivo de la CCT.

Además del respaldo de la entidad y el acceso preferencial a programas y eventos, la atención personalizada que ofrecen nuestros aliados comerciales genera un entorno de confianza y colaboración que fortalece el tejido empresarial de Tunja y la región.

Conoce más de los beneficios para nuestro círculo de afiliados, y si aún no eres parte de él, este es el momento ideal, porque en la Cámara de Comercio de Tunja, ser afiliado no solo es un título, es un privilegio y una gran oportunidad para seguir creciendo.

¿Sabías que hacer parte del **Círculo de Afiliados de la Cámara de Comercio de Tunja** abre la puerta a un universo de beneficios exclusivos?



NUEVOS DESCUENTOS %



Escanea este QR y aprovecha las ofertas en variedad de **productos y servicios**

Beneficios sujetos a modificación. Aplica términos y condiciones

Aquí nace el poder empresarial femenino

Crece Mujer Emprendedora, es el programa bandera de la Cámara de Comercio de Tunja, una iniciativa que fortalece el emprendimiento femenino de la región que busca fomentar la creación de empresa y que muchas mujeres saquen a la luz sus más hermosas creaciones y todas esas ideas que las impulsan a lograr un mejor mañana para ellas y sus familias.

Así comenzamos y así vamos...

Se lanzó en el 2022 y ha evolucionado para ofrecer cada año más herramientas y oportunidades a las mujeres emprendedoras. **Han sido 100 mujeres beneficiarias que, en sus ediciones anteriores, han tenido la posibilidad de acceder a espacios de formación, mentoría y empoderamiento**, ayudando a consolidar su compromiso con el desarrollo empresarial femenino en la región.

Cabe anotar que a cada una de ellas se les han otorgado un subsidio económico para pautar en redes sociales o medios de comunicación para lograr llegar a su público objetivo, darse a conocer y aumentar sus ventas.

Para este 2025, el programa Crece Mujer Emprendedora seguirá fortaleciendo y empoderando a para reducir brechas de género en el ámbito empresarial, empoderando a las mujeres y promoviendo la equidad en el desarrollo económico de Boyacá.

Es de resaltar que para este 2025, este programa seguirá fortaleciendo las ideas de mujeres empoderadas que buscan reducir las brechas de género en el ámbito empresarial promoviendo la equidad en el desarrollo económico de Boyacá.



CCE
Atrévete
inspira

Impacto social y económico en jurisdicción de la CCT

Capacitación empresarial: Las participantes reciben 36 horas de formación en áreas clave como liderazgo, marketing digital, finanzas y estrategias de crecimiento empresarial.

Acompañamiento personalizado: Se brinda mentoría individualizada para el desarrollo y posicionamiento de marca, fortaleciendo la presencia digital de los negocios.

Fomento a la innovación: Se priorizan iniciativas con alto grado de innovación, impacto en la generación de empleo y capacidad de escalabilidad, impulsando así el crecimiento económico local.

DATOS QUE IMPULSAN EL DESARROLLO

El rol estratégico de la información económica

En un entorno empresarial cada vez más cambiante y competitivo, la información se ha convertido en uno de los activos más valiosos para la toma de decisiones. Desde el Departamento de Planeación y Estudios Económicos de la CCT, trabajamos con un propósito claro: convertir los datos en conocimiento estratégico que impulse la transformación económica de nuestro territorio.

Los datos son mucho más que cifras; son una herramienta poderosa para comprender la dinámica empresarial, proyectar escenarios y enfocar acciones que generen impacto real. A través del monitoreo constante del comportamiento del tejido empresarial, la creación de nuevas empresas y la identificación de sectores clave, generamos insumos que permiten a las autoridades locales, empresarios y actores del ecosistema económico tomar decisiones basadas en evidencia.

Nuestros análisis permiten visualizar, por ejemplo, la concentración de la actividad económica, los empleos generados y los ingresos operacionales por sector y municipio. **Esta información es esencial para que las administraciones municipales diseñen planes de desarrollo más enfocados, efectivos y sostenibles**, alineando sus programas e iniciativas con las verdaderas necesidades y potencialidades de su territorio.

NUEVA HERRAMIENTA

Visor Económico Regional en Power BI



Registros Públicos

Consulta el número de empresas activas, su tamaño y el sector al que pertenecen.



Cifras del Territorio

Explora el PIB de Boyacá, su crecimiento y participación en la economía nacional.

Descubre la economía de Boyacá en un solo clic



Accede a datos actualizados que te ayudarán a conocer el movimiento empresarial y económico de la región.



Términos Clave

Aprende los conceptos básicos para entender los indicadores económicos.

Explora, compara y toma decisiones informadas

www.cctunja.org.co
en Estudios Económicos

VISOR Económico Regional



CIFRAS DEL TERRITORIO



TÉRMINOS CLAVE



DEPARTAMENTO
DE PLANEACIÓN Y
ESTUDIOS ECONÓMICOS



Explora a fondo Boyacá en Cifras

Analiza el estudio completo y conoce la realidad económica del departamento.

[PDF DESCARGABLE](#)

[ANALIZA EL VISOR DE DATOS](#)

[HERRAMIENTAS DE APOYO](#)

Uno de los insumos más representativos es el informe 'Boyacá en Cifras', una publicación anual coordinada por esta entidad, la cual se ha convertido en un referente regional para entidades públicas, privadas, centros de investigación y medios de comunicación. Este estudio no solo consolida información estadística del departamento, sino que también ofrece análisis estratégicos que orientan la planificación y la formulación de políticas públicas.

Además, generamos reportes periódicos y hemos implementado herramientas como Power BI, que nos permiten ofrecer visores dinámicos con información territorial estratégica. Estos visores permiten visualizar datos sobre actividad económica, empleo, registros mercantiles y sectores productivos, facilitando el acceso a información actualizada y de fácil comprensión para alcaldías, empresarios y aliados institucionales.

A través de encuestas, estudios sectoriales y diagnósticos locales, recogemos información que ayuda a representar las necesidades

del comercio y del empresariado frente a temas de formalización, financiación, competitividad y política pública. Así, fortalecemos el rol de la Cámara como un puente entre el sector productivo y los gobiernos locales, regionales y nacionales.

Desde Planeación y Estudios Económicos, reafirmamos nuestro compromiso con una gestión basada en datos, transparente y orientada a resultados. Sabemos que detrás de cada dato hay una oportunidad, y detrás de cada análisis, una decisión más inteligente para construir el Boyacá que soñamos: **más próspero, más competitivo y con empresarios mejor preparados para afrontar los desafíos del presente y del futuro.**

P O R
Claudia Patricia Ochoa Arenas
Dir. Planeación y Estudios Económicos
Cámara de Comercio de Tunja



EXPOBOYACÁ 2025

El alma empresarial de un territorio que se proyecta al mundo

Del 14 al 17 de noviembre, La Cámara de Comercio de Tunja presenta la nueva edición de ExpoBoyacá, una feria que promete romper fronteras y abrir puertas al futuro.

En una noche cargada de entusiasmo y grandes anuncios, se presentó oficialmente ExpoBoyacá 2025, una plataforma que va mucho más allá de una feria comercial; pues a través de los años, se ha convertido en un escenario donde se encuentran la tradición, la cultura y un millón de sueños por cumplir.

Cabe destacar, que desde su creación en 1987, este evento ha sido una ventana de oportunidades para cientos de empresas boyacenses, y hoy se consolida como una de las vitrinas comerciales más relevantes del país.

Boyacá abre sus puertas al mundo

Este año, el Centro de Convenciones de Tunja abrirá sus puertas del 14 al 17 de noviembre para recibir a más de 30.000 visitantes y reunir a lo más destacado del ecosistema empresarial. El evento reunirá sectores clave como tecnología, medio ambiente, moda, alimentos, salud, turismo, educación, construcción y automóviles, entre otros. Todo en un entorno diseñado para sorprender, conectar, impulsar negocios y traspasar fronteras.

La participación de México, Italia y la República Popular China, como invitados de honor, abre puertas a la internacionalización de los productos boyacenses. Alianzas estratégicas, oportunidades comerciales y nuevos mercados serán parte del legado que esta edición dejará para el departamento.

Más que una feria

En ExpoBoyacá 2025, la experiencia irá más allá de la exposición empresarial. El reconocido chef Jorge Rausch, jurado de MasterChef, encabezará la agenda gastronómica. Lo acompañarán personalidades como Norman Chaparro, CEO de Inter Rapido y otros invitados que pondrán el alma y la pasión en cada rincón del evento.



*Con ExpoBoyacá, nuestra región se conecta con Colombia y el mundo.
iNos vemos en noviembre!*

Un evento con impacto real

La edición anterior superó los 3.800 millones de pesos en impacto económico, con 176 empresas participantes. **Este año, se espera una feria aún más ambiciosa, con nuevas conexiones, una agenda académica de alto nivel y una oferta comercial diseñada para todos los públicos.**

La entrada será gratuita, lo que convertirá a ExpoBoyacá 2025 en el plan ideal para familias, empresarios y turistas, en busca de inspiración, conocimiento y buenas compras.

Marcas que construyen región

* **Carvajal Laboratorios**, con más de dos décadas liderando la innovación médica en Boyacá, se consolida como un actor clave en la salud de alta complejidad.

* **Lotería de Boyacá**, símbolo de tradición y confianza, reafirma su papel como promotora del progreso regional.

* **ONIX 100**, el nuevo licor insignia de la Nueva Licorera de Boyacá, llega para rendir homenaje a la identidad del departamento y conquistar al país con su sabor auténtico.

Distribuidora Nissan, aliada estratégica en movilidad inteligente, que apuesta por soluciones sostenibles para empresas y ciudadanos.

* **Claro Empresas**, con su respaldo a la transformación digital de la región, será parte activa del ecosistema de innovación.

* **Bavaria**, que se suma con su visión sostenible y su compromiso con un futuro más justo, verde y colaborativo.

* **Banco GNB Sudameris**, la solidez de su experiencia y confianza financiera impulsan el crecimiento de los negocios.

UN EVENTO DE



PATROCINAN



Comunicación: el activo intangible que ninguna empresa **puede darse el lujo de ignorar**

En el ecosistema empresarial moderno, ya no basta con tener un buen producto o prestar un servicio competente. La exigencia se transformó: ya no se limita a los precios, a la calidad del producto o a la eficiencia operativa.

El verdadero diferenciador está en cómo se comunican las empresas hacia adentro y hacia afuera, y en qué tan coherente es su cultura organizacional con su propósito, visión y valores.

La cultura comunicativa de una empresa no es un concepto abstracto. Se manifiesta en los pasillos, en los chats internos, en las juntas directivas, en la forma en que se gestionan los conflictos o se celebran los logros. Y si prestamos atención, **podemos clasificar a las empresas según cómo comunican, cómo deciden y cómo viven su identidad organizacional**.

Hoy, más que nunca, la comunicación estratégica se consolida como el activo intangible más poderoso e influyente de las organizaciones contemporáneas. Las empresas que no lo comprenden están, silenciosamente, cavando su propia tumba.

Una organización sin comunicación clara, coherente y proyectada al largo plazo es **como un cuerpo sin sistema nervioso: desconectado, torpe e ineficaz**.



En mi experiencia, he visto a empresas con productos innovadores fracasar estrepitosamente por no saber comunicar su propuesta de valor, o por tener líderes que subestiman el impacto de una mala comunicación interna.

Todo comunica. Y no comunicar... también

Uno de los axiomas más sólidos de la comunicación organizacional es que “todo comunica”. Desde un correo electrónico mal redactado, hasta la actitud de un recepcionista, el diseño de la papelería institucional, o el tono en el que se responde una queja: cada interacción es una microexperiencia que refuerza (o debilita) la percepción de marca.

La comunicación organizacional ya no es un área de apoyo. **Es un trampolín estratégico, transversal a todas las áreas de la empresa**. No es opcional, es vital. Asesorando empresas en transición digital o procesos de internacionalización, he identificado una constante: el rendimiento operativo mejora cuando la comunicación fluye y tiene propósito. La ali-

neación entre áreas, el liderazgo con visión, la cultura organizacional viva y los clientes fidelizados son frutos de una comunicación planeada, medida y ajustada.

Comunicación + Marketing: la dupla que redefine el éxito empresarial

Hoy, marketing y comunicación están robándose el show... y con razón. No porque sean moda, sino porque son catalizadores de valor. El marketing estratégico —cuando está alineado con una narrativa corporativa sólida— no solo vende: **construye reputación, establece relaciones duraderas y proyecta futuro, y claro, esto no sucede de la noche a la mañana**, merece un proceso consciente, consecuente y entendido por toda la corporación.

Según datos del Harvard Business Review, las compañías con comunicación efectiva superan financieramente a sus competidores en un 47%. Y si eso no basta, miremos a gigantes como Apple, Tesla o incluso marcas locales exitosas: todas han consolidado un relato claro, coherente y emocionalmente potente. Su comunicación no es reactiva: es proactiva, creíble y rentable.

¿Por qué tomar en serio la comunicación en su empresa?

Porque no hacerlo es dejar que otros hablen por usted. Es dejar que la improvisación, los rumores y las incoherencias internas se conviertan en narrativa oficial.

Invertir en comunicación no es un gasto: **es un insumo capitalizable.** ¿Por qué?

- Mejora la gestión del talento humano, al fortalecer el sentido de pertenencia y alineación.
- Optimiza los procesos comerciales, al generar confianza y diferenciación en el cliente.
- Previene crisis reputacionales, al contar con protocolos claros y vocerías entrenadas.
- Impulsa la innovación, al fomentar el diálogo interno y la inteligencia colectiva.

Hacia una visión de vanguardia

Los empresarios que miran hacia el futuro deben dejar de ver la comunicación como una actividad secundaria. Es momento de integrar una visión comunicacional estratégica en los planes de negocio, en los modelos de gestión y en las proyecciones de crecimiento. **Porque la comunicación no solo "acompaña" el proceso: lo acelera, lo amplifica y lo convierte en cultura corporativa.**

Una empresa que comunica con visión, ética y creatividad es una empresa que se proyecta, que crece y que conecta con sus públicos desde el valor.

Y recuerde: comunicar es conectar, y quien no comunica se aísla y termina hablándose a sí mismo... y en silencio, las grandes ideas se pierden y se fracasa en el intento. Atrévase a ser escuchado.

POR
Norela Rodríguez Ruiz
 Jefe Prensa y Comunicaciones
 Cámara de Comercio de Tunja



Planea tu destino con GoBoy

Planifica tu viaje fácilmente,

encuentra lugares que te encantarán

y apoya a las empresas locales.

Da el primer paso hacia una experiencia inolvidable en Boyacá.

TU PRÓXIMA
¡aventura te espera!



ESCANEÁ ESTE QR Y ENCUENTRA TODA LA OFERTA TURÍSTICA DE BOYACÁ



UNA PLATAFORMA DE



Cámara de Comercio de Tunja



TRADICIÓN Y EMPRESA

El Hojaldre, cuatro décadas de sabor y **consolidación** **empresarial**

/// SALÓN DE ONCES **EL HOJALDRE** ///

En la esquina de la carrera 11 con calle 20, en pleno centro histórico de Tunja, donde la niebla matinal se cuela entre balcones coloniales y el paso del tiempo se percibe con otro ritmo, late un espacio que ha trascendido lo gastronómico para convertirse en parte de la memoria colectiva.



Allí está El Hojaldre, un emblema de calidad y sabor fundado en 1981 por Cecilia Acevedo de Tolosa, quien con visión y constancia dio vida a una tradición que hoy suma más de cuatro décadas.

Los primeros años: una receta que encontró su público

El origen de este proyecto empresarial se remonta a un pequeño local del centro histórico de Tunja, en un segundo piso con apenas una barra y tres mesas. Allí Cecilia comenzó a ofrecer sus pasteles, elaborados en la cocina de su casa con rellenos de pollo, carne, verdura y champiñón. **Pronto, la calidad y el sabor inconfundible conquistaron a los tunjanos, que hicieron de El Hojaldre su lugar predilecto para las 'medias nuevas' y la tertulia acompañada de café.**

Durante dos décadas, Cecilia sostuvo el negocio con esfuerzo y disciplina. Sin embargo, la exigencia física y las largas jornadas

la llevaron a pensar en un relevo. Y así, en 1999, la empresa pasó a manos de su hija mayor, Angélica María, y su esposo, Luis Alfonso Rueda, quienes asumieron el reto de transformar el emprendimiento familiar en una compañía con visión de crecimiento.

Segunda generación: de tradición familiar a modelo empresarial

El relevo generacional marcó el inicio de una nueva etapa. "Cuando asumimos, contábamos con un pastelero y tres meseras; hoy tenemos treinta colaboradores entre nuestros dos puntos de venta y la planta de producción", recuerda Luis Alfonso. La pareja apostó por la consolidación empresarial: **ampliaron la capacidad instalada, fortalecieron procesos y exploraron nuevos canales de distribución.**

Mi mamá no quería vender su negocio a cualquier persona, ella deseaba que el local se quedara en la familia, y me lo ofreció, pero yo no quería hacerme cargo de la administración, pues tener un negocio de comida, es muy sacrificante.

Angélica María Acevedo

>>>



4
años

Más de cuatro décadas
mantienen a 'El Hojaldre' como
un ícono en la ciudad



<<<

Uno de los hitos de esta etapa fue el ingreso al mercado nacional de alimentos ultracongelados, con la distribución de pasteles a distintas regiones del país. Esta apuesta convirtió a El Hojaldre en un caso ejemplar de cómo una receta artesanal puede evolucionar hacia un modelo escalable, sin perder su esencia ni su arraigo local.

La tercera generación y la apuesta por la innovación

Con la creación de Rutol Alimentos S.A.S., Angélica y Luis Alfonso sentaron las bases para diversificar y proyectar el negocio más allá del mercado local. Hoy, sus hijos Santiago y Juanita Rueda encabezan el proceso de renovación.

Su visión está enfocada en atraer nuevas generaciones de consumidores mediante estrategias de innovación, mercadeo digital y experiencias que mantengan vivo el encanto clásico de las onces boyacenses.

“Cuando asumimos, nuestro principal desafío fue lograr que los jóvenes descubran y se apropien de una marca que ha acompañado a varias generaciones”, afirma Santiago, mientras Juanita subraya la importancia de “honrar el legado de nuestra abuela y nuestros padres, adaptándolo a las dinámicas actuales del mercado”.

Un crecimiento acompañado de su gente

El desarrollo empresarial de El Hojaldre no se entiende sin sus colaboradores. Bibiana Rivera, con más de 13 años en la empresa, y Luis Rátiva, panadero experto desde hace 22 años, son testigos de cómo la compañía ha pasado de ser un pequeño salón de onces a consolidarse como un referente regional.

Rutol Alimentos S.A.S, el siguiente capítulo de una marca que evoluciona sin perder el sabor de su origen, llevando el hojaldre boyacense a nuevos mercados.

Su compromiso refleja que el crecimiento no solo es cuantitativo —en empleo y ventas— sino también cualitativo, en conocimiento y cultura organizacional.



“

Cuando Juanita y yo asumimos la gerencia de la empresa, nuestro principal desafío, era que las nuevas generaciones descubran, disfruten y se conviertan en fieles amantes de una marca que ha acompañado a varias familias.

Santiago Rueda

“

Mantener viva una tradición con una propuesta renovada, que conserve el encanto clásico de las 'medianuevas' honrado el legado de tres generaciones, la de mi abuela, la de mis papás y la nuestra.

Juanita Rueda



De emprendimiento local a referente regional



Hoy, El Hojaldre emplea a más de 30 personas de manera directa, contribuyendo de forma significativa a la economía local. Su capacidad productiva le ha permitido atender simultáneamente sus puntos de venta en el centro y el norte de Tunja, además de una planta que respalda su expansión. **La empresa se ha convertido en un modelo de emprendimiento sostenible, capaz de generar empleo, fortalecer la identidad cultural y proyectar el nombre de Boyacá a nivel nacional.**

A más de cuarenta años de su fundación, El Hojaldre es mucho más que un lugar para disfrutar de un pastel y un café: es una historia viva de tradición familiar, innovación y consolidación empresarial, que sigue demostrando que en Boyacá las buenas ideas, cuando se gestionan con disciplina y visión, pueden trascender generaciones.

P O R

Yesica Daniela Sánchez Echeverría
Oficina Prensa y Comunicaciones
Cámara de Comercio de Tunja



Emprender: una forma elegante de quebrarse a diario

/// POR JUAN ÁVILA ///

Marcas creadas: **Pandeyuca's, La Preferida, Marquesa, Fontana by Marquesa, Casa Wok Oriental, Tragantina Cantina, Arroz Paisa Típico**

La chispa inicial de mi emprendimiento fue un compromiso con mis raíces: dar dignidad a un oficio que conocí en casa en su faceta más informal. Crecí viendo jornadas largas y contratos precarios en el sector de alimentos y bebidas; cada receta de la abuela tenía sabor, pero muy poca seguridad detrás. Emprender fue mi respuesta: "quería ponerle alas formales a esas recetas y transformar el esfuerzo cotidiano en un proyecto con sentido".

Emprender es un tango diario con el riesgo: "sin bailar no hay avance". Comprendí que cada decisión conlleva incertidumbre, pero me esforcé en manejarla, calculé pasos y analicé cada ingrediente de mi plan de negocios: al igual que en la cocina, a veces hay que probar el platillo y ajustar la sazón antes de presentarlo. **El riesgo sigue ahí, innegable, pero pierde un poco de su amargor cuando lo sazona la experiencia.**

Nunca emprendí este camino sin escuchar a quienes hacen posible mi proyecto; cada producto u oferta que lancé fue fruto de conversaciones con mis clientes: los invité a probar, acepté sus críticas y, sobre la marcha, ajusté recetas. Esa validación constante mantiene vivo el proyecto y convierte la cocina en un laboratorio de aprendizaje donde el consumidor es, en parte, coautor.

Siempre tuve un plan de acción claro: metas a mediano plazo y pasos dibujados en el mapa. Pero aprendí a darle al plan algo de espacio para respirar, cada mañana trae sorpresas -cambios en el mercado, imprevistos en la cadena- y la ruta se adapta con elegancia. Estas adaptaciones no son derrotas, sino decisiones intencionales para mantener viva la intención original.

En cada paso, los fracasos se convirtieron en compañeros de viaje, no hay jornada libre de tropiezos: una receta que falla, un pedido que se demora, una venta que no sale. Estos baches no son tragedias, sino lecciones grabadas en carne propia; con cada caída aprendí un truco más, fortalecí la idea y reforcé el carácter del proyecto. Sé que el éxito real de emprender va más allá de mis logros individuales, cada pequeño avance tiene un efecto colectivo: genera empleos formales, transforma la informalidad en proyectos sostenibles y demuestra que otro modelo de trabajo es posible. Todo eso constituye mi victoria diaria.

Emprender, al final, es añadir cada día un ladrillo de esperanza al futuro colectivo.



IA y adaptabilidad: el nuevo ADN empresarial

/// POR YEUDITH OSIRIS PORTUGUEZ ///

Miembro Junta Directiva de la CCT

En el lenguaje empresarial contemporáneo, los entornos VUCA –volátiles, inciertos, complejos y ambiguos– ya no son teoría: son la cotidianidad. Las dinámicas de mercado cambian con una rapidez inusitada, los consumidores ajustan sus expectativas de forma constante y los modelos de negocio se ven obligados a reinventarse de manera permanente.

Desde mi experiencia como ingeniero y empresario en el sector tecnológico, he visto que no basta con invertir en la “última tecnología”. **El verdadero diferenciador está en cómo las empresas transforman su cultura, sus procesos y sus estructuras para responder con agilidad.** Un estudio de McKinsey & Company (firma global de consultoría estratégica reconocida por sus análisis de gestión y transformación organizacional) señala que para el 2025, más del 75 % de las empresas ya implementan inteligencia artificial en alguna de sus funciones, y un 21 % ha rediseñado de forma fundamental sus flujos de trabajo gracias a esta herramienta. Esto evidencia que la IA no es una promesa lejana, sino un factor que ya está moldeando la competitividad mundial.

Pero más allá del plano técnico, hay un desafío mayor: fortalecer nuestro propio entorno regional. Vivimos una era en la que la tecnología ya no es un lujo, sino el sinónimo de productividad, sostenibilidad y desarrollo económico. La apuesta debe ser colectiva. Necesitamos articular a la academia, las empresas, el Estado y la sociedad civil en un modelo de cuádruple hélice que permita colabora-

ción genuina y circulación de conocimiento. Debemos desarrollar capacidades locales en innovación, inteligencia artificial, ciberseguridad y transformación digital, no solo importando soluciones, sino formando talento propio y consolidando competencias que nos hagan competitivos a nivel global.

Igualmente, es urgente crear escenarios de innovación abierta donde startups y empresas consolidadas dialoguen y trabajen juntas para resolver necesidades reales de nuestras comunidades.

Y todo esto debe sostenerse con inversión y alianzas estratégicas que garanticen la permanencia y solidez del ecosistema

El impacto de este esfuerzo conjunto será tangible: empresas más competitivas, empleos de calidad, atracción de inversión y, sobre todo, una sociedad mejor preparada para enfrentar los desafíos del futuro. Hoy no hablo únicamente de tecnología; hablo de progreso. Hablo de construir, desde Boyacá, un entorno donde la inteligencia artificial y la adaptabilidad empresarial se conviertan en motores de desarrollo económico y social. Esta es nuestra oportunidad histórica para liderar, innovar y demostrar que, cuando se trabaja con visión, la región puede estar a la altura de los grandes desafíos del mundo.



Consejos para editores, libreros, escritores, traductores, ilustradores y demás aventureros dentro del mundo profesional del libro

/// POR LUIS ALEJANDRO DÍAZ ///

CEO Editorial Caballito de Acero

Resulta muy útil empezar diciendo que en estos últimos 15 años existe un crecimiento de empresas más que notable en la cadena del libro en Colombia: hay más librerías, hay más editoriales, hay más ruedas de negocios, hay más bibliotecas, hay más ferias de libros, hay más estudios y más profesionalización del sector con maestrías, pregrados y especializaciones y hay más divulgación y publicidad a propósito del libro.

Sin embargo, lo números no dan, las cifras siguen siendo muy regulares tanto en promoción de lectura como en venta de libros y toda esa cadena que de repente tiene una proyección no solo nacional sino internacional se ve estancada en el punto más importante: los lectores y los compradores.

Ese es el primer y único consejo: **al abrir una librería, al fundar una editorial, al traducir un libro, al ilustrar un texto infantil, al imprimir un libro, al recibir un libro para enviarlo por mensajería, al crear una app para libros digitales, al poner a leer un libro en el colegio o al organizar una feria del libro, lo más importante es saber que se trabaja con un objeto cargado de prejuicios.**

Esos prejuicios son los que impiden que el libro entre en el día a día de nuestra sociedad. Por eso los números no dan. No nos hemos interesado en promover la lectura y el libro puesto que tenemos una masa poblacional que siempre compra libros

y que nos asegura la dinámica del mercado. Y para ese nicho es para el que se abren librerías, se fundan editoriales y se ilustran libros infantiles. **Para el resto de la población el libro sigue siendo una “obligación” social:** leer el libro de liderazgo del que todos hablan, ojear el libro de crecimiento personal que recomiendan en el noticiero, comprar de segunda mano el libro del plan lector del colegio o descargar gratis la novela del escritor de moda. Esta masa vive a la deriva sin que nadie se le acerque.

Es decir, pareciera que el libro es de unos pocos que están capacitados para entenderlo y valorarlo, a diferencia de otros muchos que lo ven como algo aburrido, costoso y sin utilidad alguna. Incluso hay quienes lo usan a modo de inversión social imitando lo que ven en las redes sociales de personajes famosos: salir en una publicación presuponiendo de leer libros puede ser cool.

Conclusión: un emprendimiento dentro de la cadena del libro puede dar soluciones a problemas sociales y culturales al cumplir con objetivos que son al mismo tiempo sociales, culturales y financieros. **Hay mucho por hacer más allá de editar, vender, ilustrar, traducir, imprimir y reflexionar sobre el mundo del libro:** hay que asumir el compromiso que implica tener en las manos un bien intangible que nos refleja como sociedad.

#estoy
afiliado

HISTORIAS QUE DEJAN HUELLA

La voz de nuestros nuevos afiliados

Celebramos a los nuevos afiliados que comparten su experiencia, motivaciones y satisfacción de hacer parte de la familia CCT.



Pedro Bautista
Hotel Golden Fénix
/// TUNJA ///

Los espacios de capacitación y los descuentos en asesorías fortalecen nuestra estrategia de posicionamiento.



Héctor Roa
Prende el Mechó
Producciones
/// GARAGOA ///

Los beneficios, formación y visibilidad en el directorio virtual me brindan herramientas para crecer y conectar con nuevas oportunidades



Laura Torres
Hotel Las Palmas
/// VILLA DE LEYVA ///

Programas de formación, asesoría especializada y una red de empresarios nos ayudan a fortalecer la empresa.



José González
Barbería El Drilo
/// MONQUIRÁ ///

Los beneficios y los espacios para compartir con otros empresarios me impulsan a seguir creciendo.



CONOCE MÁS EN
www.cctunja.org.co
en la sección de **Afiliados**

Coordinación de Afiliados

Calle 21 # 10 - 52, Edificio de la Cámara de Comercio de Tunja
PBX. 608 747 4660 ext. 133 • WhatsApp. 318 343 5422 • Tunja, Boyacá

NECESITAS RESOLVER
¿ un conflicto de manera?

RÁPIDA Y JUSTA



Evita procesos
largas y costosas

¡Nosotros te ayudamos!

**ASESORÍAS
GRATUITAS**

Acude al **Centro de Conciliación y Arbitraje
de la Cámara de Comercio de Tunja**

Soluciones rápidas,
efectivas y confidenciales

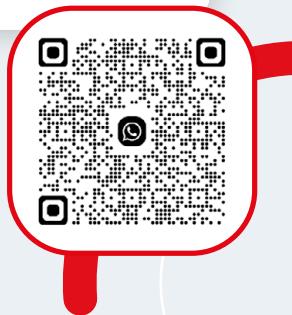
Acompañamiento
profesional

Seguridad
jurídica



VIGILADO Ministerio de Justicia y del Derecho

Ingresá a www.cctunja.org.co
y accede a nuestros servicios



El mejor escenario para tus grandes momentos



Tarifas preferenciales en espacios modernos para tus eventos.



Haz realidad tu evento con nosotros

EN NUESTRA XX VERSIÓN

EXPO boyacá 2025



La vitrina
comercial
más grande
de Boyacá



Países invitados

México, Italia y la
República Popular
de China



del 14 al 17
NOV 2025

ENTRADA
gratuita

Centro de
Convenciones
Cámara de Comercio
de Tunja

UN EVENTO DE

ALIADO



PATROCINAN



NUEVA LICORERA
· DE BOYACÁ ·

