



Cámara de Comercio  
de Sogamoso

# **CENSO EMPRESARIAL**

**Vigencia**

**20  
22**

## 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 2022

##### 2.1. Comparativo Censo empresarial 2018 al 2022

##### 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 2022.

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 2022, ejercicio que año tras año se convierte en un referente, en el quehacer de la entidad, encaminado a delinear acciones estratégicas de sensibilización a los comerciantes, sobre los reales beneficios de encontrar la ruta de la formalidad.

Para el 2022, se realizaron un total de 1.837 encuestas, de las cuales 1.519 corresponden a comerciantes matriculados y 318 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 16 %, en relación con el 2021 (2185 encuestas).

## **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 2022.

#### **1.2.1. Objetivos Específicos**

- Identificar el número de unidades productivas sin matricular y que desarrollan sus actividades en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de 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 un 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.

<b>Ficha Técnica de la Encuesta</b>	
<b>Nombre</b>	Censo Empresarial Cámara de Comercio de Sogamoso 2022
<b>Realizado por:</b>	Dirección Jurídica, Registros Públicos y Centro de conciliación y Arbitraje
<b>Objeto del estudio:</b>	Identificar la información relacionada con el potencial de comerciantes de la jurisdicción, principalmente los establecimientos de comercio no registrados en el Registro Mercantil, que desarrollan actividades en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Sogamoso para el 2022.
<b>Fecha realización de la encuesta:</b>	Del 01 de agosto al 20 de octubre del 2022
<b>Número de preguntas:</b>	Veinte (20)
<b>Metodología aplicada:</b>	Entrevista directa a un informante idóneo, perteneciente al establecimiento de comercio visible (dueño, administrador del negocio o vendedor), diligenciando el cuestionario de encuesta.
<b>Preguntas del estudio:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tipo / Numero de Identificación</li> <li>2. Matriculado en CCS (SI/NO)</li> <li>2. Actividad Económica</li> <li>3. Condición del inmueble (Propio/Arrendado)</li> <li>4. ¿Conoce los requisitos legales exigidos para el desarrollo de su actividad económica? (SI/NO)</li> <li>5. ¿Ha participado de los programas de fortalecimiento de la CCS? (SI/NO) _ SI (¿Cuál?)</li> <li>6. ¿Conoce los servicios de la Cámara de Comercio de Sogamoso? (SI/NO) _ SI (¿Cuál?)</li> <li>7. ¿Qué temas de capacitación desearía fueran ofertados por la CCS?</li> <li>8. ¿Qué modalidad preferiría para la capacitación?</li> <li>9. ¿Con que intensidad horaria le gustaría recibir las capacitaciones de la CCS?</li> <li>10. ¿Qué días de la semana se le facilitaría a usted y/o sus colaboradores, asistir a programas de formación?</li> <li>11. ¿En qué horario se le facilitaría a usted y/o sus colaboradores, asistir a programas de formación?</li> <li>12. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir las comunicaciones de la CCS?</li> </ol>

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta  
Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

## 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 2022

### 2.1. Comparativo Censo empresarial 2018 al 2022

Municipio	Total Encuestas 2018	Total Encuestas 2019	Total (Matriculas en CCS) 2020	Total Encuestas 2021	Total Encuestas 2022	Enc Establ. Formales 2018	Enc Establ. Formales 2019	Establ. Formales (CCS + Ind & Com) 2020	Enc Establ. Formales 2021	Enc Establ. Formales 2022	Enc Establ. Informales 2018	Enc Establ. Informales 2019	Establ. Informales (Sin CCS y/o Ind & Com) 2020	Enc Establ. Informales 2021	Enc Establ. Informales 2022
PISBA	24	57	70	0	0	10	25	Sin info de Alcaldía	0	0	14	32	Sin info de Alcaldía	0	0
PAYA	0	17	22	0	0	0	8	Sin info de Alcaldía	0	0	0	9	Sin info de Alcaldía	0	0
LABRANZAGRANDE	0	14	15	0	0	0	8	0	0	0	0	6	12	0	0
BETEITIVA	12	9	54	30	15	10	9	Sin info de Alcaldía	19	14	2	0	Sin info de Alcaldía	11	1
CUITIVA	13	18	38	27	17	5	7	2	12	14	8	11	17	15	3
BUSBANZA	6	9	32	28	27	2	6	12	20	18	4	3	13	8	9
TOTA	16	28	101	61	48	6	16	16	32	38	10	12	8	29	10
GAMEZA	69	30	121	89	66	20	23	Sin info de Alcaldía	47	43	49	7	Sin info de Alcaldía	42	23
TOPAGA	26	53	207	73	65	13	29	Sin info de Alcaldía	41	43	13	24	Sin info de Alcaldía	32	22
CORRALES	31	34	145	70	76	13	21	14	34	46	18	13	84	36	30
PAJARITO	35	53	84	73	62	18	41	15	36	52	17	12	18	37	10
MONGUA	27	47	106	89	84	20	39	Sin info de Alcaldía	48	56	7	8	Sin info de Alcaldía	41	28
IZA	35	48	132	53	72	35	42	72	37	67	9	4	42	16	5
FIRAVITIBA	47	65	188	103	85	33	47	Sin info de Alcaldía	69	72	14	18	Sin info de Alcaldía	34	13
AQUITANIA	139	185	445	138	98	56	129	Sin info de Alcaldía	96	75	83	56	Sin info de Alcaldía	42	23
PESCA	66	56	159	131	136	34	38	47	96	113	32	18	56	35	23
MONGUI	55	73	242	101	177	37	62	Sin info de Alcaldía	72	152	18	11	Sin info de Alcaldía	29	25
TIBASOSA	58	98	695	228	176	52	88	301	148	155	6	10	480	80	21
NOBSA	128	213	974	203	198	100	169	386	138	160	28	44	439	65	38
SOGAMOSO	2276	2531	10389	688	435	1663	2202	3373	607	401	613	330	3756	81	34
<b>TOTAL</b>	<b>3063</b>	<b>3638</b>	<b>14219</b>	<b>2185</b>	<b>1837</b>	<b>2127</b>	<b>3009</b>	<b>4238</b>	<b>1552</b>	<b>1519</b>	<b>945</b>	<b>628</b>	<b>4925</b>	<b>633</b>	<b>318</b>

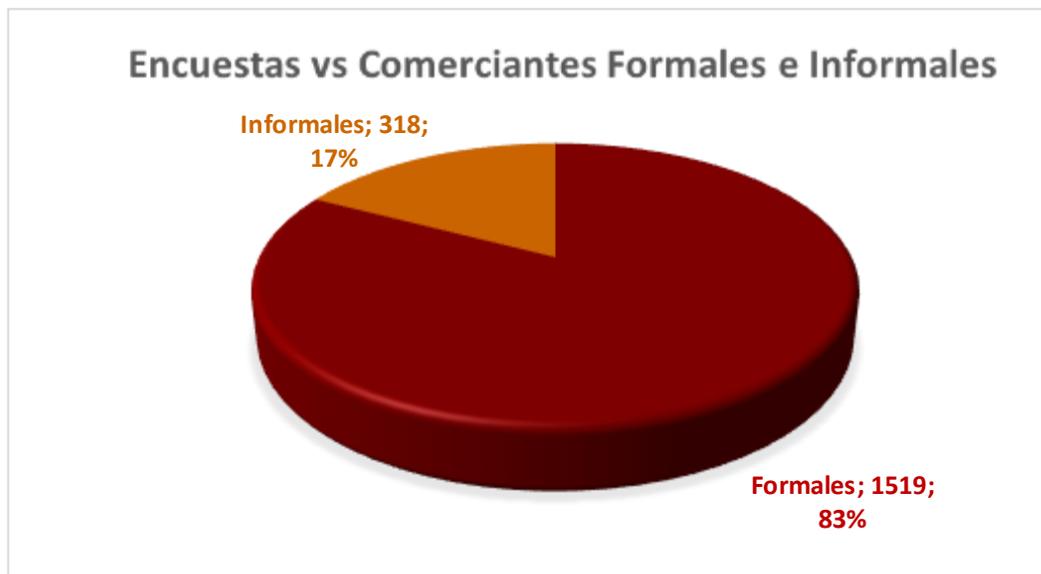
Tabla 2. Tabla resumen (# de Encuestas) Censos empresariales 2018 al 2022.

Fuente. Elaboración propia a partir del Censo Empresarial 2022

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 2022, 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

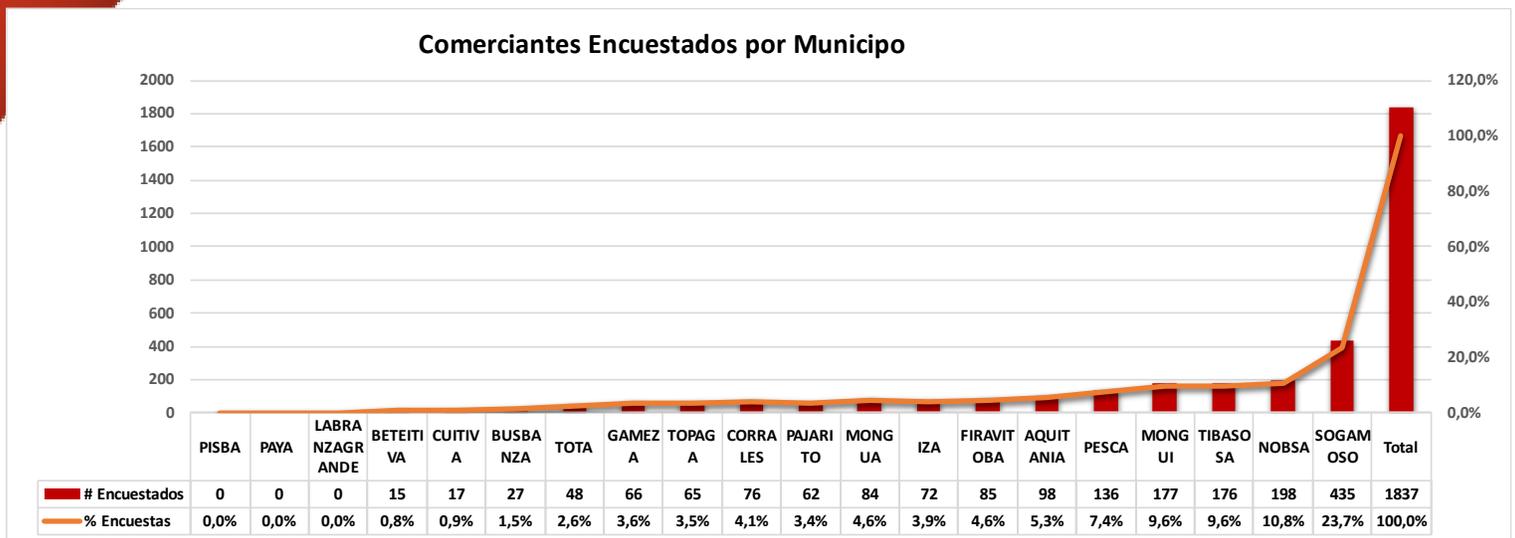
### 2.2.1 Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad



Grafica 1. Total encuestados vs Condición de Formalidad / Informalidad

Para el 2022, se realizaron un total de 1.837 encuestas, de las cuales 1.519 corresponden a comerciantes matriculados equivalentes al 83% de la muestra y 318 a comerciantes no matriculados equivalentes al 17% 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

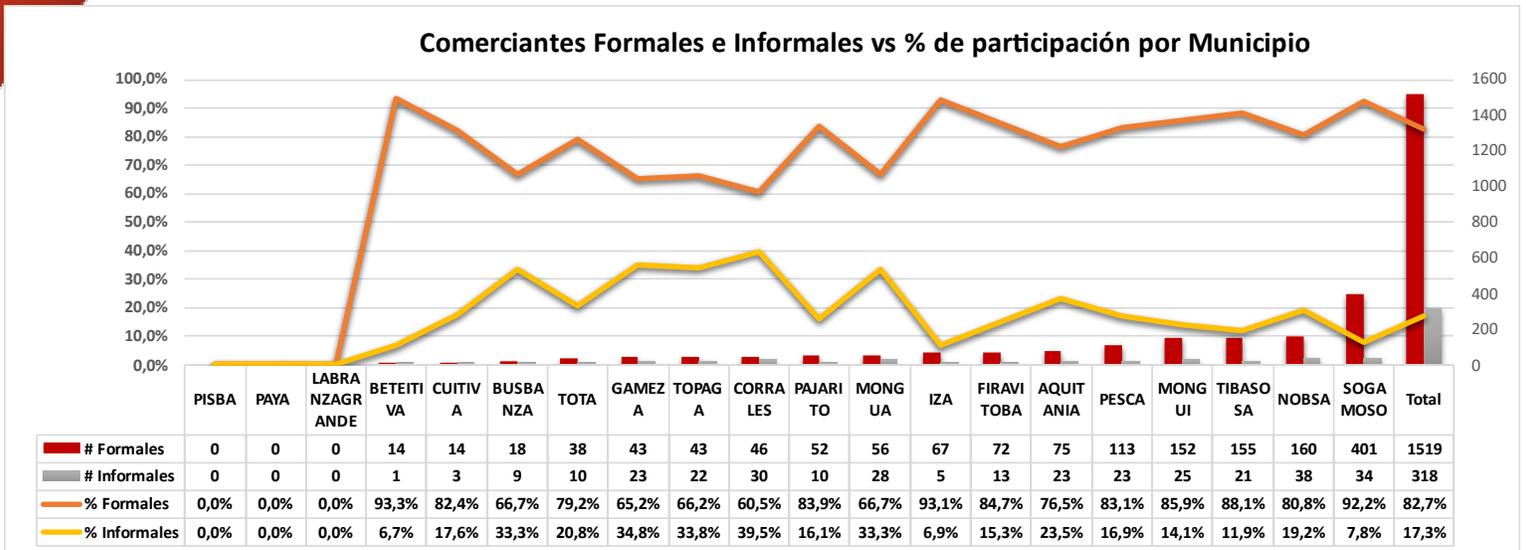


Grafica 2. Comerciantes Encuestados por Municipio

En desarrollo del presente censo empresarial se realizaron 1.837 Encuestas a comerciantes Formales e Informales en los distintos municipios de la jurisdicción distribuidas según lo muestran las grafica 2. (Por temas de acceso y declaración de emergencia sanitaria, no fue posible el desplazamiento a los municipios de Pisba, Paya y Labranzagrande)

- Sogamoso registra 435 encuestados con el 23,7% de Participación.
- Nobsa registra 198 encuestados con el 10,8% de Participación.
- Tibasosa registra 176 encuestados con el 9,6% de Participación.
- Cuitiva registra 17 encuestados con el 0,9% de Participación.
- Beteitiva registra 15 encuestados con el 0,8% de Participación.

### 2.2.3 Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio

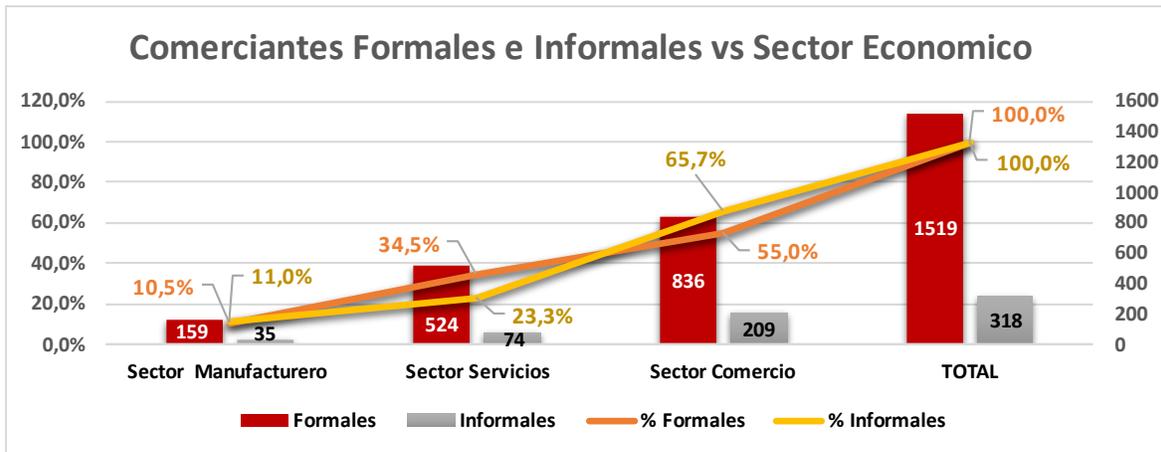


Grafica 3. Comerciantes Formales e Informales vs participación por Municipio

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:

- Beteitiva, Iza y Sogamoso muestran la mejor Brecha “Positiva” en promedio a la relación Formales 93% vs Informales 7%.
- Municipios como Cuitiva, Firavitoba, Pajarito, Pesca, Monguía, Tibasosa y Nobsa, tienen una Brecha “De tendencia positiva” en promedio a la relación del 84% Formales vs 16% Informales.
- Los municipios de Busbanza, Tota, Tópaga, Corrales, Aquitania, Mongua y Gámeza, tienen una Brecha inferior a la del promedio de la jurisdicción (79% Formales vs 21% Informales) con una relación del 68% Formales vs 32% 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 (Acorde a lo dispuesto en la Resolución 2225 del 05/12/2019); Es decir, Mayoritariamente pertenecientes al sector comercio y minoritariamente al sector Manufacturero.

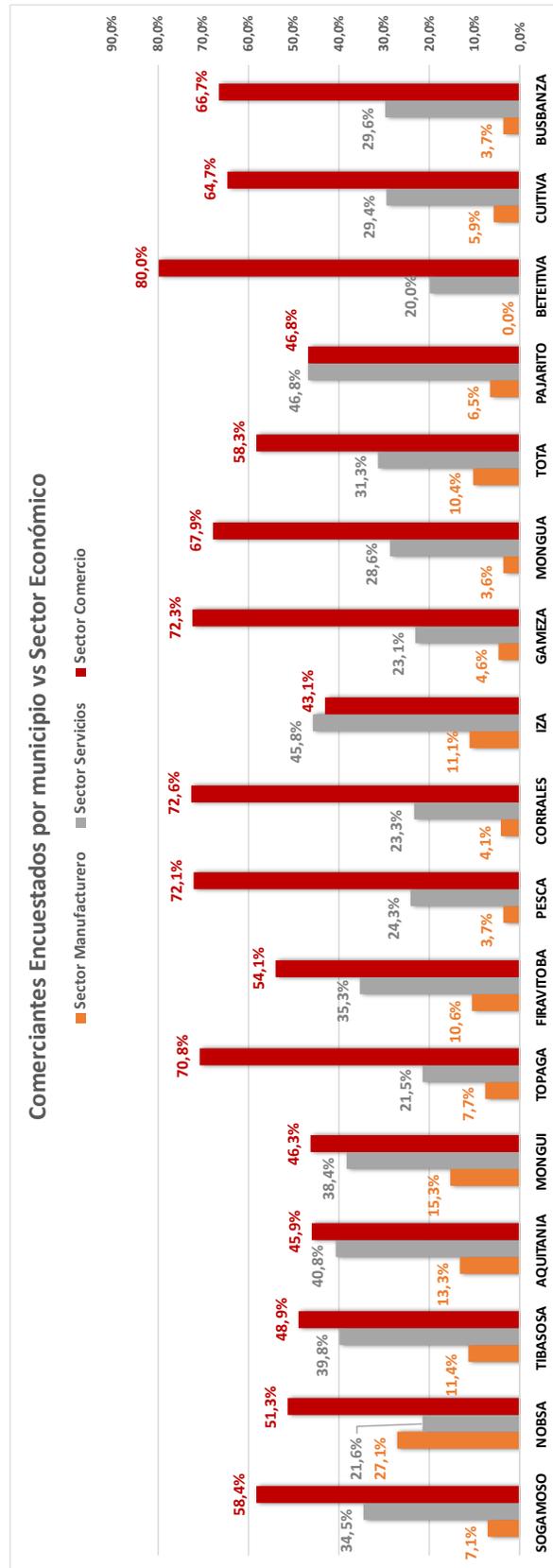
## 2.2.5 Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico

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.

En los municipios de Tibasosa, Aquitania y Monguí, la relación entre los sectores Comercio y servicios se separa a favor del primero por un máximo de 10%.

En los municipios de Iza y Pajarito, el sector que predomina y rompe la tendencia es el sector Servicios.

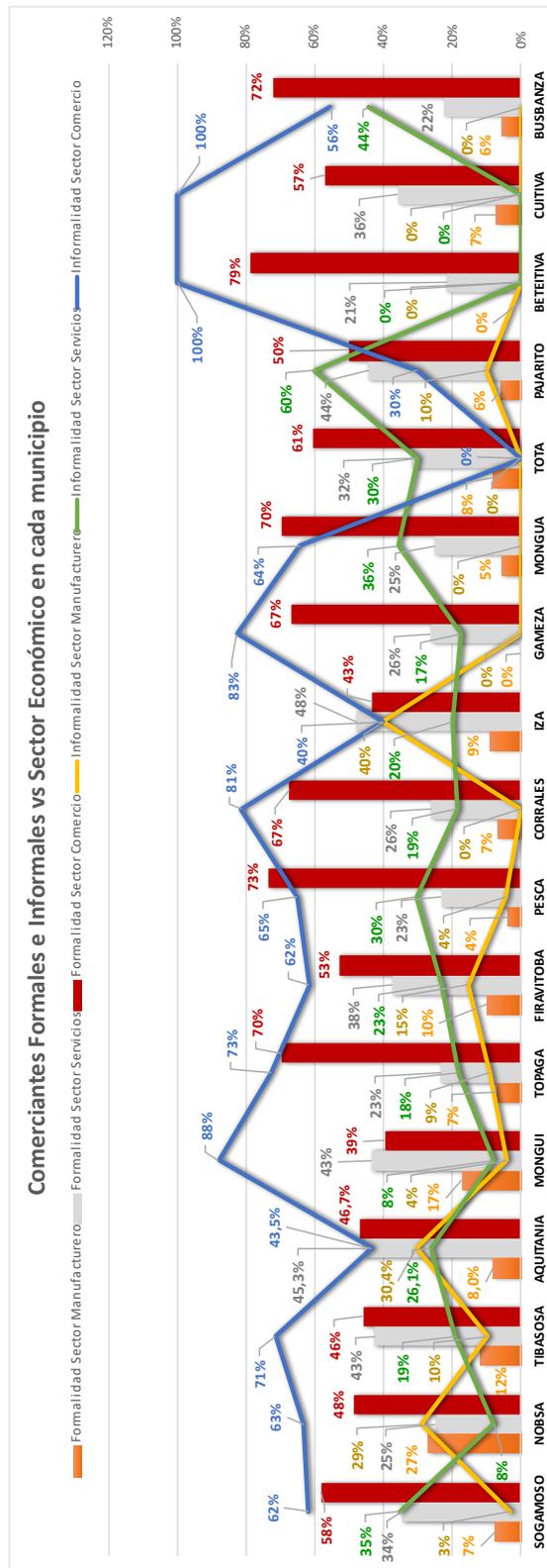
Finalmente, el municipio con mayor presencia del sector manufacturero es Nobsa con el 27% de sus comerciantes.



Gráfica 5. Comerciantes Encuestados por municipio vs Sector Económico



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



Gráfica 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:

- En los municipios donde la Formalidad del sector Comercio NO es superada por la Informalidad es en Aquitania, Pesca, Iza, Mongua, Tota, Pajarito Y Busbanza; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la informalidad para Dicho Sector.
- En los únicos municipios donde la Informalidad del sector Servicios supera la Formalidad es en Sogamoso, Pesca, Mongua, Pajarito y Busbanza; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la formalidad para Dicho Sector.
- En los municipios donde la Informalidad del sector Manufacturero supera la Formalidad es en Nobsa, Aquitania, Tópaga, Firavitoba, Iza y Pajarito; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la formalidad para Dicho Sector.
- Tota es el único municipio de la jurisdicción donde en sus tres sectores económicos predomina la Formalidad.
- Los municipios de Tibasosa, Monguú, Corrales, Gámeza, Beteitiva y Cuitiva comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Manufacturero y Servicios; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Comercio.
- Los municipios de Nobsa, Tópaga y Firavitoba comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en el sector Servicios; Así mismo, también prevalece la informalidad en los sectores Manufacturero y Comercio.
- Los municipios de Pesca, Mongua y Busbanza comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Manufacturero y Comercio; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Servicios.
- Los municipios de Aquitania e Iza comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Servicios y Comercio; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Manufacturero.



## 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.

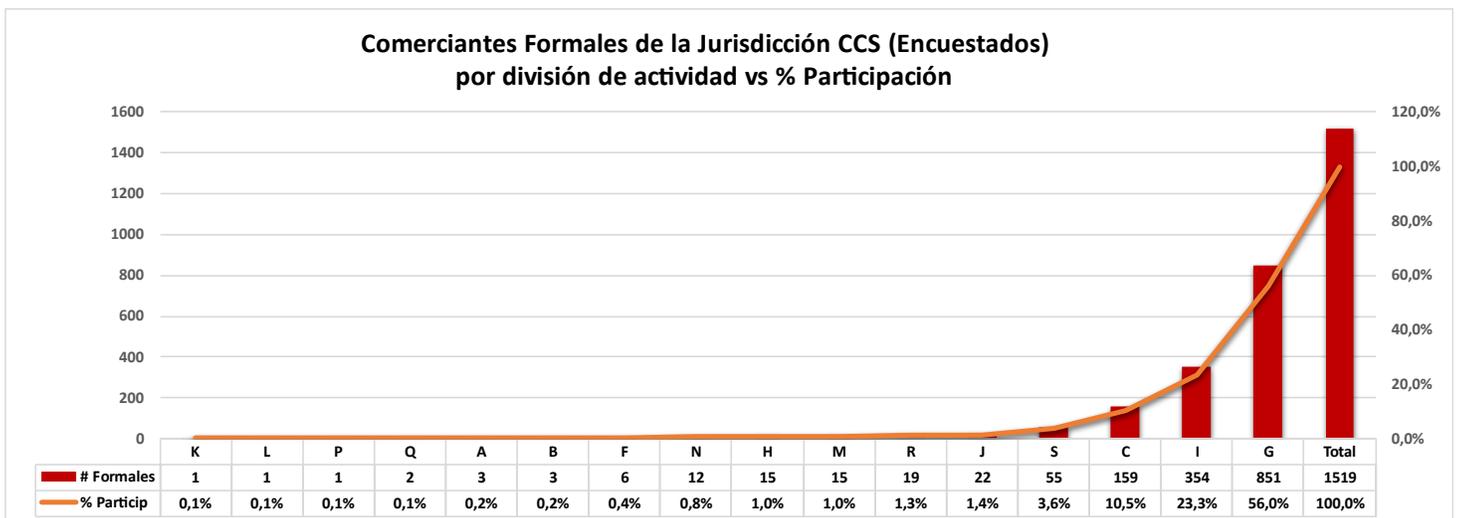
Seccion	Division	Descripcion
A	01	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas
	02	Silvicultura y extracción de madera
	03	Pesca y acuicultura
B	05	Extracción de carbón de piedra y lignito
	06	Extracción de petróleo crudo y gas natural
	07	Extracción de minerales metalíferos
	08	Extracción de otras minas y canteras
	09	Actividades de servicios de apoyo para la explotación de minas y canteras
C	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	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 (incluido 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
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 (incluido 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:

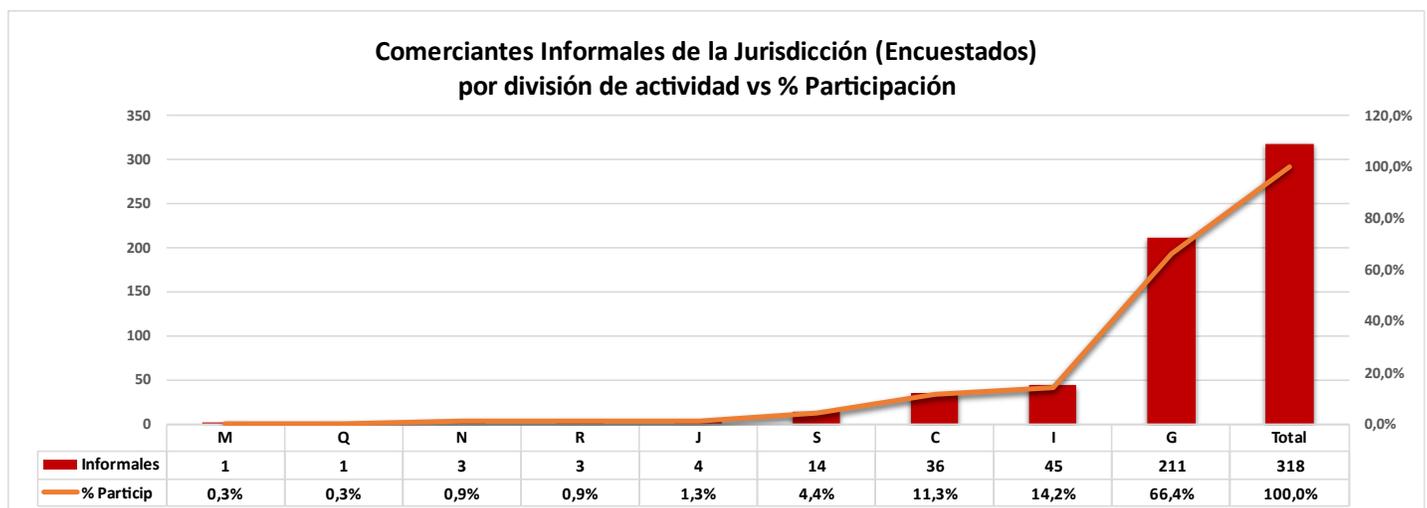
- El sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) con 851 encuestados, registra la mayor participación con el 56%.
- Seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) con 354 encuestados, registrando una participación del 23.3%.
- A continuación, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) con 159 encuestados, cuya participación es del 10.5%.
- Como sectores de menor aporte se encuentran el K (Actividades financieras y de seguros), el P (Educación) 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:

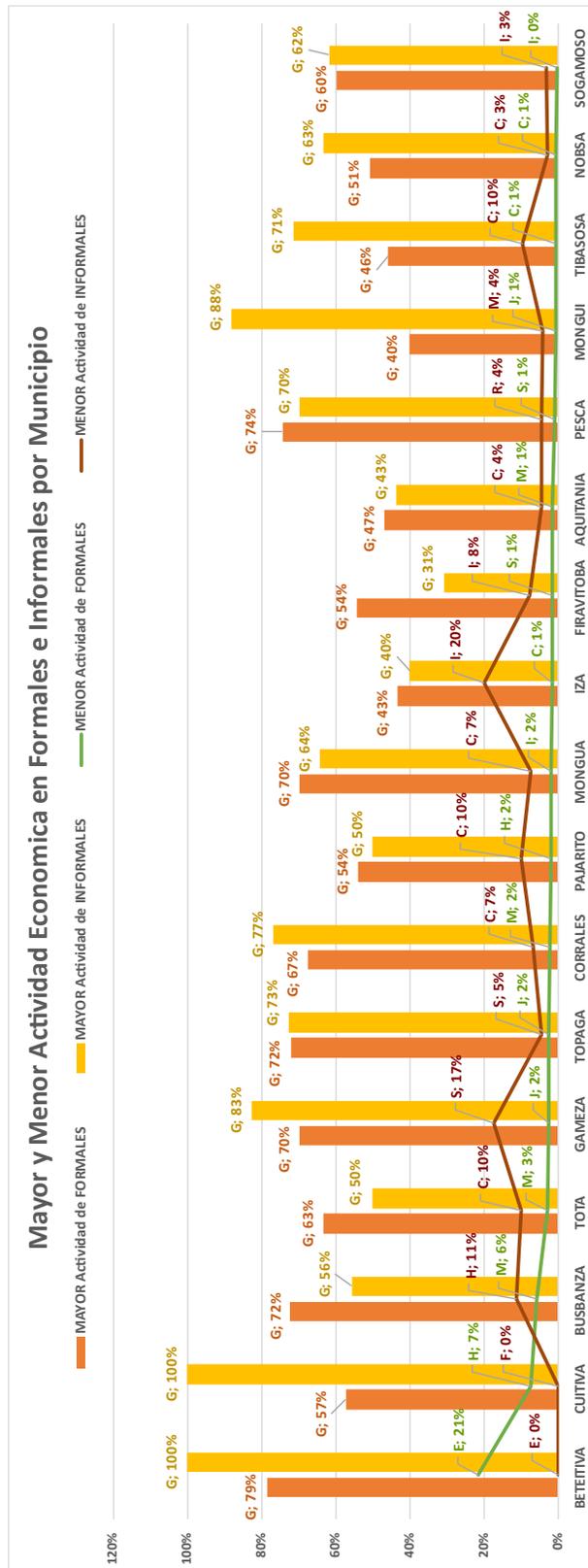
- El sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) con 211 encuestados, registra la mayor participación con el 66.4%.
- Seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) con 45 encuestados, registrando una participación del 14.2%.
- A continuación, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) con 36 encuestados, cuya participación es del 11.3%.
- Como sectores de menor aporte se encuentran el M (Actividades profesionales, científicas y técnicas) y el Q (Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social) con 1 encuestado respectivamente, registrando una participación del 0,3% 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



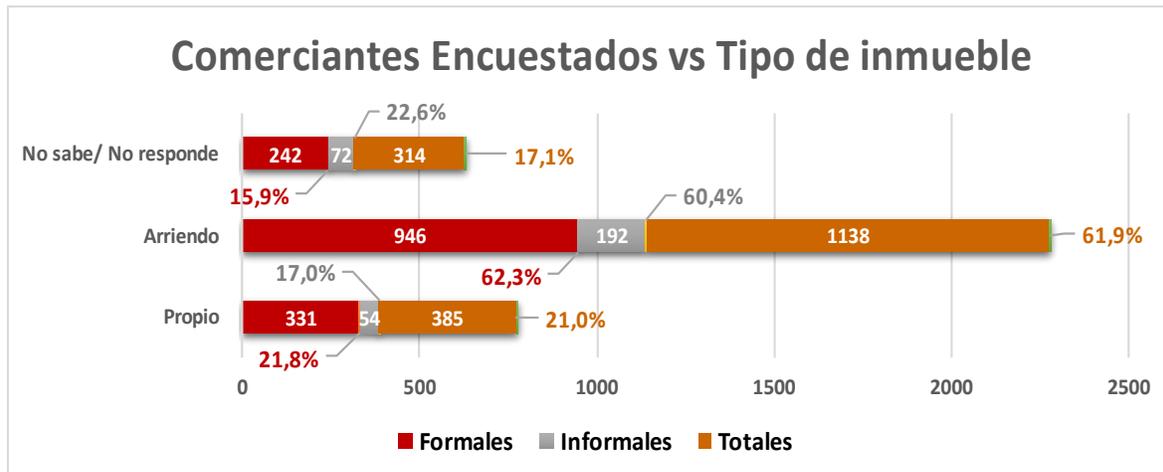
Grafica 9. Mayor y Menor Actividad Económica en Formales e Informales por Municipio

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 60% en los comerciantes formales y del 66% en los comerciantes informales.
- Las actividades menores (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.
- En los municipios de Busbanza, Tota, Pajarito, Mongua, Iza, Firavitoba, Aquitania y Pesca, la formalidad en la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas” predomina sobre la informalidad.
- En el municipio de Gámeza, la informalidad del 17% correspondiente a la División S “Otras actividades de servicios” sobresale con respecto a los demás municipios.
- En el municipio de Iza, la informalidad del 20% correspondiente a la División I “Alojamiento y servicios de comida” 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



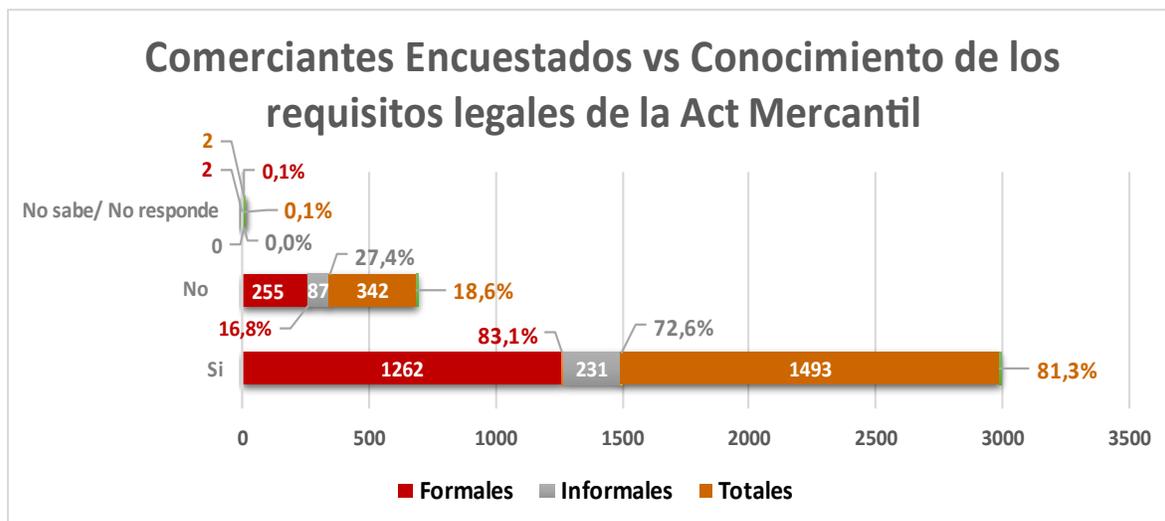
Grafica 10. Comerciantes Encuestados vs Tipo de Inmueble

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 62,3% en los comerciantes formales y el 60,4% en los comerciantes Informales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 61,9% de los encuestados.
- Por otra parte, el 17% de los comerciantes informales cuentan con establecimiento propio, mientras que esta condición es del 21,8% en los comerciantes formales; Y al totalizar, esta condición aplica para el 21% de los encuestados.
- Una gran cantidad de encuestados no conocían o no decidieron responder a esta pregunta; El 15,9% de comerciantes formales y el 22,6% de comerciantes informales; Al totalizar, esta condición aplica para el 17,1% de los encuestados.

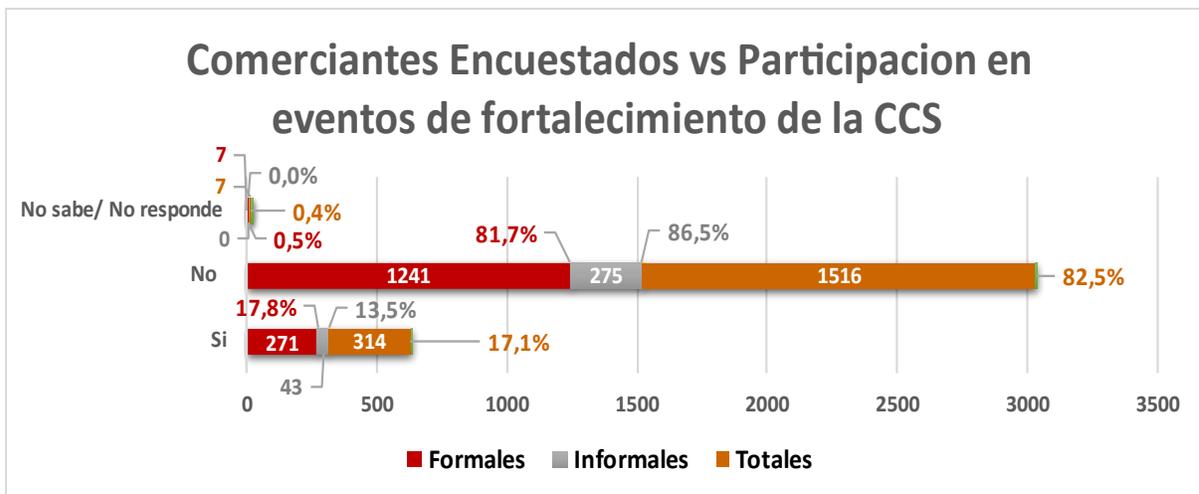
### 2.3.2 Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los requisitos legales de la Actividad Mercantil

En la gráfica 11, se puede observar como la gran mayoría de los comerciantes formales (83,1%) 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 (72,6%) y al totalizar dicha pregunta, el resultado arroja que el 81,3% de los encuestados tienen dicho conocimiento; Así mismo, el 27,4% de los comerciantes informales mencionan no tener conocimiento o información clara acerca de los requisitos para la actividad mercantil que desarrollan, lo mismo ocurre con el 16,8% de los comerciantes formales; Totalizando, el 18,6% de los encuestados no tienen claro los requisitos legales para el desarrollo de su actividad mercantil.



Gráfica 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



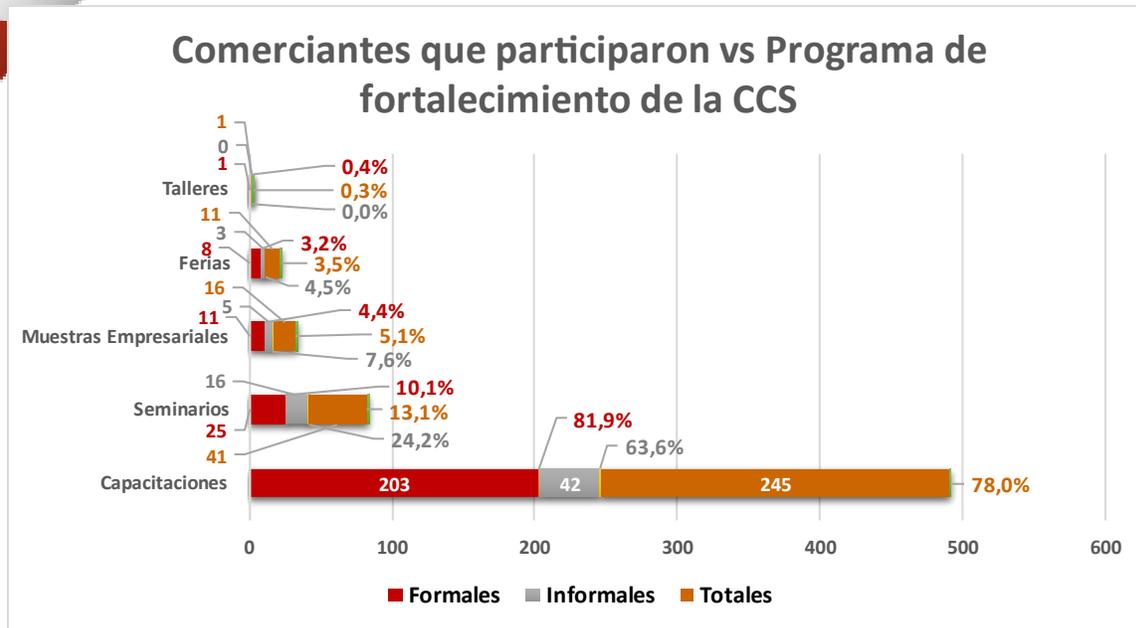
Gráfica 12. Comerciantes Encuestados vs Participación de Programas de Fortalecimiento de la CCS

Al consultarle a los encuestados si han participado en algún programa de fortalecimiento de la CCS, en su gran mayoría (82,5%) responden que NO y al discriminarlo en Comerciantes Formales e Informales, los resultados son del 81,7% y 86,5% respectivamente.

Tan solo el 17,1% de los encuestados, es decir, el 17,8% de Comerciantes formales y el 13,5% de comerciantes informales manifiestan una respuesta positiva (314 encuestados).

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

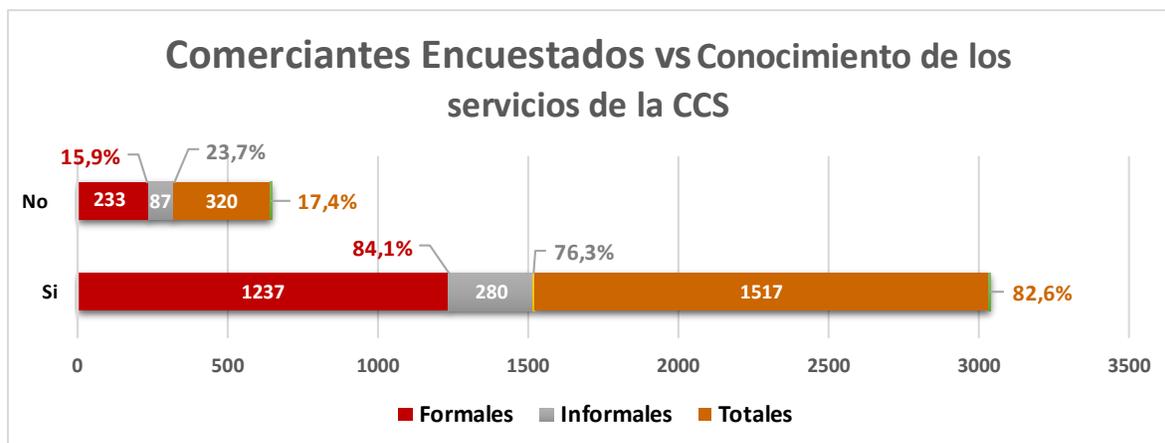
En la gráfica 13 se observa como de los 314 comerciantes que manifiestan haber participado de alguno de los programas de fortalecimiento empresarial de la CCS, predominan las capacitaciones con un total del 78% (81,9% de comerciantes formales y 63,6% de comerciantes informales); Así mismo, los seminarios con un 13,1%, las muestras empresariales con un 5,1% y las ferias con un 3,5% de participación son las categorías que le siguen en participación.



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

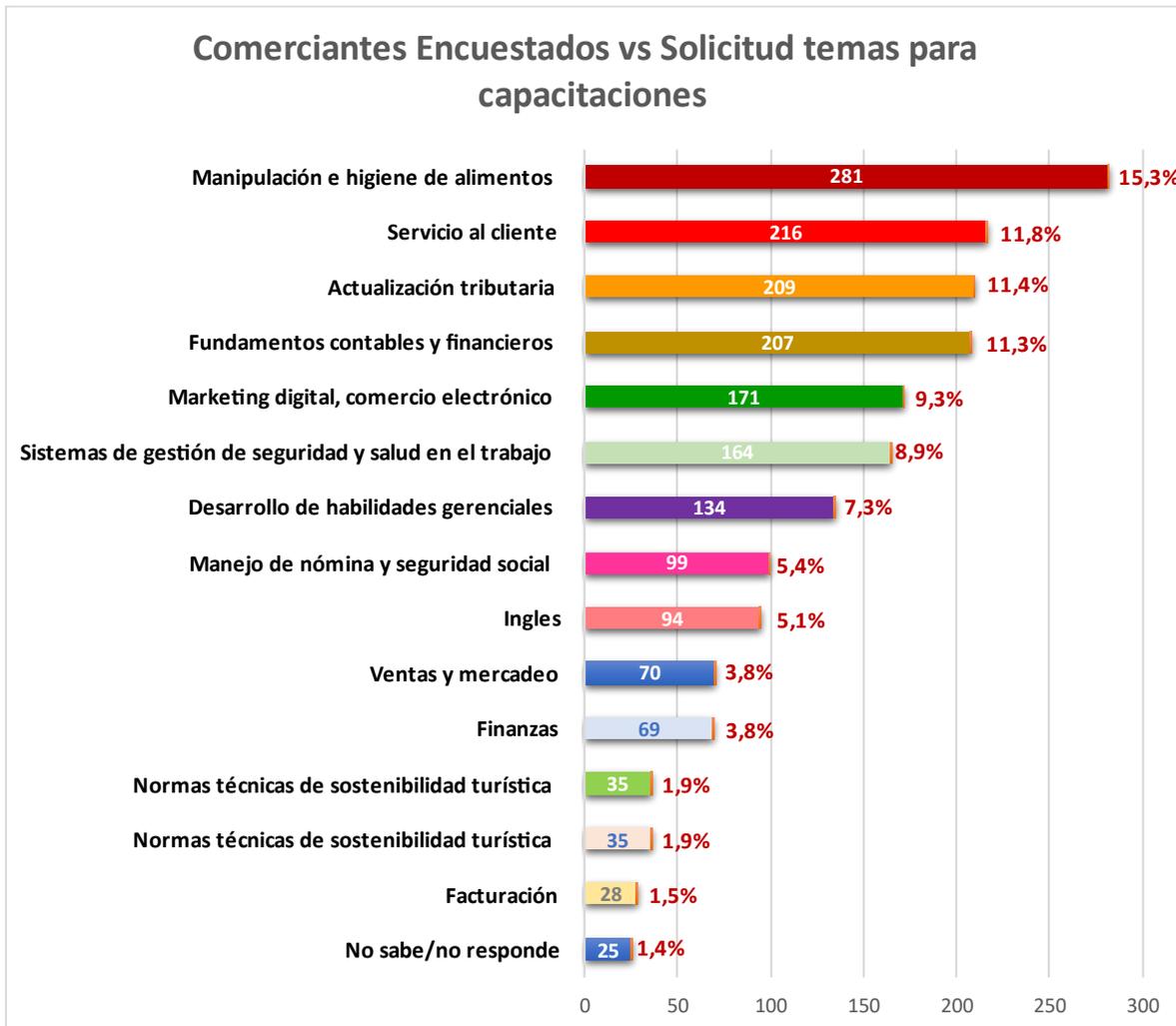
### 2.3.5 Comerciantes Encuestados vs Conocimiento de los servicios de la CCS

El 82,6% de los encuestados manifiesta tener conocimiento de los servicios prestados por la entidad, de los cuales el 84,1 % pertenecen a comerciantes formales y 76,3% a comerciantes informales; Del mismo modo, el 17,4% de los encuestados manifiesta NO tener conocimiento de los servicios prestados por la CCS, de los cuales el 15,9% pertenecen a comerciantes formales y 23,7% 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



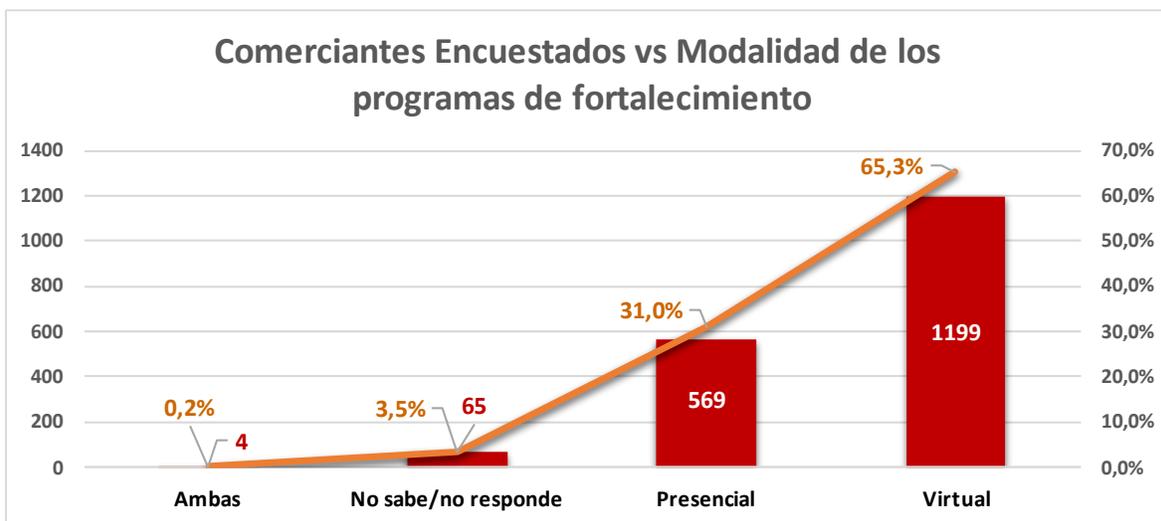
Grafica 15. Comerciantes que participaron vs Solicitud temas para capacitaciones

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

- La capacitación de “Manipulación e higiene de alimentos” con el 15,3% es la más solicitada, seguida por “Servicio al cliente”, “Actualización tributaria”, “Fundamentos contables y financieros”, cada una de ellas en promedio con un 11.5% de solicitudes.

- En un segundo nivel de solicitudes de capacitación, se encuentran las siguientes temáticas, las cuales en promedio ajustan el 8.5% c/u; “Marketing digital, comercio electrónico”, “Sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo”, “Desarrollo de habilidades gerenciales”
- Las demás opciones (8 temáticas diferentes) suman el restante 24,8% de temas solicitados por los encuestados para capacitaciones.

### 2.3.7 Comerciantes Encuestados vs Modalidad de los programas de fortalecimiento



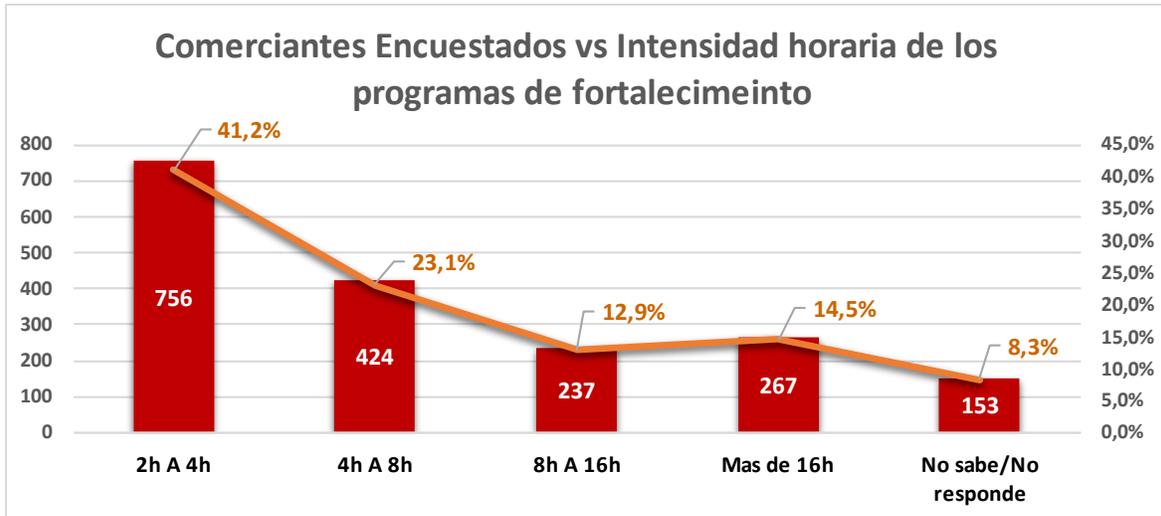
Grafica 16. Comerciantes que participaron vs Modalidad de los programas de fortalecimiento

El 65.3% de los encuestados solicitan que los programas de fortalecimiento empresarial dirigidos por la CCS sean bajo la modalidad “Virtual”, en menor medida de manera “Presencial” con un 31%. El 0.2% de los encuestados manifiesta no tener problema con la modalidad “Cualquiera o Ambas” y el 3.5% No responden o no saben que responder.

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

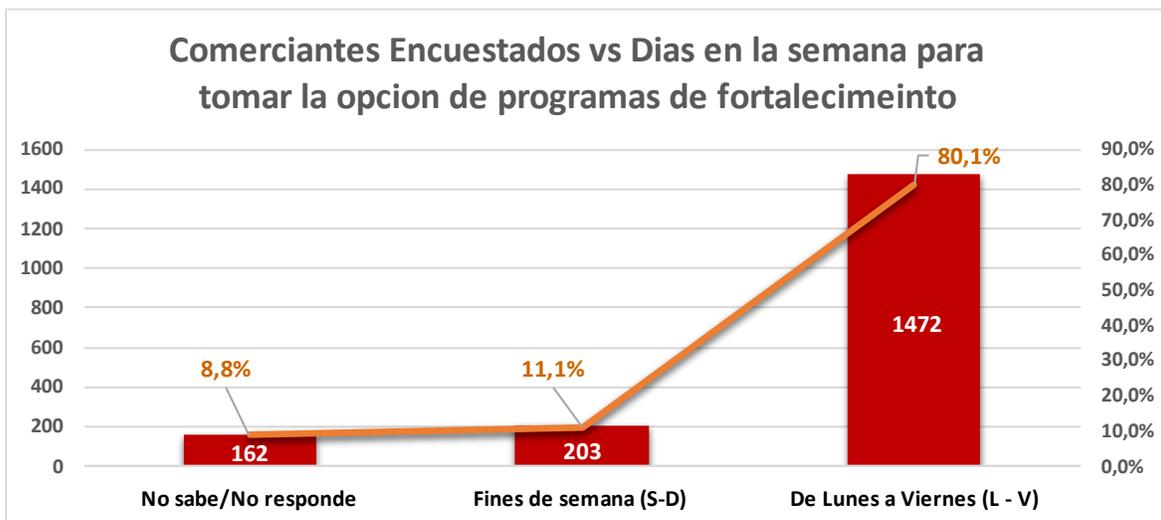
A la pregunta de Intensidad horaria para los programas de fortalecimiento empresarial (grafica 17), se percibe una relación Indirectamente proporcional entre el numero de

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 (41,2%) y a mayor cantidad de horas invertidas (Mas de 16h), menor es la cantidad de solicitudes (14,5%).



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

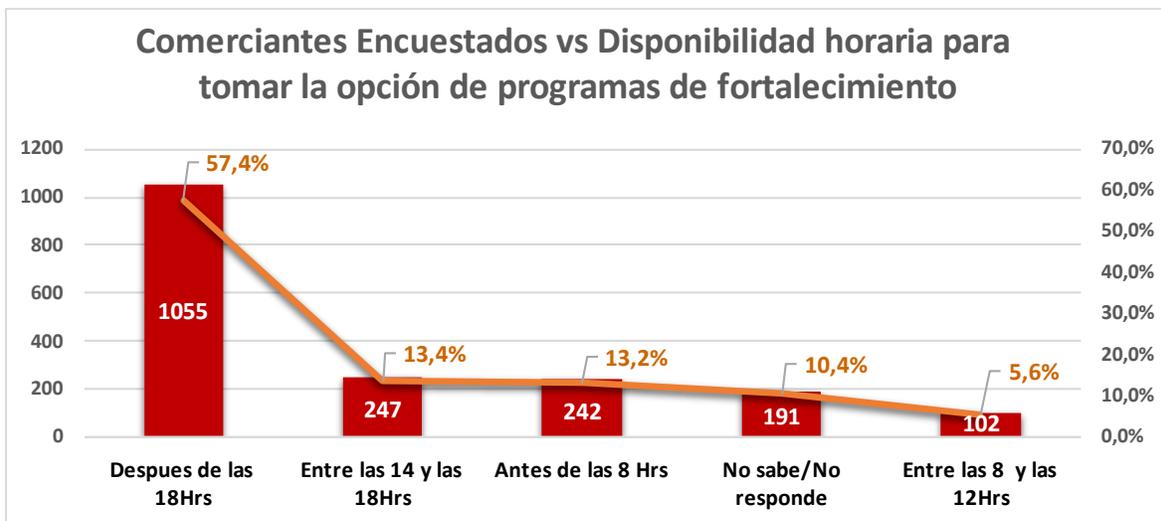
### 2.3.9 Comerciantes Encuestados vs Días en la semana para tomar la opción de programas de fortalecimiento



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 (80,1%) definen como ideal entre semana y solo un 11,1% los fines de semana.

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

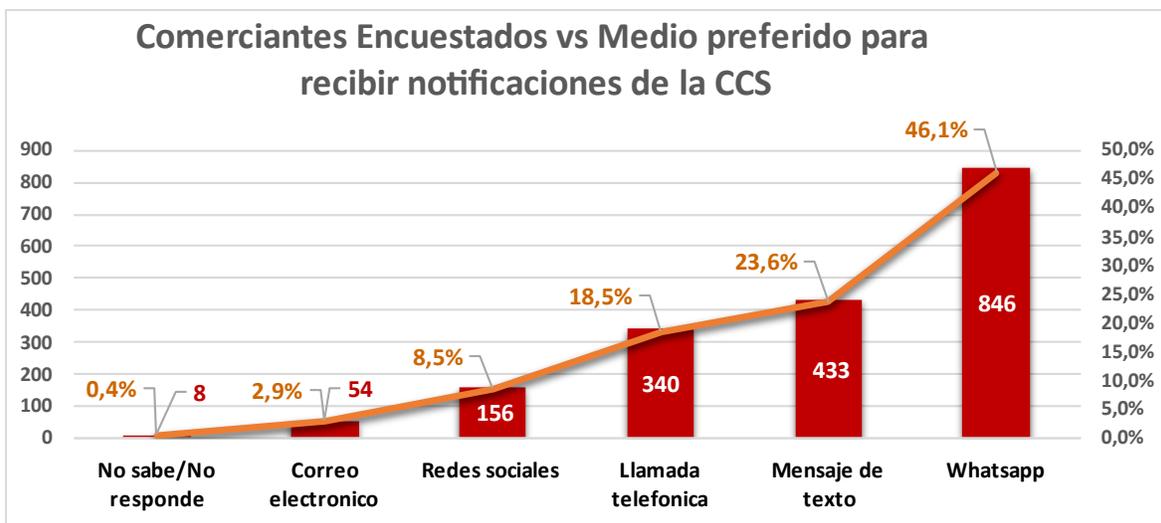


Grafica 19. Comerciantes que participaron vs Disponibilidad horaria para tomar la opción de programas de fortalecimiento

La gran mayoría de los encuestados (57,4%) sugiere que los programas de fortalecimiento se realicen después de las 6pm; Como segunda opción con 13,4% y tercera opción 13,2% se encuentran respectivamente los horarios en la tarde y antes de iniciar la jornada de la mañana. Finalmente, se evidencia que el horario menos favorable para los encuestados es el de la jornada de la mañana con solo el 5,6% de favorabilidad.

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

En la gráfica 20 se puede identificar como el medio de notificación desde la CCS puede ser en su mayoría (46.1%) WhatsApp; Seguidamente se encuentra seleccionada la opción de “Mensaje de Texto - SMS” con el 23.6% de los encuestados y como la menos seleccionada se ubica el uso del “Correo Electrónico” con el 2.9%



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

### 3. CONCLUSIONES

- Se realizaron un total de 1.837 encuestas, de las cuales 1.519 corresponden a comerciantes matriculados equivalentes al 83% de la muestra y 318 a comerciantes no matriculados equivalentes al 17% 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.
- Beteitiva, Iza y Sogamoso muestran el mejor comportamiento con relación a encuestados Formales 93% vs Informales 7% en promedio.
- Municipios como Cuitiva, Firavitoba, Pajarito, Pesca, Monguít, Tibasosa y Nobsa, muestran un comportamiento positivo, ya que, en promedio, la relación es del 84% Formales vs 16% Informales.
- Los municipios de Busbanza, Tota, Tópaga, Corrales, Aquitania, Mongua y Gámeza, tienen un comportamiento inferior a la del promedio de la jurisdicción (79% Formales vs 21% Informales) con una relación del 68% Formales vs 32% 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 Tibasosa, Aquitania y Monguít, la separación entre los sectores Comercio y Servicios es de un máximo de 10% a favor del primero.
- En los municipios de Iza y Pajarito, el sector que predomina y rompe la tendencia es el sector Servicios.
- El municipio con mayor presencia del sector manufacturero es Nobsa con el 27% de sus comerciantes.
- En los municipios donde la Formalidad del sector Comercio NO es superada por la Informalidad es en Aquitania, Pesca, Iza, Mongua, Tota, Pajarito Y Busbanza; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la informalidad para dicho sector.
- En los únicos municipios donde la Informalidad del sector Servicios supera la Formalidad es en Sogamoso, Pesca, Mongua, Pajarito y Busbanza; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la formalidad para dicho sector.



- En los municipios donde la Informalidad del sector Manufacturero supera la Formalidad es en Nobsa, Aquitania, Tópaga, Firavitoba, Iza y Pajarito; En los demás municipios de la jurisdicción, predomina la formalidad para dicho sector.
- Tota es el único municipio de la jurisdicción donde en sus tres sectores económicos predomina la Formalidad.
- Los municipios de Tibasosa, Monguí, Corrales, Gámeza, Beteitiva y Cuitiva comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Manufacturero y Servicios; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Comercio.
- Los municipios de Nobsa, Tópaga y Firavitoba comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en el sector Servicios; Así mismo, también prevalece la informalidad en los sectores Manufacturero y Comercio.
- Los municipios de Pesca, Mongua y Busbanza comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Manufacturero y Comercio; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Servicios.
- Los municipios de Aquitania e Iza comparten la misma tendencia en cuanto prevalece la formalidad en los sectores Servicios y Comercio; Así mismo, también prevalece la informalidad en el sector Manufacturero.
- Del total de comerciantes formales encuestados, el sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) registra la mayor participación con el 56%, seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) registrando una participación del 23.3%, posteriormente, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) cuya participación es del 10.5% y como sectores de menor aporte se encuentran el K (Actividades financieras y de seguros), el P (Educación) y el L (Actividades inmobiliarias) con 1 encuestado respectivamente, registrando una participación del 0,1% c/u.
- Del total de comerciantes informales encuestados, el sector G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) registra la mayor participación con el 66.4%, seguido del sector I (Alojamiento y servicios de comida) registrando una participación del 14.2%, posteriormente, se ubica el sector C (Industrias manufactureras) cuya participación es del 11.3% y como sectores de

menor aporte se encuentran el M (Actividades profesionales, científicas y técnicas) y el Q (Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social) con 1 encuestado respectivamente, registrando una participación del 0,3% c/u.

- En los municipios de Busbanza, Tota, Pajarito, Mongua, Iza, Firavitoba, Aquitania y Pesca, la formalidad en la División G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas” predomina sobre la informalidad.
- En el municipio de Gámeza, la informalidad del 17% correspondiente a la División S “Otras actividades de servicios” sobresale con respecto a los demás municipios.
- En el municipio de Iza, la informalidad del 20% correspondiente a la División I “Alojamiento y servicios de comida” sobresale con respecto a los demás municipios.
- Se evidencio como predomina la condición de inmueble arrendado, el 62.3% en los comerciantes formales y el 60,4% en los comerciantes Informales.
- Por otra parte, el 17% de los comerciantes informales cuentan con establecimiento propio, mientras que esta condición es del 21.8% en los comerciantes formales.
- La gran mayoría de los comerciantes formales (83,1%) 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 (72,6%)
- El 27.4% de los comerciantes informales mencionan no tener conocimiento o información clara acerca de los requisitos para la actividad mercantil que desarrollan, lo mismo ocurre con el 16.8% de los comerciantes formales.
- El 82,5% de los encuestados responden que NO han participado en algún programa de fortalecimiento de la CCS y al discriminarlo en Comerciantes Formales e Informales, los resultados son del 81,7% y 86,5% respectivamente.
- El 17,1% de los encuestados (314 comerciantes) manifiestan que han participado en algún programa de fortalecimiento.
- De los programas de fortalecimiento empresarial de la CCS que los encuestados manifiestan haber participado, predominan las capacitaciones con un total del 78%); Así mismo, los seminarios con un 13,1%, las muestras empresariales con un 5.1% y las ferias con un 3.5% de participación son las categorías que le siguen en participación.



- El 82,6% de los encuestados manifiesta tener conocimiento de los servicios prestados por la entidad, de los cuales el 84,1 % pertenecen a comerciantes formales y 76,3% a comerciantes informales.
- El 17,4% de los encuestados manifiesta NO tener conocimiento de los servicios prestados por la CCS, de los cuales el 15,9% pertenecen a comerciantes formales y 23,7% a comerciantes informales.
- La capacitación de “Manipulación e higiene de alimentos” con el 15,3% es la más solicitada, seguida por “Servicio al cliente”, “Actualización tributaria”, “Fundamentos contables y financieros”, cada una de ellas en promedio con un 11.5% de solicitudes.
- En un segundo nivel de solicitudes de capacitación, se encuentran las siguientes temáticas, las cuales en promedio ajustan el 8.5% c/u; “Marketing digital, comercio electrónico”, “Sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo”, “Desarrollo de habilidades gerenciales”
- Se percibe una relación Indirectamente proporcional entre el número de encuestados y la cantidad de horas invertidas en los programas de fortalecimiento, es decir, a menor intensidad horaria (2h a 4h), mayor es la cantidad de solicitudes (41,2%) y a mayor cantidad de horas invertidas (Mas de 16h), menor es la cantidad de solicitudes (14,5%).
- El 80,1% definen como ideal entre semana y solo un 11,1% los fines de semana; Lo anterior respecto a los días a la semana en los que estarían dispuestos a tomar los diversos programas de fortalecimiento empresarial
- El 57,4% de los encuestados sugiere que los programas de fortalecimiento se realicen después de las 6pm; Como segunda opción con 13.4% y tercera opción 13.2% se encuentran respectivamente los horarios en la tarde y antes de iniciar la jornada de la mañana.
- Se evidencia que el horario menos favorable para los encuestados con relación al aprovechamiento de los programas de fortalecimiento es el de la jornada de la mañana con solo el 5.6% de favorabilidad.



- El medio de notificación descrito como idóneo por los encuestados con un 46.1% es WhatsApp, seguidamente se encuentra el “Mensaje de Texto - SMS” con el 23.6% y como la menos seleccionada se ubica el uso del “Correo Electrónico” con el 2.9%.