



Cámara de Comercio
de Sogamoso

CENSO **EMPRESARIAL**

20 21

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

1. GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

1.2. Objetivo General

1.2.1. Objetivos Específicos

1.3. Alcance

1.4. Metodología y análisis de la información

1.4.1. Diseño metodológico

1.4.2. Metodología

1.4.3. Población objetivo y muestra

1.4.4. Proceso de recolección de información

1.4.5. Instrumentos de recolección de información

1.4.5.1. Información primaria

1.4.5.2. Diseño estadístico

1.4.6. Tabulación y análisis de la información

1.5. Generalidades jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso

1.5.1. Caracterización territorial

2. CENSO EMPRESARIAL 2021

2.1. Comparativo Censo empresarial 2018 al 2021

2.2. Análisis de datos – Preguntas RUES

2.2.1. Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad

2.2.2. Comerciantes Encuestados por Municipio

2.2.3. Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio

2.2.4. Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico

2.2.5. Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico

2.2.6. Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico en cada municipio

2.2.7. Comerciantes Formales e Informales vs Actividad Económica (CIU Rev. 4 A.C. 2020)

2.2.8. Mayor y Menor Actividad Económica en Formales e Informales por Municipio

2.3. Análisis de datos – Preguntas de interés (Fortalecimiento empresarial)

2.3.1. Comerciantes Encuestados vs Tipo de inmueble

2.3.2. Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los requisitos legales de la Actividad Mercantil

2.3.3. Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS

2.3.4. Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS

2.3.5. Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los servicios de la CCS

2.3.6. Comerciantes Encuestados vs Solicitud temas para capacitaciones

2.3.7. Comerciantes Encuestados vs Modalidad de los programas de fortalecimiento

2.3.8. Comerciantes Encuestados vs Intensidad horaria de los programas de fortalecimiento

2.3.9. Comerciantes Encuestados vs Días en la semana para tomar la opción de programas de fortalecimiento

2.3.10. Comerciantes Encuestados vs Disponibilidad horaria para tomar la opción de programas de fortalecimiento

2.3.11. Comerciantes Encuestados vs Medio preferido para recibir notificaciones de la CCS

3. CONCLUSIONES

INDICE DE GRAFICAS

- Grafica 1. Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad
- Grafica 2. Comerciantes Encuestados por Municipio
- Grafica 3. Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio
- Grafica 4. Comerciantes Formales vs Sector Económico
- Grafica 5. Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico
- Grafica 6. Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico en cada municipio
- Grafica 7. Comerciantes Formales por división de actividad vs Participación
- Grafica 8. Comerciantes Informales por división de actividad vs Participación
- Grafica 9. Mayor y Menor Actividad Económica en Formales e Informales por Municipio
- Grafica 10. Comerciantes Encuestados vs Tipo de Inmueble
- Grafica 11. Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los requisitos legales de la Actividad Mercantil
- Grafica 12. Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS
- Grafica 13. Comerciantes que participaron vs Programas de Fortalecimiento de la CCS
- Grafica 14. Comerciantes que participaron vs Conocimiento de los servicios de la CCS
- Grafica 15. Comerciantes que participaron vs Solicitud temas para capacitaciones
- Grafica 16. Comerciantes que participaron vs Modalidad de los programas de fortalecimiento
- Grafica 17. Comerciantes que participaron vs Intensidad horaria de los programas de fortalecimiento
- Grafica 18. Comerciantes que participaron vs Días en la semana para tomar la opción de programas de fortalecimiento
- Grafica 19. Comerciantes que participaron vs Disponibilidad horaria para tomar la opción de programas de fortalecimiento
- Grafica 20. Comerciantes que participaron vs Medio preferido para recibir notificaciones de la CCS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta

Tabla 2. Tabla resumen (# de Encuestas) Censos empresariales 2018 al 2021.

Tabla 3. Resumen códigos CIIU Rev. 4 A.C. 2020

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Mapa de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso.

INTRODUCCION

La cámara de comercio de Sogamoso dando cumplimiento a sus funciones y amparado en el numeral (1.6), de la circular única de la superintendencia de industria y comercio el fin de revisar la cobertura de los servicios de la cámara de comercio, y establecer el potencial de matriculados de la jurisdicción, y en cumplimiento del artículo (01) del título (VIII) de la circular única de la superintendencia de industria y comercio, realiza el censo empresarial (2019).

Con la realización del Censo empresarial obtenemos información que nos permite identificar el porcentaje de comercio formal e informal de los (20) municipios que conforman su jurisdicción. Mediante la realización de encuestas en los establecimientos de comercio; Buscando identificar los inscritos y no inscritos, su actividad económica, las problemáticas que afectan el comercio y sus necesidades de capacitación.

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 Sogamoso para el 2021, 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 2021, se realizaron un total de 2.185 encuestas, de las cuales 1.552 corresponden a comerciantes matriculados y 633 a comerciantes no matriculados, resultados obtenidos mediante la aplicación de encuesta directa y observación realizada por el equipo encuestador, registrando una disminución en el número de encuestados del 39.5 %, en relación con el 2019 (3638 encuestas); Es de aclarar que por situación de pandemia, el censo empresarial del 2020 fue realizado mediante cruce de información con las secretarías de hacienda (Industria y comercio) de cada uno de los municipios, por lo cual, el instrumento de medida (encuestas) fue diferente.

1. GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

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).

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 Sogamoso para el 2021.

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 Sogamoso.
- Identificar las problemáticas que presenta el comercio a nivel jurisdiccional.

- Conocer las diversas necesidades de formación para el fortalecimiento empresarial manifestada por los comerciantes y todo lo que ello implica (tipo, modalidad, intensidad, horario, entre otros).
- Identificar las principales razones por las cuales los comerciantes informales no realizan su matrícula mercantil, con el fin de generar la ruta que los conduzca a la formalización empresarial.
- Consolidar alianzas estratégicas con los diferentes actores que buscan impactar en los procesos inmersos en la ruta de formalización empresarial
- Identificar los sectores económicos, tipos de empresa y 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 Sogamoso, aplicado a una muestra representativa 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.

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 es la “metodología censal por barrido”, que consiste en que un grupo de encuestadores, 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 de mayor concentración de establecimientos de comercio y de fácil accesibilidad.

1.4.3. Población objetivo y muestra

La población objetivo de la presente investigación es el conjunto de establecimientos de comercio visibles, ubicados en los 20 municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso, por lo que se tiene una población finita; sin embargo, no se aplica método estadístico para determinar la muestra representativa, por cuanto la metodología establece que la información será recaudada por entrevista a encuestador, 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.

Por temas de acceso y declaración de emergencia sanitaria, no fue posible el desplazamiento a los municipios de Pisba, Paya y Labranzagrande.

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.

1.4.5.1 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 Sogamoso. 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 en el Registro Mercantil y los no matriculados.

Si bien es cierto, existe la necesidad de contar con un mayor nivel de detalle de la información de los comerciantes matriculados y no matriculados 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 diez 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 encuestadores 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.

1.4.5.2. 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. 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. Tabulación y análisis de la 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.

Ficha Técnica de la Encuesta	
Nombre	Censo Empresarial Cámara de Comercio de Sogamoso 2021
Realizado por:	Dirección Jurídica, Registros Públicos y Centro de conciliación y Arbitraje
Objeto del estudio:	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 Sogamoso para el 2021.
Fecha realización de la encuesta:	Del 29 de junio al 16 de septiembre del 2021
Número de preguntas:	Veinte (20)
Metodología aplicada:	Entrevista directa a un informante idóneo, perteneciente al establecimiento de comercio visible (dueño, administrador del negocio o vendedor), diligenciando el cuestionario de encuesta.
Preguntas del estudio:	1. Tipo / Numero de Identificación 2. Matriculado en CCS (SI/NO) 2. Actividad Económica 3. Condición del inmueble (Propio/Arrendado) 4. ¿Conoce los requisitos legales exigidos para el desarrollo de su actividad económica? (SI/NO) 5. ¿Ha participado de los programas de fortalecimiento de la CCS? (SI/NO) _ SI (¿Cuál?) 6. ¿Conoce los servicios de la Cámara de Comercio de Sogamoso? (SI/NO) _ SI (¿Cuál?) 7. ¿Qué temas de capacitación desearía fueran ofertados por la CCS? 8. ¿Qué modalidad preferiría para la capacitación? 9. ¿Con que intensidad horaria le gustaría recibir las capacitaciones de la CCS? 10. ¿Qué días de la semana se le facilitaría a usted y/o sus colaboradores, asistir a programas de formación? 11. ¿En qué horario se le facilitaría a usted y/o sus colaboradores, asistir a programas de formación? 12. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir las comunicaciones de la CCS?

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta
Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2021

1.5 Generalidades jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso

1.5.1. Caracterización territorial

Geográficamente, el Departamento de Boyacá, está dividido en 15 provincias. La jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso comprende los 13 municipios de la provincia de Sugamuxi (Sogamoso, Aquitania, Cuítiva, Firavitoba, Gámeza, Iza, Mongua, Monguí, Nobsa, Tibasosa, Tópaga, Pesca y Tota). Incluye también los 4 Municipios de la provincia de la libertad (Pisba, Paya, Pajarito y Labranzagrando), así como 2 Municipios de la provincia de Tundama (Corrales y Busbanzá), y un Municipio de la provincia de Valderrama (Beteitiva).



Imagen 1. Mapa de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso.
Fuente. Cámara de Comercio de Sogamoso.

2. CENSO EMPRESARIAL 2021

2.1. Comparativo Censo empresarial 2018 al 2021

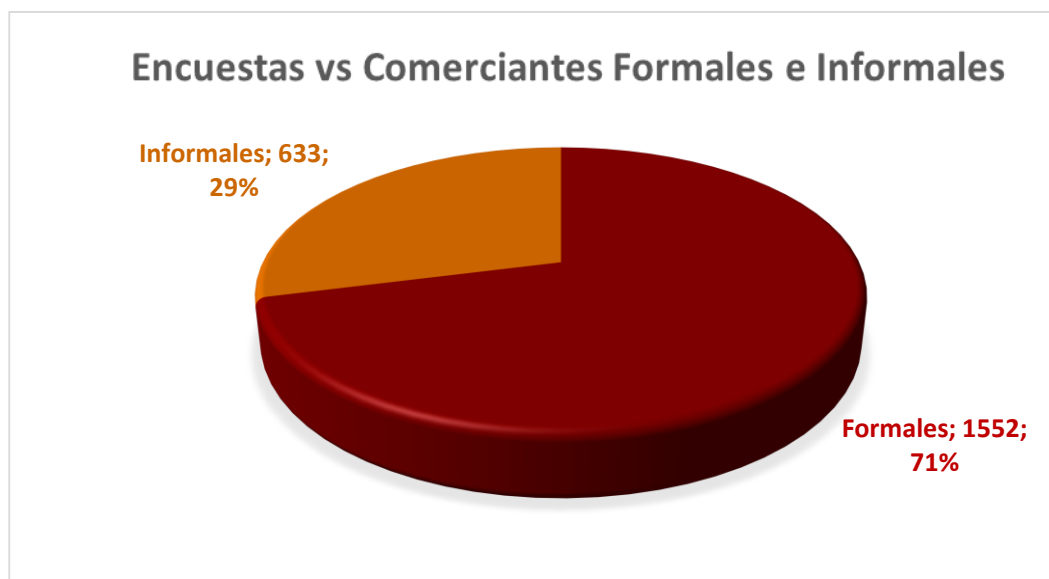
Municipio	Total Encuestas 2018	Total Encuestas 2019	Total (Matriculas en CCS) 2020	Total Encuestas 2021	Enc Establ. Formales 2018	Enc Establ. Formales 2019	Establ. Formales (CCS + Ind & Com) 2020	Enc Establ. Formales 2021	Enc Establ. Informales 2018	Enc Establ. Informales 2019	Establ. Informales (Sin CCS y/o Ind & Com) 2020	Enc Establ. Informales 2021
Aquitania	139	185	445	138	56	129	Sin info de Alcaldia	96	83	56	Sin info de Alcaldia	42
Beteitiva	12	9	54	30	10	9	Sin info de Alcaldia	19	2	0	Sin info de Alcaldia	11
Busbanza	6	9	32	28	2	6	12	20	4	3	13	8
Corrales	31	34	145	70	13	21	14	34	18	13	84	36
Cuitiva	13	18	38	27	5	7	2	12	8	11	17	15
Firavitoba	47	65	188	103	33	47	Sin info de Alcaldia	69	14	18	Sin info de Alcaldia	34
Gameza	69	30	121	89	20	23	Sin info de Alcaldia	47	49	7	Sin info de Alcaldia	42
Iza	35	48	132	53	26	42	72	37	9	4	42	16
Labranzagrande	24	57	70	0	10	25	Sin info de Alcaldia	0	14	32	Sin info de Alcaldia	0
Mongua	27	47	106	89	20	39	Sin info de Alcaldia	48	7	8	Sin info de Alcaldia	41
Mongui	55	73	242	101	37	62	Sin info de Alcaldia	72	18	11	Sin info de Alcaldia	29
Nobsa	128	213	974	203	100	169	386	138	28	44	439	65
Pajarito	35	53	84	73	18	41	15	36	17	12	18	37
Paya	0	17	22	0	0	8	Sin info de Alcaldia	0	0	9	Sin info de Alcaldia	0
Pesca	66	56	159	131	34	38	47	96	32	18	56	35
Pisba	0	14	15	0	0	8	0	0	0	6	12	0
Sogamoso	2276	2531	10389	688	1663	2202	3373	607	613	330	3756	81
Tibasosa	58	98	695	228	52	88	301	148	6	10	480	80
Topaga	26	53	207	73	13	29	Sin info de Alcaldia	41	13	24	Sin info de Alcaldia	32
Tota	16	28	101	61	6	16	16	32	10	12	8	29
TOTAL	3063	3638	14219	2185	2118	3009	4238	1552	945	628	4925	633

Tabla 2. Tabla resumen (# de Encuestas) Censos empresariales 2018 al 2021.
Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2021

En la tabla 2, se puede evidenciar el desarrollo en cifras (# de encuestas realizadas a comerciantes) de los Censos empresariales desarrollados por la cámara de comercio de Sogamoso entre los años 2018 y 2021, haciendo claridad en la vigencia del 2020 y ante la declaración de emergencia emitida por el gobierno nacional, fue necesario cambiar el procedimiento para el levantamiento de la información (cruce de información entre lo registrado por la Cámara de Comercio de Sogamoso y lo registrado en las diferentes secretarías de hacienda de los municipios de la jurisdicción – Industria y Comercio).

2.2 Análisis de datos – Preguntas RUES

2.2.1 Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad



Grafica 1. Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad

Para el 2021, se realizaron un total de 2.185 encuestas, de las cuales 1.552 corresponden a comerciantes matriculados equivalentes al 71% de la muestra y 633 a comerciantes no matriculados equivalentes al 29% de la muestra, resultados obtenidos mediante la aplicación de encuesta directa y observación realizada por el equipo encuestador.

2.2.2 Comerciantes Encuestados por Municipio

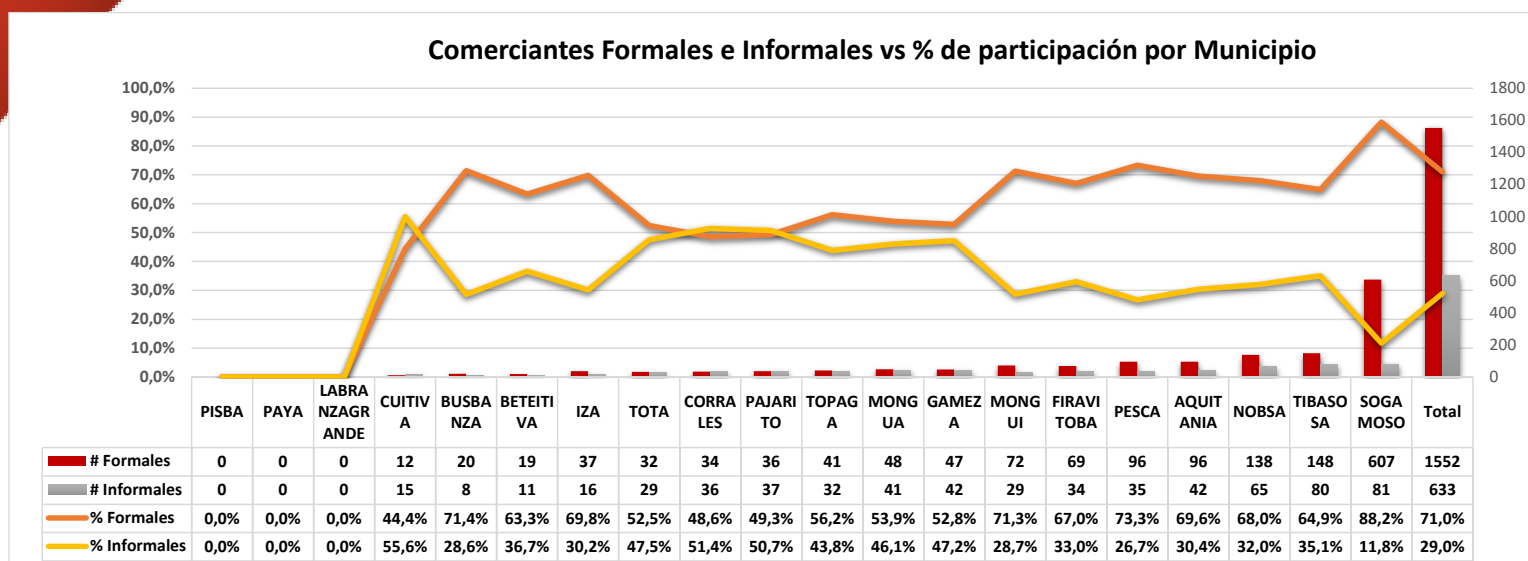


Grafica 2. Comerciantes Encuestados por Municipio

En desarrollo del presente censo empresarial se realizaron 2.185 Encuestas a comerciantes Formales e Informales en los distintos municipios de la jurisdicción distribuidas según lo muestran las graficas 6. (Por temas de acceso y declaración de emergencia sanitaria, no fue posible el desplazamiento a los municipios de Pisba, Paya y Labranzagrande)

- Sogamoso registra 688 encuestados con el 31.5% de Participación.
- Tibasosa registra 228 encuestados con el 10.4% de Participación.
- Nobsa registra 203 encuestados con el 9.3% de Participación.
- Cuitiva registra 27 encuestados con el 1.2% de Participación.
- Busbanza registra 28 encuestados con el 1.3% de Participación.

2.2.3 Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio

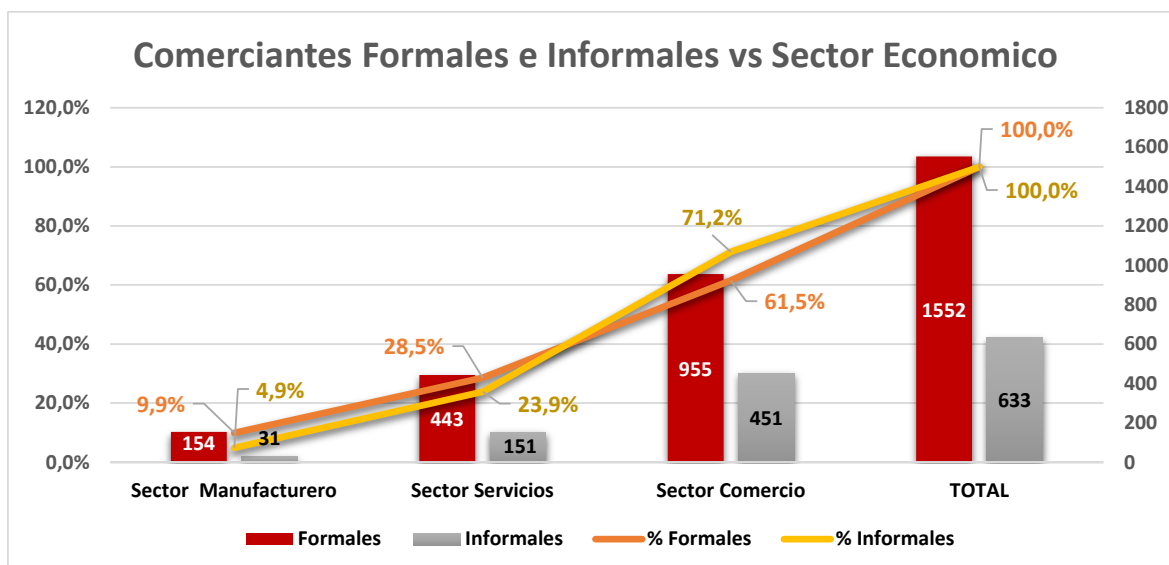


Grafica 3. Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio

En la gráfica 3 se evidencia las brechas de Formalidad e Informalidad en cada uno de los municipios encuestados, así como su % de participación individual, encontrando las siguientes observaciones:

- Sogamoso muestra la mejor Brecha “Positiva” con relación a Formales 88.2% vs Informales 11.8%.
- Municipios como Busbanza, Beteitiva, Iza, Monguí, Firavitoba, Pesca, Aquitania, Nobsa y Tibasosa, tienen una Brecha “Positiva” con una relación en promedio del 70% Formales vs 30% Informales.
- Municipios como Cuitiva, Corrales y Pajarito, tienen una Brecha “Negativa” con una relación en promedio del 45% Formales vs 55% Informales.
- Municipios como Tota, Tópaga, Mongua y Gámeza, tienen una Brecha “Neutral” con una relación en promedio del 50% Formales vs 50% Informales.

2.2.4 Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico



Grafica 4. Comerciantes Formales vs Sector Económico

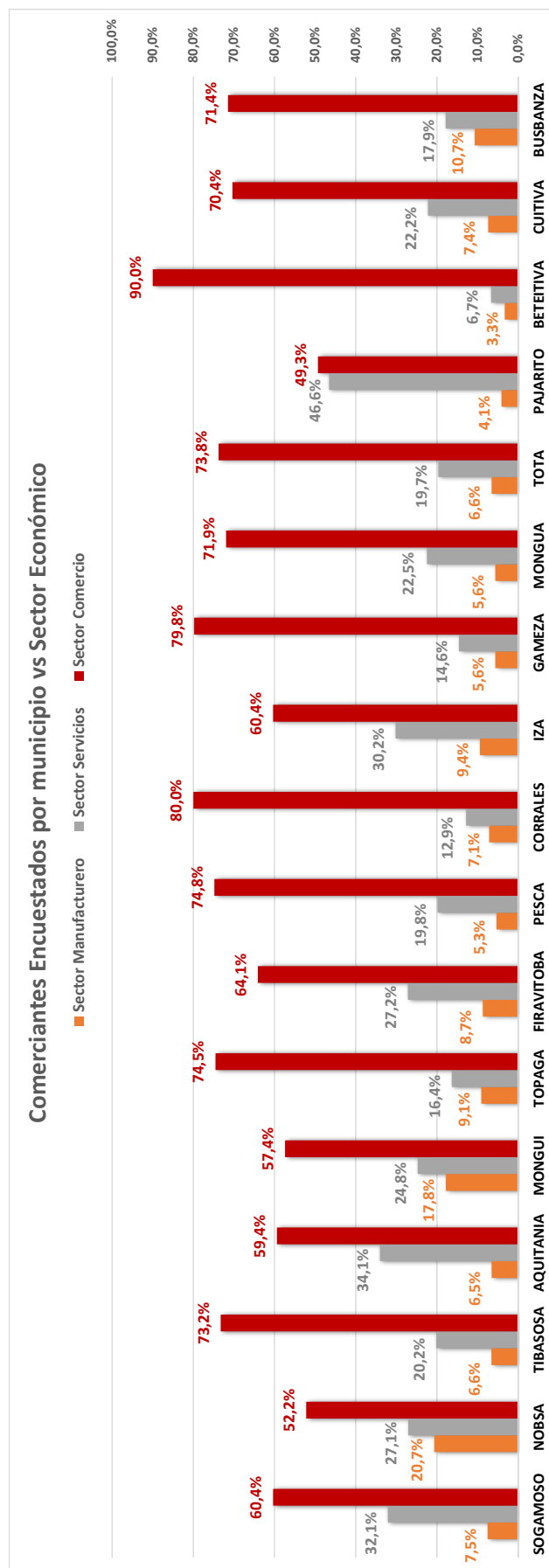
Tanto en la categoría de comerciantes Formales como Informales (Grafica 4), la tendencia se mantiene en la clasificación del sector económico al que pertenecen; Es decir, Mayoritariamente pertenecientes al sector comercio y minoritariamente al sector Manufacturero. (Acorde a lo dispuesto en la Resolución 2225 del 05/12/2019)

2.2.5 Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico

La grafica 5 corrobora como el sector manufacturero es el de menor presencia en los encuestados y el sector comercio es el predominante en cada uno de los municipios.

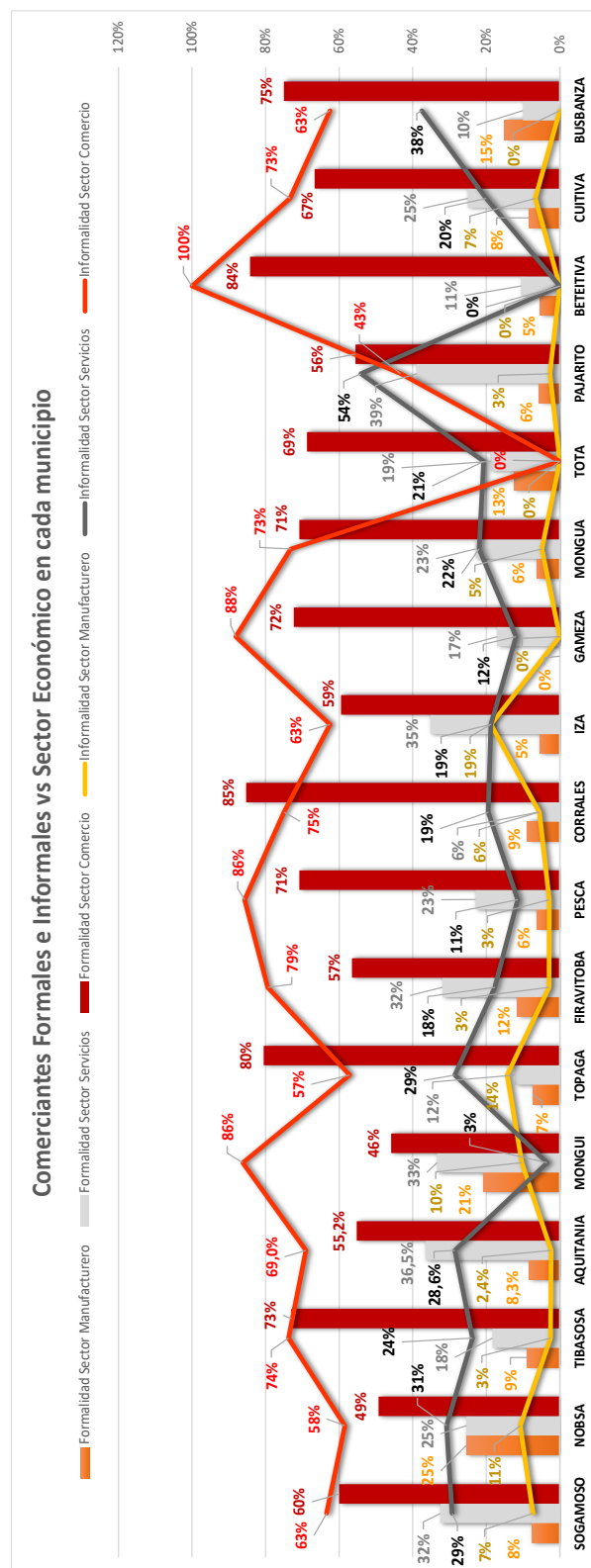
Por otra parte, cabe resaltar que la relación en la presencia de los sectores manufacturero y servicios para los municipios de Nobsa, Monguí, Tópaga, Corrales, Beteitiva y Busbanza es mínima (menor a 7 puntos porcentuales entre ellos).

Finalmente, el municipio de Pajarito es el que mas cerca tiene los sectores de comercio y servicios (menor a 3 puntos porcentuales entre ellos).



Grafica 5. Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico

2.2.6 Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico en cada municipio



Grafica 6. Comerciantes Formales e Informales vs Sector Económico en cada municipio

La grafica 6 muestra la relación de formalidad (barras) vs Informalidad (líneas) en cada municipio y separado por sector económico, entre lo más destacado, se tienen los siguientes resultados:

- Sogamoso, Aquitania, Monguí, Firavitoba, Pesca, Gámeza, Mongua y Beteitiva: El único sector en donde la informalidad supera la formalidad es el sector comercio.
- Nobsa, Tibasosa y Cuitiva: La Informalidad en los sectores Servicios y Comercio supera entre 1 y 6 puntos porcentuales a su contraparte formal. Lo mismo ocurre en el municipio de Corrales y Busbanza donde la Informalidad en los sectores Servicios y Comercio supera en promedio 10 puntos porcentuales a su contraparte formal.
- Tota y Pajarito: El único sector en donde la informalidad supera la formalidad es el sector servicios.
- Tópaga: La Informalidad en los sectores Manufacturero y Servicios supera entre 7 y 17 puntos porcentuales a su contraparte formal.
- Iza: La Informalidad en los sectores Manufacturero y Comercio supera entre 4 y 14 puntos porcentuales a su contraparte formal.
- Tota: Es el único municipio de los encuestados donde no se ubican comerciantes informales en el sector comercio.

2.2.7 Comerciantes Formales e Informales vs Actividad Económica (CIIU Rev. 4 A.C. 2020)

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan utilizarse para la recopilación y presentación de informes estadísticos de acuerdo con esas actividades.

El DANE brinda esta clasificación con el ánimo de que sea utilizada como estándar para la



recolección, la codificación y el análisis de la información estadística en materia de actividades económicas, para las diferentes investigaciones, cuentas nacionales, encuestas, censos, registros administrativos y estudios sectoriales. Así se podrá disponer de una información estadística confiable y oportuna.

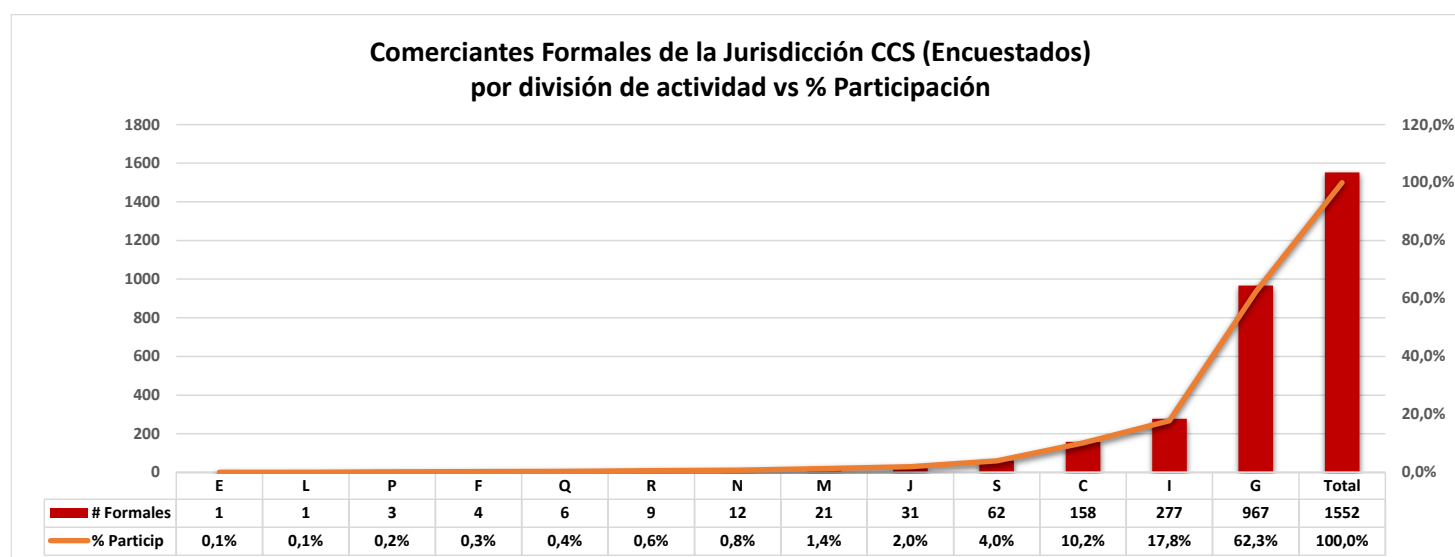
Sección		División	Descripción
A	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	01	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas
		02	Silvicultura y extracción de madera
		03	Pesca y acuicultura
B	Explotación de minas y canteras	05	Extracción de carbón de piedra y lignito
		06	Extracción de petróleo crudo y gas natural
		07	Extracción de minerales metalíferos
		08	Extracción de otras minas y canteras
		09	Actividades de servicios de apoyo para la explotación de minas y canteras
C	Industrias manufactureras	10	Elaboración de productos alimenticios
		11	Elaboración de bebidas
		12	Elaboración de productos de tabaco
		13	Fabricación de productos textiles
		14	Confección de prendas de vestir
		15	Curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles
		16	Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería
		17	Fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón
		18	Actividades de impresión y de producción de copias a partir de grabaciones originales
		19	Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles
		20	Fabricación de sustancias y productos químicos
		21	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico
		22	Fabricación de productos de caucho y de plástico
		23	Fabricación de otros productos minerales no metálicos
		24	Fabricación de productos metalúrgicos básicos
		25	Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo
		26	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos
		27	Fabricación de aparatos y equipo eléctrico
		28	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.
		29	Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques
		30	Fabricación de otros tipos de equipo de transporte
		31	Fabricación de muebles, colchones y somieres
		32	Otras industrias manufactureras
		33	Instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	35	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
E	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	36	Captación, tratamiento y distribución de agua
		37	Evacuación y tratamiento de aguas residuales
		38	Recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales
		39	Actividades de saneamiento ambiental y otros servicios de gestión de desechos
F	Construcción	41	Construcción de edificios
		42	Obras de ingeniería civil
		43	Actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	45	Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios
		46	Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas
		47	Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas
H	Transporte y almacenamiento	49	Transporte terrestre; transporte por tuberías
		50	Transporte acuático
		51	Transporte aéreo
		52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte
		53	Correo y servicios de mensajería

Sección		División	Descripción
I	Alojamiento y servicios de comida	55	Alojamiento
		56	Actividades de servicios de comidas y bebidas
J	Información y comunicaciones	58	Actividades de edición
		59	Actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música
		60	Actividades de programación, transmisión y/o difusión
		6	Telecomunicaciones
		62	Desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas), consultoría informática y actividades relacionadas
		63	Actividades de servicios de información
K	Actividades financieras y de seguros	64	Actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y de pensiones
		65	Seguros (incluso el reaseguro), seguros sociales y fondos de pensiones, excepto la seguridad social
		66	Actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros
L	Actividades inmobiliarias	68	Actividades inmobiliarias
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	69	Actividades jurídicas y de contabilidad
		70	Actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión
		71	Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos
		72	Investigación científica y desarrollo
		73	Publicidad y estudios de mercado
		74	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas
		75	Actividades veterinarias
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	77	Actividades de alquiler y arrendamiento
		78	Actividades de empleo
		79	Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas
		80	Actividades de seguridad e investigación privada
		81	Actividades de servicios a edificios y paisajismo (jardines, zonas verdes)
		82	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	84	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P	Educación	85	Educación
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	86	Actividades de atención de la salud humana
		87	Actividades de atención residencial medicalizada
		88	Actividades de asistencia social sin alojamiento
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	90	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento
		91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
		92	Actividades de juegos de azar y apuestas
		93	Actividades deportivas y actividades recreativas y de esparcimiento
S	Otras actividades de servicios	94	Actividades de asociación
		95	Mantenimiento y reparación de computadores, efectos personales y enseres domésticos
		96	Otras actividades de servicios personales
T	Actividades de los hogares en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares	97	Actividades de los hogares individuales como empleadores de personal doméstico
		98	Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio
U	Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	99	Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales

Tabla 3. Resumen códigos CIIU Rev. 4 A.C. 2020
Fuente. DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadística

Del total de comerciantes formales encuestados (Grafica 7), se presentan segmentaciones según su actividad comercial, siendo los más y menos representativos los siguientes:

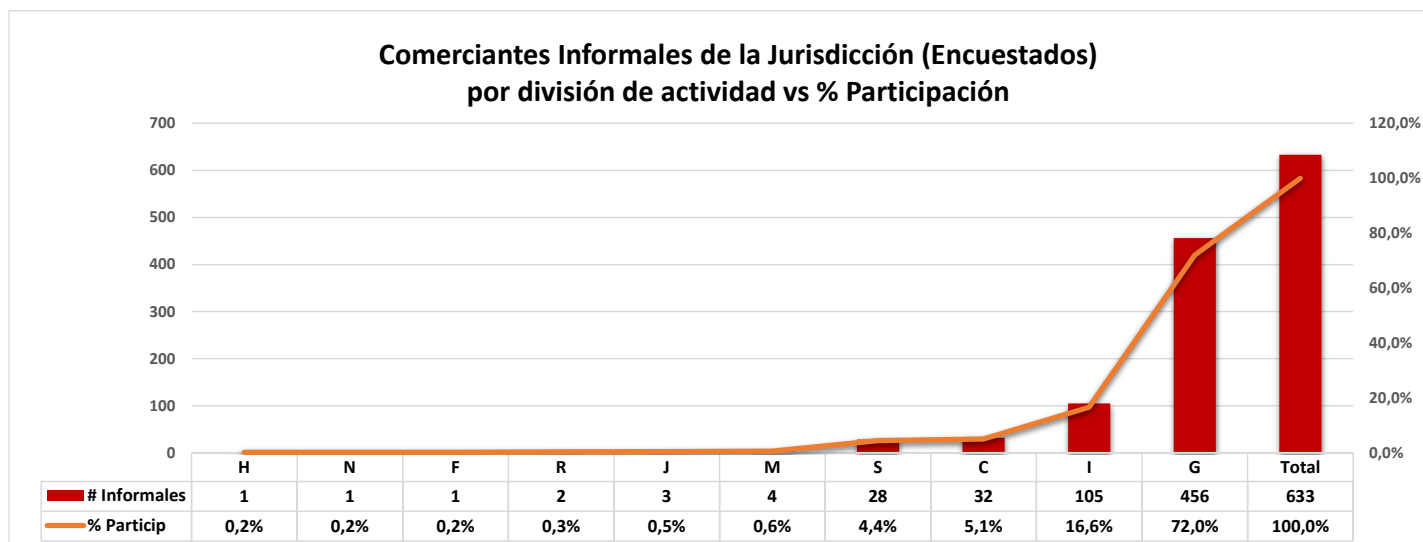
- El sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) con 967 encuestados, registra la mayor participación con el 62.3%.
- Seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) con 277 encuestados, registrando una participación del 17.8%.
- A continuación, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) con 158 encuestados, cuya participación es del 10.2%.
- Como sectores de menor aporte se encuentran el E (Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental) y el L (Actividades inmobiliarias) con 1 encuestado respectivamente, registrando una participación del 0,1% c/u.



Grafica 7. Comerciantes Formales por división de actividad vs Participación

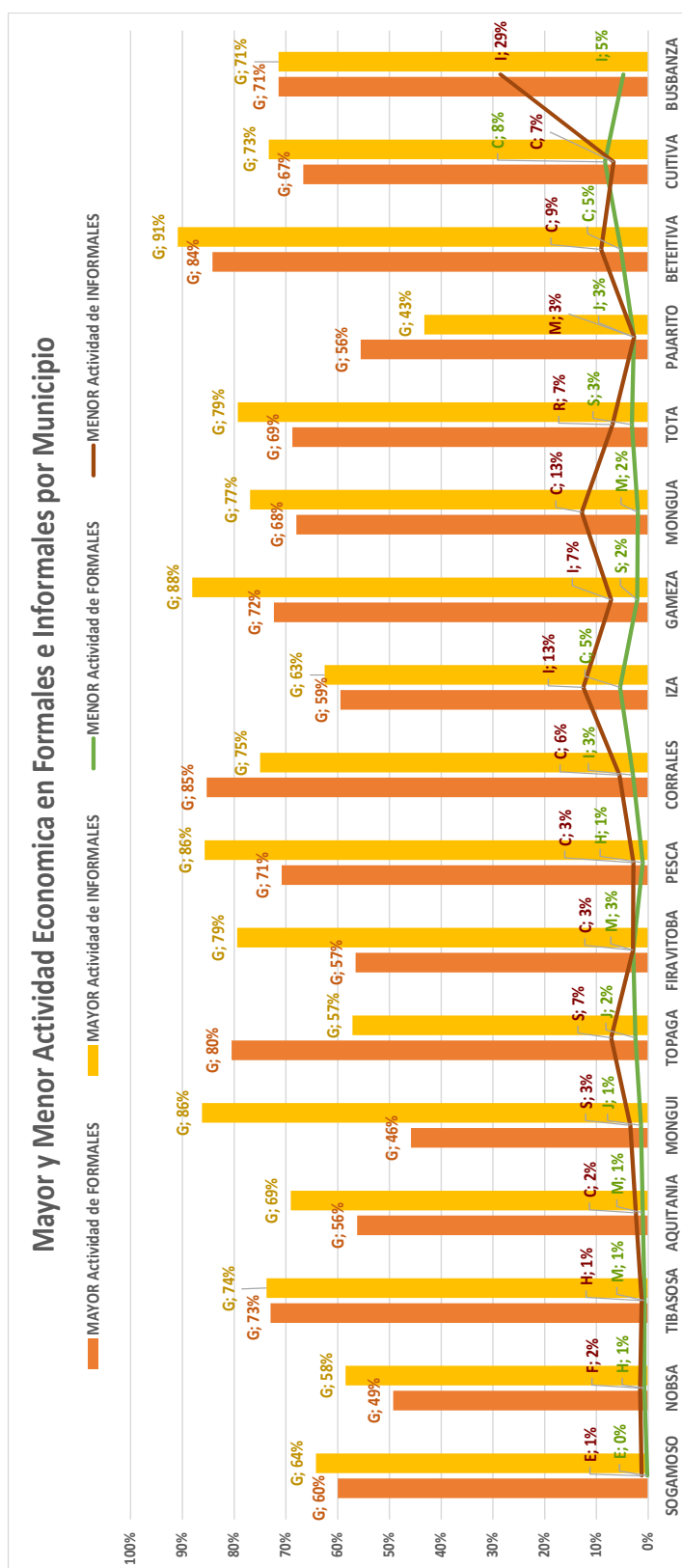
Del total de comerciantes informales encuestados (Grafica 8), se presentan segmentaciones según su actividad comercial, siendo los más y menos representativos los siguientes:

- El sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) con 456 encuestados, registra la mayor participación con el 72%.
- Seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) con 105 encuestados, registrando una participación del 16.6%.
- A continuación, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) con 32 encuestados, cuya participación es del 5.1%.
- Como sectores de menor aporte se encuentran el H (Transporte y almacenamiento) y el N (Actividades de servicios administrativos y de apoyo) con 1 encuestado respectivamente, registrando una participación del 0,2% c/u.



Grafica 8. Comerciantes Informales por división de actividad vs Participación

2.2.8 Mayor y Menor Actividad Económica en Formales e Informales por Municipio



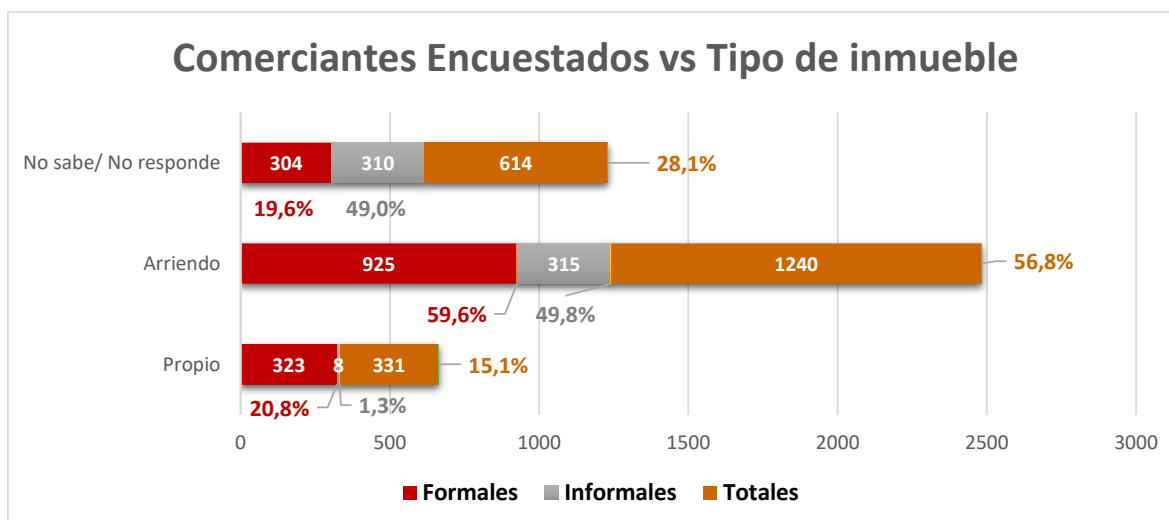
Grafica 9. Mayor y Menor Actividad Económica en Formales e Informales por Municipio

La grafica 9 muestra la relación entre las actividades con Mayor presencia en los comerciantes formales e informales (barras) vs las actividades con Menor presencia en los comerciantes formales e informales, discriminada por cada municipio, siendo lo más destacado:

- La actividad que predomino (barras) en cada uno de los municipios, tanto para comerciantes formales como para informales es la correspondiente a la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas”; En promedio con una presencia del 66% en los comerciantes formales y del 73% en los comerciantes informales.
- Las diversas actividades (líneas) en cada uno de los municipios, tienen en promedio una presencia del 3% en los comerciantes formales y del 7% en los comerciantes informales.
- Solamente en los municipios de Tópaga, Corrales, Pajarito y Busbanza la formalidad en la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas” no es superada por la informalidad de la misma actividad. Lo que significa que en dicha actividad predomina la Informalidad sobre la formalidad.
- En los municipios de Iza y Busbanza, la informalidad correspondiente a la División I “Alojamiento y servicios de comida” sobresalen con respecto a los demás municipios.
- En el municipio de Mongua, la informalidad correspondiente a la División C “Industrias manufactureras” sobresale con respecto a los demás municipios.

2.3 Análisis de datos – Preguntas de interés (Fortalecimiento empresarial)

2.3.1 Comerciantes Encuestados vs Tipo de inmueble



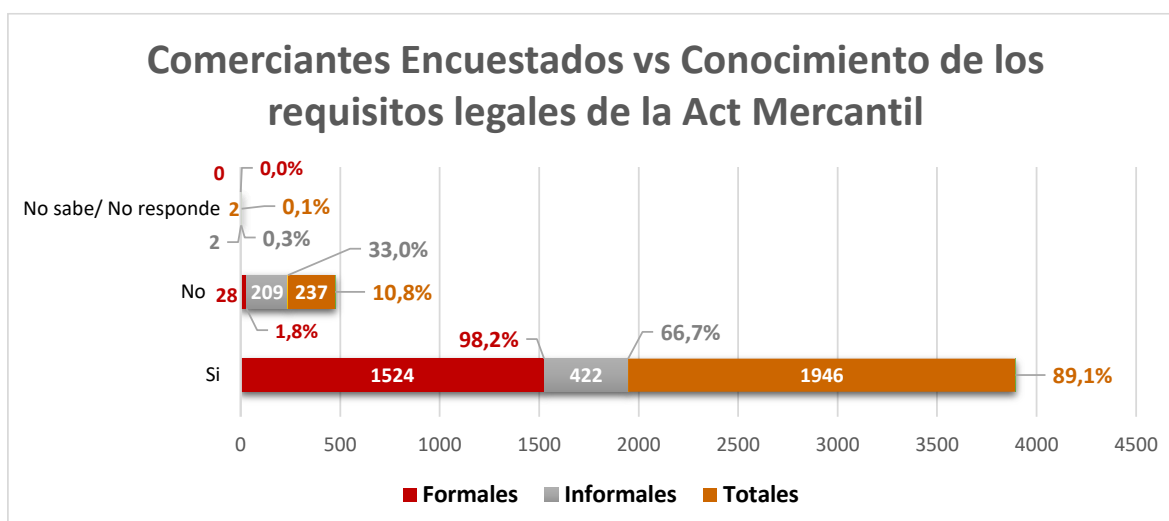
Grafica 10. Comerciantes Encuestados vs Tipo de Inmueble

Al preguntarle a los encuestados el tipo de inmueble que tienen (Arriendo o Propio), se tienen los siguientes resultados:

- Predomina la condición de inmueble arrendado, el 59,6% en los comerciantes formales y el 49,8% en los comerciantes Informales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 56,8% de los encuestados.
- Tan solo el 1,3% de los comerciantes informales cuentan con establecimiento propio, mientras que esta condición es del 20,8% en los comerciantes formales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 15,1% de los encuestados.
- Una gran cantidad de encuestados no conocían o no decidieron responder a esta pregunta; El 19,6% de comerciantes formales y el 49% de comerciantes informales; Al totalizar, esta condición aplica para el 28,1% de los encuestados.

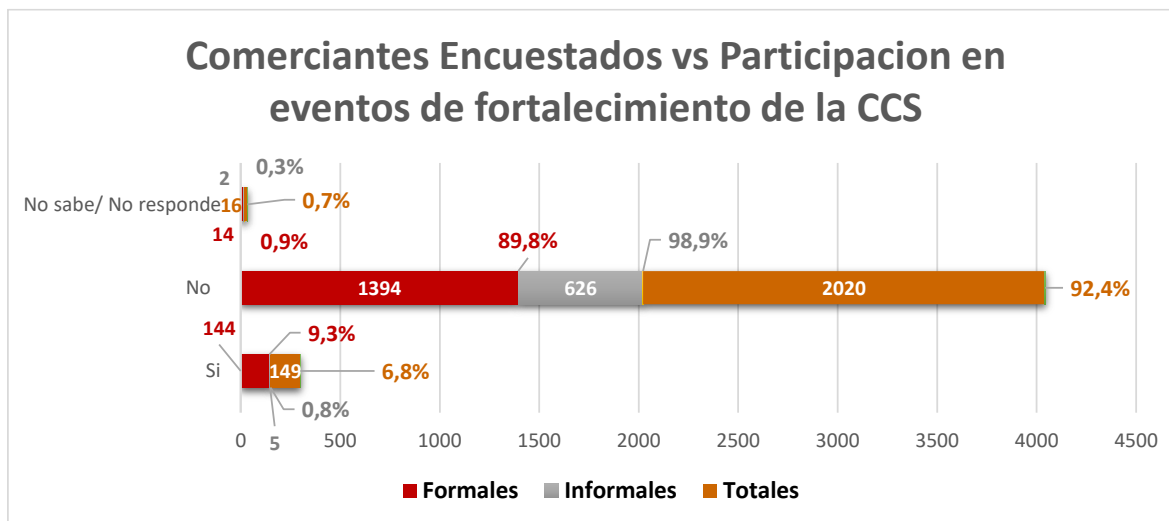
2.3.2 Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los requisitos legales de la Actividad Mercantil

En la gráfica 11, se puede observar como la gran mayoría (98,2%) de los comerciantes formales tiene conocimiento acerca de los requisitos legales con referencia a la actividad mercantil que desarrollan, mientras que en los comerciantes informales el resultado es menor (66,7%) y al totalizar dicha pregunta, el resultado arroja que el 89,1% de los encuestados tienen dicho conocimiento; Así mismo, un porcentaje considerable (33%) de los comerciantes informales mencionan no tener conocimiento o información clara acerca de los requisitos para la actividad mercantil que desarrollan; Totalizando, el 10,8% de los encuestados no tienen claro los requisitos legales para el desarrollo de su actividad mercantil.



Grafica 11. Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los requisitos legales de la Actividad Mercantil

2.3.3 Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS



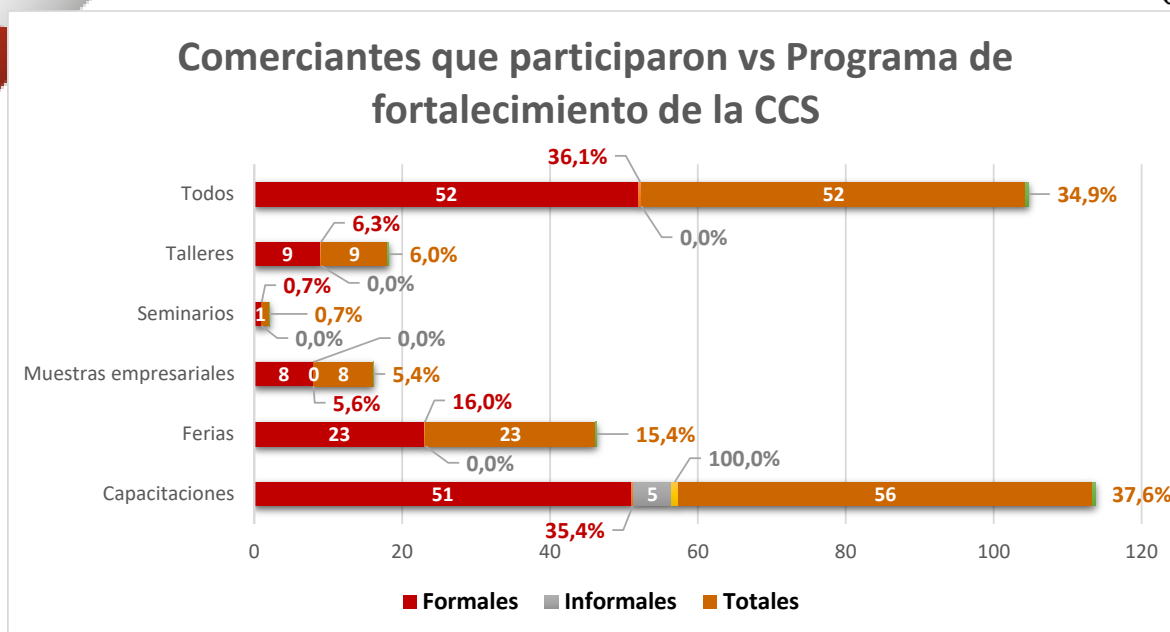
Grafica 12. Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS

Al consultarle a los encuestados si han participado en algún programa de fortalecimiento de la CCS, en su gran mayoría (92,4%) responden que NO y al discriminarlo en Comerciantes Formales e Informales, los resultados son del 89,8% y 98,9% respectivamente.

Tan solo el 6,8% de los encuestados, es decir, el 9,3% de Comerciantes formales y el 0,8% de comerciantes informales manifiestan una respuesta positiva.

2.3.4 Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS

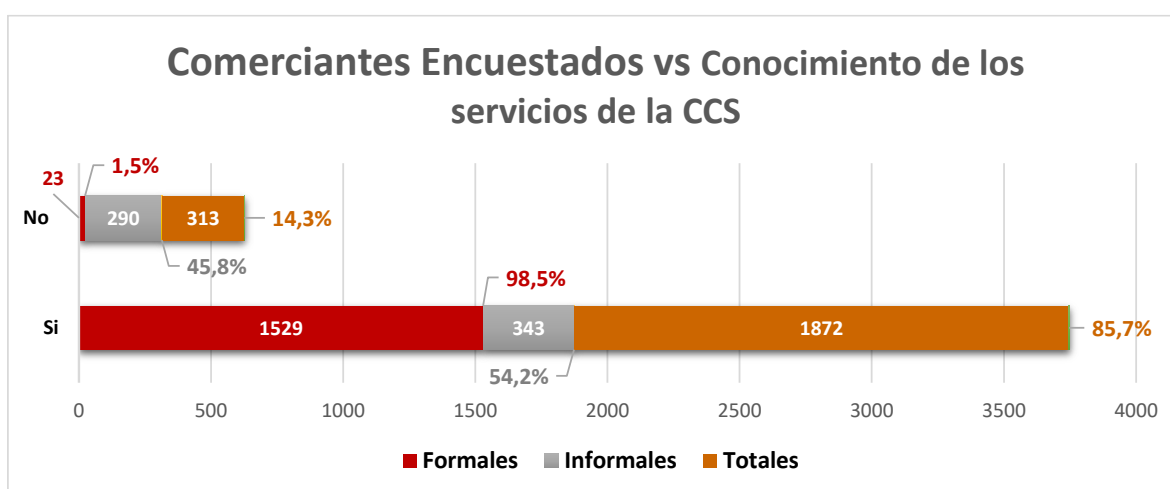
En la gráfica 13 se observa como de los 149 comerciantes que manifiestan haber participado de alguno de los programas de fortalecimiento empresarial de la CCS, predominan las capacitaciones con un total del 37,6% (35,4% de comerciantes formales y 100% de comerciantes informales); Así mismo, las ferias con un 15,4%, los talleres con un 6% y las muestras empresariales con un 15,4% de participación, estas últimas tres categorías tomadas solo por comerciantes formales.



Grafica 13. Comerciantes que participaron vs Programas de Fortalecimiento de la CCS

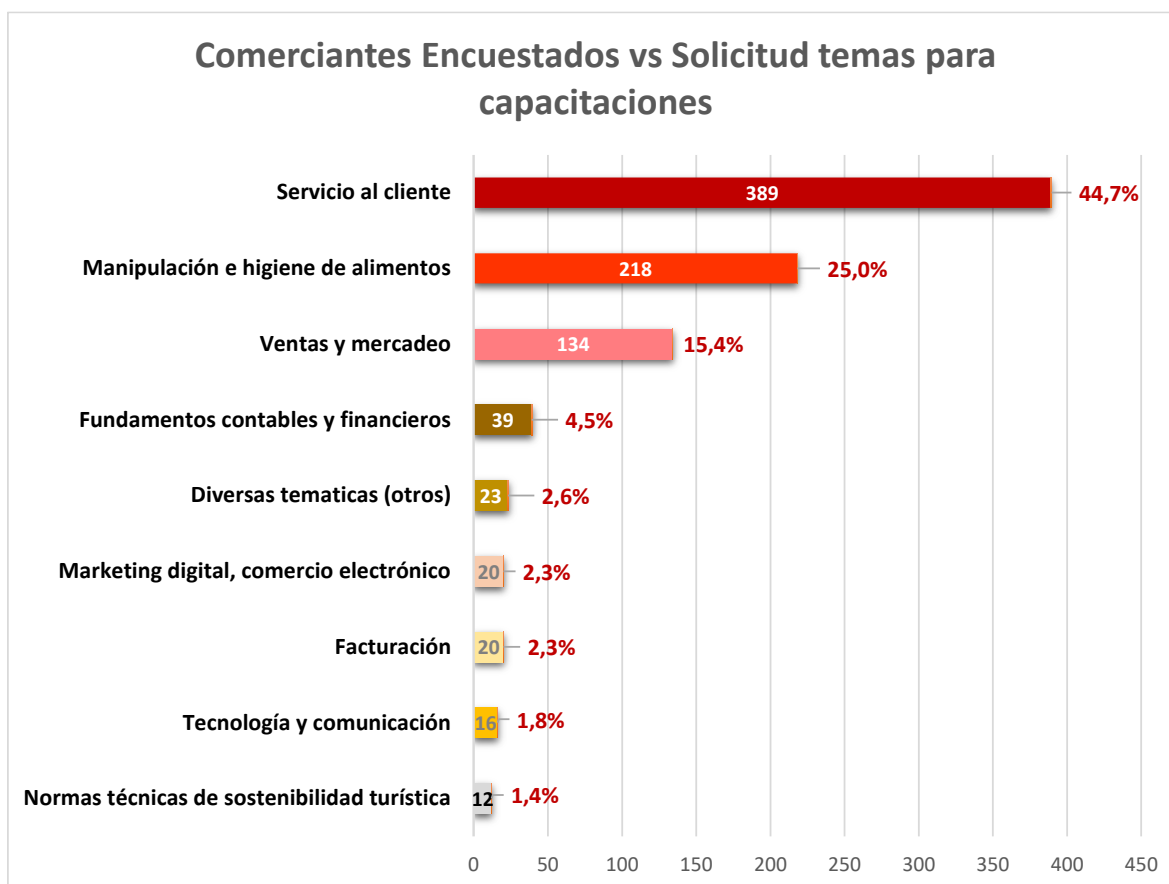
2.3.5 Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los servicios de la CCS

El 85,7% de los encuestados manifiesta tener conocimiento de los servicios prestados por la entidad, de los cuales el 98,2 % pertenecen a comerciantes formales y 54,2% a comerciantes informales; Del mismo modo, el 14,3% de los encuestados manifiesta NO tener conocimiento de los servicios prestados por la CCS, de los cuales el 1,5 % pertenecen a comerciantes formales y 45,8% a comerciantes informales.



Grafica 14. Comerciantes que participaron vs Conocimiento de los servicios de la CCS

2.3.6 Comerciantes Encuestados vs Solicitud temas para capacitaciones

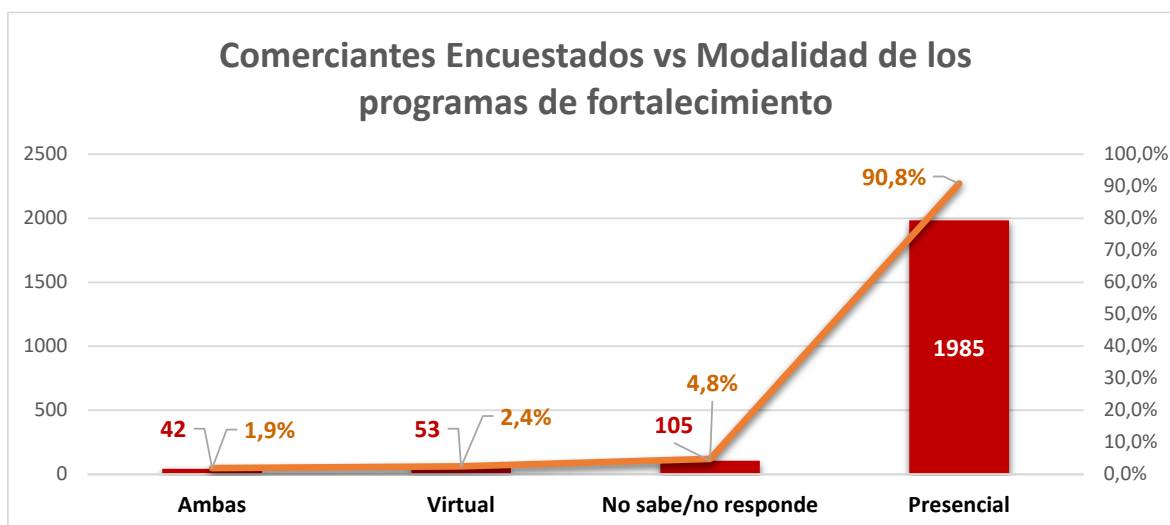


Grafica 15. Comerciantes que participaron vs Solicitud temas para capacitaciones

Al preguntarle a los encuestados acerca de las necesidades de capacitación, se tienen los siguientes resultados:

- 1314 personas no contestaron, por lo cual se aplica el porcentaje sobre los encuestados que escogieron una temática específica (871 encuestados).
- La capacitación de “Servicio al cliente” con el 44,7% es la mas solicitada, seguida por “Manipulación e higiene de alimentos” con el 25% y como tercera mas solicitada esta la capacitación en “Ventas y mercadeo” con el 15,4%.
- Las demás opciones suman el restante 14,9% de temas solicitados por los encuestados para capacitaciones.

2.3.7 Comerciantes Encuestados vs Modalidad de los programas de fortalecimiento

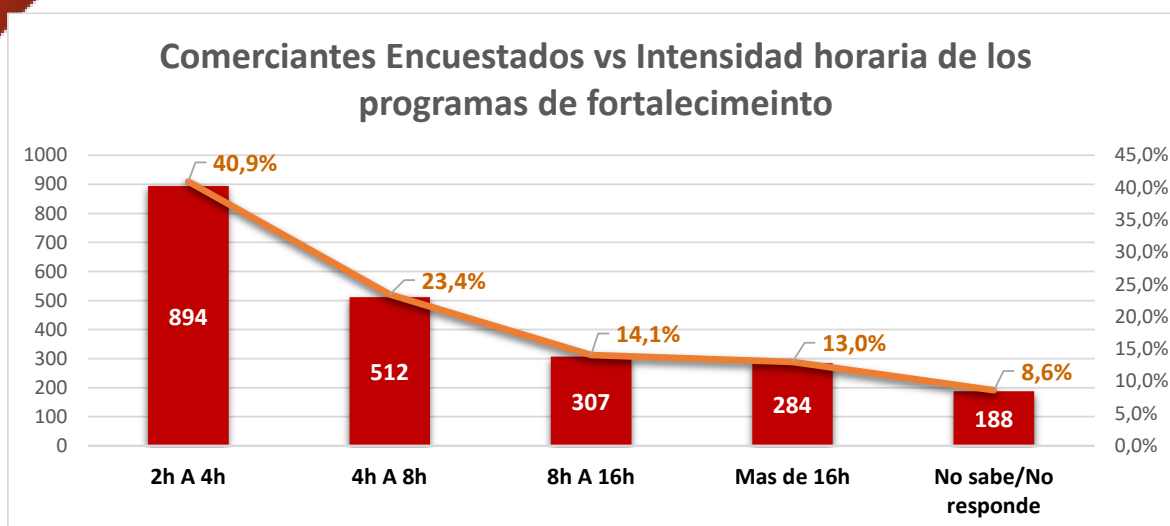


Grafica 16. Comerciantes que participaron vs Modalidad de los programas de fortalecimiento

El 90,8% de los encuestados solicitan que los programas de fortalecimiento empresarial dirigidos por la CCS sean bajo la modalidad “Presencial”, en menor medida de manera “Virtual” con un 2,4%. El 1,9% de los encuestados manifiesta no tener problema con la modalidad “Cualquiera o Ambas” y el 4,8% No responden o no saben que responder.

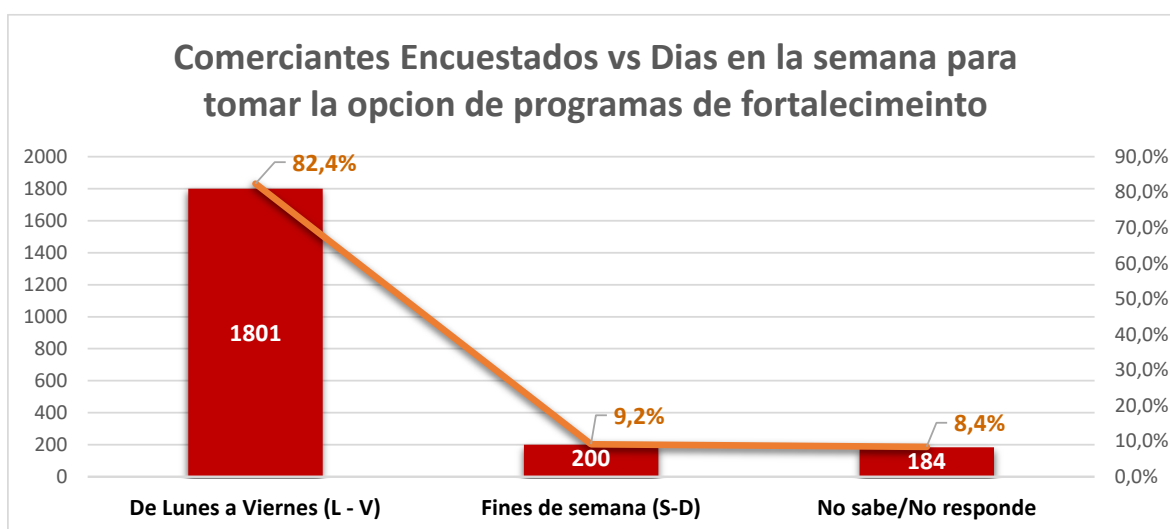
2.3.8 Comerciantes Encuestados vs Intensidad horaria de los programas de fortalecimiento

A la pregunta de Intensidad horaria para los programas de fortalecimiento empresarial (grafica 17), se percibe una relación Indirectamente proporcional entre el numero de encuestados y la cantidad de horas invertidas en el programa, es decir, a menor intensidad horaria (2h a 4h), mayor es la cantidad de solicitudes (40,9%) y a mayor cantidad de horas invertidas (Mas de 16h), menor es la cantidad de solicitudes (13%).



Grafica 17. Comerciantes que participaron vs Intensidad horaria de los programas de fortalecimiento

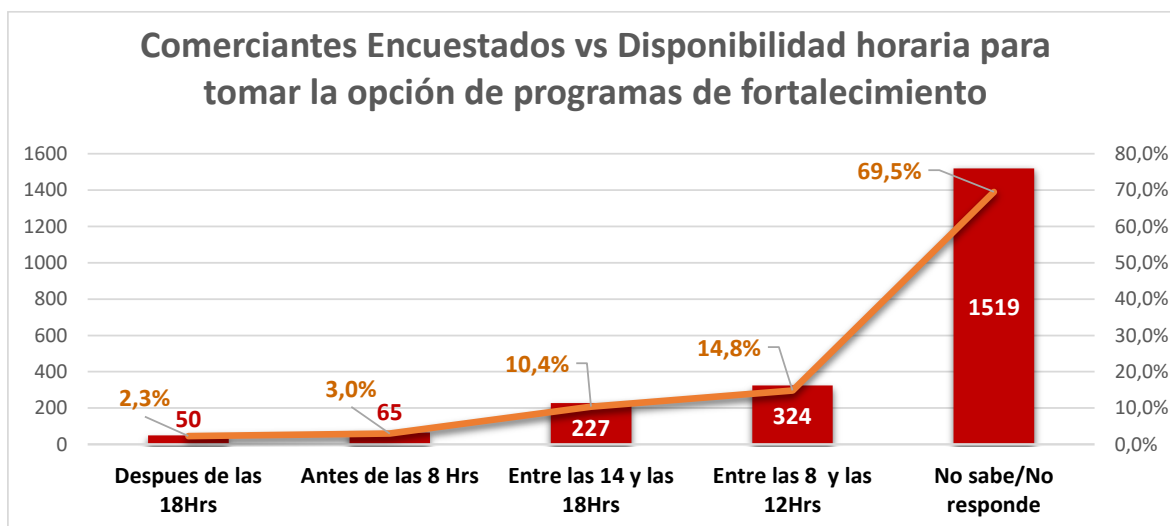
2.3.9 Comerciantes Encuestados vs Días en la semana para tomar la opción de programas de fortalecimiento



Grafica 18. Comerciantes que participaron vs Días en la semana para tomar la opción de programas de fortalecimiento

Al preguntársele a los encuestados acerca de los días a la semana en los que estarían dispuestos a tomar los diversos programas de fortalecimiento empresarial, una absoluta mayoría (82,4%) definen como ideal entre semana y solo un 9,2% los fines de semana.

2.3.10 Comerciantes Encuestados vs Disponibilidad horaria para tomar la opción de programas de fortalecimiento



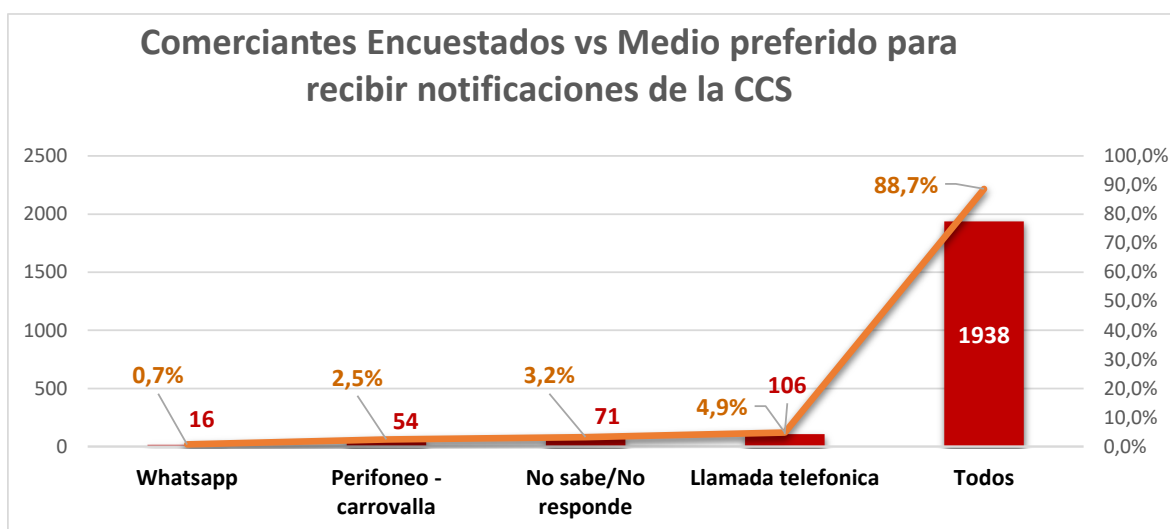
Grafica 19. Comerciantes que participaron vs Disponibilidad horaria para tomar la opción de programas de fortalecimiento

La gran mayoría de los encuestados (69,5%) no tiene claro el horario que podría tomar, sin embargo, los rangos de la mañana (de las 8am – hasta el mediodía) con un 14,8% y la tarde (de 2pm a 6pm) con un 10,4% son los que predominan en la selección realizada.

2.3.11 Comerciantes Encuestados vs Medio preferido para recibir notificaciones de la CCS

En la grafica 20 se puede identificar como el medio de notificación desde la CCS puede ser en su mayoría (88,7%) Todos o cualquiera de ellos. Seguidamente se encuentra seleccionada

la opción de “Llamada telefónica” con el 4,9% de los encuestados y como la menos seleccionada se ubica el uso del “WhatsApp” con el 0,7%



Grafica 20. Comerciantes que participaron vs Medio preferido para recibir notificaciones de la CCS

3. CONCLUSIONES

- Se realizaron un total de 2.185 encuestas, de las cuales 1.552 corresponden a comerciantes matriculados equivalentes al 71% de la muestra y 633 a comerciantes no matriculados equivalentes al 29% de la muestra.
- Por temas de acceso y declaración de emergencia sanitaria, no fue posible el desplazamiento a los municipios de Pisba, Paya y Labranzagrande.
- Sogamoso muestra la mejor Brecha “Positiva” con relación a Formales 88.2% vs Informales 11.8%.
- Municipios como Busbanza, Beteitiva, Iza, Monguí, Firavitoba, Pesca, Aquitania, Nobsa y Tibasosa, tienen una Brecha “Positiva” con una relación en promedio del 70% Formales vs 30% Informales.
- Municipios como Cuitiva, Corrales y Pajarito, tienen una Brecha “Negativa” con una relación en promedio del 45% Formales vs 55% Informales.
- Municipios como Tota, Tópaga, Mongua y Gámeza, tienen una Brecha “Neutral” con una relación en promedio del 50% Formales vs 50% Informales.
- El sector manufacturero es el de menor presencia en los encuestados y el sector comercio es el predominante en cada uno de los municipios.
- En los municipios de Sogamoso, Aquitania, Monguí, Firavitoba, Pesca, Gámeza, Mongua y Beteitiva, el único sector en donde la informalidad supera la formalidad es el sector comercio.
- Para los municipios de Tota y Pajarito, el sector en donde la informalidad supera la formalidad es el sector servicios.
- Tota es el único municipio de los encuestados donde no se ubican comerciantes informales en el sector comercio.
- La actividad que predomina en cada uno de los municipios, tanto para comerciantes formales como para informales es la correspondiente a la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas”; En promedio con una presencia del 66% en los comerciantes formales y del 73% en los comerciantes informales.

- Solamente en los municipios de Tópaga, Corrales, Pajarito y Busbanza la formalidad en la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas” no es superada por la informalidad de la misma actividad. Lo que significa que en dicha actividad predomina la Informalidad sobre la formalidad.
- En los municipios de Iza y Busbanza, la informalidad correspondiente a la División I “Alojamiento y servicios de comida” sobresalen con respecto a los demás municipios.
- En el municipio de Mongua, la informalidad correspondiente a la División C “Industrias manufactureras” sobresale con respecto a los demás municipios.
- Predomina la condición de inmueble arrendado, el 59,6% en los comerciantes formales y el 49,8% en los comerciantes Informales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 56,8% de los encuestados.
- Tan solo el 1,3% de los comerciantes informales cuentan con establecimiento propio, mientras que esta condición es del 20,8% en los comerciantes formales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 15,1% de los encuestados.
- El 98,2% de los comerciantes formales tiene conocimiento acerca de los requisitos legales con referencia a la actividad mercantil que desarrollan, mientras que en los comerciantes informales el resultado es menor (66,7%).
- El 92,4% de los encuestados respondieron NO haber participado en algún programa de fortalecimiento de la CCS y al discriminarlo en Comerciantes Formales e Informales, los resultados son del 89,8% y 98,9% respectivamente.
- Tan solo el 6,8% de los encuestados, es decir, el 9,3% de Comerciantes formales y el 0,8% de comerciantes informales manifiestan haber participado en algún programa de fortalecimiento de la CCS.
- De los comerciantes que manifestaron haber participado de alguno de los programas de fortalecimiento empresarial de la CCS, predominan las capacitaciones con un total del 37,6% (35,4% de comerciantes formales y 100% de comerciantes informales).
- El 85,7% de los encuestados manifiesta tener conocimiento de los servicios prestados por la entidad, de los cuales el 98,2 % pertenecen a comerciantes formales y 54,2% a comerciantes informales.

- La capacitación de “Servicio al cliente” con el 44,7% es la más solicitada, seguida por “Manipulación e higiene de alimentos” con el 25% y como tercera más solicitada esta la capacitación en “Ventas y mercadeo” con el 15,4%.
- El 90,8% de los encuestados solicitan que los programas de fortalecimiento empresarial dirigidos por la CCS sean bajo la modalidad “Presencial”, en menor medida de manera “Virtual” con un 2,4%. El 1,9% de los encuestados manifiesta no tener problema con la modalidad “Cualquiera o Ambas”.
- Se percibe una relación Indirectamente proporcional entre el número de encuestados y la cantidad de horas invertidas en el programa, es decir, a menor intensidad horaria (2h a 4h), mayor es la cantidad de solicitudes (40,9%) y a mayor cantidad de horas invertidas (Mas de 16h), menor es la cantidad de solicitudes (13%).
- Respecto de los días a la semana en los que estarían dispuestos a tomar los diversos programas de fortalecimiento empresarial, una absoluta mayoría (82,4%) definen como ideal entre semana y solo un 9,2% los fines de semana.
- La gran mayoría de los encuestados (69,5%) no tiene claro el horario que podría tomar, sin embargo, los rangos de la mañana (de las 8am – hasta el mediodía) con un 14,8% y la tarde (de 2pm a 6pm) con un 10,4% son los que predominan en la selección realizada.