

Censos

Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño
Dirección de Competitividad y Desarrollo Empresarial



Cámara de Comercio
Oriente Antioqueño

¡Credencial de confianza!

www.ccoa.org.co

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. JUSTIFICACIÓN	5
3. OBJETIVOS	6
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
4. DEFINICIONES.....	7
5. ALCANCE	8
6. RECURSOS TECNOLÓGICOS.....	9
7. GESTIÓN PERSONAL DE CAMPO.....	10
8. RESULTADOS	12
9. HALLAZGOS.....	33
10. CONCLUSIONES.....	35
11. RECOMENDACIONES.....	37
12. ANEXOS.....	39

1. INTRODUCCION

En el marco del Plan de Gestión Institucional, la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño tiene entre sus objetivos estratégicos promover proyectos para la competitividad de la región, es por esto que, en convenio con la Administración municipal de Rionegro, se planeó y ejecutó el censo comercial y empresarial en este municipio, el cual se realizó el mes de noviembre de 2019.

Para llevar a cabo esta investigación, se aplicó la investigación descriptiva mediante la observación directa a establecimientos con actividad económica asociada y con la interrogación a los encuestados en los Centros Comerciales y malls comerciales. Lo que permitió la recopilación de la información primaria a través de una encuesta directa en todas las unidades económicas de la zona urbana del municipio, aquellas que son visibles a la observación de los encuestadores, arrojando resultados para determinar variables demográficas empresariales tales como: los datos básicos del establecimiento, características esenciales de cada negocio, necesidades de capacitación para fortalecer los negocios, dificultades que ha tenido los comerciantes para desarrollar su actividad.

En general las unidades económicas nos arrojan resultados como:

Datos Básicos del establecimiento: Identifica las unidades económicas de acuerdo al nombre de la empresa, nombre del representante legal, dirección, barrio, teléfonos de contacto, correo electrónico y el número del NIT.

Empleo: Se identifica el total de empleados fijos y temporales que se tienen en el municipio.

Características de las unidades económicas: En particular la clasificación de las unidades económicas por sector, arroja información que permite diferenciar los negocios dependiendo al sector al que pertenecen.

2. JUSTIFICACIÓN

La Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño trabaja por la organización y la formalización de la actividad empresarial en la región, uno de los propósitos es proporcionar información precisa, oportuna, confiable e integrada que permita orientar a entidades, Alcaldías y Gobernaciones en la formulación de políticas que favorezcan el sector empresarial.

La subregión del Oriente Antioqueño no es ajena a estas realidades; que sumadas a los diferentes factores propios de la economía del territorio generan dinámicas y cambios en la actividad empresarial, las cuales hacen necesario gestionar y trabajar por la obtención de la información, la cual es el principal insumo para la identificación de aspectos como: necesidades de fortalecimiento para los empresarios, dificultades para el desarrollo de las actividades económicas, informalidad empresarial en cada uno de los municipios, entre otros; consiguiendo así la caracterización de cada una de las unidades económicas lo que permitirá tener estadísticas fundamentales para el desarrollo de la región y por ende del país, facilitando a entidades públicas y privadas el planteamiento de nuevas estrategias y el mejor direccionamiento de esfuerzos y recursos.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Aunar esfuerzos, fortalezas institucionales, recurso humano y metodologías de intervención entre la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y el municipio de Rionegro, para recolectar y sistematizar información comercial y empresarial, que permita una mejor gestión de la información y la formalización empresarial.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Recolectar información comercial y empresarial primaria de los establecimientos de comercio que se encuentran ubicados en centros comerciales y malls comerciales que permita el completo diligenciamiento de las encuestas y el fortalecimiento de los sistemas de información municipal, territorial y sectorial.
2. Consolidar y tabular la información recolectada.
3. Promover la formalización empresarial de los establecimientos que no cuenten con el Registro Mercantil e Industria y Comercio.

4. DEFINICIONES

Industria: Es la transformación física y/o química de materiales y componentes en productos nuevos, ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas o a mano, en una fábrica o a domicilio, que los productos se vendan al por mayor o al por menor.

Comercio: Compra y venta al por mayor y al por menor de mercancías (bienes que van al mercado), nuevas y usadas; que no son sometidas a transformaciones en su naturaleza intrínseca durante las actividades inherentes a la comercialización, transporte, almacenaje, empaque, re empaque, embalaje, entre otras; o en aquellas a adecuar, exhibir, presentar o promocionar las mercancías objeto de la venta.

Servicios: Son productos heterogéneos generados cada vez que son solicitados, sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados por separado de su producción ni pueden ser transportados ni almacenados.

Geolocalización: Es la localización de un objeto en el espacio mediante un sistema de coordenadas, para este caso el objeto localizado es cada establecimiento de comercio.

5. ALCANCE

Para el alcance del censo empresarial se tuvieron en cuenta las actividades económicas visibles, mediante la recopilación de información de establecimientos de comercio ubicados en centros comerciales y malls comerciales con la percepción y observación del coordinador de campo y de los encuestadores. Hay que tener en cuenta que, para el alcance, no es posible identificar claramente las viviendas asociadas con actividad económica no visibles.

Temporal

Este Censo se realizó en el mes de noviembre de 2019.

Sensibilización

Se realizó la difusión del Censo Empresarial en medios de comunicación como: Emisora, periódico Oriente Comercial de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, mensajes de texto a celular y correo electrónico. Se socializó la actividad con el alcalde y funcionarios de la Administración Municipal de Rionegro-

6. RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA CAPTURA Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

La captura de la información se realizó a través de tabletas con acceso a internet, las cuales se asignaron a cada uno de los encuestadores, así mismo, se contrató un aplicativo con la empresa “Claro”, el cual permitió la centralización y gestión de la información recolectada, la geolocalización y la fotografía.



7. GESTIÓN PERSONAL DE CAMPO

Para la actividad, la Cámara de Comercio puso a disposición 6 encuestadores con experiencia en el tema, quienes, además, fueron entrenadas nuevamente sobre las generalidades de la Cámara de Comercio, información sobre los diferentes registros públicos, explicación de la finalidad del Censo y de la terminología y conceptualización de cada una de las preguntas de la encuesta, se enseña el manejo de las tabletas y se aclaran inquietudes.

Prueba Piloto

Para iniciar el trabajo de campo, se hace el ejercicio con una encuesta de prueba a un establecimiento del municipio y a partir de la información y de la experiencia que se tenga con cada una de estas encuestas, se realizaron ajustes al cuestionario.

Tipo de Investigación

Es de carácter descriptivo, este estudio depende principalmente de la interrogación de los encuestados, de la imparcialidad y objetividad de los encuestadores y de la información disponible en fuentes de datos secundarios, es decir las bases de datos existentes en la Cámara de Comercio del Oriente y Secretaria de Hacienda del municipio (Oficina de Industria y Comercio).

Método de la Investigación

Por observación directa a establecimientos ubicados y/o asentados en la zona del municipio y por interrogación a los encuestados.

Fuentes de Información

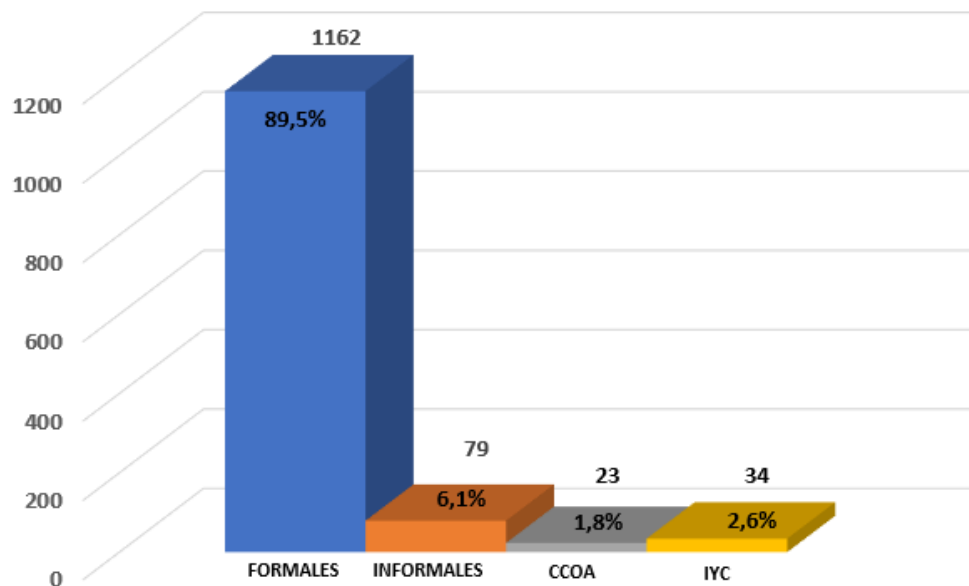
Corresponden a la recepción de fuentes primarias. Se recurre a la recolección de información aplicando la encuesta de caracterización a los establecimientos localizados en el territorio urbano del municipio.

8. RESULTADOS

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a partir de la información recolectada, así mismo se presentan las conclusiones y recomendaciones del mismo.

Se identificaron las unidades económicas de la zona urbana del municipio de Rionegro, ubicadas en centros comerciales y malls comerciales, se realizaron alrededor de 25 preguntas, de las cuales se obtuvo información y geolocalizaron 1.298 unidades económicas con la siguiente información:

GRÁFICO 1. RESULTADOS DEL CENSO Y CRUCE DE BASES DE DATOS

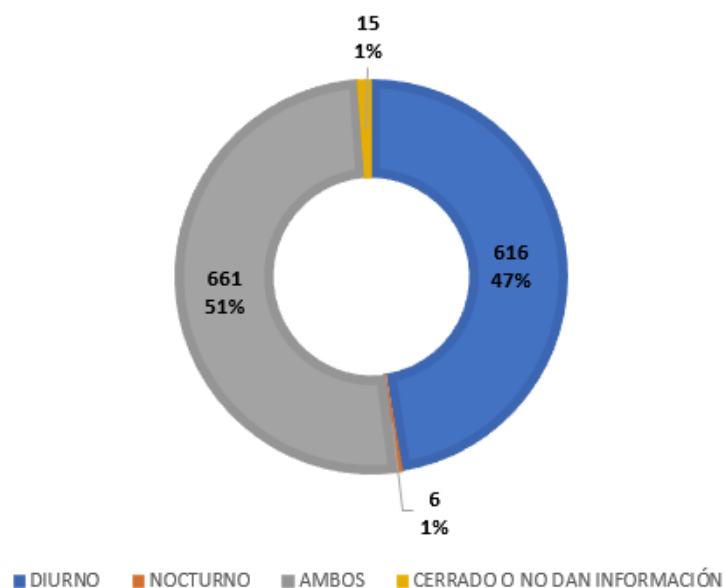


En total se censaron 1.298 unidades empresariales en el Municipio; de las cuales, el 89.5% correspondientes a 1162 establecimientos se encuentran formalizados, es

decir, cumplen con todos los requisitos exigidos por el Estado para el ejercicio de su actividad económica. 79 establecimientos equivalentes al 6.1% de los establecimientos censados, están desempeñando su actividad económica informalmente, incumpliendo los requisitos para el desarrollo de las buenas prácticas empresariales. El 4.4 % están parcialmente formalizados, esto quiere decir que se encuentran registrados ya sea en CCOA o en Industria y Comercio.

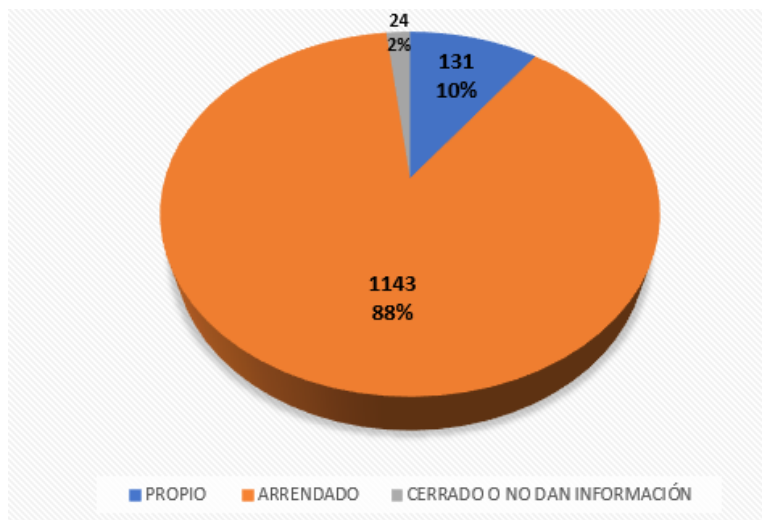
Se aclara que los establecimientos que se encontraban cerrados o en los cuales la persona que atendió no tenía el conocimiento para responder la pregunta, se verificaron en las bases de datos correspondientes para verificar si cuentan con la documentación requerida para estar ejerciendo su actividad comercial formalmente.

GRÁFICO 2. HORARIO DE ATENCIÓN



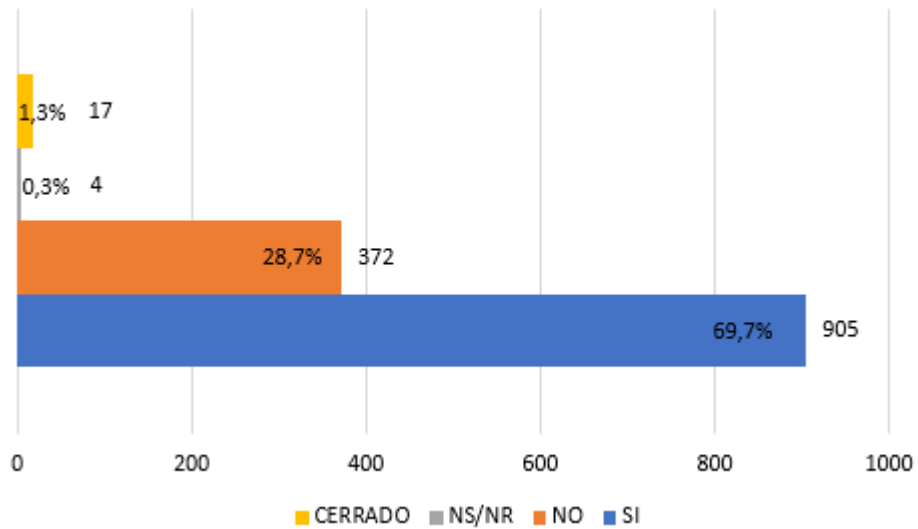
Teniendo en cuenta que se considera el horario diurno hasta las 6 pm y el nocturno desde las 6 pm en adelante. Para la atención al público en el Municipio, los empresarios tienen como preferencia tanto atención diurna como nocturna, representada en un 51% equivalente a 661 establecimientos; seguida por el horario de atención diurno que representa el 47%, es decir, 616 establecimientos y finalmente el 1% atiende en horario nocturno, correspondiente a 6 establecimientos. No se encuentra reporte de 15 establecimientos de comercio, correspondiente al 1% ya que se encontraban cerrados.

GRAFICO 3. TIPO DE LOCAL



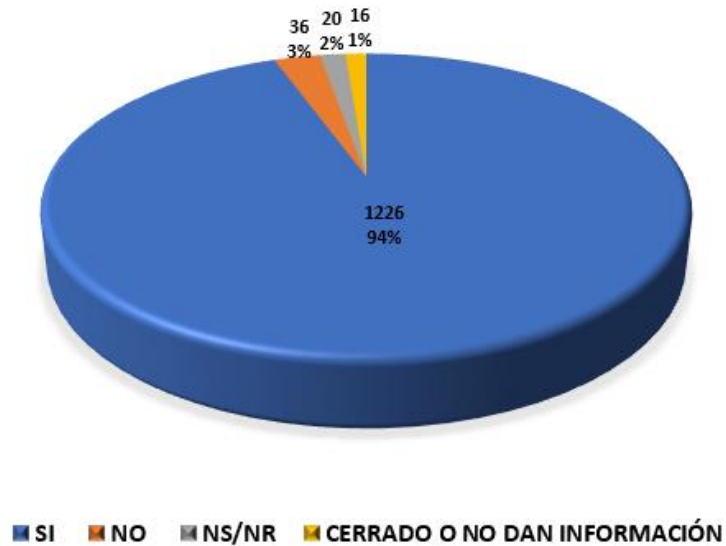
1143 establecimientos de comercio, que representan el 88%, corresponden a locales arrendados; 131 establecimientos de comercio, equivalentes al 10% son locales propios y de 24 establecimientos, es decir el 2% no se logró obtener la información ya que se encontraban cerrados.

GRAFICO 4. USO DE LAS TICS



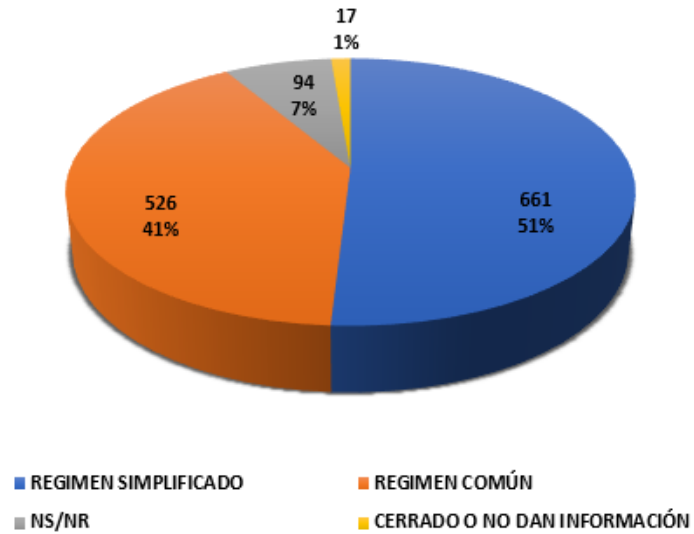
De los 1.298 establecimientos censados, 905 unidades empresariales que representan el 69.7% hacen uso de herramientas tecnológicas; 372 unidades equivalentes al 28.7% no hacen uso de estas herramientas para ejercer su actividad comercial; El 1.3 %, es decir, 17 de los establecimientos censados se encontraban cerrados por lo cual no se logró verificar el uso de herramientas tecnológicas y por último en 4 de los establecimientos censados, que representan el 0.3%, las personas que atendieron la actividad no tenían conocimiento para responder la pregunta.

GRAFICO 5. PERSONAS CENSADAS CON REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)



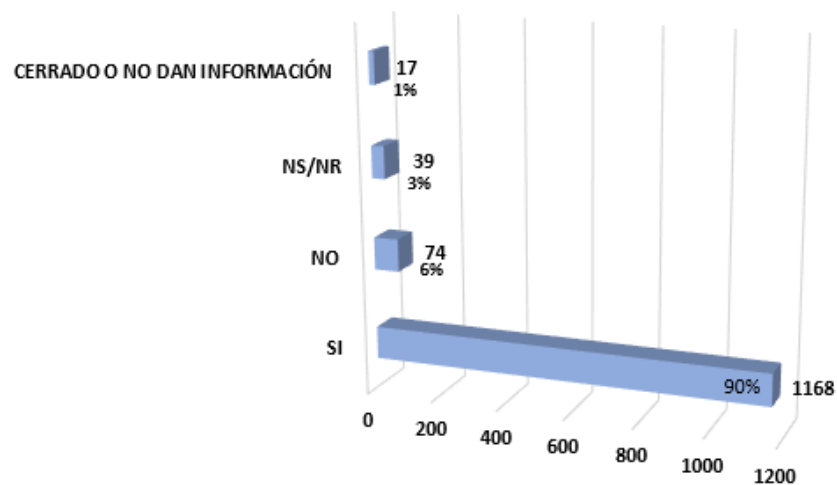
De los establecimientos censados, 1226 representados por el 94%, tienen RUT; 36 unidades censadas, correspondientes al 4% no tienen RUT; el 2%, equivalente a 20 personas no sabían o no respondían sobre este registro y el otro 5% se encontraban cerrados o no dieron la información correspondiente en cuanto a este registro. Se recomendó a los encuestados exhibir el Rut y evitar sanciones económicas por parte de la DIAN.

GRÁFICO 6. RÉGIMEN DE VENTAS AL QUE PERTENECE



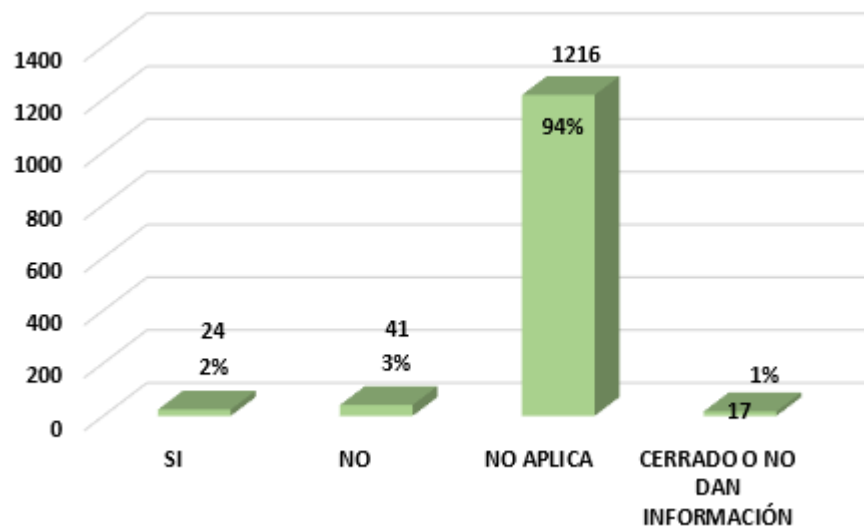
De los establecimientos de comercio censados, el 51% pertenecen al régimen simplificado, es decir, 661 de ellos; el 41%, equivalente a 526, pertenecen a régimen común; 94 personas censadas expresaron no tener conocimiento sobre el tema representando el 7% de los establecimientos y el 5% se encontraban cerrados o las personas que estaban en el establecimiento al momento del censo no quisieron responder a esta pregunta.

GRAFICO 7. PERSONAS CENSADAS QUE MANIFESTARON TENER REGISTRO MERCANTIL



De 1.298 unidades censadas en el municipio de Rionegro, 1168 que representan el 90%, manifiestan si tener registro mercantil; 74 establecimientos de comercio, no lo tienen, es decir el 6% del total censado; 39 personas no tenían conocimiento para responder esta pregunta, equivalentes al 3% y 17 establecimientos de comercio, es decir el 1% se encontraban en su mayoría cerrados.

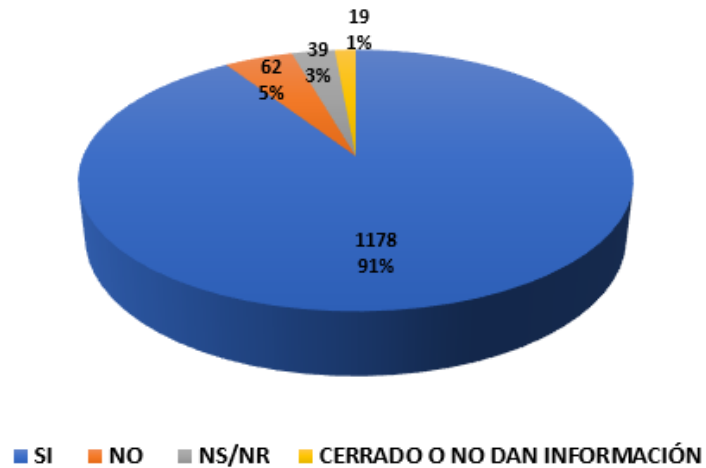
GRAFICO 8. ESTABLECIMIENTOS QUE CUENTAN CON REGISTRO NACIONAL DE TURISMO



Las actividades económicas que deben cumplir con este requisito son hoteles, restaurantes y actividades de diversión que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista,

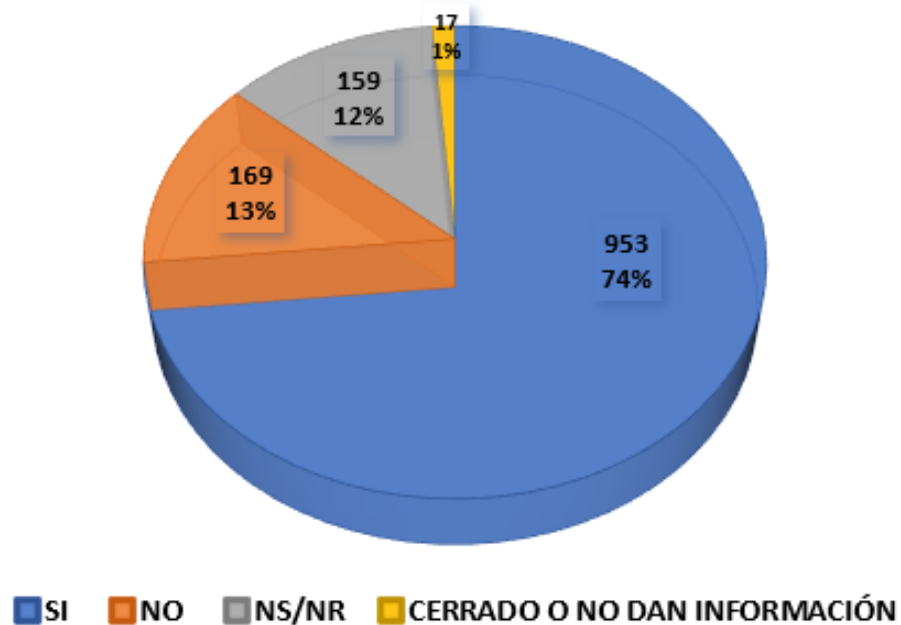
De acuerdo a lo anterior, se identificó en el censo que a 1.216 establecimientos de comercio No les aplica este Registro, es decir, el 94% de las unidades censadas en el municipio; el 3% que corresponde a 41 unidades no cuentan con RNT; 17 establecimientos estaban cerrados en su mayoría o no sabían si contaban con este registro y sólo el 2% es decir 24 de ellos cuenta con RNT.

GRAFICO 9. ESTABLECIMIENTOS QUE CUENTA CON INDUSTRIA Y COMERCIO



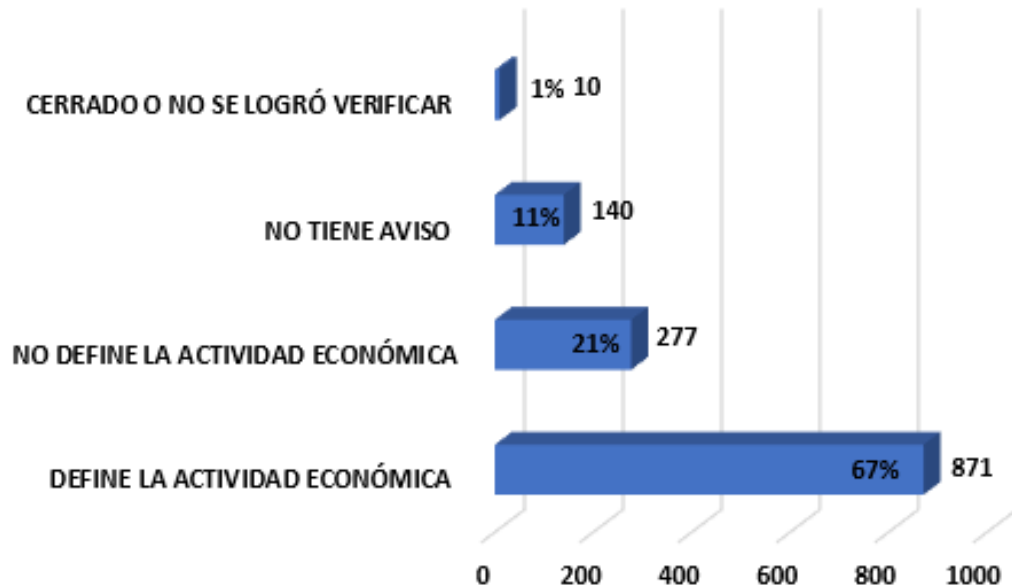
La mayoría de los establecimientos censados manifestaron tener Industria y Comercio, representados en un 91%, es decir, 1178 unidades; el 5% de empresas no realizan el pago de este impuesto, es decir 62 unidades; 39 de las personas que atendieron el censo, equivalentes al 3%, no sabían responder a esta pregunta y en 19 unidades, es decir el 1% no se logró identificar si tenía este registro, ya que se negaron a suministrar la información o el establecimiento se estaba cerrado.

GRAFICO 10. ESTABLECIMIENTOS DONDE REALIZARON LA CONSULTA DE VALIDACIÓN DE USO DE SUELOS



Para los permisos permitidos en el predio que se encuentran los establecimientos del municipio de Rionegro se encontró que, 953 de ellos si validaron y realizaron la consulta de uso de suelos, es decir, el 74% de los 1.298 censados; el 13% no han realizado esta consulta para el ejercicio de su actividad económica, correspondientes a 169 unidades; 159 de las personas que atendieron el censo no tenían conocimiento si se había validado esta información, esto se debe a que la mayoría de ellos eran empleados que representan el 12% de las personas censadas; y el 1% de los establecimientos no se lograron verificar ya que se encontraban en su mayoría cerrados o en ciertos casos la persona que atendió el censo no quiso proporcionar la información.

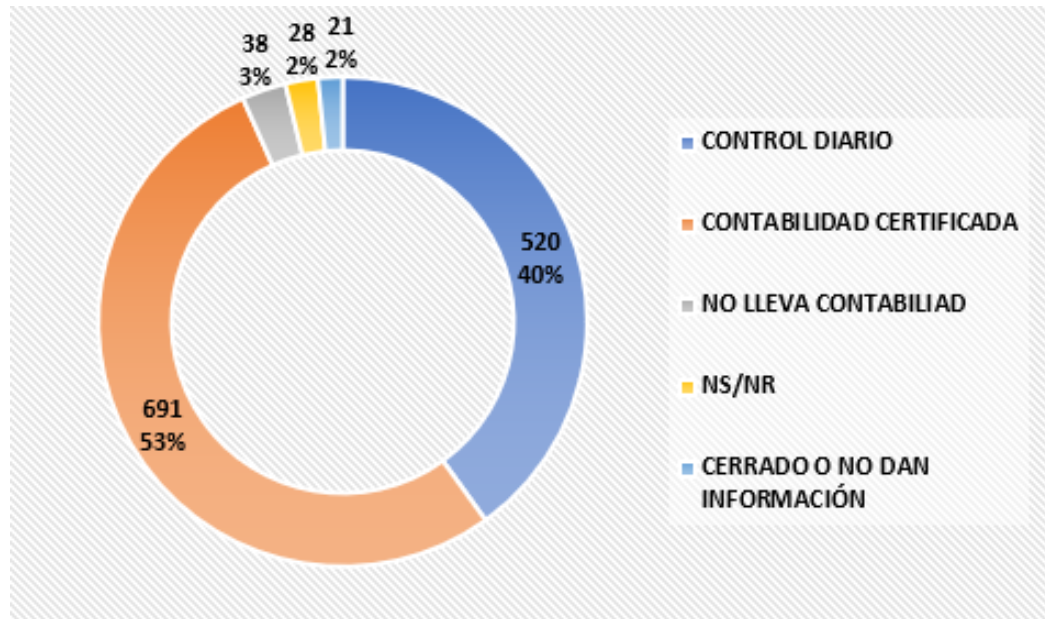
GRAFICA 11. EL ESTABLECIMIENTO TIENE AVISO



Más de la mitad de las unidades censadas, es decir, el 67% de ellas cuentan con aviso que define la actividad económica del establecimiento equivalentes a 871 unidades; el 21%, es decir, 277 cuenta con aviso pero este no define la actividad económica; el 11% no cuenta con aviso y en 10 de los establecimientos no se logró verificar si el aviso con el que cuentan define o no la actividad económica de la empresa correspondientes al 1% del total censado.

La base de datos permite cruzar la información con el cobro de avisos y tableros.

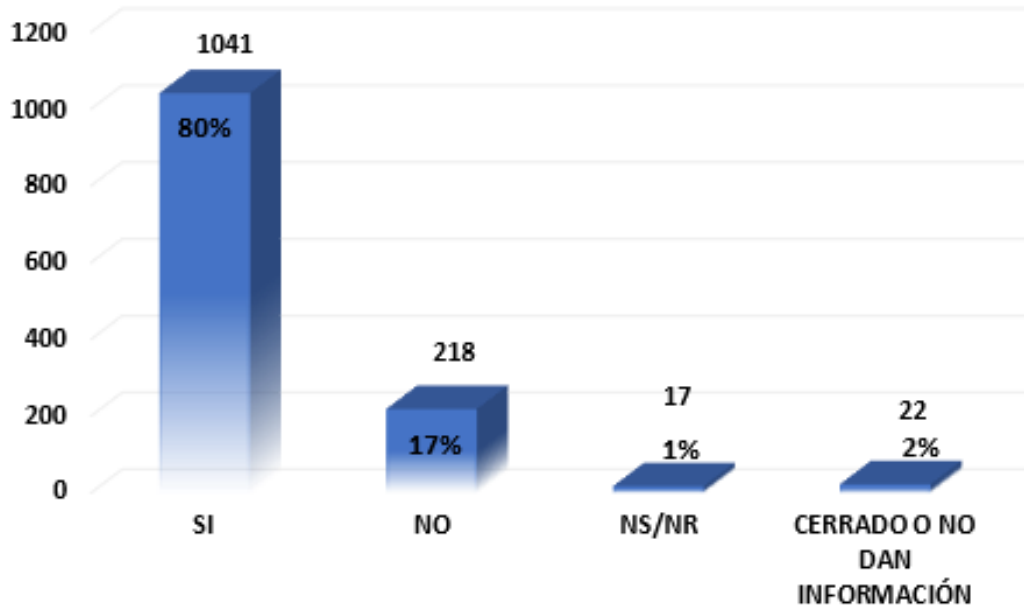
GRAFICA 12. LA CONTABILIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS ES



De los empresarios censados en el municipio, 691 de ellos llevan contabilidad certificada de todas las operaciones económicas que se producen en sus establecimientos, representados en un 53%; 240 unidades censadas llevan un control diario, es decir, el 40%.

EL 3% que equivale a 38 establecimientos no llevan ningún tipo de control contable; el 2% no sabían responder a esta pregunta, ya que en su mayoría eran empleados que no tienen contacto con la parte de contabilidad y controles de dinero y finalmente 21 unidades representadas por el 2% se encontraban cerradas o no quisieron dar la información respectiva.

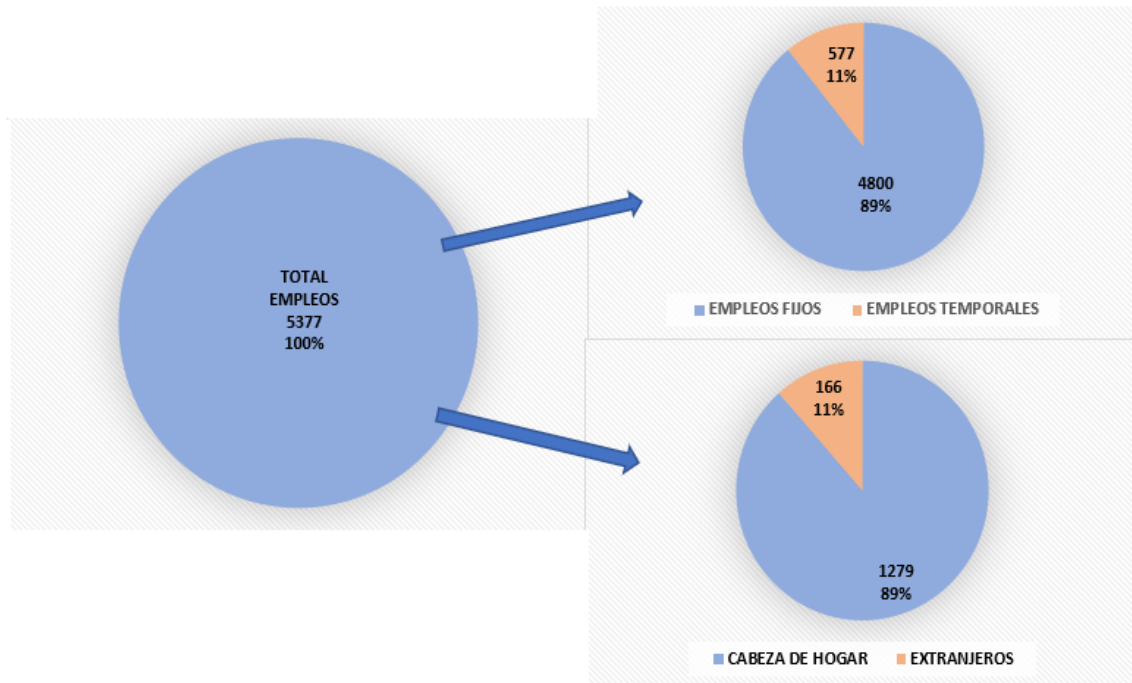
GRAFICA 13. APORTAN A LA SEGURIDAD SOCIAL Y PARAFISCALES



El 80% de los establecimientos censados si realizan aportes a seguridad social y parafiscales equivalentes a 1041 del total censados. El 17% correspondientes a 218 establecimientos no realizan los respectivos aportes.

22 de los establecimientos se encontraban cerrados o las personas que atendieron el censo no dieron la información correspondiente los cuales están representados en un 2% y el 1% no tenían conocimiento para responder la pregunta.

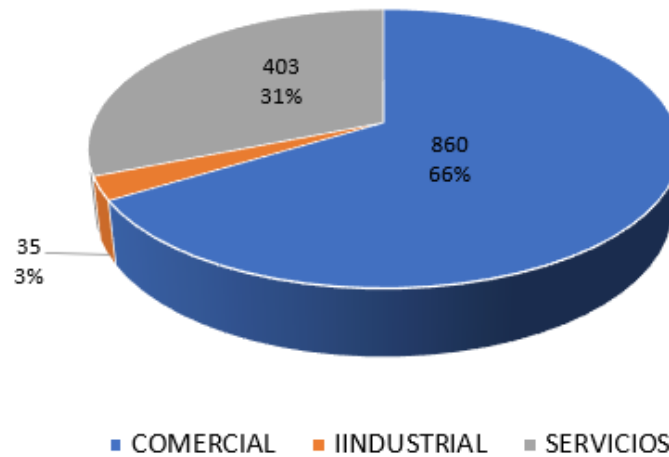
GRÁFICO 14. EMPLEOS GENERADOS EN EL MUNICIPIO



Los 1.298 establecimientos censados en el Municipio, generan 5.377 empleos, de los cuales la mayor parte son empleos fijos representados por un 89%, equivalentes a 4.800 personas empleadas y el otro 11%, es decir 577 personas, son empleados temporales.

De los 5.377 empleos generados en el municipio 166 personas correspondientes al 11% son extranjeros y 1.279 personas que equivalen al 89% son cabeza de hogar.

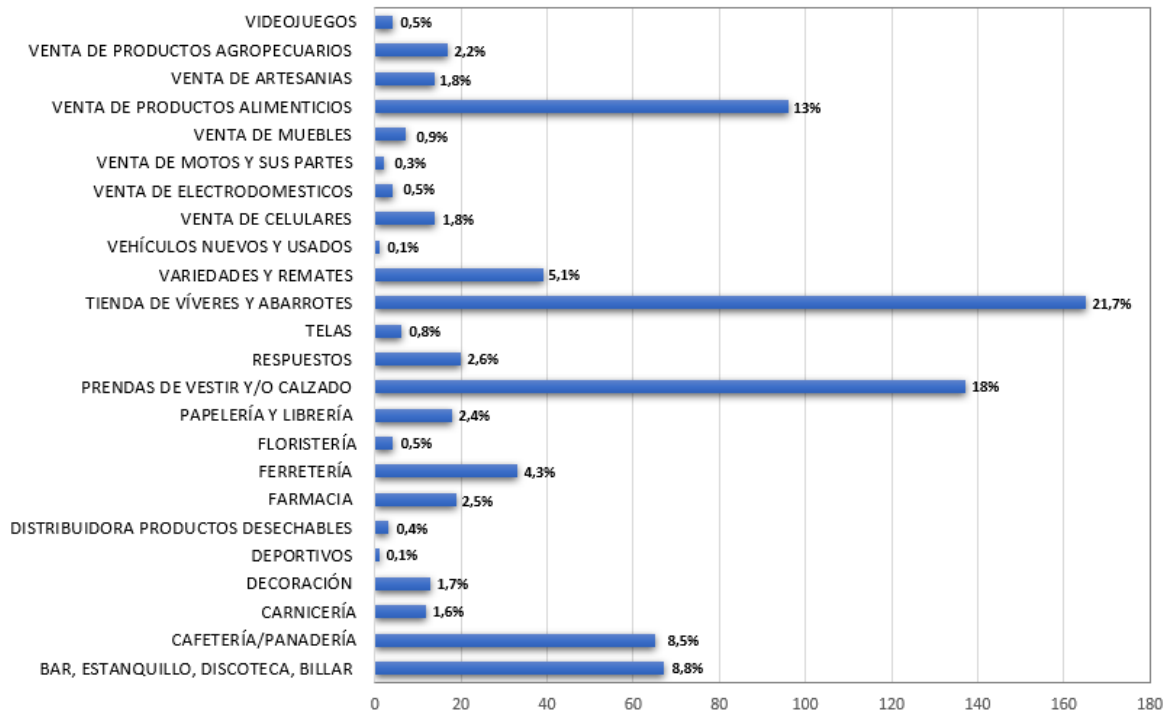
GRÁFICO 15. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA



La información presentada clasifica los establecimientos censados por sectores económicos, agrupando de esta manera las actividades empresariales que se desarrollan en el municipio.

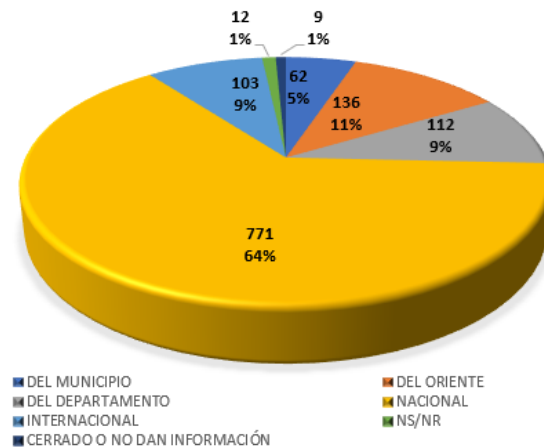
El sector Comercio representa la mayor actividad económica del municipio, con el 66%, equivalentes a 860 establecimientos; el segundo sector es el de Servicios con 31% que corresponden a 403 de ellos y el tercer sector es el de la industria a donde pertenecen 35 establecimientos, es decir, el 3%.

GRÁFICO 16. PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN EL SECTOR COMERCIAL



La actividad económica del sector comercio que más se concentra en el municipio es la de con un 21.7% es la de tiendas de víveres y abarrotes; la segunda actividad económica que más se desarrolla en el municipio con un 18% es la de venta de prendas de vestir y/o calzado y la tercera actividad que más se desarrolla es la que corresponde a venta de productos alimenticios que representan el 13% del total de unidades censadas.

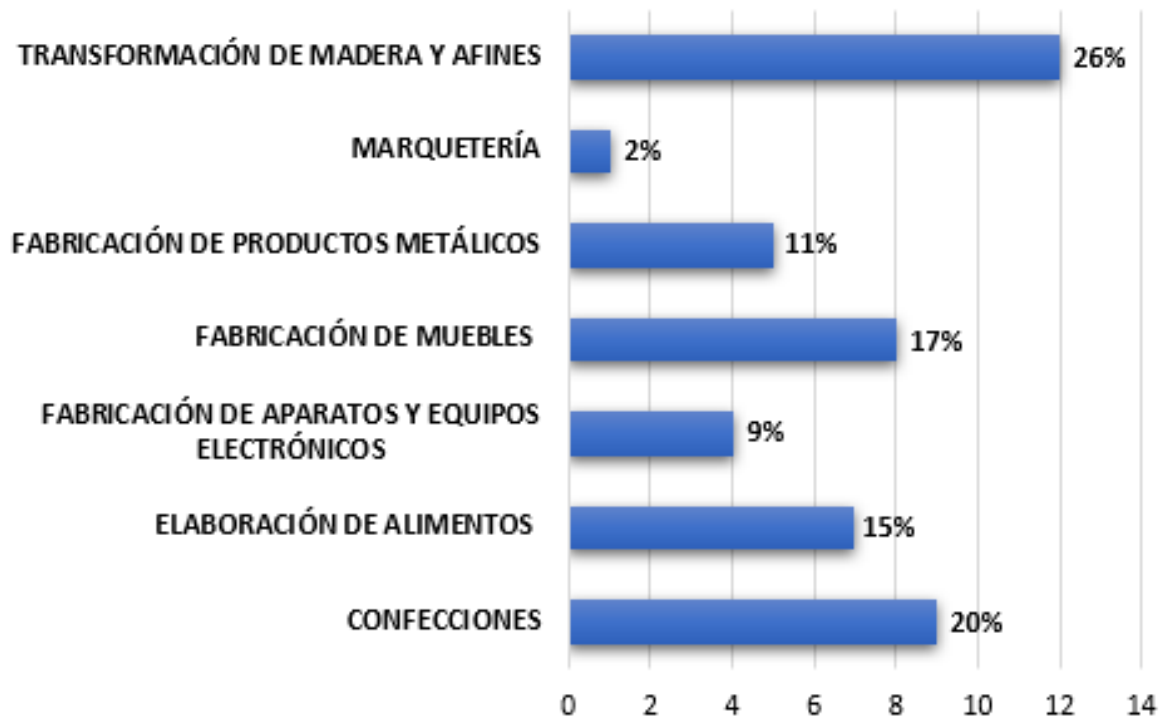
GRÁFICO 17. PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN EL SECTOR COMERCIAL



Las personas que respondieron el censo expresan que los productos que comercializan, en su mayoría son nacionales con él 64%, es decir, 771 establecimientos; seguido por el 11% que adquieren los productos que comercializan en él Oriente Antioqueño; el 9% en el Departamento y otro 9% equivalente a 103 establecimientos los adquieren fuera del país.

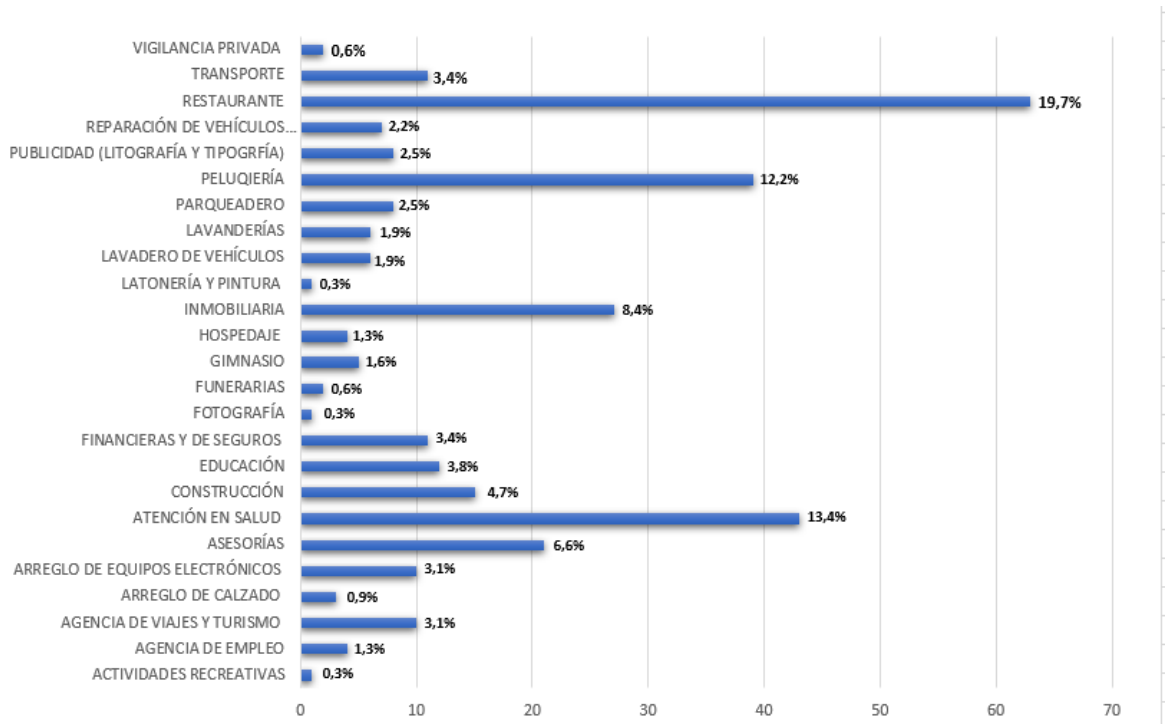
De las personas censadas 12 no tenían conocimiento de donde es la procedencia de los productos representadas en 1% y el otro 1% se encontraban cerrados o no quisieron suministrar la información.

GRÁFICO 18. PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN EL SECTOR INDUSTRIA



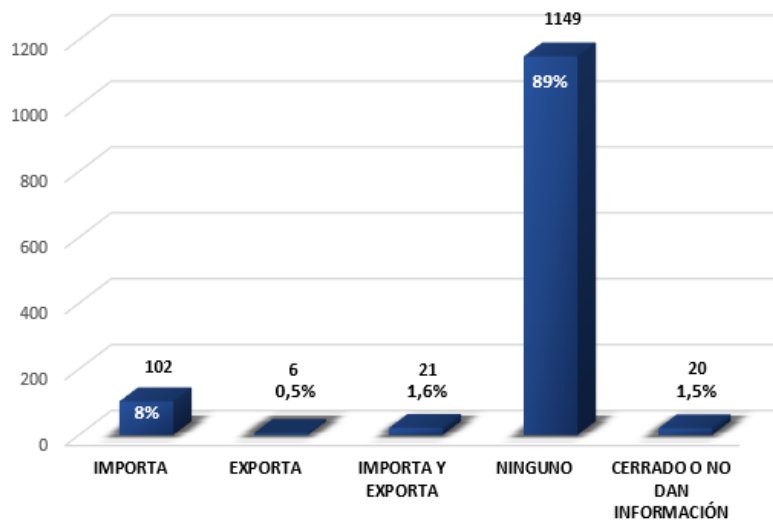
El sector industrial es el menos desarrollado en el Municipio con un total de 35 unidades empresariales dedicadas a este sector. Donde sobresale con un 26% la transformación de maderas y afines; seguida con un 20% por establecimientos que se dedican a la confección y el 17% a la fabricación de muebles.

GRÁFICO 19. PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN EL SECTOR SERVICIOS



Dentro de las tres actividades económicas del sector servicios que más se concentran en el municipio se encuentra en primer lugar el sector de restaurantes que representan el 19.7%; en segundo lugar con el 13.4% desarrollan su actividad en el sector que tiene que ver con la atención en salud, seguidos en tercer lugar por los establecimientos que prestan el servicio de peluquería con un 12.2%.

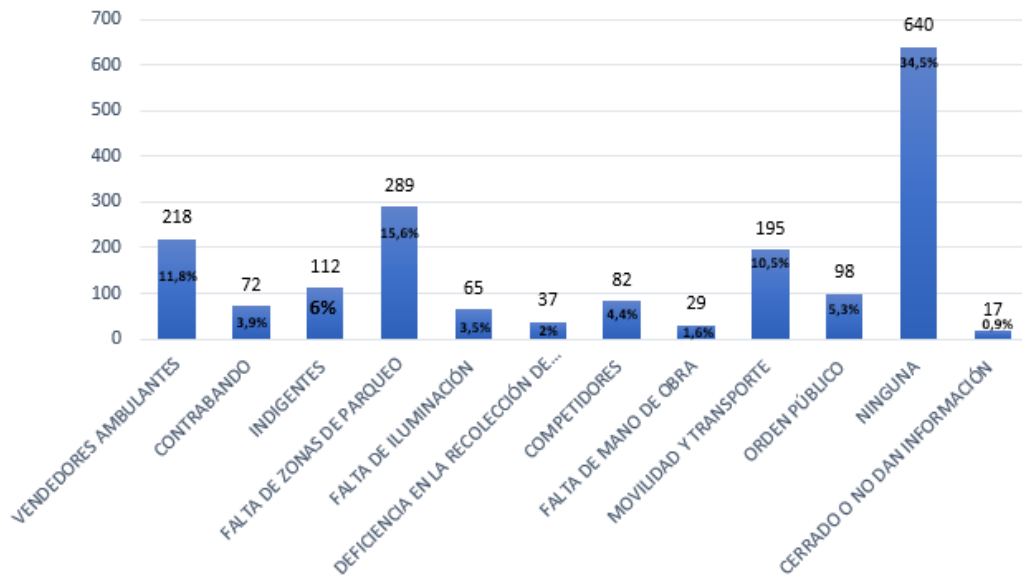
GRÁFICO 20. IMPORTA/EXPORTA



El municipio no se concentra en el ámbito de las exportaciones e importaciones, ya que el censo arrojó como resultado que 1.149 establecimientos, es decir el 89% de los 1.298 censados no realizan ningún tipo de estas operaciones. El 8%, equivalentes a 102 importan los productos para ejercer su actividad.

21 establecimientos de los censados importan y exportan, 6 realizan solo operaciones de exportación y 20 personas de las censadas expresaron que no tener conocimiento de donde provienen los productos que comercializan.

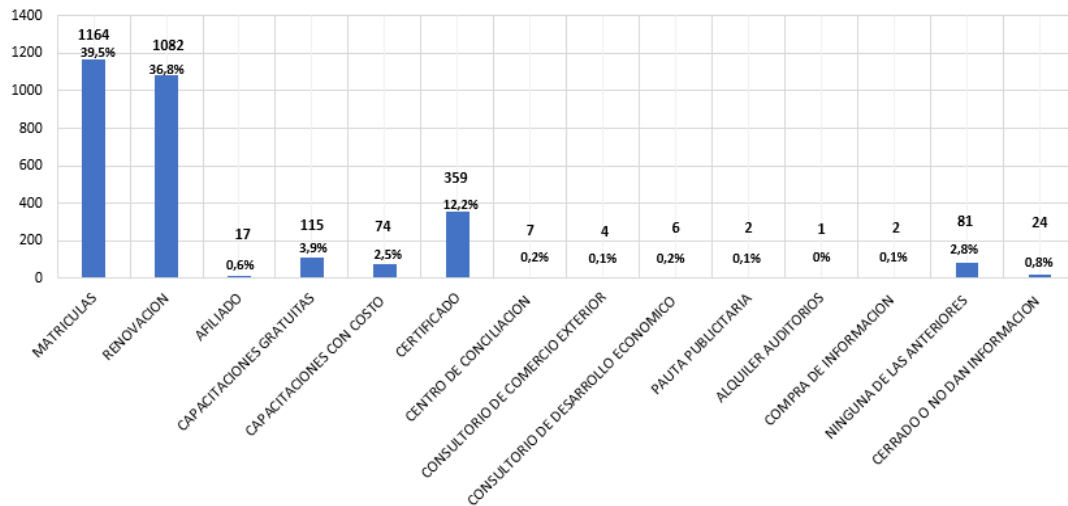
GRÁFICO 21. PROBLEMÁTICAS QUE HAN AFECTADO LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO



El 34.5%, es decir, 640 de los establecimientos censados en el municipio no han sido afectados por alguna problemática social para el ejercicio de su actividad comercial. El otro 65.5% ha presentado problemáticas donde las que mas sobresalen son:

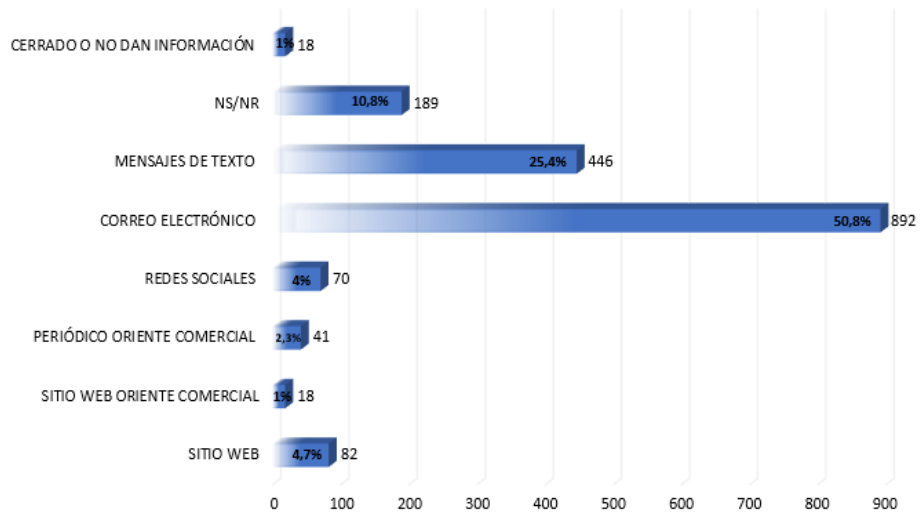
En primer lugar, con el 15.6% correspondiente a 289 establecimientos han sido afectados por la falta de zonas de parqueo; seguido en segundo lugar con el 11.8%, es decir 218 establecimientos que han sido afectados por los vendedores ambulantes y en tercer lugar con el 10.5% por movilidad y transporte.

GRÁFICO 22. SERVICIOS QUE HA UTILIZADO DE LA CAMARA DE COMERCIO DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO



De los 1.298 establecimientos censados el servicio más utilizado en el municipio con 1.164 unidades, equivalente a un 39.5% es la inscripción de matrícula mercantil; seguido de la renovación de la representada por el 36.8%, es decir 1.082 establecimientos de comercio. El 12.2% han solicitado certificados del registro mercantil, correspondientes a 359 unidades empresariales y el 2.8%, equivalente a 51 establecimientos no han utilizado los servicios de la Cámara de Comercio.

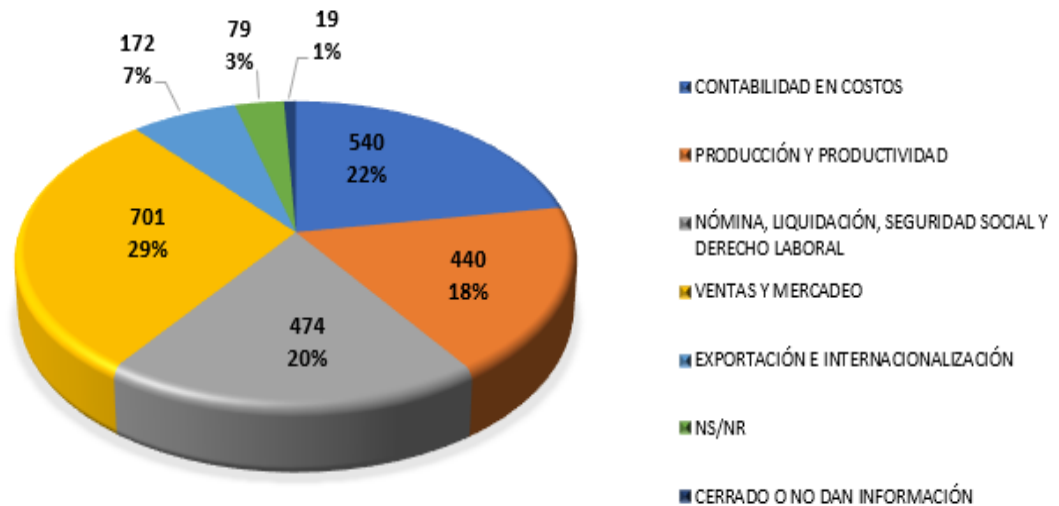
GRÁFICO 23. MEDIO POR EL QUE LOS EMPRESARIOS SE INFORMAN SOBRE LA CCOA



El medio más usado por el cual los empresarios se informan de la Cámara de Comercio con el 50.8% es el correo electrónico correspondiente a 892 personas; en segundo lugar se encuentra con el 25.4%, es decir, 446 personas de las censadas que se informan a través de mensajes de texto que son enviados por la Cámara de Comercio sobre sus diferentes actividades y servicios y en tercer lugar con el 4%, es decir, 70 personas se enteran por medio de las redes sociales.

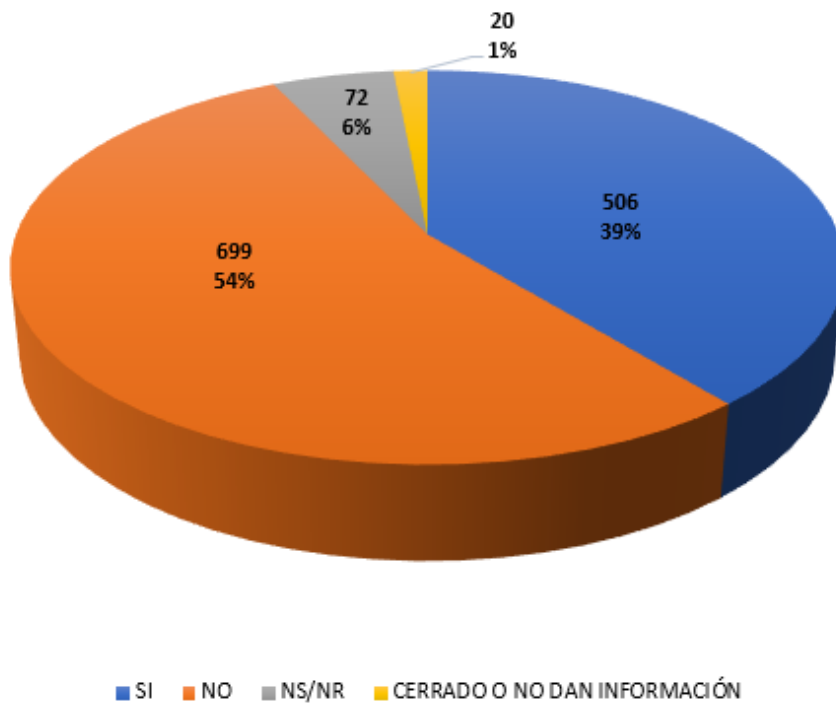
Se debe tener en cuenta que el 10.8% equivalente a 189 personas no tenían conocimiento de algún medio para informarse sobre los servicios que brinda la Cámara de Comercio.

GRÁFICO 24. CAPACITACIONES DE INTERÉS PARA LOS EMPRESARIOS



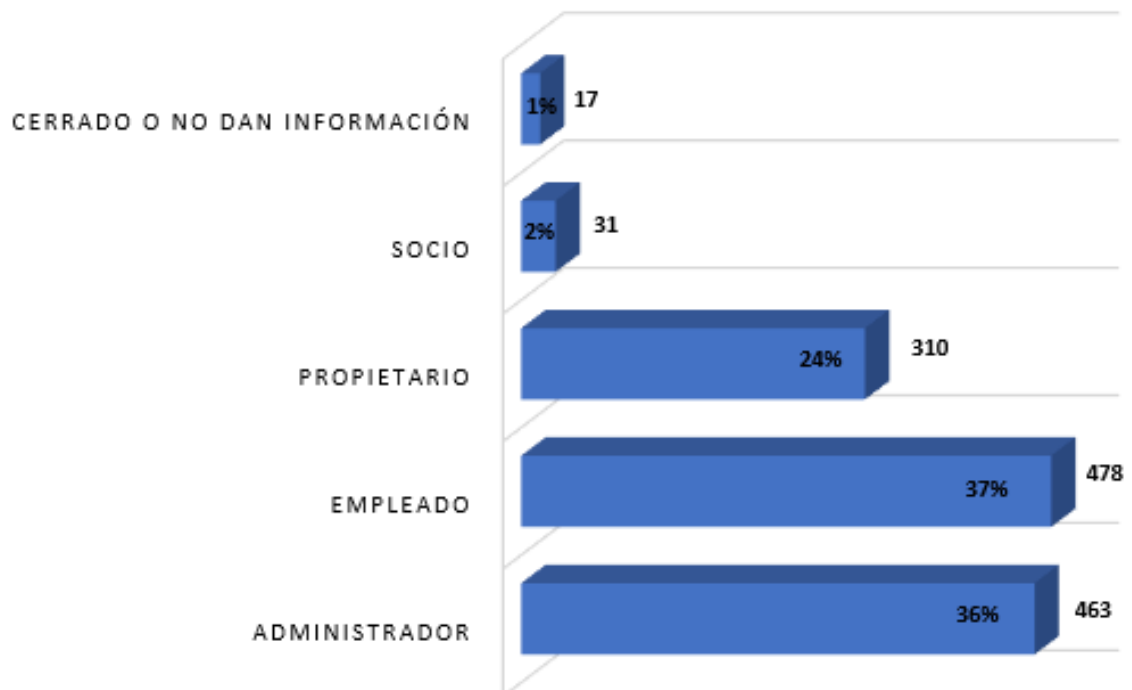
De las 1.298 personas censadas en los establecimientos, el 29% correspondiente a 701 personas expresaron su interés en capacitarse en ventas y mercadeo; seguido con el 22%, es decir, 540 personas que quieren recibir capacitaciones sobre contabilidad en costos; y en tercer lugar 440 de las personas censadas equivalentes al 18% desean ser capacitados en el área de producción y productividad.

GRÁFICO 25. CONOCIMIENTO SOBRE LOS TRÁMITES VIRTUALES E LA CCOA



El 54%, correspondiente a 699 de las personas que atendieron el censo no tienen conocimiento sobre los trámites virtuales que ofrece la Cámara de Comercio; mientras que 506 personas, equivalentes al 39% han usado los trámites virtuales.

GRÁFICO 26. RELACIÓN DE LA PERSONA CENSADA CON EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO



De las personas censadas el 37% corresponde a empleados, es decir 478 personas; el 36% corresponde a administradores de los establecimientos, es decir, 463 personas; el 24% son propietarios, es decir 310 personas; el 2% son socios del establecimiento y 17 personas corresponden a personas que no suministraron la información, representados por el 1% de los censados.

9. HALLAZGOS

- Los empresarios que tienen toda la documentación mostraron una buena actitud y disposición en el momento de responder el Censo, a diferencia de las personas que están ejerciendo su actividad de manera informal, quienes respondieron de forma brusca.
- El censo evidencia que la Alcaldía Municipal da un plazo de tres meses a los nuevos comerciantes para que realicen su inscripción en Cámara de Comercio y a su vez en este lapso de tiempo puedan verificar si la actividad comercial si será viable para seguirla ejerciendo.
- Los comerciantes en su mayoría expresaron que las obras viales en un 80% afectaron las ventas e ingresos en sus establecimientos y aunque no desconocen la importancia de las mismas, piensan que la Administración Municipal debió tener mejores estrategias para que el sector comercial no se viera tan afectado.
- En el centro comercial savanna los comerciantes manifiestan su preocupación por la inseguridad y los constantes robos que se presentan, aunque agradecen la gestión de la administración.
- Lo comerciantes del municipio de Rionegro presentan mayor conocimiento y cultura sobre todo lo que tiene que ver con el registro mercantil.
- Las personas que atendieron el censo informaron que en las visitas que han recibido por parte de Industria y comercio les han dado a entender que el registro mercantil no es de importancia, es que es mejor que tramiten todo lo que tiene que ver con Industria y Comercio.
- Algunos Centros Comerciales exigen que los establecimientos que van a ejercer su actividad en el mismo tengan toda la documentación.

- Las personas expresan que las capacitaciones que ofrece la Cámara de Comercio deberían ser todas gratuitas, realizar varias de forma virtual y pensar en la posibilidad de que se puedan hacer los días sábado.
- Los establecimientos que están ejerciendo su actividad desde hace 1 mes o máximo dos meses, expresaron que realizaran su matrícula en Cámara de Comercio entre los meses de enero a marzo del año 2010.
- El censo logró que los empresarios conocieran un poco más sobre los servicios que presta la Cámara de Comercio del Oriente y la Secretaría de Desarrollo económico y competitividad del Municipio de Rionegro.
- Los documentos legales de la mayoría de establecimientos de Centros Comerciales más grandes los realizan desde las sedes principales, por lo cual los empleados no tienen conocimiento sobre como realizan los trámites que tienen que ver con la contabilidad y/o formalización.
- Es notorio que los propietarios o personas encargadas de realizar todos los trámites de la CCOA, que es a quienes les llegan las notificaciones e invitaciones a las capacitaciones; no extienden la información a los empleados sobre las mismas.
- En la mayoría de los establecimientos comerciales, los propietarios o empleados manifestaron que sus ventas han disminuido notoriamente y les gustaría que entre la alcaldía y la cámara de comercio impulsaran más el sector comercial y la economía del municipio.
- En la zona central del municipio se evidencio constantes quejas por los vendedores ambulantes, ya que son personas que ejercen una actividad comercial sin pagar impuestos, por lo tanto pueden vender más económico,

10. CONCLUSIONES

- Se logró la recolección y tabulación de información de primera mano de las unidades económicas censadas en los centros comerciales y malls del Municipio de Rionegro, lo que facilita la gestión por parte de la Cámara de comercio y de la Administración Municipal para el aumento de la formalización empresarial en el Municipio.
- El total de establecimientos censados en el municipio de Rionegro corresponde a 1.298 unidades empresariales, de las cuales el 90% se encuentran en Industria y Comercio y en Cámara de Comercio, el 3% sólo en Industria y Comercio, el 2% sólo en CCOA y un 6% no aparece registrado en ninguna de las dos entidades. Es de aclarar que los cruces de las bases que dan el resultado expuesto, se dificultan debido a que las personas en algunos casos no proporcionan la información correcta y en otros casos no coincide con la registrada en las entidades de control.
- Se evidencia claramente con la recolección de la información en el municipio de Rionegro, que el sector más representativo y que abarca la mayoría de las unidades económicas corresponde al sector Comercial (66%), seguido de las empresas prestadoras de servicios (31%) y finalmente el sector industrial (4%).
- Las empresas encuestadas reportan un total de 5.377 empleos, de los cuales 4.800 (89%) corresponden a empleos fijos y 577 (11%) a empleos temporales.
- En el municipio de Rionegro, la CCOA tiene un gran reconocimiento por parte de los empresarios y comerciantes, se evidencia una buena percepción de

los servicios ofrecidos por la empresa y los beneficios reflejados por la entidad, sin embargo, se debe continuar fortaleciendo la imagen y calidad del servicio de la CCOA en los 23 municipios del Oriente Antioqueño.

- Algunos comerciantes se reúsan a dar información, justificando que es para cobrar más impuestos.
- Los vendedores ambulantes han afectado a más del 50% de los establecimientos de comercio que se encuentran ubicados en la zona central del municipio.
- Los comerciantes exigen que haya mayor control sobre los establecimientos informales que hay en el Municipio.

11.RECOMENDACIONES

- Para las unidades económicas identificadas que no tienen Registro Público Mercantil, es necesario que las autoridades aumenten la vigilancia y control para exigir el cumplimiento de la ley 1801 de 2016 “Nuevo código de policía y convivencia ciudadana”, para propiciar igualdad de condiciones a las unidades empresariales formales.
- Con la información que se recolecto en el Censo Empresarial se identificaron individualmente todas las unidades económicas formales e informales con sus respectivas características; se debe de utilizar esta información para promover la formalización empresarial e identificar las necesidades de los empresarios.
- La información recolectada mediante los Censos Empresariales se desactualiza rápidamente, es por esto que la actualización se debe hacer mediante las bases de datos que consolidan las autoridades que controlan la actividad empresarial de cada municipio.
- Se recomienda diligenciar los registros de Industria y Comercio con base en el certificado del registro público mercantil, con el fin de tener información clara y confiable en los registros del municipio, sanear bases de datos y facilitar permanentemente el cruce de información para la identificación de nuevas unidades empresariales que incentiven el recaudo del impuesto de Industria y Comercio.

- En cuanto al uso de las Tics en el municipio de Rionegro, se recomienda culturizar y capacitar a los empresarios en las nuevas tendencias que se mueven a través del mundo de las tecnologías.
- Aprovechar las capacitaciones sobre Inspección, Vigilancia y Control, realizadas en el presente año (2019) en el municipio de Rionegro, para programar visitas multidisciplinarias de control.
- Promover la campaña sobre los requisitos para operar y crear empresa, bajo la ley 1801 de 2016 “Nuevo código de policía y convivencia ciudadana” entre la alcaldía y la CCOA.

12.ANEXOS

- Base de datos censo comercial y empresarial con cruces de información
- Presentación en Power Point