

Balance Junta Directiva 2022

La historia y sus múltiples caminos nos han enseñado ciertamente que el progreso no es otra cosa que la realización de las utopías.

La evolución del hombre y de la civilización no ha sido más que el resultado de la superación inagotable de sus miedos y de sus muy íntimas limitaciones.

En nuestro diario trasegar hay algo claro y es que avanzar significa siempre dar un paso sobre nuestras debilidades para construir nuevos horizontes de progreso.

Si devolvemos la rueda del tiempo y nos situamos 30 años atrás, cuando apenas iniciaba labores esta institución cameral, difícilmente podríamos avizorar esta realidad. Pero aquí estamos presentes y ante un hecho inapelable y objetivo que nos indica ciertamente que estamos progresando y alcanzando grandes metas y propósitos institucionales.

Desde la Junta Directiva queremos aprovechar este trigésimo aniversario cameral para rendir hoy un merecido tributo a todos los actores públicos, privados, gremiales y académicos que, directa o indirectamente, han aportado, a lo largo de estas 3 décadas, lo mejor de sus capacidades, e interpuesto sus mayores esperanzas y esfuerzos en pro de la permanencia, transparencia y crecimiento de nuestra institución.

Llegar a esta instancia con un excelente inventario de realizaciones no puede ser atribuido al azar, al simple devenir de un mercado cautivo o la casualidad.

Aquí se entremezclan varios aspectos: El liderazgo y el acertado criterio de todos los empresarios, comerciantes y dirigentes que promovieron y que han integrado las diferentes Juntas Directivas de la Cámara. Gracias mil a todos ellos.

El retador compromiso, el profesionalismo, la capacidad de gestión y el espíritu de superación de todos y cada uno de nuestros Directivos y Empleados.

Ni que decir de la indiscutible fidelidad, confianza y apoyo de todos nuestros Matriculados y Afiliados. Destacar, igualmente, el acompañamiento de valioso y asertivo acompañamiento de las Administraciones Municipales de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta, que nos han asumido como sus aliados naturales para el desarrollo y la competitividad económica.

Igual reconocimiento para todo ese cúmulo de stakeholders, consultores, y cooperantes con los que hemos tejido y con los cuales seguimos configurando alianzas, contratos y convenios que nos permiten contribuir a la calidad de vida y al mejor desarrollo competitivo y productivo de nuestra región.

Ni la historia ni nuestras comunidades nos perdonarían que fuéramos inferiores a los retos que nos propone la construcción de una región, un país y un escenario socioeconómico acordes con las exigencias y compromisos de los tiempos presentes y por venir.

Aquí y ahora, debe quedar claro que nuestro compromiso ha sido, es y seguirá siendo con nuestros empresarios y comerciantes del Aburrá Sur.

Se trata de seguir adelante con una tarea visionaria, incluyente e impactante. Sin distingos sectoriales, de tamaño o grado de madurez.

Nuestra misión estratégica apunta a sus necesidades y sus expectativas. Y busca materializar, impulsar y promover todo aquello que contribuya a su mejoramiento competitivo, a la dinamización de sus mercados, al empleo digno y al fortalecimiento de las estructuras administrativas y gerenciales que soportan su desarrollo organizacional.

A quienes le han apostado a este propósito y a quienes han creído firmemente en nuestra labor y, aún, a quienes han objetado algo de ella, queremos invitarlos hoy para que juntos, en una cruzada neutral, tolerante, democrática, solidaria, sin sectarismos y con sentido de Ciudad-Región, sigamos trabajando por esta causa.

Nuestra entidad es hoy un testimonio de vida, de progreso, de mejoramiento social, de esperanza gremial y de servicio incondicional a las iniciativas privadas, en armonía con los propósitos de desarrollo que lideran los demás actores con los que interactuamos en el Aburrá Sur, en Antioquia, en el país y en otras latitudes del planeta.

“Yuluca” es un término que los indios Koguis de la Sierra Nevada pronuncian con profundo respeto. Significa: Estar de Acuerdo y En Armonía.

Ellos consideran que para lograr esta meta es necesario canalizar tres fuerzas especiales: el PODER para servir, el PLACER para amar, y el POSEER para compartir.

Queremos seguir pensando, como siempre lo hemos hecho, que, pese a todas las adversidades que nos circundan, nada ni nadie podrá evitar que desde la Cámara de Comercio Aburrá Sur podamos seguir practicando este credo filosófico y haciendo cosas buenas, pertinentes y productivas por nuestra tierra, por Antioquia y por Colombia.

MUCHAS GRACIAS

Balance Presidencia Ejecutiva 2022

A comienzos de los noventa el Aburrá Sur contaba con cerca de 1.200 empresas grandes y medianas y con más de 11.000 micros y pequeñas empresas, y era uno de los mayores polos exportadores de Antioquia en productos manufacturados de químicos, confecciones, textiles, automóviles, motocicletas, vidrio, zapatos de caucho y grasas, entre otros.

La zona tenía, además, el mayor índice habitacional y poblacional del Departamento; poseía cerca de 68 bancos y corporaciones de ahorro y vivienda asentadas en sus 5 municipios; generaba un alto porcentaje del empleo masivo de Antioquia y poseía (y aún sigue mostrando resultados y en franco crecimiento) la más moderna y funcional Central Mayorista de Abastecimiento de Latinoamérica; en aquellos días, con más de 500 establecimientos comerciales de distribución de abarrotes y víveres.

En el campo textil, el Aburrá Sur representaba en los años noventa uno de los complejos confeccionistas más importantes de América y contaba con algunos de los más grandes centros comerciales para la distribución de confecciones en Colombia.

Por aquella época el Municipio de Caldas resaltaba por su producción maderera y en locería, en tanto que el Municipio de Envigado mostraba una gran fortaleza empresarial en el campo de las lámparas, el vidrio, la decoración y el ensamble de vehículos.

El Municipio de Itagüí reportaba con orgullo su producción en los campos textil-confección, metalmecánico y de mueblería; La Estrella se destacaba por su plataforma de servicios turísticos y recreativos, y el Municipio de Sabaneta por su oferta de servicios de ingeniería, así como por la producción de cerámicas, aceites, grasas y alimentos.

Este potencial industrial y comercial se encontraba respaldado por una eficiente, moderna y creciente plataforma de servicios públicos, la cual daba cuenta del importante atractivo de la región y de los factores estratégicos que habían propiciado su desarrollo hasta ese momento.

Basta señalar que al año 1990 el Aburrá Sur tenía matriculados en Itagüí y Envigado el 61% de los vehículos que circulaban en Antioquia y contaba con las mayores empresas de transporte intermunicipal del Departamento.

Sólo en las 5 poblaciones del Aburrá Sur operaban en aquella época alrededor de 5.000 teléfonos automáticos, con lo cual ocupaba el tercer lugar en Colombia en este servicio.

Desde la perspectiva del sector público, se destacaba la presencia de dos ciudades intermedias como Itagüí y Envigado.

Esto explica por qué la creación de la Cámara de Comercio Aburrá Sur no surgió de un “simple capricho o brote separatista”, sino de un devenir histórico, social y económico que clamaba con urgencia el nacimiento de esta entidad en esta franja metropolitana.

Su nacimiento fue el fruto de una solicitud justa, objetiva y necesaria que una zona sometió a consideración del Gobierno Nacional y que, luego de muchas luchas, insistencias y reclamos, obtuvo su justo y merecido reconocimiento, con la expedición del Decreto No. 0359 del 24 de Febrero de 1992.

La más antigua de las poblaciones del Aburrá Sur es Envigado, el cual fue elevado a la categoría de municipio en 1814. Le siguieron, en su orden, Itagüí, en 1831; La Estrella, en 1833; Caldas, en 1848, y Sabaneta, en 1967.

Todos ellos nacieron como fruto de un pujante desarrollo social, motivado fundamentalmente por el asentamiento en sus respectivas jurisdicciones de proyectos sociales, industriales y comerciales de singular trascendencia.

Ya con 30 años de existencia. La Cámara de Comercio Aburrá Sur es una institución que, aunque pequeña en edad, ha alcanzado una madurez que la coloca como una de las más sólidas entidades camerales de Colombia.

En dicho crecimiento han jugado un papel de primer orden diversos actores que, en distintos momentos, contribuyeron a que la organización sea lo que hoy representa: Una Agencia de Desarrollo Regional que integra a 5 de los municipios más competitivos y dinámicos del Departamento de Antioquia, a saber, Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta.

Desde los esbozos iniciales para su creación, pasando por la puesta en marcha del proyecto, hasta las fases de proyección, crecimiento y consolidación, múltiples han sido los líderes que han colocado su grano de arena para el engrandecimiento de una entidad que convoca, suma y gestiona progreso; que se respeta; que se admira; y que enorgullece al Sur del Valle de Aburrá y a Antioquia en general.

Hoy, 30 años después de su nacimiento la Cámara invierte alrededor de \$12.000 millones (Alrededor del 60% de su Presupuesto del 2022), en sus tareas registrales y en la ejecución de planes, programas, proyectos y servicios de alto impacto y pertinencia para la competitividad económica de las cerca de 37 mil unidades productivas que operan en la región.

Sus acciones permean el ADN de la económica regional en todas sus etapas, desde la Formalización Empresarial, pasando por el Emprendimiento, el Fortalecimiento de Brechas Competitivas de las Mipymes, la Productividad, la Transformación Digital y la Innovación a través de su Hub de Innovación y sus Programas Open Sur y Aburrá Sur Online, el Alistamiento Financiero, la Internacionalización Económica, y las Conexiones Comerciales para dinamizar las economías locales.

A lo largo de este ciclo virtuoso de la evolución empresarial la Cámara ha tejido un sinnúmero de convenios, alianzas y acuerdos público-privados, gremiales y académicos que suman nuevas fuerzas, conocimientos y apoyos para la transformación económica del Aburrá Sur.

Las metas actuales, asentadas en un Direccionamiento Estratégico, centrado en la Experiencia del Cliente y en la Pertinencia y Eficacia de sus servicios, con un gran énfasis en las cerca de 32.000 Microempresas que despliegan sus emprendimientos en los 5 municipios del Aburrá Sur.

Conscientes de la importancia de los límites y capacidades de nuestro territorio económico, nuestra mirada se centra ahora en un ambicioso proceso de reindustrialización económica, basado en los Sectores de Comercio y Servicios con un Alto Valor Agregado, y basadas en conocimiento, innovación, nuevas tecnologías, visión internacional y empleos estables y excelente remuneración.

Ese escenario de futuro se fundamenta en 4 ejes transformadores: Fortalecimiento de Encadenamientos Productivos Especializados (Sustitución de Importaciones y Desarrollo de Proveedores) en los sectores Aeronáutico y de Astilleros Menores; Economía Circular (Desarrollo de Subproductos a partir de Desechos Industriales y Orgánicos); Plan Maestro de Turismo Regional (Con énfasis en el Ecoturismo con apoyo de oferta cultural y gastronómica), y el Hub Tecnológico del Aburrá Sur, a partir de su gran capital empresarial enfocado en la Transformación Digital.

Todo este esfuerzo no tiene otro propósito que construir y promover capacidades que le permitan a todas nuestras comunidades gestionar un futuro mejor y acceder, a través del emprendimiento y el empleo, a un mayor bienestar y calidad de vida.

Son hechos, realidades, sueños cumplidos y visiones de futuro que enmarcan 30 años de labores en los que hemos construido una historia digna de contar.

Balance Jurídico y de Registros 2022

Durante la vigencia 2022 la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica y el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara, consolidó una importante gestión acorde con las responsabilidades comprometidas en el Plan Anual de Trabajo de dicha vigencia.

1. Registros Públicos

1.1. Registro Mercantil

En 2022 se matricularon en la entidad, entre Personas Naturales, Sociedades y Establecimientos de Comercio, un total de **10.898**, incluidos las que se tramitaron a través del Registro Único Empresarial y Social - RUES y la Ventanilla Única Empresarial – VUE, los cuales fueron consignados en los respectivos formularios (físicos y electrónicos) y, posteriormente revisados, tramitados y debidamente almacenados.

1.1.1. Matrículas

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
4.263	2.222	4.413

1.1.1.1 Matrículas a través del RUES responsable Aburrá Sur

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
280	423	233

1.1.1.2. Matrículas a través de la Ventanilla Única Empresarial - VUE

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
448	122	387

Se efectuaron **46.760** Renovaciones de Personas Naturales, Sociedades y Establecimientos de Comercio, incluidas las presentadas a través del RUES.

1.1.2. Renovaciones

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
13.643	11.116	22.001

1.1.2.1. Renovaciones a través del RUES - Cámara Responsable Aburrá Sur

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
65	80	760

Se efectuaron **7.676** Cancelaciones de Personas Naturales, Sociedades y Establecimientos de Comercio, incluidas las presentadas a través del RUES.

1.1.3. Cancelaciones

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
3.591	721	3.364

1.1.3.1. Cancelaciones a través del RUES - Cámara Responsable Aburrá Sur

Personas Naturales	Personas Jurídicas	Establecimientos
56	36	96

1.1.4. Registros

Se efectuaron en el Registro Mercantil **39.366** registros contenidos en Escrituras Públicas, Contratos, Documentos Privados, Cancelaciones y algunos otros solicitados por las diferentes autoridades administrativas y judiciales.

Por el servicio RUES, siendo responsable la Cámara de Comercio Aburrá Sur, se registraron **3.327** actos y documentos.

Así mismo, fueron expedidos por parte de la Cámara **117.430** Certificados de Existencia y Representación Legal, de Registro Mercantil, Libros, Certificados Especiales, de Proponentes y de Entidades Sin Ánimo de Lucro, sin contar la expedición de certificados que fueron solicitados por las diferentes entidades estatales y los requeridos para uso interno.

A través del Servicio RUES fueron expedidos los siguientes certificados: **7.642** de Registro Mercantil y Representación Legal, **92** de Entidades Sin Ánimo de Lucro y **10** de Proponentes.

Como Servicio de la Cámara, en calidad de Receptora del RUES, fueron atendidos por Matrícula **653**; Por Renovación **1.649**, y por Cancelación fueron atendidos **407** trámites.

Los documentos recibidos para Inscripción en otra Cámara fueron **5.751** y se tramitaron **6.922** Certificados de otras cámaras.

1.1.5. Certificados

Entidades sin Ánimo de Lucro	Proponentes	Registro Mercantil y Representación Legal
2.862	1.509	113.059

1.1.6. Asesoría Jurídica en temas registrales

La Cámara brindó a su comunidad empresarial y comercial asesoría en temas jurídicos, especialmente en aspectos propios de las sociedades (Constitución de S.A.S, entre otras), los Contratos Mercantiles, Arrendamiento de Locales Comerciales, Registro de Proponentes, Registro Nacional de Turismo, Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro y Empresas Asociativas de Trabajo.

Igualmente capacitó a sus empresarios en temas de Registro Único de Proponentes, Registro Nacional de Turismo (RNT), Entidades sin Ánimo de Lucro, Constitución de Empresas bajo los parámetros de la normatividad vigente y los trámites ante el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición.

En ejecución de lo anterior, fueron brindadas **2.277 asesorías de manera presencial y virtual**, todas las cuales fueron previa y debidamente agendadas.

Así mismo, con el fin de poder hacer un acompañamiento más completo y atender oportunamente a nuestros usuarios, se continuó con el **Servicio del Chat para las Consultas sobre Temas Registrales, las cuales sumaron 16.832 en la vigencia del 2022.**

Con el fin de continuar consolidando la atención y facilitar el ingreso de los documentos en forma virtual, se avanzó en la prestación del **Servicio de Agendamiento de Citas a través de nuestra Página Web (www.ccas.org.co).**

Allí se orienta al usuario desde el ingreso del documento hasta el pago, evitando así un alto grado de Devoluciones. Este servicio es atendido exclusivamente por personal de la Dirección de Servicios Registrales.

A ello se sumó que, desde los puestos de orientación, todos los días hábiles del año se ofreció información puntual de trámites y diligencias que se cumplen en Cámara, tanto a nivel registral como desde el punto de vista del respaldo empresarial.

1.1.7. Seguimiento Atención Usuarios en Sedes

Con el fin de monitorear permanentemente la atención que se brinda a los usuarios en las 5 sedes institucionales, la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica realizó control de los turnos atendidos en los puestos de Caja y Orientación en las diferentes sedes corporativas.

Semanalmente se analizaron estos reportes con el fin de realizar ajustes en la capacidad de respuesta en cada sede cameral.

Este ejercicio sirvió, igualmente, para adoptar medidas complementarias en materia de fortalecimiento de la infraestructura física y tecnológica, al igual que en materia de capacitación del personal para garantizar la prestación idónea y oportuna los servicios registrales.

1.1.8. Devoluciones

No todos los documentos recibidos en la Cámara en la vigencia del 2022 pudieron ser registrados, toda vez que algunos presentan inconsistencias de orden legal que impiden su registro. Esto supuso elaborar Notas de Devolución.

En el año 2022 se efectuaron las siguientes Devoluciones: **4.667** en relación con el Registro Mercantil, **598** del Registro de Proponentes, y **282** de Entidades Sin Ánimo de Lucro.

Una vez efectuada la Nota de Devolución, el abogado que estudia el trámite le envía en forma inmediata un correo al interesado reportándole un Link para que pueda visualizar la Nota de Devolución realizada.

Adicionalmente, como nuevo servicio que mejora la Experiencia del Cliente, a partir del mes de noviembre del 2022 se contacta, por Vía Telefónica, a cada usuario, con el fin de informarle sobre la devolución efectuada y orientarlo en el reingreso de la documentación, para evitar así el desistimiento tácito de las solicitudes de registro que se presentan a la Entidad.

1.1.9. Respuesta a Consultas de Entes Oficiales

En el 2022 se atendieron comunicaciones, exhortos y oficios de las distintas entidades del Estado, tales como: DIAN, Policía Nacional, Fiscalía, Juzgados, entre otros.

En total se despacharon **1.080** oficios y respuestas a solicitudes de certificados e información. Lo anterior se suma a los convenios interinstitucionales que ha suscrito la Cámara para que algunas entidades públicas acceden y consulten directamente las bases de datos institucionales, a través de la Página www.rues.org.co.

1.1.10. Requerimientos de Despachos Judiciales

Los oficios de embargo y otras medidas cautelares relacionadas con limitaciones al dominio de los establecimientos de comercio o de las diferentes participaciones de los socios en las sociedades que solicitaron los despachos judiciales y entidades con jurisdicción coactiva (DIAN, Municipios etc.), al igual que las inhabilidades para ejercer el comercio, fueron debidamente atendidas por el Área de Registros en la vigencia 2022.

En dicho año fueron registrados y atendidos **1.890** requerimientos de este tipo y se enviaron las respectivas comunicaciones, dejando constancia del registro o no de la medida.

1.1.11. Capacitación en Temas Registrales

En el 2022 la Cámara, a través de su Dirección de Servicios Registrales, desarrolló una Agenda Académica para los comerciantes y usuarios de los 5 municipios que integran su jurisdicción, la cual tenía como propósito fortalecer los temas registrales y otros aspectos relacionados con la competitividad comercial.

En cumplimiento de esta tarea se realizaron un total de **7** Conferencias y Seminarios dirigidos a **296** empresarios, comerciantes, emprendedores y público en general.

Los temas que se destacaron fueron: Cámara Itinerante (principios empresariales) y Creación de Empresas, Disposiciones en Registro de Proponentes y Registro Nacional de Turismo, El Poder de las Franquicias, Protección de Datos, entre otros.

1.1.12. Conceptos Jurídicos y Resoluciones

En el 2022 la Dirección Jurídica y de Servicios Registrales de la Cámara estudió y elaboró los conceptos sobre diferentes temas de índole jurídico, a petición de la Presidencia Ejecutiva, la Junta Directiva, el personal corporativo, los comerciantes y las entidades públicas y privadas que así lo requirieron.

De igual forma se proyectaron, dentro de la oportunidad legal, los Actos Administrativos (Resoluciones), tanto en materia de Registro Mercantil y Entidades Sin Ánimo de Lucro, que fue necesario expedir.

La Dirección de Servicios Registrales y Jurídica respondió, dentro de la oportunidad legal prevista, los diferentes **Recursos de Reposición** que se presentaron con relación a los registros y notas de devolución de plano efectuadas por el área.

Así mismo, concedió **7 Recursos de Apelación ante la Superintendencia de Sociedades**, los cuales fueron resueltos por este ente, confirmando en 6 de ellos la decisión adoptada por la Cámara.

1.1.13. Gestión Contractual de la Cámara y del Área

La Dirección de Servicios Registrales y Jurídica estudió, elaboró y analizó los múltiples contratos y convenios que celebró la entidad con diversos contratistas.

Así mismo, se efectuó el seguimiento y acompañamiento a todos aquellos contratos que le correspondió supervisar o ejercer al Área Jurídica.

También le correspondió la elaboración y revisión de parte del acervo contractual que se requirió en la ejecución de la construcción de la Sede Institucional que construyó e inauguró la Cámara en la vigencia del 2022 en el Municipio de Sabaneta.

1.1.14. Aplicación Tecnológica del SIPREF

El **Sistema Preventivo de Fraudes (SIPREF)**, reglamentado por la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Circular No. 005 del 30 de Mayo de 2014 y adoptado por la Superintendencia de Sociedades, a través de la Circular Externa No. 100-000002 del 25 de Abril de 2022.

Se creó para prevenir y evitar que terceros ajenos al titular del registro, modifiquen la información que reposa en ellos, con la intención de defraudar a la comunidad.

La Cámara cuenta con los medios tecnológicos en los equipos del personal de registro (Abogados, Analistas de Certificación, Analistas de Caja, Orientadores y Auxiliar de Archivo) para atender lo previsto en el **Sistema de Prevención de Fraudes Registrales - SIPREF**.

Los puestos de atención al público en cada una de las sedes institucionales cuentan con un dispositivo que permite la **Identificación Biométrica de los Usuarios**.

Dicho dispositivo permite acceder y consultar directamente la información de la base de datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil.

Cabe resaltar que cuando falla el proceso de Identificación Biométrica se deja como evidencia la toma de una foto a la persona que radica el trámite y a su documento de identidad.

Por otra parte, gracias a la correspondiente adecuación tecnológica, se envía una alerta al usuario tan pronto se radica una solicitud que afecte los datos de un expediente.

De igual forma, en cumplimiento a lo dispuesto por la Superintendencia de Sociedades, trimestralmente, a través del **Periódico Estrategia**, se difundió el **Sistema de Prevención de Fraudes Registrales, SIPREF**.

El aviso daba a conocer el alcance de dicho Sistema e informaba sobre las alertas que se envían a los correos de los comerciantes, con el fin de notificarlos, en tiempo real, sobre la radicación de los diferentes trámites.

1.1.15. Certificados Virtuales y su Validez

Continuando con su **Política de Modernización de los Registros Públicos**, la Cámara ofreció en el 2022 el servicio de expedición de certificados a través de la Página Web institucional, las 24 horas del día, los siete días de la semana.

Esto permite que desde cualquier lugar se puedan obtener Certificados de Existencia y Representación Legal de Personas Jurídicas (Sociedades y ESAL), Certificados de Matrícula Mercantil (Persona Natural o Establecimientos de Comercio) y de Registro Único de Proponentes.

Con ello se ofrece al sector empresarial y a la comunidad en general, la posibilidad de adquirir y obtener Certificados de Cámara de Comercio en forma ágil y sencilla a través de internet y con la misma validez jurídica que los expedidos en forma física en cualquiera de las sedes.

Los **certificados son generados en formato Pdf** y cada uno de ellos está firmado digitalmente a través del mecanismo de firmado electrónico, debidamente avalado por Certificámara, más la Firma Mecánica del Secretario de la Cámara.

El proceso de **Firmado Digital** está ajustado a lo establecido en la Ley 527 de 1.999. Los certificados expedidos por este medio pueden ser verificados en su autenticidad a través de nuestro Portal www.ccas.org.co, utilizando el **Código de Verificación** con que cuenta cada uno de los certificados generados.

A través del Periódico Institucional Estrategia, la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica informa a los usuarios cómo validar el contenido de la información de los certificados que le son enviados por sus clientes o proveedores.

1.1.16. Eliminación Pre-RUT

En el marco de la política de simplificación de trámites del Gobierno Nacional, así como la integración de trámites, procesos, procedimientos y/o servicios asociados a la creación y operación de empresas a través de la estrategia de la Ventanilla Única Empresarial -VUE-, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN expidió la Resolución No. 000110 del 11 de Octubre de 2021.

Por medio de dicha disposición se reguló el trámite de inscripción y actualización del Registro Único Tributario -RUT a través de las Cámaras de Comercio; se establecieron sus características técnicas, y se dictaron otras disposiciones.

Es así como a través de los servicios de interoperabilidad dispuestos por las Cámaras de Comercio y la Dian, en Mayo se eliminó el requisito del Diligenciamiento y Expedición de la Preinscripción en el Registro Único Tributario “PreRUT”.

Este fue requerido, en su momento, para la Matrícula Mercantil y la Inscripción en los Registros a cargo de las Cámaras de Comercio.

En consecuencia, las Personas Naturales y Jurídicas que solicitan su Matrícula o Inscripción ante la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en forma presencial, virtual o a través de la Ventanilla Única Empresarial -VUE-, reportan directamente la información requerida por parte de la DIAN para la inscripción en el RUT, sin que se requiera el previo diligenciamiento del denominado Formulario del PreRUT.

1.1.17. Certificados Especiales

Atendiendo los diferentes requerimientos de los usuarios, se expidieron en 2022 un total de **1.119 Certificados Especiales**.

Estos se deben elaborar cumpliendo las solicitudes específicas de cada usuario, cuyo nivel de complejidad varía sustancialmente, lo que implica en la mayoría de los casos que se invierta un mayor tiempo en su elaboración.

1.1.18. Diversificación Virtual de los servicios registrales

Los servicios registrales prestados por esta Cámara de Comercio Virtualmente en el 2022, fueron los siguientes:

1. Expedición de Certificados: de Existencia y Representación Legal, Matrícula, Certificados RUP.
2. Renovación de Matrícula.
3. Matricula Persona Natural y Jurídica y Establecimiento de Comercio.
4. Actualización de la información reportada por los comerciantes en su matrícula mercantil o en la inscripción de las Entidades sin Ánimo de Lucro.
5. Inscripción de actos y documentos, tales como constituciones, reformas, nombramientos, compraventas entre otros, tanto en la página web de la entidad, como a través de la Ventanilla Única Empresarial – VUE.
6. Registro Único Nacional de Operadores de Libranza – RONEOL: Inscripción, Modificación, Renovación, Cancelación.
7. Registro Nacional de Turismo – RNT: Inscripción, Actualización, Renovación, Suspensión, Reactivación, Cancelación.
8. Registro Único de Proponentes – RUP (inscripción, actualización y renovación).
9. Depósito de Estados Financieros.
10. Ejecución de Garantías Mobiliarias. Actualmente se tiene disponible este servicio a través de la Página del RUES.

1.1.19. Ordenador de Turnos

Con el **Sistema de Ordenación de Turnos** se mejora aún más la atención al público. Permite parametrizar y crear las políticas de servicio, así como la opción de que el usuario, desde su celular o computador, pueda solicitar el turno para ser atendido en las sedes Principal de Itagüí, y Seccionales de Envigado, Sabaneta, La Estrella y Caldas, tanto en los puestos de Orientación, como en Caja. Para esta vigencia el resultado fue:

Sede	N° de Usuarios	% Participación
Itagüí	41.357	43.3%
Envigado	30.642	32.1%
Sabaneta	11.612	12.1%
Caldas	6.821	7.1%
La Estrella	4.967	5.2%

1.1.20. Ley de Transparencia

Dando cumplimiento a lo establecido en la Ley Estatutaria 1712 del 6 de Marzo de 2014, el Decreto Reglamentario 103 del 20 de Enero de 2015 y la Resolución 1519 de 2020, la Cámara tiene a disposición del público en general, a través de la Página www.ccas.org.co, la Información Institucional reglamentada por las citadas normas.

Dichos reportes se realizan disponiendo los criterios para la estandarización de sus contenidos y la forma de divulgación de la información, cumpliendo con los requisitos en materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos.

La información que corresponde a la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica es periódicamente actualizada.

Dando cumplimiento a lo establecido en el Artículo 52 del Decreto 103 de 2015, se publicó por parte de la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica, la siguiente información:

Derechos de Petición	219
Solicitudes de Información	600
Por Competencia se remitieron	236

Todas las solicitudes de información fueron atendidas dentro del término establecido por la ley para cada caso.

Durante el período 2022 no se negó ninguna solicitud de información. Todas fueron atendidas o remitidas a la entidad competente en virtud de lo dispuesto en el Artículo 21 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Con respecto a la información que se remitió por competencia para el 2022, es importante destacar que ésta fue sustancialmente menor a la del 2021.

Esto obedeció a una falla técnica en el RUES que no dejó generar en bloque los envíos a las otras Cámaras de Comercio, lo que llevo a que se radicarán de manera individual, arrojando un volumen más alto de remisiones.

1.1.21. Depuración en cumplimiento del Artículo 31 de la Ley 1727 del 2014

Un total de **2.455** Matrículas fueron depuradas por la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en el marco de la depuración del Registro Único Empresarial y Social, RUES, dispuesta por Ley 1727 del 11 de Julio de 2014.

De las **2.455** Matrículas un total de **1.968** correspondieron a Cancelaciones de Personas Naturales, Establecimientos, Agencias y Sucursales, **435** corresponden a Sociedades (Personas Jurídicas), **52** a ESAL, que fueron Disueltas y quedaron en Estado de Liquidación.

1.1.22. Remisión de Informes

Cumpliendo los términos previstos en las normas que regulan la actividad cameral en la vigencia del 2022 se elaboraron y despacharon informes, movimientos de sociedades, información sobre licitaciones y concursos, reformas de entidades sin ánimo de lucro y boletines a las Entidades competentes.

Igualmente se remitieron las estadísticas societarias y otros informes a las diferentes entidades estatales que los requieren, tales como: Superintendencia de Industria y Comercio, Superintendencia de Sociedades, Ministerio de la Protección Social, DIAN, Gobernación de Antioquia, Dane, Superintendencia de la Economía Solidaria, Confecámaras y Ministerios de Transporte y de Comercio, Industria y Turismo.

1.1.23. Sistema de Gestión Documental Registros Públicos

La Cámara avanzó en el 2022 en la actualización de la **Matriz de Autodiagnóstico del nivel de cumplimiento de la Gestión Documental**.

Esta fue diseñada como una herramienta para que las Cámaras de Comercio ejerzan un rol de autorregulación frente a cada una de las obligaciones previstas en la normatividad archivística aplicable, en el proceso de implementación de la gestión documental, mediante un autodiagnóstico individual.

En el marco del Programa de Gestión Documental se participó en el Ciclo de Conferencias efectuadas por el Archivo General de la Nación sobre los siguientes temas: Tablas de Valoración Documental, Plan de Preservación Digital y Resolución 1519 de 2020.

Así mismo, con el acompañamiento de Confecámaras por medio de la empresa Lexco, se participó en una sesión de capacitación, en donde desarrollaron las siguientes temáticas:

- 1. Tablas de control de acceso.**
- 2. Programa de descripción.**
- 3. Banco terminológico.**
- 4. Informe estado de avance gestión documental – Matriz de autoevaluación.**

También se participó en una jornada de capacitación que tuvo como finalidad abordar las siguientes temáticas:

- 1. Actualización del instrumento archivístico Programa de Gestión Documental – PGD.**
- 2. Actualización de Tablas de Retención Documental – TRD.**

1.2. Registro Único Nacional de Proponentes

1.2.1. Certificados e Inscripciones del RUP

Conforme con las solicitudes recibidas en 2022, fueron expedidos **1509** certificados del Registro Único de Proponentes, tanto locales como a través del RUES.

Se realizaron **605** Registros en el Libro I de los Proponentes, entre Inscripciones, Renovaciones, Actualizaciones, Inscripciones por Cambio de Domicilio y Cancelaciones, tanto locales como a través del RUES. Se efectuaron **173** Cesaciones de Efectos del Registro por no renovar dentro del término establecido en la Ley.

1.3. Entidades Sin Ánimo de Lucro

1.3.1 Asesoría Especializada

En 2022 la Cámara brindó asesoría personal y telefónica sobre la constitución, reforma y funcionamiento de las diferentes asociaciones, corporaciones, fundaciones y demás entidades del sector solidario.

1.3.2. Certificados, Inscripciones y Renovaciones

Conforme con las solicitudes recibidas, en el 2022 fueron expedidos **2.862** Certificados de Existencia y Representación Legal de las Entidades Sin Ánimo de Lucro – ESAL.

Durante la vigencia se inscribieron **82** Entidades sin Ánimo de Lucro. Así mismo en los Libros I, II, III, IV y V de ESAL se efectuaron **873** Registros y se Renovaron **616 ESAL**.

1.4. Depósito de los Estados Financieros

Durante los primeros meses de cada año se aprestan las sociedades a realizar las Asambleas Ordinarias que, entre otros aspectos, se ocupan de la aprobación del estado de la situación financiera y estado de resultados.

Durante el 2022 la Cámara recordó oportunamente la obligación legal que les asiste a todas las sociedades de preparar y difundir los **Estados Financieros de Propósito General**, al fin de cada ejercicio social, según lo establece el Artículo 34 de la Ley 222 de 1995.

Los Estados Financieros de Propósito General los conforman: Los Estados Financieros Básicos y Estados Financieros Consolidados.

A partir del 25 de Abril de 2022, el Depósito de los Estados Financieros no tiene costo, en cumplimiento de lo dispuesto por la Circular Externa No. 100-000002 del 25 de Abril de 2022 de la Superintendencia de Sociedades.

Es importante anotar que, si una empresa deposita los Estados Financieros en la Superintendencia de Sociedades, no está obligada a hacerlo en la Cámara.

1.5. Liquidación y Recaudo del Impuesto de Registro

Durante el 2022 nuestra entidad efectuó la Liquidación y Recaudo del Impuesto de Registro para el Departamento de Antioquia, en cumplimiento de lo acordado mediante convenio suscrito con la Gobernación de Antioquia.

Gracias a ello los empresarios del Aburrá Sur pueden realizar los trámites directamente en cualquiera de las taquillas de las 5 sedes de nuestra entidad.

La Cámara de Comercio y la Gobernación de Antioquia celebraron el **Convenio de Asociación N° 4600013282, con una vigencia de once (11) meses contados a partir del Acta de Inicio sin superar el 31 de Diciembre de 2022.**

En este Convenio se busca garantizar una mayor eficiencia y eficacia en el proceso y mejorar la prestación del servicio a los contribuyentes, como fin permanente de la Administración Pública en cumplimiento de los principios de Celeridad y Economía previstos en la Constitución Política y en la Ley.

El Impuesto de Registro se creó mediante la Ley 223 de 1995 y se paga por la Inscripción de Actos, Documentos o Contratos que deben registrarse ante las Cámaras de Comercio y Oficinas de Instrumentos Públicos.

Es importante anotar que la Gobernación de Antioquia llevó a cabo en el mes de Diciembre de 2022, una Auditoría al Recaudo y Liquidación del Impuesto de Registro del año 2021.

En este proceso no se identificó ningún tipo de irregularidad y anomalía. Por el contrario, se resaltó la eficiencia, transparencia y organización de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en relación con los dineros del Departamento.

1.6. Aplicación de la Ley 1780 de 2016 (Auditoría, Control y Seguimiento)

En cumplimiento de la Ley 1780 de 2016 y en el Decreto 639 del 19 de abril de 2017, que otorga la exención del pago de la Matrícula Mercantil y su primera renovación a Pequeñas Empresas Jóvenes, la Cámara notificó a los beneficiarios de la Ley para que solicitaran la devolución de los dineros pagados por concepto de matrícula y/o renovación (según el caso), con el diligenciamiento y envío o presentación del formato que se les adjuntó para tal fin.

Así mismo, se les indicó que, en caso de no estar interesados en acceder a los citados beneficios, deberían manifestarlo expresamente por medio electrónico o mediante documento escrito remitido a la Cámara dentro de los 30 días siguientes a la recepción de la comunicación.

Teniendo en cuenta lo anterior, el siguiente es el informe a la fecha sobre el impacto de la Ley 1780:

1.6.1. Personas Jurídicas

Las Sociedades que están pendientes por solicitar la devolución de las sumas de dinero:

Sociedades	Cantidad	Valor a Devolver
Pendientes de devolución de la Matrícula año 2016	87	\$8'731.000
Pendientes de devolución de la Matrícula y Renovación año 2017		\$6'282.000

Esas **87** matriculas corresponden a: **48** Inactivas, **17** Por Cambio de Domicilio y **22** Canceladas.

1.6.2. Personas Naturales

Las **Personas Naturales** que están pendientes por solicitar la devolución de las sumas de dinero:

Personas Naturales	Cantidad	Valor devuelto
Pendientes de devolución de la Matrícula año 2016	467	\$22'792.700
Pendientes de devolución de Matrícula y Renovación año 2017		\$11'100.000

Esas **467** matrículas corresponden a: **18** Inactivas, **18** Por Cambio de Domicilio y **431** Canceladas.

1.6.3. Informe Consolidado desde Expedición de la Ley

Cantidad	No. Empresas con Beneficio		No. Empresas que han reclamado				Valor Inicial Devolución	Dinero Devuelto	Saldo Pendiente
	Natural	Jurídica	Natural		Jurídica				
2.038	1.548	490	1.081	69%	403	82%	\$253.463.000	\$204.557.300	\$48'905.700
								81%	19%

1.6.4. Ley 1429 de 2010

En el 2022 se continuó con la publicación en el Periódico Institucional Estrategia, de un (1) Aviso informando a los beneficiarios de dicha Ley sobre el derecho que tienen de solicitar las sumas pagadas por la inscripción de su matrícula o su renovación.

1.7 Gestión de Sedes Seccionales

En las Sedes Seccionales de Caldas, Envigado, La Estrella y Sabaneta se realizaron en el 2022 las actividades propias de cada uno de los registros.

Entre ellas se destacan: Apoyo a la Certificación, Escaneo, Digitalización y Digitación de Información, Asesoría al Comerciante, registro del Depósito de Estados Financieros y apoyo en la elaboración de oficios y respuesta a embargos y a las diferentes medidas cautelares, así como labores de apoyo a otras actividades de la Dirección.

1.8. Renovación Virtual

Los reportes indican que en el año 2022, un total de **22.648** renovaciones entre **Personas Naturales** y **Jurídicas** se tramitaron por medio del **Servicio de Renovación Virtual de la Cámara de Comercio Aburrá Sur**.

1.9. Registro de Operadores de Libranza, Runeol

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el **Artículo 143 de la Ley 1753 de 2015**, por medio de la cual se delegó en las Cámaras de Comercio el **Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza**, le correspondió a nuestra entidad verificar los requisitos para su registro. **En total en la vigencia del 2022 se atendieron 13 solicitudes para el RONEOL**, clasificadas así:

Inscripciones	Renovaciones
6	7

Es importante recordar que la finalidad de este Registro es dar publicidad a las entidades Operadoras de Libranza o descuento directo y, permitir a cualquier persona la Consulta en Línea y gratuita de la información allí publicada.

1.10. Registro Nacional de Turismo

A través del Decreto 1836 del 24 de Diciembre de 2021 se establecieron los requisitos generales y especiales para la Inscripción de los Prestadores de Servicios Turísticos.

Dicha norma Modifica y Adiciona el Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo en relación con el Registro Nacional de Turismo y las obligaciones de los operadores de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos prestados y/o disfrutados en Colombia.

En el año 2022 se inscribieron en el RNT **886** prestadores y renovaron **523**, en las siguientes categorías:

Categoría	Inscripción	Renovación
Establecimientos de Alojamiento Turístico	10	53
Agencias de Viajes	73	163
Establecimientos de Gastronomía y Similares	0	0
Empresas de Transporte Terrestre Automotor	2	9
Oficinas de Representación Turística	3	13
Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones	3	20
Guías de Turismo	12	48
Parques Temáticos	1	0
Arrendadores de Vehículos para Turismo Nacional e Internacional	3	12
Viviendas Turísticas	646	119
Otros Tipos de Hospedajes Turísticos No Permanentes	129	85
Establecimientos de Gastronomía	4	1
Operadores de Plataformas Electrónicas o Digitales de Servicios Turísticos	0	0

1.11. Motivo de Cancelación de Personas Naturales y Jurídicas

Durante el 2022 la Dirección de Servicios Registrales y Jurídica hizo un seguimiento integral a los motivos que generaron las Cancelaciones de las Personas Naturales y los motivos en que se apoyaron las Sociedades para entrar en Disolución. Los aspectos más generales y reiterados fueron los siguientes:

De las **395** muestras efectuadas a las **Personas Jurídicas**, se constató que las sociedades que solicitaron, cambio de domicilio, la disolución o liquidación adujeron para el cierre de sus empresas las siguientes motivaciones:

1. Un total de **136** destacaron la imposibilidad de desarrollar el Objeto Social; **131** lo hicieron por Voluntad de los Accionistas; **36** por Bajos Ingresos, y **92** por múltiples y disímiles motivos que van desde la terminación de su Objeto Social, desventajas económicas, y la entrega del local donde realizaba su operación empresarial, comercial o de servicios, o por orden del ente de control.

La discriminación de Liquidaciones y Cancelaciones, por municipios, de mayor a menor, fue la siguiente: Envigado: **184**, Itagüí: **119**, Sabaneta: **53**, La Estrella: **32** y Caldas: **7**.

En cuanto a las **Personas Naturales**, en una muestra de **528** encuestas se identificaron los principales motivos que, según ellos, condujeron a la cancelación de su actividad y de su establecimiento de comercio.

Cabe destacar que uno de los motivos más predominantes fue el Cese de Actividades. **Un total de 190** personas así lo afirmaron.

Entretanto, **47** por Bajas Ventas; **35** señalaron que el cierre de su negocio fue por Cambio de Domicilio; **53** por Compraventa del Establecimiento de Comercio; **26** por Constituirse como Sociedad; **3** por Fallecimiento del Propietario; **31** porque No Funcionó el Negocio, y **16** por el Impacto del Covid 19.

Un total de **127** simplemente manifestaron no estar interesados en continuar con la actividad y por múltiples motivos que van desde un viaje, cierre de planta, requerimientos legales, ofertas laborales, salud, venta, y los costos de arriendo del local.

La discriminación por municipios de mayor a menor fue la siguiente: Envigado: **261**, Itagüí: **193**, La Estrella: **40**, Sabaneta: **19** y Caldas: **15**

2. Centro de Conciliación y Arbitraje

2.1 Conciliaciones Extrajudiciales

Durante la vigencia del 2022 fueron radicadas **94** Solicitudes de Conciliación Extrajudicial en las siguientes materias:

Materia	Civil	Comercial	Familia
Cantidad	57	24	13

Conciliadas	Fracasadas	Insistidas	Desistidas	Pendientes	Retirada
36	33	15	3	6	1

Las pretensiones ascendieron a la suma de \$13.555.437.498

2.2. Red Privada de Centros de Conciliación y Arbitraje de Antioquia.

Solo a principios del 2022 se llevó a cabo una reunión procurando reactivar la **Red Privada de Centros de Conciliación y Arbitraje de Antioquia**.

El objetivo era trabajar de manera conjunta en la prestación de los servicios de los MASC y definir una Agenda de Trabajo para el 2022.

Al finalizar la vigencia no se presentaron muchos cambios en la Red y no se dio continuidad con el mismo.

2.3. Trámites de Garantías Mobiliarias

Durante el 2022 NO fueron recibidas por nuestra entidad solicitudes para ejecución de Garantías Mobiliarias. No obstante, la Cámara cuenta con la posibilidad de prestar este servicio de manera permanente.

2.4. Jornada Gratuita y Participación en la “Conciliaton”

El Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, participó los días 15 y 16 de Septiembre de 2022 en la “*Conciliatón Nacional*” convocada por el Ministerio de Justicia y del Derecho.

Lo anterior, con el fin de ofrecer servicios gratuitos de conciliación extrajudicial en derecho, en forma masiva, a la población de los Estratos 1, 2, y 3. Así mismo llevó a cabo una conciliación gratuita por fuera de la jornada.

Los resultados obtenidos durante estas jornadas fueron

Número de Conciliadores Participantes	Número de Conciliaciones	Valor Pretensiones
6	7	14.000.000

Conciliadas	Fracasadas	Inasistidas	Desistidas
5	0	2	0

Asunto	Civil	Comercial	Familia
Solicitudes	4	0	3

2.5. Arbitramento

La Directora Encargada del Centro de Conciliación y Arbitraje atendió los requerimientos y desarrollo de las actividades que le correspondían en relación con los tribunales de arbitramento que se presentaron.

Se destacan, entre ellas, los nombramientos de árbitros, notificaciones, entrega de expedientes, manejo de archivo de los expedientes.

Así mismo se dio respuesta a los requerimientos sobre arbitraje solicitados por el Ministerio de Justicia y del Derecho y por los diferentes despachos judiciales.

Durante la vigencia del 2022 fueron radicadas **4** Solicitudes de Arbitraje en las siguientes materias:

Materia	Civil	Comercial	Otros
Cantidad	1	3	0

Laudo Arbitral	No pago Honorarios	Cesación en Función Arbitral	Conciliada	Pendientes
0	0	0	1	3

Las pretensiones ascendieron a la suma de \$1.227.407.438

3. Costumbre Mercantil

La investigación adelantada en el 2022 tuvo como objetivo verificar si existe una práctica comercial pública, uniforme y reiterada en los 5 municipios del Aburrá Sur, en relación con el pago de una remuneración al corredor que intermedia en la compraventa de bienes inmuebles urbanos y/o rurales y a cuánto equivale esa comisión con respecto al valor de la compraventa del inmueble.

Ficha Técnica de la Investigación

Metodología	Encuesta estructurada por teléfono
Número de Encuestas	303 Personas Naturales y Jurídicas
Período de Recolección	Noviembre 1 al 30 de 2022
Ámbito Geográfico	Municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta.
Población Investigada	Comerciantes activos (Personas Naturales y Jurídicas), renovados a 2021 o 2022, cuya actividad principal o secundaria corresponde a Actividades Inmobiliarias realizadas a Cambio de una Retribución o por Contrato.

Distribución por Municipio

Encuestas por Municipio	303	
Municipio	Encuestas por Municipio	%
Caldas	15	5,0%
Envigado	171	56,4%
Itagüí	51	16,8%
La Estrella	18	5,9%
Sabaneta	48	15,8%
TOTAL	303	100

Con los resultados de la investigación se realizaron análisis descriptivos mediante tablas de frecuencia.

La Certificación era procedente si se obtenía respuesta positiva por lo menos del setenta por ciento (70%) de la muestra encuestada en la identificación de las prácticas comerciales.

Así quedaría establecida la generalidad de éstas, y en las características de vigencia, reiteración, obligatoriedad, uniformidad y publicidad.

De acuerdo con la tabulación efectuada a las encuestas que contienen la información se logró establecer para el hecho social investigado:

1. De las **236** personas encuestadas, que representan el **78%** de la muestra, realizan actividades de corretaje de bienes inmuebles. El **22%** restante no realiza ese tipo de actividades, pero son conocedores de cómo se realiza ésta.

2. Para el **98%** de los encuestados no existe diferencia alguna entre la gestión de corretaje para inmuebles urbanos y rurales. Legalmente se deben realizar los mismos trámites.

Una persona manifestó que, para no tener dificultades en el futuro con el inmueble, es importante revisar el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio donde se encuentra ubicado el inmueble rural.

3. De las **234** personas encuestadas, el **77%** manifestaron que ofrecen el servicio de manera virtual y presencial (ambas), siendo éstas las formas más utilizadas en el medio.

Con la pandemia por Covid19 se incrementó la utilización del canal virtual, obligándolos a mejorar las páginas web, a mantenerlas actualizadas y a que fueran más amigables con el usuario para mejorar su experiencia y satisfacción.

4. El **97%** de los encuestados **SÍ** reciben algún tipo de remuneración (comisión) por realizar la actividad de corretaje.

5. El **99%** de los encuestados, consideran que el porcentaje de la comisión es independiente del valor del negocio.

6. El **98%** de las personas encuestadas coinciden en afirmar que la persona que asume el pago de la comisión es el vendedor del inmueble, salvo en casos en que se llega a un acuerdo entre vendedor y comprador de que el pago de la comisión se realice entre ambas partes. El valor del inmueble es un factor fundamental para definir quién hace el pago de la comisión.

7. **294** encuestados, que corresponde a un **97%** del total, reconocen que el pago de la comisión por la actividad de corretaje la conocen hace más de 5 años, reconociendo así que es una práctica común en el sector. No hay otra forma de pago para ese servicio.

8. El **100%** de la muestra, manifiesta que la práctica es reconocida por la comunidad, dado que siempre se ha manejado de esta forma la compraventa de inmuebles.

9. Para inmuebles urbanos, el **3%** es el porcentaje reconocido en el sector que se debe pagar por la actividad de corretaje.

En ciertos casos el porcentaje se pacta como un acuerdo entre las partes y este depende del valor del inmueble.

10. Para inmuebles rurales el porcentaje reconocido para pagar por la actividad oscila entre el **1%** y **4%** (otro), con un **86%**, siendo el de mayor peso entre estos el **3%**, el mismo para inmuebles urbanos.

Sin embargo, **42** personas encuestadas reconocieron que el **5%** es el porcentaje para bienes inmuebles.

Se debe tener en cuenta que el porcentaje de la comisión depende del valor del inmueble, del lugar donde esté ubicado y de los acuerdos que hagan las partes que intervienen en el negocio.

11. El **100%** de los encuestados considera y reconoce que el pago que se hace al corredor de bienes inmuebles rurales y urbanos es similar en todos los casos.

Los porcentajes que se utilizan y manejan en el sector son los mismos. Estos son diferentes cuando se hacen acuerdos entre las partes.

12. El **100%** de los encuestados telefónicamente manifiestan que, así se determine el porcentaje a pagar de manera verbal o escrita, -como es lo normal que se haga-, se debe pagar, pues es un tema de respeto y, si la actividad se realizó con éxito, se tiene que cumplir. No se puede poner en juego el nombre del negocio.

Con base en los hechos y evidencias antes identificados a través de la consulta de campo, las siguientes fueron las conclusiones del Sondeo:

A. De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede considerar el hecho de **pagar una remuneración al corredor que intermedia en la compraventa de bienes inmuebles urbanos y/o rurales** como una **Costumbre Mercantil**, dado que es reconocida y utilizada por muchos años en el sector inmobiliario.

B. El porcentaje que comúnmente se paga en la actividad de corretaje es el **3%** en inmuebles urbanos y rurales, aunque se aclara que en bienes inmuebles rurales el porcentaje puede cambiar de acuerdo con la ubicación del inmueble.

C. El pago de la comisión por la intermediación es asumido generalmente por el vendedor del inmueble, pero en casos específicos ésta es pagada por el vendedor y comprador de acuerdo con lo pactado entre ellos.

D. El valor del inmueble es un factor definitivo a la hora de pactar cual es el porcentaje que se pagará de comisión.

E. Se hacen acuerdos entre las partes para el pago de la comisión.

F. Varios encuestados manifestaron que la comisión es el **3% + IVA**.

G. Se realizaron llamadas donde el representante legal no sabe nada del negocio o no dan información.

Igualmente se identificaron las siguientes Dificultades en relación con el hecho objeto de análisis con el Estudio de Campo. Ellas fueron:

A. En el proceso la mayor dificultad que se identificó fue la información errada (Números Telefónicos) en la base de datos o información del representante legal.

B. La no entrega de información por parte de las personas por el tema de seguridad. Manifestaron miedo por el tema de las extorsiones.

C. Los empleados no están autorizados por parte del dueño a entregar información.

D. Las personas encuestadas piensan que las llamadas se realizan con otros objetivos, por ejemplo, el no pago de la renovación de la matrícula.

E. Las personas encuestadas perciben que las llamadas de la Cámara son para amonestar o perjudicar.

F. Los tiempos de atención por parte del encuestado (No tienen tiempo, están ocupados, llamar en la noche).

G. Empresas que tienen la actividad registrada y no la ejercen. (Tienda de regalos, empresa productora de telas, alimentos, empresa de transporte).

En el marco de los resultados que arrojó el Estudio es importante resaltar los siguientes hechos:

A. Los municipios con más facilidad para acceder a la información fueron Itagüí y Envigado.

B. La buena percepción de los empresarios frente a la Cámara de Comercio.

De acuerdo con lo anterior se puede concluir que... Según el Artículo 86 del Código de Comercio y el Artículo 4 del Numeral 4° del Decreto 2042 de 2014, y luego de realizar la correspondiente investigación la Cámara de Comercio Aburrá Sur verificó que los hechos sociales investigados constituyen Costumbre Mercantil, al cumplir todos los requisitos establecidos por la Ley, en consecuencia:

La Cámara de Comercio Aburrá Sur CERTIFICA que es COSTUMBRE MERCANTIL en los Municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta, pagar una remuneración al corredor que intermedia en la compraventa de bienes inmuebles urbanos y/o rurales y pagar un 3% de comisión con respecto al valor de la compraventa del inmueble.

Balance Administrativo y Financiero 2022

Talento Humano, Infraestructura y Gestión Administrativa y Financiera son los ejes que determinan el quehacer de la Dirección Administrativa y Financiera de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Su labor integradora aporta al desarrollo de toda la Agenda Estratégica de la institución y así participó activamente en las grandes transformaciones organizacionales en la vigencia del 2022:

1. Gestión del Talento Humano

1.1. Gestión Humana, de Competencias y Plan de Formación del personal

La Cámara de Comercio Aburrá Sur finalizó el 2022 con un total de 67 colaboradores vinculados a término indefinido.

Del total de colaboradores 33 son Hombres y 34 Mujeres. La Edad Promedio es 38 años y el Nivel de Educación se discrimina así: Profesionales (47%); Técnicos y Tecnólogos (44%) y Bachiller (9%). Entre el personal femenino vinculado con la entidad el 47% son cabeza de familia.

Cabe anotar que la Cámara tiene tercerizado el Servicio de Vigilancia para las Sedes Principal de Itagüí, Seccional de Envigado, Sede Institucional en Sabaneta y Centro de Convenciones, y el Servicio de Aseo de estos tres últimos.

Los casos de ausentismo por causa médica en el 2022 disminuyeron en 70% con respecto a la vigencia 2021. Lo anterior, debido a que el ausentismo de la vigencia anterior estuvo todavía impactado por contagios del Covid 19, los cuales han ido disminuyendo por el impacto positivo de la aplicación de las vacunas.

Es importante considerar que a la fecha la totalidad del personal cuenta con el Esquema Total de Vacunación para prevenir los contagios del Covid 19.

En el 2022 se dio aplicación a la **Metodología para la Identificación y Evaluación de las Competencias**, lo cual le ha permitido a la organización rastrear las oportunidades de formación y diseñar un plan de mejoramiento frente a las mismas, optimizando el desempeño del personal y contribuyendo con el logro de los objetivos estratégicos de la Institución.

En la ejecución del **Plan de Formación** para la vigencia del 2022 se realizaron **68 actividades de capacitación para el personal**, dentro de los temas abordados se destacan los siguientes:

Gestión para el Conocimiento

Gestión del Cambio

Servicio al Cliente

Comunicación Asertiva

Alineación de Competencias con la Cultura Organizacional

Actualización Laboral

Declaración de Renta para Personas Naturales

Indicadores Alineados en la Estrategia de Crecimiento

Desarrollo de Habilidades Gerenciales para la Gestión del Talento
Modelos de Innovación
Liderazgo
Gestión efectiva del Tiempo para Mejorar la Productividad
Protección de Datos Personales

Sumado a lo anterior, el personal de la Dirección de Servicios Registrales ha recibido capacitación en temas de Registro Mercantil, Marcas y Patentes, Registro Unico de Proponentes, Registro Nacional del Turismo y Entidades sin Animo de Lucro.

Como resultado de lo anterior la gestión del **Plan de Formación de la entidad arrojó un 93.4 %, tanto en cumplimiento como en la eficacia del mismo.**

Con el fin de identificar fortalezas y oportunidades de mejora que aporten valor al desarrollo integral de los colaboradores y al crecimiento sostenible de la organización, durante la vigencia 2022 se llevó a cabo un **Ejercicio de Valoración de Competencia y Desempeño a 60 colaboradores vinculados a las diferentes áreas de la organización.**

Los colaboradores con menos de 8 meses de vinculación laboral, no fueron evaluados, como resultado de la evaluación se obtuvo un resultado del 77% en el indicador.

1.2. Comités Primarios

En el 2022 cada una de las áreas de la entidad ejecutó periódicamente los **Comités Primarios**, como herramienta clave para la comunicación, planificación, control y seguimiento de cada uno de los procesos por parte de sus respectivos líderes.

Igualmente se realizaron actividades de difusión y actualización en temas académicos con incidencia en el desempeño de los colaboradores, así como en temas relacionados con el Sistema de Gestión de la Calidad y los compromisos de mejora y oportunidades.

1.3. Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo

El Sistema tiene un enfoque a la mejora continua, cuyo principal objetivo es contribuir con la calidad de vida y la salud de los colaboradores; minimizar accidentes e incidentes de trabajo, así como enfermedades laborales, y servir como instrumento orientado a mejorar las condiciones de trabajo, seguridad, bienestar, productividad y del clima organizacional saludable.

Para lo anterior la entidad adelantó acciones tendientes a la implementación del **Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo**, en cumplimiento de lo establecido en los **Decretos 1072 de 2015 y 052 de 2017 y a la Resolución 1111 de 2017.**

Consecuente con ello en la vigencia 2022 se realizó un Ejercicio de Autodiagnóstico bajo los estándares mínimos de la Resolución 0312 de 2019, en el mes de Diciembre de 2022 obteniendo un porcentaje del 87%.

Para ello contó con el acompañamiento de la ARL Colmena y de la firma Homotec Colombia S.A.S, empresa contratada por la Cámara para apoyarla en la Administración de los Riesgos presentes en la actividad institucional, de cara a dirimir la frecuencia y severidad de la accidentalidad y la enfermedad laboral en sus procesos y para certificar el SGSST.

Con su acompañamiento se ejecutaron las actividades de Integración con otros Sistemas adoptados por la entidad, el Diseño de la Estructura Documental, la Socialización del Sistema y la ejecución de las Auditorías Internas.

En ejecución del Cronograma estructurado en el marco de Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, durante la vigencia 2022 se ejecutaron las siguientes actividades:

1.3.1. Batería de Riesgo Psicosocial: Se aplicaron las Encuestas a 65 colaboradores para la estructura del Informe de Riesgo Psicosocial de la entidad.

Como resultado del análisis se diseñaron algunas acciones tales como actividades de capacitación y de prevención en salud.

1.3.2. Capacitaciones: Se ofrecieron capacitaciones al personal en diversos aspectos dentro de los cuales se destacan temas como Inteligencia Emocional, Manejo del Estrés laboral, Competencias de Liderazgo, entre otros, con una participación de más del 70% del personal vinculado laboralmente con la entidad.

1.3.3. Jornada de Bienestar Laboral: Durante los días 1 y 2 de Noviembre se realizó una Jornada de Bienestar Laboral para todos los empleados vinculados con la entidad.

La jornada se llevó a cabo en las instalaciones del Centro de Convenciones. En su ejecución se practicaron los exámenes periódicos ocupacionales para los trabajadores, se practicaron tamizajes nutricionales, y se ofrecieron Clases de Yoga, Actividades de Danza y Actividades para Estimular la Salud Mental.

Adicionalmente se contó con la participación de las diferentes entidades que tienen Convenio con la Cámara para beneficios de los trabajadores, como es el caso de las aseguradoras por concepto de Póliza de Vida y Planes Complementarios en Salud, Servicio Médico Domiciliario, Fondos Mutuales, y Entidades Financieras para Créditos por Libranza a Tasa Preferencial.

Sumado a lo anterior se contó con el acompañamiento de un Stand Informativo de la Caja de Compensación Comfama y de la ARL Colmena.

1.3.4. Capacitación Brigadas de Emergencia. La Cámara de Comercio ha conformado sus Brigadas de Emergencia, las cuales cuentan con 14 colaboradores que ejecutan sus funciones desde las diferentes sedes Institucionales. A todos ellos se les capacitó en los aspectos inherentes a su condición de Brigadistas.

1.3.5. Inspecciones de Riesgo en Infraestructura: Con el apoyo de los integrantes del Coppast (Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo), se llevaron a cabo las inspecciones a cada una de las 5 Sedes de la entidad y al Centro de Convenciones, con el fin de identificar riesgos al sistema, valorarlos y darles el tratamiento para mitigarlos.

1.3.6. Comité de Convivencia y Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (Copasst). Durante la vigencia 2022 se ejecutaron 12 reuniones del Copasst en las cuales se definieron las actividades a ejecutar por el Comité y se hicieron seguimiento y control a las mismas.

Los integrantes del Comité recibieron capacitación por parte de la ARL Colmena para reforzar la claridad en cuanto al alcance de sus funciones. Adicionalmente se hizo seguimiento a los Incidentes y Accidentes de Trabajo que se presentaron.

El Comité de Convivencia Laboral, por su parte, se reunió en 3 oportunidades durante la vigencia del 2022, con el fin de recibir capacitación por parte de la ARL para tener claridad durante el alcance de sus funciones y generar actividades de prevención en temas de Acoso Laboral, Comunicación Asertiva y Ambiente de Trabajo.

Durante la jornada del 20 de Mayo los empleados de la Cámara eligieron los dos (2) delegados del Comité con sus respectivos Suplentes. Por su parte, la Presidencia de la entidad designó sus dos (2) delegados con sus respectivos suplentes.

1.3.7. Plan de Estímulos. Con el fin de aportar a la Calidad de Vida del personal y como factor clave para mantener su productividad, la entidad ejecutó un Plan de Estímulos durante el 2022, dentro de los que se destaca la celebración del 28 de Octubre (Día de los Niños de los Empleados).

En el marco de este evento se ejecutaron actividades lúdicas y de recreación en las instalaciones del Centro de Convenciones, las cuales contaron con la integración de aproximadamente 22 familias del grupo de colaboradores.

En la misma línea el 21 de Diciembre se compartió un Almuerzo de Integración Navideña para los colaboradores Cámara.

Adicionalmente dentro de la Ejecución del Plan de Estímulos se incluyó la entrega de sencillos detalles por diferentes efemérides como: Cumpleaños de los Colaboradores, Día del Padre, Día de la Madre, Día de la Secretaria, Días Clásicos y Amor y Amistad.

2. Fondo de Vivienda y Educación

Este Fondo fue creado por la Junta Directiva en el mes de Noviembre de 2004, con el fin de contribuir a la financiación de proyectos de vivienda y educación de sus colaboradores.

Se constituyó inicialmente con un desembolso de \$100 millones de los recursos privados. Posteriormente, en el año 2008, la Junta Directiva autorizó un aporte adicional, también con recursos privados, por valor de \$50 millones.

Cada año se actualiza el valor considerando el IPC esperado. A la fecha, por ese concepto, se le han adicionado aproximadamente \$ 65 millones.

El Fondo le ofrece a los colaboradores de la Cámara ventajas como agilidad en el trámite para acceder a los créditos y una tasa de interés muy baja frente a las condiciones del mercado.

Desde su creación en el 2004 y hasta la fecha a 63 empleados se les han aprobado créditos para vivienda y educación por un monto total de \$664 millones.

3. Gestión Presupuestal

Al cierre de la vigencia 2022 la **Ejecución de Ingresos de la Cámara arrojó un resultado acumulado del orden de \$18.806 millones.**

De otro lado, la **Ejecución de Egresos acumulados de la entidad cerró en \$10.620 millones.** Como resultado de la **asociación de Ingresos y Egresos a Diciembre 31 de 2021 se generó un Superávit por valor de \$8.186 millones.**

Al respecto es importante recordar que el remanente Presupuestal se destina para el desarrollo futuro de planes, programas, proyectos y servicios misionales a cargo de entidad, conforme a las Disposiciones Legales y Reglamentarias vigentes aplicables a las Cámaras de Comercio.

4. Infraestructura

Con el fin de brindar comodidad, eficiencia y calidad en el servicio institucional a los usuarios, la Cámara de Comercio Aburrá Sur adelantó en el 2022 varias actividades tendientes a procurar la buena presentación de las instalaciones locativas, el buen funcionamiento de los implementos y la preservación de los activos fijos, bajo la concepción de uno de nuestros objetivos de calidad: **Manejo Adecuado de los Recursos.**

Las acciones definidas para ejecutar el **Proceso de Mantenimiento de la Infraestructura** hicieron posible que el indicador establecido arrojara un resultado positivo, considerando que **No se presentaron interrupciones de tiempo significativo durante la prestación del Servicio.**

Cabe resaltar que para la ejecución del **Proceso de Gestión de Mantenimiento e Infraestructura** la Cámara cuenta desde Enero de 2020 con el acompañamiento de la firma **Accione S.A.S.**

Esta organización fue contratada para coordinar, bajo la modalidad In House, el Proceso de Aseo, Mantenimiento y Seguridad de la Infraestructura, bajo la Supervisión de la Dirección Administrativa y Financiera de la entidad.

La ejecución del proceso cuenta con el apoyo de contratistas para el Mantenimiento del Sistema de Seguridad, Mantenimiento de Ascensores, Aire Acondicionado, Vigilancia Humana, y Monitoreo de Alarmas y Cámaras de Seguridad.

Sumado a lo anterior se tiene documentado y aprobado el **Manual de Contratación**, el cual establece las actividades a ejecutar en las diferentes sedes y determina los tiempos para las mismas.

Adicionalmente se realizaron visitas periódicas de inspección a cada una de las Sedes, con el fin de identificar actividades preventivas o correctivas de mantenimiento.

5. Gestión de Compras

El Indicador de Conformidad del Producto en el Proceso de Compras arrojó un resultado del 99.64%, superando la meta establecida para la vigencia del 2022 del 98%.

Por su parte, el Indicador de Oportunidad arrojó un resultado del 78%, superando la meta establecida del 75% para la misma vigencia.

Para las **Compras de Bienes y Servicios** requeridos por la entidad cameral en el 2022 se tuvieron en cuenta no sólo los criterios establecidos para los **Procesos de Compras, Evaluación y Selección de Proveedores**, documentados en el marco del Sistema de Gestión de la Calidad, sino a las directrices establecidas en el **Proceso de Contratación adoptado por la entidad**, atendiendo los **principios de Legalidad, Transparencia, Eficiencia y Economía**.

6. Ejecución del Proceso de Contratación

Con el fin de contribuir a la transparencia y al eficiente manejo de los recursos, nuestra entidad cameral ejecuta actualmente su **Proceso de Contratación**, el cual es considerado como una herramienta en la que se definen los criterios de actuación en todo lo referente al **Procedimiento de Contratación de Bienes y Servicios**.

Esta tarea se está gestionando en coordinación con la Dirección Jurídica y de Registros, y con cada una de las áreas usuarias del bien o servicio a contratar.

El Manual de Contratación fue reestructurado y aprobado por la Junta Directiva de la Entidad el 30 de Marzo del 2022, mediante Resolución No. 300 de la misma fecha.

Durante el 2022 se dio cumplimiento efectivo tanto a lo establecido en el citado Manual, al igual que a los diferentes informes que se deben presentar a los órganos de Control y Vigilancia en relación con la ejecución de este proceso.

7. Apoyo al SGC

La positiva gestión de los procesos de apoyo que se encuentran bajo la responsabilidad de la Dirección Administrativa y Financiera (Compras, Gestión de Recursos Humanos y Gestión de Mantenimiento e infraestructura), contribuyeron en el 2022 al exitoso desempeño y renovación del Sistema Gestión de la Calidad, SGC, que tiene implementado la entidad y que anualmente es auditado y certificado por el Icontec.

8. Órganos de Control y Vigilancia

Durante el 2022 se dio un cabal cumplimiento a los requerimientos de información periódica y excepcional que solicitaron los diferentes Órganos de Control y Vigilancia que ejercen esta labor en las Cámara de Comercio (Contraloría General de la República, Superintendencia de Sociedades, Dian, Rentas Departamentales, Revisoría Fiscal y Junta Directiva).

Igualmente, la Superintendencia de Sociedades, una vez analizados los Estados Financieros a Diciembre 31 de 2021, emitió concepto favorable al no encontrar observaciones en relación con los mismos.

Con respecto a la Contraloría General de la República se debe considerar que durante la vigencia 2022, no sólo se dio respuesta oportuna a los informes y requerimientos de información del ente de Control, sino que se ejecutaron todas las acciones que conforman el Plan de Mejoramiento diseñado por la entidad.

Lo anterior, con el fin de acatar las observaciones presentadas como resultado de la Auditoría de Cumplimiento practicada a la entidad para las vigencias 2019 y 2020.

Finalmente es importante agregar que durante la vigencia 2022, la Dirección Administrativa y Financiera lideró la presentación de los siguientes informes ante los entes de Control:

Contraloría General de la República

Rendición de Cuenta anual
Informe mensual de gestión contractual
Reporte de Información Presupuestal

Superintendencia de Sociedades

Información Financiera Comparativa
Presupuesto Inicial
Detalle de Ingresos y Gastos
Taxonomía
Certificado del Presupuesto
Apoyo: Seguimiento al Plan Anual de Trabajo, Plan de Mejoramiento e Informe de Labores

DIAN

Declaración de Ingresos y Patrimonio
Medios Magnéticos
Retención en la Fuente
IVA

Municipios

Retención del ICA
Medios Magnéticos

Otros

Informe del Recaudo Impuesto de Registro
Impuesto al Turismo
Inscripción de Contratos y documentos derivados de los mismos en el SECOP
Reporte de Vacantes al Servicio Público de Empleo
Reporte de Oficios y Ocupaciones al SENA
Apoyo en la información a publicar en el Portal de Transparencia
Autorización para laborar horas extras
Monetización o Reporte de Aprendices

Balance Desarrollo Empresarial 2022

Desde sus inicios la Cámara se ha convertido en el mejor aliado gremial e institucional de los empresarios y comerciantes del Aburrá Sur, en la construcción de un nuevo escenario territorial para mejorar su competitividad económica en el concierto regional, nacional e internacional.

Los diferentes aspectos que a continuación se relacionan son la evidencia del espíritu de servicio, colaboración y apoyo que identifica el liderazgo gremial de nuestra institución, así como el deseo, la fe y el compromiso que hemos asumido en pro del progreso socioeconómico y el mejoramiento competitivo de los cinco municipios que integran esta región metropolitana.

Al igual que en años anteriores, durante la vigencia del 2022 la Cámara continuó liderando una serie de programas de formación académica orientados al fortalecimiento de la gestión empresarial y al entrenamiento de empresarios y comerciantes en el manejo e implementación de nuevas herramientas administrativas y gerenciales.

1. Capacitación y Asesoría Empresarial

En el marco del Plan de Atención Empresarial, complementado con la oferta pedagógica de firmas especializadas y consultores privados, la Cámara realizó un total de **251 eventos académicos** entre **Cursos Especializados, Conferencias, Seminarios, Talleres, Charlas y Conversatorios con los cuales se beneficiarios 13.345 empresarios y empleados** de las **Micros, Pymes y Grandes Industrias del Aburrá Sur**.

Tipo de Evento	Ejecutados	Asistentes
Conferencias	45	2.786
Conversatorios	2	144
Cursos	3	125
Foros	1	36
Seminarios	72	5.885
Talleres	26	748
Encuentros Empresariales	6	398
Tertulia	1	24
Charlas	58	1.445
Reuniones Gestión Local		
Cámaras Itinerantes	26	924
Cámaras Itinerantes Entes territorial	11	830
Jornadas Bienvenida Nuevos y Visionarios Empresarios		
TOTAL	251	13.345

2. Asesorías Comerciales

La Cámara también brindó en el 2020 sus **servicios de asesoría especializada (Consultorio empresarial) a 3.309 clientes** provenientes de múltiples empresas del Aburrá Sur atendidas a través de las diferentes líneas de Servicio del Consultorio Empresarial.

La distribución de las asesorías se concentró en un 50% en temas de Servicios Registrales y Jurídicos; en un 29% en temas de Desarrollo Empresarial, y en un 21% en Marcas y Patentes.

La mayoría de las asesorías se brindaron a través de plataformas virtuales y por medios electrónicos (e-mail y teléfono), garantizando en la mayor parte de los procesos un seguimiento detallado a las acciones de apoyo, con el fin de conocer los efectos reales de la asistencia brindada a los empresarios y comerciantes de nuestra jurisdicción.

3. Actividad Cultural

La actividad cultural durante el año 2022 tuvo énfasis en la realización de conciertos y de algunas exposiciones que dinamizaron la sala que para dicho fin se tiene habilitada en el Centro de Convenciones Aburrá Sur.

1. Exposición de Técnicas Mixtas “Los Cartones” del maestro Darío Rojas.
2. Exposición “Aves de Sabaneta para el Mundo” del Silletero Orlando Grajales

Adicionalmente se dio apoyo a la gestión cultural con el patrocinio de:

1. Lanzamiento del Libro Petroglifos de Itagüí de David Mejía Peláez
2. Segundo Concierto de temporada de la Orquesta Sinfónica de Sabaneta
3. Patrocinio publicación 55 años de Sabaneta y homenaje a Guillermo Gallego

3.1. Eventos

Al cierre del año, el balance es positivo, gracias a la realización de eventos enfocados en la presencia de marca y en la proyección de la imagen corporativa.

Evento	Cantidad
Concierto Orquesta Iberacademy	1
Vinculación Fiestas del Carriel de Envigado	1
Vinculación Muestra Silleterera de Envigado	1
Vinculación Fiestas del Aguacero de Caldas	1
Vinculación Fiestas del Romeral La Estrella	1
Vinculación Feria de Educación Terciaria y Superior La Estrella	1
Vinculación Famiempresario Interactuar	1
Vinculación Noche de los Mejores Fenalco	1
Vinculación Congreso de Comunicación de la UdeM	1
Concierto de Chelo en el marco XIII Encuentro de Afiliados 2021	1
Concierto del Quinteto de Bronces y Trío Andino Envigado	1
Concierto Quinteto de Bronces y Cuerdas Red de Escuelas de Música de Envigado	1
TOTAL	12

4. Servicios Informativos

4.1. Publicaciones Físicas y Virtuales

Durante la vigencia, la Cámara realizó publicaciones empresariales de alto valor estadístico e informativo.

Es así como facilitó el acceso a informes estadísticos y de bases de datos a los empresarios y organizaciones interesadas en adelantar inversiones y estudios sectoriales en el Aburrá Sur o en establecer contactos económicos con la industria y el comercio de esta zona.

La Cámara contribuyó, igualmente, a la actualización de los principales Indicadores Económicos del Departamento de Antioquia y del país, a través de la publicación de informes especializados.

Se destacan los informes: Socioeconómico y Competitivo del Aburrá Sur, socioeconómico Aburrá Sur, Informe Económico Aburrá Sur, Diagnóstico Económico Aburrá Sur 2021, Balance de Gestión 2021 y el Potencial de Comerciantes Aburrá Sur

En el 2022 la Cámara editó 4 ediciones del Periódico Institucional Estrategia haciendo un especial énfasis en los programas y servicios de acompañamiento empresarial.

En las 2 últimas ediciones del año se concentró en el proceso de elección de la Junta Directiva y la Revisoría Fiscal 2023-2026.

También se difundieron otros temas relacionados con el posicionamiento de marca de los Servicios, Planes, Programas y Proyectos de la Cámara; la creación de escenarios de reflexión y crítica constructiva a través de artículos de opinión redactados por especialistas en diferentes materias económicas; el perfil de empresas destacadas de la jurisdicción que participan en los programas Cámara, y la difusión de noticias y hechos económicos que impactan la gestión productiva y competitiva de la región.

El Periódico Estrategia fue diseñado en el 2022 en Formato Tabloide de 24 Páginas y sus contenidos se realizan gracias al apoyo de nuestro equipo institucional y de algunas voces académicas, gremiales y empresariales que desean canalizar a través de este medio sus ideas, opiniones y experiencias en torno al devenir económico presente y futuro.

4.1.1. Balances y Proyecciones

Inventario pormenorizado de la gestión corporativa durante la vigencia del año 2022, área por área, destacando los principales logros y metas de la institución.

4.1.2. Diagnóstico Económico

La información estadística juega un papel de singular importancia en el campo económico y social, por cuanto a través de ella se evalúa su comportamiento, la interrelación e incidencia de sus indicadores y las perspectivas futuras de desarrollo.

Contar con este tipo de información de manera ágil y oportuna es conocer con mayor amplitud los cambios y tendencias de las actividades socioeconómicas en general.

Con esta publicación la Cámara pone a disposición de la comunidad empresarial, al igual que de gremios, universidades, centros de investigación y usuarios en general, un documento de consulta que recoge el comportamiento de los principales indicadores sociodemográficos y económicos de los 5 municipios del Aburrá Sur.

4.2. Boletines e Informes Especiales

A las piezas informativas anteriormente citadas se suma la edición periódica de **Boletines de Prensa e Informes Especiales (Balances Estadísticos)**, con los cuales se difundieron, en los diferentes medios de información del Departamento, el balance de gestión, los logros, así como los planes, programas, proyectos y pronunciamientos de la entidad a nivel de la opinión pública local, regional y nacional.

Se destacan boletines relacionados con reconocimientos empresariales, resultados estadísticos de la dinámica empresarial de la jurisdicción, actividades alrededor de la celebración de los 30 años de la entidad, resultados del proceso electoral de la Cámara y logros destacados de los programas liderados por la entidad.

Estos contenidos generan la posibilidad de ser referente para los medios de comunicación masiva, quienes ven en la Cámara una importante y periódica fuente de información.

Complementariamente, durante la **Sexta Temporada del Boletín Sonoro Estrategia**, la Cámara sumó 25 emisiones semanales a través de redes (Twitter, Facebook, Instagram), correo electrónico y el canal propio de Podcast. **El Boletín llegó en el 2022 a la emisión 252 desde su creación.**

Se destaca la utilización de las plataformas de Spotify, Deezer, Apple Music y iTunes para la difusión del Boletín Sonoro.

Estos canales sirvieron además para la proyección de nuevos contenidos y programas especializados de audio con impacto en el sector empresarial.

En el 2022 salieron a la luz **2 de los proyectos audiovisuales de proyección corporativa y empresarial que necesitaba la Cámara.**

Ellos fueron: **Resumen Informativo Semanal**. Nació en el mes de Julio y durante 6 meses alcanzó 19 emisiones. Y el **Programa Audiovisual Experiencias Aburrá Sur**. Logró mostrar el impacto de nuestros proyectos, programas y eventos a través del testimonio de los empresarios y usuarios beneficiados por los mismos.

Finalmente, en lo que respecta al componente de información e interacción inmersa en el Plan de Comunicaciones 2022, la Cámara mantuvo activa su **Estrategia de Marketing Digital**, a través de Instagram, Facebook, Twitter y Youtube, que se suma a la remisión permanente de información por email marketing y a las estrategias de correo directo y al plan de medios concentrados en algunos medios alternativos.

La Estrategia de Marketing Digital se mantuvo también de manera específica con asdecompras.com y el Centro de Convenciones Aburrá Sur, a través de publicaciones periódicas de por lo menos una frecuencia semanal.

4.3. Sede Virtual

La Cámara de Comercio Aburrá Sur trabaja para hacer las cosas más simples, fáciles y cercanas, porque la innovación es uno de nuestros objetivos permanentes.

En el 2022 la entidad continuó incorporando exitosamente a sus estrategias informativas la tecnología de punta más apropiada para atender necesidades puntuales de sus clientes, lo que le permitió reducir costos propios y ajenos, los cuales se revierten en beneficios económicos y valores agregados.

Durante el 2022, la Cámara siguió **fortaleciendo su Portal** a través del dominio **camaraaburrasur.com** buscando generar mejor recordación entre los usuarios.

Hoy el sitio es un escenario que permite ofrecer múltiples servicios registrales e informativos de uso permanente para empresarios y la ciudadanía en general.

Se destaca que en el sitio se afianzaron los medios de interacción institucional como el CHAT, la asesoría en línea para la constitución y matrícula de empresas y negocios y el acceso a los servicios registrales de manera virtual.

El **Consultorio Empresarial Virtual** se mantuvo activo gracias a la difusión masiva de su utilidad y servicio.

5. Campañas Institucionales

La Cámara diseñó y ejecutó en el 2022 la Campaña para el Período Oficial de Renovación de la Matrícula Mercantil.

Igualmente se coordinaron otro conjunto de campañas corporativas entre las cuales se destacan: Promoción de Servicios y Programas Gratuitos para el Fortalecimiento de Empresas y Negocios; Empresarios Sobresalientes (Destacando el esfuerzo, la persistencia y la dedicación de los empresarios y comerciantes por salir adelante); Recuperación de Morosos y Depósito de los Estados Financieros.

Durante el primer trimestre del 2022 se lanzaron y estuvieron en circulación las campañas propias del Consultorio Empresarial Virtual, de la oferta de acompañamiento al Emprendimiento Básico, y de los Documentos Empresariales (Diagnóstico Económico y Balances y Proyecciones) que la Cámara generó.

En el segundo semestre también se desplegó la **Campaña de Brigadas de Acompañamiento Empresarial** para sensibilizar e informar a los empresarios, comerciantes y público en general sobre el propósito y los recorridos de este equipo promotor de la Cámara.

Al finalizar el 2022 se lanzó también la Campaña para promover la puesta en funcionamiento de la nueva sede seccional en el municipio de Sabaneta.

A esta última se sumaron las campañas diseñadas y promovidas a nivel Nacional, como Colombia es Mi Empresa (Liderada por Confecámaras con los empresarios de la jurisdicción de las Cámaras de Comercio de todo el país).

Por el Aburrá Sur las empresas participantes fueron Grupo Afín Farmacéutica S.A.S. BIC, y Sopórtica S.A.S. BIC. Se suman a estas campañas las de Innpulstec 2.0 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la de Denuncias Seguras del Gaula de la Policía Nacional.

La Cámara participó también en la difusión de las campañas de las Sociedades de Beneficio de Interés Colectivo – BIC, la de la Ventanilla Única Empresarial – VUE y la de Dinámica Empresarial (Encuesta que semestralmente lidera la Cámara de Comercio de Cali y de la cual hace parte la Cámara de Comercio Aburrá Sur).

También se participó en la difusión de campañas de promoción de informes y de posicionamiento del Centro de Estudios de la Empresa Micro – CEM.

Se mantuvieron también activas y vigentes durante todo el año las **Campañas de Posicionamiento de Asdecompras.com y del Centro de Convenciones**, de trámites virtuales permanentes y la de Validación de Certificados.

6. Planes, Programas y Convenios Institucionales

6.1. Fortalecimiento Empresarial Microempresas

El 2022 contó con un balance de mayor optimismo empresarial en la región con respecto al 2021, de acuerdo con la *Encuesta de Percepción Nacional – Ritmo Empresarial*, realizada en el mes de Agosto entre 6.893 empresas afiliadas a 25 cámaras de comercio del país, entre ellas la Cámara de Comercio del Aburrá Sur.

Lo anterior es un hallazgo que nos motiva a seguir ofreciendo unos servicios empresariales que permitan, de una parte, sostener la base empresarial existente y, de otra, mejorar sus estructuras organizacionales, con el fin de generar estabilidad y claridad en las proyecciones financieras y comerciales, especialmente de las Microempresas de nuestra región.

En el 2022 la Cámara ejecutó, sin costo para su comunidad microempresarial, un Programa de Fortalecimiento Empresarial, con el apoyo técnico-académico de la Fundación Universitaria ESUMER, incluyendo diversos proyectos: Fortalecimiento Microempresarial (Encuentros Académicos, Tutorías, Conexión Comerciales), Formación y Asociatividad, Consultorio en Gestión Empresarial y Escuela de Saberes.

El siguiente es un balance pormenorizado de los resultados que arrojó este Programa en los Componentes antes citados:

6.1.1. Fortalecimiento Microempresarial

Es un Programa que se ejecuta en tres etapas: **Encuentros Sincrónicos, Tutorías** (Ambas etapas articuladas) y **Conexiones Comerciales**.

6.1.1.1. Encuentros Sincrónicos

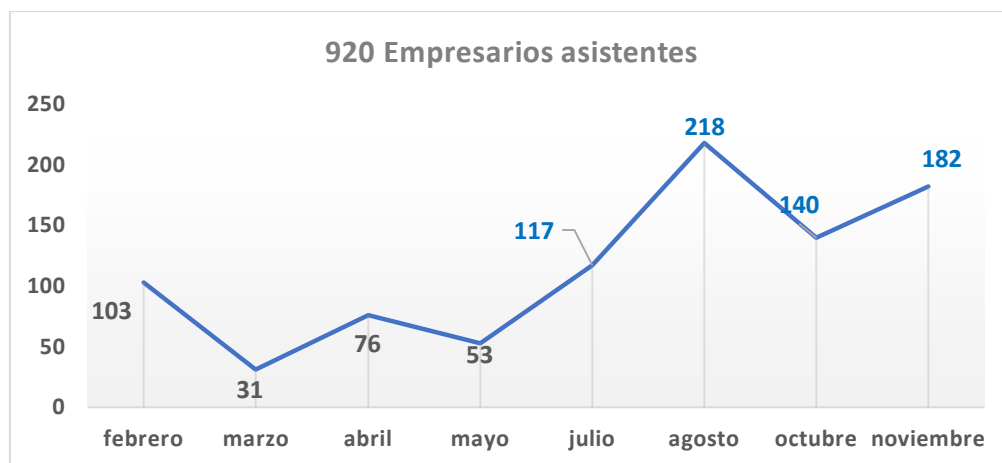
Encuentros de dos (2) horas de duración cada uno, convocados por la Cámara con el fin de brindar orientación conceptual sobre los siguientes ejes temáticos: Comercial, Financiero, Marketing Digital, Productividad Empresarial, Modelo de Negocio y Talento Humano.

En 2022 Se ejecutaron **30 Encuentros de Orientación Metodológica (60 horas de Capacitación)**, 13 de ellos en modalidad virtual y 17 presenciales.

En total se inscribieron **2.005 empresarios** y al final se contó con una asistencia de **920** (Representando a **755 empresas**).

Esto significa que los Encuentros tuvieron el **46% de efectividad en la convocatoria**, un poco menos de la media cameral.

El siguiente es el desempeño de Asistencia a los Encuentros durante los diferentes meses de la vigencia del 2022:



En **Color Azul** se presenta la sumatoria de asistentes a Encuentros Sincrónicos en Modalidad Presencial.

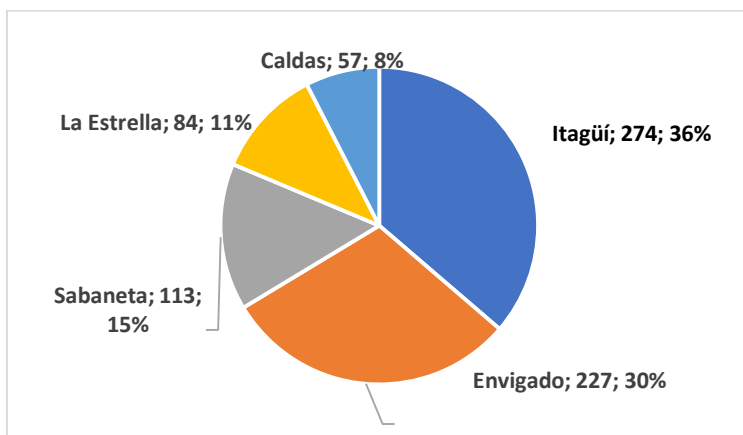
Adicionalmente se realizó un abordaje con Visitas Individuales a 35 empresarios de diversos sectores económicos y se profundizó con una Reunión Grupal con 5 de ellos.

Como resultado de este ejercicio de Inmersión Empresarial es importante destacar los siguientes hallazgos:

1. Interés por Temáticas: Las tres temáticas con mayor asistencia por parte de los empresarios a los Encuentros Sincrónicos fueron: Marketing Digital, Financiero y Comercial.

Eje Temático	Personas asistentes	Empresas asistentes	% distribución Empresas * Eje Temático
Marketing Digital	312	249	33%
Financiero	262	216	29%
Comercial	155	123	16%
Talento Humano	94	83	11%
Productividad empresarial	56	48	6%
Modelo de negocio	41	36	5%
Total	920	755	100%

2. Participación por Municipio: El municipio que mayor demanda reportó en los Encuentros (Asistencia de empresas a los Encuentros Sincrónicos) fue Itagüí, seguido por Envigado, Sabaneta, La Estrella y por Caldas.



6.1.1.2. Tutorías

En 2022 la Cámara realizó Tutorías Individuales de una (1) hora por negocio, las cuales se convocaron entre las empresas asistentes a los Encuentros Sincrónicos.

El objetivo de dichas Tutorías es ayudar a desarrollar habilidades empresariales de acuerdo con lo aprendido en la orientación metodológica del Encuentro.

De los 920 empresarios asistentes a los Encuentros Sincrónicos (755 empresas) se invitaron a 710 empresas a esta Segunda Etapa del Programa.

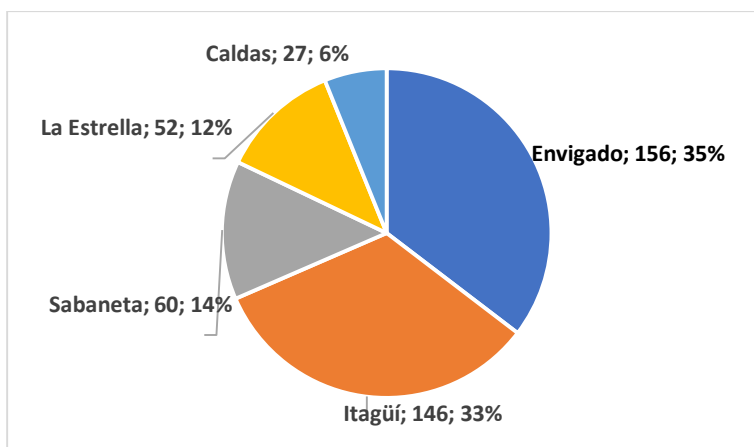
Igualmente se convocaron a las 57 empresas asistentes al *Seminario Régimen Simple de Tributación como Impulso Empresarial*, dictado por la DIAN.

Con estas **767 remisiones a Tutorías** se ejecutaron **441 horas de Asesoría** en diferentes temáticas, lo que representa el **58% de efectividad en la articulación** de estas dos etapas de Fortalecimiento Empresarial, beneficiando así a **300 empresas**. Como resultado de este ejercicio Tutorial es importante destacar los siguientes hallazgos:

1. Interés por Temáticas: Las tres temáticas con mayor apertura por parte de los empresarios para recibir las Tutorías son las mismas que en Encuentros Sincrónicos, como respuesta a la articulación de estas dos etapas.

Eje Temático	No. Horas Asesoría	% distribución
Marketing digital	140	32%
Financiero	107	24%
Comercial	91	21%
Talento Humano	45	10%
Productividad empresarial	20	5%
Tributaria	20	5%
Modelo de negocio	18	4%
Total	441	44%

2. Participación por Municipio: La mayor demanda de horas de asesoría en Tutoría la registró el Municipio de Envigado, seguido por Itagüí, Sabaneta, La Estrella y Caldas.



3. Participación por Sectores Económicos: El Sector que más participó en las Tutorías Individuales fue el Manufacturero, seguido por el Sector de Comercio al Por Mayor y al Por Menor, y Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas.

Los siguieron: Alojamiento y Servicios de Comida; Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas; Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo, y Otras Actividades de Servicios.

Sector económico	No. Horas Asesoría	% distribución
Industrias manufactureras	159	36%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	145	33%
Alojamiento y servicios de comida	40	9%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	29	7%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	19	4%
Otras actividades de servicios	14	3%
Actividades inmobiliarias	9	2%
Construcción	8	2%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	7	2%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	3	1%
Información y comunicaciones	3	1%
Educación	2	0%
Transporte y almacenamiento	2	0%
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	1	0%
Total	441	100%

4. Tamaños Empresas Beneficiadas: Si bien el enfoque de atención de este Componente se centra en la Microempresa, también se abrió un espacio para otras empresas con mayor músculo o trayectoria atraídas mediante actividades de convocatoria abierta (Brigadas y Calendario de Eventos en la Página Web)

La distribución de empresas y horas de asesoría por Tamaño de Empresa en el Componente de Tutorías Individuales fue el siguiente:

	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	No matriculadas	TOTAL
No. Empresas	256	20	22	2	300
% distribución Empresas	85%	7%	7%	1%	100%
No. Horas Asesoría	388	25	25	3	441

6.1.1.3. Conexiones Comerciales

El Componente de **Conexiones Comerciales** dentro del Programa de Fortalecimiento Microempresarial consiste en una ruta de acompañamiento a empresarios con el fin de **conectar Oferentes Potenciales como proveedores de insumos, complementarios y/o servicios requeridos por Visitantes/Demandantes de estos productos y/o servicios.**

En la vigencia del 2022 las actividades económicas de Gastronomía y Bares del Aburrá Sur fueron el eje de esta convocatoria.

En el rol de oferentes el 100% de la participación se realizó con empresas matriculadas del Aburrá Sur, y que el 80% fueran Micros.

La siguiente es una descripción detallada de las actividades principales de la Ruta, por cada rol (Oferente y Demandante), y los resultados de gestión por actividad, según indicadores establecidos desde el diseño de la estrategia.

6.1.1.3.1. Ruta de Acompañamiento del Oferente y Resultados

El alcance de la Ruta para los Oferentes consiste en brindar respuesta a insumos, complementos y servicios requeridos en los sectores de Alimentos y Bebidas.

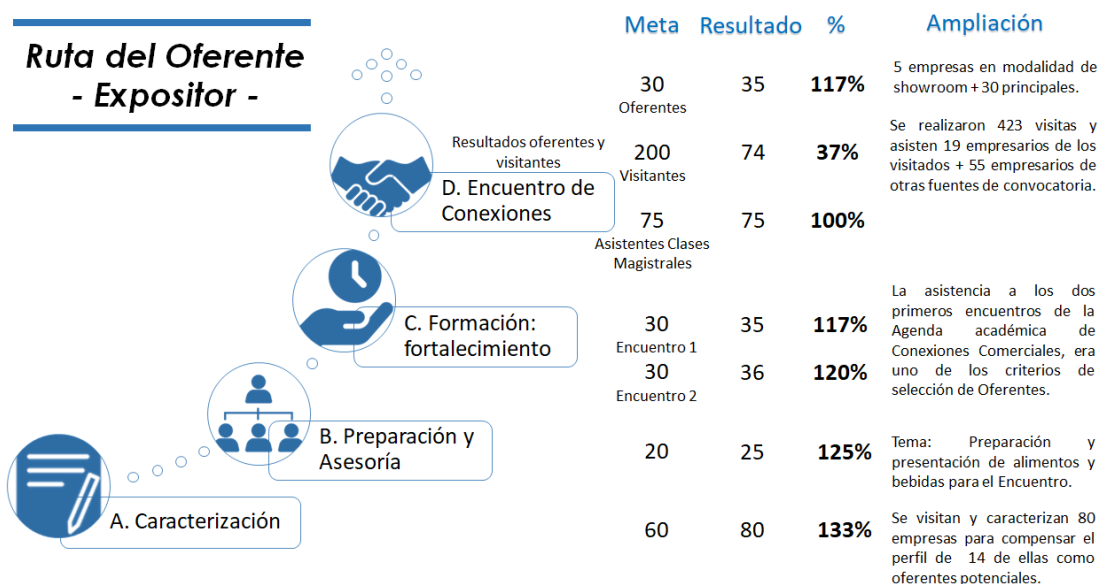
La identificación de necesidades se logró a través de un Sondeo Verbal realizado por la Cámara, teniendo como categorías de búsqueda sectoriales las siguientes:

+ Insumos y complementos: Cárnicos y embutidos, chocolates artesanales, especias y salsas, harinas, panadería y repostería, otros complementos alimenticios.

+ Empaques y Desechables.

+ Servicios de Domicilio.

+ Bebidas: Café, cervezas, otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas.



Temas Formación - Agenda Académica Conexiones Comerciales: Fotografía comercial para productos; Prepárate para abordar contactos comerciales; La gestión del talento humano: El reto de reclutar y sostenerlo Define tu estructura de costos; Aprende acerca de tu marca y el uso de las Redes Sociales – Nivel Básico, y Guía para Social Media y Redes Sociales – Nivel Avanzado.

Temas y Empresas expositoras de Clases Magistrales (Duración: 30 minutos cada una): Nuevos desarrollos en sodas y cocteles (Bodegas Alicante); Tendencias Sostenibles en Empaques (Alico), y ¿Cómo hacer una estrategia digital de generación de ventas para el sector alimentos y bebidas? (E-core Digital Performance).



6.1.1.3.2. Ruta de Acompañamiento del Visitante y Resultados

El alcance de la Ruta para los Visitantes consiste en ampliar su portafolio de proveedores de productos y/o servicios, y recibir, como valor agregado, recomendaciones para alimentos, bebidas y empaques brindadas a través de las Clases Magistrales, así como el Estudio de Servicios Financieros a través del espacio de Conexiones Financieras.

La búsqueda de los 423 Visitantes potenciales para el *Segundo Encuentro de Conexiones y Negociaciones Aburrá Sur a la Mesa* se realizó mediante las siguientes categorías y tamaños de empresas:

Categoría del Visitante (Demandante)	Pyme	Micro	Total visitado
Catering para eventos	3	8	11
Expendio de bebidas		35	35
Expendio de comidas rápidas	2	115	117
Hoteles o Apartahoteles	3	5	8
Mini-mercados, Tienda de abarrotes o abastos	2	61	63
Organización de Convenciones y Eventos Comerciales		11	11
Restaurantes especializados	2	66	68
Restaurantes tradicionales		110	110
Total	12	411	423



6.1.1.3.3. Seguimiento Conexiones Comerciales de Valor

Meta	Resultados	% cumplimiento	Observaciones
90	Cambio de metodología para el seguimiento	No aplica	En el diseño de la ruta de Conexiones Comerciales, se estableció un seguimiento para rastrear si cada Oferente había logrado quedar con mínimo 3 conexiones comerciales de valor (a mediano y largo plazo) como resultado de los contactos generados durante el evento. Debido a que esta fase de seguimiento fue modificada en metodología y por efectos de tiempo no se logró realizar, se identifica un total de 372 contactos comerciales entre los 30 oferentes principales generados el día del Evento.

6.2. Asociatividad

La Cámara concibió este Programa con el fin de fortalecer las capacidades asociativas y de gestión sectorial en los municipios del Aburrá Sur, acorde con las dinámicas y propósitos particulares definidos en los consensos, intereses y propósitos sectoriales.

En la vigencia del 2022 se decidió realizar **Cuatro (4) Acompañamientos a Potenciales Grupos Asociativos**, representados por **26 empresas** según la etapa y necesidad de cada uno, brindando un total de **59 horas de asesoría** detalladas así:

6.2.1. Asociación Gastrobares Sabaneta (19 empresas)

+ Socialización de los estatutos explicando el alcance de cada artículo, haciendo partícipes a los empresarios de aprobar los que consideren cumplen con la necesidad de la asociación y finalizando con la lectura de los artículos a modificar. Queda pendiente por la Asociación aprobar el documento final.

+ **Realización del Taller de Creación: Razón de Ser.**

+ Elección de Junta Directiva.

6.2.2. Asociación de Bares y Licores de Caldas (5 empresas)

+ Socialización de modificaciones a Estatutos y asesoría sobre los pasos a seguir después de su aprobación.

La segunda parte no pudo ser ejecutada debido a que el grupo base, por conflictos internos, no procedió a la aprobación de los Estatutos.

6.2.3. Revisión, Ajuste y Actualización de Reglamento Interno de la Cámara de Comercio Aburrá Sur (1 empresa)

Se hizo un proceso detallado de revisión y validación de modificaciones del Reglamento Interno de Trabajo de la entidad.

6.2.4. Diagnóstico Direccionamiento Estratégico Centro Comercial Platino, Itagüí (1 empresa)

Se diseñó propuesta de acompañamiento al Consejo de Administración del Centro Comercial (con la participación de 10 miembros de la Junta y la Administradora), la cual fue aprobada el 30 de Noviembre de 2022. El acompañamiento quedó previsto para el 2023.

6.3. Consultorio en Gestión Empresarial

El Consultorio Empresarial fue diseñado como una estrategia para contribuir en la solución de problemas que a los empresarios se les dificulta resolver por sí mismos, a través de un proceso de consulta y asesoría profesional experta en distintas áreas administrativas y gerenciales de las empresas.

Como resultado de este Programa (Ofrece 1 hora gratuita de asesoría por empresa, procurando un máximo de 3 horas en el año por empresa) se realizaron **313 horas de Asesorías**, acompañando a **254 empresas** en la Sala Virtual habilitada para tal fin.

Como resultado de este ejercicio de Asesorías a través del Consultorio de Gestión Empresarial es importante destacar los siguientes hallazgos:

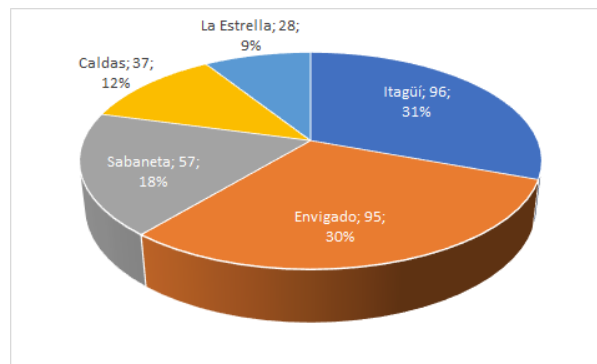
6.3.1. Interés por Áreas de Consulta

Las 4 áreas con mayor interés de consulta fueron: Tributaria, Laboral y Comercial, Financiera y Contable.

Área de consulta	No. Horas Asesoría	% distribución
Tributaria	74	24%
Laboral	57	18%
Comercial	56	18%
Financiera y contable	56	18%
Jurídica	26	8%
Transformación digital	22	7%
Rediseño del modelo de negocio	21	7%
Gestión Estratégica y Administrativa	1	0%
Total	313	100%

6.3.2. Participación por Municipio

La mayor demanda en horas de asesoría del Consultorio en Gestión Empresarial lo lideró Itagüí en el 2022, seguido por Envigado, Sabaneta, Caldas y el Municipio de La Estrella.



6.3.3. Participación por Sectores Económicos

El Sector que más participó en las Asesorías fue el de Comercio al Por Mayor y al Por Menor, seguido por Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas y la Industria Manufacturera.

También demandaron este servicio los sectores: Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas, y Construcción.

Sector económico	No. Horas Asesoría	% distribución
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	104	33%
Industrias manufactureras	79	25%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	30	10%
Construcción	21	7%
Alojamiento y servicios de comida	16	5%
Otras actividades de servicios	12	4%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	9	3%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9	3%
Actividades inmobiliarias	7	2%
Transporte y almacenamiento	6	2%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	5	2%
Información y comunicaciones	5	2%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	3	1%
Actividades financieras y de seguros	3	1%
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de sanamiento ambiental	2	1%
Educación	2	1%
Total	313	100%

6.3.4. Tamaños de Empresas Beneficiadas

Este programa da cabida a todos los tamaños de empresa, aunque su énfasis se centra en la Microempresa.

La distribución de empresas atendidas y horas de asesoría por tamaño de empresa fue el siguiente:

	Micro empresa	No matriculadas	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa	TOTAL
No. Empresas	213	15	12	12	2	254
% distribución Empresas	84%	6%	5%	5%	1%	100%
No. Horas Asesoría	261	15	18	15	4	313

6.4. Escuela de Saberes

La Escuela de Saberes se propuso desarrollar acompañamientos especializados a los empresarios en actividades claves para la gerencia de sus empresas.

Este Programa ofreció en 2022 Asesoría Presencial de 1 hora por empresa, registrando al finalizar el año **86 horas de Asesoría a 83 empresas**.

Como resultado de este ejercicio de Asesorías Especializadas es importante destacar los siguientes hallazgos:

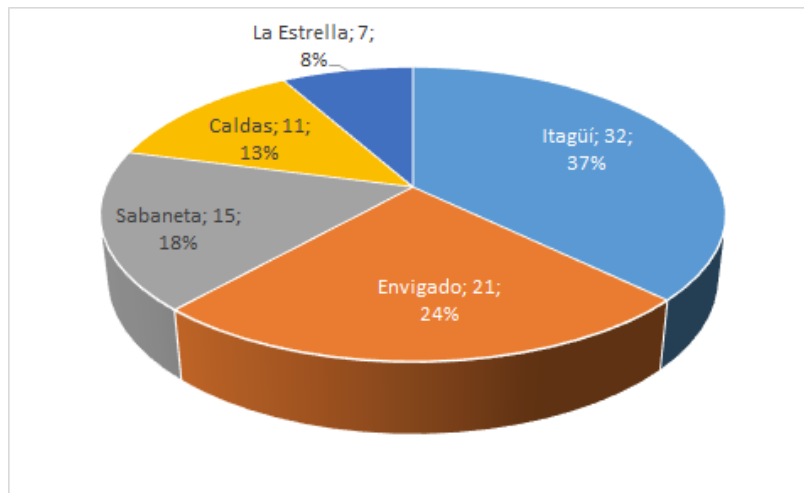
6.4.1. Interés por Áreas de Asesoría

Las 2 áreas con mayor interés de Asesoría Especializada fueron: Comercial y Diseño e implementación de Estrategias de Marketing Digital, seguidas por Gestión Financiera y Gerencia Administrativa.

Área de Asesoría	No. Horas Asesoría	% distribución
Acompañamiento comercial	46	53%
Diseño e implementación de estrategias de marketing digital	20	23%
Acompañamiento financiero	11	13%
Acompañamiento administrativo	9	10%
Total	86	100%

6.4.2. Participación por Municipio

La mayor demanda en horas de Asesoría Especializada de la Escuela de Saberes fue de empresarios del Municipio de Itagüí, seguido por Envigado, Sabaneta, Caldas y La Estrella.



6.4.3. Participación por Sectores Económicos

El Sector que más participó en las Asesorías Especializadas del Programa Escuela de Saberes fue el Comercio al Por Mayor y al Por Menor, y Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas.

Lo siguieron el Sector de Industrias manufactureras, Alojamiento y Servicios de Comida y Otras Actividades de Servicios, entre otros.

Sector económico	No. Horas Asesoría	% distribución
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	38	44%
Industrias manufactureras	31	36%
Alojamiento y servicios de comida	6	7%
Otras actividades de servicios	4	5%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2	2%
Actividades inmobiliarias	2	2%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	2%
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de sanamiento ambiental	1	1%
Total	86	100%

6.4.4. Tamaño de Empresas Beneficiadas

Este programa da cabida a todos los tamaños de empresa, aunque su énfasis se centra en la Microempresa. La distribución de empresas atendidas y horas de asesoría por tamaño de empresa fue el siguiente:

	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	TOTAL
No. Empresas	80	2	1	83
% distribución Empresas	96%	2%	1%	100%
No. Horas Asesoría	83	2	1	86

6.5. Convenio Cámara y Municipio de Sabaneta 2022

Apoyar y Formalizar a 90 emprendimientos, fortalecer 120 Mipymes, asesorar a 80 empresas a través del Consultorio Empresarial, y actualizar la Caracterización Empresarial del Municipio de Sabaneta, fueron los objetivos que sustentaron, desde el mes de Junio del 2022, el Acuerdo de Cooperación suscrito entre la Cámara de Comercio Aburrá Sur y el Municipio de Sabaneta.

Esta alianza, a través de la cual la Cámara aportó recursos por valor de \$106 millones y su capacidad estratégica y operativa, fue materializada con el Municipio de Sabaneta, a través de su Secretaría de Desarrollo Económico.

El acuerdo se centra hoy en gestionar la dinámica económica del Municipio en los componentes más estratégicos del desarrollo empresarial, como son la Formalización, el Emprendimiento y el Fortalecimiento de sus empresarios y comerciantes.

En un segundo nivel el Acuerdo se centró en actualizar el inventario de unidades productivas del Municipio, con el fin de prospectar su futura vocación económica, y diseñar estrategias que faciliten la retención y atracción de nuevas inversiones empresariales.

Si bien Sabaneta ya ha venido explorando caminos para definir su futuro económico, especialmente en los ejes industriales, de comercio tradicional y turismo ecológico, existen hechos territoriales que ameritan reflexiones importantes para poder precisar las apuestas de especialización productiva que el Municipio desea consolidar.

Para la Cámara convenios como éste contribuyen al mejoramiento de las condiciones de desarrollo económico de los Municipios, elevan las condiciones productivas y competitivas de sus empresas y mejoran la condición de vida y empleo para beneficio de las familias que integran el capital social del Aburrá Sur.

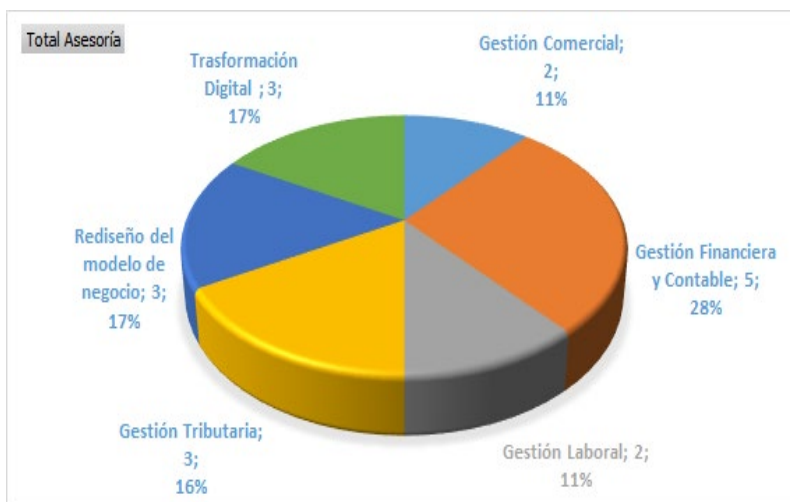
En el segundo semestre del 2022 el Convenio avanzó en el cumplimiento de sus metas, especialmente en lo correspondiente a la Actualización de su Inventario de Unidades Productivas.

Paralelamente la Secretaría de Desarrollo Económico del Municipio de Sabaneta remitió en 3 fechas los requerimientos empresariales para el Consultorio Empresarial.

Al cierre del 2022 se verificó que **de un total de 44 empresas remitidas el 41%, equivalente a 18 empresas**, fueron finalmente atendidas por el Consultorio. El detalle de la trazabilidad de este Servicio es el siguiente:

	Remitidos 1		Remitidos 2		Remitidos 3		TOTAL	
	18 ago 2022		30 ago 2022		26 sep 2022			
	#	%	#	%	#	%	#	%
Asesorado	8	57%	8	40%	2	20%	18	41%
No interés	3	21%		0%		0%	3	7%
Incumple cita	2	14%	6	30%	5	50%	13	30%
No contesta		0%	2	10%	1	10%	3	7%
Matrícula inactiva	1	7%	1	5%		0%	2	5%
Matrícula cancelada		0%		0%	1	10%	1	2%
No matriculado		0%	3	15%	1	10%	4	9%
Total	14	100%	20	100%	10	100%	44	100%

En las 18 empresas Asesoradas por el Consultorio, las siguientes fueron las Areas de Consulta en las que se les brindó apoyo:



Cifras oficiales de la Cámara destacan que Sabaneta cuenta hoy con una base empresarial proyectada de 5.473 unidades productivas, de las cuales 2.870 son Personas Naturales – Comerciantes; 2.505 Sociedades, y 98 Agencias y Sucursales.

El Municipio representa el 14% del total de la base económica de los 5 municipios del Aburrá Sur, cuyo monto total de unidades productivas asciende a 37.000.

A nivel emprendedor es importante destacar que entre 2015 y 2021 nacieron en Sabaneta 4.731 emprendimientos, de los cuales 1.866 han sido Sociedades, y los 2.865 restantes Personas Naturales – Comerciantes.

En el mismo lapso Sabaneta vio desaparecer 4.387 unidades productivas, de las cuales 377 eran Sociedades y 4.010 Personas Naturales – Comerciantes.

Desde la perspectiva regional, entre 2015 y 2021 los 4.731 emprendimientos de Sabaneta representaron el 13.2% de los 35.867 emprendimientos (Personas Naturales – Comerciantes y Sociedades) que reportó el Aburrá Sur en ese mismo lapso.

En igual sentido, y en el mismo período, las 4.387 cancelaciones y liquidaciones de Personas Naturales y Sociedades de Sabaneta, aportaron el 12.4% de los 35.423 cierres de unidades productivas que totalizó el Aburrá Sur en ese lapso.

Importante resaltar finalmente, que al Cierre del 2021 el Aburrá Sur contaba con 500 empresas exportadoras, de las cuales 88 (17.6%) son de Sabaneta (17 Grandes, 31 Medianas, 29 Pequeñas y 11 Micros).

En la vigencia del 2021 el Municipio exportó un total de US\$116 millones, los cuales representan el 14.2% de los US\$820.1 millones que exportó el Aburrá Sur en dicha vigencia.

Paralelamente el Municipio participó en el 2021 con 203 (17.5%) de las 1.162 empresas del Aburrá Sur que importaron en el Aburrá Sur en esta vigencia.

Sabaneta importó US\$295 millones en 2021, lo que representa el 8.4% del monto total de importaciones que registró Sabaneta en dicha vigencia, el cual ascendió a US\$3.519 millones.

6.6. Modelo de Intervención en Gobierno Corporativo

Cerca de un 80% de las unidades productivas del Aburrá Sur pertenecen a grupos familiares, sin importar su contexto productivo, tamaño o situación domiciliar.

Eso significa que sus visiones, orientaciones estratégicas, diversificación productiva y sobrevivencia futura está atada a decisiones con una profunda significancia familiar.

Estudios anteriores realizados por la Cámara de Comercio Aburrá Sur, confirman que muchas de esas unidades productivas no cuentan con estrategias que blinden, definan y diferencien el capital empresarial y familiar, lo cual pone muchas veces en riesgo la “salud económica” de dichas empresas y su proyección organizacional.

Consecuente con ello la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en asocio con la Institución Universitaria Esumer, diseñó en la vigencia del 2022 una Estrategia de Apoyo al Gobierno Corporativo de la Empresa Familiar.

La Hoja de Ruta cuenta con una Fase Diagnóstico y el Diseño de un Plan de Acción a la Medida que permite adaptar la metodología al contexto familiar y empresarial específico.

El proceso inicia con una validación del concepto de Gobierno Corporativo en cada Empresa de Familia, en lo que se refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, integrados básicamente por: Accionistas, Junta Directiva - Asesora y Dirección – Gerencia”.

En este escenario surgen unas preguntas claves en torno a la Consultoría en Gobernanza para las Empresas Familiares:

Para qué se hace? Para unir las voluntades de los propietarios y así desarrollar su actividad empresarial con armonía, entendimiento y unidad.

Cómo se hace? Definiendo y viviendo los valores del negocio, identificando los perfiles de participación de los socios y generando una agenda con puntos en común.

Dónde se hace? En espacios para construir inteligencia colectiva como son las asambleas, las juntas y los comités.

A la fecha la Cámara ha acompañado a 4 organizaciones del Aburrá Sur en este proceso y el propósito es fortalecer hacia el futuro la capacidad de respuesta para consolidar esta Cultura de Gobernanza en todo su territorio económico.

6.7. Brigadas de Apoyo Empresarial

Entre el 15 de Marzo y el 1º de Abril de 2022 la Cámara de Comercio Aburrá Sur, con el apoyo de 11 Brigadistas, se hizo presente en los 5 municipios de su jurisdicción, visitando directamente en sus locales comerciales a 4.279 microempresarios, con el fin de darles a conocer los Planes, Programas, Proyectos y Servicios Empresariales Gratuitos que les ofrece la entidad, y medir su percepción frente a la misma.

La Estrategia se concentró en esta primera etapa en un recorrido, establecimiento por establecimiento, por las zonas de concentración comercial (“Parrillas Comerciales”) más representativas de cada uno de los municipios.

En su interacción con los comerciantes y empresarios los brigadistas lograron sensibilizar, informar y orientar a los empresarios con el fin de hacerles sentir más de cerca de la Cámara; escuchar sus requerimientos, y compartirles las estrategias de apoyo para impulsar su sostenibilidad, crecimiento y consolidación empresarial”.

El inventario de toda la retroalimentación obtenida en este proceso sirvió de base para el diseño y proyección de nuevos servicios y programas de formalización, fortalecimiento y promoción comercial para el mercado empresarial y comercial de los 5 municipios del Aburrá Sur, algunos de los cuales fueron activos en la vigencia del 2022.

6.8. Aburrá Sur en Expovirtual 2022

La Cámara de Comercio Aburrá Sur se vinculó como entidad promotora de la Octava Edición de Expovirtual.

La Feria contó con el apoyo de aliados estratégicos como el Clúster de Negocios de Turismo y el Programa Antioquia es Mágica de la Gobernación de Antioquia, y su slogan fue: Feria de Turismo 2022 – Conoce, disfruta y descubre la magia de Antioquia.

El objetivo de esta versión de Expovirtual fue promover a Antioquia como destino turístico, dinamizar la economía de las regiones y aportar al mejoramiento de la productividad de las empresas afiliadas a las diferentes Cámaras de Comercio del departamento.

La convocatoria 2022 se centró en atraer y vincular a la Feria a empresas de la Industria del Sector Turístico de cada una de las subregiones, con el fin de que participaran y comercializaran sus productos y servicios en la misma.

El proceso de selección y divulgación dio como resultado la inscripción oficial de 109 empresas, distribuidas así:

Cámara de Comercio	Empresas Inscritas
Cámara de Comercio Aburrá Sur	6
Cámara de Comercio Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño	10
Cámara de Comercio Oriente Antioqueño	17
Cámara de Comercio Urabá	20
Cámara de Comercio Medellín	56
Total	109

De las 109 empresas seleccionadas 89 aceptaron la invitación por plataforma y recibieron acompañamiento y asesoría para el montaje de su Tienda Virtual y Stand.

Al final un total de 72 empresarios lograron avanzar con Stand aprobado dentro de la Feria Virtual de Turismo 2022. Las categorías en los que se distribuían estas empresas fueron:

Categorías	No. Empresas
Agencias de viaje y operadores de turismo	34
Alojamiento y hospedaje	30
Experiencias	8
Total	72

Los siguientes son los resultados que tuvo la feria, según los reportes arrojados por la plataforma de ferias de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.

Cantidad de Productos Ofertados en Feria	196
Clics a Productos por parte de Visitantes	12.845
Promedio Clic por Producto	64
Cantidad Total de Visitas al Sitio Web	31.769

6.9. Apoyo a Colombiamoda y Colombiatex 2022

La Cámara de Comercio Aburrá Sur, en alianza con Inexmoda (Instituto para la Exportación y la Moda de Colombia), apoyó la convocatoria a empresarios compradores para las ferias de Colombiatex de las Américas y Colombiamoda (Semana de la Moda de Colombia) 2022.

Ambas muestras comerciales reúnen anualmente a todos los principales proveedores de insumos para los diferentes universos de vestuario con los principales actores del Sistema Moda.

Con la participación de cerca de 238 empresarios la Cámara contribuyó en ambos escenarios a promover el fortalecimiento de las Mipymes del Sector Textil, Confección, Diseño y Moda del Aburrá sur, quienes tuvieron la oportunidad de visitar las ferias y hacer contactos importantes para sus organizaciones.

6.10. Acompañamiento al Emprendimiento Regional

El emprendimiento es definitivamente un gran dinamizador del desarrollo empresarial y de la innovación en nuestro país, toda vez que desde 1996 se viene estimulando a través de diferentes y abundantes políticas públicas de carácter nacional, departamental y municipal, las cuales han sido viabilizadas a través de programas, proyectos y recursos físicos y económicos.

Lo anterior ha permitido mejorar las condiciones del Ecosistema de Emprendimiento, y con ello el éxito de los proyectos de emprendimiento.

Según nuestra última medición, los emprendimientos exitosos medidos al quinto año superan el 52%, un resultado positivo que nos motiva a seguir trabajando muy fuerte en pro del emprendimiento de la región.

Después de 9 años de acompañamiento con este Componente, en 2022 la Cámara continuó apoyando activamente al Emprendimiento Regional, con el apoyo técnico de la Corporación Créame, Incubadora de Empresas.

Los procesos y las tareas de este Programa se orientaron en el 2022 a la gestión del Consultorio de Emprendimiento en función de los Componentes de:

Emprendimiento Básico; Emprendimiento Innovador - Ciclos I, II y III, y Ejecución de Ruedas de Conexión Comercial y Financiera que se realizaron en el transcurso del segundo semestre del año 2022.

Para cumplir con los indicadores del Componente de Emprendimiento Básico se implementaron estrategias como combinar asesorías presenciales y virtuales. Las presenciales se realizaron en las sedes de Sabaneta, Itagüí y Envigado con resultados positivos.

6.10.1. Consultorio Emprendimientos Básicos (Presencial y Virtual)

Cabe resaltar que el Consultorio de Emprendimiento atendió 2.730 emprendedores durante la vigencia 2022.

Allí se realizaron 1.342 Diagnósticos de Emprendimiento; 802 Asesorías en Diseño de Modelo de Negocio; 89 Asesorías en Modelo Comercial; 129 Asesorías en Modelo Financiero, y 368 Asesorías para Otros Conceptos.

Consultorio Emprendimiento Básico - Feb. 8 a Nov. 30	Intervenciones
Diagnósticos Empresariales	1.342
Asesorías Modelo Negocio	802
Asesorías Modelo Comercial	89
Asesorías Modelo Financiero	129
Asesorías Generales	368
Asesorías Realizadas	2.730

En el municipio de Envigado se realizaron 1.032 Asesorías (38%), seguido por Itagüí, con 854 Asesorías (31%); Sabaneta, con 482 (18%); Asesorías Virtuales Aburrá Sur, con 322 (12%); Caldas, con 35 Asesorías (1%), y el Municipio de La Estrella, con 5 Asesorías.

Municipio	Asesorías realizadas	%
Itagüí	854	31%
Envigado	1.032	38%
Sabaneta	482	18%
Caldas	35	1%
La Estrella	5	0%
Virtual	322	12%
Total	2.730	100%

6.10.2. Emprendimiento Innovador – Ciclos 1, 2 y 3

En relación con el Emprendimiento Innovador el Programa ejecutó unos Talleres que buscan propiciar que los empresarios participantes desarrollen competencias desde una óptica integral, aunando conocimiento, habilidades, destrezas y relaciones.

Una vez cumplido el Ciclo de Formación los emprendedores presentaron un Pitch para dar a conocer las fortalezas y oportunidades de sus proyectos empresariales.

Posterior a ello se seleccionaron 10 empresarios para acompañarlos con Mentorías lideradas por profesionales expertos en temas financieros, comerciales e innovación, aportando con ello a la potencialización de las nacientes empresas innovadoras.

Las diferentes Fases de Entrenamiento del Emprendimiento Innovador son las siguientes:

1. Microciclo Divergencia – Ideación
2. Microciclo Convergencia - Experimentación y Construcción
3. Microciclo Validación con el Macroentorno

Las Mentorías se desarrollaron en forma individual y cumplida esta etapa se realizó un último filtró en el cual fueron seleccionadas las 3 mejores empresas de los 3 Ciclos de Formación del Emprendimiento Innovador.

A ellas se les otorgó el Premio de Innovación de la Cámara en las categorías: Producto/Servicio, Comercialización y Proceso. Los emprendimientos reconocidos fueron:

Categoría	Emprendimiento Innovador	Comentario
Producto o Servicio	Niño Mágico SAS BIC	Se destaca por su Cultura de Innovación. Eso le permite tomar decisiones enfocadas en mejorar la Experiencia de Cliente; superar desafíos y cumplir sus objetivos a través de la experimentación y la optimización constante de sus servicios.
Proceso	PDT Productos Termofijo SAS	Por su capacidad interna de transformar, romper con lo establecido e impulsar el cambio, implementando nuevos y mejorados métodos de producción.
Comercialización	Karibik SAS	Como lo dice su Slogan, Karibik más que una marca es una revolución. Con el perfeccionamiento de nuevas estrategias y conceptos comerciales crea, en asocio con sus clientes, una comunidad con valor creciente y sostenible.

Adicional a ello, y con el fin de reconocer la labor productiva de empresas que perseveran en procura de alcanzar sus sueños con compromiso y liderazgo; evolucionando con ingenio y competitividad, la Cámara otorgó una Mención Especial a los siguientes emprendedores innovadores que el Programa acompañó en el 2022:

Yensi Tatiana Mejía – Emartie; El Abuelo Salsero SAS; Mercalan SAS; Coinshopping SAS; Distribuidora Rego SAS; Suministros LYC SAS, y Renbros SAS.

En general, el Programa de Emprendimiento Innovador impactó en la vigencia del 2022 a 198 personas, de 177 empresas en los 3 Ciclos de Formación.

En la Fase de Mentorías se ejecutaron, al 30 de Noviembre del 2022, un total de 176 horas de acompañamiento, las cuales beneficiaron a 27 empresas.

Componente innovador	Cifras
Personas Impactadas	198
Empresas Impactadas	177
Mentorías Realizadas	176 Horas - 27 Empresas

En el Componente de Emprendimiento Innovador el Municipio que más aportó fue Itagüí, con el 37% de los beneficiarios, seguido por Envigado, con el 31%; Sabaneta, con el 17%; La Estrella, con el 10%, y el Municipio de Caldas, con el 6%.

Impactados Componente Innovador 2022		
Municipio	Municipio de origen	%
Itagüí	73	37%
Envigado	62	31%
Sabaneta	33	17%
Caldas	11	6%
La Estrella	19	10%
Total	198	100%

6.10.3. Rueda de Conexiones Comercial y Financiera

Con el fin de promover el relacionamiento comercial entre las empresas y proveer mecanismos de financiación que permitan impulsar el desarrollo económico en el Aburrá Sur la Cámara realizó, en la vigencia del 2022, una Rueda de Conexiones Comercial y Financiera en el marco del Programa CreAS+ 2022.

Estos eventos se basaron en la identificación de oportunidades de negocio; la construcción de alianzas estratégicas, y el fortalecimiento de redes de contactos interempresariales desde lo Comercial y a nivel de Conexiones Financieras.

Conexiones Comerciales y Financieras	
Fechas y beneficiarios	Julio 28: 76 beneficiarios Septiembre 8: 24 beneficiarios Septiembre 28: 63 beneficiarios Octubre 26: 53 beneficiarios Total: 216 beneficiarios

6.11. Fortalecimiento Empresarial Pymes

Es claramente identificable que las Pymes presentan hoy un alto potencial de desarrollo en Colombia, así como grandes oportunidades de crecimiento y de generación de empleo que son fundamentales para resolver los problemas de la coyuntura económica actual.

Sin embargo, ahora más que nunca este tipo de empresas tiene grandes dificultades para alcanzar el máximo desempeño debido a la falta de instrumentos de apoyo que apalanquen sus estructuras competitivas, estratégicas y financieras.

En los últimos años los Modelos de Negocio han tomado relevancia, ya que a partir de sus componentes se pueden obtener ventajas competitivas y elementos diferenciadores.

Un claro ejemplo de lo anterior es el caso de los Hard Discount (D1, Justo y Bueno y Ara) quienes aprovecharon innovaciones en sus modelos de negocio para construir una propuesta de valor contundente.

La definición clara de sus Modelos de Negocio para crear, capturar y entregar valor en las Pymes colombianas es sin duda una de sus mayores falencias actuales.

Es por ello que la Cámara de Comercio Aburrá Sur decidió incorporar en su Estrategia de Fortalecimiento Empresarial Pyme de la vigencia del 2022 el Programa Modelos de Negocio y Propuesta de Valor.

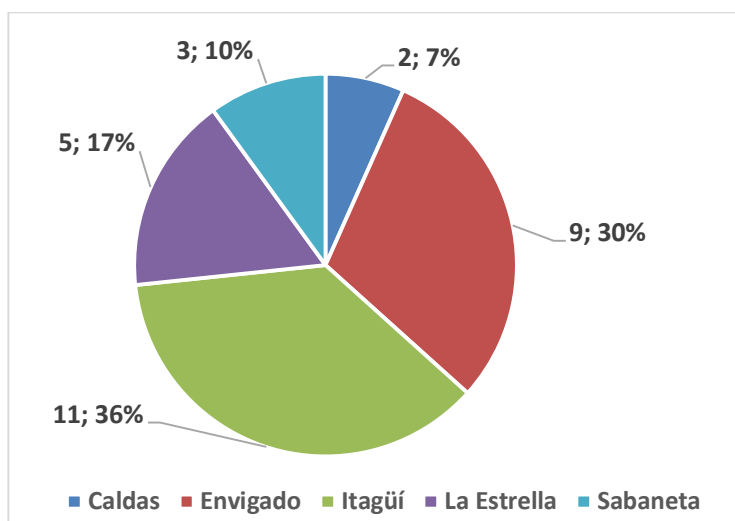
Este último busca subsanar esta brecha mediante la transferencia de conceptos claros sobre los componentes de los Modelos de Negocio Modernos e Innovadores, al igual que con la ejecución de un conjunto de Talleres Prácticos que ayudan a definir los Modelos de Negocio y a construir Propuestas de Valor contundentes y con capacidad adecuada para comunicar a sus clientes el valor entregado en un producto o servicio.

La siguiente Tabla relaciona las empresas de los 5 municipios del Aburrá Sur que participaron en el Programa en la vigencia del 2022; los Módulos de la Fase 2 y las Horas de Reuniones en las que participaron; al igual que las Horas de Trabajo Interno en la Fase 2, y las Horas de los Módulos Grupales en la Fase 1.

Cantidad	Empresa	Municipio	Módulos	Horas
1	Ladrillera Alcarraza	Itagüí	1 y 2	6
2	Chemcomercial	La Estrella	1 y 2	6
3	Almagrande	Itagüí	1 y 2	6
4	Maquinantio	Caldas	1 y 2	6
5	Meditecno	Itagüí	1 y 2	6
6	Newton	Itagüí	1 y 2	6
7	Congecon	Envigado	1 y 2	6
8	Integramos Logística	Sabaneta	1 y 2	6
9	Jomis	Sabaneta	1 y 2	6
10	Prolac	La Estrella	1 y 2	6
11	Supra Publicidad	Envigado	1 y 2	6
12	Cymaires	Envigado	1 y 2	6
13	Kelapa	La Estrella	1 y 2	6
14	Inmedinox	Itagüí	1 y 2	6
15	Nuvolab	Itagüí	1 y 2	6
16	Soluciones Integrales Proyectos de Ingeniería	Sabaneta	1 y 2	6
17	Entorno Azul	Envigado	1 y 2	6
18	Arrendamientos Nuevo Milenio	Envigado	1 y 2	6
19	Universidad Lasallista	Caldas	1 y 2	6
20	Pineda y Pineda	Itagüí	1 y 2	6
21	Tamaprint	La Estrella	1 y 2	6
22	Faismon	La Estrella	1 y 2	6
23	Básico y Simple	Itagüí	1 y 2	6
24	Disi Jeans	Itagüí	1 y 2	6
25	My Incorporated Group	Envigado	1 y 2	6
26	Clase Alpha	Envigado	1 y 2	6
27	Distribuciones Restrepo Cardona	Itagüí	1 y 2	6
28	Distribuciones Angelito	Itagüí	1 y 2	6
29	Masterdent	Envigado	1 y 2	6
30	Indicio Legal	Envigado	1 y 2	6

Desde la perspectiva municipal la siguiente es la distribución de las empresas beneficiarias del Programa de Modelos de Negocio y Propuestas de Valor del 2022 en el Aburrá Sur:

El Programa permitió a los empresarios beneficiarios conocer en detalle los diferentes tipos de Modelos de Negocio, las diferentes formas de categorizarlos, sus componentes y cómo se estructura la construcción de una Propuesta de Valor contundente y que comunique adecuadamente el valor entregado a los clientes.



Con el fin de garantizar la pertinencia y la cobertura del Programa, su ejecución se realizó en dos fases, así:

Fase 1: Se dividieron los 30 participantes en 2 grupos y se desarrollaron con ambos grupos 4 Seminarios Virtuales de 3 horas cada uno, en los que se trataron los siguientes temas:

Módulo 1: Modelo de Negocios Innovadores (Parte 1).

Módulo 1: Modelos de Negocio Innovadores (Parte 2)

Módulo 2: Propuesta de Valor (Parte 1)

Módulo 2: Propuesta de Valor (Parte 2)

Nota: Cada Módulo incluyó Talleres Prácticos para reforzar la transferencia de conocimientos.

Fase 2: Consistió en 6 horas de acompañamiento individual con cada compañía. En ella se discutieron preguntas relacionadas con la Propuesta de Valor, la Tecnología y las Operaciones, el Ingreso al Mercado y la Fórmula de Monetización y Generación de Utilidades.

Con base en las respuestas a este grupo de preguntas se propuso un Modelo de Negocios para cada empresa y se redactó su correspondiente Propuesta de Valor, según los segmentos a los que se dirige el negocio.

Los temas fueron abordados en dos (2) Módulos de la siguiente manera:

Módulo 1: Modelos de Negocio

Módulo 2: Propuesta de Valor

Nota: Al terminar el Módulo 2 los empresarios beneficiarios del Programa recibieron una presentación que incluía el Modelo de Negocios propuesto con su respectiva Propuesta de Valor para cada una de sus compañías.

Fruto de este ejercicio se realizaron unos balances de aprendizaje y hallazgos que se sustentan a continuación:

1. Segmentos Objetivo: En general las empresas tienen poco conocimiento de los consumidores, clientes y usuarios.

Sus estrategias de negocio se basan en las creencias sobre los clientes más que en un conocimiento profundo de ellos.

Los empresarios en general no han realizado un proceso metodológico de segmentación de sus mercados actuales y potenciales para enfocar sus esfuerzos en aquellos que valoren la oferta que pueden hacer en función de sus capacidades.

La mayoría tiene nociones sobre quiénes podrían ser sus clientes a partir de características observables como rango de edad, género, estrato, sector económico al que pertenecen, y tamaño del mercado objetivo.

Sin embargo, la mayoría desconocen atributos como comportamientos, voluntad de pago, preferencias, etc.

2. Propuesta de Valor: Al desconocer a profundidad el Público Objetivo ignoran consecuentemente cuál es su dolor y, por lo tanto, la Propuesta de Valor que proponían se centraban en las fortalezas del negocio y no en los beneficios que ofrecían para el cliente.

Así mismo, los empresarios no son contundentes a la hora de sustentar su Propuesta de Valor, desconociendo la respuesta a la pregunta “*¿Cómo probamos la propuesta de valor para el cliente nos crea?*”.

Los participantes requerían fortalecer la Propuesta de Valor a partir del conocimiento profundo de los clientes.

3. Canales: Las empresas en general no tienen personas con dedicación importante de tiempo a conseguir nuevos clientes y a desarrollar los actuales.

Los Canales se basan principalmente en entregar los productos y servicios y muy poco en comunicar la Propuesta de Valor sustentada.

No se conoce el costo de adquisición del cliente y el Lifetime Value por cada segmento y Canal. No se hace un uso priorizado y definido de otros canales de comunicación para difundir y posicionar la Propuesta de Valor.

En general hay muchas oportunidades para experimentar con incorporación de canales digitales, redes sociales, blogs, marketing de contenidos, etc.

4. Relación con el Cliente: El conocimiento profundo de los clientes es fundamental para la construcción de relaciones de largo plazo con éstos.

Muchas de las empresas no tienen claramente definido quién debería ser el responsable de desarrollar la relación con cada Cliente, bien sea directamente, a través de un gerente de relaciones o a través de otros medios digitales que faciliten la posibilidad de interactuar con los consumidores finales y usuarios e, inclusive, para crear comunidades en torno a las empresas y sus marcas.

5. Fuente de Ingresos: Muchos de los empresarios evaluados se concentran en la Creación de Valor, pero descuidan la captura.

Hay muchas oportunidades de mejoramiento en las estructuras de precios, intentando entender los costos de cambio y las posibilidades de discriminar precios.

Fortalecer la Propuesta de Valor y su sustentación puede ayudar a mejorar la diferenciación de su oferta, al igual que los precios y márgenes.

También en algunos casos hay oportunidades para experimentar con modelos de ingresos diferentes, como suscripciones y otro tipo de modelos de ingreso recurrentes.

6. Recursos: Se observa un énfasis en activos tangibles más que en capacidades distintivas. Hay oportunidades de enfocar los esfuerzos en capacidades que son difíciles de copiar basadas en la relación y el conocimiento profundo de los clientes y de sus negocios, al igual que en las tendencias de la industria.

También se percibe que hay oportunidades de seguir fortaleciendo las marcas y la reputación de las empresas.

7. Actividades Clave: Se destacó la importancia de las actividades de prospección de clientes fundamentada en un conocimiento profundo del Público Objetivo.

Cada empresa tiene elementos diferentes en su lógica de construcción y captura de valor, los cuales deben reforzarse según los recursos de cada una de ellas.

Llama la atención que muchas de las empresas tienen Modelos de Negocio con actividades que podrían ser tercerizadas y que no hacen parte central de la estrategia y que actualmente son desarrolladas internamente.

Esto hace que las empresas sean más intensivas en costos fijos; tengan puntos de equilibrio más altos, y sean más riesgosas y difíciles de crecer.

Dimensionar su capacidad es complicado, en especial en negocios con demandas estacionales o poco predecibles.

8. Alianzas: Fue común encontrar que los empresarios asesorados consideraran a la Cámara de Comercio Aburrá Sur como un aliado estratégico importante.

Es clave también para muchas empresas desarrollar alianzas con centros de educación y de investigación, con el fin de facilitar su acceso a talento relevante para sus industrias.

También hay oportunidades para desarrollar alianzas con empresas de Tecnología y Marketing Digital y de Contenidos para mejorar la comunicación de la Propuesta de Valor.

9. Estructura de Costos: Cómo ya se mencionó, muchas de las empresas optan por Modelos de Negocio en los que gran parte de las actividades se realizan en la empresa, haciendo su estructura de costos muy intensiva en costos fijos y dificultando mucho la gestión de la capacidad de crecimiento y expansión.

Adicionalmente se insistió en la importancia de medir y conocer el Costo de Adquisición de Clientes por cada Canal y segmento para poderlo comparar con el “Lifetime Value” (Valor que genera cada cliente en el tiempo) para priorizar la inversión comercial y mejorar la toma de decisiones estratégicas en torno al mercado.

6.12. Programa de Alistamiento Financiero, Artífice

Las Pymes en Colombia evidencian un alto potencial de desarrollo, así como grandes oportunidades de crecimiento y de generación de empleo, pero no alcanzan el máximo desempeño, debido a que no han tenido la oportunidad de acceder a instrumentos de apoyo que apalanquen sus estructuras competitivas, estratégicas y financieras.

Además adolecen de un buen conocimiento en cuanto a buenas prácticas de gestión empresarial y evidencian una escasa preparación para acceder a recursos de financiación, incluso en momentos en los que la oferta de los mismos es limitada, complicando así la supervivencia y continuidad de las compañías.

De allí surgió la necesidad de diseñar el Programa de Alistamiento Financiero de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, Artífice.

En la vigencia del 2022 el Programa se desarrolló en 2 fases. **La Primera Fase** corresponde a la nivelación de conocimientos, en la cual se prepararon a las compañías beneficiarias del Aburrá Sur en 5 sesiones, de 3 horas cada una.

En esta etapa se trataron temas sobre la Ventaja Competitiva, Diagnóstico y Salud Financiera, Prácticas de Gestión Empresarial, Mecanismos de Financiación y Factores Fundamentales que determinan la Supervivencia y Continuidad de las Compañías.

La Segunda Fase, se centró en intervenciones individuales que incluían 3 sesiones, de 3 horas con cada una de las compañías seleccionadas.

Durante el proceso se realizaron Diagnósticos individualizados que definían aspectos estratégicos y financieros de la posición competitiva de la compañía con respecto a la industria y a una muestra representativa del tejido empresarial colombiano.

Así mismo se incluyeron recomendaciones para fortalecer el capital gerencial y el diseño e implementación de estrategias para mejorar la sostenibilidad en algunos casos y fortalecer la continuidad de las empresas con un mejor estado de salud financiera.

Seguidamente, con los conocimientos derivados de las sesiones de trabajo y los entregables (2 presentaciones correspondientes a (**Diagnóstico y Discusión Estratégica y Diagnóstico Financiero y Proyecciones Financieras**), cada uno de los empresarios preparó un (1) Caso de Inversión, el cual fue presentado a financiadores de deuda o equity y bancos.

La Primera Fase fue socializada a todas las empresas interesadas en participar, con un límite definido exclusivamente por la capacidad de los medios dispuestos para este propósito.

En la Segunda Fase se tenía definido un cupo de 30 compañías, de las cuales lograron impactar finalmente a 27.

Desde la perspectiva municipal la mayor participación en el Programa correspondió a compañías del Municipio de Itagüí (33%), seguido por Envigado (30%), La Estrella (22%), Sabaneta (15%), y Caldas (No tuvo participación empresarial).

La siguiente Gráfica muestra, Por Municipios, la composición de los participantes en la Fase de Acompañamiento Individual:

Municipio	No. Empresas	Participación
Itagüí	9	33%
Envigado	8	30%
La Estrella	6	22%
Sabaneta	4	15%
Caldas	0	0%

Durante la primera reunión de la Fase Individual se recopiló la información necesaria para la elaboración del *Diagnóstico y Discusión Estratégica*, el cual fue presentado a los empresarios en la segunda reunión individual.

Dicho Diagnóstico incluyó un **Análisis del Entorno**, el cual incorporó un dimensionamiento del tamaño del mercado, fuerzas que impulsan la industria y sus características económicas, fuerzas competitivas y factores críticos de éxito.

Se consideró, igualmente, un **Análisis de la Situación de la Compañía** con conclusiones acerca de la ventaja competitiva, Propuesta de Valor, disciplina de valor, Matriz DOFA y características de la estrategia.

Luego se evaluaron los diferentes factores, tanto cuantitativos como cualitativos, que presenta una gran relación con la posición competitiva de la compañía y sus probabilidades de supervivencia y continuidad.

Dichos aspectos se agruparon en cuatro (4) Variables: **Factores Estructurales, Factores Operacionales, Factores Financieros y Prácticas de Gestión.**

La tercera reunión individual centró su foco en aspectos financieros. Allí se determinó un **Diagnóstico Financiero con Proyecciones y Valoración**, el cual mostró las implicaciones financieras derivadas de su posición estratégica con el análisis de sus márgenes bruto y operativo, así como los niveles óptimos de endeudamiento, salud financiera, probabilidad de insolvencia e indicadores clave para la gestión del negocio.

Al mismo tiempo se comparó nuevamente la situación financiera de la compañía con respecto a la industria, con base en la muestra tomada de la base de datos que publica Supersociedades. Los resultados del diagnóstico identificaron:

1. Análisis del Entorno: Los empresarios muestran desconocimiento acerca de su estructura competitiva; desconocen el mercado en el que compiten y su posición competitiva.

Por tal razón, un gran porcentaje de las empresas acompañadas tienen Margen Bruto y Operativo por debajo de las mejores empresas en el sector.

Por lo general, las compañías se sitúan en mercados relativamente grandes, con unas tasas de crecimiento medio-bajas, donde la rivalidad entre los competidores es alta, la diferenciación y la rata de cambio tecnológico es medio-bajo, y las barreras de entrada son relativamente bajas, dado que la curva de aprendizaje y los requerimientos de capital para iniciar un negocio son medio-bajos.

Debido a lo anterior los mercados son vulnerables a la potencial entrada de nuevos competidores, razón por la cual la diferenciación se convierte en un elemento fundamental para la permanencia en el mercado.

2. Análisis de la Situación: Los empresarios participantes en el Programa se caracterizaron por ostentar ventajas competitivas fáciles de copiar, basadas principalmente en la flexibilidad organizacional, la relación con los clientes y la trayectoria en el mercado.

Además, los empresarios muestran desconocimiento acerca de las necesidades y requerimientos del cliente (Dolor del Cliente), luego no tienen claridad acerca de la Propuesta de Valor de sus negocios y, por lo tanto, ignoran cómo sustentarla.

3. Factores Estructurales: En su mayoría son compañías con estructuras de propiedad concentradas y empresas familiares sin Protocolos ni Consejos de Familia, en las que la carencia de esquemas de Gobierno Corporativo tiene consecuencias directas y negativas sobre el desempeño y las decisiones que toman.

Tal es así que durante la Pandemia muchas compañías tomaron decisiones de financiación inadecuadas, llevándolas a experimentar fuertes aprietos de caja que pusieron en peligro la supervivencia y continuidad de las mismas.

En cuanto a la composición de los equipos directivos, son personas preparadas técnicamente con falencias en los temas comerciales y financieros.

Presentan un amplio margen de mejora en cuanto a competitividad y productividad, debido al uso de prácticas de gestión inadecuadas y de tecnología obsoleta, y al tamaño de las compañías, que dificulta el alcance de ciertas economías de escala.

4. Factores Operacionales: Es común encontrar compañías con una elevada concentración de clientes en su cartera, aumentando así el riesgo del negocio y evidenciando una dependencia nociva.

La diferenciación de las empresas participantes no suele ser una característica destacable, luego su posición en el mercado es vulnerable.

Así mismo, es común encontrar áreas comerciales dedicadas especialmente al mantenimiento de la relación con los clientes actuales, relegando la consecución de nuevos clientes, es decir, que no son proactivas a la hora de encontrar nuevos clientes.

Es importante mencionar que los comerciales carecen de método de ventas. Tampoco cuentan con un esquema de incentivos efectivo que invite a la consecución de objetivos.

5. Factores Financieros: El desconocimiento financiero y la carencia de organos de apoyo como los que se derivan de los **Esquemas de Gobierno Corporativo** llevan a los directivos de las compañías a tomar decisiones desasertadas, las cuales ponen en serias dificultades el flujo de caja futuro de la compañía.

Lo anterior es problemático en dos sentidos: El primero, pone en riesgo la continuidad y supervivencia de la compañía, dado que el flujo de caja operativo es incapaz de hacer frente a las obligaciones.

El segundo, elimina la posibilidad de tomar nuevas opciones de inversión y/o crecimiento de la compañía, ya que ésta es incapaz de adquirir nuevas obligaciones que cubran el hueco de caja que dejan normalmente los procesos de crecimiento.

Paralelamente la compañía básica muestra **rentabilidades** inferiores al promedio de la industria, evidenciando las consecuencias de una baja productividad y la ausencia de determinadas economías de escala.

En cuanto al **Capital de Trabajo** el diagnóstico arrojó que hay que prestar atención a las cuentas por pagar a proveedores morosos, ya que favorecen la rotación del capital de trabajo, mostrando un buen manejo de éste cuando en realidad no es así.

El crecimiento de las compañías en un contexto de baja rentabilidad y una alta inversión en capital de trabajo representa un hueco de caja que debe ser remediado, ya sea vía capitalización o con endeudamiento.

La situación se complica cuando se evidencian **niveles de endeudamiento** superiores al saludable, dado que el hueco de caja no puede ser corregido vía crédito.

Ahí es cuando las empresas comienzan a faltar en sus obligaciones abocándolas a reestructurar sus pasivos o, en casos graves, a acudir a la Ley de Insolvencia o a la Liquidación.

Finalmente, los **Indicadores de Salud Financiera y de Probabilidad de Insolvencia** representan la mayor preocupación para los empresarios al tener una estructura financiera débil que compromete el cumplimiento de sus obligaciones y limita el crecimiento actual y futuro.

En conclusión, los participantes del Programa Artífice, en su versión 2022, presentaron dificultades por cuenta del limitado nivel de ventas y los bajos niveles de productividad, o que, a su vez, afecta directamente los márgenes de rentabilidad.

Se veían incapaces de crecer sus ventas, porque carecían de una estructura comercial o de una visión estratégica.

Se evidenció, además, una concentración de clientes, modelos de negocios tradicionales y niveles de endeudamiento por encima de los límites considerados como saludables.

Igualmente se percibieron debilidades serias en el Área Comercial, debido a la falta de foco comercial; a la poca o nula inversión en mercadeo y publicidad; a la poca proactividad comercial para la consecución de nuevos clientes, y a la carencia de método de ventas.

Se identificó que los empresarios requieren apoyo en la toma de decisiones estratégicas y financieras, así como entrenamiento para acceder a una financiación responsable.

Se recomendó, finalmente, que las empresas y sus empresarios realicen un Diagnóstico Periódico de su Estructura Operativa y Financiera.

Este Diagnóstico debe contemplar una rigurosa revisión de su estrategia y del entendimiento del mercado en el que la empresa compete, toda vez que el mercado es quien envía las señales que obligan a los empresarios y a su equipo directivo a revisar las fuentes de las ventajas competitivas para ganar permanencia en el mercado.

6.13. Cohortes 3 y 4 de Fábricas de Productividad

Fábricas de Productividad fue una apuesta del Gobierno Nacional Saliente, liderada por Colombia Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con aliados regionales como las cámaras de comercio, que busca mejorar la productividad, la competitividad y la rentabilidad de las Mipymes del país, con el fin de que produzcan más y mejor.

El Programa busca, igualmente, incrementar las capacidades especializadas de las regiones y de las empresas, a través de intervenciones de asistencia técnica y acompañamiento, para mejorar sus procesos de producción, optimizar su consumo de energía, cumplir normas de calidad, promover la innovación y mejorar la gestión del talento humano, entre otros temas clave.

Las Fábricas eran una de las 20 metas más importantes del Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de Iván Duque Márquez, y tenía como reto impactar a 4.000 empresas en el cuatrienio.

Durante el Ciclo 3 del Programa en Antioquia se atendieron un total de 314 empresas de las cuales 45 (aproximadamente 60 horas de intervención), que representan el 14%, fueron empresas pertenecientes a la jurisdicción del Aburrá Sur.

Esta tarea se ejecutó con el apoyo de los Consultores Extensionistas. Las mejoras alcanzadas en la intervención empresarial de la Tercera Cohorte fueron superiores al 29% en sus niveles de productividad.

La mayoría de empresas del Aburrá Sur se intervinieron en la línea de Productividad Operacional, con una representatividad del 44%; seguida por la línea Gestión Comercial con un 15%, y Gestión de la Calidad, con un 11% de Participación, respectivamente.

De lo anterior se deduce que en estas 3 líneas se encontraban los principales retos identificados a través de la decisión de los empresarios participantes.

En general los Ejes de Intervención del Programa son 9, discriminados así: 1. Productividad Operacional. 2. Logística. 3. Gestión Comercial. 4. Eficiencia Energética. 5. Gestión de la Calidad. 6. Productividad Laboral. 7. Desarrollo y Sofisticación de Producto. 8. Transformación Digital, y 9. Sostenibilidad Ambiental.

En esta cohorte se vincularon en Antioquia 10 Gestores y 177 Extensionistas o Consultores Externos, quienes fueron los encargados de acompañar durante 60 horas, en promedio por empresa, el mejoramiento de las capacidades de las unidades empresariales que fueron beneficiadas por el Programa.

Posteriormente, y en el marco del Ciclo 4 del Programa Fábricas de Productividad en el Departamento de Antioquia se están atendiendo 426 empresas de las cuales 32 (aproximadamente 60 horas de intervención), que representan el 7%, son empresas pertenecientes a la jurisdicción del Aburrá Sur.

La mayoría de las beneficiarias se están interviniendo en la línea de Productividad Operacional, con una representatividad del 46%; seguida por la línea de Gestión Comercial con un 15% y Transformación Digital con un 12% de participación, respectivamente.

Se deduce que en estas 3 líneas se encuentran los principales retos identificados a través de la decisión de los empresarios participantes.

6.14. Programa de Cámara Itinerante

El Programa de Cámara Itinerante es una estrategia a través de la cual la Cámara informa, sensibiliza y motiva a diferentes grupos de interés (Instituciones educativas, centros de emprendimiento, entes gremiales, académicos, públicos y privados), en torno al papel que cumplimos las Cámaras de Comercio en el desarrollo socioeconómico de las regiones.

Las jornadas permiten difundir los programas y servicios que los entes camerales tenemos disponibles (en su mayoría en forma gratuita) para mejorar la formalización, el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial, la innovación, la internacionalización y el mejoramiento competitivo y productivo de las unidades productivas en sus respectivas jurisdicciones.

En la vigencia del 2022, la Cámara realizó 6 encuentros con entidades privadas (colegios-universidades) y 5 encuentros con entidades públicas, en los cuales se informó y sensibilizó a 541 personas, para un promedio de 45 por encuentro

6.15. Eventos Especiales

En la vigencia del 2022 la Cámara protocolizó varios Eventos Especiales con el fin de exaltar acontecimientos, personalidades y empresarios. Ellos fueron:

6.15.1. Misa Concelebrada por los 30 años de la Cámara

El Jueves 9 de Junio, el Excelentísimo Monseñor José Mauricio Vélez García, Obispo Auxiliar de la Arquidiócesis de Medellín, presidió una Santa Misa Concelebrada con motivo de los 30 años de labor corporativa de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

La celebración eucarística, la cual contó también con la presencia de los representantes eclesiásticos de los 5 municipios del Aburrá Sur se llevó a cabo en el Centro de Convenciones Aburrá Sur, en el Municipio de Itagüí.

Este acto religioso hizo parte de las actividades con los cuales la Cámara conmemoró su trigésimo aniversario de existencia corporativa.

La Cámara valoró este hito institucional como un escenario para reconocer los logros, pero también para sustentar sus apuestas de futuro sobre la base de los nuevos retos y compromisos empresariales.

La Cámara de Comercio Aburrá Sur comenzó a gestarse en 1989, y luego de un proceso de ajuste y revaluación nació oficialmente el 24 de Febrero de 1992, mediante el Decreto 0359 del Ministerio de Desarrollo Económico

La entidad inició labores en propiedad el 8 de Abril del mismo año en su Sede Principal del Municipio de Itagüí, en una sede alquilada, ubicada en el costado suroriental del Parque Principal de esta población.

Desde entonces su crecimiento y desarrollo ha sido más que representativo y contundente, tanto en infraestructura como en materia de servicios.

A poco más de un año de su creación, el 9 de Agosto de 1993, abrió su primera Sede Seccional en el Municipio de Envigado.

Posteriormente, el 4 de Diciembre de 1998 puso en funcionamiento la Sede Seccional en el Municipio de Caldas; el 10 de Enero del 2000 la Sede Seccional de Sabaneta, y el 14 de Febrero del 2001 su Sede Seccional en el Municipio de La Estrella.

En 1998, luego de una inversión cercana a los \$4.000 millones (construcción y dotación) la entidad puso en funcionamiento sus primeras dos sedes propias en los municipios de Itagüí y Envigado, a las cuales sumaría en el 2001 el inicio el proceso de adquisición del inmueble en el que actualmente opera la Sede Seccional de la entidad en el Municipio de La Estrella.

A su turno, el 29 de Julio del 2008, la Cámara puso en funcionamiento el Centro de Convenciones Aburrá Sur, en el Municipio de Itagüí.

En la vigencia del 2022, y como parte de los 30 años de la Cámara, la entidad dio al servicio su Sede Seccional en el Municipio de Sabaneta, cuyas instalaciones están siendo proyectadas, entre otras cosas, como un futuro centro de proyección de la innovación regional.

6.15.2. Cámara exaltó labor de alcaldes del Aburrá Sur

Con el fin de reconocer y exaltar los logros y su destacado desempeño frente a la Pandemia del Covid 19; la recuperación económica de sus municipios, y la eficiente ejecución de su Plan de Desarrollo, la Cámara de Comercio Aburrá Sur otorgó a los 5 alcaldes del Aburrá Sur su máxima condecoración institucional, representada en la Estatuilla del Prometeo, obra del escultor itagüiseño, el Maestro Salvador Arango.

La ceremonia de reconocimiento se llevó a cabo el Jueves 3 de Noviembre, en el Auditorio Principal del Centro de Convenciones Aburrá Sur, en el Municipio de Itagüí.

En el marco del evento denominado Aburrá Sur y su Liderazgo Competitivo en Antioquia, se llevó a cabo la presentación del balance del Índice Municipal de Competitividad de Antioquia, IMCA 2021.

La presentación estuvo a cargo de Paula Andrea Bedoya, Tamayo, Directora de Emprendimiento y Fortalecimiento Empresarial de la Gobernación de Antioquia, y el doctor Fredy Hernán Mafla Zapata, del Equipo Técnico del Estudio.

Cabe resaltar que en dicha medición los 5 municipios del Aburrá Sur se destacaron por hacer parte del Top 10 más competitivos de Antioquia en la citada vigencia.

Medellín ocupó la primera posición en el ranking, mientras que Envigado se situó en el Segundo Puesto, Sabaneta en el Tercero, Itagüí en el Quinto, La Estrella en el Sexto y el Municipio de Caldas en el Décimo Lugar.

Desde la Cámara estos resultados se validaron con la prueba ácida del desempeño de la dinámica económica regional entre 2019 y 2021.

Pese al impacto del Covid, el emprendimiento empresarial en el Aburrá Sur no paró de crecer en estos años, mientras que los índices de mortalidad se mantuvieron dentro de los promedios históricos.

Cabe destacar, incluso, que, con corte al 2021, la medición de la Tasa de Supervivencia Empresarial arroja que en el Aburrá Sur sobreviven 5.5 empresas de cada 10 que nacieron en los últimos 5 años, mientras que el promedio nacional es 3 de cada 10 en el mismo lapso.

Además de estos resultados la Cámara reconoció que a lo largo de la difícil crisis sanitaria del Covid 19, desde el 25 de Marzo del 2020 hasta el 1º de Julio del 2022, los 5 alcaldes del Aburrá Sur mostraron un desempeño sobresaliente en el manejo de la Pandemia.

Gracias a ello las comunidades de la región y su capital económico lograron resistir el embate del virus y superar este trance con un balance socioeconómico digno de resaltar.

Igualmente, y pese a las múltiples medidas de confinamiento y aislamiento, así como a los conflictos de orden público nacionales e internacionales que incidieron en las agendas públicas locales del Aburrá Sur, los 5 mandatarios regionales nunca bajaron la guardia y siguieron adelante con la ejecución de la

agenda original de sus Planes de Desarrollo, logrando a la fecha unos altos niveles de ejecución y cumplimiento.

El acto de reconocimiento coincidió con la celebración de los 30 años de labores de la Cámara de Comercio Aburrá Sur que, como actor institucional, también se vinculó con acciones claves para mitigar, recuperar y reactivar la economía de la región en el marco de todas las crisis recientes.

6.15.3. Encuentro de Afiliados 2022

Por su compromiso con la región; su tenacidad y persistencia; su capacidad de resiliencia, y por todo el gran aporte que hacen con su esfuerzo al desarrollo regional, la Cámara de Comercio Aburrá Sur exaltó el Martes 6 de Diciembre a 27 empresas de su selecto grupo de afiliadas que en esta vigencia cumplieron sus 25 años (22 empresas); sus 50 años (4 empresas), y sus 75 años (1 empresa) de existencia organizacional.

La Cámara destacó en el marco de este reconocimiento que, más allá de cualquier síntoma de pesimismo o incertidumbre, hay muchos signos positivos que nos permiten mantener firme la esperanza y seguir luchando por salir adelante como siempre lo ha hecho Antioquia... Soñar un mejor futuro es algo a lo que no podemos renunciar.

El Aburrá Sur es una región en proceso de transformación, llena de oportunidades, pero también de retos de cambio que demandan la urgente participación, apoyo y acompañamiento de la Cámara, y mucho más en la etapa de reactivación, consolidación y sostenibilidad que demanda ahora la superación de los efectos del Covid 19.

La Cámara destacó lo honroso que era para la entidad poder exaltar estos nuevos logros empresariales del Aburrá Sur después de afrontar una pandemia histórica, acompañada de paros, bloqueos, un invierno interminable y desplazamientos.

Así las cosas, en el 2022 la Cámara exaltó la labor y rindió un sincero homenaje de reconocimiento a las siguientes 27 empresas:

75 Años: Eduardo Botero Soto S.A.

50 Años: Comercializadora Internacional Indumar S.A.S; Equipos y Construcciones S.A.S; Inversiones El Comino S.A; Equipos y Construcciones S.A.S, y Sociedad Transportadora Medellín, Envigado, Sabaneta S.A.

25 Años: Acrílicos y Avisos Ltda; Amerquip S.A.S; Arcolor S.A; Aseo Caldas E.S.P; Avypor S.A; Central de Esterilización Hospitalaria y Cía. S.A.S; Espacio Modular S.A.S; Hierbas y Plantas Tropicales; Montajes, Mantenimiento y Servicios Industriales S.A.S; Montajes y Mantenimiento de Torres S.A.S; Papelería MPC Computadores S.A.S; Paraplásticos S.A.S; Recubrimientos Técnicos de Antioquia S.A.S; Serviaseo Itagüí E.S.P; Sierras y Equipos S.A.S; Efraín Darío Tamayo Tamayo; Agrosigo S.A.S; Convías S.A.S; IGB Motorcycle Parts S.A.S; Plásticos G Y C S.A.S; Productos Alimenticios La Cajonera S.A, y Repuestos La 46 y Cía. Ltda.

6.15.4. Inauguración Sede Institucional de Sabaneta

La Cámara de Comercio Aburrá Sur inauguró el Jueves 15 de Diciembre de 2022 su Sede Institucional en el **Municipio de Sabaneta**, ubicada en la Calle 69 Sur # 45-54, en un costado del Centro Comercial Sabaneta Plaza.

La construcción de esta sede corporativa estuvo aplazada por la Pandemia del Covid 19; **generó 573 empleos, entre directos e indirectos, adscritos a 49 contratistas, y demandó una inversión económica de 16.400 millones de pesos, sin incluir valor del lote y dotación.**

Estructuralmente el edificio cuenta con la Certificación Leed en Sostenibilidad. Su **Área Construida es de 3.002 metros cuadrados**, distribuidos en **5 pisos**, en los que se desarrollaron nuevas, modernas y muy funcionales áreas de trabajo.

Como complemento se habilitaron poco más de **631 metros en rampas de acceso y en la construcción de parqueaderos.**

La obra contempla un Primer Piso de operación corporativa integrado por las áreas de Recepción, Cajas, Oficinas Administrativas, Baños, Cocineta, y Jardines.

Dentro del conjunto de espacios corporativos con los que hoy cuenta la Cámara en los 5 municipios de su jurisdicción Sabaneta ingresa al mercado con un plus diferencial.

Sus restantes 4 pisos son espacios visionarios y disruptivos que fueron diseñados y concebidos para construir, cocrear e innovar proyectos; fomentar el emprendimiento, y soportar la transformación digital de empresarios, emprendedores y estudiantes de instituciones de educación pública de la región.

Además de las tareas misionales tradicionales, la Cámara aspira a que esta Sede sea, con el estratégico apoyo del Hub de Innovación del SENA, el epicentro de la Economía Digital y la Innovación del Aburrá Sur.

Para ello se tiene previsto desplegar un espectro de servicios y alianzas que ayuden a construir capacidades desde la Alfabetización Digital y el Emprendimiento, hasta la consolidación de una innovación abierta y colaborativa que genere encadenamientos productivos, asociatividad y empleos, así como la incubación de negocios y mejoras empresariales.

Todo lo anterior ha sido definido como un complemento clave para consolidar el Eje Digital del Aburrá Sur, el cual está siendo promovido desde la Cámara a través de su naciente Programa Open Sur, en el marco de la Agenda de Estructuración y Promoción de los Sectores Económicos Promisorios de la región.

Este nuevo paso no ha sido fruto del azar o de una acción intempestiva y fugazmente planificada. Todo lo contrario. Responde a un acertado proceso de crecimiento y al lógico devenir de una entidad que sabe muy bien de dónde viene y cuál es su destino y su razón de ser como líder gremial.

Balance Comercio Internacional 2022

El 2022 fue un año de grandes retos para la economía colombiana. Innegablemente las condiciones políticas del país, así como los conflictos a nivel mundial impactaron directamente en el sector de comercio exterior del país.

Las elecciones presidenciales, en medio de no pocas controversias y ataques, aportaron también una gran cuota de incertidumbre, afectando la economía y las inversiones que llegan al país.

No en vano en el primer semestre del año la economía estuvo cargada de indecisión para los inversionistas y empresarios, lo que ocasionó una falta de dinámica económica en el país y un incremento en la desconfianza para la inversión extranjera.

A nivel macroeconómico el conflicto entre Rusia y Ucrania generó una gran tensión en Europa, ocasionando una crisis en el abastecimiento de alimentos, y un incremento en los precios de los combustibles.

Paralelamente el cierre de Puertos en China debido al Covid 19 originó un desabastecimiento de materias primas e insumos, afectando las cadenas de abastecimiento a nivel mundial e incrementando los precios al consumidor.

No se puede olvidar que el año inició con una crisis en el suministro de contenedores, lo que también conllevó al incremento de los fletes, y aunque en el primer semestre los precios del transporte internacional se comenzaron a estabilizar, la devaluación del peso colombiano volvió a posicionar los fletes de los transportes de carga internacional como uno de los principales costos para las operaciones de comercio exterior.

Con la mirada puesta en las importaciones, una devaluación tan alta en la moneda colombiana ha sido motivo de preocupación para los empresarios.

Los precios elevados de materias primas y de los costos logísticos han generado un incremento en los bienes y servicios, lo que ha conllevado a un aumento de los precios al consumidor.

Podríamos asumir que con un dólar de \$ 5.000 la posición de los exportadores sería más conveniente. Sin embargo, muchos de los productores colombianos dependen de materias primas importadas, lo que termina incrementando los precios finales de los bienes exportados, desvaneciendo la ilusión de percibir un mayor margen de ganancia con el incremento del dólar.

La devaluación del peso Colombiano es una variable importante en cuanto al comportamiento del comercio exterior.

Este hecho sumado al incremento de las materias primas y los conflictos geopolíticos han logrado un crecimiento importante en las exportaciones colombianas, lo que permitió lograr unas ventas al exterior, entre Enero y Septiembre del 2022 de US\$ 43.828,8 millones.

Estas ya superaban la totalidad de las ventas al exterior en el 2021 (US\$ 41.223,9 millones). Sin embargo, debemos ser objetivos y profundizar en las razones reales del incremento del valor de las exportaciones, las cuales no necesariamente se traducen en mayores ventas en cuanto a cantidades; es decir, no necesariamente hay un incremento de capacidades productivas en la oferta exportable del país.

En cuanto a las empresas del Aburrá Sur, en el primer semestre del 2022 se reportó un incremento en la cantidad de empresas exportadoras de la región, pasando de 391 empresas en el 2021 a 435 para el mismo periodo de la vigencia del 2022. Así mismo, el valor exportado pasó de US\$ 329 millones a US\$ 422 millones.

En el primer semestre de 2022 el Municipio de la región que más exportaciones reportó fue Envigado, con US\$ 201 millones, seguido por el Municipio de Itagüí, con US\$ 86 millones; Sabaneta y La Estrella, con US\$ 61 millones cada uno, y el Municipio de Caldas, con US\$ 11,9 millones.

El inicio de 2022 fue complicado para las exportaciones del país e igualmente para las empresas del Aburrá Sur.

Fue un comienzo con muchas condiciones a nivel global que impactaron el comportamiento de las ventas al exterior.

Enero fue el mes en el que menos exportó el Aburrá Sur durante el primer semestre del 2022, con unas ventas al exterior de US\$ 47 millones. En Marzo, al igual que en el resto del país, el Aburrá Sur tuvo sus mejores números en exportaciones.

Durante el citado mes las exportaciones de Colombia crecieron a un ritmo asombroso. La variación, en relación con el mismo mes del 2021, fue del 46,9 %, según el informe presentado por el Dane.

Durante el mes de Marzo del 2022 las ventas externas del país sumaron US\$ 4.968 millones, cifra muy superior a la del mismo mes en el 2021 (US\$ 3.383,3 millones) y en el 2020 (US\$ 2.439 millones).

El Sur del Valle Aburrá aportó a las exportaciones de Marzo en el 2022 un total de US\$ 102 millones. Este comportamiento en las ventas al exterior fue impulsado, en gran medida, por el incremento de los precios al combustible, un rubro crítico para los costos de las mercancías que van al exterior, lo que finalmente genera un incremento en los valores de exportación.

Desde el punto de vista de los **Mercados Destino de las Exportaciones** durante el primer semestre del 2022 Estados Unidos continuó siendo el principal destino de las ventas internacionales de las empresas del Aburrá Sur, con US\$ 103 millones; seguido por Ecuador (US\$ 61 millones), y México, en tercer lugar (US\$ 35 millones).

En relación con los **Sectores de Exportación** los productos del Agro fueron los principales promotores de las exportaciones del Aburrá Sur, con unas ventas de US\$ 78 millones; seguido del Sector Textil - Confección (US\$ 64 millones), y por Equipo de Transporte (US\$ 55 millones).

1. Plan de Internacionalización de Antioquia

En el marco de la iniciativa “Misión de Internacionalización”, lanzada por el Gobierno Nacional desde Junio del 2021, la Gobernación de Antioquia, a través de una alianza público privada en la que participa la Cámara de Comercio Aburrá Sur, comenzó un trabajo de articulación y estructuración de la Estrategia para la Internacionalización del Departamento de Antioquia.

La Gobernación de Antioquia, la alcaldía de Medellín, las cinco Cámaras de comercio de Antioquia, la Andi, Acopi, Amcham Antioquia & Caldas, Analdex, Procolombia, Bancolde, la Universidad Eafit, y la Universidad Ceipa, entre otros actores, hemos liderado varias jornadas de trabajo para definir los lineamientos bajo los cuales se orientarán los programas, proyectos e iniciativas que harán de Antioquia una región de más y mejores empresas exportadoras.

Capacitaciones, acompañamientos, misiones exploratorias y actividades de promoción comercial son algunas de las apuestas que se revisaron en el 2022 en las jornadas de trabajo de los actores que lideran la estrategia de internacionalización.

Las entidades promotoras buscaremos con ello optimizar los recursos, consolidando nuestros servicios en un espacio en el que cualquier empresa que desee internacionalizarse pueda ingresar y encontrar un camino que lo impulse para llegar al mercado internacional.

2. Antioquia Exporta Más

Es importante resaltar que el propósito de apoyar a los empresarios en su camino hacia la internacionalización ha tenido sus avances con el Grupo Antioquia Exporta Más del cual hace parte la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

A través de este grupo los Consultorios de Comercio Exterior de las diferentes Cámaras de Comercio de Antioquia aportan a las metas regionales.

El Aburrá Sur, a través de su Área de Comercio Internacional e Innovación desarrolló en el transcurso del 2022 una serie de planes, programas, proyectos y actividades estratégicas que se resumen a continuación:

2.1. Asesoría e Información en Comercio Internacional

El servicio de Asesoría e Información en Comercio Internacional es brindado por la institución cameral a través del área de Comercio Internacional e Innovación y está dirigido al público empresarial y comercial de la región.

El **Servicio de Asesoría** consiste en dar solución a dudas y requerimientos puntuales de los empresarios en los diversos temas de comercio internacional, tales como: Adecuación de producto, mercadeo internacional, legislación aduanera y cambiaria, procedimientos de exportación e importación, entre otros.

Partiendo de una **Fase de Diagnóstico Empresarial**, en el proceso de asesoría se desarrollan planes de trabajo y acompañamiento personalizado, con los cuales se estructura la oferta exportable de la empresa.

Lo anterior se realiza mediante la identificación de sus costos de exportación, mercados potenciales internacionales y condiciones del producto para acceder a los beneficios arancelarios generados por los Tratados de Libre Comercio que tiene suscritos Colombia con el resto del mundo.

Para el año 2022, se brindaron **560 asesorías a la comunidad empresarial, comercial y de servicios de la región del Aburrá Sur.**

La dinámica del servicio de asesorías fue consistente con la participación económica de cada uno de los municipios de la región.

Envigado e Itagüí fueron los que más demandaron los servicios de acompañamiento en comercio internacional con una participación del **37,6% y del 28,3%, respectivamente.**

Por su parte **Caldas (3,9%) La Estrella (8,5%) y Sabaneta (13%)** también realizaron consultas a la Unidad de Comercio Internacional.

Es importante tener en cuenta que el 8,1% del total del Servicio de Asesoría del Área de Comercio Internacional de Innovación en el 2022 se brindó a unidades empresariales, emprendimientos, y/o personas naturales ubicadas por fuera del Aburrá Sur.

Los principales temas solicitados por los empresarios del Aburrá Sur en Comercio Internacional fueron: **Asesorías Básicas en Comercio Exterior, seguidas por Estructuración de la Oferta Exportable, y Aranceles, Impuestos y Requisitos en Mercado de Destino.**

Las Asesorías Básicas abarcan temas relacionados con la identificación de elementos necesarios para desarrollar una operación de exportación, tales como: **Identificación de Partidas Arancelarias y Documentación Aduanera, así como la Identificación de Costos Implícitos en la Operación de Venta de un producto o servicio en los mercados internacionales.**

La **Estructuración de la Oferta Exportable** es el servicio más completo en el que nuestros empresarios pueden contar con un acompañamiento personalizado (al menos 2 meses por parte de un Asesor de Comercio Internacional e Innovación).

Cabe destacar que este componente tiene como resultado final la remisión de la empresa a los servicios de Promoción Comercial de Procolombia, tales como Macroruedas, Ruedas de Negocios y Misiones Comerciales.

En el 2022 los sectores que accedieron a recibir mayor atención en Asesoría e Información fueron: Agroindustria (21,3%); seguido por el Sector Textil – Confección (18,3%) y, en un tercer lugar, el Sector Servicios (14,9%).

En relación con este último sector es importante destacar que el Área de Comercio Internacional e Innovación de la Cámara ofrece Asesoría Básica para la Exportación de Servicios, Orientación en Convenios para evitar la Doble Tributación y Apoyo en la Legalización de los Pagos por Servicios en el Exterior.

2.2. Formación, Capacitación y Actualización

La tarea de Asesoría y Acompañamiento Exportador también es respaldada por la Cámara con una estratégica oferta de capacitación orientada a cerrar brechas en los aspectos más claves para la logística impo/expo de la región.

2.2.1. Programa de Formación Exportadora – PFE

En convenio con la Alianza Antioquia Exporta Mas se llevó a cabo durante la vigencia del 2022 el **Programa de Formación Exportadora (PFE) con énfasis en Agroalimentos**, cuyo objetivo era brindarle a los empresarios las herramientas y conocimientos básicos en comercio internacional con miras a generar nuevas exportaciones.

Los temas desarrollados en torno a este componente sectorial, en un total de 15 horas, fueron: **Oportunidades y tendencias del sector, ¿Cómo exportar agro alimentos desde Colombia?, Logística internacional de perecederos, Certificados internacionales para agro alimentos, Estrategias de internacionalización.**

2.2.2. Actualización en Régimen Cambiario

La capacitación en Régimen Cambiario permitió fortalecer los conocimientos de los asistentes en las operaciones sujetas a la canalización de divisas y exportaciones de servicios, de acuerdo con la regulación colombiana, desarrollando los siguientes subtemas: Generalidades del régimen de cambios, Importación de bienes, Exportación de bienes, Servicios y Cuentas de compensación.

2.2.3. Capacitación Exportaciones por Courier o Tráfico Postal

Esta actividad buscaba que los asistentes conocieran unos medios simples para la exportación de mercancías que no requieren de un proceso muy estructurado, flexibilizando las condiciones para el despacho de mercancías dentro de un marco jurídico y legal.

2.2.4. Taller sobre Protocolos de Negocios

En alianza con la Cámara de Comercio Arabe Colombiana se realizó el evento ***Oportunidades y Beneficios para las empresas Antioqueñas en Kizad Free Zone Abu-Dhabi Port Emiratos Arabes Unidos.***

La convocatoria contó con la participación de empresarios del Aburrá Sur y Antioquia, y se socializaron temas referentes a las misiones internacionales y la cultura de negocios con el Oriente Medio.

3. Programas de Preparación en Comercio Internacional del Aburrá Sur

Complementariamente la Cámara también habilitó en el 2022 unos Programas diseñados exclusivamente para incentivar y fortalecer a su comunidad empresarial en el desarrollo de capacidades para incursionar en el mercado exportador.

3.1. Programa Exportech

La Cámara de Comercio Aburrá Sur lideró, en alianza con la Cámara de Medellín para Antioquia, Oriente Antioqueño y el Clúster de Negocios Digitales, la ejecución del Programa de Preparación en Comercio Internacional para el Sector Servicios, denominado Exportech.

Este acompañamiento programático les permitió a las empresas beneficiarias definir su estrategia exportadora, e identificar los aspectos legales importantes para tener mayor seguridad en sus operaciones.

Así mismos, a través de un Entrenamiento en Ventas Consultivas reunieron los diferentes elementos claves para captar e interesar a un comprador internacional.

Como parte de la estructura del Programa los participantes en Exportech asistieron al Congreso Internacional de TIC más importante de América Latina, **Andicom - Impulso Digital para los Negocios y la Sociedad, que se realizó en Cartagena entre el 31 de Agosto y el 2 de Septiembre del 2022.**

Los empresarios de Exportech hicieron parte de los 5.000 asistentes del Congreso; tuvieron acceso a más de 70 sesiones académicas con más de 120 speakers de talla mundial, además de tener networking con más de 140 empresas vinculadas en 7000 mts2 de muestra comercial.

3.2. Programa PreciAS

El programa PreciAS se realizó en el 2022 con una orientación a los mercados de Estados Unidos, Arabia y Holanda.

El Programa preparó a más de 100 empresas que buscan iniciar su internacionalización, y se diseñó exclusivamente para apoyar unidades productivas que pertenecen a los 5 municipios del Aburrá Sur en la promoción de sus productos y/o servicios a nivel internacional.

En su versión para Estados Unidos y Mercados árabes participaron 39 y 27 empresas, respectivamente, adscritas a múltiples sectores y productos, entre los que se destacan Productos Ecológicos, Alimentos Funcionales, Construcción, Servicios, y Agroindustria, entre otros.

En relación con la versión del Mercado de Holanda, participaron 11 empresas en las categorías de Moda Sostenible, Belleza e Higiene Personal y Alimentos.

3.3. Foro Internacional

En alianza con el Municipio de Sabaneta el 9 de Octubre de 2022 se realizó, en el Centro Comercial Mayorca, la Feria de Promoción Territorial y Empresarial, Sabaneta para el Mundo.

El evento contó con la participación de representantes de Expocomer (Panamá); la embajadora de Panamá en Colombia, Liliana Fernández Puentes; la Directora de la Oficina Comercial de Ecuador en Colombia, Priscilla Flórez Estévez; el Alcalde de Sabaneta, Santiago Montoya Montoya, y la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

El objetivo era compartir con un nutrido grupo de empresarios del Aburrá Sur información clave para explorar oportunidades comerciales en Panamá y Ecuador.

3.4. Programa ExportAS E.E.U.U

El Programa de Fortalecimiento de Capacidades de Internacionalización del Aburrá Sur, en su Versión 2022 con Estados Unidos, preparó a más de 10 empresas de la región que realizaban, en promedio, más de US\$ 200.000 en ventas al exterior.

Dichas empresas están adscritas a los sectores Metalmecánico, Textil-Confección y Agroindustria, y fueron acompañadas a través de Talleres de Formación, Consultoría Especializada y Elaboración de Agendas Comerciales en Estados Unidos.

El grupo de compañías participantes lograron definir su Modelo de Negocio de acuerdo con las condiciones del Sistema Político de Estados Unidos, y caracterizar sus canales de comercialización y distribución.

Así mismo, fueron entrenadas por un Consultor Experto en Negociaciones con Americanos, lo que les permitió adecuar su propuesta comercial en relación con la Cultura de Negocios de los norteamericanos.

En este grupo de 10 empresas se seleccionaron 5 con las mejores condiciones para realizar una Agenda Comercial en los Estados Unidos y se les preparó una Lista de Clientes Potenciales, Aliados y Entidades de Apoyo, con miras al diseño de una Lista de Clientes Potenciales y la consecución de las citas respectivas.

3.5. Programa Unidos Crecemos

El Programa se desarrolló en alianza con la Gobernación de Antioquia y las 5 Cámaras de Comercio del Departamento.

Su objetivo era fortalecer a las unidades productivas antioqueñas en sus procesos de apertura y acceso a mercados regionales, nacionales e internacionales, brindándoles herramientas técnicas y de promoción comercial; e incentivar el consumo de Café Antioqueño, en el marco de la política pública de Cafés Especiales.

El Programa inició con la inscripción de 56 empresas antioqueñas, dentro de las cuales el Aburrá Sur aportó con 28 compañías, y contó con los siguientes componentes:

3.5.1. Sensibilización - Master Class: Casos de Éxito, Certificaciones Internacionales

3.5.2. Programa de Formación: Coaching Comercial, Pitch Comercial, Propuesta de Valor, y Adecuación del Producto al Mercado Internacional

3.5.3. Acompañamiento Comercial y Legal para Mercados Internacionales: Asesoría Individual en Modelos de Comercialización y Contratación, y Feedback del Pitch Comercial.

3.5.4. Laboratorio de Internacionalización: Validación Comercial con Consultores Expertos, Experiencia del Proceso Exportador por un día (Visita a Empresa Exportadora), y Presentación del Mercado Objetivo a través de ProColombia

3.6. Sustitución de Importaciones

Con el fin de afrontar la situación crítica en la cadena de suministro global, y asumir el reto que enfrentan las compañías del Aburrá Sur en esta materia, la Cámara se vinculó en el 2022 al ***Proyecto de Sustitución de Importaciones – Clúster de Astilleros Menores***.

La tarea cameral se centró en identificar empresas con potencial para avanzar en un ***Proceso de Desarrollo de Proveedores*** para fortalecer la industria nacional de construcción de embarcaciones menores, y minimizar los riesgos de desabastecimiento, en costos, tiempos y calidad.

En el Proyecto participó como Compañía Ancla, la empresa Eduardoño (ubicada en el Municipio de Itagüí) y se dio inicio un proceso de relacionamiento y homologación de criterios productivos con 12 empresas del Aburrá sur, de las cuales 5 se encuentran en Fase de Desarrollo de Prototipos de Productos e Insumos Sustitutos de Importación.

Balance de Transformación Digital e Innovación 2022

Tanto en Colombia como en el Aburrá Sur, las Pequeñas y Medianas Empresas buscan no extinguirse ante la pérdida de competitividad y el constante cambio de escenarios que generan la introducción de nuevas tecnologías al campo de juego empresarial.

Como se menciona claramente en el Manual de Oslo de Innovación ***“Los Programas/Aplicaciones informáticas no son una innovación en sí, pero son necesarios para la introducción y el desarrollo de las innovaciones.”***

Estar a la vanguardia en la apropiación y uso de tecnologías pasó de ser una estrategia de liderazgo a convertirse en una obligación para sobrevivir de las Mipymes en todo el mundo, para sostener sus clientes y para captar mercados de generaciones jóvenes que poco a poco comienzan a ser un segmento importante.

Contribuye, igualmente, a mejorar la eficiencia de las compañías en sus procesos internos, y a aumentar sus capacidades mediante la racionalización de su planta de personal y la disminución sustancial de sus costos fijos.

Hoy la necesidad de apropiar y usar tecnologías digitales en forma más acelerada ha creado una oportunidad de mercado de grandes proporciones para los emprendimiento y empresas que le apuestan a dar solución a la transformación digital empresarial.

Estimaciones de la firma Statista, pronostican que las inversiones a nivel global de la transformación digital para 2025 podría llegar a los 2.8 trillones de dólares.

En 2020 fue uno de los sectores que logro crecer pese a la pandemia pasando de 1.18 a 1.31 trillones de dólares.

Según el Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial, a partir de 2021, Estados Unidos se clasificó como el país más competitivo digitalmente del mundo.

Los ranking de competitividad digital permiten analizar la capacidad de un país para adoptar tecnologías digitales e implementar las mismas en empresas y organizaciones gubernamentales.

En el marco de este Estudio, cuyo puntaje máximo es 100, el reto de la economía colombiana es titánico, ya que se ubicó en el puesto 59 sobre 63 evaluados y el puntaje fue de 45,4; solo por encima de Sudáfrica, Argentina, Mongolia y Botsuana

A nivel regional el trabajo liderado por la Cámara (“Caracterización de las Empresas de Negocios Digitales de Medellín y el Valle de Aburrá”) en alianza con Intersoftware y el Clúster Negocios Digitales de la Cámara de Comercio de Medellín de Comercio de Aburrá Sur, se identificaron 5.989 empresas relacionadas con actividades económicas de base digital que generan más de 82 mil empleos, de las cuales el 15,64% están ubicadas en Aburrá Sur.

Por Tamaño de Empresa la citada Caracterización arrojó que el 88,7% son Microempresarios, 9,4% la Pequeña Empresa; 1,5% la Mediana y solo el 0,4% Empresas Grandes.

Para lograr el propósito de una transformación digital eficaz, las empresas o negocios deben contar con una visión holística que les ayude a entender la realidad interna y externa de sus organizaciones.

Con el Análisis de Datos (Big Data), se puede tener información certera de consumos y comportamientos, e identificar tendencias

Así mismo, con un CRM (Administración y Relacionamiento con el Cliente) se pueden gestionar los clientes, brindarles contacto permanente e identificar sus necesidades puntuales.

Entretanto, con una aplicación de ERP (Sistema de Planificación de Recursos Empresariales) se puede gestionar la ejecución presupuestal y contable para la toma de decisiones, y con una aplicación de E-Commerce y Marketplace se pueden impulsar sus ventas e impulsar su posicionamiento en el mercado digital.

La Transformación Digital y la Innovación llevan consigo la integración de nuevas tecnologías, de modo que las empresas deben cambiar su manera de operar y poder así girar en torno a la globalización que hoy en día exige mejores y diferentes procesos, optimizando los recursos, perfeccionando los modelos de cambio, ofreciendo con ello un mayor valor agregado al mercado.

Esto no implica una simple compra de equipos de cómputo o contratar a alguien que conozca del tema. La prioridad se centra en que los directivos, emprendedores, y/o empleados de las organizaciones desarrollen un cambio de mentalidad que les permita ver todo el potencial que conlleva la Transformación Digital y la Innovación para las organizaciones.

Estos procesos tienen varias ventajas: Impulsar la Cultura de la Innovación de las empresas; mejorar la eficiencia de los procesos; incrementar la capacidad de respuesta, y tener una mayor adaptabilidad a las exigencias del mercado, a los nuevos clientes y a las nuevas oportunidades de negocio.

La Estrategia y/o Transformación Digital no puede, por ello, considerarse una opción, sino una necesidad imperativa e inaplazable para adaptarse al medio y a las exigencias actuales.

Las dificultades que el Covid-19 ha causado y sigue generando a nivel mundial, a las cuales el Sur del Valle de Aburrá no ha sido ajeno, principalmente sus Mipymes, las llevaron a incursionar en el ámbito digital, con el fin de poder atender virtualmente sus negocios.

Para las empresas que ya se encontraban en el Canal Online la crisis del Covid-19 fue un impulsor para reforzar y mejorar su presencia en todos los medios digitales.

Correlativamente los consumidores incrementan cada vez más su nivel de confianza en las compras por internet.

De acuerdo con el diario colombiano *La República* al 2021 la Tasa de Penetración de Internet en Colombia está sobre el 75%, lo que ubica al país por encima del promedio de la región (siendo el cuarto en América Latina).

De ese promedio un 50% realizan compras Online o manejan algún tipo de comercio electrónico. Esta tendencia de los consumidores a abandonar los canales tradicionales de compra obliga a las compañías a mejorar la experiencia en sus canales digitales, al igual que su posicionamiento en internet con herramientas que les faciliten mayor cercanía con sus clientes.

Es posible que muchos empresarios y/o emprendedores puedan sentirse abrumados al pensar que estos cambios de la Transformación Digital sean tan radicales o que deben ser adoptados en el corto plazo.

La realidad, sin embargo, es que este es un proceso paulatino que los invita a salir de su zona de confort, con el fin de evitarles desaparecer o tener altos costos por cuenta de la presencialidad, lo cual afecta seriamente la rentabilidad de sus negocios.

La plataforma HUBSPOT, que es un gran aliado en estrategia digital para los procesos de CRM para fidelización de los clientes en las empresas señala:

... “Mediante la transformación digital se reformulan las reglas del mercado y crean oportunidades comerciales que aprovechen las ventajas y relevancia que tiene hoy en día el internet”...

Estar en contacto con los clientes representa una oportunidad de acompañamiento para mejorar la experiencia y establecer relaciones comerciales sólidas y exitosas.

Ese reto no es optativo; está en curso, y es necesario para sobrevivir a la competencia comercial del presente y el futuro.

1. Transformación Digital

En el 2022 la Cámara de Comercio Aburrá Sur ofreció los siguientes planes de acompañamiento (Capacitaciones, Actualizaciones y Diseño de Estrategia Digital) a los empresarios de los 5 municipios de la región:

1.1. Programa Aburrá Sur Online

Las ventas de comercio digital en Colombia crecieron un 40% en el último año, según datos estadísticos de Ecommerce Blacksip y la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Dichos resultados fueron impulsados por la pandemia y los días sin IVA promovidos por el Gobierno. En el caso del Aburrá Sur ello validó la trascendencia e importancia del Programa de nuestra entidad cameral denominado Aburrá Sur Online.

Su origen se remonta varios años antes de la Pandemia, y hoy se constituye en un pilar de conocimiento en estrategias y actualizaciones digitales para todos los sectores productivos, tanto de las Micros como de las Pequeñas y Medianas Empresas del Sur del Valle de Aburrá.

El Programa sumó su séptimo año de ejecución en el 2022 y se perfila como una herramienta de formación y/o actualización que ha permitido a nuevos empresarios incursionar en el mundo digital y del comercio electrónico (Alfabetización Digital).

Esto les ha permitido impulsar eficazmente sus estrategias de ventas, así como el manejo de los diferentes canales, como redes sociales, posicionamiento en buscadores, medios de pago, analítica digital etc.

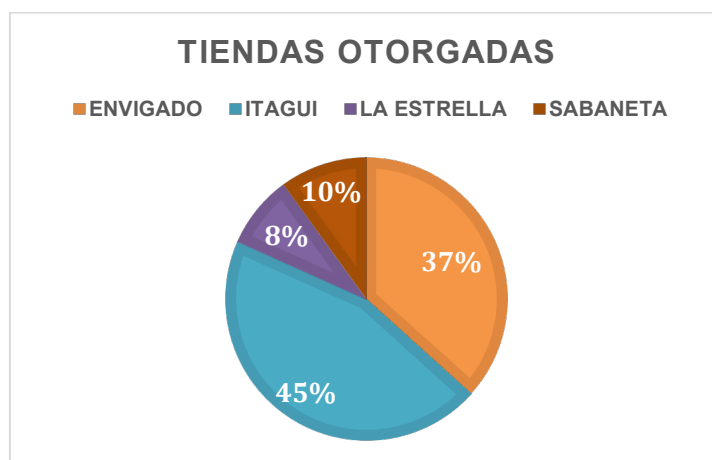
El siguiente es el balance de empresas y/o empresarios que se beneficiaron de Aburrá Sur Online a través de cada uno de los 4 Ciclos que se ejecutaron en el 2022:

Tema	Total Asistentes	Total Asistencias Ciclo
Ciclo I	94	365
Ciclo II	71	293
Ciclo III	65	358
Ciclo IV	93	395
Total	323	1.411

A lo largo del Programa se realizaron sesiones sincrónicas en las que se trabajaban los diferentes temas y se invitaba a los empresarios a avanzar en el diseño de Portales de Ventas Online mediante la herramienta Shopping Up.

Cabe anotar que las empresas y/o empresarios que tuvieron más de 6 asistencias durante el Ciclo, podían acceder al beneficio de poder diseñar su Portal de Ventas Online, con una validez gratuita por un año.

La cantidad de Tiendas otorgadas en los 4 Ciclos es de 60, siempre y cuando el empresario acceda. En caso que no la necesite se entrega a otro empresario. En el siguiente gráfico se pueden apreciar las tiendas otorgadas por Municipio:



2. Diagnósticos en comercio digital (Ecommerce)

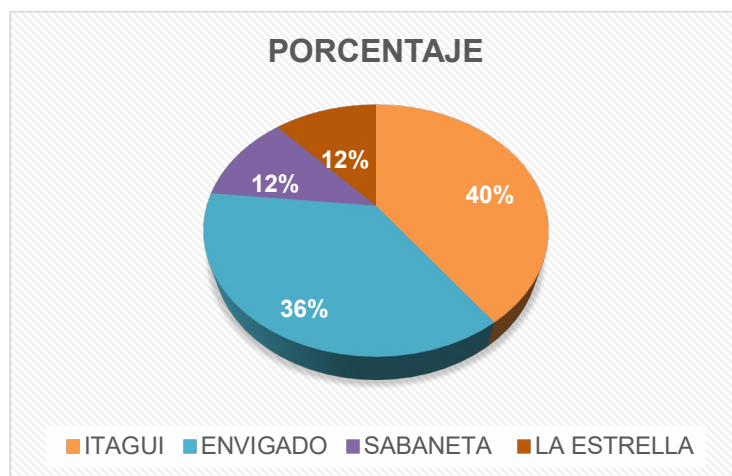
Con el fin de aportar a la Estrategia Digital de sus Mipymes, la Cámara de Comercio Aburrá Sur fortaleció, durante la vigencia del 2022, mediante Asesorías Gratuitas, a empresarios y/o empresas de la región que estuvieran dispuestas a verificar su impacto en el ámbito digital.

El proceso se inició con una Jornada de Sensibilización Grupal (Workshops), del cual surgieron las empresas que pasaron luego a las Asesorías Personalizadas.

Estas últimas constaban de 2 sesiones de una hora cada una, orientadas por un asesor experto que, a través de un test especializado, construye un Diagnóstico y una Hoja de Ruta o Plan de Mejora que permita fortalecer la Estrategia Digital de las Mipymes en el corto, mediano o largo plazo.

El balance general de estas sesiones fue muy positivo, gracias a la disponibilidad, la apertura y la motivación de cambio que evidenciaron los empresarios.

El Municipio con Mayor Número de Empresas Diagnosticadas fue Itagüí, con 24. Lo siguieron Envigado, con 22 empresas; La Estrella, con 7, y Sabaneta, con 7, para un total de 60 empresarios del Aburrá Sur diagnosticados.



3. Transformación TIC

Muchas empresas afrontan actualmente serias falencias en su Búsqueda y/o aparición en los ámbitos digitales.

No sobra aclarar que en los tiempos presentes es sumamente importante figurar en los Buscadores Web y muy especialmente en Google.

Por este motivo la Cámara de Comercio también identificó en el 2022 un conjunto de empresas que requirieran el Diseño de una Página Web acorde con las tendencias actuales y que genere impacto en las personas que la visiten.

Con el apoyo de expertos en la materia el Programa se enfocó en dos puntos clave. El primero tenía que ver directamente con el Posicionamiento SEO (Aparición en los buscadores y motores de búsqueda de la mano de conjunto de técnicas y optimización, con el fin de aumentar el tráfico y la visibilidad en la Web).

Las empresas que participaron en este proyecto aplicaron previamente el Diagnóstico, y una de las grandes brechas o falencias era el posicionamiento SEO.

Para atacar esta debilidad se realizó un trabajo conjunto con los empresarios, a través de Ejercicios como el Buyer Persona.

El segundo eje que apoyó la Cámara para generar impacto en las empresas consistió en la Construcción Total de una Página Web acorde con la esencia de lo que representa cada empresa.

Se diseñaron sitios Web agradables, modernos, fáciles de navegar, y con todos los estándares que permitan su óptimo funcionamiento.

Las siguientes fueron las empresas que participaron en la Transformación TIC de las cuales son 8 empresas las que se vieron beneficiadas:

Empresa	municipio
Texlab SAS	Itagüí
Nuestro Cielo	Envigado
Divitex SAS	Envigado
Muma SAS	La Estrella
Compañía Internacional Agrofrut SAS	La Estrella
Botanas SAS	Itagüí
Compañía de Pijamas G.B. SAS	Sabaneta
Procesos Prehormados	Sabaneta

4. OPEN SUR

A medida que el mundo se adapta a la vida en el “new normal”; en la etapa post crisis de la Pandemia de Covid 19 que detuvo al mundo y ante el movimiento Black Lives Matter que arrasó en los Estados Unidos en 2020, se comenzaron a trazar las tendencias de consumo a largo plazo que darán forma a la próxima década del 2030.

Ahora, mientras las marcas evalúan el impacto de años sísmicos y buscan trazar un nuevo camino a la recuperación, deben al tiempo analizar las nuevas tendencias.

Este fue el objetivo principal que motivó el diseño del Programa Open Sur, el cual busca contribuir con insumos para una hoja de ruta estratégica y tecnológica para la próxima década en las empresas del Aburrá Sur.

Adelantándonos a ese reto confiamos que la visión que compartimos durante la vigencia del 2022 con el apoyo del aliado estratégico de la Cámara, la firma Isobar Chef Company, haya proporcionado una nueva perspectiva sobre los impulsores de largo plazo, crecimiento sostenible de las empresas y la evolución de las marcas.

Ello fue posible gracias a la implementación, en Fase Piloto, durante el 2022, de un Centro de Experiencias Tecnológicas en el Aburrá Sur.

En este escenario de cambio la Cámara desarrolló **12 Talleres Nowlab** en los que participaron diferentes grupos de interés (Emprendedores, Empresarios, Docentes, Estudiantes), quienes conocieron y experimentaron soluciones comerciales a partir de nuevas tecnologías adaptadas a propuestas de Marketing Digital.

Complementariamente se realizó **una (1) Jornada denominada “Tasty Tech”**, en la que participaron más de 65 representantes empresariales de la región.

Todos ellos tuvieron la oportunidad de realizar una inmersión en el mundo de la innovación, la transformación digital y las nuevas tecnologías, a través de la **Charla Visión 2030 de los Negocios** y participar en un **recorrido por el Centro de Experiencia Digital integrado por 15 Estaciones Experienciales** orientadas a:

Realidad Virtual Inmersiva (Metaverso), Realidad Virtual Mixta, Realidad Aumentada, Experiencia de Usuario, Content Lab, Accesibilidad Física, Tecnologías de Asistencia de Voz, Producción Audiovisual, Analytical Command Centers, Digital Twins, Identity Resolution, y Experiencias basadas en el Journey del Cliente en Preventa, Venta, Uso y Postventa.

Los insumos acumulados en estos ejercicios, sumados a procesos de Metodologías Ágiles implementadas por la Cámara entre 2021 y 2022, permitirán llevar a cabo el lanzamiento oficial del Programa Open Sur en el primer semestre del 2023.

Su misión principal será servir de escenario catalizador para el diseño, impulso y desarrollo de las nuevas tendencias tecnológicas para la comunidad empresarial, académica y emprendedora del Sur del Valle de Aburrá.

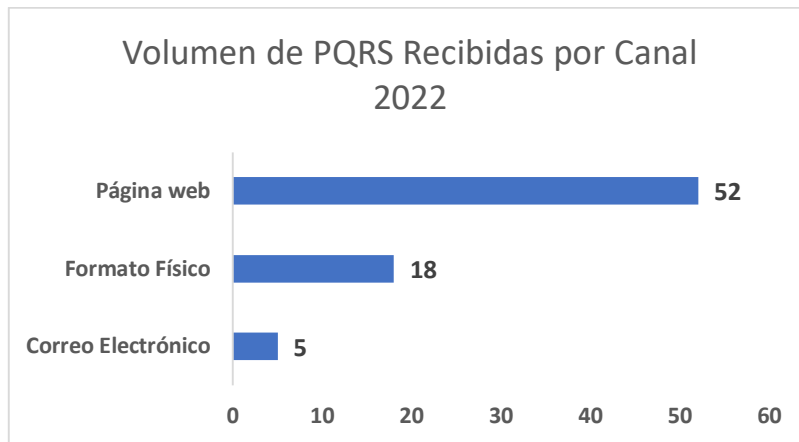
Este ambicioso y revolucionario proyecto regional requiere de la articulación de diferentes actores que quieran aportar y sumar sinergias, así como cooperar y sacrificar sus egos interinstitucionales para apostar por la consolidación de una vocación regional competitiva.

Es necesario aclarar finalmente que, como parte fundamental de la operación del Programa Open Sur, la Cámara pondrá a disposición de la región un **Hub de Innovación en su nueva Sede Institucional de Sabaneta, en alianza con el SENA**, con el fin de que sea un centro en el que converjan la tecnología, la innovación y las conexiones entre los diferentes actores públicos, privados, académicos y gremiales del Aburrá Sur.

Balance PQRS 2022

Durante el 2022 la Cámara de Comercio Aburrá Sur recibió, entre Quejas, Reclamos, Felicitaciones y Peticiones, un total de 75 solicitudes, las cuales fueron recibidas por la entidad a través de los múltiples canales disponibles para dicho fin.

A continuación se relaciona la cantidad de PQRS recibidas conforme al Canal de ingreso.

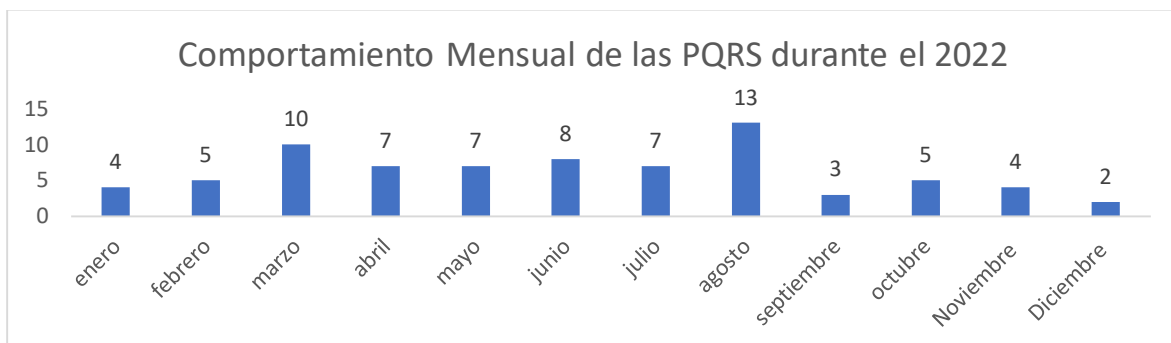


En la Gráfica anterior se puede evidenciar que el 69.3% de las PQRS que ingresaron fueron por la Página Web, el 24% físicamente y el 6.66% restante por Email.

En promedio la Cámara recibe 6 PQRS al mes. Sin embargo, como se puede evidenciar en la siguiente Gráfica, los meses de Marzo y Agosto de 2022 presentaron crecimientos entre 10 y 13 PQRS por día, respectivamente.

El motivo de estos picos obedece a que en Marzo (Época Oficial de Renovación) se presentaron más reclamos de lo habitual (De las 10 PQRS el 60% fueron Reclamos).

En el mes de Agosto la Cámara recibió más felicitaciones que en los anteriores meses (De las 13 PQRS de ese mes el 69% fueron Felicitaciones).



Al clasificar las PQRS, conforme a su naturaleza, se puede evidenciar que el 30.6% corresponde a Reclamos; el 22.6% a Peticiones; el 21.3% a Felicitaciones y Quejas y, por último, las Sugerencias tienen un peso del 4%.



Importante aclarar que la principal razón por la cual los usuarios interponen un Reclamo ante la Cámara es por la **no recepción de los certificados comprados por internet**.

Al analizar esta causal se logró identificar que el problema radica en que muchos Certificados Virtuales son remitidos al Spam de los usuarios, y al no revisar este buzón muchos consideran que el servicio no fue efectivo.

Balance Centro de Estudios de la Empresa Micro - CEM 2022

La Corporación Interactuar, la Fundación Fondo de Garantías de Antioquia (FGA); Comfama; las Cámaras de Comercio Aburrá Sur y Medellín; la Fundación Proantioquia, hicimos el lanzamiento del Centro de Estudios de la Empresa Micro en la vigencia del 2020. Al cierre del 2021 se unió al grupo fundador Asomicrofinanzas.

El CEM es un Centro con una visión integral de la microempresa, con aliados reconocidos y con capacidad de liderazgo en la región, que permite desarrollar y entregar productos de conocimiento innovador a las instituciones y a la comunidad.

Igualmente, busca aportar al desarrollo económico, la inclusión social productiva en la región e incidir en políticas públicas a partir del entendimiento integral de la microempresa y el microempresario.

Cabe resaltar que en el Departamento de Antioquia la Microempresa representa el 89% del tejido empresarial, así como el 99,4% de las nuevas empresas constituidas y el 30,2% del empleo formal generado por las empresas. Además de ello, son responsables de 10,6% de las exportaciones y de 12.5% del valor agregado.

El **Centro de Estudios de la Empresa Micro (CEM)** tiene entre sus propósitos generar información estratégica y actualizada que permita hacer un seguimiento a la dinámica microempresarial desde 3 enfoques claves: **Constitución y Cancelación de Microempresas, Comportamiento del Microcrédito y Garantías, y Empleo.**

Esto se realiza a través del Boletín CEM, el cual hace parte de la estrategia de orientación y difusión, a corto plazo, con base en la información que administran los aliados del Centro.

Estudio Multidimensional

Con un enfoque renovador y distanciado de las investigaciones tradicionales, el Centro de Estudios de la Empresa Micro, CEM, presentó, a comienzos del 2022, el balance de un nuevo Estudio sobre la Informalidad Empresarial Regional.

Esta nueva exploración cualitativa se apartó de las ideas económicas dominantes sobre la materia; indagó sobre la posibilidad de que la informalidad pueda explicarse por entornos asociados a la persona o al micronegocio, y desestimó la competencia perfecta.

Los resultados revelaron, en principio, que el fenómeno tenía relación con situaciones económicas de las personas, donde la migración y el desplazamiento forzado son variables clave.

Las personas que hacen parte de este flagelo llegan principalmente a los centros urbanos; se ubican con fines residenciales, pero ante la falta de oportunidades no encuentran otra salida que “emprender” cualquier actividad que les genere ingresos.

Saben que hacerlo de manera formal trae “más beneficios” que desempeñarse desde la informalidad. El problema es que la actividad que ejecutan; los servicios que prestan, o la comercialización que realizan, tienen un valor agregado tan bajo y un mercado tan pequeño, que las ventas impiden cualquier proceso de formalización.

Alguien podría correr a señalar entonces que el problema son los costos de formalizarse, pero no, el CEM prefirió mirar la otra mitad del vaso y deja abierta la posibilidad a que se considere el mercado tan pequeño y estrecho como la variable explicativa.

Lo anterior cobra más relevancia cuando se analizan los encadenamientos productivos. Con el tiempo, las empresas han visto cómo sus clientes –mercado– se han reducido.

Esto las ha llevado a tomar medidas de diversa índole: Recorte de personal, reducción de costos de producción, minimizar el tamaño de la empresa e, incluso, eludir o evadir impuestos.

Estas situaciones conllevan a plantear y reconocer que el problema no son los costos de formalizarse, sino el tamaño de los mercados y la debilidad económica dentro de las cadenas productivas y los canales de abastecimiento.

En la medida que dichas cadenas y canales se debiliten, cualquier costo de formalización será alto, incluso, la gratuidad, porque una empresa podrá obtener su Registro Mercantil Gratuitamente en el primer año, pero difícilmente lo renovará en el segundo.

Otro de los hallazgos importantes del CEM es que desmitifican la informalidad como fenómeno asociado a bajos niveles educativos y relacionados con ciertos estratos sociales.

El Estudio reveló que la informalidad se registra hoy, tanto entre personas con niveles básicos de educación, como con altos niveles de formación.

También los estratos sociales bajos y altos comparten niveles semejantes de informalidad, lo que indica que es un fenómeno que ha permeado todos los estratos. No obstante, lo que esto indica es que la falta de oportunidades es innegable.

A partir de ello se entiende además que la informalidad no es la respuesta a un tema de trámites y costos, sino a una precariedad económica y productiva que la ortodoxia económica esconde y no quiere reconocer.

El Estudio demostró también la fragilidad socioeconómica y productiva de los microempresarios, donde resultan clave los programas de desarrollo empresarial e las Cámaras de Comercio.

También reflejó la necesidad acercar a los microempresarios a las mesas sectoriales que promueven las instituciones gremiales.

El Estudio reveló, igualmente, que para los Microempresarios es de vital importancia contar con un ingreso mínimo y con un Sistema de Seguridad Social, ya que tienen una preocupante desprotección en esta materia.

Si se toma esta revelación a la luz de una norma que pretenda mejorar la formalidad, no cabe duda que hablar de una “Escalera” será insuficiente, y que es necesario ir más allá y enfrentar el fenómeno con un conjunto de políticas que van desde políticas sociales hasta políticas de desarrollo.

Bajo esta perspectiva la figura de la “Escalera” se perfila como una vía estrecha, y quizá sea mejor empezar a hablar de rutas de formalización, ya que no todos los informales parten del mismo punto, ni requieren la misma “Escalera”.

Finalmente el Estudio concluyó que a nivel local es importante que los gobiernos brinden seguridad a los negocios, y amplíen los cupos educativos y subsidios para que los microempresarios puedan destinar parte de sus recursos a procesos de fortalecimiento y formalización de sus unidades productivas.

Sin estas rutas de intervención se podrán generar todas las leyes que se quieran, pero sin impactos reales sobre el fenómeno.

Escalera de la Formalización

Otro de los focos de seguimiento y evaluación del CEM en el 2022 se centró en la **Ley 2254 del 15 de Julio del 2022, por medio de la cual el Gobierno Nacional creó la Escalera de la Formalidad**, se reactiva el sector empresarial en Colombia y se dictan otras disposiciones.

En una primera instancia, y a través de Comunicado Público, el CEM expresó su complacencia con la expedición de esta norma.

En concepto del CEM, esta normativa avanza en la dirección correcta en su intención de propiciar un marco legal más flexible y ajustado a las necesidades de la Micro y Pequeña Empresa, reconociendo los retos que enfrentan en este proceso.

En Colombia 6 de cada 10 Micro y Pequeñas Empresas permanecen en la informalidad, situación que limita sus posibilidades de crecimiento al impedirles acceder al sistema financiero formal e integrarse en cadenas de proveeduría y generación de valor.

Además, afecta las condiciones de vida de sus trabajadores, quienes quedan excluidos de la mayor parte del Sistema de Protección Social, especialmente en lo que se refiere a su cobertura en Riesgos Laborales, acceso a una Pensión y Afiliación al Sistema de Compensación Familiar.

La “Escalera de Formalización”, concibe este como un proceso deseable para el fortalecimiento del tejido empresarial y el mejoramiento de las condiciones laborales de los trabajadores vinculados a estas empresas.

El CEM considera que su principal aporte consiste en reconocer la formalización como un proceso gradual y multidimensional, asociado a las diferentes etapas de crecimiento y consolidación empresarial.

La nueva norma avanza positivamente en la interpretación de la compleja realidad de la Micro y Pequeña Empresa, y no somete la realidad a la norma, como tradicionalmente ocurre.

El éxito de esta normativa se centra a continuación en su acertada implementación y puesta en marcha, proceso que involucra diferentes actores públicos y privados.

El reto no es menor, ya que temas como la creación de un Registro de Unidades Productivas en Formalización Gratuito, a cargo de las Cámaras de Comercio; los requisitos de acceso y estadía en cada escalón; la forma cómo se garantizará el acceso al crédito formal, especialmente mediante plataformas Fintech, y la formalización de ocupados informales, plantean serios desafíos para la institucionalidad, y en los cuales una inadecuada reglamentación puede terminar limitando el alcance y propósito de esta Ley.

El CEM manifestó su disposición para participar de manera activa en el proceso de reglamentación e implementación de esta Ley, en aras de avanzar de manera significativa en el propósito colectivo de fortalecer el quehacer empresarial y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población trabajadora.

Los nuevos requisitos para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que expida el Gobierno Nacional solo podrán ser integrados mediante Decreto del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el ministerio del ramo correspondiente, modificando el que reglamente esta Ley.

Los nuevos requisitos que expida el Congreso deberán, igualmente, guardar la gradualidad para Micros, Pequeñas y Medianas Empresas, especialmente en materia tributaria, y requerirán un análisis de costos y necesidad.

La Escalera se compone de al menos tres (3) niveles y cada uno tendrá una permanencia definida por el tamaño de las empresas o tiempo de consolidación.

Las exigencias de cada Escalón se mantendrán estables en el tiempo en cada nivel y se aumentarán gradualmente hasta colocar a las empresas en el Escalón Final para la formalidad completa.

Después de 3 meses desde su inscripción en la Cámara de Comercio, las nuevas empresas que hagan parte del Programa de la Escalera podrán ser beneficiarias de Microcréditos por parte de entidades vigiladas o no vigiladas, siempre y cuando cumplan con el marco legal del análisis de riesgos.

Si las nuevas empresas van a exportar o importar, deberán inscribirse en la VUCE, donde ningún proceso a través del Estado tendrá costo.

Cabe destacar que bajo la nueva normativa, los Certificados de Origen serán gratuitos, en tanto que el Impuesto Departamental de Registro será gradual:

Para la realización de exportaciones, no se podrá exigir a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que sean contribuyentes de renta y podrán ser exportadoras conforme a la regulación aduanera vigente.

Cada Escalón o nivel definirá los requisitos que se deberán cumplir respecto de cada Componente de la Formalización presentes en la Ley, así como el tiempo máximo de estadía o el tamaño de empresa y las exigencias para dar el paso al siguiente, a saber:

(i) Formalidad de Registro

(ii) De Producción y Calidad

(iii) Laboral

(iv) Ambiental

La norma advierte también que se precisarán los requisitos y beneficios de cada nivel, pudiéndose introducir nuevos escalones.

Todos estos aspectos y el funcionamiento de la Escalera requerirán de la expedición de un Decreto Reglamentario por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La Formalidad del Registro tiene que ver con la formalidad de la actividad empresarial y los asuntos derivados de la calidad de comerciante que se deben adelantar ante las Cámaras de Comercio.

Su propósito es contar con información para conocer su ubicación, ingresos y generar políticas públicas para los sectores económicos de manera actualizada.

El Primer Escalón de la Formalidad estará integrado por aquellos que desarrollen actividades comerciales de manera informal.

Ellos deberán inscribirse en el Registro de Unidades Productivas en Formalización, a cargo de las Cámaras de Comercio, de manera gratuita y podrán beneficiarse de programas para acceder a otros escalones.

El ascenso a cualquier otro nivel requerirá de la inscripción en el Registro Mercantil a través de la Ventanilla Unica Empresarial - VUE.

En este punto, vale la pena resaltar que, el texto radicado proponía la gratuidad del Registro Mercantil para las empresas que fueran a integrar el Primer Escalón de la Formalidad.

Ello fue lo que dio lugar a que se eliminara la disposición de gratuidad del Registro y se creara el registro para quienes desarrollen actividades comerciales informales, gratuito, mientras que el Registro Mercantil quedó como una condición necesaria para acceder a los siguientes escalones, a través de la VUE.

La Ley creó, igualmente, el Registro, Permiso o Notificación Sanitaria, emitida por el INVIMA, en las categorías:

(A) Artesanal, para productos elaborados de forma manual

(E) Emprendedor, para aquellas Micro y Pequeñas Empresas que en su etapa inicial requieren estímulo de formalización.

Estas categorías serán debidamente reglamentadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Mincit, y no tendrán costo.

En el Primer Escalón las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas también serán beneficiarias de la exoneración del pago de los Aportes Parafiscales a favor del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA), del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y de las cotizaciones al Régimen Contributivo de Salud.

De otro lado, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y de Medio Ambiente definirán los requisitos mínimos que se le deberán exigir a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas para que puedan desempeñar sus operaciones cuidando el medio ambiente, los cuales deberán ser acatados por las corporaciones autónomas regionales.

Igualmente la Ley estableció que el Mincit propenda para que todos los procedimientos se puedan realizar a través de la Ventanilla Unica Empresarial, VUE, de las Cámaras de Comercio con menores tiempos de recolección y envío de documentos.

Por último, el Gobierno quedó facultado para crear programas para el financiamiento de nuevas empresas y promocionar el aprovechamiento de las tecnologías de la información en estas empresas, al igual que para coordinar con las Cámaras de Comercio y las entidades territoriales estrategias de promoción de la formalización para ocupados informales.

Balance Centro de Excelencia Operacional - CEO

Según el Consejo Privado de Competitividad, CPC, la firma McKinsey (2015) afirma que el 82% de los incrementos en productividad de los países emergentes para los próximos años estará basado en la apropiación de tecnología ya existente, mientras que los procesos de innovación apenas explicarán el 18% restante.

En ese sentido es esencial que las empresas se concentren en la adopción de prácticas que han probado ser exitosas en países o industrias más desarrolladas, más que en el desarrollo de nuevas tecnologías.

Con el apoyo de la firma Croma Consulting, la Cámara realizó en la vigencia del 2016 una Prueba Piloto del Observatorio de Productividad Aburrá Sur.

Este ejercicio permitió medir el comportamiento de la productividad en 15 Pymes seleccionadas; definió un foco de mejora en el proceso, a través de una homologación conceptual y metodológica; analizó las pérdidas del proceso (Limitantes de Productividad) y Mejoró la Pérdida Pareto (pérdida que se requiere revertir).

El Observatorio nació porque el Aburrá Sur necesitaba proyectar el futuro sustentable, sostenible y competitivo de sus empresas con base en:

- 1. Big Data de competitividad por sector económico (Comparación y trazabilidad en el logro de la excelencia operacional).**
- 2. La disponibilidad de herramientas de excelencia operacional por tipo de empresa (Micro-Pyme-Gran Empresa).**
- 3. Una Estrategia de incubación de la competitividad por niveles.**
- 4. Banco de mejores prácticas y su socialización abierta.**
- 5. Metodologías simples, participativas y de impacto.**

El propósito era inicialmente observar el comportamiento de la productividad regional; potenciar el método en el logro de la eficiencia y la mejora permanente; publicar los resultados exaltando las buenas prácticas, y validar y desarrollar la habilidad a través de metodologías de excelencia operacional.

Con este Modelo de Gestión Empresarial se busca que las Mipymes del Aburrá Sur se conviertan en un referente de mejora en rentabilidad, productividad e innovación en cada uno de sus sectores productivos.

Los pilares fundamentales del Observatorio son la **Productividad, el Ambiente de Trabajo y el Aprovechamiento Tecnológico.**

Factores de Medición CEO

En materia de **Productividad** el CEO realiza una medición del indicador mundialmente aceptado como **OEE, EGE (Efectividad Global de los Equipos y Efectividad Global de los Procesos)**.

Este permite comparar los elementos de disponibilidad, desempeño y calidad. Es un indicador muy integral y exigente con el que el mundo se compara.

Igualmente ha implementado el **KOSU**, un indicador que mide la productividad per cápita en una organización, y define el nivel de productividad de cada individuo.

El Componente del **Ambiente de Trabajo** el Ceo lo mide bajo los criterios de **Accidentalidad Laboral**. El accidente de trabajo es el principal pivote de pérdida, y se mide a través de la **Tasa de Accidentalidad**, indicador mundialmente aceptado.

Su presencia es la más evidente muestra de ineficiencia operacional. A través de este indicador se deduce y se legitima si el ambiente de trabajo está apto para producir.

Igualmente el CEO mide hoy la **Confiabilidad del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo** como indicador de excelencia operacional, **tomado desde la referencia del Accidente de trabajo y el ausentismo como una pérdida ocupacional de gran relevancia**

Finalmente mide el Uso de la Apropiación Tecnológica como un elemento vector del nivel de madurez organizacional para aplicar herramientas y hacer transferencia tecnológica a cada uno de los procesos.

De esta condición se tiene especial atención para dinamizar la eficiencia en el logro de la productividad deseada.

Hoy la Data definida a través de la consultoría del Centro ha permitido potenciar las decisiones por sector, por herramientas y por tipo de empresa, lo que le permite al Programa ser más impactante al momento de determinar el problema y adoptar una solución clara en el menor tiempo posible.

Lo anterior permite al empresario ubicarse en un nivel de madurez y evolución, y compararse dentro de la medición de su sector, con el fin de emprender un plan de acción acorde con los modelos, herramientas y buenas prácticas que tiene a disposición, apoyado por un experto en la implantación de los modelos de excelencia.

El **Modelo implementado en la vigencia de los años anteriores** para el acompañamiento de las Pymes, **y replicado con ajustes y mejoras en las vigencias 2017, 2018, 2019, y 2021** se fundamentó en un **Sistema de Maximización de las Operaciones**, el mismo que **será potenciado para 2022, con nuevas herramientas facilitadoras.**

Consistió en un acompañamiento” en Campo” a los empresarios, con el fin de garantizar la consolidación de la mejora, siempre en el lugar de trabajo, en relación con el uso permanente de las metodologías de excelencia operacional aplicables a la necesidad, y con el apoyo de expertos que diseñan, sugieren y acompañan el proceso hasta consolidar la mejora productiva trazada desde el inicio.

Balance CEO 2022

En el año 2019 la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en asocio con la firma Croma Consulting SAS, revisó el modelo de intervención, encontrando que ya podía diferenciarse la gestión sistematizada de las experiencias a través del Observatorio y el Modelo de Gestión e Intervención Empresarial en Productividad.

A partir de ello la Cámara decidió separar ambos escenarios, quedando en firme el Observatorio y creando el denominado **Centro de Excelencia Operacional, CEO**.

Dicho Programa cuenta con metodologías de clase mundial y está a la par de las tendencias globales en productividad como la Cuarta Revolución Industrial, sin perder de vista pilares claves de vanguardia como la Ecoeficiencia, la Vigilancia Tecnológica y la permanente búsqueda de la diversificación económica regional.

El **Centro de Excelencia Operacional, CEO, del Aburrá Sur** ofrece hoy a sus beneficiarias unos elementos estratégicos que les sirven para competir bajo los estándares de excelencia operacional vigentes en el mundo.

Los propósitos del Programan son: **Orden y Eficiencia a todo nivel, Confiabilidad de las Decisiones, Manufactura y Servicio de Especialidad Mundial, Consumos Racionales y, Tecnología y Procesos de Clase Mundial.**

Así las cosas, **en la vigencia del 2022 el CEO acompañó un grupo de 30 Pymes y 10 Microempresas de los sectores más representativos del Aburrá Sur en las áreas de Manufactura, Comercio y Servicios**, amparada en un principio de intervención en el que “Todos Caben, Todos Pueden... Y Todos Deben”.

La intervención empresarial de dichas Mipymes permitió medir el comportamiento de su productividad; definir el foco de mejora en el proceso; lograr una homologación conceptual y metodológica; analizar las pérdidas del proceso y mejorar la pérdida que se requiere para revertir.

Sirvió, además, para evaluar las brechas operacionales y sus causas en las prácticas que no facilitan eficiencia y propician las restricciones.

El Programa incluyó **el Entrenamiento en Productividad a más de 150 empresarios** a través de talleres especializados.

En la ejecución individualizada de las empresas **intervenidas se impactó a más de 600 personas, entre operarios, supervisores y directivos, con entrenamientos in-house** dirigidos a la productividad y en las temáticas de Excelencia Operacional.

Entre los principales hallazgos del Programa en 2022 figura la necesidad que tienen las Pymes del Aburrá Sur en fortalecer sus metodologías de producción, fundamentadas en indicadores acordes con los estándares internacionales, que faciliten ejercicios de comparación o benchmarking con sus pares mundiales.

De acuerdo con los indicadores anteriores, a continuación se relacionan los resultados que arrojaron los diferentes Componentes de Trabajo del CEO durante la vigencia 2022:

1. Gestores de Productividad

Se desarrollaron 16 horas de Entrenamiento, en los cuales participaron más de 30 empresas. Se destacó el desarrollo de actividades como el VSM y la participación de grandes empresas.

1.1. Gestión Autónoma del Gemba

Se desarrollaron Dos (2) Entrenamientos de 32 horas, en los cuales participaron empresas de todos los sectores, con alto impacto en la aplicación de los conceptos al interior de las mismas. Más de 30 empresarios participaron en este evento.

1.2. Metodología WISE

El Curso WISE, que inicialmente se creó para las empresas Micro, ha generado un salto que bien podría considerarse cuántico.

La calidad de empresas y el nivel técnico y académico de sus participantes son evidencia del expresado.

a) INSEKTIA: Una empresa con la proyección de fortalecer la seguridad alimentaria de la región, además de su diversificación económica, es productora de harina de gran valor nutricional, proveniente de los insectos.

Es liderada por una mujer que merece todos los reconocimientos, pues es PhD en Ciencias Agrarias y Maestría en Biotecnología, además de ser investigadora y docente de la Universidad de Antioquia.

Esto es un emprendimiento de gran valor agregado. Requiere insumos especializados con patente que pueden desarrollarse aquí mismo.

b) Marcela Mejía: Colombo-Española; ingeniera con Maestría en Lean Construction. Tiene una empresa de servicios de refrigeración Industrial a gran escala.

Entre sus clientes figuran Nutresa y Quala. Emplea ingeniería pura y dura, con tecnologías y metodologías de clase mundial.

c) En el Curso de Productividad hicieron presencia **dos abogadas y un ingeniero electricista**, quienes dijeron, "si ese es el modelo básico", que bueno participar en el especializado.

Se resalta que todos estuvieron en las 4 sesiones, validando todo el nivel y el aporte de estos TIPS para que sus empresas sean productivas desde el inicio.

Resaltaron que las técnicas estudiadas por ellos en Europa son idénticas y muy ajustadas a nuestra cultura y realidad.

Estas empresas requirieron al CEO: "¿Que se sigue?" solicitando a renglón seguido un plan de apoyo y un acompañamiento estructurado, individualizado y ágil.

2. Asegurabilidad de las Operaciones

Un total de 14 empresarios asistieron al entrenamiento de 12 horas. En ellos participaron 4 gerentes, personas del Area de Producción y del SST (Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo).

Este espacio abrió la oportunidad para avanzar en nuevos escenarios de excelencia operacional dedicados a los directivos organizacionales, dado su impacto y pertinencia para el desarrollo del negocio.

2.1. Consultoría Técnica: Esta Etapa permitió orientar, presencial y personalmente, a los empresarios del Programa hacia el cumplimiento de los Objetivos de Productividad y en la aplicación de las Metodologías de Excelencia Operacional. En esta fase 30 Pymes y 10 Micros accedieron al Servicio de Consultoría.

En total se ofrecieron 30 horas de acompañamiento a las Pyme y 24 horas a las Micro, bajo el liderazgo de un consultor experto que enfocó su trabajo en el Mejoramiento de la Productividad para ayudar a impactar positivamente los procesos claves del negocio en las empresas beneficiarias del Programa en la vigencia 2022.

La distribución de las consultorías en Productividad, por Municipio, fue la siguiente: Itagüí, 17 empresas (41%); La Estrella, 10 empresas (24,3%); Envigado: 8 empresas (19,5%), Sabaneta, 4 empresas (9,8%) Caldas, 2 empresas (4,9%)

La selección de los empresarios beneficiarios se realizó por medio de un Comité Técnico conformado por la Cámara de Comercio Aburrá Sur y la Empresa Croma Consulting.

Con el desarrollo del Programa las empresas beneficiarias en Productividad son instruidas y/o actualizadas en metodologías sostenibles, seguras y eficientes, que aumentan su competitividad, rentabilidad y productividad, brindándoles una mayor sostenibilidad y mejorando sustancialmente sus procesos.

Los siguientes fueron los principales hallazgos que arrojó el proceso de la Consultoría Técnica en la vigencia del 2022:

- Evaluación del mapeo de valor de los procesos, cantidad de tiempo empleado en agregar valor. Estos datos se midieron por primera vez, con miras a presentar una tendencia de cuánto tiempo invierten nuestros empresarios en agregar valor en sus procesos.
- Nuevas metodologías como SST al servicio de la productividad, lo cual ha permitido elevar el valor de esta rama del conocimiento y de la productividad con impactos productivos, financieros y ocupacionales.
- La inclusión de la tecnología para llevar la productividad a la Industria 4.0 en componentes de real time productivo.

- La inclusión de las empresas de los Sectores Servicios, Construcción y Logística en Ingeniería, lo cual facilita y maximiza las operaciones, siempre bajo la premisa de agregar valor.
- El ingreso de la Gran Empresa a las metodologías del CEO, las cuales se vincularon ampliamente al Programa en el 2022 con asesorías y con una participación significativa en los entrenamientos ofrecidos por el mismo.
- Identificación de las pérdidas operacionales que generan lastre en la capacidad real vs teórica de la producción y la oferta de servicios con optimización a todo nivel.
- Empoderamiento de los involucrados en los procesos sobre los resultados que genera el trabajo bajo esquemas de excelencia operacional.
- Establecer metodologías Gemba para el desarrollo óptimo de operaciones en los puestos de trabajo, en las cuales la participación de directivos cobró especial importancia.
- Desarrollo de modelos Video Value Stream Map "VVSM" aplicado en los procesos más relevantes de producción.
- Optimización de espacios de trabajo por aproximadamente 630 mts². Se retiraron aproximadamente 19.000 kilos de materiales, herramientas y objetos improductivos que no generaban valor agregado a las compañías. A la fecha se han identificado más de 8MM de tiempos improductivos
- Entre los muchos impactos se destacan también las reducciones de tiempo operacional en más de un 35% en procesos de servicios y en más de un 20% en los ciclos de proceso, y con una disponibilidad de tiempo gerencial superior a un 20%.

3. CEO en la Industria 4.0

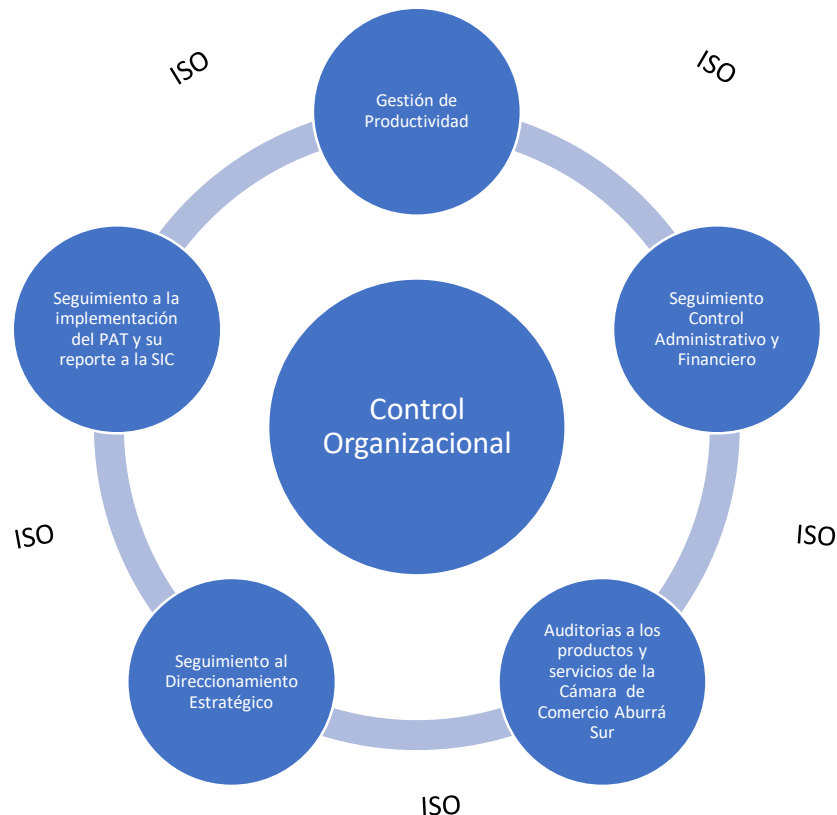
Por su dinamismo, propuesta de valor y tendencias vanguardistas en sus iniciativas, el CEO no es ajeno a las tendencias mundiales.

La eficiencia operacional de la mano de la tecnología se ha convertido en el principal desarrollo estratégico a gestionar.

Para tal fin el CEO planteó en el 2022 una estrategia de acercamiento a la industria 4.0, en la cual la Big Data, los sistemas de información y la opción IoT fueron los primeros pilares de incursión y consolidación de la tecnología en el componente de Productividad en la región.

Balance Control Organizacional 2022

Mediante la Resolución No. 034 del 13 de Agosto de 2020 la Cámara de Comercio Aburrá Sur creó el cargo de Coordinador de Control Organizacional, cuyo actuar se lleva a cabo dentro de las siguientes esferas:



Así las cosas, el presente informe busca dar a conocer las actividades, auditorías e informes que se llevaron a cabo a lo largo del año 2022.

1. Reportes Superintendencia de Sociedades

En Enero de 2022 se presentaron y se radicaron ante la Superintendencia de Sociedades los siguientes informes:

Plan Anual de Trabajo 2022
Informe de Labores 2021
Estudio Económico 2021
Reporte Cuarto Trimestre Plan Anual de Trabajo 2021

2. Seguimiento Plan Anual de Trabajo 2022

Desde Noviembre de 2021 la Cámara Sur consolidó, presentó y aprobó, por parte de su Junta Directiva, el Plan Anual de Trabajo para la vigencia 2022.

Con el fin de evitar desviaciones entre lo programado y su respectiva ejecución, a lo largo del 2022 la Coordinación de Control Organizacional efectuó trimestralmente unos seguimientos a la ejecución presupuestal y a la ejecución misma de las actividades establecidas en el Plan.

En estos seguimientos se realizaron ajustes que permitieron que las actividades se desarrollaran conforme a lo planeado y buscando la eficiencia en los recursos asignados a éstas. Entre los ajustes realizados figuraron:

+ Debido a que se lograron economías mediante la optimización de los recursos y la gestión interna de recursos en algunos programas del PAT, se pudieron fortalecer otros que, debido a la presencialidad, requirieron ajustes en sus presupuestos.

Es importante considerar que estos ajustes presupuestales se realizaron entre los programas, por lo cual el presupuesto general aprobado en Junta Directiva no tuvo modificaciones y se logró una mejor aplicación del mismo.

+ La optimización de los recursos permitió, igualmente, crear un nuevo programa denominado “Jornadas de Acompañamiento Microempresarial - Brigadistas” el cual dio respuesta a las necesidades de cercanía y escucha identificadas en las mediciones focales realizadas por la Cámara de Comercio, especialmente en el segmento microempresarial.

Dichas mediciones respaldaron la pertinencia de dicho Programa, el cual permitió no solo identificar las necesidades de las microempresas de la región, sino también promover, incentivar y motivar el acceso de éstas a los múltiples y gratuitos servicios, planes, proyectos y programas de desarrollo empresarial de la Cámara.

+ En Noviembre de 2022 la Coordinación de Control Organizacional realizó un informe detallado sobre las actividades propuestas por cada una de las áreas en el Plan Anual de Trabajo.

Este reporte detalló el porcentaje de ejecución presupuestal de las actividades y el restante porcentaje por ejecutar. Esto sirvió para que las áreas tuvieran mejores herramientas para presupuestar las actividades del próximo Plan Anual de Trabajo.

3. Auditorias

3.1. Aplicación de Circular Externa 100-000021 SuperSociedades - Depósitos Financieros:

A partir de la reciente publicación de la Circular Externa por parte de la Superintendencia de Sociedades (Vigente a partir del 25 de Abril del 2022), la cual sustituyó la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, se establecieron algunos cambios en el actuar y el proceder de las Cámaras de Comercio en el manejo y cobro de los Registros Públicos.

En el Numeral 1.1.3 “Prohibiciones a las Cámaras de Comercio” se estableció que las Cámaras no podrán cobrar los depósitos de los Estados Financieros.

El 16 de Mayo de 2022 se llevó a cabo el ejercicio de registrar presencialmente, a través de una de las cajas de la Sede Principal de la entidad en Itagüí, el Depósito de los Estados Financieros de la Sociedad Enecon S.A.S.

Así mismo desde la virtualidad se llevó a cabo el mismo ejercicio tomando como ejemplo la empresa Único Interior S.A.S.

Se resalta que en ambos procesos se evidenció que el sistema liquida con un valor de \$0 el registro de dicho trámite.

3.2. Aplicación de la Circular Externa 100-0000021 SuperSociedades – Implementación de PQRS, a relación con el Numeral 1.1.1.11

Con el fin de cumplir lo establecido en la Circular Externa la Cámara fortaleció su Sistema de PQRS, haciendo los siguientes ajustes:

3.2.1. Desde el mismo Sistema de Gestión Documental (DocxFlow) se implementó la opción para la radicación de PQRS, tanto presencial como virtualmente, permitiendo la asignación y entrega de un Número de Radicado al usuario con el cual éste puede hacer seguimiento a su trámite.

3.2.2. Se habilitó, así mismo, dentro del mismo Sistema la Opción de Búsqueda para que el usuario pueda consultar el Estado de su Trámite mediante el radicado asignado.

3.3. Auditoría a Aplicación Nuevas Tarifas Registrales 2022

Con base a la Circular No. 1461 de Confecámaras, en la cual se relacionaron los valores de las nuevas tarifas para los registros públicos durante la vigencia del 2022, se procedió a verificar el cumplimiento de las mismas.

La Auditoría validó la aplicación de las nuevas tarifas en los siguientes registros mercantiles:

Renovación Persona Natural

Renovación Persona Jurídica

Mutaciones

Inscripción de Libros

Inscripción Proponentes

Matricula Persona Natural

Matricula Persona Jurídica (Constituciones)

Compra de Certificado de Matricula Mercantil

Compra Certificado Registro de Proponente

Actualización de la Inscripción del Proponente

Derechos por Cancelación Persona Natural

El informe permitió evidenciar que las tarifas aplicadas a los trámites anteriormente mencionados están conformes con lo dispuesto por la Circular No. 1461 de Confecámaras. En ninguno de los casos se presentó un valor distinto al determinado para la vigencia 2022.

3.4. Aplicación Resolución No. 296 del 31 de Enero de 2022 (Tarifas Privadas)

Durante el mes de Febrero se llevó a cabo una Auditoría al cumplimiento de las Tarifas Privadas aprobadas por la Junta Directiva de la Cámara de Comercio Aburrá Sur mediante **Resolución No. 296 del 31 de Enero de 2022.**

El alcance de esta Resolución es sobre las tarifas asignadas a los siguientes servicios institucionales:

3.4.1. Cobros Varios

Hojas para Registro de Libros

Depósitos de Estados Financieros (Dos Actos)

Grabación de Información Disponible Digitalmente Entregada en USB 16 GB

Grabación de Información Disponible Digitalmente Entregada en USB 32 GB

Transformación de Página Física en Página Digital

Página Completa 39 cms x 26cms Portada Falsa

Página Completa 39 cms x 26cms Corriente

Media Página (vertical 39*13 cms; Horizontal 18 x 26 cms, transv) Corriente

¼ de Página

3.4.2. Venta de Información

3.4.3. Tarifas de Afiliación

Conforme a la Auditoria se pudo evidenciar que las tarifas se aplicaron en el Sistema de manera correcta.

3.4.4. Tarifas Centro de Convenciones

Durante el mes de Enero de 2022 se verificó la correcta aplicación de las Tarifas del Centro de Convenciones, con base a las directrices planteadas por la administración de aplicar un incremento del 4,67%.

3.5. Auditorías Informe de Gestión Contractual

La Coordinación de Control Organizacional llevó a cabo Dos (2) informes de auditoria con respecto a los informes de Gestión de Contractual reportados ante la Contraloría para los meses de Abril y Mayo de 2022.

El resultado de estas auditorias evidenció que los informes de Gestión Contractual fueron remitidos al ente de control dentro de los plazos establecidos y en su gran mayoría, tanto los nuevos contratos como aquellos que tuvieron otrosí o se liquidaron, fueron relacionados en los meses correctos.

No obstante, se evidenciaron elementos por mejorar, por lo que se tomó la acción correctiva por parte del área de llevar, por medio una Matriz de Excel un mejor monitoreo de los contratos y de sus respectivas adiciones y terminaciones.

De igual manera la Coordinación de Control Organizacional llevó a cabo, a partir del mes Mayo, un seguimiento mensual del reporte de estos informes, con el fin de que evitar errores en su información.

Dicho seguimiento evidenció que los elementos a corregir señalados en los informes de auditoría se llevaron a cabo y en los meses posteriores se minimizaron los errores de información.

3.6. Auditoria Arqueo de Caja

Durante los días 26 y 27 de Mayo de 2022 se realizaron arqueos de Caja en las sedes de Caldas, Sabaneta, La Estrella y Envigado.

En este proceso se evidenció que el 26 de Mayo se presentó una diferencia faltante del 0,05% y el día 27 de Mayo una diferencia del 0,03%.

La Sede Principal de Itagüí fue auditada por la Revisoría Fiscal.

3.7. Auditoría PQRSF

Para finales de Agosto de 2022 la Coordinación de Control Organizacional presentó el Informe de Auditoría sobre las PQRSF presentadas ante la entidad entre el periodo comprendido entre Enero y Agosto de 2022.

En este periodo la Cámara recibió un total de 19 Reclamos, 15 Peticiones, 13 Felicitaciones, 10 Quejas y 2 Sugerencias.

El informe permitió concluir que el 42% de los Reclamos son ocasionados porque el usuario afirma no recibir el certificado que compra de manera virtual.

Sin embargo, es importante considerar que en lo corrido del año la Cámara había expedido un total de 59.655 certificados virtuales, es decir, que los reclamos por este concepto son apenas del 0,013% del total de certificados virtuales expedidos.

También se identificó que en varios casos el usuario no revisa la bandeja de Spam del correo electrónico.

Para el caso de las Quejas el 40% son producto de no prestar una buena atención al usuario (Haciendo énfasis en la Actitud al Servicio) y el 30% producto de las demoras en la atención, en especial a través del teléfono (Conmutador).

Es importante mencionar que la respectiva área encargada tomó acciones de mejora con respecto a estos aspectos. Igualmente se estudió y se redefinió el flujo de llamadas para reducir los tiempos de espera del usuario en la línea y se reforzaron las actitudes de servicio al cliente del personal, a través de procesos de sensibilización y motivación.

3.8. Auditoría Cumplimiento Plan de Mejoramiento de la Contraloría

En el segundo semestre del 2021 la Cámara recibió la visita de la Contraloría General de la Nación, la cual llevó a cabo una Auditoría de Cumplimiento.

Producto de esta Auditoría, la Cámara estableció un Plan de Mejoramiento el cual fue radicado ante el ente de control el 22 de Diciembre de 2021.

El pasado 14 de Junio de 2022 la Coordinación de Control Organizacional realizó un Informe de Seguimiento a las actividades establecidas en el Plan de Mejoramiento.

Dichas actividades involucraban principalmente mejoras en el Manual de Contratación y en los Estatutos de Cámara.

El informe de Auditoría evidenció cumplimiento al Plan de Mejoramiento. El seguimiento a dicho Plan se reportó a la Contraloría el 22 de Julio de 2022, conforme a los tiempos estipulados por el ente de control.

3.9. Auditoría Asesorías Registrales y Empresariales

En Agosto de 2022 se realizó la Auditoría a las Asesorías brindadas por la Cámara en temas Registrales y Empresariales en el periodo comprendido entre Enero y Junio de 2022.

La Auditoría evidenció que para el primer semestre del 2022 la Cámara había realizado 2.050 asesorías de las cuales el 61% se llevó a cabo de manera virtual y el 39% restante de manera presencial.

Esto indica que para el 2023 se deberá contemplar una mayor demanda presencial por parte de los empresarios y comerciantes.

En términos de satisfacción, el 97,6% de los usuarios calificaron con 5 los temas asesorados y el 99% calificaron con 5 a la atención del asesor.

Cabe resaltar que durante este proceso de Auditoría se identificó la necesidad de efectuar unas mejoras en la Plataforma a través de la cual los usuarios agendan sus citas, proceso que arrojó los siguientes resultados:

- * Mayor capacidad de recepción de solicitudes de asesoría.
- * Seguridad en el envío de notificaciones, tanto para el usuario como para el asesor, cuando una asesoría se crea, se modifica o se cancela.
- * Sincronización con los calendarios, tanto del usuario como del asesor, disminuyendo la Tasa de Asesorías No Realizadas a causa de la no asistencia.

3.10. Auditorías Sistema de Gestión de la Calidad

Entre el 11 de Agosto y 2 de Septiembre de 2022 se llevaron a cabo las Auditorías Internas al Sistema de Gestión de la Calidad de la Cámara.

Los procesos auditados fueron los siguientes:

Direccionamiento Estratégico
Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente
Servicios de Capacitación
Asesorías en Temas Empresariales
Registros Públicos
Gestión de Recursos Humanos
Compras
Gestión de Mantenimiento de Infraestructura Física y de Sistemas

Las anteriores auditorías fueron llevadas a cabo con el apoyo de Auditores Internos de la Cámara, cuya independencia a los procesos permitió la objetiva evaluación de los mismos.

Los resultados de los indicadores establecidos para los procesos se cumplieron. Así mismo el ejercicio de la Auditoría permitió identificar las Fortalezas y Oportunidades de los distintos procesos, al igual que establecer Acciones de Mejora.

Los resultados de la Auditoría por parte del ICONTEC en el 2022 establecieron que el Sistema es conforme, pertinente y eficaz. No se presentaron No Conformidades y se resaltaron las siguientes Fortalezas del Sistema:

3.10.1. Fortalecimiento en la articulación de los servicios registrales y los servicios empresariales, con el cambio en el enfoque de la dirección, orientado a servicio al cliente y beneficio de la tecnología, sin afectar la seguridad jurídica, soportada en la competencia de los profesionales abogados.

3.10.2. La dinámica de renovación e innovación en el desarrollo de los procesos misionales, soportada en una oferta de nuevos, útiles y prácticos servicios para los empresarios, en formación, asesoría, información, con programas enfocados al emprendimiento, lo cual favorece al fortalecimiento y productividad de las organizaciones.

3.10.3. La creación del Manual de la contratación, como instrumento de Gestión Estratégica, pues tiene el propósito principal de servir de apoyo al cumplimiento del objetivo misional de la Cámara; y orientado a un enfoque PHVA.

3.10.4. La evaluación de la productividad con la medición de variables como elaboración de certificados, turnos atendidos, acompañamientos por chat, lo cual favorece en decisiones frente a la asignación de recursos u otras que permitan la mejora en el servicio.

3.10.5. Las brigadas de fortalecimiento empresarial o parrillas comerciales, con la evaluación en campo de comerciantes y empresarios, como fuente para recoger expectativas y necesidades, que luego se implementan en acciones o estrategias para la mejora del servicio.

3.11. Auditoría Cumplimiento Resolución 1519 de 2020 (Ley de Transparencia)

Para el mes de Mayo de 2022 la Coordinación de Control Organizacional elaboró un Informe de Auditoría al cumplimiento de los requisitos exigidos por la Resolución 1519 de 2020 y sus respectivos anexos.

Anexo 1: Directrices de Accesibilidad Web

Anexo 2: Estándares de Publicación y Divulgación de la Información

Anexo 3: Condiciones Mínimas Técnicas y de Seguridad Digital

Anexo 4: Requisitos Mínimos de Datos Abiertos

El informe evidenció el cumplimiento de las Directrices de Accesibilidad y las Condiciones Mínimas Técnicas y de Seguridad Digital.

El Informe sirvió de base para establecer un Plan de Trabajo con la respectiva área encargada para dar cumplimiento a los Anexos 2 y 3, previo a la presentación del Índice de Transparencia y Accesibilidad (ITA) el cual tenía como fecha límite de reporte el 30 de Septiembre de 2022.

Para la citada fecha la Cámara cumplió con la presentación del Índice de Transparencia y Accesibilidad (ITA) ante la Procuraduría, evidenciando con ello la observancia de los elementos establecidos en la Resolución 1519 de 2020.

Cabe aclarar que no todos los ítems dispuestos en la Resolución 1519 de 2020 le aplican a las Cámaras de Comercio debido a su naturaleza privada.

3.12. Auditoría índice de Transparencia y Accesibilidad ITA – Procuraduría

El 23 de Noviembre de 2022 la Cámara recibió el reporte de Auditoría por parte de la Procuraduría, con respecto al cumplimiento de las directrices establecidas en la Resolución 1519 de 2020 y reflejadas en las respuestas dadas en el índice ITA.

En dicho reporte se le solicitó a la Cámara realizar algunos ajustes de forma en la Sección de Transparencia, en su Sitio Web www.ccas.org.co.

La Cámara evaluó los elementos mencionados en el reporte y procedió a realizar los respectivos ajustes, los cuales fueron evidenciados en el informe enviado por la entidad a la firma auditora contratada por la Procuraduría.

4. Requerimientos Superintendencia de Sociedades

En lo corrido del año 2022, la Superintendencia de Sociedades realizó varios requerimientos de información a la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Del total de requerimientos realizados, la Coordinación de Control Organizacional apoyó a la Presidencia en la respuesta de los siguientes:

- + Reporte de Información Comerciantes Vigencia 2022 – 1 de Abril de 2022.
- + Solicitud de Ajuste de “ Reporte Información Comerciantes Vigencia 2022” – 16 de Mayo de 2022.
- + Solicitud de Información Informe de labores (Comparativo Quejas, Reclamos, Virtualización de los Registros) - 11 de Abril de 2022.
- + Requerimiento Comprobantes Remisión de Información Beneficios Comerciantes - 28 de Abril de 2022.
- + Requerimiento reenvío de Comprobantes Remisión de Información Beneficios Comerciantes - 27 de Mayo de 2022.
- + Requerimiento de Información Plan Anual de Trabajo 2022- 10 de Mayo de 2022
- + Requerimiento Encuesta PAT 2021 – 19 de Mayo de 2022.
- + Requerimiento Información sobre el Sistema Preventivo de Fraudes (SIPREF) – 6 de Junio de 2022.
- + Reportes indicadores Minicit Primer Semestre – 27 de Julio de 2022.
- + Requerimiento Plan de Mejoramiento Contraloría y Evaluación y Análisis Gestión de los Procesos y Sistema de Control Interno – 18 de Agosto de 2022.

5. Percepción de Comerciantes y Microempresarios - 19 de Marzo – 1 de Abril de 2022

En Abril de 2022 la Coordinación de Control Organizacional elaboró un informe con los resultados que arrojó el ejercicio de Sensibilización Microempresarial realizado por el Equipo de Brigadistas entre el 19 de Marzo y el 1 de Abril de 2022, en los 5 Municipios del Aburrá Sur.

Los objetivos de esta actividad fueron:

- * Dar a conocer los programas de Desarrollo Empresarial entre los microempresarios y comerciantes.
- * Conocer la percepción de los microempresarios y comerciantes frente a la Cámara de Comercio Aburrá Sur.
- * Establecer la tasa de uso los programas de desarrollo empresarial
- * Levantar una base de datos apropiada con el fin de extender la invitación a futuros programas y eventos.

El informe permitió revelar la importancia de esta actividad acorde con la visión del nuevo Direccionamiento Estratégico de la entidad.

Dicha medición sirvió de insumo para la puesta en marcha de dos (2) de las Iniciativas Estratégicas: Intervenir el modelo integral de servicio o experiencia de cliente y Establecer un modelo de comunicación con los clientes, usuarios y grupos de interés que visibilice y posicione el ADN de la marca Cámara.

Balance de Competitividad 2022

Cada año, **Euromonitor International** identifica tendencias emergentes y de rápida evolución que se espera ganen terreno el año siguiente. [10 PRINCIPALES TENDENCIAS DE CONSUMO GLOBAL 2022.pdf](#)

Estas tendencias entregan una comprensión profunda de los valores cambiantes de los consumidores, explorando cómo la conducta de los consumidores está cambiando y causando disrupciones globales para las empresas.

Las 10 principales tendencias globales de consumo anual de Euromonitor International se identifican a través de un esfuerzo en equipo, aprovechando al máximo su amplia cobertura internacional en 100 países de todo el mundo, desde análisis de mercado de la industria hasta encuestas cuantitativas de consumidores globales.

La organización motiva a sus analistas y pide la opinión de sus equipos de expertos en busca de perspectivas de cambio.

Con base en ello crea una base de datos de tendencias emergentes y lleva esas perspectivas colectivas a talleres de ideación dinámica y profundiza colectivamente para determinar tendencias emergentes a corto plazo, desarrollar la narrativa e identificar estudios de caso.

Cabe destacar que el cambio fue la única constante en los últimos dos años a lo largo y ancho de todo el planeta.

Las radicales transformaciones en el estilo de vida motivaron a los consumidores a tomar decisiones intencionales, conscientes y ambiciosas. Ahora, el mundo va camino a la recuperación.

Según el Estudio de Euromonitor, los consumidores están poniendo en marcha sus planes, arriesgándose y aprovechando el momento.

El acceso y la acción son los factores detrás de las **10 principales tendencias globales de consumo que se consolidaron en el 2022**.

La resiliencia y la adaptabilidad se pusieron a prueba en 2021, lo que obligó a los consumidores a renunciar al control y aceptar la ambigüedad.

Este año que cierra los consumidores tomaron nuevamente las riendas y allanaron el camino a partir de sus pasiones y valores. De ahí surgieron estas 10 tendencias:

1. Buscadores del Plan B: Ante los desafíos para asegurar sus productos y servicios habituales o deseados, los Buscadores del Plan B identificaron formas de comprar artículos similares o encontrar soluciones creativas para obtener alternativas.

La escasez en la cadena de suministro está obligando a las empresas a girar y proporcionar nuevas soluciones para que los clientes accedan a productos y servicios.

Debido a los escasos recursos, los consumidores están luchando ya por asegurar sus productos favoritos.

A medida que vuelven las ocasiones sociales y el gasto discrecional, los consumidores quieren comprar ropa nueva, invertir en renovaciones en el hogar o simplemente disfrutar de un café al paso.

Sin embargo, los efectos del Covid-19, cadenas de suministro particularmente alteradas y la escasez de personal, exacerbaron el problema.

Los Buscadores del Plan B hoy se están adelantando a la multitud, tomando el control y usando la tecnología para pasar al frente de la fila cuando los suministros se ven amenazados.

Algunos consumidores están confiando en los servicios de suscripción o en la compra de grupos comunitarios para asegurar las entregas.

Si se sienten frustrados, los Buscadores del Plan B están recurriendo a la siguiente mejor opción, buscando alternativas y, en algunos casos, postergando compras o cambiando hábitos de compra.

Dos extremos están influyendo en las conductas de compra de los Buscadores del Plan B -Pagan un recargo premium o cambian a opciones más rentables, tales como compras de segunda mano o arriendos-.

Ahora bien, la disponibilidad de productos genera ganancias. La escasez de suministro puede debilitar la lealtad del cliente.

Ahora las empresas deben poder asegurar los materiales necesarios para fabricar productos al mismo tiempo que brindan un servicio excepcional.

Las empresas pueden aprovechar oportunidades en las que otros no pueden cumplir. Los productos de arriendo o reacondicionados brindan a los consumidores opciones adicionales y acceso a alternativas.

Los Buscadores del Plan B también pueden pagar más para obtener el primer acceso a sus productos preferidos.

La implementación de artículos exclusivos o de preventa con un recargo podría atraer a estos consumidores y generar ingresos.

Las aplicaciones móviles que habilitan listas de espera y filas digitales permiten a los consumidores asegurar su lugar y ayudan a las empresas a controlar el tráfico.

Además, los servicios directos al consumidor pueden llevar los productos directamente a la puerta del consumidor

A fines de 2022 las cadenas de suministro comenzaron a estabilizarse y el acceso a los productos volvió a los niveles anteriores al Covid.

Sin embargo, los nuevos hábitos de compra son los que definirán cómo los Buscadores del Plan B descubren y seleccionan productos, desde marcas de origen local hasta marcas directas al consumidor y servicios de suscripción.

La localización y la optimización se convertirán en la norma. Para ello las empresas y los distribuidores deben ya utilizar datos para mejorar la visibilidad de la cadena de suministro, perfeccionar las operaciones y repensar las inversiones.

2. Los que cambian el Clima (Un mundo bajo en Carbono): El ambientalismo y los estilos de vida bajos en carbono llegaron para quedarse.

A medida que aumentan las preocupaciones sobre la emergencia climática, los consumidores esperan que las marcas den un paso al frente y tomen medidas a través de los productos que compran.

Para ganarse a Los que cambian el clima, las empresas deben ofrecer ya productos con certificación de Huella de Carbono.

El etiquetado transparente de productos neutros en Carbono genera confianza y permite a los consumidores tomar decisiones informadas.

La acción climática es una extensión de **reconstruyendo para mejor**, con el Covid-19 como catalizador en la transición hacia una economía neta cero.

Los consumidores se están dando cuenta de su contribución individual al cambio climático. La eco-ansiedad está impulsando el ambientalismo y las decisiones de compra.

En 2021 un tercio de los consumidores globales redujeron activamente sus emisiones y un cuarto de ellos utilizaron compensaciones de Carbono para contrapesarlas.

Los que cambian el clima toman decisiones más sostenibles al mismo tiempo que exigen acción y transparencia por parte de las marcas.

No existe una brecha entre la conciencia climática y la intención de actuar. Los consumidores preocupados por el cambio climático también están reduciendo el uso de plástico, recortando el desperdicio de alimentos y el reciclaje, entre otras actividades.

Sin embargo, las dietas bajas en Carbono, los hogares energéticamente eficientes y los viajes sostenibles aún son incipientes

Las empresas están ganando acceso al creciente mercado de la neutralidad de Carbono. Están ajustando sus carteras para satisfacer la demanda de los consumidores de productos con una menor huella planetaria y ecológica.

En 2021 el 39% de los profesionales indicaron que su empresa planeaba invertir en innovación de productos bajos en Carbono y en el desarrollo y lanzamiento de productos amigables con el clima.

La asequibilidad sigue siendo un obstáculo para que los productos sostenibles se generalicen. En 2021 el 43% de los profesionales informaron que la falta de voluntad del consumidor para pagar más por estos productos constituye una barrera importante que obstaculiza las iniciativas de sostenibilidad empresarial.

Los costos incurridos por la innovación sostenible, el rediseño de productos, las fluctuaciones de la cadena de suministro y las certificaciones resultan en aumentos de precios que podrían convertirse en un desafío.

En 2022 la innovación digital comenzó a remodelar la forma en la que los minoristas, fabricantes y consumidores hacen la transición a una nueva era de transparencia ambiental.

Las herramientas tecnológicas, tales como el etiquetado digital de productos y las aplicaciones de rastreo móvil, ayudan hoy a los consumidores a rastrear en sus teléfonos las declaraciones éticas, su Huella de Carbono y los hábitos de reciclaje.

Los Millennials y la Generación Z, especialmente, sienten que pueden cambiar las cosas en el mundo a través de sus decisiones. Este grupo del futuro que más gasta utilizará herramientas para asegurar un impacto climático mínimo.

Cuantas más ofertas se alineen con las expectativas de Los que cambian el clima, más marcas verán sus productos y servicios destacarse.

3. Adultos Mayores Digitales (De la resistencia a la confianza): Los consumidores mayores se vieron obligados a conectarse en línea cuando el mundo se cerró.

Ahora, en el 2022, familiarizados y cómodos con la tecnología, los Adultos Mayores Digitales estuvieron empoderados para hacer compras y utilizar servicios a través de este canal.

Las empresas tuvieron también la oportunidad de adaptar su experiencia digital para dirigirse y satisfacer las necesidades de esta audiencia en línea ampliada.

La población mundial mayor de 60 años crecerá un 65% entre 2021 y 2040, llegando a más de dos mil millones de personas.

Este grupo etario relativamente acomodado está ganando más experiencia y confianza utilizando servicios en línea y optando por adoptar más soluciones tecnológicas que los ayuden con su vida diaria.

Además de navegar y comprar en línea, los Adultos Mayores Digitales adoptarán soluciones virtuales para socializar, chequeos de salud, finanzas y aprendizaje.

TikTok es una plataforma que estos consumidores utilizan ya, como resultado de la influencia de sus nietos digitalmente nativos para que se empoderen y estén en las redes sociales.

De hecho, más del 60% de los consumidores mayores digitales de 60 años visitaron en 2022 un sitio web de redes sociales al menos semanalmente, mientras que el 21% participó semanalmente en videojuegos.

Las personas mayores de 60 años son el grupo predominante de la banda de mayores ingresos (US\$ 250.000), siendo casi una cuarta parte de ésta y convirtiendo a los consumidores mayores en un objetivo importante para las empresas.

La optimización de aplicaciones móviles, redes sociales y sitios web para Adultos Mayores Digitales será fundamental para captar su poder adquisitivo.

Más del 65% de los consumidores mayores de 60 años están buscando una vida más sencilla. Las empresas que atiendan con éxito a este grupo deben desarrollar dispositivos fáciles de usar y simplificar las tecnologías existentes.

Las empresas también pueden ofrecer capacitación y soporte para ayudar a educar a estos consumidores.

Para que los adultos mayores adopten soluciones digitales, éstas deben ser claras y sin dificultades. Si los productos o servicios son confusos de usar, los Adultos Mayores Digitales se irán a la competencia. Las empresas deben ser ágiles y adaptarse a los requerimientos de estos nuevos y especiales usuarios.

La pandemia amplió las mentes de los consumidores mayores a los beneficios del mundo digital. A medida que los consumidores mayores adopten la tecnología, las interacciones humanas seguirán siendo un componente predominante de cómo ellos interactúan con las marcas.

Tecnología fácil de usar y soluciones integradas combinadas con comunicación en persona, definen el futuro de la inclusión digital para los adultos mayores.

La creación de un plan ágil dirigido tanto a los Adultos Mayores Digitales como a los principiantes mayores mejorará el retorno de la inversión.

4. Financieros Aficionados (Gestión democratizada del dinero): Los consumidores están ganando confianza en invertir y se están convirtiendo en diestros ahorrantes para fortalecer la seguridad financiera.

Los Financieros Aficionados tomaron en 2022 el control de su dinero y utilizaron servicios para hacer seguimiento de sus transacciones.

La educación financiera ya no se limita a Wall Street. Las empresas deben proporcionar herramientas y soluciones fáciles de usar para que cualquier consumidor se sienta financieramente empoderado.

La pandemia trajo consigo una gran volatilidad en el mercado laboral y puso en riesgo la seguridad financiera.

La incertidumbre, la inestabilidad y los confinamientos hicieron que ciertos consumidores, tales como los Ahorradores Reflexivos, gastaran menos y ahorraran más. Los consumidores recurrieron a aplicaciones para realizar movimientos inteligentes de dinero.

Aquellos con ingresos discrecionales se convirtieron en Financieros aficionados, aumentando la educación financiera y encontrando fuentes alternativas de ingresos, tales como invertir en el mercado de valores y convertir pasatiempos en negocios.

Globalmente, en 2019 el 15% de la renta disponible de los hogares se ahorró, en comparación con el 17% en 2020. Durante el mismo período, el gasto global de los consumidores se redujo en 4%.

Este mayor ahorro y tiempo en casa, en paralelo con la disminución de las ocasiones de gasto, impulsó a los consumidores a mejorar su posición financiera.

La población bancarizada en los países emergentes y desarrollados continúa aumentando, lo que brinda a los consumidores acceso a herramientas de gestión del dinero.

Las empresas están capitalizando esta nueva libertad financiera y están respondiendo con recursos que brindan más control y confianza a los consumidores.

Ha habido una afluencia de plataformas de comercio minorista amigables con el consumidor para que los Financieros aficionados inviertan su dinero en el mercado de valores.

Las empresas emergentes de tecnología financiera brindan servicios de banca digital con menores tarifas y mayores tasas de interés para los no bancarizados y los desatendidos financieramente.

Ofrecer recursos educativos dentro de estas plataformas puede ayudar a generar confianza en los consumidores y en las marcas.

Las empresas también están capitalizando el crecimiento de las criptomonedas como método de pago alternativo.

Las aplicaciones de gestión del dinero centradas en el consumidor, que son fáciles de entender, educativas y sencillas se beneficiarán en esta era de democratización financiera.

Estas empresas fomentarán la lealtad de los clientes en un momento en que la confianza en las instituciones financieras está disminuyendo.

Los minoristas y las marcas deben colaborar con las corporaciones de servicios financieros para facilitar formas alternativas de pago, tales como las criptomonedas o comprar ahora y pagar después.

No se puede subestimar el impacto potencial de los Financieros Aficionados, al aumentar sus tasas de inversión y mejorar su perspicacia financiera.

5. La Gran Renovación de la Vida (La pasión y el propósito impulsan la acción): La Pandemia provocó que los consumidores hicieran una Gran Renovación de la Vida, lo que resultó en cambios personales drásticos y un reinicio colectivo de valores, estilos de vida y metas.

Las empresas entendieron en el 2022 que deben innovar en bienes, servicios y experiencias que respondan a este momento único en una generación, junto con un marketing que reconozca y acepte la conmoción

Las crisis pueden hacer que la gente analice y cambie sus valores. El año pasado, los consumidores hicieron un inventario de sus vidas y ahora están activamente tratando de trazar un nuevo camino a seguir.

En 2015, solo el 12% de los consumidores priorizaron el tiempo para sí mismos, lo que se duplicó al 24% en 2021.

Los consumidores ahora aprecian más el equilibrio entre el trabajo y la vida privada. Están cambiando de carrera o dejando por completo la fuerza laboral para descubrir o perseguir su propósito.

Los consumidores sacudidos y revueltos se sintieron motivados a pensar en sus pasiones y potencial. Ahora, La gran renovación de la vida representa las acciones de los consumidores para lograr nuevas metas.

El cambio seguirá siendo la tendencia dominante que caracteriza las variaciones de estilo de vida a corto plazo.

Las actividades y productos que tienen un impacto positivo en la salud física y mental, tales como la adopción de mascotas o la posibilidad de viajar mientras se trabaja de forma remota, están influyendo en las decisiones de compra.

Los mercados laborales de todo el mundo están experimentando una rotación sin precedentes. Ciertos consumidores eligieron o necesitaron abandonar la fuerza laboral, especialmente los cuidadores, induciendo a LinkedIn a agregar nuevos títulos de cargos, tal como “padre que se queda en casa”, para transmitir con precisión estos roles.

Los trabajadores están navegando entre beneficios del gobierno, riesgos para su salud y el retorno a la normalidad, así como con valores personales más amplios.

En 2022 los empleados estuvieron buscando carreras que tomaran en cuenta su vida fuera de la oficina. Las empresas implementaron nuevos espacios de trabajo y se percataron de que los niveles de productividad se mantuvieron, lo que cambió permanentemente cómo, cuándo y dónde se puede trabajar.

La salud mental es también parte de la Gran Renovación de la Vida. Para ayudar a aliviar la ansiedad, aumentaron las descargas de aplicaciones como Calm y Headspace.

A medida que más consumidores buscaron compañía, las adopciones de mascotas se dispararon y el crecimiento de las ventas de cuidado de mascotas se duplicó en comparación con 2019.

Las empresas necesitan adaptarse a las necesidades de los consumidores, donde sea que estén en la vida.

Los consumidores seguirán abriéndose camino por las turbulencias de la pandemia. Las empresas que atienden a la Gran Renovación de la Vida podrán ser vistas como socios, que ayudan a los consumidores a adaptarse a una nueva forma de vida.

Las empresas deben personalizar el marketing para reconocer y respaldar las decisiones de los consumidores de actuar.

Revertir a la forma de hacer las cosas pre pandemia podría no tener el mismo efecto en el futuro. Los consumidores preferirán marcas que coincidan con el momento.

Para impulsar la lealtad, las empresas deben ofrecer políticas y productos que brinden valor y respalden el crecimiento personal.

6. El Movimiento Metaverso (Ecosistemas Digitales Simulados, 3D del Futuro): El mundo digital continuó evolucionando en el 2022, más allá de los lugares de reunión virtuales, hacia realidades de inmersión en 3D.

Los consumidores están adoptando estos espacios digitales para socializar con las comunidades. Las marcas en el centro del Movimiento Metaverso pueden generar equidad.

Estos entornos de inmersión, a medida que se expande el acceso a ellos, pueden impulsar el comercio electrónico y las ventas de productos virtuales.

Los mundos físicos y virtuales chocaron en el 2021. Con estrictos requisitos de distanciamiento social, los consumidores aprendieron cómo mantenerse conectados, formando nuevas comunidades en línea que ofrecen una variedad de interactividad, desde transmisiones en vivo hasta juegos.

Las redes sociales están avanzando en sus capacidades y, en algunos casos, adquiriendo empresas tecnológicas emergentes para ingresar al Movimiento Metaverso.

El flujo constante de contenido y la capacidad de viralización en las plataformas sociales dominantes en video, tales como TikTok y YouTube, resaltan la influencia de las redes comunitarias.

Ahora, la socialización en línea es la forma preferida de entretenimiento para muchos consumidores, particularmente para las generaciones más jóvenes, que pasan más tiempo jugando en dispositivos móviles, computadoras de escritorio y accesorios de RA/RV.

Durante el Movimiento Metaverso los consumidores equiparán a sus avatares para explorar mundos virtuales junto a usuarios de todo el mundo. La prevalencia de espacios virtuales 3D compartidos caracterizará la ejecución futura de Internet

Las marcas de moda y los minoristas están aprovechando TikTok para generar contenido y diseños colectivos, promover productos y capacitar a los asociados sobre cómo generar seguidores.

En 2021 más del 30% de los consumidores compraron bienes o servicios después de ver la publicación de un influencer o publicidad de una compañía en TikTok.

Los equipos deportivos, jugadores y artistas han estado utilizando YouTube y Twitch para organizar conciertos y eventos virtuales en vivo.

Las empresas quieren encontrarse con estos consumidores de estas plataformas. Las marcas están comprando ubicaciones de productos y diversos espacios publicitarios, dentro de estos entornos en línea.

Las tiendas virtuales facilitan las ventas de comercio electrónico y ofrecen productos solo digitales para comprar, incluyendo tokens no fungibles (NFTs, sigla en inglés), para vestir y albergar avatares.

La meta principal es crear conciencia de marca entre consumidores influyentes que son pioneros en la interacción con plataformas.

Las empresas que comiencen a establecer una presencia ahora estarán a la vanguardia a medida que los entornos sociales virtuales y la RA/RV se desarrollen.

Las empresas innovadoras ya han empleado aplicaciones de RA/RV en sus procesos de negocios. Los consumidores que utilizan juegos en línea y redes sociales de video-primero para transmitir y socializar están sentando las bases para el Movimiento Metaverso.

Las mejoras en las capacidades de RA/RV y la reducción de costos de los equipos aumentarán el acceso a los espacios virtuales en 3D.

Los consumidores que ya interactúan con entornos sociales de inmersión en línea pasarán aún más tiempo en ambientes totalmente generados por computadora.

A medida que el Movimiento Metaverso continúe ganando participantes conocedores de tecnología, como ya lo logró ampliamente en el 2022, las empresas deberán aprender su rol para aumentar el reconocimiento de marca y generar ingresos.

7. Búsqueda de lo Amado (Mercados de segunda mano, de recomercio y entre pares): El ahorro es tendencia. Los consumidores están pasando de una mentalidad de ser dueño a una de experiencias de cliente.

La sostenibilidad y la individualidad están eliminando el estigma asociado con las compras de segunda mano e impulsando el comercio entre pares.

Las empresas necesitan hacer más con menos. La inversión en iniciativas de Economía Circular, tales como programas de reciclaje, arriendo o reventa, generará valor y tendrá un impacto positivo en el medio ambiente.

Los consumidores quieren vivir de forma sostenible y minimizar la huella medioambiental. Al mismo tiempo, la asequibilidad se convirtió en un factor crucial durante la inestable situación económica.

Algunos consumidores también desean piezas exclusivas o únicas que pueden tener un mayor precio. Estos factores propulsaron las compras de segunda mano a la corriente principal.

El vintage y la moda lenta ayudaron a que esta tendencia floreciera en el mercado de vestuario. Las generaciones más jóvenes están en la Búsqueda de lo Amado, en busca de productos únicos.

Un quinto de los consumidores considerará aumentar las compras de artículos de segunda mano en el futuro.

Los consumidores hacen un inventario continuo de sus pertenencias para determinar qué artículos conservar, actualizar, revender o donar.

La gran cantidad de aplicaciones disponibles para vender y comprar de segunda mano y el deseo de opciones sostenibles están influyendo en la Búsqueda de lo Amado

A medida que los consumidores cambian a la compra en consignación, las empresas están implementando nuevos modelos de negocios y adoptando la Economía Circular.

La Búsqueda de lo Amado ha prevalecido en la industria del vestuario durante años, pero se está expandiendo a otros bienes de consumo de rápido movimiento.

Los modelos de negocios están evolucionando para incluir programas de recompra, iniciativas de envases reutilizables, ofertas de productos renovados y mercados entre pares.

Las tarjetas de regalo, el crédito de tienda y los puntos de fidelidad son beneficios que animan a los consumidores a participar en estos programas.

Las empresas que encuentren oportunidades para aprovechar la Búsqueda de lo Amado pueden beneficiarse de una fuente adicional de ingresos.

El Recomercio será cada vez más frecuente y cubrirá más categorías. Los consumidores seguirán considerando los artículos de segunda mano, especialmente cuando compren bienes durables.

Las plataformas y los agregadores ofrecerán diferentes marcas y opciones de reventa para satisfacer la demanda de los consumidores.

Además, las empresas necesitan reusar o reciclar materiales para el desarrollo de nuevos productos y para reducir el desperdicio.

La Búsqueda de lo Amado mejorará inevitablemente la producción y el consumo sostenibles y, como resultado, la reputación de la marca.

8. Urbanitas Rurales (Lo mejor de ambos mundos): Las comunidades suburbanas y rurales ofrecen viviendas más espaciales y paisajes más verdes, lo que atrae a los consumidores fuera del área metropolitana.

Los habitantes de la ciudad también quieren que estos beneficios se lleven a sus vecindarios. Las empresas que fortalezcan la distribución del comercio electrónico, que amplíen las líneas de productos sostenibles y atiendan a los Urbanitas Rurales emergerán como ganadoras.

En el 2021 los consumidores estaban buscando un Oasis al Aire Libre, mudándose temporalmente a áreas rurales o pasando más tiempo en la naturaleza.

Ahora, en 2022 los Urbanitas Rurales hicieron de este movimiento uno permanente. Los beneficios de la vida en la ciudad, incluida la proximidad y la conveniencia, se vieron obstaculizados debido a los confinamientos y el trabajo remoto.

Estos consumidores se sintieron confinados en sus pequeños espacios mientras pagaban costos de vida más altos sin los beneficios asociados.

Mientras tanto, una mejor calidad del aire, menos congestión y el deseo de simplicidad y sostenibilidad se están convirtiendo en puntos de venta clave para los suburbios, el campo o las ciudades más pequeñas.

La tendencia a la reubicación es relevante en los países desarrollados, dada la menor brecha de infraestructura entre ciudades y suburbios, viajes más cortos al trabajo y menores costos de vivienda.

No todos los consumidores están dispuestos a renunciar a la vida urbana. La necesidad de espacios verdes cerca de los hogares y de viajes al trabajo más rápidos y limpios está modificando las preferencias de vivienda de los Urbanitas Rurales que se quedan en la ciudad.

En general, los consumidores están invirtiendo más en sus hogares y comunidades a medida que pasan más tiempo allí.

A medida que el trabajo se vuelve menos atado a una oficina física, los consumidores se mueven tanto dentro como fuera de la ciudad. Junto con esta afluencia masiva de reubicaciones están surgiendo nuevas oportunidades de negocio.

Es vital aumentar la distribución del comercio electrónico. Centros de Micro-Cumplimiento y el aumento de la entrega de última milla pueden potenciar a las comunidades rurales y ampliar la base de clientes.

La entrega a domicilio también está aumentando la cobertura geográfica. En el Reino Unido, DPD se asoció con Collect+ para agregar más de 3 mil tiendas en 2020, lo que colocó al 97% de la población a menos de ocho kilómetros de una tienda DPD para retirar su compra.

La incorporación de iniciativas sostenibles en áreas metropolitanas también comenzó a destacarse en los Urbanitas Rurales.

Los cultivos de interior y jardines en las azoteas podrían traer productos de origen local a corta distancia para los residentes de la ciudad.

Dar un nuevo propósito a la infraestructura no utilizada o vacía en parques públicos y espacios verdes afecta positivamente a estas comunidades densamente pobladas.

Las empresas y los gobiernos están esforzándose para crear miniciudades donde las tiendas, restaurantes y escuelas, entre otros establecimientos, se encuentren a menos de 15 minutos de viaje.

Los consumidores quieren entornos seguros, limpios y ecológicos, ya sea en la ciudad, los suburbios o el campo.

Las comunidades espaciales y sostenibles dictarán dónde los Urbanitas Rurales elijan vivir. Independientemente de la ubicación, las marcas y las empresas necesitan ajustar sus estrategias para retener a los clientes.

La expansión de los puntos de venta y servicios tradicionales mientras se invierte en comercio electrónico, ayudará a las empresas a llegar a un público más amplio.

9. Buscadores de Amor Propio (La individualidad y la autenticidad impulsan la felicidad): La aceptación, el autocuidado y la inclusión están a la vanguardia de los estilos de vida de los Buscadores de Amor Propio.

Este tipo de consumidores priorizan su felicidad, se sienten cómodos en su propia piel y se complacen en bienes y servicios que elevan su sentido de sí mismos.

Las empresas necesitan crear conexiones profundas con los clientes. Los productos que evocan el bienestar físico, emocional o espiritual se destacarán y mejorarán la vida de los Buscadores de Amor Propio.

Los consumidores anhelan la comodidad y el amor a medida que la vida vuelve a la normalidad. Ya no quieren estar más en modo de supervivencia, Estos consumidores están aceptando el futuro y están orgullosos de superar las dificultades.

Los Buscadores de Amor Propio aprecian lo que valen y aceptan sus luchas y defectos. Ser dueños de estas realidades permite a estos consumidores ser su propia fuente de felicidad.

Los Buscadores de Amor Propio invierten en el cuidado de sus cuerpos y mentes, a partir de lo que consumen hasta los productos que utilizan.

Derrochan de maneras que coinciden con su estilo de vida, ya sea comprando un producto con infusión de cannabis o una cartera de lujo.

Los productos y las experiencias que empoderan a estos consumidores para que sean su mejor versión impulsarán las decisiones de compra y la lealtad

Las innovaciones de productos indulgentes están en auge global en todas las industrias. Las marcas de belleza ofrecen productos con calidad de salón en casa.

Los fabricantes de alimentos y bebidas están invirtiendo en ingredientes funcionales y bebidas con bajo contenido de alcohol o sin alcohol, ya que los consumidores buscan opciones más saludables.

En los países occidentales, los productos con infusión de cannabis están prosperando, mientras que en China los artículos de lujo siguen obteniendo mejores resultados.

Las empresas están invirtiendo en tecnología para brindar cuidados personalizados. La personalización avanzará y cambiará hacia la aceptación masiva en todos los sectores, tales como belleza, cuidado personal y salud del consumidor.

Además, el marketing y las ofertas necesitan ser inclusivos. Las marcas están rompiendo los estereotipos y las normas sociales, lo que permite que los Buscadores de Amor Propio se sientan cómodos y confiados expresando su verdadero yo.

Dado que la incertidumbre continúa, los consumidores se centrarán en el crecimiento personal y la aceptación, pero en diversos grados.

Las empresas deben apoyar a los consumidores en su camino y comprender sus prioridades para informar innovación.

Las ofertas que ayuden a los consumidores a sentirse satisfechos, positivos y seguros de sí mismos mejorarán la percepción de la marca.

La inversión en tecnologías como la IA puede facilitar soluciones personalizadas más sofisticadas. Más importante aún, los Buscadores de Amor Propio compran productos y servicios que se alinean con sus motivaciones e identidades, que deben permanecer en el centro de las estrategias de negocios.

10. La Paradoja de la Socialización (Un regreso dividido a la vida pre-pandemia): Los consumidores se están acercando de diferentes maneras a un regreso a la vida pre-pandemia, en función de sus niveles de comodidad.

Algunos consumidores están ansiosos, mientras que otros dudan de reanudar sus actividades normales, creando la Paradoja de la Socialización.

Las empresas deben proporcionar soluciones fluidas y múltiples opciones en todos los canales, sin sacrificar la experiencia.

La recuperación está en el horizonte. En 2021, 51% de los consumidores esperaban que sus vidas mejoraran en los próximos cinco años.

La Paradoja de la Socialización define las muchas formas en que los consumidores están volviendo a sus rutinas habituales.

Ciertos consumidores se acostumbraron a la vida en confinamiento y continuarán comprando para el consumo en casa.

Otros estaban Inquietos y Rebeldes durante el apogeo de la pandemia y están listos para participar plenamente en la sociedad nuevamente.

Entre estas dos preferencias están aquellos que desean una forma de normalidad -queriendo aventurarse fuera para actividades selectas- pero que están aún cautelosos y preocupados por su salud.

Las empresas cambiaron y mostraron resiliencia, ofreciendo opciones digitales para compensar las visitas físicas.

Los modelos de negocio híbridos necesitan crear una experiencia de cliente fluida, independientemente del canal.

A medida que el enfoque pasa de la supervivencia al crecimiento, las empresas que implementen estos modelos podrán hacer fácilmente la transición entre las fases de recuperación.

Políticas flexibles, tal como la exención de tarifas de cancelación, podrían adaptarse a restricciones y niveles de comodidad fluctuantes.

Cada país reabrirá en diferentes etapas. El turismo nacional se está recuperando y está resolviendo la demanda reprimida de ocio y hotelería.

A medida que los consumidores realicen más viajes, las empresas podrán volver a captar el gasto en viajes.

Si bien los consumidores compran en línea por conveniencia o seguridad, también anhelan conexiones interpersonales significativas. Es crucial utilizar un enfoque combinado para satisfacer las nuevas normas de los consumidores.

La Paradoja de la socialización es una fase de comportamiento que influye en los hábitos del consumidor.

Los consumidores quieren socializar pero exigen un enfoque flexible. Las empresas deben ser receptivas y brindar una experiencia fluida con soluciones innovadoras y adaptables.

El trabajo remoto y los eventos virtuales coexistirán con los compromisos en persona, pero los consumidores quieren tener la opción de elegir.

Las empresas deben tener en cuenta los niveles variables de comodidad. Los modelos de negocios híbridos pondrán a los consumidores en control de la experiencia deseada.

Los modelos de negocios y las redes logísticas tradicionales están siendo desafiados. Las empresas deben evolucionar tan rápido como cambia la conducta de los consumidores.

En el mundo actual, los hábitos de compra del pasado no implican necesariamente lealtad de marca. Las empresas exitosas se encontrarán con los consumidores en sus términos.

Las relaciones con los clientes ya no pueden ser transaccionales. El desarrollo de conexiones profundas y de apoyo empujará a las empresas más allá de la compra para ser vistas como aliados.

Los consumidores preferirán y confiarán en las marcas humanizadas. La experiencia del cliente debe ser multifacética. Las empresas podrían perder clientes si la experiencia no es fluida y personalizada.

Los modelos híbridos efectivos ya están permitiendo a las empresas, como se evidenció en el 2022, girar entre compromisos en persona y virtuales, mientras que el futuro cercano sigue siendo impredecible.

Así las cosas, desde la simplificación de la tecnología para los principiantes hasta la exploración de todos los escenarios de cambio del Metaverso, la personalización de las experiencias digitales basadas en el público objetivo es crucial.

La sostenibilidad también es una ventaja competitiva renovada. Los consumidores se inclinarán por productos y comunidades ecológicos.

Nuevos canales de distribución y vías comerciales, tales como estrategias directas al consumidor o programas de recompra, podrían ofrecer canales de ingresos adicionales.

Así mismo, las empresas deberán considerar alianzas con otros actores en todos los sectores para compartir recursos, expandir el alcance y lograr objetivos más allá de sus capacidades operativas actuales.

En el 2022 quedó más que claro que los clientes se mueven y las empresas deben aprender a moverse con ellos o arriesgarse a perderlos.

1. Las apuestas del Aburrá Sur

Al margen de todos estos nuevos grandes retos que hoy sacuden y seguirán alentando el desarrollo, la innovación y la transformación del mundo empresarial el Aburrá Sur continuó en el 2022 preparándose para mantener una senda de crecimiento positivo, diversificando en mayor medida sus actividades productivas en la región.

Los ejes que movilizan ese cambio, bajo la orientación de la Cámara, son indudablemente la innovación formal en los sectores estratégicos y en las empresas de la región; el mejoramiento en sus estándares de productividad; una acelerada y estratégica adopción de herramientas e instrumentos de la transformación digital, y una modificación sistemática de procesos y reinención tecnológica para aportar a la sostenibilidad ambiental del territorio.

En este sentido, es oportuno insistir en la necesidad de que el Aburrá Sur aproveche su situación geoestratégica diferencial y el importante papel de la industria para fortalecer su posición competitiva en Antioquia y en relación con el resto del país.

Las apuestas camerales rescatan lo mejor de las capacidades empresariales para formalizar un proceso de industrialización que respalde una Especialización Inteligente de la región, con base en renovados encadenamientos productivos, innovación, internacionalización, sustitución de importaciones y desarrollo de proveedores.

Consciente de esta realidad y que la transformación productiva (Reindustrialización Inteligente) del Aburrá Sur debe ser una prioridad, la Cámara viene apostándole en los últimos años a la Especialización Inteligente de la región desde 5 frentes estratégicos. Ellos son:

1. Desarrollo de Proveedores de Partes, Piezas y Servicios para el Sector Aeronáutico: En proceso de estructuración en torno al Prototipo de Precertificación de Empresas Proveedoras y la ejecución del Proyecto de Región Aeroportuaria de Antioquia.

2. Consolidación del naciente Clúster de Astilleros Menores: Configurado integralmente en la vigencia del 2022 y el cual cuenta con la ensambladora de botes Eduardoño (En Itagüí) como Empresa Ancla.

3. Materialización del Plan Maestro de Turismo Regional en el marco de la denominada Ruta Turística Aburrá: Ya está listas sus Rutas y Productos Turísticos en cada uno de los 5 municipios del Aburrá Sur, y ahora está encaminado a la solución de brechas estructurales, particularmente en materia de talento humano, formalización empresarial, infraestructura y Estrategias de Promo-Comercialización.

4. Diversificación productiva a través de la Bioeconomía (Economía Circular): Avanzando en la identificación de las primeras Bioinnovadoras del Aburrá Sur y en la ejecución del Nodo Industrial-Manufacturero del Aburrá Sur en alianza con la Gobernación de Antioquia.

El enfoque se centra en 2 sentidos claves: Fortalecer la sostenibilidad empresarial a partir del cumplimiento de los ODS y la descarbonización productiva, y generar mayor rentabilidad y productividad operacional mediante procesos de reuso de residuos mediante procesos de innovación y productividad ecoeficiente.

5. Plan Regional que incentive, promueva y desarrolle la capacidad empresarial con el apoyo de la Economía 4.0: Aprovechando el enorme potencial de empresas digitales y de Tics de la región la Cámara estructuró en el 2022 una articulación de su Programa Pacto Educación-Empresa-Estado (STEAM), con su Estrategia de Transformación Digital Open Sur y el naciente Hub de Innovación en la Sede Institucional de Sabaneta, en alianza con el SENA.

A continuación se relacionan los antecedentes de estas apuestas, así como los avances y las proyecciones que se materializaron en la vigencia del 2022:

1. Desarrollo de Proveedores Sector Aeronáutico

A primera vista suena descabellado, soñador, “volado” e ilusorio. Y no falta quien pregunte: “Y qué tiene que hacer el Aburrá Sur en un Encadenamiento Productivo Aeroespacial?”

Enseñados a ver, hacer y aprender tardíamente las lecciones de la historia, quizás esta incredulidad nos venga hereditariamente de aquel pesimismo ancestral que nos condiciona siempre a pensar que no somos capaces.

Pero ya va siendo hora de que le tiremos travesía a la inercia de la historia y rompamos para siempre esa espiral de frustraciones, taras e inhibiciones que siempre nos han hecho llegar tarde a los grandes desafíos económicos, impidiéndonos ser parte de los hitos que han marcado la transformación de las dinámicas empresariales.

El Aburrá Sur no sólo puede, sino que tiene la capacidad empresarial y debe adoptar la decisión estratégica de ser un jugador clave en el marco de una Cadena Productiva Aeroespacial.

Para ello no necesitamos contar con un Cabo Cañaveral, ni con una sonda espacial Voyager, ni con un satélite de última generación, ni esperar a que Boeing o Airbus decidan construir un centro de fabricación de aeronaves en nuestro territorio.

Lo que el sector necesita es empresas certificadas; trabajadores debidamente entrenados; start ups listos a apostarle a las estrellas y al universo, y un ecosistema interinstitucional que haga posible esta transformación.

La apuesta la está liderando la Cámara de Comercio Aburrá Sur desde el 2017, con el apoyo de un sinnúmero de instituciones, entre las que se cuentan las Facultades de Ingeniería Aeroespacial y Aeronáutica de las Universidades de Antioquia y Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, respectivamente; el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia, CTA; la Aeronáutica Civil; la Institución Universitaria de Envigado; el Sena; el Centro de Excelencia Operacional del Aburrá Sur; el Clúster Aeroespacial de Colombia, Caescol; la firma Cluster Development, la Alianza Región de Antioquia con Alemania, y los Clúster Aeroespaciales de Baja California (México) y Colonia (Alemania), entre otros.

El cuento es serio. El exvicepresidente de Airbus para América Latina, Alberto Robles, ya lo había señalado hace 2 años en una visita a la Cámara de Comercio Aburrá Sur y al Municipio de Envigado, al señalar que la industria colombiana está capacitada para ingresar a múltiples segmentos, tanto en fabricación de componentes como en desarrollo de sistemas para el sector aeroespacial.

“Es solo una cuestión de adecuar sus capacidades, de conseguir las certificaciones y homologaciones que se requieren, pero es un paso que se debe dar de manera conjunta entre el empresariado colombiano y el gobierno”.

Si las empresas colombianas se suman a la cadena de suministros globales, Colombia podría convertirse en proveedor de fabricantes como Airbus en cualquiera de sus divisiones o trabajar de manera colaborativa con alguno de los subcontratistas de la compañía.

El Encadenamiento Aeronáutico liderado por la Cámara de Comercio Aburrá Sur para Antioquia, apunta, en principio, a:

1. Generar las condiciones para formar una nueva generación de técnicos, tecnólogos y profesionales para el Sector Aeronáutico;
2. Sustituir importaciones y certificar empresas que provean partes y piezas a las grandes ensambladoras de aviones, helicópteros, drones y satélites;
3. Implementar un Plan Maestro para consolidar la competitividad aeroportuaria de la Terminal de Servicios del Aeropuerto Internacional José María Córdoba.
4. Desarrollar procesos de innovación que contribuyan a la competitividad aeroportuaria de Antioquia a través del Macroproyecto de Antioquia 2040, Región Aeroportuaria de Antioquia.

Las cifras del sector no mienten y sus oportunidades reclaman nuestra participación. Sólo en fabricación de nuevos aviones, los pedidos entre 2019 y 2038 suman 44.040 unidades en todo el mundo.

De ellas 2.240 son de jets regionales (por US\$105 billones); 32.420 de pasillo único (por US\$3.775 billones); 8.340 de pasillo ancho (por US\$2.630 billones), y 1.040 de carga (por US\$300 billones).

Boeing fabrica un avión cada 16 horas, lo que significa 547 unidades por año, lo que le representa un atraso en pedidos de 7.3 años.

Por su parte, Airbus fabrica un avión cada 22 horas, 398 unidades por año, con un atraso en pedidos de 9.1 años. Como quien dice... Todavía hay cama para mucha gente...

En el mismo lapso el mundo requerirá 769.000 nuevos técnicos en el sector aeronáutico (52.000 de ellos en Latinoamérica).

De este total de técnicos 632.000 son para el Area Comercial; 93.000 para el Area de Negocios, y 44.000 para el sector de Helicópteros.

Sectorialmente el Encadenamiento Aeroespacial abarca empresas de sectores tan dinámicos del Aburrá Sur como el Metalmecánico, Plástico, Electrónico y Digital, entre otros.

Evaluaciones preliminares han permitido identificar que muchas de estas empresas cuentan con tecnología del futuro con la que trabajan en el presente para responder a requerimientos del pasado.

Sin lugar a dudas, la industria aeroespacial ocupa un lugar importante en la economía mundial. Las cifras así lo han demostrado a través del tiempo.

A su vez, es un mercado que posee complejas barreras de entrada en términos tecnológicos y financieros que hacen de esta cadena de valor un nicho de alta sofisticación para las compañías que deseen ingresar.

En esta oportunidad no citaré cifras específicas, pues bien sabemos que históricamente la demanda ha superado a la oferta.

Las compañías más importantes y que dominan el mercado poseen órdenes de pedido a 2034, colas de producción que las obligan a aumentar su capacidad instalada creando centros de operación industrial en diferentes países y territorios lejos de su casa matriz, con el fin de disminuir costos logísticos y mano de obra.

Con respecto a volumen de flota aérea, después de Brasil y México, Colombia ocupa el tercer lugar en América latina.

Su privilegiada ubicación geoestratégica en el globo; 100 años de recorrido y la ejecución de aislados, pero significativos proyectos enmarcados en este renglón de la economía, posicionan al país como un territorio con gran potencial para el desarrollo integral de esta importante industria.

Pese a ello, los principales indicadores que miden el sector aeronáutico en el país están enfocados hoy solo en la operación de aeropuertos (carga y pasajeros) y en talleres de mantenimiento, reparación y revisión de componentes, desconociendo los indicadores que miden la industria en diseño y manufactura, lo cual es indicativo que aún falta mucho camino por recorrer.

Sin mencionar actores y responsables específicos, las grandes problemáticas nacionales que no permiten la existencia de dinámicas industriales sustentables en el tiempo, son la falta de integración y comunicación por parte de las entidades que hacen parte de la triple hélice.

Una de las causas está configurada básicamente por las ansias de protagonismo de actores que solo buscan un beneficio particular y circunstancial.

De otro lado está el desconocimiento de algunos gobernantes y directivos de importantes compañías e instituciones que aún no visualizan el potencial de esta línea de la economía; quizás porque la ven muy lejos e inalcanzable.

Como consecuencia de esta falta de visión, integración y sana articulación surge la ausencia de compañías tractoras OEM, TIER1 que jalonen y dinamicen la cadena de valor, pero que reconocen que el país unas importantes ventajas competitivas y comparativas para el desarrollo del sector.

Compañías como Airbus, Saab, Defence and Security, y Boeing han visitado a Antioquia en varias ocasiones y todas ellas han coincidido en que tenemos fortalezas enmarcadas en la institucionalidad, y valores culturales como la pujanza y la resiliencia, todo ello traducido, entre otros, en importantes proyectos innovadores y disruptivos de orden social, de infraestructura vial, y de transporte multimodal que son ejemplo para el país y el mundo.

Sin embargo, existen brechas importantes que deben ser cerradas con urgencia. A pesar de la diversidad tecnológica y cultural existente, se requiere formar y entrenar al talento humano en temáticas referentes al sector; certificar las compañías con base en estándares aeronáuticos, y aumentar la integración de los actores que hacen parte del sistema regional de innovación para la creación de políticas públicas y otras estrategias que promuevan esta industria como un importante polo de desarrollo económico.

Así las cosas: ¿Cuáles son entonces los factores o variables clave que se requieren para dinamizar y detonar la industria aeroespacial en el país?

La experiencia y las relaciones con otros países y compañías líderes de este mercado nos dan como respuesta que es necesario: Voluntad del estado y los entes territoriales para generar políticas públicas y estrategias que promuevan el sector desde todas sus posibles aristas, así como la integración y articulación de las entidades que hacen parte de la triada Educación-Empresa-Estado.

Urge, además, fortalecer e incorporar a la cadena de valor sectorial una gran diversidad de tecnologías blandas y duras; aprovechar la posición geoestratégica de Antioquia en el contexto continental, y potenciar la existencia del MRO (Maintenance Repair and Overhaul) de Rionegro, y de todas las aerolíneas que operan en el Departamento.

A ello hay que sumarle las oportunidades de inversión extranjera directa e indirecta en el país por parte de casas fabricantes y empresas tractoras del sector.

La buena noticia es que muchas de estas variables ya las tenemos ampliamente subsanadas y muchas otras se están trabajando.

Realizando un ejercicio prospectivo para definir escenarios posibles y detonantes de una industria sustentable en el tiempo, tenemos que un posible camino es el desarrollo de marcos de cooperación industrial, a través de transferencia de tecnología y conocimiento a la industria local por parte de las casas fabricantes que venden equipos de defensa al país.

El impacto de ello depende, claro está, de la voluntad del gobierno para promover dichos marcos con una distribución equitativa y real, de cara a fortalecer la industria privada, con el fin de crear programas de auto sostenimiento y disminución de costos en el mantenimiento de los equipos que adquiera el país.

Otro escenario es la inversión extranjera directa o indirecta por parte de casas tractoras del sector que, al evidenciar las bondades de nuestro territorio, decidan propiciar o crear centros de operación industrial para aumentar su competitividad y ganar terreno en el mercado global.

Más allá de todas estas valoraciones, lo que sí está claro es que las condiciones están dadas y el terreno está abonado para la apuesta sectorial.

Solo falta consolidar la integración regional y que los gobernantes y entidades territoriales más importantes del ecosistema del país entiendan de una vez por todas que si es posible, pues la principal barrera, incluso más que las brechas tecnológicas y financieras, es la mental.

Antioquia es una región y un territorio que puede afrontar el reto, y un escenario innovador en que muchos están acostumbrados a sacar adelante proyectos de alto impacto que para otros son utopías o tareas para las que no hemos sido debidamente preparados.

Este Encadenamiento Productivo Aeronáutico representa, sin duda, un salto cuántico al futuro para la región. Hay con qué y hay con quiénes. Falta decisión, compromiso, ganas... Y tiempo. Si no tomamos decisiones hoy mañana el mercado será de otro.

1.1. Agenda Estratégica Clúster Aeronáutico

Dando continuidad a este reto, desde finales de 2019 la Cámara de Comercio Aburrá Sur asumió el proyecto que tenía como propósito facilitar la estructuración de una Agenda Estratégica del Encadenamiento Productivo Aeronáutico en la región y en Antioquia en general, con el fin de fortalecer su capacidad de gestión y la dinámica empresarial de la industria en el mediano plazo.

El trabajo hizo parte de la Alianza Región (Suscrita entre las 5 cámaras de comercio de Antioquia con el Gobierno Alemán a través de la Cámara de Comercio de Hannover), y se contó con la participación de la firma *Cluster Development*, la cual orientó metodológicamente el proceso.

La participación cameral estuvo representada por la Cámara de Comercio de Medellín, la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

La metodología del estudio implicaba construir una narrativa estratégica que evidenciara la propuesta de valor del sector y establecer la hoja de ruta para la puesta en marcha de la agenda estratégica diseñada.

La idea era emprender un proceso para explorar la posibilidad de estructurar una Cadena Aeroespacial como soporte estratégico para el desarrollo económico del Departamento. La base del trabajo fue la experiencia de Caescol.

Desde una perspectiva general la región cuenta con un tejido empresarial potencial para este Sector, además de ser un territorio con activos estratégicos frente al mismo.

La firma *Cluster Development* aportó la metodología para hacer un balance del estado y madurez empresarial de cara al posible desarrollo Clúster.

Este trabajo sirvió para indagar por las potencialidades reales y concretas que se tienen. El conjunto de entrevistas realizadas, los diálogos sostenidos con el equipo directivo de Caescol y las ideas expresadas por expertos en el sector, permitieron dimensionar y analizar temas como: Nivel de masa crítica necesario para alinear la agenda estratégica y las capacidades institucionales y tecnológicas de cara a poder hacer parte de una iniciativa clúster.

Los primeros hallazgos dejan una ruta de trabajo interesante para la región. Si bien la pandemia invita a repensar las apuestas estratégicas del sector a nivel mundial, los resultados ayudaron a identificar 3 focos estratégicos en concordancia a las condiciones analizadas. Ellos fueron:

- **Sistemas integrados con tecnologías avanzadas (4.0)**
- **Cadena de valor / suministros**
- **Soporte en tierra**

Gráfico 1: Oportunidades de la Industria Aeronáutica en Antioquia



De acuerdo con el estudio realizado en Fase 1, **para avanzar en la proyección del sector es necesario realizar un Mapeo y Caracterización Empresarial, así como en un Análisis de Capacidades Industriales para perfilar su potencial en el marco de esta industria.**

De cara a los retos que se avecinaban tras el Covid-19, la motivación era seguir trabajando de forma mancomunada para abrir nuevos espacios y proyectos empresariales que promuevan el empleo, la innovación, la agregación de valor y los niveles de ingresos en una industria que sigue mostrando sus bondades.

Gráfico 2: Posibles Líneas Estratégicas de la Aeroindustria en Antioquia



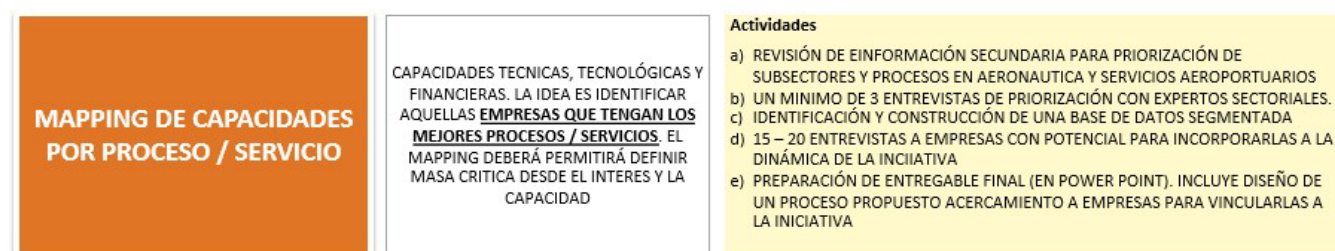
Fuente: Clúster Development

1.2. Mapeo y Caracterización del Sector Aeronáutico

En el marco también de la Alianza Región, a finales de 2020 se dio inicio a la Fase 2 del proceso, la cual tienen por objetivo desarrollar el Mapeo y Caracterización del Sector, recogiendo y potenciando los resultados de la fase anterior.

El objeto de esta fase es obtener una caracterización de las capacidades instaladas en la región en términos de procesos industriales y servicios aeroportuarios (Aeropólis) con potencial en la industria aeronáutica y servicios MRO en aeropuerto.

Gráfico 3: Proceso para el Mapping de Capacidades



1.2.1. La Primera Etapa estuvo centrada sobre la generación de bases de datos según los códigos CIIU seleccionados para la industria aeronáutica. El resto del proceso quedó pendiente para su ejecución en la vigencia 2021.

Los primeros resultados dejaron entrever de forma preliminar que entre las tres Cámaras que evidencian cerca de 7.021 empresas para el total de códigos seleccionados.

Con el apoyo de la Alianza Región (Cámara de Industria y Comercio de Hannover, la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana y el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania, BMZ), en el 2021 se avanzaron en los siguientes procesos:

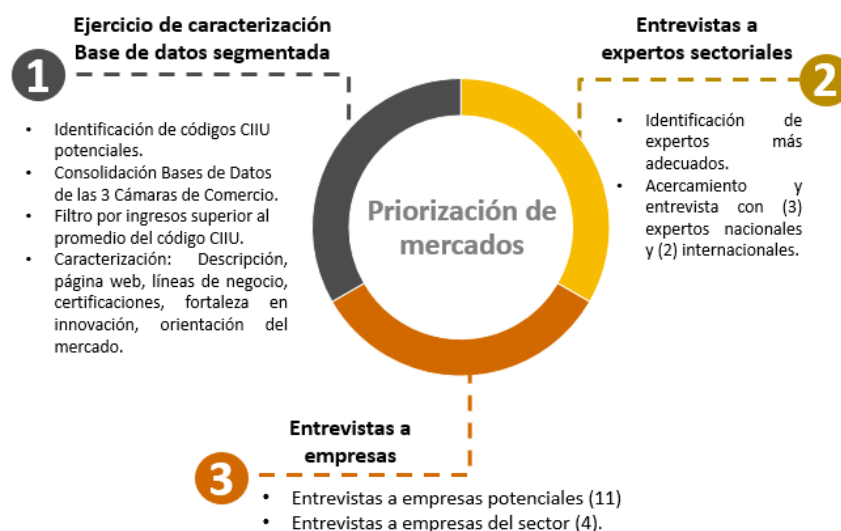
1.2.2. Segunda Etapa: Mapping de capacidades instaladas en la región para procesos industriales y servicios aeroportuarios

El objetivo era *obtener una caracterización de las capacidades instaladas en la región en términos de procesos industriales y servicios aeroportuarios con potencial en la industria aeronáutica.*

La idea era analizar las capacidades técnicas de las empresas y medir el interés de los empresarios sobre la posibilidad avanzar hacia una plataforma de negocios aeronáuticos.

Las capacidades que se analizaron fueron: Maquinaria Disponible, Herramientas y Plataformas Digitales, Manejo de Materiales, Equipo Humano, Área de I+D+i y Flexibilidad en Modelo Productivo.

Gráfico 4: Metodología del proyecto



Fuente: Cluster Development

El proyecto inició con una caracterización de base de datos de 731 registros. Luego se realizaron entrevistas a 5 expertos sectoriales y finalmente se aplicaron 15 entrevistas a empresas potenciales para participar en una iniciativa de negocios aeronáuticos.

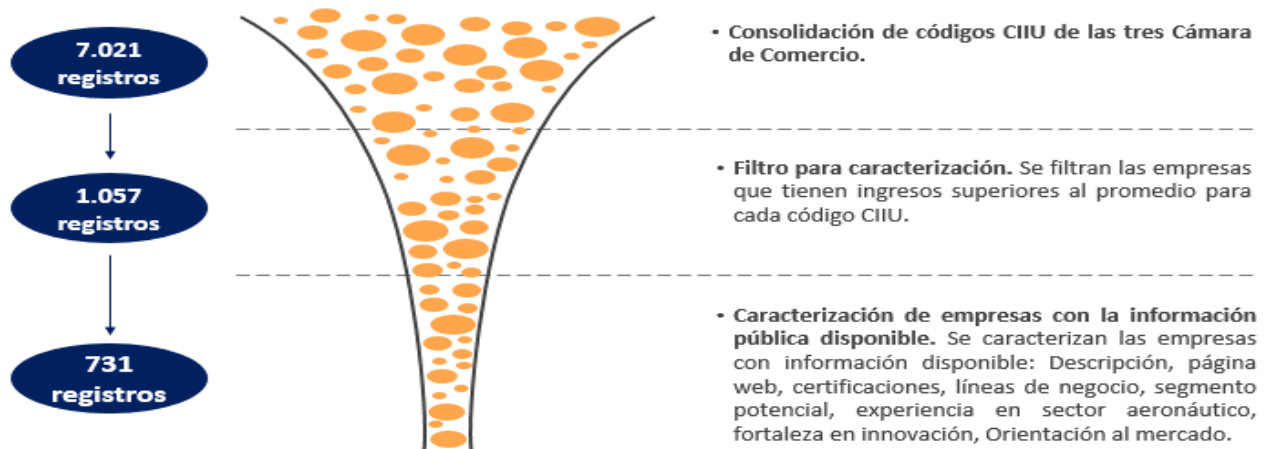
Gráfico 5: Códigos CIU potenciales



Fuente: Cluster Development

A partir de estos códigos se generaron las respectivas bases de datos en las tres cámaras de comercio participantes: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA), Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (CCOA) y Cámara de Comercio Aburrá Sur (CCAS).

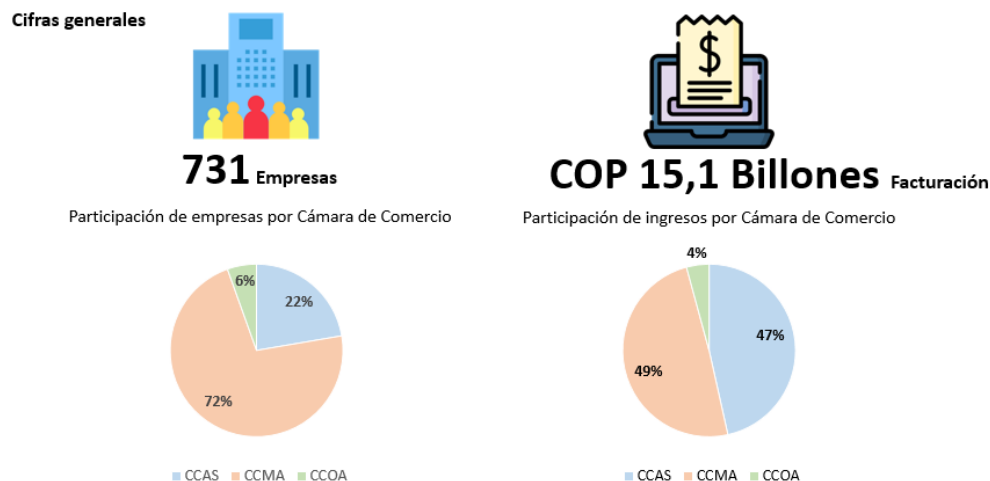
Gráfico 6: Filtro de Registros y Caracterización de Información



Fuente: Cluster Development

Los primeros resultados de 731 empresas reflejaron que el 72% pertenecían a la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, el 22% a Cámara de Comercio Aburrá Sur y 6% a la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. Sin embargo, al analizar la facturación la distribución cambia, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Gráfico 7: Caracterización de la base empresarial segmentada



Fuente: Cluster Development

En los primeros resultados se evidenció que de las 731 empresas caracterizadas, 46,2% pueden hacer parte de los segmentos potenciales, aunque solo un 5,6% cuenta con experiencia o realizó acercamientos con el Sector Aeronáutico previamente.

Gráfico 8: Detalles de la caracterización de la base empresarial segmentada



Fuente: Cluster Development

Lo anterior indica que existen 187 empresas potenciales para la cadena aeronáutica y 41 empresas con experiencia o acercamiento a dicha cadena.

Para las entrevistas se identificaron y contactaron personas más idóneas. Se entrevistaron 3 expertos nacionales y 2 internacionales

Gráfico 9: Expertos Entrevistados

	NOMBRE	ENTIDAD	CARGO	GRABACIÓN
NACIONALES	Carlo Adrian Castro	Oficial retirado FAC	Teniente Coronel "R"	Link
	Cesar Lopez Zarabanda	IES - Integrated Engineering Services S.A.S	CEO	Link
	Edward Tobón	Ex empleado Boeing	-	Link
INTERNACIONALES	Eugenio Marin	TECHBA Aerospace (México)	Director ejecutivo	Link
	Jose Luis Zuñiga	Z Aerospace Solutions	CEO	-

Fuente: Cluster Development

A partir de dichas entrevistas surgieron varios retos:

1. La certificación es la mayor brecha para llegar a la industria, sin embargo, es posible iniciar procesos sin necesidad de la misma desde que haya una empresa tractora ya certificada que pueda integrar proyectos de desarrollo conjuntos.

Las empresas pueden empezar con pequeñas piezas y herramientas que no vuelan para ir ganando confianza por parte de los clientes.

2. Además de la certificación, hay muchas otras brechas. Las empresas que no saben hablar el lenguaje de la aeronáutica, sufren de continuos rechazos de cotizaciones, además deben automatizar sus reportes y saber interpretar las necesidades de su cliente.

Es una industria donde la confianza es fundamental por lo que la información financiera debe ser transparente con los clientes que buscan contratos a largo plazo.

3. Los países que han desarrollado esta industria lo han hecho con el apoyo de recursos por parte del gobierno.

Proyectos que aseguren la compra de prototipos y promuevan el desarrollo tecnológico local con un componente de transferencia de conocimiento son necesarios para impulsar el crecimiento de este sector.

4. Para las empresas es clave aprender a realizar un buen *First Article Inspection (FAI)*, esta será una herramienta indispensable para darle la información necesaria al cliente.

5. Es fundamental realizar un análisis de la demanda objetivo. Para el caso de Antioquia puede ser más fácil llegar a un Tier 2 o Tier 3 en países de la región con importantes desarrollos como México y Brasil.

Para el desarrollo de aviones a nivel nacional, puede ser más fácil, en el corto plazo, el desarrollo de la aeronáutica de agricultura, la cual tiene un gran potencial.

6. Puede haber una oportunidad para el desarrollo de Servicios Aeronáuticos con el MRO de Avianca. Sin embargo, es la única empresa tractora en este segmento, el cual se enfrenta a altas tarifas para realizar operaciones en los aeropuertos colombianos.

7. Además de la Industria Automotriz, los desarrollos de dispositivos médicos y tecnológicos pueden migrar con mayor facilidad a esta cadena.

Consecuentemente se pudo concluir que la región cuenta con una masa crítica de empresas con capacidades diferenciales e interés de participar en una narrativa conjunta para el posicionamiento de Antioquia en el negocio de la aeronáutica.

Es necesario el diseño de una estrategia comercial alineada con una estrategia de posicionamiento de la región a nivel internacional.

La región también cuenta con empresas con fuertes capacidades y potencialidades en el Área Metalmeccánica.

Particularmente las organizaciones que se han especializado en segmentos de negocio como los Dispositivos Médicos y la Logística cuentan con importantes capacidades en el diseño, desarrollo y fabricación de piezas o soluciones a la medida.

El componente de transferencia de conocimiento y tecnología es fundamental para el desarrollo de la industria a nivel local.

Los altos costos que implican estos escenarios conducen a la necesidad de adquirir recursos públicos que apalanquen este desarrollo a través de programas o políticas específicas, como el Offset.

Además de los OEM's existen organizaciones especializadas en la aceleración de procesos de migración a la Industria Aeronáutica entre las cuales figuran TECHBA Aerospace y Z Aerospace Solutions en México.

Se debe profundizar en las necesidades del Sector, sus criterios de compra y los mercados más objetivos de acuerdo con las capacidades potenciales de la región.

La Industria Aeronáutica es de largo aliento. Consolidar un núcleo impulsor robusto y comprometido es necesario para desarrollar una iniciativa de colaboración.

1.3. Inteligencia de Mercados para la Industria Aeronáutica

El objetivo de este proyecto fue realizar una priorización y exploración precomercial (Inteligencia de Mercados) a partir de las capacidades potenciales identificadas en la región, entendiendo los criterios de compra de los clientes potenciales y el comportamiento de los competidores presentes, así como su atractivo y principales barreras a la entrada.

Esto permitió hacer un análisis de tendencias claves de mercado (Análisis Prospectivo) identificando oportunidades y criterios de compra. Las actividades desarrollaron fueron:

1.3.1. Análisis del mercado aeronáutico internacional, incluyendo el mercado comercial

Se recopiló información sobre viajes, pasajeros, perspectivas de recuperación de la industria, incluso, el movimiento de carga. Algunas de las consideraciones de este análisis fueron:

1. El Covid-19 ha provocado que algunas empresas reevalúen sus huellas en la cadena de suministro global, y el riesgo potencial de los proveedores ahora conlleva una prima más alta, y que consideren alternativas para construir resiliencia, como poner sobre la mesa la internalización o incluso la onshoring.

2. Eliminar el riesgo de la cadena de suministro tiene muchas consideraciones, incluida la protección de la capacidad de los proveedores financieramente vulnerables, la posible integración vertical y la desglobalización.

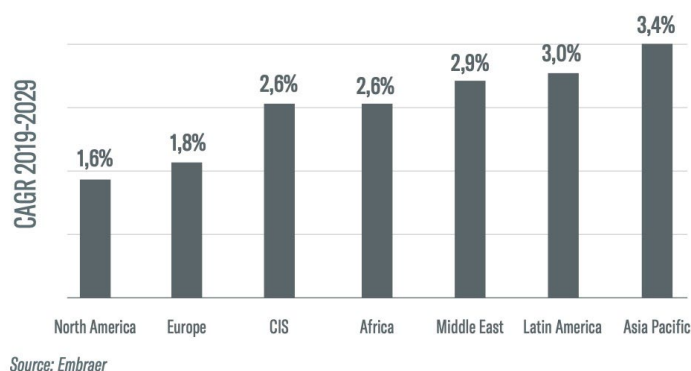
3. Trasladar la cadena de suministro a los territorios de origen del OEM, o a países como México, Vietnam o Filipinas, puede reducir el riesgo y también puede ofrecer beneficios, como menores costos laborales, políticas gubernamentales favorables y economías de escala.

4. Los planes de reinversión estratégica pueden apoyarse en captura de eficiencias de costos, la adopción de tecnologías digitales, el desarrollo de la capacidad de recuperación de la cadena de suministro o la adaptación a las nuevas necesidades y preferencias de los clientes en un mundo posterior a una pandemia.

Con respecto a la proyección de la demanda (2019 –2029) y de acuerdo con datos de Embraer, se espera que el tráfico mundial de pasajeros tenga una tasa de crecimiento del 2,6% anual durante la próxima década.

A lo largo de la década, Asia Pacífico (incluida China) y América Latina tendrán el crecimiento más fuerte, con una expansión anual de RPK de 3.4% y 3%, respectivamente.

Gráfico 10: Proyección de la Demanda por Regiones



El impacto del mercado mundial de pasajeros en el 2020 representó una disminución del 66% de los RPKs.

La pandemia del Covid 19 provocó el mayor impacto en los viajes aéreos y la industria de la aviación desde la Segunda Guerra Mundial.

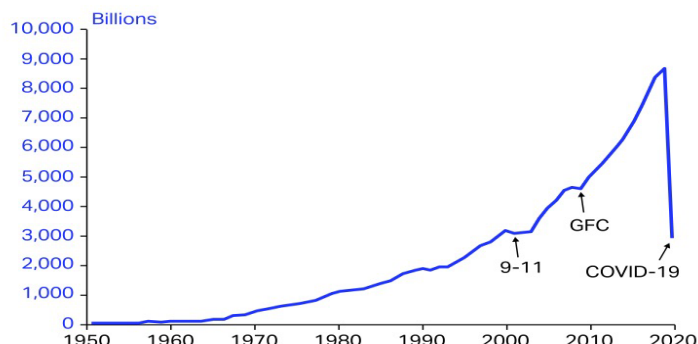
Hasta ahora los impactos adversos en la aviación por cuenta de los ataques terroristas del 11 de Septiembre y la crisis financiera mundial de 2007-2008 se consideraban dramáticos.

Sin embargo, ninguno tuvo un efecto que se compare con lo que se estima que sería la disminución del 66% en los ingresos globales por pasajeros-kilómetros (RPK) en 2020.

Gráfico 11: Ingresos globales de pasajeros – kilómetro (RPKs) – volados anualmente

Worldwide revenue passenger kilometers (RPKs) flown annually

Source: IATA Economics, using data from IATA and ICAO



Cabe aclarar que para Septiembre del 2020 el transporte de carga solo disminuyó en un 8%. El transporte de carga ha disminuido, pero en una proporción mucho menor a la de pasajeros.

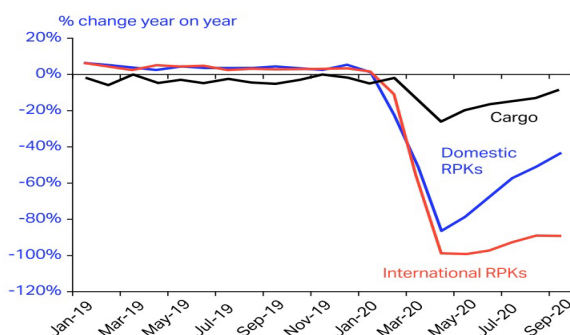
Sigue siendo esencial para mantener las cadenas de suministro mundiales y para transportar equipos médicos y productos farmacéuticos.

El transporte internacional de pasajeros (disminución del 89% en Septiembre de 2020) no ha mostrado una gran recuperación en contraste con los vuelos domésticos.

Gráfico 12: Crecimiento mundial en pasajeros y toneladas de carga por kilómetro

Global passenger and cargo tonne km growth

Source: IATA Economics, using data from IATA Statistics



La disminución en el tráfico de pasajeros afecta las reservas y entregas de los OEMs. En 2021, las entregas de aviones comerciales a nivel mundial se estimó en 950 aviones, una disminución del 41% con respecto a 2018, el año pico de entregas.

La cartera de pedidos de aviones comerciales se mantuvo firme en alrededor de 13.421 a fines de Diciembre de 2020, un 8,7% menos que el pico de pedidos pendientes de alrededor de 14.700 a finales de 2018.

También se esperaba que la entrega de helicópteros se mantuviera casi un 15% por debajo de los niveles pre-pandémicos en 2021, con 750 unidades.

Si bien se esperaba que la recuperación comenzara en la segunda mitad de 2021 está claro que podrían pasar algunos años, quizás hasta 2024, para que los viajes aéreos alcancen el nivel global de 2019.

Embraer prevé una demanda mundial de 5.500 nuevos aviones con hasta 150 asientos durante los próximos 10 años, lo que representa un valor de mercado total de 350.000 millones de dólares estadounidenses.

El reemplazo de aviones antiguos representará más del 75% (1.280) de todas las nuevas entregas, mientras que el 25% (4.440) se utilizará para hacer crecer los mercados.

Se esperaba que los proveedores que dependen principalmente del mercado secundario comercial experimentaran un volumen menor durante varios años debido a la reducción de las horas de vuelo y la reducción de existencias (stocks).

Las aerolíneas retrasan el mantenimiento discrecional y las actualizaciones para ahorrar efectivo. Es probable que el impacto general en los servicios posventa sea menor, ya que el número real de vuelos se redujo solo un 42% interanual en 2020, en comparación con una disminución estimada del 61% en el número de pasajeros.

¿Oportunidades en época de pandemia? En 2021 y 2022 los fabricantes aeroespaciales comerciales se centraron en la reestructuración y la reducción de costos para posicionarse con un crecimiento rentable a largo plazo.

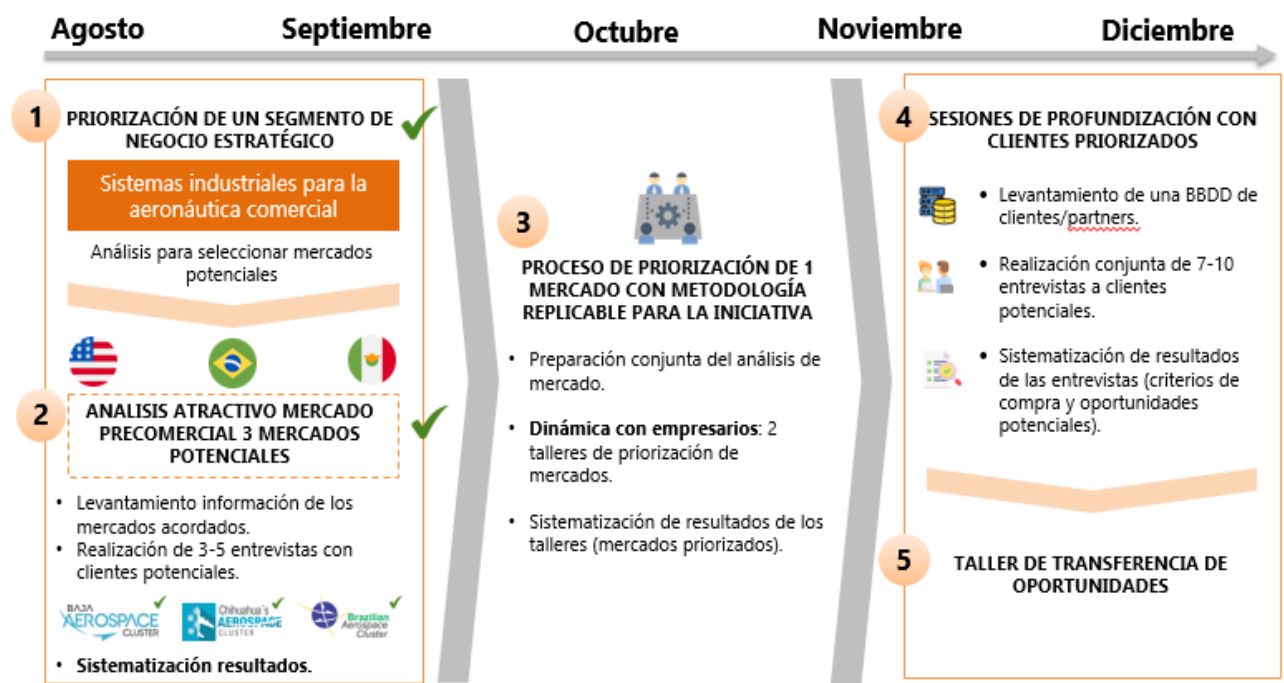
¿Oportunidades para Colombia en el segmento de sistemas industriales? Con tendencias que conducen a un mercado más regionalizado, y versátil para mantener su red de conectividad, Colombia, y en particular Antioquia, pueden orientar su apuesta, en el corto plazo, hacia mercados claves y prominentes de su misma región.

1.3.2. Priorización de Mercados

La idea es realizar un análisis de mercados relevantes para la oferta potencial antioqueña que puede estar al servicio de la aeronáutica.

Es un ejercicio que permite identificar países con oportunidades potenciales para un posterior ejercicio de priorización

Gráfico 13: Fases del Proceso



De acuerdo con el Estudio, los tres mercados para analizar fueron los siguientes: Estados Unidos, México y Brasil.

México

México cuenta con una balanza comercial positiva que venía creciendo a buen ritmo hasta el 2019. Es el décimo país exportador y sexto proveedor de industria estadounidense.

En el 2020 se estima una disminución en las exportaciones del 35,5%. Y cerca de 20.000 empleos perdidos, por lo menos de forma temporal. Se espera que para el año 2023 la industria recupere los niveles de 2019.

México, por el volumen de las exportaciones aeroespaciales, ocupa el lugar 12 a nivel mundial, las cifras se dan principalmente por empresas como Airbus, Bombardier, General Electric y Honeywell, que se encuentran establecidas en el país.

La Industria Aeronáutica es una de las que históricamente ha atraído mayor Inversión Extranjera Directa a la economía Mexicana. FEMIA, destacó que México es el tercer destino de Inversión Extranjera Directa (IED) en esta industria.

Gráfico 14: Participación de la industria mexicana en procesos aeronáuticos



En el 2019 el país cerró con 368 instalaciones industriales que generaron cerca de 60.000 empleos. El 86,4% corresponde a instalaciones para la manufactura aeroespacial.

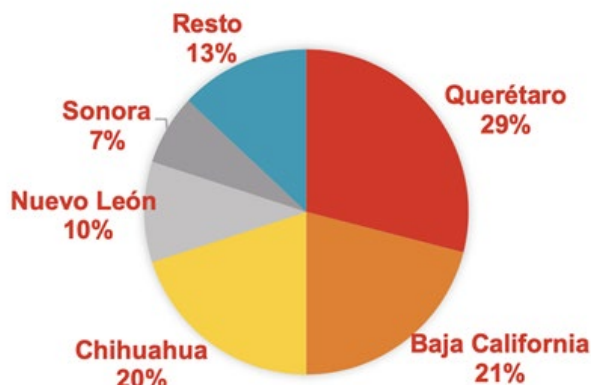
“El impacto en el número de instalaciones industriales aún es desconocido, esperemos que sea el menor posible, pero tal vez puedan llegar a quedar alrededor de 300 instalaciones industriales”, dijo Luis Lizcano, Director Ejecutivo de FEMIA.

Gráfico 15: Clúster Aeroespaciales más importantes de México



Si bien cada uno de los clúster tiene su propio foco, Femia (Federación mexicana de la Industria Aeroespacial) le apuesta a que se logre el trabajo en equipo entre las distintas regiones.

Gráfico 16: Participación IED Aeronáutica por entidades federalizadas 1999-2020 (3 Trimestre)



Fuente: FEMIA

De acuerdo con FEMIA, existen 3 grandes oportunidades para el sector:

1. **Sustitución de importaciones:** Se estima que potencialmente se podrían sustituir USD 5.000 millones de importaciones del sector por producción local, atrayendo fabricantes extranjeros.
2. **Cadenas de proveeduría en el bloque occidental:** Con la pandemia, muchos países buscan disminuir la dependencia de productos de fabricación China, en Norteamérica la opción más viable y competitiva es México. Esto puede atraer industria proveniente de Asia con interés de suministrar a Estados Unidos.
3. **Reconversión y Transformación:** Las Pymes se están integrando para competir en sectores globales de alto valor (médico, automotriz y aeroespacial).

Brasil

De acuerdo con la entidad Invest in Brazil, la media de exportaciones del país es de USD 5.500 millones por año.

Con respecto a la inversión en la industria aeronáutica, actualmente, existen esfuerzos cooperativos entre gobierno e industria que buscan la presencia de jugadores globales estratégicos para incrementar la competitividad del sector.

Para facilitar la interacción y los negocios entre empresas brasileñas y extranjeras, cuentan con un foco en el establecimiento de alianzas como Joint Ventures, M&A y alianzas tecnológicas.

La cadena de suministro aeroespacial ha sido un destino para inversiones greenfield y expansión para empresas como Advantech Wireless Technologies, Rockwell Collins, Rolls-Royce Holdings plc, Vertolety Rossii, y AgustaWestland.

El principal OEM es Embraer. Entregó 44 aeronaves comerciales en el año 2020. El primer semestre del año 2021 despachó 23 aviones comerciales y 33 aviones ejecutivos.

La empresa importa aproximadamente el 56% de sus componentes, principalmente de Estados Unidos. En Abril del 2020, Boeing y Embraer dieron por terminado su Master Transaction Agreement (MTA).

La industria se encuentra concentrada en Sao Paulo, donde el Brazilian Aerospace Cluster reúne más de 130 empresas.

Dicho Clúster fue conformado en 2006 y promueve la innovación y generación de negocios para aumentar la competitividad del sector.

El Estado de Sao Paulo es el mayor Hub Aeroespacial de Latinoamérica. Con más de 100 facilidades para la fabricación de aeronaves, el Estado participa con el 73% de las unidades producidas y emplea el 95% de las personas de la industria.

Gráfico 17: OEM en Brasil



Estados Unidos

Para el año 2020 las exportaciones en aviación civil disminuyeron alcanzando la cifra de USD 72,4 mil millones.

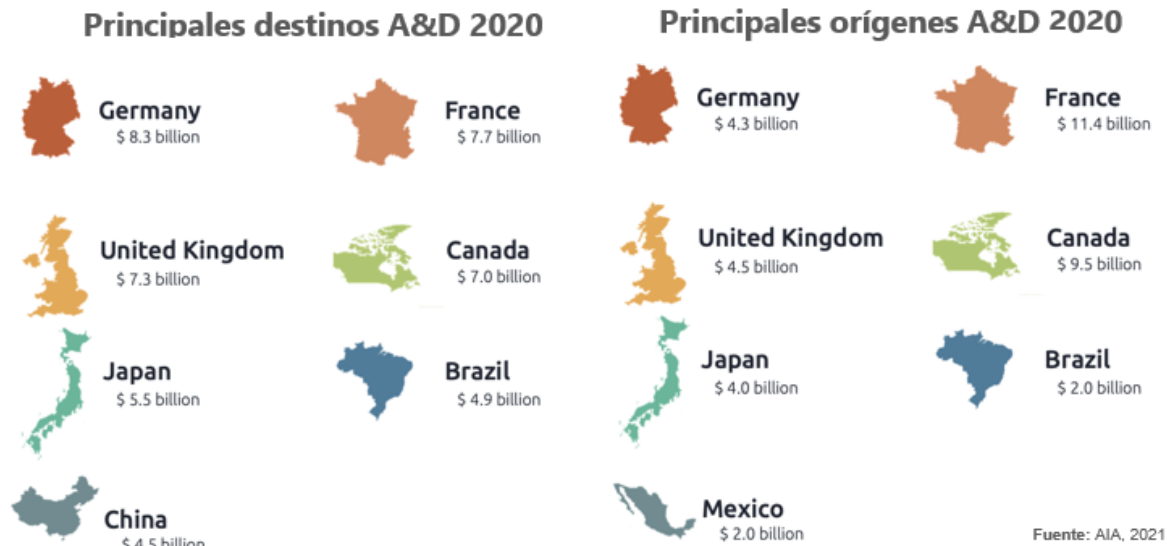
Esto incluye Incluyen aeronaves civiles, motores, repuestos y productos similares, y representaron el 80% de todas las exportaciones de la industria A&D (Aeroespacial & Defensa).

En el año 2020 los ingresos disminuyeron en un 2,8% respecto al año anterior, llegando a USD 874 mil millones.

La aviación civil tuvo caídas sin precedentes debido al menor gasto en nuevas aeronaves, repuestos y otros productos relacionados.

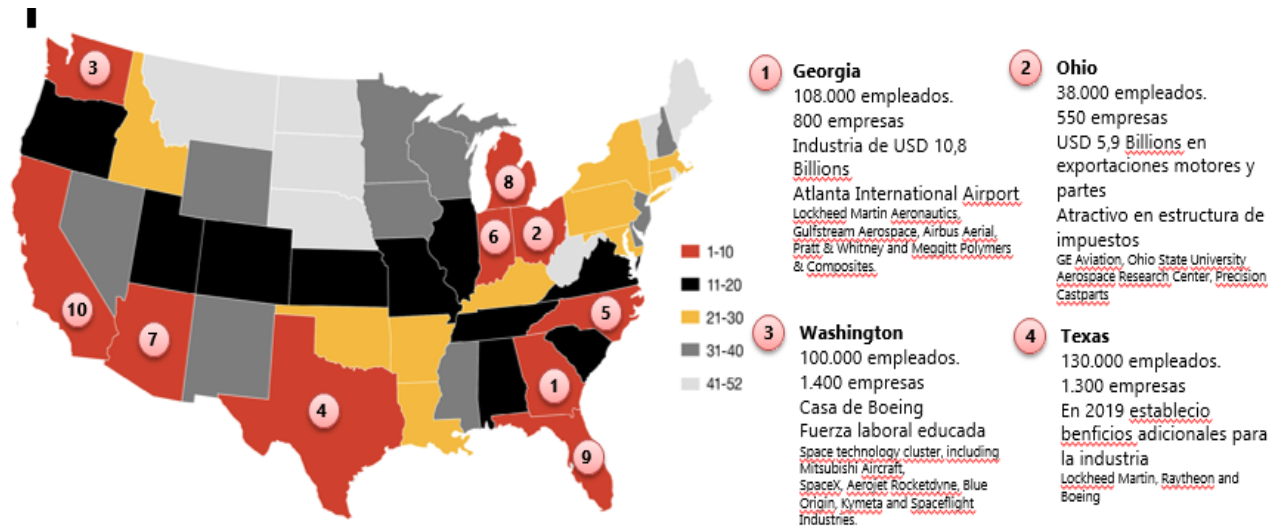
La desaceleración tiene un profundo impacto en la producción de la cadena de valor que es transversal a la industria A&D.

Gráfico 18: Comercio internacional en la aviación civil de EE.UU.



La aviación comercial es el subsegmento más grande de la industria A&D y se caracteriza por una cadena de suministro compuesta por más de 20.000 empresas proveedoras.

Gráfico 19: Ranking de atractivo de fabricación aeroespacial 2020



1.3.3. Análisis Comparativo

Gráfico 20: Mercados Comparados

Cifras de importaciones			
			
Valor importado 2020	USD 28,7 Mil M CAGR 15-20 -3,4%	USD 1,9 Mil M CAGR 15-20 -2,8%	USD 0,1 Mil M CAGR 15-20 -16,6%
Productos con mayor participación 2020	8803.30 Las demás partes de aviones o helicópteros (42,6%) 8802.30 Aviones y demás aeronaves de peso > 2.000 kg pero ≤ 15.000 Kg (36,5%)	8803.30 Las demás partes de aviones o helicópteros (42,5%) 8802.40 Aviones y demás aeronaves de peso > 15.000 kg (22,6%)	8803.30 Las demás partes de aviones o helicópteros (50,2%) 8803.20 Trenes de aterrizaje y sus partes (36%)
Productos con mayor crecimiento CAGR 15-20	8802.60 Vehículos espaciales y sus vehículos de lanzamiento 35,6% 8805.29 Los demás aparatos de entrenamiento de vuelo en tierra y sus partes 15,6%	8803.90 Las demás partes de aeronaves 9,7% 8802.11 Helicópteros de peso ≤ 2.000 Kg 7,8%	8803.90 Las demás partes de aeronaves 2,8%
Orígenes con mayor participación 15-20	Francia 20,6% Canadá 19,8% Japón 12,6% Alemania 9,1% Brasil 8,1%	Estados Unidos 36,4% Francia 16,8% Canadá 9% Brasil 8% Portugal 4%	Estados Unidos 64,3% Canadá 16,3% Francia 4% Países Bajos 3,1% China 2,1%
Orígenes con mayor crecimiento CAGR 15-20*	Marruecos 155,2% El Salvador 92,5% Sri Lanka 54,9% Chile 40,5%	Suecia 206,2% Suiza 94,8% China 63%	Tailandia -1,8% Estados Unidos -8,2% Reino Unido -11,3%

*Países con cifras superiores a USD 1M

La Industria Aeroespacial de La Florida tiene 5,4 veces más empresas que la de México y los Clúster de Brasil y México crecen atrayendo inversión extranjera y certificando la oferta local.

Gráfico 21: Tamaño Comparativo de Clúster Seleccionados

	Número de empresas	Empleos directos	Valor exportado (USD miles millones)	Año
 	+125	37 mil	2,8	2020
 	+51	13 mil	1,5	2020
 	+85	8,5 mil		2018
 Sonora	+69	20 mil		2021
 	+100	15 mil		2020
 	+2.000	106 mil		2020

Complementariamente se realizaron 3 entrevistas con iniciativas Clúster del Sector Aeroespacial:

Gráfico 22: Directores Clúster Entrevistados



1.3. Prototipado de Precertificación de Proveedores de Partes y Piezas

Los estudios en torno al contexto sectorial a nivel mundial, unido al mapeo de las oportunidades sectoriales de la industria antioqueña en torno al Encadenamientos Productivo Aeronáutico, llevaron en el 2022 a trabajar en el diseño de un Modelo de Precertificación Empresarial para futuros proveedores de Partes y Piezas para el Sector.

Este reto fue asumido por la Cámara en alianza con varias empresas regionales que ya son proveedoras en este campo, al igual que con el Programa del Centro de Excelencia Operacional de nuestra entidad, operado por la firma Croma Consulting.

El Modelo, en fase prototipo, se definió como ***Propuesta Piloto para Homologación y Puesta a Punto de Empresas del Sur del Valle de Aburrá para el Desarrollo de Partes y Piezas para el Sector Aeroespacial.***

La propuesta contó con el respaldo de una Empresa Ancla ubicada en Miami, y reconocida proveedora de la firma Bell Helicopter: **Sahar Group Aerospace.**

Sahar es una empresa del sector Aeroespacial que recibió en el 2015 el reconocimiento del Ministerio de Defensa por su trabajo, liderazgo y aportes en esta industria.

Ese mismo año inició como Sahar Group en USA. Previo a ello había sido mentora de 2 emprendimientos sectoriales: Aerosolutions (2005 a 2010) y Aerospace (2010 a 2016), empresas que desarrollaron proyectos de ingeniería para el Mindefensa y la Aviación Civil.

La empresa está hoy certificada ante la FAA (Autoridad Aeronáutica de Estados Unidos) y la EASA (Autoridad Aeronáutica Europea).

Cuenta, además, con los certificados en ASD9100D en diseño y manufactura de partes aeronáuticas y componentes, y ASD9110C para mantenimiento, mantenimiento preventivo, y reparación total de partes aeronáuticas y componentes.

Sahar Group provee hoy servicios de mantenimiento a componentes militares en materiales compuestos como: Palas de Rotor Principal y de Cola de Helicópteros UH-60, Paneles de Piso para aeronaves c-130 Hércules y Casa CN-235, Superficies de Control, Radomos, Reversibles de Flujo, y Cowlings.

También fabrica herramientas, vigas, sujetadores, moldes, jigs o patrones de alineación estructural, tapas, moldes, equipos de soporte en tierra, y pines, entre otros.

Así mismo, presta servicios de ingeniería, fabricaciones especiales, reparaciones mayores y alteraciones con ingenieros designados DER-FAA

Su presidente y fundador es el colombiano Arnold Escobar (con visa de residente en los Estados Unidos por talento extraordinario), Líder Técnico Organizacional y Docente de Cursos en Propulsión por 7 años y director de varios trabajos de grado.

Con su apoyo especial a esta iniciativa del Aburrá Sur, al igual que para contar con el suministro de las Piezas a Prototipar, el grupo promotor de la iniciativa logró configurar y validar el Modelo de Precertificación así:



El proceso de acompañamiento y precertificación de las potenciales empresas proveedoras implica varios exigibles y procesos habilitantes: ISO 9000, Excelencia Operacional (Productividad), Lean Manufacturing, Sistema de Información para la Eficiencia y Control de Pérdidas, Componentes 4.0 (IoT, Real Time, Big Data), Certificación Interna de Expertos en Maestría Laboral y SST de Excelencia Operacional.

La Hoja de Ruta del Modelo contempla 6 meses de acompañamiento (Sensibilización, Entrenamiento y Ejecución) con una inversión de \$35 millones por empresa y el apoyo técnico de un equipo interdisciplinario del más alto nivel:

1 Ingeniero Mecánico
2 Ingenieros Aeronáuticos
1 Ingeniero Metalúrgico
1 Ingeniero Industrial

Hechos todos los ajustes al modelo, la revisión de la estrategia de articulación con Sahar Group, y la definición de un grupo de potenciales empresas con condiciones habilitantes para intervenir en una Fase Prototipo, la Cámara de Comercio Aburrá Sur y la firma Croma Consulting (Coordinadora de CEO) diseñaron el Plan de Acción que en el 2023 permitirá apoyar a 2 empresas del Aburrá Sur en la validación del Modelo de Precertificación.

QUE	ESPECIALIZACIÓN	COMO	QUIEN	SOPORTE
Acompañamiento de Experto Empresa certificada y proveedora de partes aeronáuticas	Asesoría técnica entrega de pieza	Requerimiento técnico de fabricación	Empresa MENTOR SAHAR AERO	
Acompañamiento de Experto Validador de certificación	Bases de documentación	Aspectos clave de documentación a rigor		
Acompañamiento de experto Ingeniero Aeronáutico - Modelador	Soporte técnico y de ingeniería	Soporte de simulación, ingeniería (pura y dura) de componentes e ingeniería aeroespacial	PROMOTORA AERONAÚTICA	 
Acompañamiento de experto excelencia operacional	Soporte en optimización y confiabilidad	Soporte en adecuación de ingeiería de procesos para la producción específica de confiabilidad y optimización		 
6 Meses			35,000,000 Por empresa	
El gran entregable es : Empresa con capacidad desarrollada de hacer piezas aeronáuticas habilitadas para ingresar a la cadena				
Bloques de tres empresas para asegurar conocimiento múltiple y optimizar tiempos de expertos en la ciudad				

1.4. Macroproyecto Región Aeroportuaria de Antioquia

Este macroproyecto se planteó desde el 2012 y en el 2020 fue incorporado al Plan de Desarrollo Unidos por la Vida 2020 – 2023, en la Línea 2: Nuestra Economía, como uno de los proyectos detonantes de la competitividad y desarrollo del Departamento.

En la vigencia del 2021, con el apoyo de la Alianza Región, se fortaleció con el Mapping de Capacidades del Sector y potenciales empresas proveedoras, ya mencionado en un aparte anterior de este balance de gestión.

Esta propuesta se enmarca en la premisa de asumir los aeropuertos como potentes motores del desarrollo económico local, nodos claves en la producción global y sistemas empresariales ágiles, veloces e interconectados.

No en vano la Región Aeroportuaria se propone como un concepto dinámico y prospectivo, donde el desarrollo futuro será impulsado por una mayor integración global y una necesidad de conectividad rápida.

Este proyecto materializa la idea de convertir al Oriente Antioqueño en una zona con vocación explícita hacia lo aeroportuario, y un territorio con capacidades logísticas, manufactureras y de exportación con el Aeropuerto José María Córdova como epicentro de las mismas.

La iniciativa se desarrolla territorialmente en el Oriente Antioqueño, pero sus beneficios y potencialidades se irradian a todo el Departamento, y particularmente al Aburrá Sur con sus propuestas de Encadenamientos Productivos alrededor del Sector, la Innovación Aeronáutica y la gestión de procesos de formación de talento humano.

Allí se integran propuestas el desarrollo urbanístico y de vivienda, inter-modalidad de transporte, implementación del sistema de transporte masivo, diseño de nuevas vías zonales, localización de empresas en sectores claves, seguridad, Interconectividad Valle de Aburrá – Aeropuerto – Oriente Antioqueño – Colombia.

Se resalta que el Aeropuerto José María Córdova en los últimos años, ha tenido un crecimiento de más del 300% en salida y llegada de pasajeros, y alrededor de un 126% más en número de vuelos.

Además tendría como beneficios la creación de empleos de alta calificación tecnológica; el estímulo a la creación de empresas de base tecnológica en todo el Departamento para consolidar el Sector Aeronáutico; mejorar la Zona Franca de Rionegro; consolidar procesos de internacionalización, y mejorar la calidad de vida de la región,

Hoy más que nunca es claro que los principales aeropuertos del mundo se han convertido en nodos clave en la producción global y en los sistemas empresariales locales y regionales.

También son potentes motores del desarrollo económico local, que atraen a empresas vinculadas a la aviación de todo tipo a sus alrededores.

Estas incluyen, entre otras, instalaciones de fabricación y distribución sensibles al tiempo, tales como aeroespacial, biofarma, electrónica y comercio electrónico; complejos hoteleros, de entretenimiento, comercio minorista, convenciones, comercio y exposiciones; y edificios de oficinas que albergan ejecutivos y profesionales intensivos en viajes aéreos.

La Región Aeroportuaria es, por lo tanto, mucho más un concepto dinámico y prospectivo que un modelo estático y transversal, en el que gran parte del desarrollo existente refleja el crecimiento histórico del área aeroportuaria durante muchas décadas anteriores, algunas en el pasado lejano.

El desarrollo futuro será impulsado por una mayor integración global y la necesidad de una conectividad rápida.

Ambos serán habilitados y catalizados por la continua expansión de las rutas de aviación que operan como un Internet físico moviendo personas y productos rápidamente en todo el mundo, de manera análoga a la forma en que Internet digital mueve datos e información.

Una enorme región logística y de transporte, con dos pistas y dos terminales como eje central, y rodeado de empresas de mantenimiento y reparación de aeronaves, operadores de carga y de turismo, hoteles, restaurantes y centros comerciales.

Esa es finalmente la visión que tiene Antioquia con el Aeropuerto José María Córdova de Rionegro, y un territorio colindante pensado en el desarrollo de capacidades logísticas, manufactureras y de exportación.

Antioquia tiene una posición geográfica estratégica. Está en el centro del continente americano. Eso le da ventajas para acceder a otros continentes y a mercados internacionales; garantizar una gran eficiencia en el transporte de carga y de pasajeros, y abrirle las puertas para convertirse en un Hub de Transporte y Logística, es decir, en un Aeropuerto Distribuidor, con los consustanciales beneficios que eso le provee a la región para integrarse a otras cadenas globales de valor.

A ello se suma la potencialidad del capital humano y la capacidad de formación de técnicos, tecnólogos y profesionales para el sector.

El Macroproyecto cuenta hoy con el respaldo de 5 universidades que ya tienen oferta relacionada con formación profesional de Ingeniería Aeronáutica e Ingeniería Aeroespacial.

También figura un centro de instrucción aeronáutica, una escuela de aviación, programas de tecnologías en mantenimiento aeronáutico, formación técnica de partes, una tecnología en instrucción aeroportuaria y el Sena aporta una bodega en la zona franca para hacer prácticas.

Ese acumulado académico ha permitido que Antioquia cuente hoy con 800 profesionales en este sector: 450 ingenieros aeronáuticos, 200 tecnólogos en gerencia de aeropuertos y 150 en mantenimiento de aeronaves.

Estas capacidades no están en otros territorios. Cuando una empresa se quiere instalar cerca de un aeropuerto, pregunta primero por la gente y la capacidad formativa en el sector y esta potencialidad ya existe y se puede dinamizar exponencialmente.

Otro componente es la planificación territorial de los municipios impactados que deben tener lineamientos específicos para el uso del suelo y límite de alturas.

La primera fase inició con el estudio de Rionegro, Guarne y Marinilla, en especial los dos últimos que están en la revisión de largo plazo de sus planes.

Lo que sigue es llegar a los 23 municipios de Oriente y otros como Girardota, que tiene terrenos con injerencia en el Aeropuerto.

En otro capítulo está la conexión vial y los sistemas masivos de transporte de Oriente, que deberá articularse con el Sistema Metro. Allí se están identificando ya los proyectos viales existentes y las nuevas conexiones nacionales.

La expansión del Aeropuerto JMC es el último componente, incluida la Segunda Pista y la Segunda Terminal. La demanda se adelantó y hoy hay una necesidad inminente de la ampliación".

La Gobernación actual aspira a dejar formulado y estructurado el Plan Estratégico de la Región Aeroportuaria.

Entretanto, ya hay instituciones y empresas (Viva Air y Ultra Air ya tienen centros de operación) que se quieren instalar en el territorio, porque saben que el Aeropuerto El Dorado no tiene capacidad de soporte y quieren trasladar operaciones para Antioquia. Hay empresas como

A ello se le está sumando la estructuración de incentivos tributarios en los municipios, y el trabajo de la academia para formar talento con perfiles específicos, lo que implica crecer en programas de formación.

Cabe resaltar que la actualización del Plan Maestro del Aeropuerto tendrá 2 fases: Una valdrá \$2.000 millones, que serán aportados por la Gobernación; y una segunda, que costará \$4.000 millones, serán proveídos por la Aeronáutica Civil y la Alcaldía de Medellín.

La última versión de dicho Plan Maestro data de 2015, cuando la Aerocivil contrató los estudios de viabilidad para la Segunda Pista.

La actualización del Plan permitirá tener los diseños de la Segunda Pista y definir el Polígono que se necesita para poder adquirir las unidades inmobiliarias necesarias.

1.5. Coanda V – Innovación Aeronáutica Aburrá Sur

En la estrategia de la Región Aeroportuaria de Antioquia uno de los mayores aportes que el Aburrá Sur tiene previsto realizar se centran en el Desarrollo de Partes y Piezas (Tanto en las Aeronaves, como en la Plataforma Aeroportuaria), Formación de Talento Humano, y Proyectos Innovadores que mejoren la competitividad aeronáutica en general.

Una muestra clara de lo que se puede lograr en este último componente lo evidenció la Cámara de Comercio Aburrá Sur en el 2022 con el Proyecto de Innovación Colaborativa Aeronáutica denominado COANDA V.

Este prototipo tecnológico surgió en la región como resultado del **Programa Colinnova**, estrategia de innovación que promueve el desarrollo de apuestas productivas en las diferentes regiones del país, financiada por **Minciencias** en convenio con **Confecámaras** y operada y liderada en Antioquia por la **Cámara de Comercio Aburrá Sur**.

La iniciativa fue desarrollada por la alianza ganadora conformada por las compañías **Nediar S.A.S**, **Okicam S.A.S**, **Venturi Aerospace S.A.S**, **Map Geo S.A.S** y el **Clúster Aeroespacial Colombiano-Caescol**.

Este equipo del Sector Aeronáutico combinó capacidades para hacer realidad un EdTech para entrenamiento de personal en tierra que ejecuta procedimientos en el **“Diamante de Seguridad de las Aeronaves”**, integrando **Tecnologías B-learning y Realidad Virtual con Gamificación en entornos de Inmersión 360°**.

Según la Alianza el simulador crea experiencias de entrenamiento mixto, aportando así a la transformación de los aeropuertos en términos de productividad y seguridad aérea.

De acuerdo con la Organización de Aviación Civil Internacional – OACI, el factor humano en ground Handling es responsable del 90% de los accidentes que involucran daño a aeronaves o infraestructura.

A lo largo del proceso el **Grupo de Coanda** recibió de Colinnova un acompañamiento y asesoría en temas como gestión de la innovación colaborativa; diseño de soluciones; formulación de proyectos de Innovación Colaborativa, y la generación de conexiones de valor entre empresas y entidades de conocimiento.

En el marco de la estrategia Pactos por la Innovación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, la iniciativa también contó con un apoyo financiero de \$150 millones

“Sin lugar a dudas, la innovación colaborativa demuestra ser una importante estrategia para incrementar la competitividad de la industria aeroespacial en Antioquia, nos enseña que no debemos temer a compartir las ideas, pues el verdadero valor agregado de ellas está en el equipo de trabajo que las transforma en una realidad”, destacó Diego Alexander Muñoz Morales, Presidente Ejecutivo del Clúster Aeroespacial Colombiano, Caescol.

Por su parte, la Presidenta Ejecutiva de la Cámara, Lillyam Mesa Arango, *“este Programa ha logrado consolidar una apuestas significativas para seguir generando espacios y estrategias para el desarrollo empresarial de la región y acciones innovadoras que contribuyan a la recuperación empresarial del país”.*

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación en el marco de su estrategia Pactos por la Innovación, lanzó en el 2021 **Colinnova**, un programa que busca disminuir las brechas en los índices de innovación regional, fortalecer las cadenas de valor a través de la creación de soluciones y promover proyectos de innovación colaborativa.

Gracias a esta alianza entre Minciencias y Confecámaras, 135 empresas de 15 departamentos, entre ellas las de **Coanda V** en el **Aburrá Sur**, pudieron desarrollar capacidades en innovación, entablar conexiones con otros actores del ecosistema y mejorar los niveles de productividad y competitividad, haciendo de la innovación la base de la estrategia de negocios.

La Industria Aeroespacial ocupa un lugar importante en la economía mundial. Según la Revista Digital Aeronáutica, la IATA, en 2020 manifestó que para ese año se habían invertido 873.000 millones de dólares en transporte aéreo, lo que representaba el 1% del PIB mundial.

A pesar de ser un mercado que posee barreras de entrada en términos técnicos, tecnológicos, humanos y financieros, este sector representa un gran puntal de desarrollo para la economía mundial, dado que su cadena de valor permite desarrollar procesos de investigación, redes y clusterización en torno a productos y servicios que agregan gran valor en el sector real.

En nuestro país, según datos de la IATA, 600 mil trabajos son soportados por el Sector de Transporte Aéreo, contribuyendo con 7.5 billones de dólares al PIB, lo cual equivale al 2.7% del mismo.

Adicionalmente la ubicación geográfica de Colombia le permite posicionarse como un importante centro de transporte aéreo de carga y pasajeros.

Con 16 aeropuertos internacionales, 26 aerolíneas conectando al país de manera directa con 28 naciones; cerca de 300 mil pasajeros y 70 mil toneladas de carga mensuales en promedio, Colombia se posiciona actualmente como el tercer mayor mercado de la aviación comercial en América Latina y el Caribe.

Los principales indicadores aeronáuticos del país están enfocados en la operación de aeropuertos, en términos de carga y pasajeros, talleres de mantenimiento, reparación y revisión de componentes menores y mayores en algunos casos.

Las casas fabricantes de aviones coinciden en las importantes fortalezas del país. Sin embargo, destacan la importancia de avanzar en el cierre de brechas en formación de talento humano, certificación de compañías en estándares aeronáuticos, fortalecimiento institucional y aumento en la integración de las fuerzas vivas que hacen parte del Sistema Nacional de Innovación.

2. Transformación Digital

2.1. Centro de Transformación Digital Empresarial

La Cámara inició desde finales del 2019 y a lo largo de 2020, la estructuración de su propio modelo de **Centro de Transformación Digital Empresarial, CTDE**.

Este Centro quedó debidamente estructurado en el 2020 y a partir del 2021 comenzó a prestar servicios de asistencia técnica empresarial individual y confidencial para que las Mipymes del Aburrá Sur avanzaran en la Ruta de la Transformación Digital y aprovechen las nuevas oportunidades de estrategia de negocios que surgen gracias a la aparición de las tecnologías.

El propósito del CTDE del Aburrá Sur ha sido brindar a su comunidad empresarial servicios de Diagnóstico Digital, Rutas para la Transformación Digital, Potenciación de Competencias Digitales para la Transformación Empresarial, y Apoyo en la Implementación de Soluciones Digitales Empresariales. https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/articles-78552_archivo_pdf.pdf

La digitalización ha penetrado en muchas MiPyme, pero éstas, por sí mismas, no generan necesariamente una transformación efectiva ya que, en muchos casos, se realiza con requerimientos puramente operativos y sin responder a unos objetivos estratégicos, lo que provoca resultados parciales.

La Transformación Digital de una MiPyme requiere combinar los elementos tecnológicos (Digitalización del negocio) con otros de carácter estratégico y cultural (Habilitadores para la transformación) que también pueden ser adquiridos con la planificación, la capacitación y, sobre todo, la experimentación y la validación de prototipos.

Además, se requiere que las MiPyme identifiquen sus procesos críticos dentro de su cadena valor (Mapa de Procesos) para producir un círculo virtuoso que permita generar una transformación efectiva en todos los ámbitos de la MiPyme.

El Modelo de Diagnóstico y Acompañamiento del CTD del Aburrá Sur, acorde con lo antes descrito, ayuda a gestionar, direccionar y consolidar la Transformación Digital de los procesos que conforman la cadena de valor de las MiPymes de la región: Nivel de Digitalización (Negocio Digital) y los elementos de apoyo en los que se sustenta (Habilitadores para la Transformación Digital).

La relevancia de los datos y resultados que se obtienen en estos procesos de Diagnóstico determina el Mapa de Procesos que sirve de base para mejorar el nivel de Madurez de las Mipymes para su Plan de Transformación Digital.

La Estrategia de Transformación Digital recoge así la visión que tiene la MiPyme de las oportunidades que las tecnologías digitales pueden aportar al negocio, y se concreta en la definición de un Plan, un Portafolio de Proyectos y los Recursos necesarios para su desarrollo: Presupuesto, Personas, entre otros.

Especial atención merecen los nuevos modelos de negocio que suponen un cambio en la forma de concebir la empresa y la manera en la que genera diferentes ingresos gracias a la tecnología.

Ya estamos navegando en las convulsivas aguas de la era digital. Y mientras aprendemos a movernos adecuadamente en ellas, es urgente que logremos adaptarnos, actualizarlos y reinventarnos, con miras a garantizar que nuestras empresas y nuestros colaboradores sean capaces de interactuar competitiva y productivamente en este nuevo mundo.

2.2. Open Sur

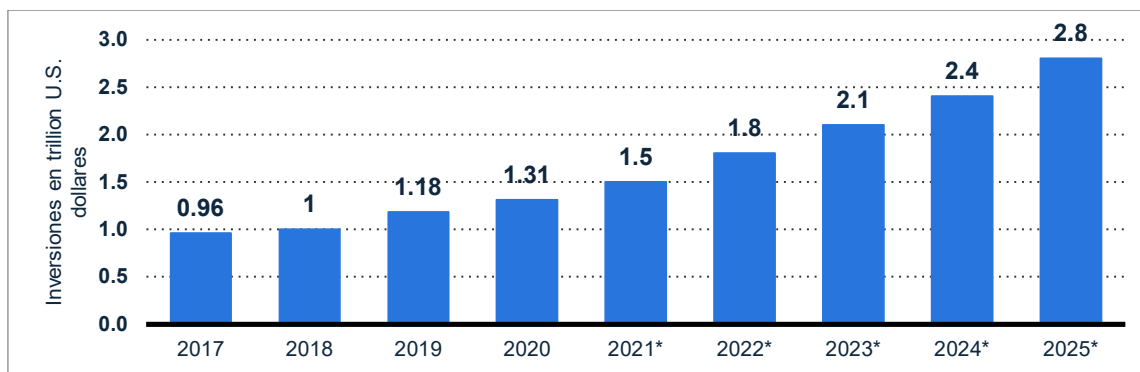
Además del esfuerzo institucional liderado por la Cámara a través de su CTD, la entidad también avanzó en el 2022 en el proceso de estructuración de una apuesta regional orientada a la creación de un **Eje Digital (Ruta Sur) a partir del cual se puedan articular estratégicamente las acciones Público-Privadas, Gremiales y Académicas de los 5 municipios en relación con el Hecho Metropolitano del Valle del Software.**

Cabe resaltar que la necesidad inaplazable de apropiar y usar tecnologías digitales en forma más acelerada ha creado una oportunidad de mercado de grandes proporciones para los emprendimientos y las empresas que le apuestan a brindar soluciones para la Transformación Digital del Sector Empresarial.

Estimaciones de la firma Statista pronostican que las inversiones globales de la Transformación Digital para 2025 podrían llegar a los 2.8 Trillones de dólares.

En 2020 fue uno de los sectores que logró crecer, pese a la pandemia, pasando de 1.18 a 1.31 Trillones de dólares.

Gráfico 20: Inversiones Sector Digital 2017-2025

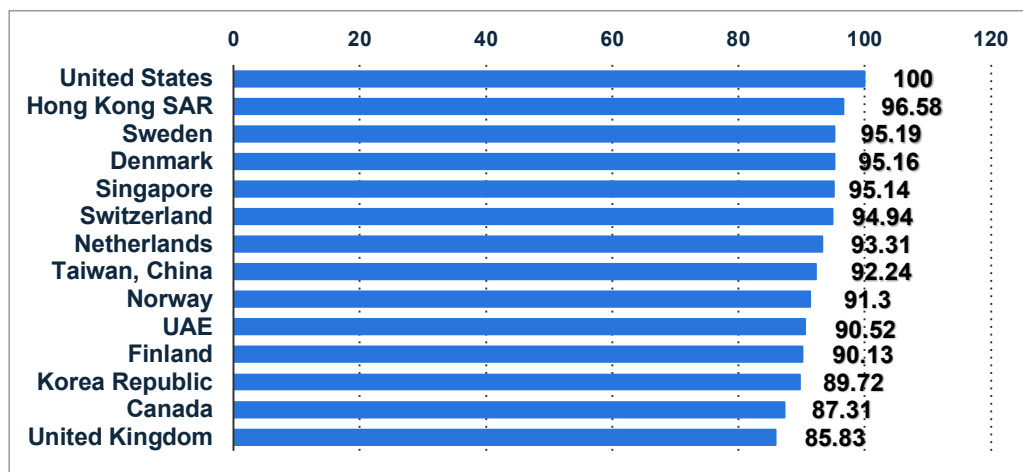


Según el Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial, a partir de 2021, Estados Unidos se clasificó como el país más competitivo digitalmente del mundo.

Las clasificaciones de competitividad digital tienen como objetivo analizar la capacidad de un país para adoptar tecnologías digitales e implementar las mismas en empresas y organizaciones gubernamentales.

Si se evalúa que en el Estudio Estados Unidos fue el país número uno con un puntaje total de 100, el reto para la economía colombiana es más que titánico, ya que nuestro país se ubicó en el Puesto 59 sobre 63 evaluados y el puntaje fue de 45,4; solo por encima de Suráfrica, Argentina, Mongolia y Botsuana.

Gráfico 21: Ranking de Competitividad Digital 2021



Desde una perspectiva regional el trabajo ***“Caracterización de las Empresas de Negocios Digitales de Medellín y el Valle de Aburrá” (2020)***, realizado por Intersoftware, el Clúster Negocios Digitales, y las Cámaras de Comercio de Medellín y Aburrá Sur, **se identificaron 5.989 empresas relacionadas con actividades económicas de base digital que generan más de 82 mil empleos, de las cuales el 15,64% están ubicadas en Aburrá Sur.**

También se caracterizó el tamaño de dichas empresas arrojando que el 88,7% son Microempresarios, el 9,4% Pequeñas Empresas, el 1,5% Medianas Empresas, y el 0,4% restante Grandes.

Entre sus conclusiones el Estudio destacó 3 prioritarias a manera de retos estratégicos para las instituciones de la región:

1. “Cerrar el déficit de personas capacitadas para el área de operaciones.”
2. “Mayor relacionamiento con otros productores locales para el aprovechamiento de oportunidades y de negocios potenciales.”
3. “Apertura de mercados nacionales e internacionales, y, en esta medida, mayores esfuerzos en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.”

Lo anterior fue lo que llevó a la Cámara de Comercio Aburrá Sur a aliarse con las empresas anclas Isobar Chef Company e Intergrupo, con el fin de formular el Programa que será lanzado oficialmente en el 2023 bajo la denominación de OPEN SUR.

La iniciativa está compuesta por 4 Líneas de Trabajo que apuestan por la dinamización de la apropiación digital del territorio como un conjunto integral.

Desde las empresas (contempla tanto el Impulso al sector digital como el apoyo en la transformación de los sectores tradicionales); **desde las personas** (Formación de Talento Humano); **desde los territorios** (Smart City), y **desde la articulación de todos como un poderoso Ecosistema** con grandes oportunidades de consolidación como Hub Digital.

En el corto plazo OPEN SUR liderará un **mecanismo de Innovación Abierta** que le permita canalizar oportunidades de crecimiento del sector, creando beneficios económicos para todos los actores relacionados; cerrando la brecha entre los actores claves de la formación del territorio con las necesidades puntuales del Sector Digital, y propiciando oportunidades de empleo joven y de calidad en los municipios del Aburrá Sur.

En el largo plazo la iniciativa tiene previsto consolidar el **Ecosistema de Transformación Digital de los 5 municipios del Sur del Valle de Aburrá**, propendiendo así por la consolidación de una Región digital a través de la **Estrategia de Smart City**, convirtiéndola en un polo de desarrollo de nuevas industrias, empleos, calidad de vida y oportunidades en el proceso de reconversión industrial que reclaman las industrias del planeta.

2.3. Hub de Innovación SENA-CCAS

Un Hub de Innovación es un espacio en el que startups, emprendedores y emprendedores y estudiantes se unen para fomentar el aprendizaje, el trabajo colaborativo y la co-creación, con el fin de dar respuesta a retos o desafíos que se van planteando.

De esta forma, las empresas generan ecosistemas y exploran oportunidades de negocio mediante la creación de estos espacios de networking.

Un Hub va mucho más allá de un espacio físico para el coworking con despachos y servicios compartidos, que también los tiene.

En un Hub de Innovación se ponen en marcha ecosistemas que fomentan iniciativas y que son potenciales generadores de negocio.

Los Hubs de Innovación se sustentan también en el aprendizaje continuo con contenido (Cursos, Conferencias, Seminarios, Talleres, etc), planteamientos de retos, bootcamps, y brainstormings, entre otros.

Consecuente con la trascendencia de este Modelo y teniendo en cuenta que este Pilar Estratégico era clave para desarrollar la Estrategia Digital, Emprendedora e Innovadora del Aburrá Sur, la Cámara aprovechó la disponibilidad de su nueva Sede Institucional en Sabaneta (inaugurada el 15 de Diciembre del 2022) para plantearle al SENA Nacional una potencial alianza para configurar el Segundo Hub de Innovación de Antioquia en este lugar.

El primero fue inaugurado en Septiembre del 2021 en Medellín, en el denominado Distrito del Perpetuo Socorro.

Este proceso de alianza se inició el 11 de Mayo del 2022, cuando la Cámara le propuso al entonces Director Nacional del SENA, Carlos Mario Estrada Molina, unir esfuerzos para instalar este Hub en la Sede Institucional de Sabaneta.

La propuesta de la Cámara consistía en aprovechar su infraestructura física y tecnológica para el proyecto, al igual que el talento humano y toda su capacidad relacional, comunicacional y logística para consolidar en Sabaneta una propuesta de apoyo cercana, pertinente y estratégicamente descentralizada para gestionar la Industria 4.0 en el Aburrá Sur.

En contraprestación el SENA aportaría equipos, asesores, metodologías y capacidad logística y relacional, con el fin de poder beneficiar a emprendedores, empresarios, creadores, aprendices, instructores y comunidad en general, a través de la apropiación e implementación de las nuevas tecnologías.

La iniciativa obtuvo un buen recibo por parte del SENA. Es así como, por instrucciones de la Dirección Central, y en cabeza de su Director Regional de ese entonces, Juan Felipe Rendón Ochoa, se acordó realizar en el Aburrá Sur unas experiencias piloto con diversos grupos empresariales, con el fin de validar el alcance del proyecto.

En total se realizaron 3 ejercicios con igual número de grupos empresariales (50 en total), los cuales arrojaron un resultado positivo.

Con el cambio de gobierno la Cámara reiteró la iniciativa, para lo cual remitió la misma al nuevo Director Nacional del SENA, Jorge Eduardo Londoño Ulloa, el 21 de Octubre de 2022.

Su respuesta se produjo el 25 de Octubre confirmando que la propuesta había sido transferida a la Dirección Administrativa y Financiera Nacional del SENA para su respectivo trámite y evaluación.

Días después la Dirección Regional del SENA Antioquia, en cabeza de Elkin Darío Tobón Montoya, en calidad de Director Encargado, confirmó la delegación del nivel nacional para avanzar en la Factibilidad y Estudios Previos de la potencial alianza.

Una reunión de acercamiento directo del equipo regional del SENA, en cabeza del doctor Tobón Montoya, y del Director del Hub de Innovación de Medellín, Hugo Fernando Ripoll de la Barrera, y una visita de reconocimiento técnico y logístico a las instalaciones, produjo una respuesta positiva a la solicitud de alianza con la Cámara.

Así lo reportó el Director Regional Encargado el 22 de Noviembre en comunicación, vía Email, acompañada de un **Primer Borrador de Adecuación Física y la definición de Areas de Servicio Tecnológico en los Pisos 2 (Activación + WeWork), 3 (Ocio Productivo + Innovalab), y 5 (Co-In-Nexión + Coworking Empresarial)** de la nueva Sede Institucional de la Cámara en el Municipio de Sabaneta.

Los objetivos de dichos espacios, de acuerdo con los enfoques misionales de ambas entidades, serían:

1. Generar escenarios de relacionamiento, sensibilización y reconocimiento de las tecnologías de la industria 4.0 para abordar los retos y cambios del entorno productivo y social

2. Transferir conocimientos para la adquisición de habilidades en metodologías ágiles de innovación, tecnologías de la Cuarta Revolución Industrial e industrias creativas que den respuesta a las necesidades del entorno

3. Promover el desarrollo de iniciativas tecnológicas de los usuarios a través de los procesos de ideación, planeación prototipado y validación

Cabe resaltar que este primer borrador del SENA contemplaba unos aportes básicos de ambas instituciones en los siguientes términos:

1. Aportes SENA: Equipo humano técnico conformado por: Articuladores de ideación, articuladores tecnológicos e instructores de formación.

Equipo administrativo conformado por: Dinamizador de la Estrategia, Apoyo de Comunicaciones, Apoyo para el Area Documental y Relacionamento con los Usuarios.

Equipos básicos para el desarrollo de talleres tecnológicos y de innovación: Impresora 3D, Gafas de realidad Virtual, Tablets, estaciones de trabajo.

Materiales para el desarrollo de Talleres de Ideación y Tecnológicos y acompañamiento técnico para el desarrollo de Proyectos 4.0

2. Aportes Cámara: Infraestructura física y mobiliario para los espacios donde se generará la oferta de servicios conjunta.

Servicios generales de aseo, vigilancia del edificio, mantenimiento y servicios públicos.

Conectividad a internet.

Complemento a dotación tecnológica necesaria que se identificará posterior a la aprobación de la presente propuesta.

Entre los equipos contemplados se encuentran pantallas de proyección y otros equipos tecnológicos básicos para complementar los que aportaría el SENA, los cuales se definirían posterior a la aprobación y caracterización de la ruta.

Finalmente se dejó en curso el diseño de una Hoja de Ruta para avanzar en la implementación de la Alianza, así:

1. Caracterización de ruta y servicios por cada espacio
2. Definir Arquetipos (Empresarios, Emprendedores, Estudiantes)
3. Definición de portafolio de servicios
4. Definición de equipamiento tecnológico y técnico
5. Definición final de aportes de los actores convenientes.
6. Dotación de Equipamiento y Mobiliario
7. Elaboración de Cronograma de puesta en marcha
8. Proyección de Documento de Formalización
9. Inicio de Operaciones

Un total de 7 directivos de la Cámara con todo el equipo técnico del Hub de Innovación del SENA, adelantaron a comienzos de Diciembre del 2022 una sesión plenaria para ejecutar el Punto 1 de la Hoja de Ruta (Caracterización de ruta y servicios por cada espacio).

Los resultados de este ejercicio servirán de insumo para el diseño de la Propuesta de Convenio que se tiene previsto suscribir entre las partes a comienzos del 2023.

El objetivo es que este Hub de Innovación se convierta en epicentro de la Economía Digital del Aburrá Sur.

Para ello se tiene previsto desplegar un espectro de servicios y alianzas que ayuden a construir capacidades desde la Alfabetización Digital y el Emprendimiento, hasta la consolidación de una innovación abierta y colaborativa que genere encadenamientos productivos, asociatividad y empleos, así como la incubación de negocios y mejoras empresariales.

2.4. Articulación a Valle del Software

A partir del 2020 comenzaron a materializarse en el Valle de Aburrá varios proyectos estratégicos que aportan al desarrollo de la Transformación Digital y la Economía Naranja de la región: **Valle del Software y las Areas de Desarrollo Naranja, ADN, el primero impulsado por el Municipio de Medellín y el segundo por el Area Metropolitana del Valle de Aburrá, AMVA, el Mincit y el Mincultura.**

El Valle del Software es una estrategia de desarrollo económico (Y territorialmente un Hecho Metropolitano del Valle de Aburrá) para gestionar a partir de la educación, la ciencia, la tecnología, la innovación y el emprendimiento nuevas oportunidades para focalizar y potenciar la economía de la ciudad y la región metropolitana en general.

De la misma manera que el Metro fue en su momento un hito de ciudad, que además del transporte transformó el urbanismo y nuestra cultura, la propuesta del Valle de Software es una oportunidad para contar con un nuevo propósito común que nos reúna en torno a los retos y desafíos como Ciudad-Región.

Desarrollar esta estrategia metropolitana implica retos tales como: Lograr un real incremento de la productividad de la industria existente, generar miles de empleos bien remunerados; desarrollar una Industria 4.0 para especializar y focalizar nuevas y renovadoras iniciativas de clase mundial, y gestionar los primeros pilotos de un nuevo concepto de Ciudad-Región enmarcado en los llamados Territorios Inteligentes.

Poner en marcha el Valle del Software requiere movilizar la ciudad (y a la región metropolitana en general) y a sus actores más representativos para trabajar desde diversos ángulos en la formación del talento humano necesario; en la incorporación de la Cultura Digital en los ciudadanos y en las organizaciones; y en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la Innovación, CTI, como motor del desarrollo, así como en una serie de adecuaciones legales y de infraestructura que viabilicen a la nueva industria.

El punto de confluencia de todas estas iniciativas es lograr el incremento de la competitividad de nuestra industria alrededor de la llamada Transformación Digital de nuestras empresas y del desarrollo de nuevos negocios en la Industria 4.0.

La Formación del Talento Humano requiere de una transformación educativa a todos los niveles. En la educación básica y media es necesario incentivar la formación para la ciencia, la tecnología, las ingenierías y las matemáticas (STEM) y el impulso de la formación media técnica de nuestros bachilleres, especialmente en áreas relacionadas con tecnologías de la información, TI.

Así mismo se requiere de la formación masiva de programadores apoyados en los programas de técnicos por competencias que impulsa el SENA.

En la educación no formal, que hoy cobra tanta fuerza, es necesario el aprovechamiento de iniciativas tales como las especializaciones en desarrollo de software, inteligencia artificial y ciencia de los datos que ofrecen las plataformas internacionales; el entrenamiento masivo de jóvenes de 10º y 11º y de los primeros semestres de universidad en programación usando modalidades como los Bootcamp; la financiación masiva de los profesionales en TI y en reas afines, en certificaciones en temas como seguridad informática, comunicaciones, calidad de software, etc.

La IES, por su parte, deben enfocarse en ofrecer una serie de especializaciones en áreas como inteligencia de negocios, analítica de datos, ciencia de los datos e inteligencia artificial, todas las cuales van en la misma dirección de la 4.0.

Todas estas iniciativas deberán ir de la mano con la generación de empleo en articulación con Clúster TIC, Intersoftware, la industria de T.I. de la ciudad y la Mesa de Talento que lidera el Comité Universidad-Empresa-Estado, CUEE, Metropolitano.

La incorporación de la Cultura Digital en los ciudadanos, en la educación y en las organizaciones requiere de una transformación cultural en varios escenarios.

A nivel ciudadano aparece la necesidad de desarrollar debates en torno al impacto de las TIC en la sociedad, en temas como el manejo de la privacidad, el ejercicio de la democracia, las implicaciones éticas del uso de las nuevas tecnologías, sus oportunidades y amenazas.

A nivel empresarial se requiere abordar iniciativas que permitan la Transformación de la Cultura Organizacional y Empresarial del Valle de Aburrá como condición para sacar mejor provecho de la Transformación Digital.

El Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) requiere pasar en los próximos años del estado de activación temprana en que se encuentra a un estado de consolidación.

Sin embargo, el Sistema de CTI existente requiere todavía de una mayor articulación de sus actores (no sólo en Medellín, sino a nivel Metropolitano) para mejorar el impacto.

Los emprendimientos generados en los últimos no son lo suficientemente atractivos para que el capital de la región se quede en la ciudad y todavía hay mucho por hacer transformación digital e incremento de la productividad de nuestra industria.

En esa medida, como articulador del Ecosistema de CTI, Ruta N está llamado a fortalecer la interacción con los actores de la región.

En su Junta Directiva tengan mayor cabida representantes de la industria de TI, de las Pymes, de las startups y mayor vinculación de la academia y que el Programa de Landing que desarrolla contemple también mecanismos de cooperación entre empresas internacionales y locales.

Para mejorar la calidad del Ecosistema de Startups y de nuestros emprendimientos se requiere, además, focalizar el accionar de cada actor del ecosistema (Créame, Tecnova, Parque-E, IES, etc.) y que su labor se centre fundamentalmente en el emprendedor.

Urge también desarrollar un Programa Competitivo de Mentorías internacionales de talla mundial, así como un programa ambicioso de Compras Públicas y Privadas en Tecnología desde nuestros emprendimientos por parte de instituciones ancla locales.

Para incrementar la productividad de la industria local se hace necesario fomentar la Integración empresarial y organizacional y desarrollar con mayor intensidad programas de adopción tecnológica en las compañías existentes.

Así mismo, es necesario acelerar el esfuerzo de creación y atracción de empresas de base tecnológica como soporte de la Industria 4.0., en el que los fondos existentes como Emprender, iniciativa adscrita al SENA, pueden jugar un papel relevante.

Todas estas apuestas en simultánea deberán ir de la mano con las dinámicas de ciudad que existen de tiempo atrás tales como los Clúster, los Observatorios, los Proyectos Estratégicos y el Comité Universidad-Empresa-Estado, entre otros.

Otro requisito imprescindible para mejorar la calidad de los emprendimientos de Medellín y de la región es conectarlos con la Investigación Aplicada en TIC en áreas de punta.

Se hace necesario entonces contar un Centro de Investigación con un programa de I+D enfocado en las problemáticas de Ciudad-Región, cuyos proyectos tengan como fin generar prototipos de productos y servicios con potencial en el mercado mundial.

Esta será una oportunidad para aprovechar y ampliar el potencial existente de investigadores experimentados de nuestras universidades y un campo expedito para la formación de estudiantes de maestría/doctorado que luego se vinculen a la industria.

Como ejemplos de iniciativas de ciudad que se pueden retomar en el concepto de Territorios Inteligentes figuran: Continuación y fortalecimiento del Proyecto Metadata (Datos Abiertos de Medellín), y acelerar y ampliar Programa de Gobierno Digital (Transparencia, Cero Papel y Simplificación de Trámites en la administración pública).

La lista incluye, igualmente, los Pilotos Inteligentes en Seguridad, Movilidad y Medio Ambiente; redimensionar y retomar el proyecto Meta-Repositorio en Salud de Medellín (Interoperabilidad de datos entre actores y servidores del sistema de salud), entre otros.

Desde el punto de vista de las adecuaciones legales y de infraestructura que se requieren, la Creación del Distrito Especial de CTI es una posibilidad de dotar con facultades, instrumentos y recursos que le permitan a la ciudad y a la región en general promover el desarrollo integral del territorio a partir de los avances en Ciencia, Tecnología e Innovación.

Para consolidar estas iniciativas se requiere como soporte vital: El crecimiento y sostenibilidad de las 296 Zonas Wifi gratuitas instaladas en las 16 comunas y 5 corregimientos de la ciudad de Medellín (Un propósito que debe liderar el AMVA en el resto del Valle de Aburrá), y mejorar la disponibilidad de banda ancha sobre todo el territorio metropolitano.

A ello debe sumarse la Creación de la Secretaría de Economía Digital para liderar procesos de incorporación de la economía digital a nivel gubernamental y privado, así como la creación de la Empresa de Información Pública de Medellín, que además de absorber a la ESU hará parte de la nueva visión de negocios que se puede liderar desde EPM.

Sin duda todo esto deberá contar con el respaldo y acompañamiento del Centro para la Cuarta Revolución Industrial para Medellín y América Latina, iniciativa de la administración anterior que surge del acuerdo con la Presidencia de la República (Ruta N, Alcaldía, MinCIT).

Sus focos de acción estratégicos se enfocan hoy en articular esfuerzos de diferentes actores que viabilicen la Industria 4.0; estructurar soluciones a través de proyectos y pilotos, y generar cultura y sensibilización en el conjunto de la sociedad.

Este Centro es una gran oportunidad de ciudad y para el Valle de Aburrá, para ser referentes regionales en el desarrollo de la Industria 4.0.

2.5. Avanzan los ADN en el Aburrá Sur

Al megaproyecto y Hecho Metropolitano del Valle del Software se suman las no menos importantes Areas de Desarrollo Naranja, ADN, del Aburrá Sur.

Estas últimas son espacios geográficos que se delimitan y reconocen mediante decisiones administrativas de la entidad territorial o instrumentos de ordenamiento territorial.

Su propósito es integrar a artistas, creadores, emprendedores, infraestructuras y equipamientos culturales, con el propósito de consolidar los procesos de creación, producción, circulación, distribución y acceso a las manifestaciones, bienes y servicios culturales y creativos.

Las ADN fortalecen y recuperan el tejido social y económico de los territorios basadas en principios sostenibles, generan empleo creativo y valor agregado, e integran la identidad, el patrimonio, la vocación y dinámicas culturales de las ciudades con otros ámbitos, sectores y mercados del municipio, la región, el país y el mundo.

La normativa relacionada con la implementación de las ADN se encuentra en el Artículo 179 de la Ley 1955 de 2019 (Plan Nacional de Desarrollo) y en su Decreto Reglamentario 697 del 2 de Mayo de 2020.

En el caso específico del Aburrá Sur en la vigencia del 2021 se continuaron adelantando los procesos de materialización de dos (2) iniciativas de ADN en los Municipios de Envigado e Itagüí con el apoyo del Area Metropolitana del Valle de Aburrá, el Mincit, el Mincultura, y la Cámara de Comercio Aburrá Sur, entre otras instituciones.

En el caso del Municipio de Envigado la iniciativa se centra en la definición de las capacidades y potencialidades de cuatro (4) Polígonos: Tecno-Cultural, de Conexión, de Innovación, Cultura, Turismo y Creatividad, y de Proyección Turística Creativa.

Por su parte, el Municipio de Itagüí, con el apoyo de entidades como el AMVA, la Cámara de Comercio Aburrá Sur y Fenalco Antioquia, entre otras, viene impulsando la ADN Naranja Vía Distrito de La Moda – Economía Creativa.

El ADN Moda Itagüí es un proceso de transformación social, urbana, económica y cultural que busca convertir a Itagüí en un polo de desarrollo de la moda, involucrando a toda la sociedad, la industria, el comercio y las instituciones público-privadas en un proceso de crecimiento económico, social, turístico y de la economía creativa local.

El Polígono de Actuación de la ADN de Itagüí incluye el Sector de la Vía de la Moda, y el Parque de las Chimeneas. El Área de Intervención se encuentra entre las Calles 83 hasta la 77, y entre las Carreras 52A y 52D, en la Comuna 4 del Municipio.

Este último se distribuye así: A. 26.83 Ha del Corredor de la Vía de la Moda. B. 2.21 Ha de Zona Gastronómica y Parque Simón Bolívar. C. 7.68 Ha de Reserva Forestal.

2.5.1. ADN Envigado

A finales del 2020 fue inaugurado formalmente el ‘ADN Valle de la Innovación’ de Envigado, un área de 25.1 hectáreas que busca posicionar a la ciudad como centro de la innovación, la tecnología y las actividades multimedia.

En esta inauguración también participó el Concejo Municipal de Envigado, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, Prosur, Acopi, las Cajas de Compensación Comfenalco, Comfama, Fenalco, Intergremial, la Corporación Otraparte y otros entes descentralizados de Envigado.

En Envigado existen 1.509 empresas de industrias creativas, culturales y de innovación. Gastronomía, Artes Plásticas, Turismo, Patrimonio, Música, Audiovisuales, Diseño, Educación y Software son algunas de las vocaciones que estarán en el circuito del ADN.

En su Plan de Desarrollo Municipal “Juntos Sumamos por Envigado” 2020 – 2023, Envigado tiene clara una apuesta por un futuro sostenible a través del potencial de las industrias culturales y creativas como eje del desarrollo, la integración social y dinamizador de las expresiones artísticas que promueven la identidad de los territorios.

El ADN busca potenciar el Ecosistema Creativo y la transmisión del conocimiento a partir de la generación de ideas con un enfoque productivo y empresarial.

Para tal fin, desde el 2021 Envigado lideró varias alianzas estratégicas para la creación de nodos de emprendimientos culturales, seminarios, cafés naranjas y la articulación con iniciativas nacionales, departamentales y metropolitanas como el ‘Valle del software’, Ruta N de Medellín, el Centro de Innovación y Desarrollo que fortalece la cultura digital y la Escuela Superior de Artes Débora Arango como escenario de formación en distintas disciplinas artísticas.

2.5.2. ADN Itagüí

En el mes de Noviembre del 2021 el Municipio de Itagüí se convirtió en la primera ciudad de Colombia en tener un Área de Desarrollo Naranja – ADN - con un enfoque económico y sostenible, integrando a diseñadores, confeccionistas, emprendedores y artistas, a infraestructuras y equipamientos culturales que potencian el desarrollo económico de este municipio.

En un evento realizado en el sector de la Vía de la Moda, en el Centro Comercial La Torre, se firmó oficialmente la creación del Área de Desarrollo Naranja Sistema Moda de Itagüí.

Esta área, ubicada sobre la avenida Santa María, priorizando 24,9 hectáreas, aplicará beneficios tributarios contemplados en la Ley 1955 de 2019 (Plan Nacional de Desarrollo) para los actores asociados a la industria textil.

La propuesta incluye alrededor de 26 códigos CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). Entre ellos se destaca la Confección, el Diseño de Modas, la Hotelería, el Turismo Cultural y la Gastronomía como actividades que generarán dinamismo a la economía creativa de este Municipio del Sur del Valle de Aburrá.

Cabe resaltar que el Sector Textil ha caracterizado a esta municipalidad como el Epicentro de la Industria de la Moda y la Confección en Colombia.

Con esta dinámica, las viviendas que rodean al tradicional Centro de la Moda se han convertido en talleres de innovación y desarrollo para la localidad.

Estos actores visualizan hoy el ADN como una opción objetiva que les permitirá ser más competitivos, proyectar más exportaciones y generar más empleo.

Con el fin de avanzar en la Estructuración del Sector y su proyección futura, en el segundo semestre del 2022 la Cámara de Comercio Aburrá Sur realizó una Caracterización del ADN y de la Vía de la Moda en general.

Los resultados fueron socializados con el Municipio y serán de vital importancia para el diseño de la Estrategia de Ocupación, Modernización e Innovación del Sector.

2.6. Jóvenes CreaTivos, talento digital

Con el fin de impulsar la educación, el trabajo y el emprendimiento en jóvenes en condición de vulnerabilidad, Sofka Technologies, compañía colombiana de soluciones en transformación digital, y la Fundación ROFÉ, entidad sin ánimo de lucro cuya misión yace en combatir la pobreza y la desigualdad, lanzaron en el 2022 una nueva cohorte, con 110 jóvenes dispuestos a ingresar al mundo de la industria del software en Colombia.

En esta vigencia el Programa contó con el respaldo de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, al igual que del Municipio de Envigado (Su Tercera Cohorte), en cabeza de su Alcalde, Braulio Espinosa Márquez; la Gestora Social Erica Sierra Quiroga; el Secretario de Educación, Juan Gabriel Vélez Manco, y la Directora del CEFIT, Juliana Valderrama Giraldo.

La Fundación ROFÉ - Toca una Vida es una organización sin ánimo de lucro cuya misión es trabajar por el desarrollo sostenible de Colombia al impulsar iniciativas y emprendimientos con alto impacto social.

Los nuevos beneficiarios del Programa son jóvenes estudiantes de los grados décimo y once de las diferentes instituciones de educación pública de Envigado.

Desde sus inicios en 2019, el **Programa Jóvenes CreaTivos** viene apoyando a jóvenes de los grados décimo y once, a través de una capacitación continua; fortaleciendo diferentes habilidades necesarias para enfrentar con conocimientos y aprendizajes el mundo laboral.

Además cualifica en ellos destrezas que les ayudan a tener oportunidades para la vida y lograr sus objetivos personales, en un entorno social cada vez más complejo y con altas necesidades y exigencias, en el que el desarrollo de software se ha convertido en una herramienta esencial para alcanzar sus metas.

En 2018 el *Banco Económico Mundial* expresó en su reporte Futuro de los Trabajos, que entre las principales claves para el crecimiento económico de Latinoamérica y el Caribe figura el desarrollo de aplicaciones y análisis de software.

El Programa Jóvenes CreaTivos integra el conocimiento y la formación en 3 áreas particulares: **Habilidades Esenciales** (Liderazgo, Trabajo en Equipo, Resolución de Conflictos y Comunicación); **Habilidades Emprendedoras** (Ideación, Validación y Expansión del Proyecto de Negocio) y, **Formación en Desarrollo de Software** (Preparación orientada a las principales tendencias de la 4.0 con una capacitación enfocada en Programación).

El **Programa de Becas Jóvenes CreaTivos** estuvo dirigido a estudiantes de Grado 10 y 11 de las Instituciones Educativas oficiales de Envigado.

Se realizó los Sábados, entre las 8:00a.m. y las 12:00 m, durante 7 meses, y todos los jóvenes beneficiarios fueron becados por los patrocinadores del Programa.

Jóvenes CreaTivos brindó en la vigencia del 2022 un total de 110 horas en formación teórico-práctica en desarrollo de aplicaciones; 20 horas en formación de habilidades esenciales, y 20 horas en formación de habilidades de emprendimiento.

Se destaca, igualmente, la potencial vinculación laboral para un número determinado de estudiantes que sobresalgan por su desempeño durante el Programa.

La Beca incluye todo el proceso de formación, Kit de Estudio, Visitas Pedagógicas, Auxilios (Transporte, Alimentación, Conectividad), y el Certificado de Participación.

2.7. Mesa de Software y T.I

En pleno confinamiento y con la idea de avanzar en los procesos de Caracterización Sectorial de la Industria de Software y las Tecnologías de la Información en la región metropolitana, se creó una **Alianza entre Intersoftware, el Clúster de Negocios Digitales, y las Cámaras de Comercio de Medellín y Aburrá Sur**.

Con base en los resultados del Estudio las entidades de la Alianza conformamos la Mesa de Software y T.I., con el fin de avanzar en el diseño de una agenda para generar insumos para las políticas y programas, tanto públicos, como privados, que permitan fortalecer el ecosistema empresarial del sector.

3. Economía Circular – Bioeconomía y Diversificación Productiva

Aproximadamente el 75% de los materiales utilizados en la producción no terminan en los productos vendidos en el planeta, y el 80% de los productos fabricados se convierten en residuos después de un uso o durante los siguientes 6 meses después de ser manufacturados.

Datos como éstos son los que hoy invitan a poner fin al modelo lineal de extraer, fabricar, usar y tirar, que se ha convertido en una presión insostenible sobre los recursos naturales, en una volatilidad de precios, en la degradación de ecosistemas y en la pérdida sustancial de capital natural.

Esto es aún más urgente si tenemos en cuenta que bajo un entorno de competitividad y globalización avasallante; de una desaceleración económica sin cuartel, y de un mundo empresarial que se reta y se confronta, día tras día, el empresariado viene buscando alternativas para lograr mayor productividad, en muchos casos, sin importar la demanda de recursos.

Esa extracción desaforada e irresponsable de los recursos y la forma cómo se emplean y desechan es lo que hoy determina esencialmente las emisiones de gases de efecto invernadero, condicionando cada vez más la sostenibilidad y la capacidad para absorberlos por parte de los suelos, los bosques y los océanos.

En ese escenario, bastante complejo y lleno de turbulencias e imprevistos, urge la necesidad de permanecer y crecer incorporando en los modelos de negocio los **Nuevos Esquemas de Economía Circular**, como una estrategia de desarrollo sostenible que aporte al cuidado de los recursos naturales.

La Estrategia Nacional de Economía Circular pretende aumentar significativamente la tasa de reciclaje y utilización de residuos, que hoy se encuentra en el 8,7%, para que ascienda en el año 2030 al 17,9%.

A 2022 el país espera que el porcentaje de residuos sólidos efectivamente aprovechados pase del 17 al 30%.

Además, se estima un aumento del número de toneladas de residuos peligrosos y especiales sometidos a gestión pos-consumo, pasando de 218.427 a 565.995 toneladas efectivamente aprovechadas al año 2022.

El potencial se mide en que el país podría ahorrar hasta 11.700 millones de dólares anuales en materiales y, además, generar oportunidades de negocios.

La estrategia busca promover el emprendimiento, la generación de valor agregado y la atracción de la inversión como resultado de nuevas formas de producción, consumo y aprovechamiento de desechos

Con esta acción combinada se busca aumentar la productividad de los recursos a través de una eficiencia mejorada; reducir los desperdicios a través de medidas como el reuso, el reciclaje y la remanufactura; contrarrestar el despilfarro energético; garantizar un acceso más equitativo a los recursos, y mitigar las emisiones de Efecto Invernadero.

La **Economía Circular** destierra el concepto de **Basura**, es reparadora y regenerativa, y pretende conseguir que los productos, componentes y recursos en general mantengan su utilidad y valor en todo momento.

Como lo explica el Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales, CNPMLTA, *“la meta no es minimizar el flujo de la cuna a la tumba de los materiales, sino generar un metabolismo cíclico de la cuna a la cuna, de modo que los materiales mantengan su estatus de recursos”*.

Esta estrategia permite reordenar el pensamiento y entender desde el escenario empresarial que los residuos son recursos y fuente de subproductos; que hay que diseñar eliminando residuos, y que sus procesos deben comenzar a sustentarse en otras fuentes de energía.

El reto de la estrategia consiste en transitar de una Economía “Lineal” a una “Circular”, consumiendo menos materias primas, lo que requiere optimizar los procesos productivos; alargar la vida útil de productos y materiales; y minimizar la generación, así como gestionar y aprovechar mejor los residuos.

Sin duda alguna la **Economía Circular** ha venido para quedarse, y está cobrando impulso a través de políticas públicas, el acogimiento por parte del sector privado y de los esfuerzos de los ecologistas, lo cual permite vislumbrar un mundo con mayores oportunidades y mejor calidad de vida.

La Economía Circular proporciona múltiples mecanismos de creación de valor no vinculados al consumo de recursos finitos, y para ello se basa en 3 principios clave, cada uno de los cuales aborda varios de los retos en términos de recursos y del sistema a los que han de hacer frente las economías industriales.

1. Preservar y mejorar el capital natural: Controlando existencias finitas y equilibrando los flujos de recursos renovables: Todo comienza desmaterializando la utilidad: proporcionando utilidad de forma virtual, siempre que sea posible.

Cuando se necesiten recursos, el **sistema circular** selecciona sabiamente y elige las tecnologías y procesos que empleen recursos renovables o que tengan mejores resultados, siempre esto sea factible.

Además, una economía circular mejora el capital natural potenciando el flujo de nutrientes del sistema y creando condiciones que, por ejemplo, permitan la regeneración del suelo.

2. Optimizar el uso de los recursos: Rotando productos, componentes y materiales con la máxima utilidad en todo momento, tanto en los ciclos técnicos como en los biológicos.

Supone diseñar de modo que pueda repetirse el proceso de fabricación, restauración y reciclaje de modo que los componentes y materiales recirculen y sigan contribuyendo a la economía.

Este tipo de sistemas reduce la velocidad de rotación de los productos al incrementar su vida útil y fomentar su reutilización. A su vez, la acción de compartir hace que se incremente la utilización de los productos.

3. Fomentar la eficacia del sistema: Revelando y eliminando externalidades negativas, Incluye reducir los daños al uso humano, tales como los relacionados con los alimentos, la movilidad, la vivienda, la educación, la salud y el ocio, y gestionar externalidades tales como el uso del terreno, la contaminación atmosférica, de las aguas y acústica, la emisión de sustancias tóxicas y el cambio climático.

Pese a que 900 de las 3.000 toneladas de basura que se producen a diario en el Valle de Aburrá pueden aprovecharse o reutilizarse, según el Plan de Gestión Integral que regula este tema en el Área Metropolitana, solo la mitad de estas cumple ese propósito.

Es decir que 450 toneladas de recuperables se pierden en el relleno sanitario de La Pradera (ubicado en el Aburrá Norte), donde se disponen los residuos.

3.1. Estrategia Nacional de Economía Circular

Para cumplir el propósito de reutilizar el 30% de los desechos, el Aburrá Sur se unió, a mediados del mes de Junio de 2019, a la **Estrategia Nacional de Economía Circular**, con la que se buscan impulsar acciones del sector empresarial que permitan la sostenibilidad.

Cerca de 40 gremios productivos, entidades privadas y públicas y universidades, **entre ellas la Cámara de Comercio Aburrá Sur, firmaron el Pacto Regional Antioquia por la Estrategia Nacional de Economía Circular.**

La iniciativa nacional se centra en la recuperación, durante la cadena de producción, de los residuos de construcción y demolición, aparatos eléctricos, elementos peligrosos, materiales, envases y empaques, circulación de aguas; biomásas y fuentes de aprovechamiento de energía.

El propósito es transformar la cultura del uso de materiales, pasando de una visión lineal a una circular, en donde permanentemente estamos aprovechando, de manera razonable, los residuos.

Medellín fue elegido para lanzar la estrategia en las regiones porque ha innovado en planes de aprovechamiento y formalización de recicladores.

Según la referencia de la OCDE, un metro cúbico de agua usada debería generar 114,4 dólares, sin embargo, en Colombia solo producen 18,9 dólares, lo cual demuestra la ineficiencia en el uso de materiales y de la productividad de la tierra en nuestro medio.

Antioquia fue la séptima región en Colombia en sumarse a la Economía Circular, con el fin de mejorar su competitividad y superar los desafíos en materia de sostenibilidad ambiental.

Entre los principales compromisos suscritos por los actores estratégicos está el desarrollo y uso de nuevos envases y empaques amigables con el medio ambiente, así como el impulso de nuevos modelos de negocio que incorporen la Economía Circular y la creación de colaboraciones entre las empresas, que permitan que los residuos de unas industrias puedan ser insumo o materia prima para otras.

Con la **firma del Pacto Antioquia** puede implementar acciones para que sus empresas sean más rentables y ambientalmente sostenibles, con el fin de que no sólo se registre crecimiento en sus niveles de producción, sino que este se vea reflejado en la calidad de vida de la población.

Con el propósito de avanzar en la implementación de acciones en dicha dirección, los firmantes del Pacto Regional Antioquia, por la **Estrategia Nacional de Economía Circular en Colombia 2018 – 2022, se comprometen con las siguientes acciones:**

1. Promover el uso eficiente y sostenible de los recursos (agua y energía) y materiales, a fin de reducir el impacto en el clima, en el ambiente y en las condiciones de vida de los ciudadanos, mediante el desarrollo y uso de nuevos materiales, diseño de empaques o envases, revisión de los procesos productivos y generación de eco-innovación, entre otros.
2. Impulsar la generación y gestión del conocimiento, la investigación y la innovación a través de programas de formación (Ecodiseño, Eco-Innovación), y el desarrollo de modelos de negocio, a través de emprendimientos o fortalecimiento de los existentes.
3. Contribuir a la creación de nuevos modelos de negocio de la Economía Circular para el cierre de ciclos de materiales, a partir de innovaciones tecnológicas, el uso de la energía residual, el remplazo de productos por servicios, la simbiosis entre empresas, la remanufactura y la reparación.
4. Promover la responsabilidad extendida del productor (REP) al internalizar los costos externos relacionados con la gestión de residuos y promover cambios en el diseño de los productos.
5. Contribuir con el desarrollo de cadenas de valor y simbiosis industrial para impulsar colaboraciones entre las empresas que las componen para el uso eficiente de materiales, la reutilización de envases y empaques, la implementación de innovaciones tecnológicas, el intercambio de prácticas e información especializada, que contribuyen a la eficiencia y la circularidad en el uso de materiales y energía.
6. Promover parques industriales ecoeficientes para desarrollar actividades de simbiosis industrial con el fin de compartir servicios o infraestructura industrial que contribuyen al cierre de ciclos de materiales.
7. Impulsar cadenas agropecuarias sostenibles para el aprovechamiento de biomasa como el compost, y reducción de residuos agropecuarios.
8. Promover el consumo sostenible que introduce nuevos patrones de consumo de productos y servicios por parte de individuos, empresas u organizaciones, a partir de un menor uso de recursos, especialmente materiales, agua y energía, a lo largo del ciclo de vida de los productos o servicios; el uso de recursos renovables; la protección de los ecosistemas y los servicios que éstos nos entregan.
9. Promover el desarrollo y uso de tecnologías de información y Big-data para identificar y dimensionar en tiempo real los flujos de materiales, energía y residuos, así como las formas efectivas para la incorporación de materiales y la generación de nuevas oportunidades.

3.2. Cifras Bioeconómicas Aburrá Sur

Para la Cámara resulta más que alentador destacar que desde una orientación biotecnológica y enmarcada en los principios de la Economía Circular, el Aburrá Sur es un fortín importante para desarrollar y fortalecer este sector con un criterio ambiental de alto impacto, y con beneficios productivos de singular trascendencia desde el punto de vista de la reducción de residuos y se reutilización en función de nuevos insumos y subproductos.

Una evaluación sectorial de la Cámara de Comercio Aburrá Sur en 2019 encontró que en la región operan hoy cerca de 1.553 unidades productivas, cuyos procesos son susceptibles de potenciarse bajo el impulso de la bioeconomía.

De ellas, 280 son del Sector Agrícola y Pecuário; 787 de Alimentos Procesados y Bebidas; 13 del Sector Energético y sus Derivados; 20 del Sector Farmacéutico; 189 del Sector Químico y Cosmético, y las 264 restantes del Área de la Salud Humana en general.

3.3. Convenio con Biointropic

Con el fin de iniciar el diseño y la implementación de esta Estrategia de Diversificación Productiva en el Aburrá Sur en la vigencia del 2021, al amparo de los acuerdos y compromisos consignados en el Pacto por la Economía Circular, la Cámara ratificó el Convenio Marco de Cooperación suscrito desde el 24 de Septiembre de 2020 **con la Corporación Biointropic**.

Biointropic es un Centro de Innovación y Negocios especializado en acompañar tecnologías como resultado de investigación, empresas, negocios y proyectos innovadores de base bio.

Este Centro se constituyó en 2014 como corporación privada con sus socios fundadores, la Universidad EAFIT, la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, la Universidad de Medellín, la Universidad EIA, la Universidad CES, y las empresas Ecoflora S.A.S, Ecoflora Agro y SuperBac de Brasil.

Su propósito misional es promover actividades de innovación y desarrollo en biodiversidad y biotecnología.

En el 2018 obtuvo el reconocimiento por parte de Minciencias como Centro de innovación y Productividad, siendo el primero en esta categoría en Biotecnología.

Esta organización se caracteriza por ofrecer acompañamiento especializado en la aceleración de negocios de Base Bio, en información especializada e inteligencia estratégica sectorial, gestión de proyectos de innovación con biotecnología, así como actividades de difusión y conexión de valor; soportados en redes de innovación colaborativa nacionales e internacionales.

Desde su creación Biointropic ha desarrollado un enfoque de trabajo de innovación abierta y colaborativa gestando proyectos, articulando diferentes actores (Centros de investigación, universidades, start up, empresas, gobierno, instituciones, prestadores de servicios y entes cooperantes) en esfuerzos conjuntos que buscan promover innovación, sofisticación de productos, acceso a nuevos mercados y contribuir con la dinamización de una Bioeconomía sostenible.

El objeto del Convenio entre la Cámara y Biointropic es aunar esfuerzos y recursos para adelantar actividades conjuntas de interés institucional y empresarial, así:

1. Desarrollar proyectos conjuntos para el desarrollo de temas de interés y afinidad entre las partes, entre otros, pero no exclusivamente: relacionados con Innovación, competitividad y Bioeconomía.
2. Elaborar y suscribir uno o varios acuerdos específicos para el desarrollo de las actividades, metas y objetivos de mutuo interés.
3. Facilitar, proveer y compartir, información relevante de los proyectos e iniciativas a fin de concretar acciones de mutuo interés, bajo los términos de confidencialidad.
4. Coordinar y difundir iniciativas de los proyectos conjuntos que se implementan a raíz del presente convenio.

5. Desarrollar actividades tendientes a divulgar y socializar información acopiada, desarrollada o de interés para la sociedad y comunidad empresarial.

6. Gestionar conjuntamente actividades que permitan encontrar las condiciones objetivas para los proyectos que a bien se suscriban entre las partes.

3.4. Mapeo de Iniciativas Innovadoras Bio

En el marco de este Convenio, y con el apoyo de recursos de la Alianza Región de Alemania y la asistencia técnica de Biointropic, la Cámara avanzó en el 2021 en la realización del **Mapeo de Iniciativas Innovadoras de Bioeconomía en el Aburrá Sur**. Dicho mapeo se realizó en 3 etapas.

3.4.1. La Primera Etapa correspondió al diseño de convocatoria, donde se realizó reunión con la Cámara de Comercio de Aburrá Sur con los directores de competitividad y de desarrollo empresarial para definir parámetros, alcance y sectores a indagar.

Dentro del alcance se contempló analizar iniciativas que contribuyan tanto a Bioeconomía como al Crecimiento Verde, lo que llevó a identificar 8 sectores potenciales: **Alimentos y Bebidas, Cosmética y Aseo, Químico, Agrícola y Pecuário, Construcción, Logística y Transporte, Medio Ambiente y Moda**.

Para ello Biointropic realizó una identificación de los CIU relacionados y la Cámara realizó un análisis de base de datos de empresas que estuvieran ubicadas en estos Códigos y que clasificaran como Pymes.

En total se identificó un potencial de 5.000 empresas en los diferentes sectores, de las cuales se seleccionaron, a través de varios filtros, 1.200 empresas.

Adicionalmente, la Cámara realizó una priorización de 100 empresas que han participado en programas previos de desarrollo empresarial y en las cuales habría interés de identificar oportunidad de crecimiento verde.

El Instrumento de Caracterización (Formulario) se diseñó con el fin de identificar el Nivel de Madurez de las iniciativas y empresas con elementos de Base Bio y enfoque innovador del Aburrá Sur.

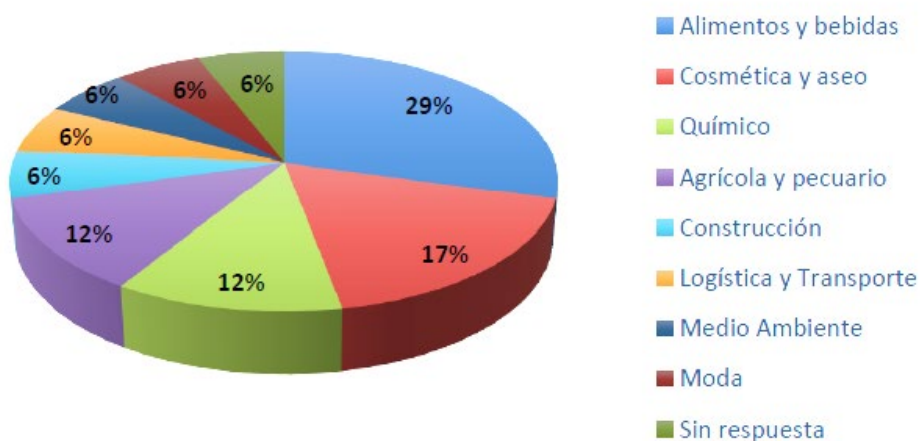
3.4.2. La Etapa 2 fue la fase de Convocatoria. Se realizó el diseño de piezas para compartir por correo y redes y se envió la información sobre la convocatoria de iniciativas de Bioeconomía y Crecimiento Verde con el Instrumento de Caracterización.

3.4.3. La Etapa 3 correspondió al análisis de iniciativas. Se realizó una caracterización a partir de las respuestas obtenidas para identificar sectores, áreas de aplicación, nivel de desarrollo, mercados objetivos, requerimientos de financiación, los servicios de apoyo a la I+D+i que podrían ser de su interés, entre otros aspectos.

El análisis permite identificar y priorizar iniciativas de empresas que podrán ser acompañadas en fortalecimiento de capacidades por parte de la Cámara durante el año 2022. Las empresas que participaron del proceso fueron:

1. Organic Evolution SAS
2. Bioingred Tech SAS
3. Saluce SAS
4. Aluvvivo SAS
5. Tropical Harvest SAS
6. Neroli SAS
7. CI Factorías Asociadas SAS
8. Global de Cosméticos y esenciales Ltda
9. Novaseo SAS
10. Wellness food company SAS
11. Ecoflora SAS
12. Eduardo Botero Soto
13. Grupo Excala-Compañía de Empaques
14. Doricolor SAS
15. Comercializadora Revi SAS
16. Fiquetex SAS
17. Sopórtica

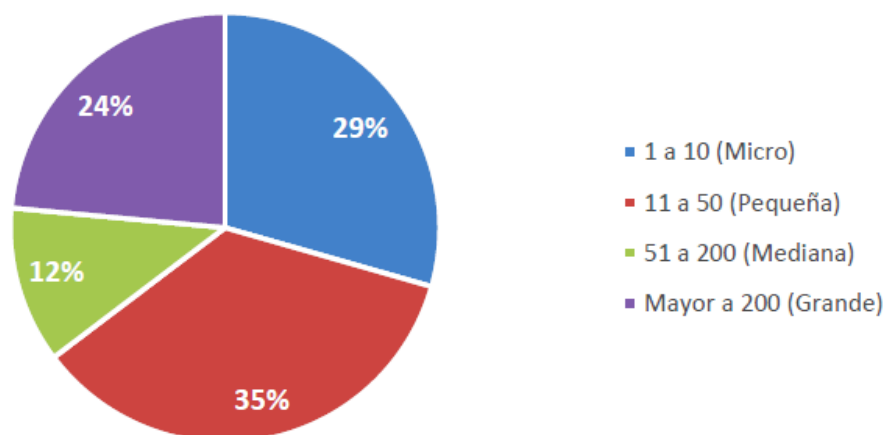
Gráfico 1: Sectores de Iniciativas Mapeadas (17)



Fuente: Biointropic

Este grupo de 17 empresas mapeadas en el componente de Bioeconomía y Crecimiento Verde están adscritas a 8 Sectores, así: 1. Alimentos y Bebidas; 2. Cosmética y Aseo; 3. Químico; 4. Agrícola y Pecuaria; 5. Construcción; 6. Logística y Transporte; 7. Medio Ambiente, y 8. Moda.

Gráfico 2: Tipo de Empresas por Número de Empleos

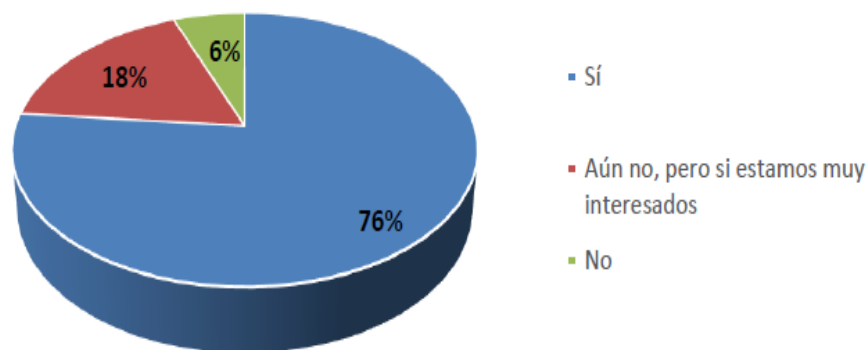


Fuente: Biointropic

De las 17 empresas presentadas, el 76% reportan desarrollos de productos, servicios o procesos innovadores con un enfoque Bio.

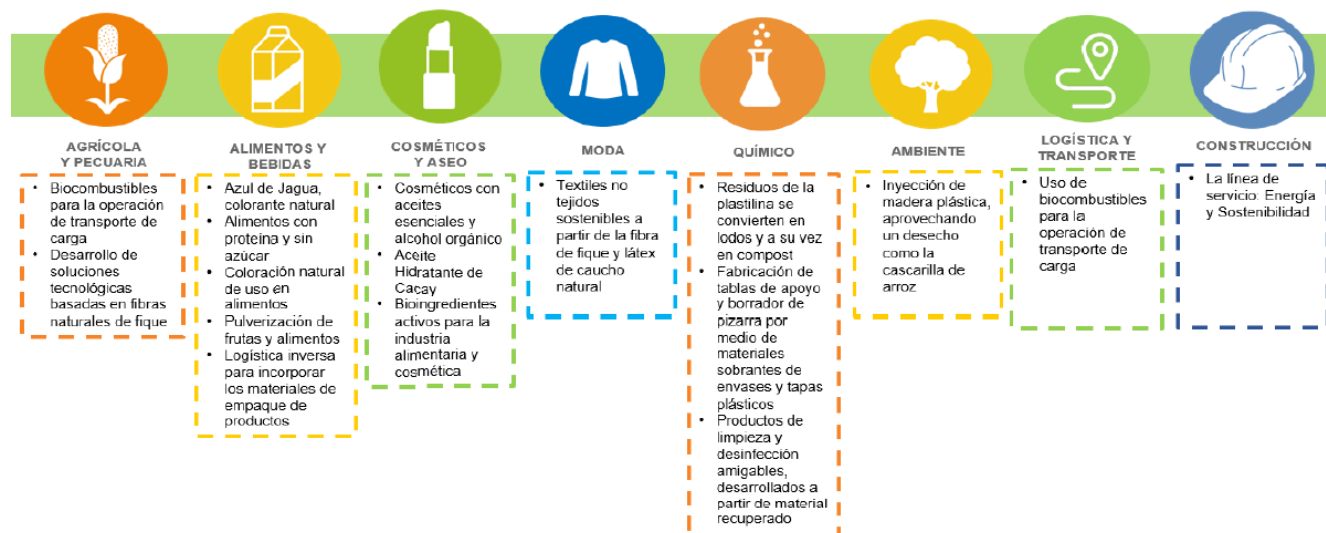
El 18% no reporta desarrollos, sin embargo, están interesados en conocer más del tema para la implementación de productos o servicios diferenciadores en sus empresas.

Gráfico 3: Oferta de Productos o Servicios Innovadores con Enfoque BIO



Fuente: Biointropic

Gráfico 4: Aplicaciones del Sector BIO



Fuente: Biointropic

Para el análisis del estado de desarrollo de las iniciativas se estructuró una escala de 1 a 5 que van desde la idea hasta encontrarse en operación industrial y comercial como se describe a continuación.

Nivel 1: Es una idea que aún no ha sido probada

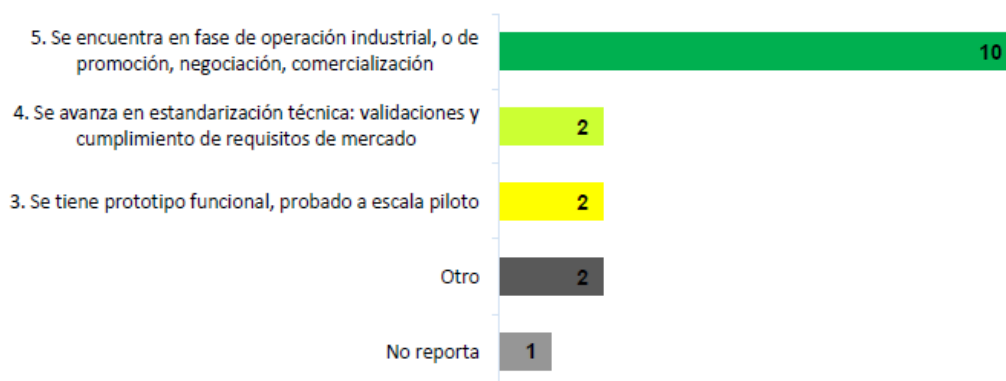
Nivel 2: Se realizan actividades de I+D y se han probado componentes a escala laboratorio

Nivel 3: Se tiene prototipo funcional, probado a escala piloto

Nivel 4: Se avanza en estandarización técnica: validaciones y cumplimiento de requisitos de mercado

Nivel 5: Se encuentra en fase de operación industrial, o de promoción, negociación, comercialización.

Gráfico 5: Estado de Desarrollo de las Iniciativas



Fuente: Biointropic

Al analizar el grado de desarrollo de las iniciativas, se identifica que la mayoría de las oportunidades se encuentran en una fase de operación industrial y de comercialización de productos:

* 59% correspondiente a propuestas relacionadas con biogestores, cosméticos, aceites hidratantes, alimentos, fibras textiles, bioingredientes, productos de limpieza, fibras naturales, entre otros.

* 11,76% corresponde a propuestas que requieren de una estandarización técnica y este mismo porcentaje, a aquellas que tienen un prototipo funcional probado a escala piloto.

* En el análisis de necesidades o brechas para alistar nuevos productos para el mercado se identificó que 29 de las empresas se encuentran en alistamiento de productos con necesidades de cumplimiento de requisitos regulatorios, validación de prototipos y elaboración de documentación técnica.

* El 58% se encuentran con productos en el mercado, para cual se deben orientar esfuerzos en crecimiento y expansión de estas empresas.

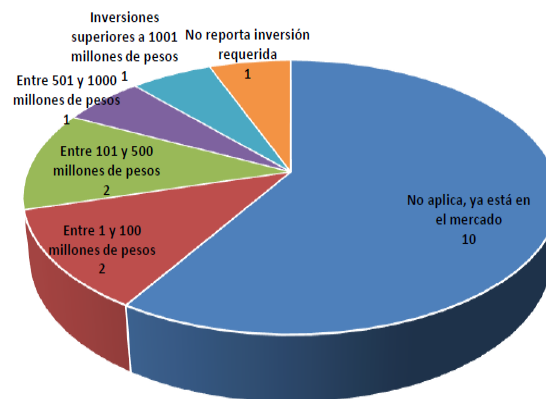
Gráfico 6: Brechas Técnicas a superar para alistar solución de mercado



Fuente: Biointropic

En cuanto a las inversiones requeridas para impulsar los productos o servicios de las empresas, se encontró que el 59% de ellas no requieren de una inversión inicial, debido a que su producto o servicio se encuentra en el mercado, en tanto que el 12% de las empresas requieren de una inversión entre 1 y 100 millones de pesos.

Gráfico 7: Inversiones para Alistamiento de Productos (Millones de \$)



Fuente: Biointropic

De igual forma, se realizó un análisis de los tiempos requeridos para que el producto o servicio salga al mercado.

Aquí se identificó que la mayoría de las empresas (12 en total), no requieren de un tiempo para salir al mercado porque ya su iniciativa se encuentra en el sector. Un total de 4 empresas requieren entre 1 y 3 años para que su producto o servicio salga al mercado.

Gráfico 8: Tiempo requerido para Salida al Mercado



Fuente: Biointropic

Ruta de Intervención

1. Crear la Mesa de Bioeconomía y definir Agenda de Trabajo 2022.
2. De acuerdo con el estado de desarrollo de las iniciativas es posible estructurar un acompañamiento a las empresas, ya sea en Fase de Alistamiento de los nuevos productos para el mercado o en la Fase de Crecimiento de los mercados a nivel nacional o internacional.
3. Orientar esfuerzos de crecimiento y expansión para las empresas que ya cuentan con productos en el mercado.
4. Ofrecerle a las Mipymes los servicios de Inteligencia de Mercados, Activaciones Comerciales de Mercados Nacionales e Internacionales y apoyo en asuntos regulatorios.
5. A las empresas grandes ofrecerles los Servicios de Desarrollo de Proveeduría Sostenible y Apoyo de Validaciones de I+D.

3.5. Primer Portafolio Empresas Bionnovadoras del Aburrá Sur

Según el Estudio Revolution, World Agriculture Towards 2030/2050 de la firma McKinsey, al 2050 la población mundial será de 9 mil millones de personas, y la urbanización será del 70%.

Así mismo, la Clase Media crecerá 3 mil millones más al 2030; la producción de alimentos necesitará doblarse; la demanda de energía mundial aumentará en un 40%, y los expertos ambientales estiman que la biodiversidad global terrestre disminuirá alrededor de un 10% al 2050.

Estos retos globales están llevando a los países e instituciones internacionales a replantear sus esquemas de trabajo, para enfocarse a un mundo más sostenible, articulando programas y políticas para mitigar estos impactos al 2030, impulsando un crecimiento verde y el desarrollo de estrategias de Bioeconomía.

Esta última se define como el conjunto de actividades y procesos que buscan producir bienes y servicios en forma sostenible, haciendo un aprovechamiento eficiente de los recursos medio ambientales.

Cabe resaltar que una de las políticas más recientes y que reúne diferentes estrategias e incluye la Bioeconomía como apuesta para una nueva dinámica de desarrollo económico, es el Documento Conpes 3934 de 2018 “Política de Crecimiento Verde”.

Estudios recientes de la Cámara de Comercio Aburrá Sur indican que en la región son varias las iniciativas empresariales que vienen desarrollándose de manera exitosa y pertinente con acciones afines al enfoque bioeconómico y bioinnovador.

En un sondeo preliminar realizado en 2021 por el Centro de Pensamiento Biointropic, en alianza con la entidad cameral, se pudieron mapear al menos 17 Iniciativas (con seguridad existen más) de empresas que vienen trabajando en procesos de Bioeconomía.

En el proceso se identificaron que las aplicaciones más representativas corresponden a las empresas con ingredientes funcionales para la Fabricación de Alimentos, seguidas por las de Cosmética Natural y Química Verde, las cuales hacen parte de los sectores de Alimentos y Bebidas y Cosmética y Aseo, respectivamente.

De cara a potenciar esa capacidad empresarial en el territorio la Cámara está liderando una apuesta técnica y de consultoría orientada a la identificación, acompañamiento y potenciación de portafolios bioeconómicos en la región.

Es así como el 25 de Octubre de 2022, con la participación de 25 Pymes del Aburrá Sur, un primer alistamiento permitió a un grupo de empresarios conocer las potencialidades de la Bioeconomía e identificar otros nichos sectoriales que podrían, incluso convertirse en futuros proveedores o clientes de estas cadenas de valor.

En una primera del proyecto se acordó realizar un Diagnóstico y Formulación de Planes de Bio-Innovación a un promedio de 20 empresas.

Esto permitirá determinar posibilidades de escalamiento de producto; sustitución o mejora de materias primas Bio; circularización de desperdicios, y la búsqueda de empresas complementarias para nuevas líneas o aplicaciones.

Este proceso será acompañado técnicamente por la Corporación Biointropic quien tiene una vasta experiencia y reconocimiento en este campo y se extenderá hasta Marzo del 2023, a través de un trabajo individualizado con cada empresa.

3.6. Estrategia de Economía Circular de Antioquia

Un total de 14 Nodos de Economía Circular, divididos en 4 Tipos, según sus potencialidades económicas sectoriales (Ecominería, Manufacturas, Turismo y Agroindustria) son la apuesta que lanzó en 2022 la Gobernación de Antioquia con el fin de adoptar un Modelo de Desarrollo de la Economía Circular Inclusivo con una Visión Territorial.

Complementario a la creación de estos Nodos se estructuraron los lineamientos estratégicos y territoriales para la Política de Economía Circular Departamental.

Para desarrollar dicha estrategia la Gobernación suscribió este año, a través de la Secretaría de Ambiente y Sostenibilidad, y el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia, CTA, un Convenio mediante el cual se busca articular esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para implementar el Sistema Departamental de Economía Circular.

Con este proyecto se direccionará estratégicamente el Sistema Departamental de Economía Circular, SDEC, especialmente a través de los 14 Nodos definidos en las distintas zonas del Departamento de Antioquia.

Cada uno de ellos será acompañado por el CTA en la apropiación, estructuración y operación de buenas prácticas en Economía Circular, según su contexto y en su vocación productiva.

Uno de esos Nodos operará en el ABURRA SUR, y su énfasis será Industrial-Manufacturero, con énfasis, inicialmente, en el Sector Textil-Confección.

Sumado a esto, se desarrollará una estrategia de educación y movilización para la competitividad y sostenibilidad.

La primera parte de la estrategia se llevó a cabo en el año 2021, mediante la formulación de un Modelo de Gestión Integral de Residuos con Enfoque en la Economía Circular en las 9 Subregiones del Departamento de Antioquia

Esta tarea se logró gracias a un convenio suscrito por la Gobernación de Antioquia, a través de las Secretarías de Productividad y Competitividad, y Ambiente y Sostenibilidad, al igual que con la Gerencia de Servicios Públicos, con la fundación Socya.

El proceso generó un diagnóstico detallado de la situación de la gestión integral de residuos sólidos de cada uno de los 125 municipios del Departamento, así como un Índice de Gestión Circular Municipal con las principales acciones que debe implementar cada municipio.

El Secretario de Ambiente y Sostenibilidad de Antioquia, Carlos Ignacio Uribe Tirado, destacó que lo que se busca es “generar un modelo de desarrollo económico sustentado en el Crecimiento Verde y Economía Circular. Con los Nodos queremos propiciar unas condiciones para generar simbiosis industrial y a partir de ahí, generar desarrollo económico, progreso y empleo en las comunidades que permitan nos solo una correcta gestión de los residuos sólidos, sino también la búsqueda de una economía baja en carbono”.

4. Plan Maestro de Turismo Aburrá Sur

En la vigencia del 2021 la Cámara logró una dinámica importante en relación con el desarrollo del Sector Turismo del Aburrá sur, desde la perspectiva planificadora, al igual que desde el punto de vista de relacionamiento con las administraciones municipales y los actores relacionados claves para el Turismo Regional.

4.1. Avances Plan Maestro 2021

En dicha vigencia se lograron materializar las siguientes actividades estratégicas del Plan Maestro de Turismo del Aburrá Sur:

4.1.1. Agenda Maestra de Turismo Aburrá Sur: Construcción Nuevo Mapa Turístico de Antioquia Biodiverso y Multicultural al 2030.

Esta Agenda busca implementar acciones orientadas a construir destinos responsables y seguros, que sean sostenibles y competitivos, que generen valor desde la innovación y gobernanza; es decir que sean destinos inteligentes en su gestión, donde el turismo construye territorio y comunidad entre lugareños y visitantes para los próximos años en la Antioquia biodiversa y multicultural.

Su elaboración demandó un diseño innovador que hoy se ha convertido en un modelo a seguir para las restantes regiones de Antioquia.

Se construyó con la dirección técnica de la Red de Corporaciones Turísticas de Antioquia, con el acompañamiento de la Cámara y las administraciones locales del Sur del Valle de Aburrá.

Implicó la revisión y análisis de la información turística secundaria de las 2 últimas décadas en la región. En ese proceso se identificaron un total de 3 Momentos, 4 Pilares y 32 Variables Claves, así:

- 1. Preparar el territorio para un Turismo Sostenible y Responsable al 2030:** 14 variables. Pilar Gestión Sostenible del Destino Turístico Local, y Pilar Gestión Oferta Turística
- 2. Turismo Competitivo, Seguro y Responsable:** 9 Variables. Pilar Gestión del Ecosistema Empresarial Turístico Local Responsable y Seguro.
- 3. Hacia un Destino de Clase Internacional:** 9 Variables. Pilar Gestión Promoción, Difusión y Comercialización Producto y Destino Turístico Local.

Con estos elementos estratégicos fue posible, por primera vez, tener una radiografía precisa y objetiva de la realidad turística del Aburrá Sur, incluyendo:

1. Revisión, Concertación y Ajuste de los Avances en el Proceso Turístico, con los líderes de turismo local, en cada uno de los municipios del Aburrá Sur.
2. Mapa resultante de las Condiciones Turísticas de la Zona Sur al 2021.
3. Construcción de Agenda de Trabajo Colaborativo Interinstitucional al 2030 en términos de Acompañamiento, Mantenimiento y Seguimiento a los Procesos Turísticos.
4. Incorporar Agenda Aburrá Sur al AMVA, Gobernación de Antioquia y la Nación.

La génesis de la Agenda se remonta a comienzos del 2000, período en el cual se comenzaron a formular los planes de desarrollo turístico de la región (Municipios de Sabaneta en 2002 y revisado en 2015, Envigado en 2007 y Caldas en 2020).

Paralelamente se generaron otros valiosos insumos sectoriales como los **Planes Estratégicos Aburrá Sur y Norte (2005)**, el **Plan Turístico de Antioquia (2003-2009)**, el **Plan Turístico Metropolitano (2018-2030)**, la **Agenda de Competitividad Turística del Aburrá Norte y Sur (2014)**, y ahora la **Agenda Maestra de Turismo del Aburrá Sur (2020-2030)**.

Es importante destacar que en el 2021 el equipo técnico de la Agenda realizó una valoración del **Estado de Avance y Madurez con respecto a las Variables que integran cada uno de los 3 Momentos identificados por la Agenda Maestra**.

Teniendo como referente una **valoración en una Escala de 1 a 5** el análisis mostró un Nivel de Madurez y Avance Intermedio en las Variables del **Pilar Gestión Sostenible Destino Turístico Aburrá Sur (Momento Turismo Sostenible Responsable)**.

En relación con las Variables del **Pilar de Gestión Oferta Turística Aburrá Sur (Momento Turismo Sostenible Responsable)**, el Nivel de Madurez y Avance estuvo, en su mayoría, por debajo del Nivel 3 en la Escala de 1 a 5.

En relación con el **Pilar Gestión del Ecosistema Empresarial Turístico Local Responsable y Seguro (Momento Turismo Competitivo, Seguro y Responsable)**, la medición evidenció un avance representativo en la mayoría de las variables, especialmente por el apoyo que la Cámara ha brindado en varias de ellas.

Finalmente, el **Pilar de Gestión de la Promoción, Difusión y Comercialización del Producto y Destino Turístico Aburrá Sur (Momento Hacia un Destino de Clase Internacional)**, fue quizás el que mostró mayores atrasos y pendientes en el Estado de Avance de sus 9 variables, las cuales dependen en gran medida de la acción tractora de los pilares anteriores.

Sobre la base de los Niveles de Avance de la Agenda Maestra de Turismo identificados al 2021 se estableció una clasificación con respecto a cada municipio.

En esa medida se encontró que en el **Nivel de Intervención Base** (Orientado a la sostenibilidad desde la gestión territorial y oferta motivacional del destino turístico) figuran hoy los municipios de Itagüí y La Estrella.

En los niveles de **Intervención Medio** (Fortalecimiento y competitividad al tejido empresarial turístico local para un destino de excelencia y alta calidad) y de **Intervención Avanzado** (Orientado a consolidar un destino local diferenciado y reconocido de clase internacional), se ubican los municipios de Envigado, Sabaneta y Caldas.

Todos estos elementos sirvieron para construir la **Agenda Maestra de Turismo Regional**, proyectada con base en los **Niveles, Proyectos, Acciones Claves por Municipio y Entidades de Apoyo** que pueden aportar al cierre de las brechas correspondientes en cada uno de ellos.

De ello se derivaron finalmente los retos de la Agenda en 2 frentes fundamentales: Sostenibilidad y Competitividad.

En materia de **Sostenibilidad** dichos retos se centran en: Inclusión del turismo en los planes de ordenamiento territorial; diseñar e implementar políticas públicas locales de turismo, y diseñar e implementar un ecosistema de gobernanza turística local y zonal para el Aburrá Sur.

Igualmente, se sugirió avanzar en las condiciones de soporte territorial en servicios públicos, sociales, conectividad y accesibilidad; construir indicadores para el turismo zonal, y realizar estudios de capacidad de carga de los espacios turísticos locales.

Se recomendó, adicionalmente, la necesidad de identificar proyectos de impacto orientados a la consolidación del Ecosistema Turístico Local y Zonal; priorizar atractivos turísticos como imperdibles en lo local y zonal; construir narrativas para los diferentes productos turísticos, y diseñar e implementar los que sean pertinentes.

Desde el punto de vista del **Componente de Competitividad** los retos que reportó el diseño de la Agenda en el 2021 suponen: Avanzar en ideación y apoyo a emprendimientos turísticos locales; capacitar y brindar asistencia técnica en calidad y estándares de servicio turístico, y formar en Normas Técnicas de Sostenibilidad Turística.

Implica trabajar también en la formalización y renovación del Registro Nacional de Turismo; consolidar la señalización turística local y zonal, los puntos de información turística local, y los estudios de mercado especializado.

Compromete también avanzar y apoyar el turismo responsable; definir y diseñar las marcas de los servicios empresariales y territoriales; capacitar y apoyar el marketing digital, y promover la presencia en ferias y ruedas de negocios.

Supone, igualmente, realizar misiones de intercambio para acelerar aprendizajes y generar nuevos negocios; acompañar planes de negocios ajustados a la nueva realidad turística; implementar certificaciones especializadas en sostenibilidad y bioseguridad, y acompañar y formar estrategias de comercialización y mercadeo de los servicios turísticos, como vitrinismo y atracción de mercados.

Con base en los análisis anteriores y el perfil de avance de los diferentes componentes estratégicos de la Agenda, preliminarmente se acordó avanzar en torno a los siguientes aspectos:

1. Incluir la Agenda en el POAI (Plan Operativo Anual de Inversiones de los Municipios) y Planes Anuales Institucionales 02 del 2021, 2022 y 2023.
2. Priorizar proyectos de la Agenda de acuerdo con el nivel de desarrollo de cada destino local.
3. Impulsar una gobernanza en lo zonal y local para el cumplimiento de la Agenda.
4. Articular y crear sinergias entre aliados estratégicos para la efectiva gestión de la Agenda a partir de un Acuerdo Maestro Interinstitucional.
5. Construir fondos financieros comunes público - privados para el desarrollo turístico del Aburrá Sur.

4.2. Avances 2022

El gran propósito de la Agenda Maestra de Turismo del Aburrá Sur en la vigencia del 2022 era identificar e implementar unos Productos Turísticos Integrales en los 5 municipios que integran la jurisdicción regional.

Para ello se hizo un reconocimiento y caracterización del Ecosistema Turístico de cada uno de los municipios del Aburrá Sur, lo cual permitió identificar y valorar los Productos Turísticos relevantes y factibles, de acuerdo con las condiciones territoriales y sectoriales.

4.2.1. Productos Turísticos Relevantes e Integrales

Así las cosas, la Cámara realizó un conjunto de Talleres y Visitas de Campo en los 5 municipios, en los cuales participaron las dependencias encargadas del Turismo local.

Como resultado se logró la identificación, caracterización y valoración de los Productos Relevantes, Factibles y Posibles, con enfoque integral; es decir, que brindaran identidad territorial y pudieran ser comercializados por empresarios operadores locales, regionales, nacionales e, incluso, de perfil internacional.

De acuerdo con estos procesos exploratorios, así como de revisión y validación, la Cámara y su equipo consultor definieron los siguientes Productos Turísticos por municipio:

4.2.1.1. Municipio de Itagüí

Turismo Cultural con Recorridos Patrimoniales Urbanos + Turismo Industrial (Textil) + Turismo Gastronómico (Distrito Gastronómico Callejero), complementado con Grafisur y con apoyo del Turismo de Naturaleza, incluido Turismo Agroecológico con observación de Flora - Fauna y Prácticas de Senderismo y Ciclo-Turismo.

Estos son algunos productos turísticos potenciales o alternativos en el municipio de Itagüí: Itagüí Fachadas y Aires de Historia, Itagüí Industria y Moda y Turismo MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones).

4.2.1.2. Municipio de Sabaneta

Recorridos urbanos patrimoniales asociados a escenarios espirituales y religiosos, a partir del Templo de Santa Ana, la adoración a María Auxiliadora y los recorridos por la zona rural donde se desarrollan Experiencias Agroturísticas, en especial de Café y Senderismo hacia La Romera, para el Avistamiento de Flora y Fauna.

Sabaneta cuenta con una infraestructura de escenarios deportivos y de auditorios que le permiten desarrollar eventos y reuniones de cierto tamaño y calidad.

Además viene gestando procesos asociados al Turismo Médico en especial de Odontología, que en el futuro pueden ser un producto de alto impacto por su especialización, calidad y tecnología médica para mercados internacionales del vecindario latinoamericano.

4.2.1.3. Municipio de Envigado

Turismo Cultural como tipología central, complementada con Turismo de Naturaleza. Como tipologías de apoyo se evidencia algunas posibilidades de Turismo de Bienestar y de Turismo MICE (Reuniones, Congresos y Exposiciones) y Deportivo, asociados a grandes y excelentes infraestructuras existentes en el municipio como auditorios y complejos deportivos.

En el marco del Producto Turístico Relevante se proponen sub-tipologías asociadas a Experiencias Culturales y de Museología.

4.2.1.4. Municipio de Caldas

Productos asociados al Turismo Cultural. Incluye Turismo Patrimonial y Cultural Urbano y Rural con recorridos por museos, casa de valor histórico patrimonial, juegos de la calle y recorridos de la cerámica.

Incluye también Turismo Recreativo y Deportivo. Recorrido por Parajes Rurales y Ciclo Paseos, Senderismo, Charcos y otros.

También propone como soporte un Turismo Gastronómico (Obleas y Restaurantes Tradicionales y reconocidos en las afueras del Municipio).

Como Productos Potenciales se identificó el Turismo de Naturaleza (Avistamiento de Aves, Flora y Fauna); el Turismo Rural, Turismo de Aventura (Trekking y Ciclo-Turismo); el Agroturismo de Café y Forestal, el Turismo Ecuéstre, y Paisajismo y Recorridos por Senderos Ancestrales y Vestigios Arqueológicos.

4.2.1.5. Municipio de La Estrella

Sus Productos Potenciales se central en lo Cultural-Patrimonial-Histórico, así como el Turismo de Aventura y Naturaleza.

Incluye City Tour Urbano interpretativo por el área central del Municipio Siderense, entre el Parque Principal y el Parque El Romeral.

Igualmente contempla recorrido por Pueblo Viejo, y el reconocimiento a orígenes del municipio y asentamiento prehispánico.

La Gastronomía (Café y Repostería Típica y Gourmet), así como Recitales Culturales se integran a una oferta de Turismo Religioso (Basílica Menor de Nuestra Señora de Chiquinquirá de La Estrella y Santuario Mariano en honor a la Virgen del Rosario).

4.2.2. Estrategia de Gestión Turística Microregional

Otra actividad importante de la Cámara de Comercio Aburrá Sur en el Sector Turístico de su jurisdicción en el 2022 fue el **Diseño e Implementación de una Herramienta de Gestión Microregional para el Turismo del Aburrá Sur**.

Con ello se logró instaurar una herramienta de trabajo colaborativa entre las instituciones públicas y los actores privados a nivel microregional, la cuales les permitirá compartir curvas de aprendizaje, servicios institucionales y privados y formular iniciativas comunes ante organismos supramunicipales, de orden regional, nacional o internacional.

Para ello es importante comprender el rol de la gestión turística y sus destinos en desarrollo, como es el caso del Aburrá Sur y sus municipios.

En nuestra región se requiere una intervención integral desde lo territorial y sectorial, con el fin de poder propiciar un Ecosistema Turístico Virtuoso y de impacto en las comunidades locales.

Para ello se propuso reconocer tres (3) Pilares Claves del Ecosistema, los cuales impactan las diferentes actividades, servicios y destinos turísticos de la región.

4.2.3. Entrenamiento Competitivo para el Turismo Regional

Consecuente con los enfoques anteriores la Cámara y su equipo consultor (Red de Corporaciones Turísticas de Antioquia), realizaron durante la vigencia del 2022 una Agenda Académica pertinente y enfocada en las brechas estratégicas y de talento humano regional.

4.2.3.1. Antioquia Experimental y Mágica: Es un ejercicio de construcción de Destino desde lo relevante en los territorios y de la mano de los empresarios e instituciones presentes en ellos.

Aquí figuran casos como el del Oriente Antioqueño, la Microregión del Altiplano con 4 municipios (Ceja del Tambo, El Retiro, Carmen de Viboral y Marinilla).

Antioquia es Mágica es la plataforma de visibilización, promoción y difusión de los productos de excelencia presentes en las municipalidades. Para ello se utilizan herramientas gráficas, digitales y ferias especializadas.

4.2.3.2. Calidad y Normalización Técnica: En la competitividad de la actividad turística y los destinos desde los servicios y las actividades turísticas.

La calidad de los productos y servicios incluye no sólo su función y desempeño previstos, sino también su valor percibido y el beneficio para el cliente. NTC-ISO9000-2015

4.2.3.3. Presentación Niveles de Calidad B.I.O: En apoyo a la gestión del Ministerio de Comercio, Industria y turismo- Viceministerio de Turismo.

4.2.3.4. Calidad en el Servicio Turístico: Una premisa básica para la competitividad de los productos turísticos locales y microregionales.

4.2.3.5. La Tecnología de la Información y las Comunicaciones en el Sector Turismo: Las nuevas tendencias tecnológicas ante los nuevos perfiles del mercado en el momento actual. Turismo en la era de las TICs.

4.2.3.6. Satisfacción del Cliente como Indicador de Éxito del Turismo: El mercado y el cliente debe ser la prioridad en la prestación de servicios turísticos.

4.2.3.7. Taller Teórico-Práctico de Guiones y Narrativas: Para productos y destinos locales aspectos generales, teóricos y prácticos.

4.2.4. Creación de la Mesa de Turismo del Aburrá Sur

Con el fin de impulsar la Agenda Regional, **el 13 de Julio de 2021 se creó la Mesa de Turismo del Aburrá Sur**, cuya misión es generar un espacio para la discusión de temas relacionados con el Sector; articular las capacidades públicas y privadas en torno al mismo, y propiciar el desarrollo del Turismo Sostenible en nuestra región.

Complementariamente la iniciativa busca unir y promover intenciones y acciones por el turismo del Aburrá Sur y sus Objetivos Estratégicos; monitorear los avances de la articulación de los actores para el cierre de brechas del Sector Turismo en el Aburrá Sur, y articular espacios de trabajo conjunto entre el Estado, las empresas y las instituciones en favor de la competitividad y el Desarrollo Sostenible del Turismo.

Contempla, igualmente, revisar la Hoja de Ruta del Turismo de los 5 municipios del Aburrá Sur (Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta); consolidar la Mesa Ampliada de Turismo para el acceso a oportunidades de cooperación e intercambio de experiencias y conocimientos; propiciar la comunicación de los diferentes actores del Ecosistema del Turismo, y ser un referente técnico y de coordinación del Turismo regional.

El Plan de Acción de la Mesa de Turismo Aburrá Sur se fijó como grandes propósitos para el inmediato futuro los siguientes:

- * Ejecución de apuestas por el desarrollo empresarial del sector turismo
- * Definición de productos turísticos (Rutas turísticas del Aburrá Sur)
- * Construcción de los planes locales de turismo
- * Diseño de las políticas públicas
- * Planeación regional con la agenda de competitividad turística de la zona
- * Capacitación y formación
- * Aplicación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible
- * Creación de las mesas municipales de turismo en cada municipio del Aburrá Sur
- * Identificación de proyectos de impacto
- * Seguimiento a los indicadores del sector en la región

Con lo anterior se busca desarrollar una oferta turística altamente competitiva; unificar esfuerzos institucionales para la gestión y el fortalecimiento de una Agenda Estratégica de Competitividad y de Sostenibilidad de Productos Turísticos Territoriales y Comerciales, que impacte la economía regional, consolide tejidos empresariales, redes institucionales y nuevas demandas al territorio desde los productos turísticos.

4.2.5. Agenda Turismo Aburrá Sur 2023

Una Visión Común, un Destino Común y un Propósito Común son los ejes centrales de la propuesta de Agenda Maestra de Turismo que la Cámara de Comercio Aburrá Sur socializó a finales de Octubre del 2022 con el Ecosistema Turístico Regional.

El encuentro de socialización y concertación de la Agenda fue orientado por la entidad y por su operador técnico, la Corporación de Redes Turísticas de Antioquia.

Contó, entre otros, con la participación de la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Antioquia; el Área Metropolitana del Valle de Aburrá; las Direcciones de Turismo y las Secretarías de Desarrollo Económico Municipales; Comfenalco; el SENA, y los representantes de las mesas de turismo de Envigado y Sabaneta.

La Agenda diseñada en el año 2021, y cuyas iniciativas han avanzado bajo el liderazgo de la Cámara de Comercio, consolida hoy la definición de los Productos Turísticos potenciales a desarrollar en los cinco municipios.

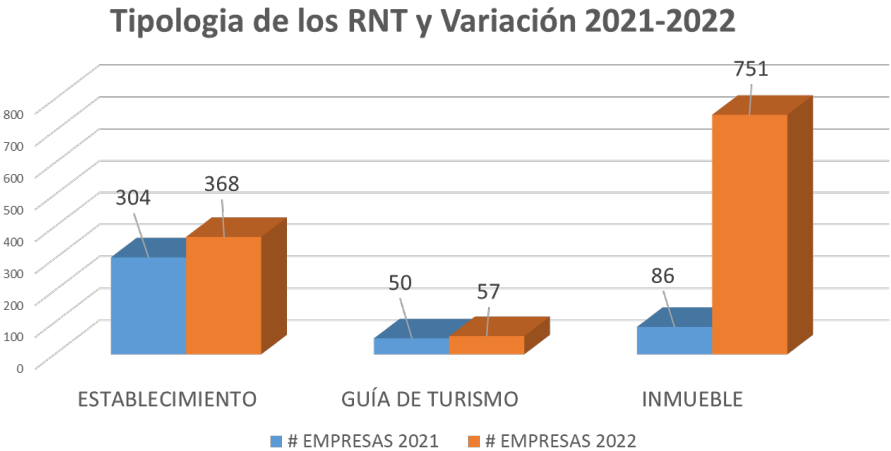
Estos productos han servido para mapear claramente las actividades culturales, gastronómicas, de entretenimiento y consumo que respaldan la oferta turística de la región.

El siguiente paso consistirá en articular la construcción de rutas que cuenten las historias y propicien las experiencias de recorrido y disfrute turístico del Aburrá Sur.

Esto incluirá la identificación y cierre de brechas en materia de formación, acompañamiento y habilitación de espacios, estrategias y escenarios que requiere una actividad turística responsable, sostenible, incluyente y segura.

Esta iniciativa de especialización económica territorial se ve hoy fortalecida con la entrada en vigencia de la Ley 2068 de 2020 de turismo. Esta última aceleró el proceso de formalización de establecimientos e inmuebles asociados al sector.

Entre Septiembre del 2021 y el 2022 el crecimiento en Registros Nacionales de Turismo (RNT) creció en un 167% en el Aburrá Sur; es decir, pasó de 440 Registros a 1.176.



Tipo	# RNT 2021 (septiembre)	# RNT 2022 (Septiembre)	Crecimiento Sep. 2021- Sep. 2022
Establecimiento	304	368	21%
Guía de Turismo	50	57	14%
Inmueble	86	751	773%
Total	440	1.176	167%

Es compromiso de Cámara de Comercio continuar en el 2023 afianzando la base empresarial asociada a este sector.

Es importante destacar que en el presente año todos los actores turísticos de la región se comprometieron con la Agenda.

Ahora necesitamos sumar esas capacidades empresariales e institucionales en cada uno de los proyectos identificados para el año 2023 a través de una Mesa que promueva su articulación y promoción.

4.2.6. Antioquia instaló su Consejo Regional de Turismo

Con la participación de todos los sectores que hacen parte de la industria del turismo, el Gobernador de Antioquia, Aníbal Gaviria Correa, instaló en Noviembre del 2022 **el Consejo Regional del Turismo de Antioquia**, instancia que acompañará al gobierno departamental en la generación de planes, programas, proyectos y acciones que impulsen el desarrollo de este sector en todas las subregiones del Departamento.

“Nosotros queremos que esto sea un Consejo que perdure, crezca. Ese es uno de los pilares de la puesta en función de este Consejo. Felicitaciones a todos por este paso que damos, y contamos con todos ustedes para impulsar con toda convicción el desarrollo del turismo en toda Antioquia”, señaló Aníbal Gaviria Correa, Gobernador de Antioquia.

En el Consejo Regional de Turismo de Antioquia participan entidades del sector público, diferentes gremios (**entre ellos la Cámara de Comercio Aburrá Sur**), la academia, las corporaciones autónomas y de turismo, la policía, entre otras instituciones, y su primera misión será **desarrollar y llevar ante la Asamblea de Antioquia la Política Pública de Turismo Sostenible**.

En esta primera sesión todos los actores turísticos mostraron su apertura para seguir trabajando unidos en pro de la descentralización de la oferta institucional para fortalecer el turismo en las 9 subregiones antioqueñas.

La creación del Consejo Regional de Turismo, como máxima instancia en términos de gobernanza dentro de la Industria del Turismo a nivel departamental, hace parte del conjunto de acciones que ha desarrollado la Gobernación para potenciar este sector como un eje estratégico para el desarrollo económico de Antioquia

Desde la Cámara de Comercio Aburrá Sur se ratificó el compromiso con esta poderosa iniciativa, a la cual aportaremos los avances, compromisos y agendas construidas desde hace varios años alrededor del Plan Maestro de Turismo de la región.

La próxima reunión del Consejo Regional de Turismo se desarrollará a mediados del 2023, fecha en la que se analizarán los avances en el Desarrollo de la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia.

4.2.7. Turismo, protagonista económico en Itagüí

Cerca de \$900 millones invirtió el Municipio de Itagüí en la formulación e implementación del Plan Estratégico Itagüí Turística 2022 – 2040, entre cuyas acciones se destacaron en el 2022 la puesta en funcionamiento del Punto de Información Turística, la creación de 2 Rutas con Turibus, el Grafisur y el Urbanismo Táctico en diferentes zonas de importancia cultural.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Itagüí contó con la Dirección Técnica del Colegio Mayor de Antioquia, y el acompañamiento integral de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, entre otro nutrido grupo de actores públicos y privados.

Su alcance permitió al Municipio identificar y definir el diseño de sus Productos y Rutas Turísticas, con su correspondiente estrategia de Mercadeo y Promocionalización.

Dentro del diseño de productos y experiencias turística el Plan contemplo el Turismo Industrial en torno a los lineamientos del Área de Desarrollo Naranja - ADN Distrito Itagüí Moda.

Este eje será fundamental para consolidar a Itagüí como un destino resiliente y de oportunidades, ya que es una zona ideal para que la cultura, la gastronomía, el arte y la industria se unan en beneficio de la actividad turística.

Todo ello posibilitará que el sector no solo sea un distrito comercial, sino también un lugar para el Turismo de Compras y Actividades de Confección y Moda que le darán un valor agregado, generando diferenciación, identidad y marca.

El Plan Turístico 2022 – 2040 es una apuesta por potenciar los diferentes lugares y atractivos de la ciudad y contribuir al desarrollo económico a través de sectores como el cultural, con el aprovechamiento de parques y espacios para el arte y eventos masivos, la gastronomía, el Turismo de Compras, la riqueza ambiental en el Corregimiento El Manzanillo y la Ruta del Grafisur.

El Plan acoge los lineamientos definidos en el Acuerdo de París y se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Cabe destacar que la Caracterización de los Bienes Naturales y Culturales de Itagüí con potencial turístico permitió identificar 34 Atractivos y Recursos Turísticos, clasificados en: 3 Sitios Naturales, 3 Festividades y 28 Referentes Culturales.

Esto significa que Itagüí cuenta con alto potencial para diseñar experiencias culturales y ofrecerlas al visitante que llega interesado en conocer el territorio.

En 2022, en el marco de las Fiestas de la Industria, el Comercio y la Cultura, Itagüí puso en operación también el Puesto de Información Turística.

Este espacio está ubicado en el nuevo Centro Cultural Caribe y cuenta con el Primer Mapa Interactivo Turístico de Colombia, incluyendo Realidad Aumentada, Machine Learning (Aprendizaje Automático), Mapa en Braille y un espacio de Coworking.

Desde allí los locales y visitantes tienen hoy acceso a los sitios, lugares y atracciones de este municipio, además de 2 Rutas de Turibus que ya fueron puestas en operación.

Ambas rutas (Ruta del Color y de las Oportunidades) salen desde el Punto de Información Turística (Carrera 50 # 52 – 77).

La Ruta del Color sube al Corregimiento El Manzanillo; incluye recorrido por el Grafisur, caminata por esculturas al aire libre, visita a la Montaña que Piensa y regreso a la Zona Centro.

Por su parte, la Ruta de las Oportunidades visita los principales parques y referentes de Itagüí como la Zona Centro, el Cementerio Jardines Montesacro, el Complejo El Cubo, el Humedal y la Casa Museo Ditaires, Coltejer, Centro Internacional de la Moda, y el Distrito Gastronómico Callejero de Simón Bolívar, entre otros sectores.

5. Clúster de Astilleros Menores

Con el liderazgo de la empresa fabricante de embarcaciones marítimas y fluviales Eduardoño (Opera en el Municipio de Itagüí); con el apoyo de la Cámara de Comercio Aburrá Sur y un selecto grupo de entidades públicas, privadas y académicas locales y nacionales, la región inició en el 2022 su proceso de articulación y consolidación estratégica al Clúster de Astilleros Menores.

Un total de 20 empresas del Aburrá Sur aceptaron esta primera convocatoria de desarrollo de proveedores y sustitución de importaciones.

El Plan apunta a que se consolide en la región una creciente base de proveedores locales altamente competitivos en productos metalmecánicos como anclas, tornillería, tanques de combustible, cables de electricidad con recubrimientos específicos, partes de plástico para proteger puertos y barcos, y chalecos salvavidas, entre otros.

Al frente de la coordinación de todo este esfuerzo estuvo el ex viceministro de Desarrollo Empresarial, Saúl Pineda Hoyos.

Desde Eduardoño la gestión técnica y el acompañamiento empresarial está en cabeza de su Director Comercial y de Exportaciones de Botes, Nicolás Olarte.

Este es un ejercicio poderoso que busca generar oportunidades de Formalización, Normalización Técnica, Certificación de Calidad, Sustitución de Importaciones, Productividad, Innovación y Diversificación Productiva en el mercado empresarial del Aburrá Sur.

La clave de este proyecto es construir capacidades, desarrollar proceso de diversificación productivo y construir conexiones comerciales entre la empresa ancla y muchas potenciales proveedores, configurando así una estrategia competitiva para la reactivación económica de nuestro mercado empresarial.

El proyecto permitirá acompañar a los empresarios que aceptaron la convocatoria en mejoras en productividad y desarrollos de ingeniería inversa para elaborar insumos y productos navales que puedan ser incorporados en las demandas del segmento de los astilleros menores del país.

El Programa de Sustitución de Importaciones de la Cámara tiene como meta integral aumentar capacidades en las Pymes de la región para que puedan articularse exitosamente a la cadena de abastecimiento de la industria manufacturera local y regional.

La meta general apunta a generar las capacidades productivas en 40 Pymes de la región, con base en los siguientes objetivos:

- 1.** Promover la adquisición de insumos locales que son de normal importación por medio de la diversificación económica a través de innovación incremental.
- 2.** Entrenar las pymes participantes en metodologías de ingeniería inversa.
- 3.** Identificar sectores potenciales para la sustitución de importaciones.

Para garantizar el logro de dichos objetivos se definió un Plan de Ejecución que se ejecuta a través de 5 etapas, así:

1. Segmentación de Productos y Sectores para desarrollar proveedores.
2. Convocatoria de Pymes pertenecientes al Aburrá Sur interesadas en ser proveedores de los sectores susceptibles a la sustitución de importaciones.
3. Formación en Temas Claves de abastecimiento, ingeniería inversa, eficiencias en la cadena de suministro entre otros.
4. Acompañamiento en Planta para el desarrollo de prototipos a través de la metodología de ingeniería inversa.
5. Rueda de Negocios con empresas ancla que validen comercialmente los desarrollos en la sustitución de productos importados.

2. Seguimiento a Macroproyectos

2.1. Mesas de Infraestructura

2.1.1. Mesa de Infraestructura de Antioquia: En el 2022 la Cámara de Comercio de Medellín, como coordinadora de la Mesa de Infraestructura de Antioquia, convocó a la entrega oficial del Libro El Comercio que abre caminos. Autopistas 4G en Antioquia.

Mapas, revistas, archivos de bibliotecas y entrevistas con los protagonistas hicieron parte de la investigación de cerca de dos años que se condensa en esta **crónica escrita por los historiadores Roberto Luis Jaramillo y César Lenis Ballesteros, con la edición de Rodrigo Puyo Vasco.**

Es un recuento histórico, social y económico de la región antioqueña y de buena parte del país, desde los caminos liderados por los comerciantes en el siglo XVI hasta la materialización de las Autopistas para la Prosperidad en el siglo XXI.

Los 3 grandes Corredores Viales que conforman esta Megaobra acercarán a Antioquia con el Pacífico, el Puerto de Buenaventura, con el Urabá, el Oriente del país y la Costa Caribe mediante la construcción de 9 autopistas más el Túnel del Toyo, que incluyen un total de 1.700 kilómetros de vías, 366 puentes, y 44 túneles, con una inversión de 28.5 billones de pesos.

El libro es un tributo de reconocimiento y gratitud a la empresa privada; al gobierno nacional bajo los liderazgos de los presidentes Uribe, Santos y Duque; al INCO; al Invías; a la ANI; a los gobiernos departamentales y locales; al Congreso de la República; a la Asamblea de Antioquia y al Concejo de Medellín.

Igualmente a los Concesionarios, Constructores e Inversionistas; a los miembros del Grupo Infraestructura para la Competitividad, y a todos los demás actores públicos, privados, gremiales, académicos y sociales que en los últimos 18 años, que creyeron en una Antioquia mejor.

El Libro resalta en uno de sus apartes el importante papel que la Cámara de Comercio Aburrá Sur cumplió a través de sus diferentes Encuentros Subregionales de Competitividad, los cuales sirvieron para hacer seguimiento, veeduría y acompañamiento a las obras de las Autopistas que impactaban su jurisdicción.

Hace especial énfasis en lo correspondiente al seguimiento a la Doble Calzada Ancón Sur – Primavera – Camilo Cé – Bolombolo, fracciones que luego se articularían estratégicamente a las obras de los Pacíficos 1, 2 y 3.

2.1.2. Mesa de Infraestructura 28 al Sur: En el 2022 la Cámara también avanzó en el desarrollo de su papel de supervisión y seguimiento a los macroproyectos que actualmente se gestan y ejecutan en el Aburrá Sur en materia de desarrollo vial, movilidad, servicios públicos y seguridad.

Una alianza público-privada entre los voceros de los 5 municipios del Aburrá Sur y los 23 del Suroeste Antioqueño se fortaleció desde el 2018 bajo la denominación **Mesa de Infraestructura 28 al Sur**, fue la que permitió concretar esa estrategia.

La Mesa ha tenido como propósito central identificar y gestionar soluciones prontas, objetivas y definitivas en torno al cierre financiero, los diseños y la construcción efectiva de las Autopistas 4G (Pacíficos 1, 2 y 3) y otros proyectos de infraestructura vial de alto impacto para el desarrollo futuro de ambas regiones (Aburrá Sur y Suroeste Antioqueño).

La Corporación Encuentro de Dirigentes del Suroeste, la Fundación Amigos de Amagá, **la Cámara de Comercio Aburrá Sur** y la Corporación Empresarial ProSur, como representantes institucionales de importantes sectores cívicos, productivos y generadores de empleo en el Sur del Valle de Aburrá y el Suroeste Antioqueño, son los líderes de esta iniciativa.

2.2. Proyectos en Curso

El siguiente es el inventario de obras que se monitorearon desde ambas Mesas a lo largo de la vigencia del 2022:

2.2.1. Ampliación de la Carrera 43ª en Sabaneta

La Doble Calzada de la Avenida Fernando González de Envigado (la prolongación de la Av. El Poblado, en Medellín) termina en la Calle 50 Sur de Sabaneta.

Desde allí, esta vía se reduce a dos carriles y se convierte en un auténtico cuello de botella. Por ello, con el anuncio del inicio de gestión predial para su ampliación, por fin se despejó desde el 2019 el camino para darle continuidad a la Carrera 43A.

Históricamente, los sabaneteños identifican este corredor como el acceso principal al municipio, razón por la cual desde 2016 la Alcaldía comenzó a planear el proyecto para que estuviera en condiciones de responder al alto flujo vehicular y la expansión urbana del territorio.

El proyecto contempla un total de 1.600 metros lineales en doble calzada, entre la Calle 50 Sur y la Calle 66 Sur.

De acuerdo con la Alcaldía de Sabaneta, en el 2019 se invirtieron \$8.000 millones para la compra y adecuación de 17 predios en el área de intervención.

En este sector intervenido se ubica la Sede de la Universidad CES, que ya fue adquirido por cerca de \$3.000 millones, y allí se avanzaba al cierre del 2019 en las obras de excavación para dejar la franja a nivel de la vía.

Como dato curioso cabe señalar que entre la Calle 50 Sur y la 53 Sur la franja Occidental es jurisdicción de Sabaneta y la Oriental del Municipio de Envigado, por lo cual en este tramo las intervenciones se están llevando a cabo conjuntamente entre los dos municipios.

Entretanto, con la gran cantidad de edificios que se construyeron en Sabaneta en los últimos años parece que las cosas se hubiesen hecho al revés, porque a medida que el municipio creció no ocurrió lo mismo con la Carrera 43A, que se fue quedando pequeña.

En el 2021 el Área Metropolitana del Valle de Aburrá dio a conocer la firma del Convenio suscrito con la Alcaldía de Sabaneta que garantiza los recursos para la construcción de la Ampliación del citado tramo vial en jurisdicción de esta localidad.

Esta vía principal, en el tramo que abarca entre las calles 50 Sur, en límites con Envigado y 66 Sur en el ingreso al Barrio La Barquereña, pasará a ser doble calzada con una distancia de 1,6 kilómetros. También contará con andenes, cicloinfraestructura, espacio público e iluminación.

El proyecto, que incidirá de manera directa a 11 barrios de Sabaneta, mejorará considerablemente la movilidad de todo el Municipio para beneficio de la población, visitantes y empresarios.

Con la doble calzada se busca reducir la congestión vehicular, mejorar los ciclos de conducción y aportar a la calidad del aire del territorio.

El proyecto se materializará luego de la gestión predial que ya realizó el Municipio de Sabaneta y ahora pasará a etapa de adjudicación, contratación y ejecución.

El Convenio Interadministrativo cuenta con un plazo de 24 meses para su ejecución y un valor **\$60.851 millones, de los cuales el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, AMVA, aportará \$57.860 millones y el Municipio de Sabaneta \$3.000 millones.**

Al cierre del 2022 los informes oficiales del Municipio destacan que en el Costado Occidental ya se adquirieron el 75% de los predios y en el Costado Oriental el 50%.

En Septiembre se demolió un predio donde funcionaba una conocida cancha de fútbol, el cual será el corazón de la obra.

Igualmente se negociaron 2 de las 3 casas que se necesitan demoler en el Barrio Aliadas para que la Calle 65 Sur llegue directamente hasta la Avenida Las Vegas.

A la fecha ya están listos los diseños de la ampliación, así como los recursos y se sigue avanzando en la adquisición de todos los predios necesarios.

2.2.2. Intercambio Vial de Mayorca

El proyecto se encuentra localizado en el cruce de la Calle 50 sur (Las Viudas) con la Carrera 48 (Las Vegas) y la Avenida Regional, en límites entre los municipios de Envigado y Sabaneta, y está compuesto por una glorieta a nivel y un laso en la antigua sede de Envicárnicos, es decir, una conexión vehicular con la Regional.

Entre el 2015 y el 2016 se ejecutó la Primera Etapa del Intercambio Vial del Centro Comercial Mayorca, lo cual estuvo a cargo del Consorcio Convel S.A.S. y Muros y Techos S.A.

Esa primera fase, que consistió en una glorieta a nivel, demandó una inversión de \$5.900 millones, de los cuales el Centro Comercial Mayorca aportó \$3.500 millones, los municipios de Sabaneta y Envigado \$1.387 millones y EPM \$1.100 millones como parte de la reposición de redes.

Inicialmente se construyó una Glorieta Central que facilitara las maniobras vehiculares actuales para acceder a los municipios de Envigado, Sabaneta e Itagüí.

Además, con la obra se generaron nuevas posibilidades de maniobras en el cruce vial mencionado para mejorar la movilidad.

La Segunda Fase del Intercambio de Mayorca implicará la construcción de un puente elevado y para ello se requerirá del apoyo de Envigado, el Área Metropolitana, el Centro Comercial y de la Nación.

A finales de Agosto del 2021 la Alcaldía de Envigado recibió alrededor de \$900 millones por parte del ÁMVA para actualizar los diseños de lo que será la construcción de este intercambio vial entre este municipio y Sabaneta.

El proceso es necesario para ajustar los lineamientos que den vía libre a uno de los proyectos más necesarios para impactar en la movilidad del sur del Valle de Aburrá.

Al cierre del 2022 la obra seguía a la espera de su aprobación por parte de la Junta del Area Metropolitana del Valle de Aburrá, AMVA.

A mediados del 2022 el Alcalde de Envigado entregó formalmente los diseños y se estima que la construcción del intercambio vial demandará una inversión de \$43.000 millones, aportados con vigencias futuras y con un plazo de ejecución de 14 meses.

El Proyecto transformará 19.800 mts² de espacio público, 8.5 kms de vías y 6 kms de andenes en el sector.

Con la mejora de este espacio concurrido diariamente por miles de ciudadanos, se beneficiarán 157.000 habitantes de la zona de influencia.

2.2.3. Megaplan Vial de Envigado

A partir de mediados del 2015 Envigado dio vía libre para la ejecución, con cobro de valorización incluido, del denominado Megaplan de Movilidad Municipal.

El macroproyecto vial consta de 25 obras, estimadas en cerca de un billón de pesos, de las que 11 están siendo ejecutadas por valorización, con un monto estimado de \$220.000 millones que fueron derramados entre los 135.000 propietarios de 102.000 predios.

Las obras financiadas por valorización fueron: Paralela quebrada La Ayurá entre carreras 48 y 50; Intercambio vial de La Salle – Etapa I; Intercambio Vial de la Carrera 41 con Calle 24 Sur (Loma Benedictinos); la Ampliación de la Diagonal 29 entre la Calle 34DD Sur y la Carrera 28, y entre la Carrera 42A y 28D (Sector Tamarindos); el Intercambio Vial de la Calle 27 Sur (Loma El Esmeraldal) con Carrera 28, y el Intercambio Vial de la Transversal Intermedia (Carrera 27) con El Esmeraldal.

Contempla, igualmente, el Intercambio Vial de la Transversal Intermedia con la Loma del Chocho (Calle 36 Sur); la Ampliación de la Calle 37 Sur (Loma El Escobero) entre el Hospital Manuel Uribe Ángel (Diagonal 31); la Transversal Intermedia, y el Intercambio vial Sector Piedra de La Ayurá: Diagonal 31 y 32 (Paralelas de La Ayurá) con Calles 37 Sur y 38 Sur y la Carrera 29A (Sector Hospital Manuel Uribe Ángel); el Eje Vial Las Antillas, y la Ampliación del Tercer Carril de la Avenida Las Vegas entre Calles 37 Sur y 19 Sur (Calzadas Oriental y Occidental).

Si bien este Plan se ha logrado ejecutar en su mayoría a lo largo de los últimos años, uno de los puntos a intervenir se convirtió en un caos de movilidad en el sector conocido como El Triángulo de las Bermudas, a causa del crecimiento demográfico en la Zona de El Esmeraldal.

Luego de 7 años desde que surgió la propuesta de este intercambio en el Mega Plan Vial que contemplaba más de 20 intervenciones, apenas en la vigencia del 2021 se firmó finalmente el Acta de Inicio que marcó el comienzo de la ejecución del proyecto.

La obra está compuesta por 2 puentes y 6 ejes viales con una longitud total de 845 metros que integrarán la construcción del Intercambio a desnivel que pasará por la Calle 27 Sur sobre la Carrera 28.

El intercambio busca facilitar que los vehículos pasen de manera segura en el denominado “Triángulo de las Bermudas”, donde definitivamente el paso ha sido muy limitado y se han tenido muchos problemas por las condiciones y la inclinación.

Al hacer este puente van a mejorar los ingresos y las salidas de la zona y permitirá agilizar el flujo vehicular en el sector.

Este proyecto fue cuestionado por un grupo de ciudadanos que integraron una veeduría ciudadana para vigilarlo tras las múltiples postergaciones que han existido sobre las fechas de inicio.

Luego de varios derechos de petición, fue que se pudo concretar el nuevo cronograma que le dio luz verde a las obras.

La obra también contará con 600 metros cuadrados de zonas verdes, 1.400 metros cuadrados de construcción y mejoramiento de andenes, y 4.000 metros cuadrados de mejoramiento de vías. Se estima que la inversión en el proyecto superará los \$19.400 millones.

Pese a todos los esfuerzos al cierre del 2022 el proyecto no había podido ser culminado, lo que reactivó los cuestionamientos ciudadanos.

De hecho, a mediados de Noviembre se informó que el proyecto demandaría todavía 6 semanas más de labores, por lo que su entrega se postergaría hasta el 15 de Enero del 2023.

La obra llevaba 74% de avance al 31 de Octubre del 2022. La empresa contratista pidió una adición presupuestal de \$6.528 millones, lo que, a decir de la Veeduría, “representa un incremento del 37,9%”, y la Alcaldía y DESur lo aceptaron”.

El presupuesto inicial de obras (sin la interventoría) era de \$16.700 millones, y desde el inicio se había hecho un ajuste presupuestal de \$509 millones.

Así las cosas, hasta el 1º de Noviembre se tenía la información de un costo por obras de \$17.210 millones. Con la adición solicitada el presupuesto de obras queda en \$23.738 millones, según cálculos del grupo de la Veeduría.

2.2.4. Avances de la Pretroncal Sur del Metroplús

La Cámara también estuvo en la vigencia del 2022 haciendo un seguimiento y monitoreo permanente al desarrollo de las obras del Metroplús en la denominada Pretroncal Sur (municipios de Itagüí y Envigado).

2.2.4.1. Metroplús Itagüí: En esta localidad el proyecto viene realizando una transformación urbana de más de 11,4 kilómetros de longitud de corredores preferenciales y exclusivos y estaciones al lado izquierdo en los sectores Chimeneas, Vía de la Moda, Avenida Santa María, Parque del Artista, Quebrada Doña María y Ditaíres. En el centro será un corredor con paraderos a la derecha para ampliar la cobertura del servicio.

A la fecha se han construido en esta localidad 4,2 kilómetros desde Las Chimeneas hasta el Parque del Artista y 1,5 kilómetros más de corredor a lo largo de la Quebrada Doña María, denominado Tramo 4A Fase 1.

El Tramo 3 (entre la Avenida Santa María y la Vía de la Moda) que tiene 4,2 kilómetros de extensión y una inversión de \$55.624 millones, inició obra el 20 de Diciembre de 2010 y fue entregado el 26 de Agosto de 2016.

En cuanto a la Fase 1 del Tramo 4 A (1.6 kilómetros de vía entre Guayabal y La Aguacatala), que inició el 15 de Octubre de 2015 y fue dejada por el contratista Guinovart a principio del 2019 cuando estaba en un 90%,

Metroplús atiende una demanda instaurada por esa firma, que le reclama \$17.000 millones arguyendo una terminación indebida del contrato.

En Abril del 2021, tras varias gestiones, se retomaron los trabajos en este sector, y al cierre de la vigencia llegaron a un 30% de avance.

De otro lado, y en relación con el Tramo 4 el Metroplús de Itagüí cerró el 2022 con un avance del 50 por ciento, correspondiente a las obras que se ejecutan entre el Barrio Las Acacias y el Barrio El Rosario.

Es alrededor de un kilómetro de intervención el que se está desarrollando con un componente urbanístico y habilitación de carril exclusivo para el sistema de transporte integrado.

Este tramo deberá estar listo en el segundo trimestre de 2023. Los contratistas buscan avanzar en las obras que han tenido dificultades por las intensas lluvias que se registran en el país.

2.2.4.2. Metroplús Envigado: En Envigado se realiza la transformación urbana de 3,8 kilómetros de vías sobre la Carrera 43A, que tendrán carriles preferenciales para el Sistema, 7 estaciones centrales, y nuevos y renovados espacios públicos.

El corredor de este Municipio se extiende desde los límites con Sabaneta (Calle 50 Sur), hasta el Sector La Frontera (Calle 21 Sur), y está dividido en 3 tramos de los cuales ya está construido el Tramo 1; se encuentra en construcción el Tramo 2A y está próximo a ejecutarse el Tramo 2B.

Allí el Sistema se conectará con los municipios de Medellín e Itagüí a través de la llamada Pretronal del Sur.

Si bien en Septiembre se esperaba que el contratista AIA Arquitectos Asociados hiciera una entrega parcial del Costado Occidental del Tramo 2B sobre la Avenida 43A en Envigado, entre el Euro y el Colegio Teresiano, este hecho sólo se produjo a inicios del 2022.

La intervención adelantada desde el 15 de Marzo del 2021 en los 2 carriles occidentales incluye la ampliación del actual puente sobre la Quebrada La Ayurá.

Metroplús confirmó en el 2021 que todavía están en proceso de afinación de permiso para las intervenciones y ajuste de diseño urbano de los tramos envigadeños faltantes: La Segunda Etapa del 2B (entre el Colegio Teresiano y el Restaurante Palo Grande) y el 2C (Entre Palo Grande y la Iglesia de San Marcos), donde empataría con lo ya construido del 2A, que viene desde la 50 Sur, en límites con Sabaneta).

Los procesos de licitación y contratación serán de \$11.000 millones para la Segunda Etapa del Tramo 2B y de \$5.500 millones para el Tramo 2C. Ambos se ejecutarían en el 2022.

Cabe recordar que las obras del Metroplús estuvieron frenadas varios meses en Envigado por decisión judicial.

A la fecha aún está vigente el proceso de la Acción Popular, pero la obra sigue en desarrollo por el fallo emitido el pasado 5 de Marzo del 2021, en el que el Tribunal Administrativo de Antioquia decidió, en Segunda Instancia, revocar la medida cautelar ordenada por el Juzgado 13 Administrativo Oral de Medellín, que había suspendido el Contrato del Tramo 2B.

En lo correspondiente al cierre del 2022 los reportes indican que la obra logró avanzar 630 metros en el tramo en cuestión.

Como un “pequeño gran paso” fue calificada la entrega que hicieron de este metraje, en Octubre de 2022, la Alcaldía de Envigado y la empresa Metroplús en el Tramo 2B sobre la Avenida El Poblado, entre la Calle 21 Sur (Sector Euro) y la Calle 25B Sur (Pecositas).

Las obras en esta parte del corredor iniciaron el 15 de Marzo de 2021 y han sido ejecutadas por las firmas AIA Arquitectos e Ingenieros Asociados.

Estas tuvieron un costo aproximado de \$22.500 millones y comprendieron una doble calzada de tres carriles a cada lado, la renovación del separador central y la adecuación de 3.250 metros cuadrados de espacio público que ahora es iluminado con lámparas LED. Además trasplantaron 207 árboles, sembraron otros 117 árboles y más de 10.200 plantas ornamentales.

Esta entrega dejó un sabor agri dulce pues se dio 9 años después de iniciar las obras, y luego de atravesar 2 suspensiones en 2014 y en 2020.

Debido a los retrasos de las obras y el incremento en los valores de los materiales, el dinero que se tenía pensado invertir en las obras físicas de las estaciones diseminadas en los 3,7 kilómetros que comprende el corredor debió invertirse en la adecuación de las vías para los vehículos del Metroplús, por lo que le corresponderá a la próxima administración envigadeña hallar el modo de conseguir los recursos para hacer las estaciones.

En caso de que no lograrlo, le tocará a esa otra administración financiar las estaciones, lo que sería un reflejo de las pérdidas del proyecto por el cese de 6 años.

La Gerencia del Metroplús y la Alcaldía de Envigado avanzaban al cierre del 2022 en concretar las obras para la culminación del Tramo 2B –que comprende 315 metros entre Pecositas y el Mall Palogrande– y que se vienen realizando con las mismas condiciones con las que se construyó el Tramo 2B, con un costo de \$9.110 millones.

Según las entidades el Tramo 2B debió fragmentarse por cuestión de agilidad en su ejecución y en la consecución de recursos.

El contrato ya está en fase de adjudicación con el Consorcio Otraparte y en proceso de legalización. Se espera que estas obras se surtan en 9 meses y se entreguen cerca de Julio de 2023.

A la par de la culminación del Tramo 2B, se espera ejecutar también el Tramo 2C entre Palogrande y la Iglesia de San Marcos aprovechando los mismos permisos ante el Área Metropolitana.

Para esta intervención hay dispuestos \$8.000 millones, pero podrían no ser suficientes, pues hay que actualizar los valores de materiales.

2.2.5. Pacíficos 1, 2 y 3

El proyecto Autopistas para la Prosperidad (Vías 4G) es el resultado de la decisión del Gobierno Nacional para potenciar el proyecto original, denominado Autopistas de la Montaña, que buscaba mejorar las condiciones de conectividad del Departamento de Antioquia con el Magdalena Medio, el Eje Cafetero, la Costa Pacífica y la Costa Atlántica.

Las concesionarias encargadas de estos tres tramos viales (que conectan con el territorio de los 5 municipios del Aburrá Sur), se vienen ejecutando bajo el formato de Alianzas Público Privadas, y tendrán un costo cercano a los \$4 billones.

Las concesiones Pacífico 1, 2 y 3 le permitirán a Antioquia conectarse de manera eficiente con el Eje Cafetero y el Valle del Cauca, disminuyendo en 7 horas el recorrido entre Medellín y el Puerto de Buenaventura; en 2 horas el recorrido entre Medellín y Manizales; en 6 horas entre Medellín y Urabá, y en 7 horas el desplazamiento entre Medellín y Cali.

De acuerdo con los últimos reportes, el siguiente es el estado de avance con el que cada tramo culmina la vigencia del año 2021.

2.2.5.1. Conexión Pacífico 1: A lo largo de 50 kilómetros se permitirá una salida eficiente entre Medellín y el Río Cauca, a la altura del Corregimiento de Bolombolo (Suroeste Antioqueño).

Al cierre del 2022 el avance de la obra, la cual demandó una inversión de \$2.5 billones, alcanza el 93%, lo que representa un 13% por encima del plan aprobado por la Agencia Nacional de Infraestructura, ANI.

La Unidad Funcional 1 (Entre Bolombolo y Puerto Escondido - 5.2 km en operación Bolombolo) está lista en un 89%.

La Unidad Funcional 2 (Entre Puerto Escondido - Camilo C y calzada izquierda Túnel de Amagá), está en un 95%;

La Unidad Funcional 3 (Comprende la Calzada derecha Túnel de Amagá) está en un 100%,

La Unidad Funcional 4 (Entre Camilo C- sector Cuatro Palos), está en un 90%.

Según la Concesionaria Covipacífico, ya se encuentran listas el 87% de las Vías, el 94% de los Puentes, y el 99% de los Túneles (Sinifaná - cada tubo de 1.4 km, para un total de 2.8 km, y Amagá - Cada tubo de 3.6 km, para un total de 7.2 km).

Este proyecto que contempla 32.2 kilómetros de vía, permitirá tener una doble calzada en el Suroeste Antioqueño con influencia en municipios como Amagá, Titiribí, Venecia y Caldas.

Un total de 2 túneles dobles, 67 puentes y 3 intercambios viales hacen parte de la mega obra que tiene una inversión de 2.5 billones de pesos y que se conectará con Pacífico 2 y 3.

2.2.5.2. Conexión Pacífico 2: Fue adjudicado al Grupo P. S. F. Concesión La Pintada, liderado por las firmas Odinsa de Colombia (filial del Grupo Argos), sus principales accionistas (Mincivil, El Cóndor y Termotécnica S.A.) y Mota Engil Engenharia de Portugal, la mayor constructora de ese país.

El Pacífico 2 une a Bolombolo con La Pintada, y proyecta recibir todo el tráfico que viene desde Medellín y la zona norte del país, dándole continuidad a Pacífico 1.

Este proyecto fue entregado oficialmente al servicio en la segunda quincena del mes de Octubre del 2021.

El proyecto, que sumó inversiones por \$1,3 billones, se desarrolló en el Tramo Primavera, Camilo Cé, Bolombolo y La Pintada del Suroeste Antioqueño.

El proyecto incluyó trabajos por 42.5 kilómetros de vías construidas, lo que incluyó 39.5 kilómetros de doble calzada y, por otro lado, 54 kilómetros de vías rehabilitadas.

Al mismo tiempo, la obra, en su conjunto, contempló la construcción de 44 puentes, dentro de los que se destaca el Puente Cauca sobre el río que le da el nombre, con una inversión de \$80.200 millones de pesos y una longitud de 490 metros de largo.

El proyecto dividió su desarrollo en 5 Fases (Unidades Funcionales). La primera fue la carretera que conecta La Pintada con el Corregimiento de Puente Iglesias. La segunda Unidad enlazó a Puente Iglesias con el Túnel de Mulatos.

La Tercera Unidad abarcó desde el Túnel de Mulatos hasta el Puente sobre el Río Cauca. La Cuarta Fase correspondió al Puente Cauca-Bolombolo y, por último, la Quinta Unidad fue el tramo entre Primavera, Santa Bárbara y La Pintada.

2.2.5.3. Conexión Pacífico 3 (La Pintada-Manizales), fue adjudicada a una estructura plural liderada por Mario Huertas Cotes (75%), uno de los constructores líderes del país. También participa con 25% la Constructora MECO S.A., la mayor empresa del sector de Costa Rica.

Esta es la obra más extensa de las 3, ya que la concesión cuenta con una longitud total de 146 kms. Si bien tiene una gran influencia en Caldas, también beneficia a los departamentos de Antioquia y Risaralda, pues se construye para fortalecer la Conexión con el Occidente del país y la salida al Puerto de Buenaventura.

Esta vía recorre 12 municipios de Caldas, 4 de Risaralda y 3 de Antioquia. Este proyecto contempla la intervención de 58 puentes, 8 intersecciones viales, la construcción de 2 túneles, uno de ellos en Tesalia con una longitud total de 3.4 kilómetros, que por su dimensión se perfila como una de las grandes obras de infraestructura en Colombia.

El proyecto cuenta con 5 Unidades Funcionales discriminadas así: UF1 (La Virginia-Asia); UF2 (Variante Tesalia); UF3 (La Manuela, Tres Puertas, Irra); UF4 (Irra-La Felisa), y UF5 (La Felisa-La Pintada).

En este proyecto sobresale la construcción del Túnel de Tesalia, una obra de 3,5 kilómetros de longitud y que se constituye como la más grande y con mayores características técnicas del corredor. De hecho, se destaca por ser la de mayor extensión del Eje Cafetero.

La estructura quedó lista al cierre del 2021 y traerá grandes beneficios para la región, entre ellos la reducción de entre 35 y 40 minutos en el tiempo de recorrido, mejorando la movilidad entre los departamentos de Caldas, Risaralda y Antioquia, facilitando así la conectividad con los principales centros de producción del país.

Este túnel hace parte de la Unidad Funcional UF 2 y conecta de forma bidireccional el Valle del Río Risaralda con el Sector del Kilómetro 41 en el Departamento de Caldas.

En esta UF se construyen 24 km de vía nueva, de los cuales el túnel abarca 3,5 km que incluyen una galería de emergencia en paralelo.

Se destaca también la UF 3, que comprende los sectores de La Manuela-Tres Puertas-Irra, terminada y puesta en servicio. En esta unidad se realizó la intervención de 31 km, el mejoramiento de 24 km y 7 km de segunda calzada.

Actualmente, la UF 5, que va desde el sector conocido como El Playón, en Riosucio (Caldas) hasta La Pintada (Antioquia), registraba al cierre del 2022 un avance del 79%.

El proyecto registraba al cierre del 2021 un avance del 94%, con una inversión de \$2.4 billones, y una generación de más de 2.340 empleos en 72 frentes de obra.

2.2.6. Sistema Férreo Multipropósito

Con la firma en Junio del 2016, por parte de autoridades locales, del acuerdo para la constitución de la sociedad que contrataría los estudios y diseños de la rehabilitación del Ferrocarril de Antioquia empezó a hacerse realidad lo que para muchos era utópico.

Como partícipes del proyecto con el que se busca construir un **Primer Tramo Férreo entre Amagá y Barbosa**, quedaron inscritos el Gobernador de Antioquia, Luis Pérez Gutiérrez; el entonces Gerente del Idea, Mauricio Tobón Franco; el Gerente del Metro, Tomás Elejalde Escobar y el Ex Director del Área Metropolitana, Eugenio Prieto Soto.

Al tiempo con la suscripción de esa empresa, llamada **Sociedad Ferrocarril de Antioquia S.A.S**, la Administración Departamental anunció la destinación inicial de 15.000 millones de pesos para avanzar en el proyecto.

La nueva sociedad tiene una participación accionaria de 28% por parte de la Gobernación; Idea, 24%; Área, 24% y el Metro, 24%, y **el compromiso de recuperar el Ferrocarril de Antioquia para el transporte de Pasajeros, Carga y Basuras**.

Una vez finalizados los estudios de prefactibilidad financieros realizados por la ANI, los cuales dieron como resultado la viabilidad del proyecto, la junta directiva de la Sociedad Promotora Ferrocarril de Antioquia, autorizó en Septiembre del 2021 iniciar el proceso de factibilidad que permita la reactivación del ferrocarril.

La Promotora contratará una Consultoría Especializada para esta estructuración, proceso que inició la última semana del mes de Junio del 2021 y determinará en un término de 9 meses, el mejor modelo de negocio para poner en funcionamiento el proyecto.

La principal meta de la entidad es la reactivación y modernización del ferrocarril como un Sistema Férreo Multipropósito que permita el crecimiento, la conectividad y competitividad del Departamento de Antioquia.

Este es uno de los proyectos bandera del actual gobierno departamental, no solo por intentar revivir el ferrocarril después de 60 años, sino por ser el salvavidas de la Línea A del metro.

El trazado completo por el Valle de Aburrá tiene 63 kilómetros y fue dividido en dos etapas: Aguacatala-Barbosa y Aguacatala-Caldas.

La región priorizó el primer tramo, de 46,5 kilómetros, con 14 estaciones (siete de ellas integradas al metro) y una expectativa de movilizar 224.000 personas diarias en 2026.

El tren, que atravesará el Valle de Aburrá y que, según estudios previos, pasaría por el Costado Occidental de la Línea del Metro, tendrá 3 modos de operación.

El primer uso será el **Transporte de Basura en Contenedores para llegar al Relleno La Pradera, en el Municipio de Donmatías.**

Con esto se pretende facilitar la disposición de residuos a municipios del Suroeste y Occidente antioqueños sin afectar el medio ambiente, minimizando el consumo de gasolina, los malos olores y el impacto en la movilidad.

Un segundo uso del ferrocarril entre Amagá y Barbosa será el del **Transporte de Carga con fines de Exportación desde los puertos.**

En este punto tendría injerencia especial el Área Metropolitana, entidad que buscará la creación de dos estaciones logísticas donde empiezan las carreteras de la Prosperidad (Caucasia y Cartagena, y Amagá hacia el Pacífico y Urabá).

Esto permitirá mover la carga metropolitana de manera más económica, rápida y sin perturbar el tráfico del Valle de Aburrá.

Pero el anhelo fundamental de esa primera fase del ferrocarril será el **Transporte Masivo de Pasajeros**, para que funcione como **Tren de Cercanía** y solucione la congestión, que ya se avizora, en el Metro.

Según los expertos, los ferrocarriles modernos en todas partes del mundo, donde son fundamentales para el transporte de bienes y personas, funcionan bajo un modelo parecido al de las Autopistas 4G que constituyó la Nación.

La línea férrea de Antioquia tendrá un modelo donde un conglomerado de empresas hace la inversión de infraestructura, en parte con apalancamiento privado y del Estado.

Esa infraestructura por la que ruedan los trenes le cobra a los operadores unos peajes, similar a como funciona en carreteras.

El Sistema que se plantea es diferente a lo que eran los ferrocarriles en el pasado, donde una empresa era la dueña de la vía, le hacía el mantenimiento, era propietaria de los trenes y ejercía la operación.

El modelo nuevo es que una empresa hace la inversión en infraestructura y a través de una concesión cobra los peajes al operador que quiera utilizarlo.

Se estima que el Ferrocarril movilizará entre 150.000 y 240.000 pasajeros cuando entre en operación, después de 67 años.

En la vigencia del 2022 el alcalde de Medellín, Daniel Quintero, señaló que la ciudad se compromete a cofinanciar el proyecto si la empresa Metro ejecuta el proyecto.

El primer tramo va de Barbosa hasta la estación Aguacatala en Medellín, que son 46,5 kilómetros. La segunda se hará desde ese mismo lugar hasta la estación Primavera, en Caldas. Por lo que, por ahora, se priorizó la primera fase que requiere \$4,88 billones.

De estos recursos, la región debe aportar el 30%, es decir, \$1,46 billones, que deberán cofinanciar la Gobernación de Antioquia, la Alcaldía de Medellín, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y el Metro de Medellín. Los tres primeros deberán dar el 8,8%, mientras que el Sistema tendrá que aportar el 3,6% restante.

El 70% restante (\$3,32 billones) lo deberá asumir la Nación, por lo que ahora, con la carta de compromiso de todos los involucrados regionales, se podrá hacer la solicitud formal al Gobierno Nacional para tener el cierre financiero y dar inicio al proyecto.

Sobre el proyecto la Gobernación de Antioquia ha recalcado que no solo mejorará la movilidad de la ciudad, sino también de la región, y que será un medio de transporte ecológico, que incluirá la construcción un cable aéreo turístico entre el cerro Nutibara y Parques del Río.

Gustavo Ruiz Agudelo, Gerente de la Promotora del Ferrocarril, indicó al cierre del 2022 que se estaban haciendo ajustes técnicos, revisiones y nuevos estudios par a la presentación del proyecto, así como suscribieron nuevos acuerdos con la Alcaldía de Medellín, mientras se da luz verde a la megaobra por parte del Gobierno Nacional.

En paralelo también se lograron en el 2022 avances importantes en lo relativo con la gestión predial y la licencia ambiental.

Si todo sale como se tiene previsto, este nuevo sistema de movilidad podrá movilizar cerca de 224.000 personas al día en 2026 y se convertiría en una alternativa al Metro en las zonas en las que recientemente se han presentado emergencias por cuenta de las lluvias.

2.2.7. Túnel entre Caldas y El Retiro

Al cierre del 2017 se encontraba en Etapa de Prefactibilidad un proyecto denominado Conexión Sur, promovido por una alianza público privada y presentado a la Gobernación de Antioquia por la Cámara Colombiana de Infraestructura (CCI).

El propósito de la CCI con esta app es construir con 35 de sus empresas afiliadas en Antioquia, una conexión vial de 20 kilómetros entre el municipio de Caldas y El Retiro, que contará con un túnel, de unos 9 kilómetros, para unir los valles de Aburrá y de San Nicolás.

La CCI ha señalado que hacer el túnel demoraría entre 4 y 6 años, por lo que esperan que se agilicen los trámites, porque esta obra se necesita urgentemente para mitigar la contingencia ambiental que tiene el Valle de Aburrá por las emisiones de los vehículos de carga que van hacia la Costa Atlántica y lo cruzan de sur a norte.

Si no se hace algo en los próximos años la movilidad del Aburrá colapsará y esta obra será opción para que los camiones que van para el aeropuerto de Rionegro y el Oriente de Antioquia, no tengan que utilizar la vía Regional que, en un futuro cercano, no aguantará más tráfico.

No hay que olvidar también que una vez empiecen a operar las vías de doble calzada de Cuarta Generación (Pacífico Uno, Dos y Tres) entrarán a un embudo que es el corredor del Río Medellín para cruzar el Valle de Aburrá y llegar a la Costa Atlántica. El caos será aún más grande.

Cabe señalar que la mayoría de carga que se genera para el Aeropuerto de Rionegro es del Sur del Valle de Aburrá y el tráfico seguramente aumentará una vez construyan la segunda pista, por lo que una vía en el sur que una a ambos valles sería la ideal para evitar transitar por el centro de la capital antioqueña para llegar a la Autopista Medellín-Bogotá.

El proyecto incluiría un túnel y unos 10 kilómetros de carretera de muy buenas especificaciones para el tráfico pesado.

Un proyecto de esta naturaleza por el sector de La Miel para llegar al Oriente Antioqueño revolucionaría la movilidad del Valle de Aburrá, porque le quitaría el impacto que tiene el alto flujo vial de la vía Regional.

Esta carretera está prácticamente hecha y no tiene problemas de predios. Solo le falta ampliarla, pavimentarla y hacer túnel para cruzar a El Retiro.

2.2.8. Rehabilitación Avenida Regional Sabaneta

Para mejorar la movilidad vial de la Avenida Regional entre los sectores de Ancón Sur y Mayorca en el Valle de Aburrá, el Instituto Nacional de Vías, INVÍAS, en asocio con la Gobernación de Antioquia, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, AMVA, y la Alcaldía de Sabaneta, unieron esfuerzos técnicos y presupuestales en Septiembre del 2021, con el fin de rehabilitar los 3,2 kilómetros en jurisdicción del Municipio de Sabaneta.

Para lograr la recuperación y rehabilitación de este tramo de la Avenida Regional, el INVÍAS, la Gobernación de Antioquia y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, se comprometieron con aportar recursos por un valor de \$11.000 millones.

Cabe aclarar que este tramo no forma parte de la red vial del INVÍAS. Sin embargo, atendiendo el llamado del territorio y pensando en la movilidad segura de los usuarios, el Gobierno Nacional sumó aportes para lograr este acuerdo.

Por su parte el alcalde de Sabaneta, Santiago Montoya, ratificó que una vez lograda esta recuperación el Municipio adoptará la vía y garantizará su mantenimiento futuro.

Este acuerdo pone fin a muchos años de lucha de entidades como la Cámara de Comercio Aburrá Sur, en defensa de la vida de quienes transitan por este sector, y con el propósito de poner fin a un limbo legal que tenía huérfana de mantenimiento este tramo vial.

Todos los indicadores de obra destacaban que el Aburrá Sur culminaría el 2022 con este tramo vial completamente recuperado entre las Calle 77 Sur y 50 Sur.

2.2.9. Nuevos Intercambios en Itagüí

Dos nuevos intercambios viales sobre la Autopista Sur; uno sobre la Calle 50 (Secretaría de Movilidad) y el otro sobre la Calle 31 (Fábricas Unidas) y la ampliación del tercer carril sobre el Puente Simón Bolívar, fueron las obras anunciadas por la administración municipal de Itagüí en el mes de Agosto del 2022.

En rueda de prensa encabezada por el director de Ejecución y Operación del Instituto Nacional de Vías (INVÍAS), Juan Esteban Romero, y el alcalde de Itagüí, José Fernando Escobar Estrada, se anunció la finalización de los estudios y los diseños de estas 3 importantes obras de infraestructura vial que impactarán positivamente en la movilidad de los municipios del Sur del Valle de Aburrá y del suroeste de Antioquia.

Durante años y debido al creciente flujo vehicular que transita a lo largo de la Autopista Sur, los trancones se han vuelto constantes en este corredor vial, aún más en las inmediaciones de la ciudad de Itagüí donde dos cruces semafóricos, específicamente en la Calle 50 (Secretaría de Movilidad) en dirección hacia los municipios vecinos de Sabaneta y Envigado y el de la Calle 31 (Fábricas Unidas) que comunica con el Municipio de Sabaneta, detienen la movilidad de los automotores que por allí transitan.

Con estos intercambios viales se eliminarían estos cruces semafóricos, brindando una movilidad fluida tanto en sentido Norte - Sur, como Oriente - Occidente.

Según se informó, ya se inició la fase de contratación y gestión predial del intercambio vial de la Autopista Sur con la Calle 31, primera obra en iniciar y cuyo valor asciende a los \$85.000 millones, con una duración de 15 meses y que se proyecta que pueda ser puesta al servicio de la comunidad para finales de 2023.

Además, se anunció la intervención por parte del Invías de 450 metros lineales de la berma en este corredor nacional en jurisdicción de Itagüí que funcionará como un tercer carril entre la Aguacatala y las inmediaciones del Polideportivo Óscar López Escobar.

3. Revisión POtS y PBOTs Aburrá Sur

Mientras avanzan los periodos de alcaldes en el país, en el Aburrá Sur los 5 gobiernos municipales en curso hacen esfuerzos por dejar rutas, instrumentos y políticas que ayuden a definir el futuro territorial y económico de la región.

Un claro ejemplo de ello son las acciones que avanzaron en el 2022 en torno a la definición de Políticas Públicas Económicas en los diferentes municipios de la región; la formulación del Plan Estratégico de Sostenibilidad Territorial, PEST, en el Municipio de Caldas, y la actualización de los POTs y PBOTs de la jurisdicción, entre otros esfuerzos de planificación.

Estas iniciativas, varias por fuerza de ley, pero otras por convicción e iniciativa de los municipios, con el apoyo de la Cámara, propician un buen clima, con oportunidades, alertas y visiones prospectivas que merecen ser tenidas en cuenta para el futuro de la región.

El inicio de un nuevo gobierno, así como el ya cercano relevo de administraciones locales y departamental proponen la necesidad de adelantar innovadores ejercicios de planeación económica y territorial que recojan las perspectivas de los actores regionales a nivel público, privado, gremial, social y académico.

Es pertinente aprovechar el conocimiento interinstitucional que hoy está acumulado en los distintos municipios, con el fin de revitalizar visiones y propuestas que permitan consolidar los procesos planificadores en curso, y construir innovadoramente sobre lo construido.

Este momento histórico, unido a las transformaciones que impulsarán las Autopistas 4G; el cambio de dinámicas en los ejes de movilidad que conectan al mar, con el acercamiento de las diferentes regiones a los principales centros poblados y a nuevos mercados, invitan necesariamente a una revisión de las cartas de navegación locales, regionales e interdepartamentales (Eje Cafetero-Costa Atlántica-Urabá-Magdalena), con el fin de anticipar y proveer capacidades, competencias y estrategias para competir en este contexto de cambio.

En este marco es oportuno resaltar como el empresariado del Aburrá Sur se declara optimista y resiliente, tal como lo indican las últimas mediciones realizadas por la Cámara de Comercio de Aburrá Sur.

Luego de superar la dura prueba del Covid, los paros, los bloqueos y los impactos logísticos y económicos del devenir histórico internacional, esta etapa de reactivación económica no puede ser desaprovechada para impulsar el empleo y la productividad de una región geoeconómica tan importante como el Aburrá Sur.

Consecuente con lo anterior es fundamental garantizar la articulación de los planes y políticas de desarrollo económico con los Planes de Ordenamiento Territorial.

Esto permitirá definir estrategias físico-espaciales para el desarrollo de la economía. De nada sirve plantearse buenos propósitos económicos si no hay condiciones ambientales, de infraestructura y normativas que permitan materializarlos.

A todo ello deben sumarse unas políticas económicas y unos mecanismos de gobernanza que permitan hacer seguimiento y evaluación a los procesos y proyectos, y aprovechar eficientemente fuentes potenciales y recursos técnicos, logísticos, humanos, institucionales y financieros para su implementación.

Pecar por exceso de municipalismo; no tener concertada una visión regional y desconocer la gestión potencial de sectores estratégicos como el Turismo, la Transformación Digital, la Bioeconomía (Economía Circular) y los Encadenamientos Productivos para el Desarrollo de Proveedores y Sustitución de Importaciones (Clúster de Astilleros Menores y Cadena Productiva Aeronáutica), es una apuesta histórica que no podemos desatender.

Desde el mes de Julio del 2021 el Municipio de Caldas, en cabeza de su Alcalde, Mauricio Cano Carmona, ha venido liderando, con el apoyo de entidades como la Cámara de Comercio Aburrá Sur, la formulación del denominado **Plan Estratégico de Sostenibilidad Territorial, PEST**.

Este ejercicio ha desencadenado un proceso de movilización de la comunidad caldeña a nivel social, económico, político y sectorial, con miras a la construcción de un futuro incluyente, altamente participativo y con desarrollo sostenible para esta localidad del Aburrá Sur.

El proceso se conceptualizó metodológicamente en sus inicios mediante la realización de un Diplomado de Planeación Prospectiva y Estratégica para Regiones Sostenibles, denominado Suyusama (Voz quechua que significa Región Hermosa).

A través de este proceso académico se certificaron, con el apoyo del Colegio Mayor de Antioquia, a 60 integrantes de la comunidad encargados de desarrollar la Estrategia PEST en el Territorio.

El PEST se ha enfocado en 2 grandes retos como ejes de la sostenibilidad del municipio: La Planificación para la Sostenibilidad y el Ordenamiento de su Territorio.

Ello ha significado evaluar y valorar los procesos regionales, departamentales y nacionales en función de la sostenibilidad ambiental para el uso del suelo, el cuidado y la conservación de las fuentes hídricas y las reservas de bosques como generadores de aire para la región, los mismos que hoy convierten a Caldas en una prestadora de servicios ambientales, turísticos y culturales para la generación de conciencia sostenible.

A ello se ha sumado la estructuración de modelos de desarrollo territoriales, que van más allá del cumplimiento de la ley y las normas.

En forma equitativa y por consensos con sus vecinos, este proceso ha permitido identificar las necesidades y prioridades de cada sector que compone el territorio, creando un diálogo colectivo de cómo y para qué se quiere ordenar el territorio caldeño.

Para ello se viene dotando al Municipio con diferentes estrategias para la Sostenibilidad Territorial como el PEGAM (Plan de Gestión Ambiental Municipal); el PGIRS (Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos); y los Planes de la Red Hídrica Municipal y de Gestión de Riesgos y Desastres.

A ellos se suman, igualmente, el Plan Estratégico de Turismo, el Plan Integral del Cambio Climático y Estudios de Compensación Económica por Servicios ambientales.

De acuerdo con las directivas del PEST este Plan deberá facilitar próximamente la articulación de todos los insumos necesarios para la toma de decisiones sostenibles, convirtiéndose en el eje estructurante y el corazón del actual proceso de Actualización del PBOT (Plan Básico de Ordenamiento Territorial) local.

En el campo económico la Cámara ha participado activamente en la definición de las futuras apuestas económicas del Municipio.

Sobre la mesa reposan hoy varios ejes estratégicos de especialización económica local: Turismo Ecológico, Agroindustria, Industria Logística (Plataforma Logística de Caldas), Banco de CO2 (Ingresos por protección de aire, agua y bosque) e Industria 4.0 (Centros de Servicios para el Desarrollo de Software y Programación).

Algunos de estos sectores están validados sobre capacidades endógenas del territorio y sobre un potencial aprovechamiento de atracción de inversionistas.

Está claro, sin embargo, que el desarrollo potencial de estas apuestas de vocación económica dependerán esencialmente de varios factores: Servicio de Acueducto y Alcantarillado, Políticas Públicas de Desarrollo Económico, Disponibilidad de Talento Humano con nuevas Competencias y Habilidades, Gobernanza Política y un Plan de Marketing Territorial que facilite la atracción de cooperación e inversionistas.

De acuerdo con las proyecciones de la Cámara, el Municipio de Caldas cuenta hoy con cerca de 3.040 unidades productivas, de las cuales 2.900 (95.4%), 101 son Pequeñas Empresas, 29 Medianas, y 10 Grandes Empresas.

Este potencial de unidades productivas le otorgan a Caldas hoy una participación del 8.2% dentro de las 37.000 unidades productivas con que cuenta el Aburrá Sur al 2022.

A nivel emprendedor es importante destacar que entre 2015 y 2021 nacieron en Caldas 3.098 emprendimientos, de los cuales 534 fueron Sociedades, y los 2.564 restantes Personas Naturales – Comerciantes.

En el mismo lapso Sabaneta vio desaparecer 3.029 unidades productivas, de las cuales 85 eran Sociedades y 2.944 Personas Naturales – Comerciantes.

Paralelamente, durante la vigencia del 2022 la Cámara participó, en asocio con la Universidad Eafit y la Dirección de Planeación del Municipio de Itagüí, en el proceso de Revisión y Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial de esta localidad.

La apuesta, en consonancia con las recomendaciones de la Cámara, apunta a garantizar la protección de los usos industriales más representativos del Municipio de Envigado, de cara a la retención de las empresas existentes, y a la paulatina reindustrialización que ya se está gestando con la llegada de empresas comerciales y de servicios con alto valor agregado.

En el plano territorial es cada vez más importante diseñar instrumentos y políticas públicas de gestión dirigidas a estimular el aprovechamiento de los recursos endógenos para impulsar nuevos procesos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales, como complemento indispensable a las políticas nacionales de desarrollo.

Los procesos de desarrollo territorial tienen como objetivo central la transformación de los sistemas productivos locales, el incremento de la producción, la generación de empleo y la mejora en la calidad de vida de la población.

Para lograrlo, sin embargo, es indispensable consolidar una articulación virtuosa y coherente entre los actores público y privado, con el respaldo de las organizaciones gremiales, los entes académicos y la comunidad en general.

Sólo en la medida en que se puedan sincronizar las capacidades e intereses de estos grupos será posible diseñar e implementar unos Planes de Desarrollo y unas Agendas Estratégicas que contribuyan efectivamente a la competitividad de los territorios económicos locales y regionales.

Por ello debemos insistir en la necesidad de revisar las futuras proyecciones en torno a la ocupación territorial de nuestros municipios.

Para nadie es desconocido que las 5 ciudades del Aburrá Sur evidencian hoy un significativo nivel de saturación físico-espacial, debido especialmente a un acelerado crecimiento urbanístico que desbordó todas las proyecciones y que hoy refleja una descompensación profunda en relación con la capacidad de la plataforma vial, los sistemas de movilidad, los amoblamientos urbanos y los servicios complementarios, entre otros aspectos.

Este hecho cobra especial trascendencia en el marco de la revisión de los Planes de Ordenamiento Territorial, POT (Envigado e Itagüí), y los Planes Básicos de Ordenamiento Territorial, PBOT (Caldas, La Estrella y Sabaneta) de la región.

El propósito es que estas nuevas apuestas planificadoras garanticen un crecimiento urbanístico ordenado, incluyente y sostenible, preservando la base empresarial, comercial y de servicios existente y un estímulo claro para la atracción de nuevas apuestas económicas.

En este sentido consideramos prudente y necesario convocar a los actores públicos y privados, gremiales y académicos del Aburrá Sur para que con una mirada juiciosa y oportuna validemos las grandes apuestas urbanísticas que están en curso en la región.

Debemos hacer especial referencia a 4 grandes proyectos urbanísticos **que ya avanzan entre los municipios de Envigado (Plan Parcial Vegas Sur, Terrazas del Río (Plan Parcial Praco-Didacol), y Plan Parcial de Peldar), e Itagüí (Proyecto Urbanístico de Coltejer).**

Estas propuestas configuran una regeneración profunda en la oferta habitacional y económica del territorio del Aburrá Sur y, como tal, demandan, más allá de su rentabilidad directa, una revisión objetiva de los impactos que generarán en materia de Amoblamientos Urbanos Complementarios, Vías, Sistemas de Transporte, Medio Ambiente, etc.

Vegas Sur es un Plan Parcial de 31.280 metros cuadrados que serán utilizados en un 52% para uso residencial (Unidad Residencial Civita) y el 48% restante para usos comerciales, servicios, industria liviana y logística.

Los estudios indican que allí podrían construirse unas 940 viviendas Estrato 4, es decir unas 2.800 personas vivirían en este nuevo sector.

El Plan Parcial de Peldar, por su parte, abarca un área de 70.000 metros cuadrados en la que se tiene previsto ejecutar 2.700 viviendas y destinar 15.280 metros cuadrados para actividades comerciales y de servicios.

El área del Plan Parcial Praco-Didacol está conformada por 4 predios que suman 40.533 metros cuadrados.

Su desarrollo se centra en la ejecución del conjunto residencial Terrazas del Río, integrado por 6 torres de apartamentos (Entre 13 y 15 niveles de apartamentos; entre 3 y 4 niveles de parqueaderos por Torre, y entre 6 y 8 unidades por piso).

A todos los anteriores se suman los cerca de 230.000 metros cuadrados que se proyectan en los terrenos que deja Coltejer en Itagüí.

De ellos 70.000 metros cuadrados se destinarán a la ejecución de 2.300 apartamentos (90 metros de altura) y alrededor de 118.000 metros cuadrados para nuevos desarrollos económicos a nivel comercial, industrial y de servicios.

Una consolidación aproximada de la ocupación que representa territorialmente este conjunto de proyectos asciende a 371.813 metros cuadrados, en los cuales se estiman construir alrededor de 7.000 nuevas unidades de vivienda.

La magnitud integral de estas intervenciones sugiere una acción anticipativa a través de la cual podamos evaluar, en forma concertada, como se adaptará el territorio a las dinámicas que traerán consigo estos desarrollos.

Está bien que cada inversionista proyecte y ejecute su Plan; que en cada espacio se provean condiciones adecuadas de movilidad, habitabilidad, regeneración ambiental y sana convivencia y esparcimiento.

Pero lo que no debemos olvidar es cómo impactarán todos estos proyectos, en simultánea, el espacio público, las demandas de servicios, la movilidad y otras dinámicas sociales, una vez se desencadenen sus nuevos o renovados usos.

Desde la Cámara lanzamos hoy esta invitación, y confiamos que en un acto de responsabilidad colectiva todos asumamos esta verificación y construyamos así a una planificación responsable, coherente y efectiva del territorio del Aburrá Sur.

De las decisiones que adoptemos dependerá en gran medida que nuestros municipios sigan siendo un escenario deseable desde el punto de vista de la calidad de vida, e incluyentes desde la coexistencia armoniosa entre la oferta de vivienda y la base empresarial.

Dirección de Servicios Registrales y Empresariales 2022

Entre los años 2020, 2021 y 2022, en un proceso interrumpido por la pandemia del Covid, la Cámara de Comercio Aburrá Sur realizó un proceso de revisión y actualización de su Direccionamiento Estratégico, de cara a la vigencia 2023-2026.

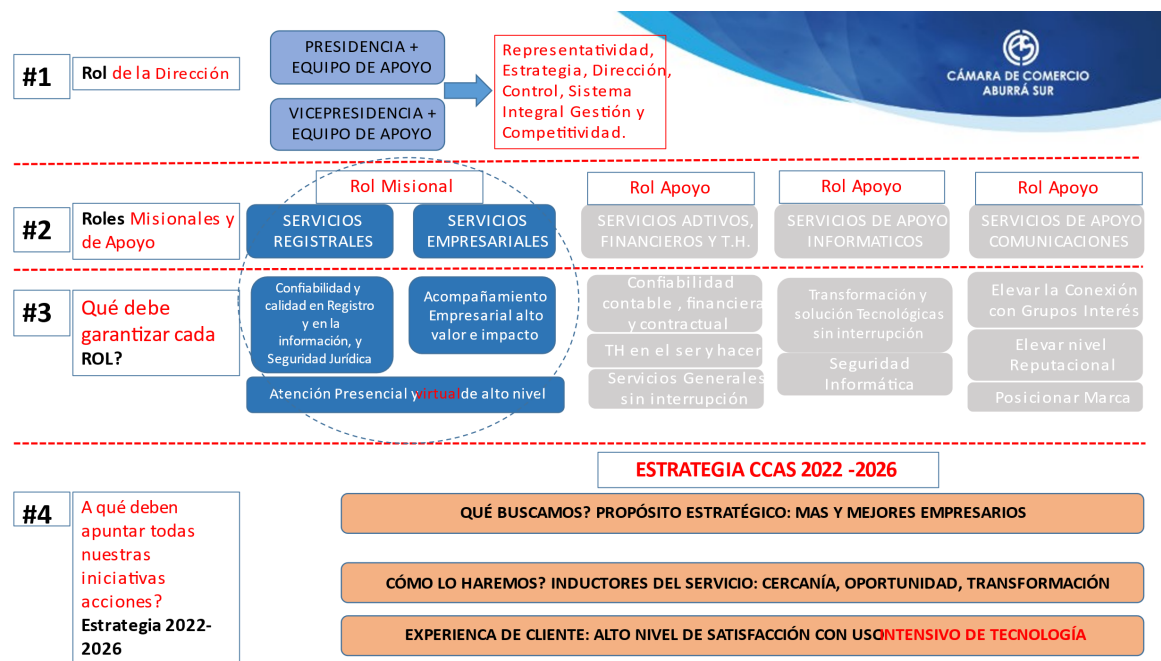
El ejercicio contó con una amplia participación de los diferentes grupos de interés de la entidad y como resultado del mismo surgieron 15 Iniciativas Estratégicas que buscan consolidar una nueva visión institucional en la que El Cliente es el centro.

La idea es escuchar más, conocer más y entender más a nuestros clientes corporativos, con el fin de poderlos acompañar mejor y ofrecerles unas oportunidades de mejora competitiva en una forma más cercana, oportuna y que genere procesos transformadores.

Todo lo anterior estableció un reto estratégico para la Cámara: **Mejorar todos los días la Experiencia del Cliente.**

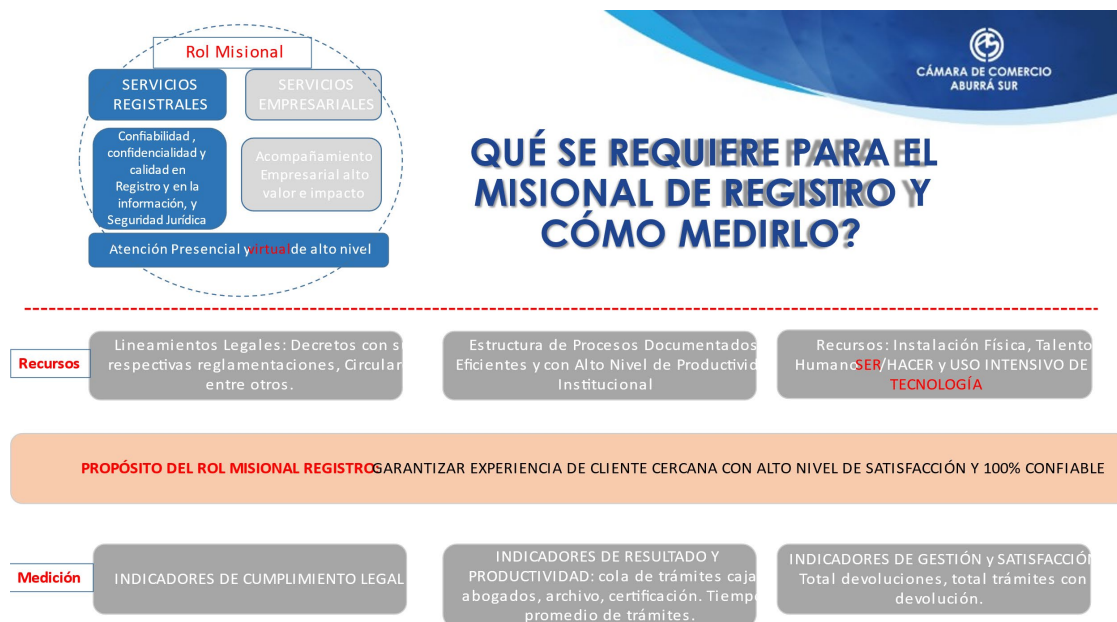
Entre las 14 Iniciativas Estratégicas se destaca la que propone revisar y adaptar la Estructura Organizacional de la Cámara a la nueva visión institucional, la cual está a cargo de la Presidencia de la organización cameral.

Para ello se realizó un primer análisis de los roles desempeñados por todas las diferentes áreas funcionales de la entidad en comparación con los lineamientos estratégicos, el cual se detalla en la siguiente gráfica.



Con base en este análisis la Presidencia acordó fusionar las dos (2) Areas Misionales de la entidad (Registro y Desarrollo Empresarial), con el firme propósito de tener una UNICA Experiencia de Cliente en el marco de la nueva visión corporativa.

A partir del 1º de Febrero de 2022 comenzó a tomar forma esta transformación, a partir de la **creación de la Dirección de Servicios Registrales y Empresariales de la Cámara** con un rol, unos objetivos y unas herramientas de medición claramente descritos en la siguiente figura:



Con base en ello se estructuró el Cuadro de Mando que definiría a la naciente Dirección de Servicios Registrales y Empresariales:



Una vez iniciada la implementación de la nueva estructura se identificó **1 Reto Inmediato** (A ejecutarse entre los meses de Febrero y Mayo de 2022), y **3 Retos de Mediano Plazo** (A ejecutarse simultáneamente con horizonte final en Diciembre de 2022).

Es necesario mencionar que el Efecto Transformador de estos retos impactarán personas, recursos y procesos.

El trabajo que se adelanta al respecto se está gestionando bajo la siguiente premisa: Las transformaciones se logran con *Decisiones, Metodología y/o Tecnología*.

Inicialmente se abordará desde las decisiones y paulatinamente se incorporarán cambios metodológicos y/o tecnológicos.

En la siguiente imagen se grafican los retos sobre los cuales se desarrolló el Plan de Trabajo durante la vigencia del 2022.



El siguiente es un balance de los principales Retos y Logros alcanzados en el marco de la implementación de esta transformación organizacional.

Reto1: Jornada de Renovación

1. Acciones Humanas

En la planificación de la Jornada de Renovación del 2022 se recopiló y analizó información de años anteriores.

Con base en ello y con el apoyo del equipo de trabajo se tomaron decisiones en varios aspectos que se consideraron relevantes para el éxito del proceso, así:

1.1. Se estableció como meta que tanto los Analistas de Caja, Personas de Archivo, Certificadores y los Abogados debían llegar al 11 de Marzo sin trámites pendientes por estudiar, por certificar o por archivar.

1.2. Con base en un Estudio Estadístico de Atención a Usuarios durante la época de renovación de años anteriores se optimizó la distribución de Cajeros en las sedes.

1.3. Con lo anterior se evitó disponer, como en años anteriores, del servicio en Caja del Auxiliar de Archivo, el cual permaneció en su cargo con el apoyo de 2 Analistas de Caja; uno en Envigado y otro en Itagüí.

1.4. Adicional a LIA (Línea Inteligente Automatizada), la Cámara cuenta con un Chat atendido por Personal corporativo.

Por lo general se cuenta con 1 persona de tiempo completo para atenderlo. Sin embargo, durante las 2 últimas semanas de Marzo del 2022 se llegó a contar con el respaldo de 4 personas, las cuales lograron atender un total de 1.472 chats entre el 21 y el 31 de Marzo de 2022.

Es importante mencionar que el chat fue atendido por personas con alto nivel de experticia en los diferentes servicios registrales requeridos.

2. Acciones Tecnológicas

2.1. Se implementó el Robot (RPA) y con su ayuda se automatizaron los procesos de indexación y archivado de las renovaciones virtuales. Desde su implementación a mediados de Marzo al 18 de Abril se habían archivado 19,000 transacciones.

Esto permitió una reducción significativa de tiempos y carga laboral, además de elevar la confiabilidad del servicio mediante la mitigación de márgenes de error humano.

2.2. Mejoramiento de la Línea Inteligente Automatizada (Lía), permitiendo dar respuestas automáticas y altamente cualificadas a las preguntas más frecuentes de los usuarios las 24 horas al día.

2.3. A través del desarrollo de las API (Interfaz de programación de aplicaciones o conjunto de definiciones y protocolos que se usan para diseñar e integrar el software de las aplicaciones) la Cámara realizó mejoras significativas en la Plataforma y en la Experiencia de Cliente en el proceso de Compra de Certificados en el Canal Virtual.

3. Acciones Comunicacionales

3.1. Con el propósito de facilitar el acceso a los servicios virtuales, se implementó una **Landing Exclusiva para Servicios de Renovación en la Web Institucional** www.ccas.org.co

3.2. Desarrollo de **Videos Tutoriales** para resolver dudas frecuentes, facilitando así el uso de las herramientas tecnológicas.

3.3. Con el objetivo de mejorar nuestro relacionamiento y la oferta de nuestros servicios con nuestros empresarios, se implementaron **Brigadas de Relacionamento Individual y Presencial** con nuestros empresarios en los 5 municipios de nuestra jurisdicción.

Logros Reto 1

1. La Cámara incrementó en un 1.64% los servicios de renovación vs año 2021 a corte 31 de Marzo de 2022.
2. Considerando que el canal presencial tuvo un flujo similar al año 2021, se prestó un servicio sin mayores aglomeraciones y en los horarios destinados para el servicio, generando una “percepción” de servicio prestado sin dificultades.
3. Se logró una disminución considerable de llamadas consultando preguntas frecuentes que están publicadas en los videos y el chat LIA.
4. El mejoramiento del contenido del chat LIA, ha contribuido a disminuir los tiempos promedio de atención, de otra parte, LIA representa el 42% de los chat atendidos por la institución.
5. El promedio de atención en el chat atendido por personas fue de 4 minutos.
6. El nivel de satisfacción de nuestros en las sedes presenciales fue del 90% en la jornada de renovación.
7. La atención de la renovación del Registro Unico de Proponentes (RUP) fue finalizada con éxito el 15 de mayo de 2022, mejorando en 30 días vs el año 2021.

Reto 2: Fortalecer la Productividad en los Servicios Registrales

El desarrollo de este Reto consistió en comprender los procesos afines a las funciones registrales; medir la productividad del área; ajustar los procesos, y sensibilizar el equipo de trabajo. Los aspectos más relevantes fueron:

1. **Ajuste a la Productividad:** En Marzo, en compañía de un experto en Productividad (Croma Consulting) se levantó la información de los procesos de servicios registrales.

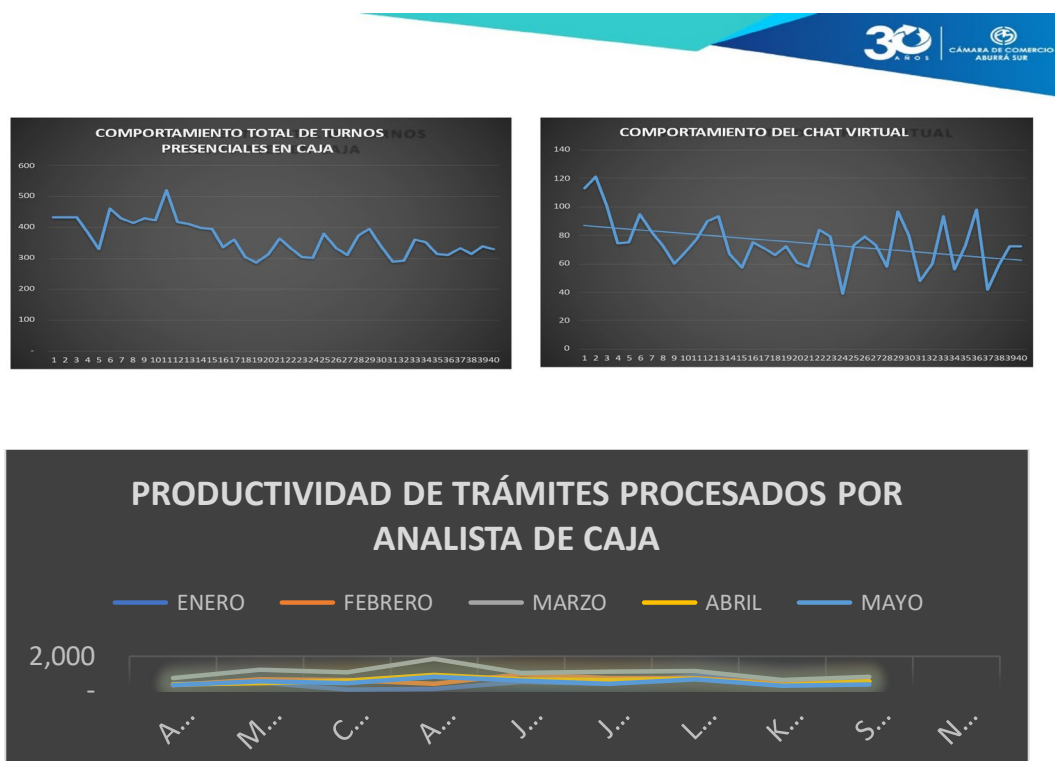
Se validó especialmente cuáles agregan valor. Esta información fue un insumo importante para la planificación de actividades de la Jornada de Renovación y permitió tomar decisiones que paulatinamente ha mejorado los procesos.

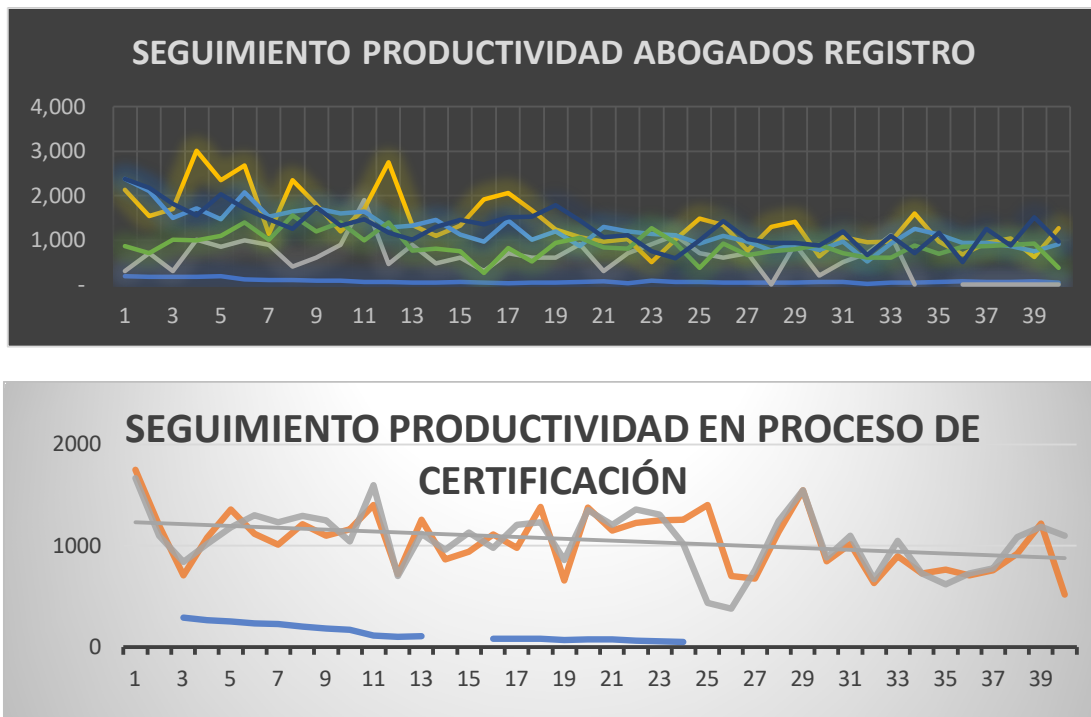
2. **Implementación de Indicadores de Productividad en Servicios Registrales e Indicadores de Cumplimiento en Servicios Empresariales.**
3. **Sensibilización con todo el equipo de trabajo sobre la importancia de la medición de la productividad en cada uno de los puestos de trabajo** como mecanismo para una mejor forma de relacionamiento, entendimiento de los diferentes roles y el logro de los objetivos del área.
4. **Unificación de una Política de Permisos y Vacaciones con las Políticas de la Institución**
5. **Sensibilización con todo el equipo para generar conciencia de la importancia de “mantener al día” la respuesta a todos los trámites solicitados por nuestros clientes.**

6. Por la disponibilidad de tiempo del equipo de Servicios Registrales se pudieron realizar actividades adicionales: Apoyo a brigadistas, llamadas a Morosos, gestionar servicios empresariales remitidos, realizar encuestas de satisfacción, apoyar vacaciones, y respaldar las labores del Archivo Administrativo, entre otras.

Logros Reto 2

1. Se ha mantenido el nivel de servicio con tiempo de respuesta máximo de 4 días en los trámites de Servicios Registrales.
2. Se ha logrado identificar los puntos críticos del proceso para mantener un servicio constante, eliminando los represamientos en el flujo del mismo.
3. Se ha fortalecido el conocimiento del equipo de trabajo para atender de mejor manera los reemplazos parciales o definitivos sin mayores contratiempos.
4. Programación de la Rotación del Equipo de Trabajo, especialmente en el segundo semestre para programación de Vacaciones y apoyo con personal a otras actividades.
5. Implementación de Indicadores de Productividad que redundan en un alto nivel de servicio y un nuevo lenguaje y entendimiento de la responsabilidad de cada miembro del equipo en el proceso. Los indicadores más representativos a continuación, en total son 5 indicadores:





Reto 3: Ofertar a Mayor Número de Empresarios los Servicios Empresariales

En diversas encuestas y estudios realizados por la entidad se ha identificado la necesidad de fortalecer la cercanía, especialmente con nuestros emprendedores y microempresarios.

De hecho, en el Direccionamiento Estratégico este enfoque se definió como uno de los pilares de la nueva visión institucional.

Lo anterior convierte este Reto en un aspecto fundamental en el corto y mediano plazo. Es indudable que desde la prestación de los Servicios Registrales la Cámara cuenta con todas las herramientas para ofertar los Servicios Empresariales de manera directa a todos nuestros empresarios.

Cabe resaltar que, en promedio, cada año el Área Registral gestiona cerca de 80.000 trámites presenciales en sus sedes 5 sedes, razón por la cual allí reside uno de los principales focos de atención para la oferta de todos los servicios corporativos.

A continuación se mencionan las acciones más relevantes que están demostrando avances en relación con este Reto:

3.1. Con el propósito de ofrecer una mejor atención, más cercana y más oportuna, se han **ubicado a nuestros asesores empresariales y de emprendimiento en la Sede Principal y en las Sedes Seccionales**, específicamente en el Área de Atención al Usuario, integrándose al equipo de Servicios Registrales (Abogados, Certificadores, Orientadores y Analistas de Caja).

3.2. El equipo de Servicios Registrales participa permanentemente en reuniones de sensibilización **para orientar a los empresarios** hacia todos nuestros canales de servicios empresariales, tanto presenciales como virtuales.

3.3. Con el apoyo del Área de Comunicaciones se han desarrollado **varias campañas de comunicaciones**, soportadas en piezas físicas que están siendo distribuidas en todos los puntos de contacto empresarial.

3.4. En Servicios Empresariales se ha implementado una **campana para contactar a los emprendedores que se formalizan**.

Esto se hace telefónicamente a la semana siguiente a su formalización. El propósito es ofrecer todos los beneficios de ser matriculado.

3.5. Implementación del **“Plan Remitidos”** desde al Área de Servicios Registrales a Servicios Empresariales.

Esta estrategia ha mostrado resultados muy positivos, toda vez que ya existe una dinámica propia de remisión y seguimiento por parte de todas las personas que participan del proceso.

3.6. En el marco de las **2 Campañas de Brigadistas... La Cámara Cerca de Tí** se han visitado más de 7.000 emprendedores y microempresarios formalizados e informales para compartirles el Portafolio de Servicios de la Cámara.

El acercamiento ha servido, igualmente, para entender sus necesidades, prestar algunos servicios inmediatos, y convertir sus insights en un valioso insumo para el diseño de estrategias, planes y proyectos.

Logros Reto 3

1. Iniciar la consolidación de un Cambio Cultural en el abordaje de los clientes y usuarios de los servicios de la Cámara, articulando las Areas de Servicios Registrales y Empresariales.

2. Desconcentrar los servicios, altamente focalizados en las Sedes de Itagüí y Envigado, e incrementar las demandas de los mismos (Consultorio Empresarial) en los municipios de La Estrella y Caldas.

Prestación Servicios Empresariales por Municipio (Emprendimiento y Micros) 2022

Municipio	Consultorio Emprendimiento	Consultorio Microempresarial	Fortalecimiento Microempresarial
Envigado	38%	30%	35%
Itagüí	31%	31%	33%
Sabaneta	18%	18%	14%
Caldas	1%	12%	6%
La Estrella	0.2%	9%	12%

3. El **Plan Remitidos** desde el Área de Servicios Registrales ha mostrado una evolución satisfactoria desde el mes de Julio de 2022, período en el cual se dio inicio al Plan y a la medición del mismo.

4. Cabe resaltar que también se han evidenciado mejoras en el **proceso de registro con información compartida entre Servicios Registrales y Empresariales**.

Los resultados de este Plan se evidencian en la siguiente Gráfica. En total fueron 412 emprendedores y/o empresarios remitidos.



Reto 4: Mejorar la Experiencia del Cliente

Este Reto lo abordó la Cámara consciente de que la Experiencia del Cliente se mejora a partir de 3 aspectos fundamentales.

1. Sensibilización del Equipo de Trabajo

Para una comprensión y ejecución adecuada de la importancia de ofrecer un servicio cercano, oportuno y de calidad, como la declara nuestro Direccionamiento Estratégico.

La sensibilización es un aspecto determinante que requiere persistencia y tiempo, pues implica un Cambio Cultural y de Comportamiento en los equipos de trabajo.

Supone, igualmente, explicar de manera precisa cuál es el alcance de la nueva orientación de servicio que queremos ofrecer.

La Premisa Central es: “Nuestro cliente siempre se va de nuestras instalaciones físicas o virtuales con una solución de manera cercana y satisfactoria. Nuestro cliente siempre viene buscando una solución”.

En el marco de esta estrategia se ejecutó en el 2022 una Campaña de Sensibilización Interna, con el fin de disminuir significativamente las devoluciones de trámites.

Para tal fin se evaluaron todas las variables de este proceso y se sensibilizó al equipo registral sobre la complejidad que representan las devoluciones de trámites y/o dinero.

Debemos ser conscientes que la **“la mayor fuente de error somos nosotros, pues el cliente desconoce muchas veces lo que necesita”**.

No obstante, identificamos que en las devoluciones dependemos en gran parte de las herramientas tecnológicas, con soluciones a mediano plazo.

Al final lo que se busca es que en la gestión registral se fortalezca el principio de que: ***“Nuestros servicios deben ser oportunos, pertinentes y tienen que agregar valor a la formalización, productividad y competitividad de nuestros clientes”***.

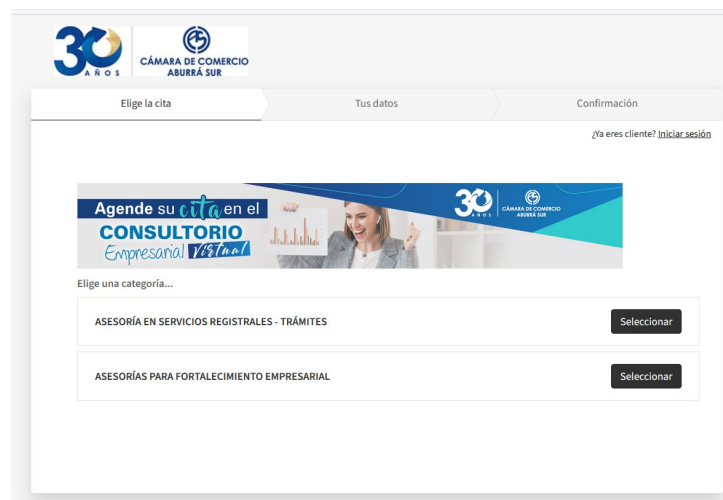
2. La mejora de los procesos a través del análisis y las decisiones que adoptan para impactar positivamente la Experiencia de nuestros Clientes.

En muchos casos la Experiencia de Cliente se puede impactar positivamente a partir de análisis de procesos y de información.

Todo ello, sumado al aporte de los equipos de trabajo, permite tomar decisiones que transforman los procesos para beneficio de dicha experiencia, algunas decisiones que se han adoptado en la Cámara al respecto son:

1. Para mayor facilidad de nuestros clientes se unificó la **prestación del servicio de asesoría en un solo portal**, clasificado por Servicios Registrales y Empresariales.

Además de mejorar la Experiencia de Cliente nos ha permitido unificar los Indicadores del Servicio de Asesoría (Emprendimiento, Empresarial, Servicios Jurídicos y Comercio Internacional).



2. Oferta de Asesoría en Servicios Registrales: Entendiendo que una vez superada la Jornada de Renovación tenemos capacidad instalada disponible, a partir del mes de Julio y hasta el mes de Enero de 2023, **se duplicó la capacidad en el Número de Asesorías por parte de los Abogados y un Analista de Caja.**

3. Se realizó un **rediseño al conmutador**, con el propósito de mejorar el nivel de respuesta telefónica, con la premisa **“Que siempre haya respuesta”**.

Para ello se realizaron los ajustes de programación pertinentes y se sensibilizó a todo el equipo sobre la criticidad en la atención de la institución a través de este canal de comunicación. Eso ha permitido disminuir reclamaciones de contacto.

4. Devoluciones: Además del trabajo de la sensibilización del equipo de trabajo para reducir las devoluciones a través de un servicio cercano y eficaz, la Cámara ha gestionado 2 acciones que han generado impacto positivo en la Experiencia de Cliente.

La primera consistió en la implementación de **los trámites virtuales asistidos**, mecanismo a través del cual nuestros clientes virtuales tienen la posibilidad de realizar una cita para ser asistido en su trámite, lo cual disminuye la opción de errores y posteriores devoluciones.

En segundo lugar se implementó la **llamada diaria** a todos los clientes que han tenido una devolución en su trámite.

El objetivo es tener la certeza que el cliente conoce la situación que originó la devolución de su trámite y orientarlo en la solución con la mayor inmediatez posible y evitar así posibles desistimientos por desinformación.

¿Ya tiene los documentos a la mano?

¡Agende aquí su cita! o escanee el Código QR



Foto página para solicitar Cita de Trámite Virtual Asistido.

3. El uso de la tecnología como un medio que nos permite mejorar las condiciones de prestación del servicio.

Es relevante mencionar que la apuesta de la Cámara por la Experiencia del Cliente está orientada a convertirse en una Estrategia Omnicanal.

Sobre el aspecto tecnológico hemos tenido avances muy significativos. No obstante, debemos resaltar la mejora en la **Adquisición Virtual de Certificados**.

La **Automatización del Proceso de Archivo de renovaciones (RPA)** y la permanente mejora de los servicios ofrecido por nuestro **Chat Automatizado (LIA)**, son grandes avances que testimonian los logros tecnológicos en pro de la mejora de la experiencia del Cliente.

Indicadores de Satisfacción

Todo este ejercicio de retos y resultados de la Estrategia de Articulación de los Servicios Registrales y Empresariales iniciada en el 2022 se sintetizan inicialmente en **dos (2) Indicadores de Satisfacción** que se han implementado y/o mejorado en los diferentes Servicios que ofrece la Cámara.

Ellos son actualmente los que evidencian el estado de avance de la Experiencia de Cliente en nuestra entidad cameral.

1. Satisfacción en Servicios de Asesoría – Consultorios

En un proceso de mejora de este importante indicador, se lograron evaluar el 15% de las más de 5.000 asesorías (Registrales y Empresariales) ofrecidas durante la vigencia del 2022.

Los aspectos evaluados fueron tres: Calidad en la Atención, Puntualidad, y Valor Aportado por la Asesoría para su Empresa o Negocio.

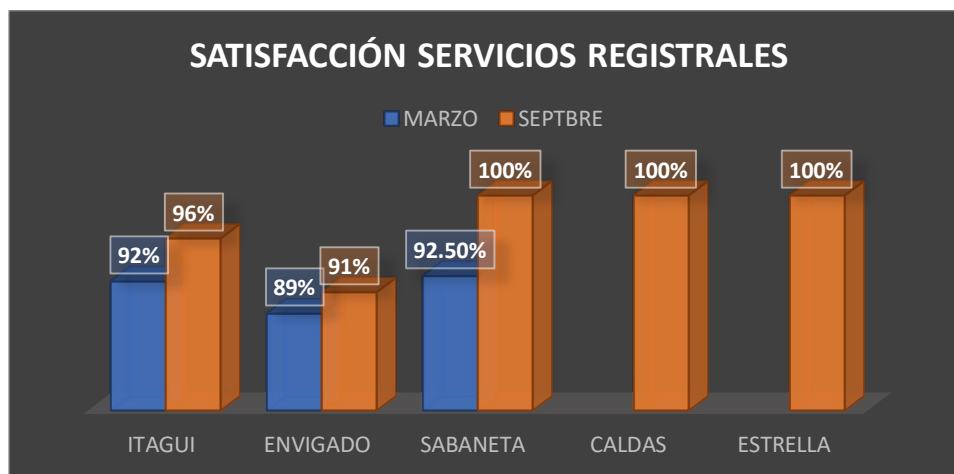
La satisfacción promedio de todos nuestros Consultorios es del 96% en todos los servicios y variables evaluados.



2. Satisfacción en Servicios Registrales

En un esfuerzo por contar con una primera medición de la Satisfacción de los Servicios Registrales de la Cámara se diseñó e implementó una Encuesta de Satisfacción bajo la metodología NPS, la cual se genera en forma individual con cada persona al momento de finalizar sus trámites y antes de retirarse de la entidad.

En la vigencia del 2022 se realizaron dos (2) Ciclos de Medición. El primero en el mes de Marzo, en el marco de la Jornada de Renovación (597 Encuestas), y el segundo, en el mes de Septiembre (332 encuestas). Los resultados comparativos son los siguientes:



Los 5 Grandes Retos Estratégicos 2023

Con la Iniciativa en curso y los resultados obtenidos en la vigencia 2022, los retos estratégicos de la integración de los Servicios Registrales y Empresariales están orientados en el 2023 a consolidar algunos aspectos de la nueva visión de la institución declarada en el Direccionamiento Estratégico 2022-2026.

1. Mantener y mejorar los logros operativos y de productividad alcanzados en el año 2022 para seguir mejorando los indicadores de **satisfacción** implementados.
2. Seguir fortaleciendo una **Cultura del Servicio Cercana, Oportuna y de Calidad** en todo el equipo de trabajo, con el fin de elevar el nivel de desempeño de todas las personas que conforman los equipos de trabajo de ambas áreas.
3. Con la participación de ambas áreas, elevar el **conocimiento y uso de los servicios empresariales** ofrecidos por la Cámara.

La línea base de medición es que el 25% de nuestros clientes conoce nuestros programas de Servicios Empresariales.

4. De la mano del Área de Comunicaciones **cambiar la imagen** que mayoritariamente los Microempresarias y Comerciantes tienen de la Cámara.

El reto es elevar el porcentaje de percepción de una entidad que fomenta y promueve el desarrollo empresarial de la región y de los negocios. Hoy la línea base de medición de esta variable está en el 37%.

5. Desarrollar e implementar las dos iniciativas estratégicas fundamentales para consolidar la Experiencia de Cliente: **Modelo de Servicio orientado a Experiencia de Cliente y Sistema Integral de Clientes.**

Balance Elecciones Junta Directiva y Revisoría Fiscal 2022

Tras cumplir con una jornada electoral que se caracterizó por su transparencia y excelente organización logística, así como por el gran espíritu democrático de los electores, la **CÁMARA DE COMERCIO ABURRÁ SUR** eligió el Jueves 1º de Diciembre la nueva Junta Directiva que guiará los destinos de la entidad durante la vigencia 2023-2026.

De los **710 Afiliados aptos para votar un total de 280** ejercieron su libre derecho al voto, lo que representa un **39.4%** del potencial votante.

En los comicios participaron un total de **5 Listas**, las cuales recogieron la siguiente votación, según el balance oficial de los escrutinios realizados en la Sede Principal de Itagüí y en las Sedes Seccionales de Envigado, Caldas y Sabaneta y La Estrella:

PLANCHAS	ENCABEZADA POR	VOTACION
LISTA 1	ENVITAXI S.A.	97
LISTA 3	DIEGO ALONSO MARIN MONSALVE	83
LISTA 2	ESLABON DISEÑO SAS	62
LISTA 5	ARRENDAMIENTOS LA ALDEA LTDA.	22
LISTA 4	ALFONSO MARIA VALENCIA DUQUE	16
VOTOS BLANCOS		0
VOTOS NULOS		2
TOTAL VOTOS		280

De otro lado, en los comicios fue elegida también, entre 4 firmas aspirantes, la Revisoría Fiscal de la entidad para el período 2023-2026, con la siguiente votación:

ASPIRANTE	ENCABEZADA POR	VOTACION
1	Raúl Alberto Menco Vargas – Auren Consultores Medellín S.A.S.	129
2	Zulima López Arango - Russell Bedford GCT SAS	46
3	Ernesto Erazo Cardona - Mazars Colombia SAS BIC	30
4	Hernán Mora Martínez - Kreston RM S.A. - Colombia	22

VOTOS BLANCOS		42
VOTOS NULOS		1
TOTAL VOTOS		269

De acuerdo con estos resultados, y tomando como base un **Cociente Electoral de 47 votos**, la nueva Junta Directiva de la Cámara de Comercio Aburrá Sur para el período 2023-2026 quedó conformada por los siguientes comerciantes e industriales:

PRINCIPALES	SUPLENTE PERSONALES
Envitaxi SAS	Suministros de Colombia SAS
Constructora Gómez Asociados SAS	SOINCO SAS
Diego Alonso Marín Monsalve	Inversiones Siderense AS
Eslabón Diseño SAS	Claudia Patricia García Muñoz
Automóviles Itagüí SAS	Promotora de Proyectos Industriales Los Gómez SAS
Arrendamientos La Aldea Ltda	David de Jesús Mejía Peláez

En relación con la Revisoría Fiscal la votación depositada por los afiliados respaldó la elección de **la firma Auren Consultores Medellín S.A.S.**

La citada firma está representada por el **Dr. Raúl Alberto Menco Vargas, como Revisor Fiscal Principal, y las doctoras Paula Andrea Orjuela Ramírez y María Isabel Navas Díaz, Como Revisoras Fiscales Suplentes Principal y Suplente, respectivamente.**

Balance Empresas en Trayectoria Mega 2022

Compromiso, visión, dinamismo, oportunidad y esperanza son los motores que hoy sustentan la validez y el desarrollo de la **Tercera Cohorte del Programa Empresas en Trayectoria Mega** que culminó exitosamente con **20 Pymes y Grandes Empresas del Aburrá Sur** en el mes de **Diciembre del 2022**.

Durante el proceso de avance se retiraron 9 empresas, por motivos diversos, como cierre de operaciones, imposibilidad de atender las demandas de tiempo del Programa y la falta de equipo para trabajar en el cumplimiento de la agenda programática, entre otras.

Es así como finalizaron 11 empresas las cuales listo a continuación: **Industrias Greco Romana SAS, Industrias Plásticas Novaplas SAS, Servicio Completo SAS, My Incorporated Group SAS, Procesos Especiales de Lavado para la Confección SAS, Química Activa SAS, Dequim SAS, Transportadora de Carga Antioquia SAS, P.D.T Productos de Termofijo SAS, Texlab SAS, y Farmaceres SA.**

Durante los **11 meses que duró el Programa** se realizaron los 5 Lanzamientos de los Módulos de Trabajo así: **Módulo 1 - Estrategia y Entorno; Módulo 2 - Dirección Estratégica: Estableciendo una Mega; Módulo 3 - Liderazgo, Talento, Cambio y Cultura; Módulo 4 - De la Dirección a la Acción, y Módulo 5 - Sostenibilidad y Buen Gobierno.**

Además, se desarrollaron las correspondientes Sesiones Plenarias de cada uno de los Módulos, acompañadas por 6 Sesiones por Módulo, para un total de 30 plenarias, con una duración entre 2 y 3 horas cada una.

A ello se sumaron, igualmente, varias Sesiones Plenarias Extraordinarias realizadas en forma individual.

Junto con los lanzamientos de los 5 Módulos, se impartieron unas orientaciones metodológicas, consistentes en reuniones posteriores al lanzamiento de cada Módulo, en las cuales se brinda una mayor claridad sobre los temas del mismo y los empresarios, en forma libre y espontánea, hacen preguntas y aclaran dudas.

En la vigencia del 2022 participaron 7 Mentores, en tanto que 2 Asesores acompañaron con su experiencia y aportes al desarrollo de las Empresas Mega beneficiarias, las cuales participaron con cerca de 65 personas.

Por sectores económicos las 11 empresas Mega Aburrá Sur de la vigencia del 2022 (**4 Pequeñas, 6 Medianas y 1 Grande**), se distribuyen así: **Manufactura, 8 empresas (72%); Servicios, 2 empresas (18%), y Comercio, 1 empresa (10%).**

En términos de asistentes a lo largo de todo el proceso se reportaron: 225 personas en los 5 Lanzamientos de Módulos: **145 en las 5 Orientaciones Metodológicas, y 287 en las Sesiones Plenarias, para un total de 725 asistentes.**

El nivel de desarrollo logrado por las empresas beneficiarias en la cohorte 2022 fue el siguiente en cada una de las áreas de impacto:

Area de Impacto	Inicio (%)	Final (%)
Planeación Estratégica	65	76
Mercadeo y Ventas	40	65
Gestión Humana	45	57
Innovación	62	71

La sumatoria de todas las Megas a 5 años totalizan 380 mil millones de pesos, con un Ebitda de un 15% en promedio.

Al finalizar el Programa en Diciembre de 2022 se realizó la Clausura del mismo, en asocio con las Cámaras de Comercio de Medellín y el Oriente Antioqueño, evento que contó con la asistencia de cerca de 200 personas y 70 virtualmente.

En la vigencia del 2023 se piensa avanzar hacia la Cuarta Cohorte en el Aburrá Sur, esperando contar con la participación de 20 nuevas empresas afiliadas a la Cámara.

Balance Informe Ritmo Empresarial 2022

Las empresas son optimistas y reportan cifras favorables, pero sus operaciones están marcadas por problemas de aumentos de costos y la incertidumbre.

Esa es parte de las conclusiones de la **Encuesta Ritmo Empresarial que presentaron en Agosto 25 Cámaras de Comercio, entre ellas la del ABURRA SUR**, con un balance sobre la operación del primer semestre y las perspectivas para lo que quedaba del 2022.

Para la Versión 17 de la Encuesta se consultó a cerca de 6.893 empresas de un universo de 39.373 empresas afiliadas a 25 cámaras de comercio del país de 15 departamentos que aportan el 83,5% del PIB.

Se aplicó la encuesta entre el 1º y el 8 de Agosto del presente año, evaluando la Percepción Empresarial en temas como ventas, generación de empleo, inversión y algunas dificultades en competitividad que se identifican en el primer semestre del año.

Respecto al primer semestre del año, la Encuesta muestra que entre las empresas afiliadas a las 25 cámaras de comercio, 29,3% reportó que sus ventas aumentaron en el primer semestre de 2022 frente al mismo periodo de 2021 con un crecimiento promedio de 22,8%.

Por su parte, el 24,7% se refirió a una disminución del orden del 34,3%, en promedio. El 46% mantuvo su nivel de ventas.

Sobresale el caso de San Andrés y Providencia donde el 51,5% de las organizaciones reportó un incremento en sus ventas.

Crece las Ventas y Empleos

En todas las principales ciudades crecen los empresarios que mencionan mayores ventas en el primer semestre del presente año.

Por ejemplo, en Cali, pasa de 17,4% en el primer semestre del 2021, mientras que en el 2022 ese porcentaje aumentó a 35,2%. En Bogotá también se dio un aumento significativo, de 17,9% a 31,8%.

Respecto al comportamiento en el número de trabajadores en el primer semestre del 2022, por cámaras de comercio, **Aburrá Sur (28,1%)**, San Andrés, Providencia y Santa Catalina (27,3%) y Cartagena (25,7%) registraron el mayor porcentaje de empresas que indicó aumentos en vinculación frente al semestre anterior.

En inversiones, en las principales ciudades la proporción de empresas que destinó recursos a compra de maquinaria o ampliación de capacidad productiva en el primer semestre de 2022 superó la proporción del primer semestre de los dos años anteriores.

Por ejemplo, en Barranquilla en el 2020 ese porcentaje fue 23,1, mientras que en el 2021 llegó a 28,8% y en el 2022 llegó a 30,2%. En Cali, también mejoró el indicador, en el primer semestre de cada año: 19,5%, 18,1% y 27,9%, en su orden.

Perspectivas positivas

La mayoría de las empresas (52,2%) esperan aumento en sus ventas para la segunda parte del presente año.

De ese total, el 48,7% hace una apuesta por crecimientos entre 10% a 20%. Más del 35% cree que pueden superar el 20% y un 16,4% de ese grupo cree que los ingresos pueden aumentar menos del 10%.

Además, allí se concluye que en las 25 cámaras de comercio, la proporción de empresas afiliadas que espera aumentar el valor de sus ventas durante el segundo semestre de 2022 es mayor a la proporción que espera disminuirlas.

Entre estas organizaciones, 96% de las empresas afiliadas espera aumentar o mantener su número de trabajadores durante el segundo semestre de 2022 frente al semestre anterior.

De otro lado, entre las 25 cámaras de comercio, 45,8% de las empresas espera que la situación económica esté mejor o mucho mejor en los próximos 6 meses frente a la situación actual.

Con estos resultados el gremio cameral coincide en que *“es clave seguir cuidando la recuperación económica y la senda que llevamos en este momento, ofreciendo las condiciones adecuadas para la inversión y el acompañamiento que se puede hacer desde las cámaras de comercio para fortalecer el tejido empresarial”*.

Superar la incertidumbre

En lo que tiene que ver con la situación económica de los Departamentos evaluados para el segundo semestre de 2022 frente a la situación actual, entre las 25 cámaras de comercio, 45,8% de las compañías espera que la situación económica esté mejor o mucho mejor en los próximos seis meses frente a la situación actual.

Los afiliados de las cámaras de Barranquilla (46,5%) y Bucaramanga (44,2%) son los más optimistas. Sin embargo, al preguntar sobre la confianza en los cambios necesarios para respaldar ese deseo de recuperación aún persiste entre los empresarios la necesidad contar con mayor certeza para poder incrementar sus inversiones.

A nivel de empleo, las empresas ven con buenos ojos una reducción en la brecha de desempleo, pero insisten en una mayor fuerza para combatir la ilegalidad y la informalidad.

Respecto al tema de exportaciones, Estados Unidos fue el principal destino para el 28,9% de las empresas afiliadas a las 25 cámaras de comercio.

Le siguen Ecuador, con 17,1%; Centroamérica, con 15,4% y la Alianza del Pacífico, 12%. Sin embargo, cerca del 50% de las empresas expresaron que siguen teniendo dificultades en incremento de costos, insumos, materias primas.

Otros hallazgos de la Encuesta

Varias empresas están avanzando en la Transformación Digital. Cerca del 52% de las empresas están en proceso o han finalizado su etapa de transformación y no deja de sorprender como todavía el 10% de las empresas asumen que este tema no está relacionado con su negocio y sin duda eso se ve en los niveles de sus resultados operacionales.

La tendencia de la inversión empresarial en 2022 con respecto a las vigencias del 2018 y 2019 está por debajo y esto se argumenta con el temor de los inversionistas. Todo esto podría tener un giro con base en los resultados que se den con la aprobación de la Reforma Tributaria.

Al evaluar los resultados de la Encuesta y sus halagüeños signos, Julián Domínguez, Presidente de Confecámaras, explicó que la economía mantiene su ritmo de reactivación luego de los años difíciles de la pandemia... *“Cerramos en el 2021 con un crecimiento del PIB del 10,6 %. En el primer trimestre de 2022 con algo más del 8%, y en el segundo trimestre del 12%. Se mantiene un ritmo de crecimiento de la economía muy importante y también del consumo”.*

Percepción del Aburrá Sur

Empresas (%) según comportamiento de ventas durante I semestre 2022 frente al semestre anterior: 47.2% de empresas del Aburrá Sur registró mayor proporción empresarial con incremento de valor en ventas.

Empresas (%) según comportamiento del número de trabajadores durante I semestre 2022 frente al semestre anterior: 28.1% de las empresas del Aburrá Sur aumentó el Número de Trabajadores.

Porcentaje de empresas según perspectivas de ventas para el II semestre 2022 frente al semestre anterior: 60.2% de las empresas del Aburrá Sur esperan aumentar el valor de sus ventas.

Porcentaje de empresas según perspectivas de número de trabajadores durante II semestre 2022 frente al semestre anterior: 29.4% de las empresas espera aumentar o mantener su Número de Trabajadores.

Porcentaje de empresas según perspectiva sobre la situación económica del departamento para II semestre de 2022 frente a la situación actual: 32.1% de las empresas espera que la situación económica esté mejor en los próximos 6 meses.

Balance Alianza Región 2022

Alianza Región es un proyecto de cooperación técnica que inició en 2016 y que buscaba mejorar encadenamientos productivos de la región, así como fortalecer las capacidades de las 5 cámaras de comercio en Antioquia y entidades que fomenten la competitividad.

El proyecto culminó en la vigencia del 2021, y su coordinación estuvo a cargo de la Cámara de Comercio e Industria de Hannover; la Cámara de Industria y Comercio Colombo – Alemana; las 5 Cámaras de Comercio de Antioquia (ABURRA SUR, Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, Oriente Antioqueño y Urabá) bajo la coordinación de la Cámara de Comercio Medellín, y el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ).

El proyecto fortaleció la competitividad de la región y las capacidades institucionales de las 5 Cámaras de Comercio de Antioquia, a través de procesos de transferencia de conocimiento, entrenamientos y asesorías, contribuyendo así a mejorar las condiciones empresariales, de productividad y competitividad del Departamento.

Permitió, igualmente, fortalecer varios de los **Encadenamientos Productivos Estratégicos de Antioquia (Cafés Especiales, Cacao, Lácteos, Turismo y Aeronáutico), siguiendo un enfoque de desarrollo de mercados, producto y fortalecimiento de las asociaciones.**

En este proceso de acompañamiento empresarial intervinieron como **aliados Interactuar, Esumer, Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia, CTA; Intal y Créame-Incubadora de Empresas**, con quienes ha logrado desarrollar diferentes colaboraciones.

El proyecto se realizó en dos etapas, la primera abarcó entre 2016 a 2018, y la segunda se proyectó entre el 2019 y el 2021.

Gracias a este proyecto, se logró consolidar una mayor articulación estratégica entre las cámaras de comercio de Antioquia, a través de la estandarización y homologación de programas como: “Crecer es Posible” y “Emforma”, en materia de formalización, emprendimiento y fortalecimiento empresarial; y los programas de Comercio Internacional, como un Sistema de Consultoría en Comercio Exterior en la región.

La Alianza propició y apoyó también diversos espacios de diálogo público- privado (Comisiones Subregionales de Competitividad e Innovación, CRCI) de Antioquia; eventos locales y nacionales de Promoción Comercial; procesos de sofisticación de producto; el fortalecimiento de asociaciones agrícolas, y el diseño e implementación de plataformas de promoción comercial (Expo Virtual, Salón Sabores de Antioquia).

Para garantizar el avance de los proyectos es indispensable contar con aliados estratégicos que apoyen el desarrollo, la generación de ideas y las oportunidades dentro del mismo.

La creación de una red, sinergias y alianzas, son base firme para formar estabilidad, credibilidad, eficiencia y sostenibilidad del proyecto ante sus actores. A su vez, esto genera grandes ventajas competitivas, atracción de recursos y creación de nuevas capacidades.

Formación Dual, nuevo aliado alemán

Cumplido el proceso de la Alianza Región el Gobierno Alemán propuso, a partir del 2022, una nueva estrategia de cooperación centrada en la potencial transferencia y validación del Modelo de Formación Dual para el fortalecimiento de la empleabilidad de los jóvenes en sectores económicos estratégicos de Antioquia.

Desde el mes de Mayo del 2022 la Cámara de Comercio Aburrá Sur oficializó su vinculación al Programa Alianza por la Formación, AFOS, el cual se enfocó inicialmente, en Fase Prototipo y a nivel del Valle de Aburrá, en la implementación de la Metodología de Formación Dual en Economía Digital y Turismo en Medellín y su Area Metropolitana.

El proyecto es liderado por la Fundación AFOS, la Cámara de Comercio de Industria y Comercio Colombo Alemana y las Cámaras de Comercio de Medellín y Aburrá Sur.

La financiación, al igual que en la Alianza Región, se está garantizando a través de la BMZ alemana, a través de Sequa. Son alrededor de \$400 millones anuales.

Entre los socios estratégicos del proyecto también figuran la ANDI, el SENA, el CESDE, Intersoftware, y los Clúster de Negocios Digitales y de Turismo de Negocios.

El Público Objetivo son estudiantes perfilados en los segmentos prototipo, así como instituciones educativa y empresas afines.

La Formación Dual es una modalidad de formación integral, que combina el aprendizaje tanto en la institución educativa como en la empresa.

Los dos ámbitos de aprendizaje comparten un currículo y se corresponsabilizan en la formación del alumno.

El estudiante obtiene los conocimientos teóricos y prácticos dentro de un esquema de alternancia educativa.

Pueden ser 2 días a la semana, o dependiendo de la ocupación, en bloques temáticos de 2 o 3 semanas, en la institución de formación profesional, o en la empresa respectivamente.



Institución académica

Tutor académico

1/3 tiempo

Conocimiento teórico



Estudiantes

Población desfavorecida



Empresa

Tutor empresarial-jefe

2/3 tiempo

Conocimiento práctico

Las ventajas de la Formación Dual son múltiples y se pueden simplificar fundamentalmente en 5 componentes, así:



El **Público Objetivo de los Estudiantes, así como el de las Empresas Beneficiarias** también se perfiló con unas características especiales:

Caracterización de los Jóvenes: Edad: 18 a 35 años; Estrato Socioeconómico 1,2,3 Territorio: Medellín y su Area Metropolitana (Ideal contar con 50% mujeres).

Caracterización de las empresas: Sectores: Empresas pertenecientes a las Industrias de Turismo y Software y TI. Tamaño: Grandes o Medianas Empresas con necesidades insatisfechas de empleo en el corto plazo. Territorio: Medellín y su Area Metropolitana. Constitución: Más de 2 años de haber iniciado operaciones empresariales.

En materia de beneficios la Formación Dual promueve, desarrolla y consolida múltiples ventajas para todo el aparato educativo y económico. Se resaltan:

1. Personal cualificado adaptado a sus necesidades
2. Mano de Obra competente y con sentido de pertenencia
3. Aumento en la productividad y calidad de servicios
4. Participación en el desarrollo de estándares y programas de formación
5. Optimización de recursos. Ahorrar costos de reclutamiento y de readaptación
6. Minimiza la rotación entre los empleados
7. Formación a futuros empleados con la cultura y hábitos de la empresa
8. Apoyo en la disminución del desempleo de jóvenes desfavorecidos y propicia el mejoramiento de la calidad de vida de los mismos, mediante nuevas oportunidades de inserción laboral
9. Posibilidad de recibir beneficios del Ministerio de Trabajo, mediante la contratación de jóvenes
10. Apertura a nuevas ideas y relevo generacional en la empresa

[illegible]

En el 2023 se avanzará en la consolidación, tanto de la oferta de procesos formativos con entes especializados, como en la identificación de empresas de los sectores económicos objetivo, y estudiantes que cuenten con el perfil y el aspiracional para ser beneficiarios de esta Fase Prototipo del Programa de AFOS.

Balance Informe Socioeconómico y Competitivo Aburrá Sur 2021

Una mayor Cobertura en los Servicios de Salud (pasó del 88% en 2019 a 94% en 2021); un Índice de Empleo estable con un repunte del 7.6% en los emprendimientos regionales; una leve mejoría en el Coeficiente Gini (mide la desigualdad de ingresos en la población); el Hurto a Personas consolidado como el primer factor de Inseguridad Ciudadana, y un notorio aumento del crecimiento habitacional direccionado por políticas de planificación regional.

Estos son algunos de los hallazgos más representativos que arrojó el Tercer Informe Socioeconómico y de Competitividad liderado por la Cámara de Comercio Aburrá Sur, el cual se centró este año en 3 Dinámicas (Poblacional y Territorial, Socioeconómico y Laboral, y Empresarial y Competitividad) y un total de 121 Indicadores.

A lo anterior se agregó una Perfilación Básica de Agenda Económica para el Aburrá Sur, realizada por la Cámara con base en análisis de capacidades endógenas, macrotendencias sectoriales y algunos escenarios de cambio competitivo, con el fin de garantizar un relevo armónico en el proceso de reindustrialización regional.

El Informe destaca que la competitividad regional tiene que ver más allá de un criterio empresarial, y profundizar en el territorio y sus condiciones para que las personas e instituciones que lo habitan posean mejores oportunidades de desarrollo.

Esto es lo que le concede a este nuevo Estudio una mayor relevancia de cara a su potencial contribución a la reflexión sobre los retos que supone la gestión para la generación de valor territorial y económico para el Aburrá Sur. A continuación, una síntesis de los principales hallazgos y recomendaciones del Informe:

Demografía

El Aburrá sur presenta un crecimiento poblacional, para 2021, la población integrada de los cinco municipios suma 791.356 personas.

La estructura de la población del Aburrá Sur según el género permanece en la relación 53% – 47% respectivamente, predominando la población femenina sobre la masculina, situación semejante a la observada en el país.

Población Aburrá Sur

Municipio	2018	2019	2020	2021	Participación 2021
Caldas	79.638	81.658	83.423	84.734	10,7%
Envigado	228.848	236.114	242.197	246.003	31,1%
Itagüí	276.744	283.794	289.994	294.551	37,2%
La Estrella	71.545	73.696	75.517	76.704	9,7%
Sabaneta	82.375	85.484	87.981	89.364	11,3%
Total Aburrá Sur	739.150	760.746	779.112	791.356	100,0%

Fuente: Dane.

Inequidad y Pobreza

Desde año 2017 el Coeficiente Gini de la región metropolitana venía creciendo. En el año 2021 disminuyó y se ubicó en 0,496, luego de haber estado en 0,520 un año antes. Esta situación también se reflejó en el país.

En cuanto a pobreza también hay un leve mejoramiento, con respecto a lo ocurrido en el año 2020, pasando del 14,9% de personas en Pobreza Multidimensional en Antioquia al 14,3%. Sin duda sigue siendo un reto llevar este indicador a niveles mucho más inferiores.

Seguridad Ciudadana

El Hurto a Personas en espacio público sido siendo el predominante, pues explica el 67% de los casos, cuando. En el 2020 explicó el 59% de los casos.

En segundo lugar, se encuentra el Hurto a Locales Comerciales con 834 casos. Bajó de 856 casos en 2020 y explica el 12% de los hechos.

En tercer lugar, estuvo el Hurto a Motocicletas, que subió de 558 a 600 casos y representa el 9% del total de hurtos.

En cuarto y quinto lugar estuvieron los Hurtos a Residencias, que pasaron de 486 a 633 casos, mientras que el Hurto a Vehículos fueron 197 casos, el mismo número que el año anterior.

Modalidades de hurto Aburrá Sur 2012-2021

Año	Hurto a personas en espacio público	Hurto a residencias	Hurto a locales comerciales	Hurto a entidades financieras	Hurto a motocicletas	Hurto a vehículos	Total hurtos anuales
2012	603	167	340	4	472	349	1.935
2013	968	203	260	2	540	349	2.322
2014	970	223	296	0	257	159	1.905
2015	1.808	447	533	4	460	206	3.458
2016	2.689	362	549	4	611	176	4.391
2017	3.114	734	1.089	1	600	224	5.762
2018	4.017	792	1.188	4	731	174	6.906
2019	4.748	794	1.150	2	740	185	7.619
2020	3.073	486	856	2	558	197	5.172
2021	4.568	633	834	-	600	197	6.832
Total Hurtos	26.558	4.841	7.095	23	5.569	2.216	46.302

Fuente: Poylicía Nacional

Vivienda

Los cambios en los usos del suelo en el Aburrá Sur han modificado las dinámicas económicas de la región. No todo es atribuible a ello, pero sí buena parte.

La invitación es a poner en discusión cómo lograr un equilibrio entre las demandas de vivienda y la existencia de una base empresarial que permita la generación de empleo e ingresos para los municipios.

Sería aconsejable coordinar las políticas de vivienda y desarrollo económico con el fin de llegar acuerdos concretos.

Número de viviendas y área para construcción por municipio 2020 -2021

Municipio	Número de viviendas		Área (m2) para construcción según licencias aprobadas					
			2020			2021		
	2020	2021	Vivienda	Otros Destinos	Total	Vivienda	Otros Destinos	Total
Caldas	27.188	28.621	1.031	81	1.112	32.412	20.518	52.930
Envigado	74.417	77.236	170.527	23.842	194.369	359.515	77.517	437.032
Itagüí	101.757	105.175	88.661	46.785	135.446	154.306	33.062	187.368
La Estrella	29.396	30.340	119.026	3.807	122.833	30.845	34.216	65.061
Sabaneta	41.621	45.310	168.058	4.563	172.621	194.285	1.934	196.219
Aburrá Sur	274.379	286.682	445.553	78.702	524.255	771.363	167.247	938.610

Fuente: Secretarías de Planeación – Dane

Número de viviendas que iniciaron construcción por municipio Aburrá Sur 2020-2021

Municipio	Unidades de vivienda que iniciaron construcción							
	2020				2021			
	VIS	No VIS	VIP	Total	VIS	No VIS	VIP	Total
Caldas	214	154	40	408	611	122	-	733
Envigado	3	358	1	362	233	1.667	0	1.900
Itagüí	308	941	-	1.249	948	1.142	15	2.105
La Estrella	554	17	-	571	1.048	260	4	1.312
Sabaneta	274	1.088	-	1.362	606	2.285	250	3.141
Aburrá Sur	1.353	2.558	41	3.952	3.446	5.476	269	9.191

Fuente: Dane. Estadísticas de Edificación Licencias de Construcción- ELIC. Incluyen ajustes realizados entre la clasificación viviendas VIS y No VIS..

Cobertura en Salud

En el año 2021, la cobertura en salud en el Aburrá Sur ha venido aumentando, en los últimos tres años ha pasado de 88% a 90% y ahora en 2021 a 94%.

Sumando los tres regímenes existentes – subsidiado, contributivo y especiales– se calcula en 2021 cerca de 749.303 personas registradas, es decir, 48.204 personas más frente a 2020.

El régimen que más creció fue el contributivo, pasó de 78% a 81%, mientras que el subsidiado pasó de 11,4% a 12,7%. El régimen especial permaneció casi igual, solamente 262 registro nuevos.

Gráfico 2: Porcentaje de la población asegurada según régimen Aburrá Sur (2021)



Fuente: Dane – Estadísticas vitales

Suicidios

En temas de salud mental, el suicidio sigue siendo un tema preocupante, durante el 2021 se registraron 35 casos, es decir, 10 menos que en 2020.

Este número casos se había tenido en la región en 2013 y 2014. De los 35 casos registrados, 30 fueron hombres.

En el rango de edad entre 15-44 años se presentaron 22 casos, es decir, el 62%. El municipio donde más suicidios se registraron fue Envigado (12), seguido de Itagüí (8) y Caldas (7). La Estrella y Sabaneta presentaron 4 casos cada uno.

Educación

Durante el 2021 las matrículas de Transición, Primaria, Secundaria y Media crecieron en 947 estudiantes, al pasar de 105.830 a 106.777.

Los mayores aumentos se registraron en Transición y Media, aumentando en 827 y 906, respectivamente.

En Primaria bajó en 582 y en Secundaria en 204 estudiantes. Es importante dar una mirada al comportamiento de la deserción escolar para complementar los datos anteriores.

Pese a que Sabaneta no reportó datos, con los registros de los demás municipios se puede hacer las siguientes interpretaciones: primero, la mayor deserción en transición la tiene Envigado (8,2%) y en Primaria Secundaria y Media La Estrella (4%).

El reto en educación sigue siendo avanzar en la Pertinencia Educativa de acuerdo con los desafíos que plantea la competitividad territorial.

El encadenamiento educativo hacia la educación terciaria y la necesidad de crecer en habilidades y valores para la inserción al mundo del trabajo y el emprendimiento.

Tabla 1: Matrículas según nivel educativo
Aburrá Sur 2021*

Municipio	Transición	Primaria	Secundaria	Media	Total
Caldas	821	4.381	4.399	1.614	11.215
Envigado	2.080	11.511	10.888	5.277	29.756
Itagüí	3.062	15.128	15.518	7.189	40.897
La Estrella	1.612	5.587	4.980	2.073	14.252
Sabaneta	862	4.324	3.938	1.533	10.657
Aburrá Sur	8.437	40.931	39.723	17.686	106.777

Tabla 2: Tasa de deserción según nivel educativo
Aburrá Sur 2021**

Municipio	Transición	Primaria	Secundaria	Media
Caldas	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Envigado	8,2%	2,4%	1,0%	1,0%
Itagüí	3,2%	3,5%	3,5%	3,2%
La Estrella	4%	4%	4%	4%
Sabaneta	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Fuente: Secretarías de educación municipales

* Incluye registros del sector oficial y privado

** Sólo incluye registros del sector oficial

Empleo e Ingresos

Tras el confinamiento y la recuperación paulatina que se fue presentando en 2021, el empleo fue reactivándose lentamente también.

Aunque durante el año no se lograron recuperar todos los empleos perdidos, las cifras llevaron a interpretar que se avanzaba hacia una recuperación plena en corto plazo.

Una de las dudas que quedan tiene que ver con la calidad de los empleos que se recuperaron y el nivel de ingreso asociado al mismo.

La Cámara de Comercio Aburrá Sur en alianza con la Asociación Nacional de Instituciones Financieras -ANIF- consolidaron información sobre las micro, pequeñas y medianas empresas – MiPymes.

Desde la percepción uno de los indicadores socioeconómicos que no se modificó entre 2020 y 2021 fue el empleo, según los empresarios de los diferentes sectores y tamaños, los puestos de trabajo permanecieron iguales.

Los niveles de recuperación de empleos no han correspondido con los niveles de reactivación económica, es importante, enfrentar los problemas del desempleo y la precariedad de ingresos requiere más allá de medidas de choque como ferias de empleo.

Se recomienda la revisión, análisis y adopción de tecnologías que permitan hacer más eficiente y dinámico el mercado de laboral del Aburrá Sur, con el fin de mejorar la comunicación entre oferentes y demandantes a nivel de las oportunidades de empleo existentes.

Adicionalmente urge ajustar los programas y proyectos de formación para el empleo de acuerdo a la demanda empresarial presente y de futuro.

Reactivación y Emprendimiento

El año 2021 fue el año de la reactivación, en este sentido, uno de los indicadores que refleja tal situación es la creación de empresas en el Aburrá Sur, que creció 7.6% en la vigencia del 2021, al totalizar 5.909 emprendimientos frente a los 5.492 que totalizó la región en el 2020.

Número de Empresas Creadas Aburrá Sur 2021

Municipio	Sociedades	Variación	Persona Natural	Variación
Caldas	100	13,6%	419	0,2%
Envigado	716	12,2%	1.230	16,0%
Itagüí	525	3,1%	1.504	-3,0%
La Estrella	164	27,1%	345	22,8%
Sabaneta	339	23,3%	567	4,2%
Aburrá Sur	1.844	12,5%	4.065	5,5%

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Según los datos obtenidos, en el Aburrá Sur se registraron 22 emprendimientos diarios en promedio, de los cuales 15 fueron de Personas Naturales - Comerciantes y 7 societarios.

El perfil de las sociedades constituidas en el año 2021 es el siguiente: 98,6% Microempresas, 1,3% Pequeña y 0,1% Mediana.

Tamaño Empresarial

Según datos de renovación de matrículas mercantiles en el año 2021, se registran 29.950 empresas, el 86% corresponden a Microempresas.

Esta composición empresarial es semejante a la que históricamente se ha registrado el Aburrá Sur y guarda relación a la composición empresarial nacional.

La relevancia de las empresas micro en generación de empleo, ingresos y democratización de oportunidades económicas, es vital, por ende, el llamado a seguir ampliando esfuerzos en su consolidación.

Composición empresarial según tamaño de la empresa - Aburrá Sur 2021

Tamaño de empresa	Total	Participación
Microempresa	25.876	86,4%
Pequeñas	2.808	9,4%
Medianas	963	3,2%
Grandes	303	1%
Aburrá Sur	29.950	100%

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Cierre, Salida y Llegada de Empresas

En el año 2021 se cancelaron 3.172 registros de personas naturales; mientras que las liquidaciones de sociedades fueron 414.

Los municipios en los que más empresas se cancelaron o liquidaron son Itagüí y Envigado, justamente lo que mayor número de empresas tienen en la región.

Al Aburrá Sur llegaron 335 empresas con un monto de activos de 640 mil millones de pesos. La mayoría fueron unidades de comercio, las cuales representaron el 30% del total de empresas que cambiaron su domicilio hacia el Aburrá Sur.

El 81% de las empresas que llegaron al Aburrá Sur procedían de Medellín. Del Aburrá Sur se fueron 289 empresas, el 73% se fueron para Medellín, seguido del 4% que decidieron trasladarse para Rionegro y del 3,1% que se radicaron en Bogotá.

La recomendación sigue siendo establecer políticas públicas y gestiones conducentes a ser territorios atractores de inversión y no expulsores, para que el balance siga siendo aún más positivo.

Agenda de Reindustrialización en curso

En el Aburrá sur existen dos retos para el desarrollo empresarial y competitivo: **1. La preservación del capital industrial y 2. Impulso de empresas en los nuevos sectores estratégicos emergentes.**

Particularmente en este segundo tema hay apuestas que vienen abriendo caminos: Industrias para el **Sector aeronáutico articulados con la Región Aeroportuaria de Antioquia.**

Se han podido identificar más de 1.000 empresas alojadas en el Aburrá Sur que podrían ser potenciales para la cadena de producción de las industrias aeronáutica y aeroespacial.

Otro sector donde se viene trabajando, es el de **Astilleros Menores**. La clave de este proyecto es construir capacidades, desarrollar proceso de diversificación productivo y construir conexiones comerciales entre la empresa ancla (Eduardoño – Itagüí) y muchos potenciales proveedores, configurando así una estrategia competitiva para la reactivación económica de nuestro mercado empresarial.

El fortalecimiento de empresas y talento humano para el **Sector Software y TI** es otra gran apuesta del Aburrá Sur. El 40% de esta industria se encuentra alojada actualmente en el Sur del Valle de Aburrá.

A ello se suma el **Turismo (Ecológico con soporte Gastronómico y Cultural)** definido en las agendas municipales y metropolitanas, donde es importante definir y priorizar los Productos y Rutas Turísticas por municipio y consolidar un portafolio para el Aburrá Sur bajo una propuesta integradora que es el Plan Maestro de Turismo del Aburrá Sur.

El Aburrá Sur además goza de enormes posibilidades para convertirse en una región con alto desarrollo empresarial en **Bioeconomía y Economía Circular.**

Aquí tampoco hay que empezar de cero, pues ya hay empresas creadas y que han desarrollado subproductos dentro de los estándares que las ubican como empresas bio o con procesos de Economía Circular.

Balance ISO y Direccionamiento Estratégico 2022

1. Auditoría de Seguimiento a la Certificación ISO 9001 de 2015

Actualmente la Cámara de Comercio Aburrá Sur cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad maduro y confiable, el cual se encuentra certificado bajo la Norma ISO 9001 desde hace 20 años.

Con el paso de los años los procesos han ido madurando. Adicionalmente, la incorporación de nuevas herramientas, a la luz de los cambios tecnológicos, generacionales y situacionales, han permitido que el SGC evolucione y se adapte positivamente a las nuevas realidades.

En el 2021 la Cámara ratificó su compromiso con la Calidad y tras la **Auditoría de Seguimiento** efectuada en dicha vigencia se confirmó la certificación.

El 13 y 14 de Septiembre de 2022 se llevó a cabo la primera Auditoría de Seguimiento por parte del ICONTEC en los siguientes procesos certificados:

Gestión Estratégica

Servicios Empresariales (Capacitaciones y Asesorías)

Servicios Registrales (Sede Caldas)

Servicios Registrales (Sede Sabaneta)

Servicio al Cliente

Auditorías Internas al Sistema de Gestión de Calidad.

Al cierre de la Auditoría, el ICONTEC concluyó la conformidad del Sistema resaltando en este la adopción tecnológica, el uso de cuadros de control para el seguimiento de sus procesos, el liderazgo de sus líderes y su compromiso por la atención al usuario.

2. Balance Direccionamiento Estratégico

Desde mediados del 2021 la Cámara de Comercio Aburrá Sur retomó la **formulación de su Direccionamiento Estratégico** con un horizonte de actuación **2023-2026**.

Dicho Direccionamiento ha permitido que la entidad enfoque sus esfuerzos en **14 Iniciativas Estratégicas**, fruto de la decantación de las perspectivas, ideas, visiones e intereses de los distintos grupos de interés (Stakeholders) de la Cámara, entre los cuales figuran su Junta Directiva, los Empresarios de la Región y el Equipo Directivo de la Cámara.

Iniciativa Estratégica	Objetivo
Creación del Centro de Estudios Económicos	Promover y articular la transformación comercial, industrial y de servicios del Aburrá Sur
Modelo de transformación empresarial de la región	Contribuir a una mayor atractividad y competitividad de la Región
Modelo articulado de comunicación con cliente, usuarios y grupos de interés, que visibilice y posicione el ADN de la marca CCAS	Lograr mayor visibilidad, presencia y cercanía con empresarios, usuarios y grupos de interés de la CCAS
Estructura y desarrollo de un Sistema de Gestión del Cliente	Establecer un sistema de gestión del cliente que permita dirigir y gestionar de manera sencilla la información registral, empresarial y comunicacional buscando la atención integral y fidelización de clientes
Intervenir el Modelo Integral de Servicio o Experiencia de Clientes (Empresarios y Usuarios)	Mejorar la experiencia del cliente de la CCAS, generando bienestar y confianza
Modelo de Innovación CCAS (Impacto y Valor) integral (Procesos, Productos, Servicios, Nuevos Ingresos)	La Cámara tendrá una cultura y sistema de gestión de la innovación que permita de forma proactiva y permanente ejecutar iniciativas que transformen el negocio y generen mayor valor.
Modelo de Simplificación, Automatización y Transformación Digital de Procesos y Servicios	Mejorar la eficiencia, agilidad y confiabilidad de los procesos y servicios de la CCAS.
Modelo Transversal de Aseguramiento de la Calidad de la Información Registral	Contar con una base de datos registral dinámica, proactiva, disponible vigente (actualizada) y confiable.
Intervención del Modelo Financiero de la CCAS para optimizar gasto y diversificar ingresos diferentes a los registrales.	Aumentar diversificación de ingresos diferentes al registral.
Reestructuración Nombre y Modelo de Gestión del Centro de Convenciones	Que el Centro de Convenciones encuentre su vocación para que preste servicios diferentes principalmente a las empresas y a municipios y comunidad de manera autosostenible.

Iniciativa Estratégica	Objetivo
Modelo de consecución (proactivo) de recursos de cooperación de manera viable, eficiente y mutuamente beneficiosa	Un modelo de proyectos direccionado, propositivo y proactivo que identifique necesidades regionales de desarrollo empresarial y canalice recursos de diferentes entidades estatales y de cooperación
Modelo de Gestión de Desempeño, alineado a resultados y estrategia y que potencie el Talento Humano	Lograr un mayor desarrollo, bienestar y deseo de permanencia del talento humano.
Modelo de Gestión de Conocimiento CCAS	Tener un centro de gestión de conocimiento que asegure que el conocimiento critico de este se encuentre respaldado (sistematizado y apropiado por 2 o más personas).
Adaptar la Estructura Organizacional con miras a la Transformación Cultural de la CCAS.	Estructura Organizacional más eficiente con cargos y personas alineados a los retos estratégicos y resultados de procesos que se adapten a la cultura que queremos.

Para la vigencia 2023 se incorporaron en el Plan Anual de Trabajo las primeras actividades que se desarrollarán en torno a la implementación de cada una de las Iniciativas.

Bajo los preceptos de qué nos motiva, qué nos reta y qué nos enfoca, la siguiente es la **Meta Grande y Ambiciosa** del nuevo Direccionamiento:

Componente VISIÓN - MEGA	#	Variables MEGA	Base 2021	2022	Meta 2026
... avanzará en su consolidación como una agencia de desarrollo empresarial de la región ...	1	Inversión en Desarrollo Empresarial (Millones)	8.000	10.000	12.155
	2	Unidades productivas renovadas	30.456		(33.626)
	3	Tasa de supervivencia unidades productivas	55%		65%
	4	Nivel de percepción como agencia de desarrollo empresarial (*)	No hay	Se construirá Línea Base	Por Definir
... con programas, planes y proyectos de creación, fortalecimiento y transformación.	5	Unidades productivas beneficiadas en creación, fortalecimiento y transformación	18.119		20.005
... logrando lealtad y brindando una experiencia positiva en clientes y grupos de interés.	6	Nivel de experiencia positiva en clientes y grupos de interés.	No hay	Se construirá Línea Base	Por Definir

Misión: Acompañamos la creación, fortalecimiento y sostenibilidad integral de más y mejores empresas, elevándoles su productividad y ofreciéndoles una experiencia de servicio cercana, oportuna y de calidad.

Visión: En el 2026 nos consolidaremos como una agencia de desarrollo empresarial de la región con programas, planes y proyectos de creación, fortalecimiento y transformación, logrando una mayor lealtad y brindando una experiencia positiva en sus clientes y grupos de interés.

En relación con el Componente Estratégico del Plan se aclaró que el nuevo Direccionamiento cuenta con:

Perspectivas (5)

Competitividad de la región, Clientes y Grupos de Interés, Procesos Internos, Recursos Financieros, y Aprendizaje y Crecimiento.

Desafíos Estratégicos (5)

1. Articular y promover la transformación que logre atraktividad y competitividad de la región
2. Mejorar relacionamiento, comunicación y experiencias positivas a clientes a través de beneficios pertinentes por un mejor entendimiento de sus necesidades, el cual le genere a la Cámara un mayor posicionamiento y nivel de reputación. Lograr mayor cercanía con clientes y grupos de interés.
3. Mejorar la productividad, eficiencia, rapidez y confiabilidad de los procesos y servicios de la Cámara a través del desarrollo de tecnologías 4.0 (Transformación Digital).
4. Optimizar los recursos financieros mediante la diversificación de ingresos públicos diferentes al registral y la racionalización de costos y gastos de la Cámara.
5. Atraer, desarrollar y retener el mejor talento dentro de la cultura institucional que el contexto estratégico requiere.

Objetivos Estratégicos (8)

1. Promover y articular la transformación comercial, industrial y de servicios del Aburrá Sur
2. Contribuir a una mayor atraktividad y competitividad de la región
3. Lograr mayor visibilidad, presencia y cercanía con empresarios, usuarios y grupos de interés de la CCAS.
4. Mejorar la experiencia del cliente de la CCAS, generando bienestar y confianza
5. Mejorar la eficiencia, agilidad y confiabilidad de los procesos y servicios de la CCAS
6. Aumentar y Diversificar Ingresos Públicos diferentes al Registral

7. Lograr un mayor desarrollo, bienestar y deseo de permanencia del talento humano

8. Lograr la transformación cultural de la CCAS

Cabe destacar que al cruzar los Objetivos Estratégicos frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, se identificó que los 8 Objetivos Estratégicos se articulan con 10 de los 17 ODS:

- 3 - Salud y Bienestar**
- 4 - Educación de Calidad**
- 5 - Igualdad de Género**
- 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico**
- 9 - Industria, Innovación e Infraestructura**
- 10 - Reducción de las Desigualdades**
- 11 - Ciudades y Comunidades Sostenibles**
- 12 - Producción y Consumo Responsables**
- 16 - Paz, Justicia e Instituciones Sólidas**
- 17 - Alianzas para Lograr los Objetivos**

Cabe resaltar finalmente que la nueva visión del Direccionamiento se enfoca entre 5 grandes componentes de cambio:

1. Posicionar la Cámara como la gran Agencia de Desarrollo Regional.
2. Consolidar la entidad como un Centro de Pensamiento Económico Regional.
3. Contribuir a la Productividad de los empresarios de la región a través de 3 Pilares: Formalización, Fortalecimiento y Transformación Empresarial.
4. Escuchar al mercado empresarial con el fin de mejorar la Experiencia del Cliente y avanzar en el diseño de nuevos productos y servicios a partir de sus requerimientos y expectativas.
5. Transformar la Cultura Organizacional en función de las nuevas dinámicas del mercado.

Balance Pacto Educación – Empresa – Estado 2022

El Programa Pacto Educación Empresa-Estado permite incentivar, preparar y promover las futuras generaciones de emprendedores, con un alto nivel de competencia para el desarrollo socioeconómico de la región del Aburrá Sur.

La iniciativa contempla un proceso de incentivo, promoción y desarrollo de las competencias emprendedoras, computacionales y de innovación, de los estudiantes de las instituciones educativas públicas del Aburrá Sur, desde una perspectiva de visión de futuro, y liderazgo humano y transformacional.

El Pacto hace parte de las iniciativas prioritarias del Plan Estratégico del Aburrá Sur y es liderado por la Cámara de Comercio Aburrá Sur, con el apoyo de las administraciones locales de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta y la asistencia técnica de la Fundación Div.y Digital Content.

Al cierre del 2022 la Cámara ha invertido más de \$2.800 millones en 35 Instituciones Educativas Públicas del Aburrá Sur, en todos sus ciclos.

Por el Pacto han pasado 35 Rectores, 115 Coordinadores, 515 Docentes, y más de 7.000 jóvenes sensibilizados de las Básica Primaria y Secundaria.

Desde el 2013 hasta el 2022 se han entregado cerca 12.872 libros físicos y 4.500 e-book de la Serie “Somos Emprendedores” para la formación en emprendimiento, economía y finanzas desde edades tempranas (Modalidad Bibliobanco).

Además se han ejecutado más de 1.000 horas de acompañamiento y se ha hecho un seguimiento a las Instituciones Educativas intervenidas entre el 2013 al 2019, previo a la reactivación del Programa en el 2021, luego de la Pandemia.

El Pacto se ejecuta con el apoyo de las 5 secretarías de Educación de la región y con el concurso de Rectores, Coordinadores, Docentes y Estudiantes de la Básica Primaria y de los Grados 10 y 11 de las Instituciones de Educación Pública del Aburrá Sur.

Este acompañamiento especializado busca construir capacidades, competencias, habilidades y destrezas que les ayuden a los jóvenes de hoy, y que serán los futuros emprendedores y empresarios de la región, a liderar proyectos empresariales e iniciativas innovadoras que permitan construir la nueva economía del Aburrá Sur.

Con ello se busca pasar de los emprendimientos básicos y de tradicionales de subsistencia a emprendimientos de alto impacto, con valor agregado, componente innovador, visión internacional y empleos de alta calidad.

Pacto EEE 2022

En la vigencia 2022 el Pacto Educación Empresa Estado (PEEE) se implementó en 10 instituciones educativas oficiales del Aburrá Sur (Básica Secundaria).

El Modelo de Desarrollo de la Mentalidad Emprendedora se orientó específicamente al pensamiento computacional y a las habilidades para la innovación, en edades tempranas, con base en la Metodología Somos Emprendedores de FundaDiv.

El proceso inició el 11 de Febrero con la presentación ante los alcaldes de los Municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta, en la que se les compartió el propósito superior del Pacto EEE.

Desde esa fecha 20 Directivos Docentes recibieron 13 horas de Entrenamiento para conocer metodologías activas que promueven el emprendimiento y la innovación y 50 Maestros de Básica Secundaria se entrenaron en metodologías activas para la enseñanza del emprendimiento en edades tempranas.

En la transferencia del modelo se realizaron acompañamientos por colegio y se entregaron herramientas pedagógicas y curriculares, las cuales generaron un impacto institucional valioso, representado en el diseño individual de Rutas Pedagógicas que integran el emprendimiento con las distintas áreas, con el fin de generar aprendizajes relevantes y auténticos.

Así mismos, y con el propósito de promover la mentalidad emprendedora y el pensamiento computacional, 200 estudiantes del Aburrá Sur participaron en dos (2) Laboratorios de Innovación Abierta:

1. Maker Fest. Ideas y acciones para construir un mundo mejor: En el que resolvieron retos asociados a los ODS aplicando herramientas tecnológicas de diseño 3D, robótica y electrónica, que recibieron en entrenamientos previos.

El Laboratorio estuvo dirigido a fomentar la integración con **Áreas Steam (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas)** desde un ejercicio de emprendimiento e innovación, basado en el trabajo creativo y el desarrollo de habilidades para crear soluciones innovadoras con herramientas digitales.

Para el uso de estas herramientas (Diseño 3D, Robótica, Diseño de Apps y Código en Bloques, entre otras), los estudiantes se prepararon durante dos meses, para facilitar su aplicación en el desarrollo de sus proyectos.

En concreto, se buscaba que sus iniciativas estuvieran enmarcadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la Organización de las Naciones Unidas, que buscan crear un mejor planeta con estrategias para reducir el hambre en el mundo, luchar contra la inequidad y el cambio climático, buscar la paz y la justicia entre las naciones y crear alianzas entre las instituciones para defender y promover esos Objetivos.

Los estudiantes, con el apoyo permanente de los profesores, presentaron soluciones a retos relacionados con tres de los Objetivos: 4 (Educación de calidad), 12 (Producción y consumo responsable) y 13 (Acción por el clima).

En ese orden los estudiantes plantearon soluciones en torno a: Los Colegios del Futuro; Promoción de un Futuro Sostenible desde la Producción y el Consumo Responsable, y Acciones para Enfrentar el Cambio Climático.

Fue así como, en el Centro de Convenciones Aburrá Sur, se reunieron, entre el 2 y el 5 de Agosto del 2022 un total de 60 estudiantes de Secundaria y 10 maestros de igual número de Instituciones Educativas de la región, con el fin de presentar sus proyectos, buscando, a través de la innovación, el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad.

Cada grupo de estudiantes presentó ante un jurado un prototipo de su proyecto, con la característica de que fuera viable y sostenible.

Al final del Laboratorio de Innovación se identificaron 10 Iniciativas Innovadoras, entre las cuales se destacan las siguientes, las cuales lograron una exaltación por parte del Jurado, por tener una proyección Maker y las cuales contarán con un acompañamiento especial de expertos, con el fin de darles una mayor evolución:

- **‘Yo Konfio’**: Una aplicación para que los estudiantes tengan acceso y se puedan registrar a un grupo de apoyo en situaciones de ‘bullying’. Desarrollado por los estudiantes Juan José Vélez, Manuela Roldán Ramírez, Santiago David Flórez Sheyla Díaz Muñoz y Robinson Dayan Lora, de la Institución José Antonio Galán, de La Estrella.

- **“Sensitive Control”**: Un dispositivo para ayudar a la movilidad de las personas con discapacidad visual. Liderado por un grupo de estudiantes de la Institución Educativa San José, de Itagüí (Ver detalle en el texto central).

- **‘RTO’**: Un reciclador y transformador orgánico con sensores que detectan la materia orgánica. Concebido por los estudiantes Hernán Ocampo, Isabela Mena, María Paula García, Natasha Herrera y Sofía Centeno, del colegio José Manuel Restrepo, de Envigado.

También se presentaron otras iniciativas innovadoras, como una aplicación para hacer trueque con ropa, especialmente uniformes escolares que no se utilizan y así disminuir el consumismo de ropa y una app interactiva para el control y uso adecuado de los residuos en el municipio de Caldas.

Los colegios participantes fueron: **Gabriel Echavarría y Rural Salinas, del Municipio de Caldas; José Manuel Restrepo (Jomar) y Leticia Arango de Avendaño, del Municipio de Envigado; Juan N. Cadavid y San José, del Municipio de Itagüí; Ana Eva Escobar y José Antonio Galán, del Municipio de La Estrella y los colegios José Félix de Restrepo y Presbítero Antonio Baena Salazar, del Municipio de Sabaneta.**

2. Bootcamp de Emprendimiento: Con estudiantes inquietos por emprender y crear su primer negocio soportado en plataformas digitales reales y cercanas a ellos. Este Laboratorio se desarrolló dentro de cada institución educativa.

Adicionalmente, **las instituciones educativas recibieron acceso a +3.000 e-books de la Serie Somos Emprendedores**, con el fin de complementar las estrategias académicas con estudiantes de la Básica Secundaria y Media.

En la vigencia del 2022 el Pacto también promovió la creación del Primer Equipo de Pensamiento Computacional del Aburrá Sur, con 24 Maestros del Área de Tecnología de las instituciones educativas beneficiarias.

Ellos recibieron el acceso a DiverPy, un currículo creado para dos (2) ciclos, uno de 6 a 8, con énfasis en Snap, y otro, de 9 a 11, enfocado en desarrollar habilidades en Python.

Ambos procesos buscaban que los estudiantes comprendan la importancia de comunicar soluciones computacionales a problemas reales.

Una comunidad educativa integrada, en su totalidad, por 6.194 estudiantes de las instituciones beneficiarias del Pacto EEE en la vigencia del 2022.

Balance Sede Seccional Envigado 2022

El trabajo realizado en el 2022 en la Sede Seccional de la Cámara en Envigado fue ejecutado de acuerdo con el Plan de Acción diseñado con base en los diferentes procesos y propósitos misionales de la entidad

Este trabajo se enmarcó en cuatro (4) Líneas fundamentales: **Infraestructura Física, Capital Humano, Acompañamiento Municipal y a otras Organizaciones, y Servicios Institucionales y de Apoyo.**

1. Infraestructura Física

Se cuenta con un Edificio, icono referencial de la Ciudad de Envigado, dotado con equipamiento y elementos de última generación para una mayor comodidad de nuestros usuarios.

1.1. Mantenimiento Edificio, Áreas estructurales y de Apoyo

De acuerdo con el Manual de Mantenimiento de la Cámara en la vigencia del 2022 se realizó un mantenimiento periódico a las diferentes áreas estructurales y de apoyo del edificio (Acciones correctivas y preventivas); tanques, pisos, paredes, puertas, ventanas, mobiliario, entre otros.

1.1.1. Fachada y Techos: Cada dos meses se hizo un hidro-lavado de la fachada inferior del edificio entre paredes, andén, parqueaderos, rejas, acceso al parqueadero y entrada principal.

1.1.2. Aire Acondicionado: Cada mes se realizó un mantenimiento preventivo, con la firma Larco S.A., de las unidades manejadoras, condensadoras, circuitos de refrigeración y toda la parte eléctrica y sus respectivos ductos de aire.

1.1.3. Ascensor: Cada mes se hizo un mantenimiento preventivo con Ascensores Schindler de Colombia S.A.S. de las partes y piezas del ascensor, con su respectivo reporte y control administrativo.

1.1.4. Jardín Interno: Se realizó un mantenimiento preventivo y correctivo con la empresa Epifita S.A.S. a las plantas ornamentales que se tienen en una de las salas y en el balcón.

1.1.5. Plataforma Salva Escalera: Se viene cumpliendo con un cronograma semestral de mantenimiento del Equipo de Acceso de Movilidad Reducida, con la empresa Tekvo Ingeniería S.A.S.

1.2. Sistemas, Redes, Elementos Periféricos

Dando cumplimiento al apoyo de la tecnología para prestar un mejor servicio corporativo se avanzó en el 2022 en lo siguiente:

1.2.1. Enlaces Inalámbricos y Alámbricos: Se realizó con UNE la instalación de fibra óptica de las diferentes partes y piezas inalámbricas de los enlaces que interconectan las redes de sistemas para una mayor operatividad con la Sede Principal de Itagüí.

1.2.2. Equipos: Se realizaron mantenimientos periódicos a equipos de cómputo, impresoras y scanner por parte del Departamento de Sistemas.

A ello se suman las actualizaciones periódicas de hardware y software a los equipos de cómputo. Así mismo se hizo un mantenimiento a los equipos de detección e intrusión en la parte de seguridad e incendios.

1.2.3. Dispensador de Turnos: Con la empresa Dinámica y Desarrollo Ltda. se hizo un mantenimiento periódico al Despachador de Turnos Automático y se realizaron sus debidas actualizaciones.

1.3. Muebles, Enseres y Accesorios

Para prestar un mejor servicio en nuestras instalaciones se hizo un mantenimiento preventivo, compras y mejoras en elementos necesarios para prestar un excelente servicio a nuestros usuarios externos e internos.

2. Capital Humano

La Sede Seccional tiene a su servicio un personal idóneo para desarrollar y atender a los diferentes usuarios de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Actualmente cuenta con el respaldo de 2 Analistas de Caja que brindan el servicio de Registro de Documentos en el Area de Taquillas.

Cuenta, además, con el apoyo de 1 Supernumerario, el cual cumple funciones de administración y digitalización de documentación de actos sujetos a registro y su correspondiente archivo. Apoya también como Analista de Caja cuando las circunstancias lo demanden.

El equipo lo complementa 1 Abogado, 1 Promotor Empresarial, 1 Promotor de Emprendimiento, 1 Orientador de Servicios, 1 Guarda de Seguridad, 1 Colaboradora de Servicios Generales y el Administrador de la Sede Seccional.

3. Acompañamiento Municipal y a Otras Organizaciones

La administración de la Seccional de Envigado participa activamente como representante de la Cámara de Comercio Aburrá Sur en diferentes reuniones, comités y programas relacionados con entes privados, descentralizados y municipales de Envigado.

Dicho relacionamiento incluyó actividades diversas en el 2022 con entidades públicas y privadas (Secretarías de Desarrollo Económico, Consejo de Seguridad de Envigado, Comité Técnico Ventanilla Única Empresarial – VUE, etc).

También participó activamente en la presentación y socialización de la Construcción del Pasaje Comercial y Peatonal de la Calle de la Buena Mesa, y la Construcción de la Plaza de Mercado del Municipio de Envigado (en proceso), entre otros eventos.

4. Servicios Institucionales y de Apoyo

4.1. Programa de Propiedad Intelectual de la Cámara

En el 2022 lideró nuevamente el **profesional y gratuito servicio de asesoría y acompañamiento en los diferentes procesos de registro de marca** que se realizó virtualmente, a través del consultorio empresarial.

En la Sede Seccional de Envigado se cuenta con el Servicio de Propiedad Industrial (Signos Distintivos y Patentes) y la Asesoría y Gestión Empresarial en materia de Protección de la Propiedad Intelectual.

Este servicio se ofrece en forma virtual (Se solicita cita en la Página Web www.ccas.org.co) o físicamente en la **Sede Seccional de Envigado (Calle 39 Sur No. 40-45, Sector Guanteros), de Lunes a Viernes, en horarios de oficina, con cita previa. Teléfono: 4442344 Exts. 2000 – 2010. E-Mail: admonenvigado@ccas.org.co**

Los interesados pueden obtener información, formación y asesoría y acompañamiento en los siguientes aspectos: **Patentes (Nuevas Creaciones, Modelos de Utilidad, Diseños Industriales y Circuitos Integrados) y Signos Distintivos (Marcas, Lemas, Slogans y Enseñas Comerciales).**

El administrador de la Sede Seccional de Envigado, en su calidad de Coordinador del Programa de Propiedad Intelectual de la Cámara, también **asesora y acompaña en la construcción (Branding) y en el Registro de Marcas a Personas Naturales y Jurídicas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, a través de la Plataforma u Oficina Virtual de la Propiedad Industrial <http://sipi.sic.gov.co/>.**

Gracias a ello nuestros empresarios y emprendedores, en forma directa y sin costos adicionales (Solo los pagos de las Tasas Oficiales de la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC), registran sus marcas por una o varias clases, renuevan, transfieren, responden a oposiciones y/o apelan en contra de las decisiones de la SIC.

En el 2022 se brindaron en la Sede asesorías en Signos Distintivos, tanto en solicitud de Registro, como en Oposición, Apelación y Transferencias de Registro de Marca.

Además se apoyó en la gestión en Patentes de Nuevas Creaciones, Diseños Industriales y Modelos de Utilidad.

Así mismo se orientó en Derechos de Autor en el campo de la Programación de Software, y en Composiciones Literarias y Musicales.

En cumplimiento de esta tarea se brindaron, **833 asesorías y acompañamiento en los trámites en 441 procesos de solicitudes y otras actuaciones posteriores de signos distintivos (marcas)**

Todo este aporte de la Cámara para la gestión e intervención de conocimiento en los diferentes trámites de Registro de Marca y en los procesos posteriores a ello **representó en tiempo y asesoría profesional un valor cercano a \$525.950.000.**

Paralelamente esto le generó a los empresarios ahorros por valor de \$400 millones, por concepto de pagos de asesorías en procesos de registro y posteriores a ellos que normalmente se realizan con el apoyo de firmas especializadas.

Es importante destacar que en el 2022 la Cámara también suscribió una alianza con el Centro de Apoyo de la Tecnología y la Innovación, CATI, Capítulo Antioquia, de la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC.

Esto permitió acompañar a 12 empresarios en el Registro de Marca y a 2 empresas en la Redacción y Solicitud de Patentes ante la Oficina de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Dichas asesorías se realizaron en la Sede seccional de Envigado. Así mismo se sensibilizó y capacitó a 80 empresarios y emprendedores con el Seminario: La Importancia de las Marcas, dictada por profesionales de la SIC.

Asesorías Por Municipio

Municipios del Aburrá Sur	Cantidad	%
Caldas	40	4.81
Envigado	420	50.42
Itagüí	160	19.21
La Estrella	30	3.60
Sabaneta	80	9.60
Total Aburrá Sur	730	87.64
Otros Municipios	-	-
Bello	8	0.96
Cali	5	0.60
Carmen de Viboral	2	0.24
Guatapé	4	0.48
Medellín	70	8.40
Santo Domingo	2	0.24
Retiro	4	0.48
Rionegro	8	0.96
Total Otros Municipios	103	12.36
Total Asesorías	833	100

Número de Trámites de Procesos de Marca 2022 – Por Municipio

Municipios del Aburrá Sur	Cantidad	%
Caldas	27	6.12
Envigado	233	52.83
Itagüí	75	17.00
La Estrella	14	3.17
Sabaneta	40	9.07
Total Aburrá Sur	389	88.19
Otros Municipios	-	-
Bello	4	0.90
Cali	3	0.68
Carmen de Viboral	1	0.23
Guatapé	2	0.46
Medellín	36	8.16
Santo Domingo	1	0.23
Retiro	2	0.46
Rionegro	3	0.69
Total Otros Municipios	52	11.81
Total Trámites de Procesos de Marcas	441	100

4.2. Otros Servicios de Asesoría Registral

La Sede Seccional brinda también Servicios de Asesoría en procesos de Matrícula de Sociedades, Personas Naturales, Entidades Sin Ánimo de Lucro, Registro Nacional de Turismo (RNT), al igual que en los respectivos Actos de Disolución, Liquidación, Mutaciones, y Cancelaciones, entre otros trámites registrales.

En Desarrollo Empresarial y Emprendimiento la Sede de Envigado contó en el 2022 con el respaldo de una Promotora Empresarial, la cual coordinó el manejo de proyectos empresariales propios de Cámara de Comercio y en conjunto con el Municipio de Envigado, en especial la Secretaría de Desarrollo Económico.

Así mismo, la Sede Seccional acompañó, con el respaldo de un Promotor de Emprendimiento, durante el 2022, muchos de los planes de negocio de los emprendedores del municipio (Formulación, Validación y Ejecución del Proyecto Empresarial).

4.3 Servicio Ventanilla Única Registral – VUE

A través de la Plataforma Tecnológica de la Ventanilla Unica Empresarial, VUE, implementada en alianza con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Confecámaras, la Cámara de Comercio Aburrá Sur y el Municipio de Envigado, los emprendedores y empresarios de esta localidad pueden tramitar virtualmente la formalización e inscripción de sus negocios, tanto de Personas Naturales como Jurídicas.

Esto les ha permitido reducir los costos, el tiempo y el número de trámites que se deben efectuar para la apertura y operación de una empresa, eliminando así barreras de entrada al mercado. Sus ventajas son muchas:

- + Facilitar y promover la formalización empresarial.
- + Garantizar a los empresarios y ciudadanos en general la igualdad y el acceso a los trámites empresariales disponibles en la VUE.
- + Simplificar el proceso de creación de empresa, al tiempo que se garantiza la privacidad de los datos y la seguridad de la información en el portal VUE.

Creaciones de Empresas VUE – Envigado 2022	
Registros	Número de Matriculas
Matricula Persona natural	444
Constitución Persona jurídica	388
Matricula de Establecimientos de Comercio	124
Total	956

5. Servicios de Apoyo Logístico - Espacios

La Sede Seccional de Envigado cuenta con **cinco (5) espacios - Salones y Auditorio**, los cuales permiten realizar reuniones de diferente formato (Juntas Directivas, Talleres, Capacitaciones y Asesorías, Presentaciones de Productos y Servicios, y Eventos Culturales, tanto propios como promovidos en alianza con terceros). Dichos espacios son arrendados y cuentan con ayudas audiovisuales.

Durante la vigencia del 2022 en la Sede Seccional de Envigado se desarrollaron numerosos **eventos de la Cámara de Comercio Aburrá Sur, dirigidos a empresarios y emprendedores, entre talleres, conferencias, seminarios y reconocimientos, a los cuales asistieron alrededor de 1.200 personas.**

Los temas desarrollados en estos eventos eran sobre Emprendimiento, Fortalecimiento Empresarial y Normatividad y Legislación Empresarial.

Así mismo en alianza con otras entidades públicas, gremiales y académicas se realizaron reuniones de alto impacto empresarial, entre las cuales se destacan:

- * Premios CIPE 2022.
- * Encuentro de Afiliados Cámara de Comercio Aburrá Sur.
- * Elecciones Junta Directiva y Revisoría Fiscal de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.
- * Elecciones Junta Directiva del Hospital Manuel Uribe Ángel.
- * Consejo de seguridad empresarial municipio de Envigado.
- * Rendición de cuentas del sector productivo, de la administración municipal de Envigado.
- * Rendición de cuentas de la Personería Municipal de Envigado.
- * Procolombia y el Sector Turismo del Aburrá Sur (Competitividad, Productividad y Normatividad).

- * Foro Académico por la Convivencia Ciudadana y Empresarial del Municipio de Envigado.
- * Reconocimiento Buenas Prácticas de Manufactura - Establecimientos de Envigado en Manipulación de Alimentos.
- * Talleres de Sensibilización sobre la Importancia y Normatividad del Invima en el Sector Alimentos.

Algunas entidades públicas y privadas también ejecutaron algunos de sus eventos propios a través de arrendamientos de los Salones y el Auditorio en la Sede Seccional.

Finalmente también se brindó apoyo en espacios, logística y personal idóneo en la ejecución de eventos académicos, culturales, artísticos y sociales de la administración local y de otros entes públicos (Secretaría de Desarrollo Económico, Salud, Seguridad y Convivencia Ciudadana, Contraloría, Personería, y Secretaría de Equidad y Género, entre otros).

Balance Departamento TICs 2022

Las TIC están revolucionando la forma de administrar las empresas y de proyectarlas competitivamente hacia el futuro.

Es por ello que las **Tecnologías de la Información y las Comunicaciones** (TIC) son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las organizaciones.

Gracias a ellas, todos los actores gremiales, académicos, públicos o privados, hemos podido obtener importantes beneficios, entre los que cabe mencionar la mejora de sus operaciones; el acceso a una mayor cantidad de clientes, y la optimización de los recursos operacionales.

Las TICs han servido también para facilitar la apertura de nuevos mercados; un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de los usuarios para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida con empleados, clientes y proveedores.

Hoy más que nunca la Información es clave para tomar todas las decisiones organizacionales. Por ello las empresas se decantan actualmente en procura de la implementación de distintas herramientas o estrategias que les ayuden a alcanzar sus objetivos, con el fin de adquirir ventajas competitivas respecto a la competencia.

En la Cámara de Comercio Aburrá Sur somos más que conscientes del valor de la información, más aún, cuando nuestra entidad es la Gran Central de Información Empresarial y de Competitividad Económica de la región.

De cara al futuro nuestra tarea se centra hoy en hacer una apropiación oportuna, efectiva y pertinente de todas las nuevas tecnologías de la información, así como de las diferentes herramientas tecnológicas y digitales para garantizar la competitividad organizacional, al igual que la confiabilidad de todos sus servicios y procesos.

El siguiente es un balance de acciones con las cuales el Departamento TICs de la Cámara avanzó en ese propósito durante la vigencia del 2022.

1. Gestión de Mantenimiento e Infraestructura: El área de Tic's, como labor esencial y primaria, continuó prestando soporte, apoyo y acompañamiento a los usuarios internos y externos de la entidad en el 2022.

Esta responsabilidad está orientada a facilitar las tareas desde lo tecnológico, ofreciendo soluciones oportunas y pertinentes a los requerimientos de los usuarios que requieran información y acompañamiento que implique soporte tecnológico.

Con el acompañamiento de los proveedores con los que tenemos **servicios contratados en materia de hardware, software y comunicaciones**, se vienen realizando las **actividades de mantenimiento, soporte y actualización de nuestra plataforma tecnológica en sus componentes de Software y Hardware**.

Todo esto nos garantiza poder contar con una mayor estabilidad, continuidad, integridad y disponibilidad de los servicios ofrecidos a las áreas de la organización y a nuestra comunidad empresarial.

Así mismo, durante el 2022 se continuaron haciendo **actualizaciones a los aplicativos, especialmente en el SII, Docxflow y Sistema de Inscripciones a Eventos**, con fin de mejorar su funcionalidad y usabilidad, así como para facilitar la ejecución de los trámites registrales a los usuarios internos y externos.

En lo relativo al **Docxflow** en el 2022 se concluyó la **migración de la Versión 3 a la Versión 4**, proceso que ha permitido ajustarnos con mayor pertinencia desde lo Administrativo y desde el Área de Registros al Protocolo de Digitalización indicado por la Norma Documental.

Así mismo, se migraron todas y cada una de las imágenes contenidas en los diferentes repositorios ajustadas al formato PDF/A según lo establece la Norma archivística.

Durante la misma vigencia, aprovechando la misma herramienta de gestión documental, se implementó la **Ventanilla Virtual**.

A través de esta última el comerciante, empresario, y en general cualquier usuario, puede radicar sus diferentes documentos de manera virtual. Diligencias como los Derechos de Petición, PQRSF, entre otros, pueden ser radicados desde internet.

En la vigencia se realizó, igualmente, la **actualización de los equipos del Área de Comunicaciones**, la cual requería para su desempeño una modernización tecnológica.

Paralelamente se realizó la **actualización de equipos portátiles de las Sedes Seccionales** para apoyar los diferentes eventos desarrollados en las mismas.

Como producto de la construcción de la nueva Sede Institucional de Sabaneta el Departamento TICs brindó apoyo y acompañamiento durante todo el proceso, **definiendo y determinando, acorde con las necesidades institucionales, los requerimientos tecnológicos a tener en cuenta para la entrada en operación de la misma**.

A los demás Aplicativos/Sistemas utilizados en las diferentes áreas de la Cámara también se les realizaron ajustes y modificaciones en forma continua en el 2022.

Ello permitió un mejor uso, gestión y administración de la información allí manejada, facilitando poder contar con nuevos y más oportunos reportes, consultas y estadísticas.

2. Actualización hacia Google Enterprise: Con el fin de facilitar un mayor uso y aprovechamiento de las herramientas de Google, en el 2022 la Cámara migró de la versión Business a la Enterprise.

Esta última ofrece mayores capacidades y más funcionalidades como la Unificación de los diferentes canales comunicacionales, entre otras.

Así mismo dispone de mayores opciones, de cara a las reuniones virtuales que a diario se agendan con los comerciantes desde las diferentes áreas.

Algunas de las características más importantes de esta nueva versión se presentan en la siguiente gráfica.

		Comunicación	Colaboración y Archivos	Gestión & Auditoría
Enterprise	Plus \$ 30 USD	+ Domain Live Streaming (100k)	+ AppSheet Connected Sheets	+ Central de seguridad Regiones de datos Logs en BigQuery Work Insights
	Standard \$ 20 USD	+ Domain Live Streaming (100k)	+ Drive Ilimitado	+ DLP total Cloud Identity Premium
Business	Plus \$ 18 USD	+ Meet 250 asistentes Transcripción y Traducción Control de asistencia	+ Drive 5TB/user (agrup)	+ Endpoint Avanzado Vault DLP para Gmail (próximamente)
	Standard \$ 12 USD	+ Meet 150 asistentes Grabación de Videoconf Controles Avanzados y cancelación de ruido	+ Drive 2TB/user (agrup) Drives Compartidos Metadata, PIN, Aprob Docs (próximamente) Cloud Search	+ Auditoría Drive y móviles
	Starter \$ 6 USD	Email Agenda Chat Meet (100) Currents	Drive 30GB Docs Forms Sheets Sites Slides Keep	Apps Script Admin Endpoint Básico Admin para Meet

Cabe destacar finalmente las siguientes ventajas.

- + Almacenamiento ilimitado
- + Reuniones más grandes (hasta 500 puntos finales)
- + Live Stream 10k en el dominio YouTube
- + Acceso contextual
- + File server en Drive - unidades compartidas
- + Grabación de reuniones de manera ilimitada para su almacenamiento en Google Drive - Reducción de ruido (Plus)-asistencia - fondos - sub reuniones - consola de meet para soporte - Encuestas - preguntas - subtítulos
- + Prevención de pérdida de datos avanzada para Gmail.
- + Prevención de pérdida de datos avanzada para los archivos de Drive.
- + Archivado de correo electrónico de terceros.
- + Uso de listas blancas de aplicaciones para controlar el acceso de terceros a los datos.
- + Análisis exhaustivo de los archivos adjuntos de correo electrónico previo a la entrega*.
- + Análisis de los registros de Gmail en BigQuery. (En Plus)
- + Consola parametrizable para auditorías de seguridad.
- + Regiones de Datos
- + App Sheet
- + Google Vault - Archiving correo - drive - chat

3. Elecciones Junta Directiva: El Jueves 1º de Diciembre se realizaron las elecciones de Junta Directiva y Revisor Fiscal para el período 2023-2026.

El Area TICs brindó el apoyo a este proceso electoral a través del software dispuesto para el control y verificación transparente del mismo.

En esta oportunidad se realizaron una serie de actualizaciones a los diferentes frameworks que componen este Sistema.

Dichas mejoras estuvieron enfocadas en brindar mayor seguridad y transparencia al proceso, así como también ofrecer un mejor desempeño.

4. Conexiones SD-WAN: Con el fin de brindar mayor continuidad en la conexión entre la Sede Principal y las Sedes Seccionales, en 2022 se configuraron canales con tecnología SD-WAN, los cuales permiten tener redundancia en las conexiones, monitoreo proactivo permanente, y una mayor seguridad en las mismas.

La conexión hacia nuestras Sedes Seccionales se venía ofreciendo a través de canales de Radio con el proveedor Netbeam, los cuales estaban siendo afectados por la creciente construcción de edificios en los municipios de nuestra jurisdicción, algunos de los cuales obstruían la Línea de Vista entre la Sede Principal de Itagüí y las Seccionales, impactando negativamente la calidad, seguridad y desempeño de las conexiones.

Con el nuevo esquema de conexión, y la tecnología MPLS a través de SD-WAN, la redundancia y continuidad están garantizadas, ya que de manera transparente se migra de un canal a otro en caso de fallas o inconvenientes de conexión.

Adicionalmente, y con miras a aprovechar la redundancia ofrecida por los nuevos enlaces, se configuraron e instalaron 4 Switchs en STACK, dos en la Sede Seccional de Envigado y 2 en la nueva Seccional de Sabaneta, lo cual permite de manera transparente y automática el restablecimiento ante fallas entre los mismos.

Algunas de las características de la nueva tecnología son las siguientes:

- **Múltiples Conexiones WAN:** Que permitirá una mayor disponibilidad del servicio al contar con mínimo dos (2) canales WAN.
- **Enrutamiento por Aplicaciones y QoS:** Con lo cual tendrá la posibilidad de definir cuáles son sus aplicaciones críticas de negocio y sus políticas de calidad de servicio, todo en búsqueda de una mayor productividad y experiencia de usuario final.
- **Balanceo Activo – Activo Inteligente:** Que garantiza los recursos de red necesarios para su óptima operación.

La Plataforma Tigo SD-WAN siempre estará evaluando los canales WAN disponibles y determinará cual cuenta con los mejores parámetros de red y por este enrutará el tráfico generado.

- **Visibilidad de Aplicaciones y Analítica de Red:** Para saber en tiempo real o mediante un histórico cuál es o ha sido el desempeño de la red en general o vista por aplicaciones.

Lo anterior ayudará a la toma de decisiones con datos y hechos que lo soporten, permitiendo un uso más eficiente de sus recursos permitiendo hacer las inversiones a nivel de conectividad realmente necesarias.

- **Seguridad es un atributo indispensable en las redes SD-WAN:** Estamos pasando de decirle a las empresas que dejen de invertir en los Enlaces Privados MPLS que brindan mayor seguridad al momento de transportar información sensible de la compañía, a que dentro de su topología contemplen Enlaces de Internet por donde pasaría toda esta información crítica de negocio. Eso obliga a tener un esquema de seguridad de red muy bien definido, dinámica y gestionable.

- **Administración y Gestión Centralizada desde una única interfaz:** Podrá visualizar todo lo que acontece en la red de su empresa, así como poder generar reportes de forma programada y personalizada que le permita agilizar sus labores de operación, gestión y monitoreo de su Red WAN.

- **Independencia de la Red de Transporte con el doble acceso WAN:** Cada sede cuenta con el atributo DIA (Direct Internet Access), permitiendo que ese 50% a 80% del tráfico que tiene como destino Internet no deba cursar toda la red privada para salir a través del internet centralizado, pues cada Sede cuenta con su acceso directo a internet.

Finalmente, la propuesta con el nuevo proveedor quedó estructurada y configurada de la siguiente forma:

Sede	Nueva Dirección	Ancho de banda Enlace 1 MPLS	Tecnología	Ancho de banda Enlace 2 MPLS	Tecnología	HA
Ppal	CL 48 CR 50 -16	300	Fibra Óptica	300	GPON	X
La Estrella	CR 60 CL 79 SUR - 59	30	Fibra Óptica	30	Fibra Óptica	
Caldas	CL 129 SUR CR 50 -44 (INTERIOR 9905)	30	Fibra Óptica	30	GPON	
Sabaneta	CL 69 SUR CR 45 - 51	120	Fibra Óptica	60	GPON	X
Envigado	CL 39 SUR CR 40 - 45	120	Fibra Óptica	60	GPON	X
Sabaneta	CL 69 SUR CR 45 - 51	500	Fibra Óptica	N/A		

5. Desarrollo RPA – Automatización Robótica de Proceso: De la mano del proveedor Seguriserver, se desarrolló e implementó un **Robot que indexa, almacena y archiva las Renovaciones**, tanto Virtuales como las que se realizan con Firma Manuscrita en las diferentes sedes seccionales.

Este Robot analiza todas y cada una de las renovaciones realizadas y aplica una serie de reglas de negocio sobre las mismas, con el fin de cumplir su propósito.

Entre las reglas de negocio, descarta por ejemplo las renovaciones que impliquen revisión previa de los abogados para su posterior asentamiento, como, por ejemplo, las relacionadas con la Ley 1780 o las realizadas a través del RUES, entre otras.

El Robot tiene elementos parametrizables como, por ejemplo, hora de inicio y fin de inicio de labores y el email a los cuales debe enviar el resultado de su desempeño.

Reporta, igualmente, transacciones exitosas, transacciones fallidas y transacciones descartadas en archivos independientes, entre otros.

Como resultado de esta mejora tecnológica en 2022 se habían procesado cerca de 28.000 transacciones de renovación de manera exitosa.

Esta labor que se venia haciendo de manera manual y distribuida entre los usuarios de las diferentes seccionales.

Regularmente esta tarea no se agotaba en el tiempo y empataba, en la mayoría de los casos, con la renovación del siguiente año.

6. Veeam Backup para estaciones: En el marco de las Políticas de Seguridad de la Información, determinado en nuestro Manual de Seguridad, la Cámara migró la herramienta que realizaba el backup y copias de respaldo de la información de los equipos de escritorio.

La nueva herramienta que realiza esta labor es VeeamBackup para estaciones, la cual se integra a la consola que realiza las réplicas de las máquinas virtuales.

Esta herramienta permite centralizar la administración de dichos procesos, tener una mejor gestión y mayor monitoreo de las actividades.

Algunas de las características de esta herramienta son:

+ **Backups Fiables:** Tener backups a nivel de imagen para todo su PC, backups a nivel de volumen, backup individual a nivel de archivo o backup a nivel de carpetas diseñado con las tecnologías probadas de Veeam

+ **Soporte de Inicio para Recuperación:** Crea una imagen de recuperación del equipo en diferentes soportes que incluyan dispositivos de almacenamiento extraíbles (por ejemplo, unidades flash USB, tarjetas SD, etc.), soporte CD/DVD/BD o imagen ISO.

+ **Recuperación Flexible:** Con opciones para restauraciones bare-metal (completas), Instant VM Recovery®, restauración directa a Microsoft Azure y AWS y restauraciones a nivel de archivo, los usuarios tienen muchas opciones donde elegir para recuperar sus datos.

Ofrece la tranquilidad que otorga reducir el tiempo de inactividad, rebajar el riesgo de la pérdida de datos y la confianza de cumplir o superar siempre los objetivos de tiempo de recuperación (RPO).

7. Diseño de Tablero/Dashboard para la generación de los reportes y estadísticas de Corte de año: En 2022 se agregaron nuevos tableros, nuevas funcionalidades y mayores informes estadísticos, con el fin de apoyar la toma de decisiones económicas y las proyecciones competitivas.

8. Resultados de los Trámites Virtuales: La adopción de esta herramienta por parte de nuestros comerciantes y empresarios se hace evidente en las siguientes estadísticas.

En la vigencia 2022 se pasó de un Plan de 100.000 Transacciones a uno de 130.000, dado que año a año se viene posicionando la adopción de nuestros servicios virtuales entre nuestros comerciantes y empresarios. **Algunos de los resultados obtenidos para el corte del informe se presentan en las siguientes imágenes.**



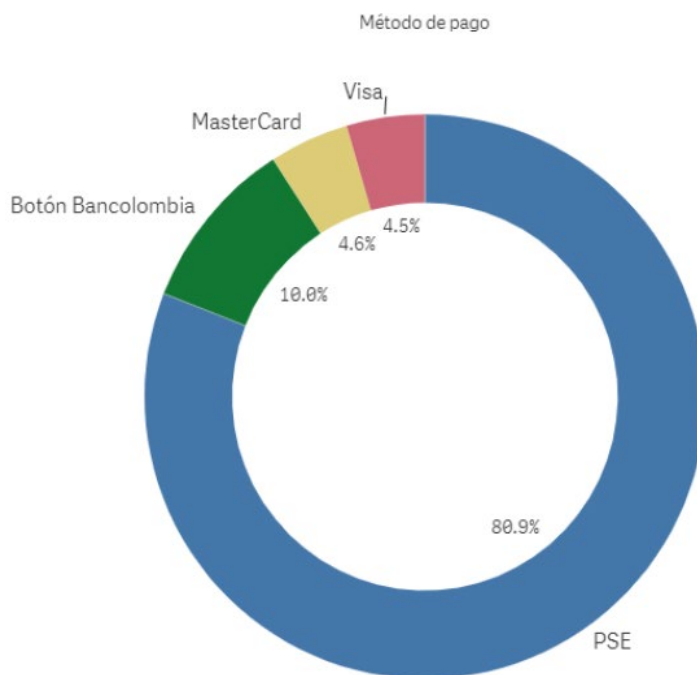
La relación del total de transacciones con corte a Noviembre de 2022 se presenta de la siguiente manera.

Mes	Tx 2021	Tx 2022	% de variación	% Part Trx2021	% Part Trx 2022	Diferencia % Part	Tasa Aprobación 2021	Tasa Aprobación 2022	Diferencia Tasa de Aprobación
Totals	106,223	112,714	6%	100.0%	100.0%	0.0%	86.5%	84.6%	-1.9%
Jan	7,581	7,993	5%	7.1%	7.1%	-0.0%	86.9%	86.0%	-0.9%
Feb	8,508	8,898	5%	8.0%	7.9%	-0.1%	87.2%	85.7%	-1.5%
Mar	20,817	22,776	9%	19.6%	20.2%	0.6%	87.7%	85.5%	-2.2%
Apr	10,392	11,011	6%	9.8%	9.8%	-0.0%	81.9%	85.0%	3.0%
May	8,392	9,156	9%	7.9%	8.1%	0.2%	88.1%	87.5%	-0.6%
Jun	8,015	9,527	19%	7.5%	8.5%	0.9%	87.1%	76.0%	-11.1%
Jul	8,537	7,984	-6%	8.0%	7.1%	-1.0%	85.5%	88.3%	2.8%
Aug	8,285	9,651	16%	7.8%	8.6%	0.8%	87.9%	81.0%	-6.9%
Sep	9,067	8,574	-5%	8.5%	7.6%	-0.9%	85.2%	86.8%	1.6%
Oct	7,827	8,604	10%	7.4%	7.6%	0.3%	87.5%	82.6%	-4.9%
Nov	8,802	8,540	-3%	8.3%	7.6%	-0.7%	85.7%	85.5%	-0.1%

La siguiente imagen relaciona las transacciones aprobadas.

Mes	Tx 2021	Tx 2022	% de variación	% Part Trx2021	% Part Trx 2022	Diferencia % Part	Tasa Aprobación 2021	Tasa Aprobación 2022	Diferencia Tasa de Aprobación
Totals	91,841	95,303	4%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%
Jan	6,591	6,877	4%	7.2%	7.2%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%
Feb	7,418	7,624	3%	8.1%	8.0%	-0.1%	100.0%	100.0%	0.0%
Mar	18,253	19,476	7%	19.9%	20.4%	0.6%	100.0%	100.0%	0.0%
Apr	8,514	9,354	10%	9.3%	9.8%	0.5%	100.0%	100.0%	0.0%
May	7,392	8,014	8%	8.0%	8.4%	0.4%	100.0%	100.0%	0.0%
Jun	6,983	7,240	4%	7.6%	7.6%	-0.0%	100.0%	100.0%	0.0%
Jul	7,302	7,052	-3%	8.0%	7.4%	-0.6%	100.0%	100.0%	0.0%
Aug	7,281	7,814	7%	7.9%	8.2%	0.3%	100.0%	100.0%	0.0%
Sep	7,722	7,441	-4%	8.4%	7.8%	-0.6%	100.0%	100.0%	0.0%
Oct	6,846	7,107	4%	7.5%	7.5%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%
Nov	7,539	7,304	-3%	8.2%	7.7%	-0.5%	100.0%	100.0%	0.0%

Finalmente, la distribución de pagos por franquicia, se presenta de la siguiente manera:



9. Estadísticas de Uso de la APP: En cuanto al uso de nuestra APP, en la vigencia del 2022 se observaron las siguientes estadísticas de uso.

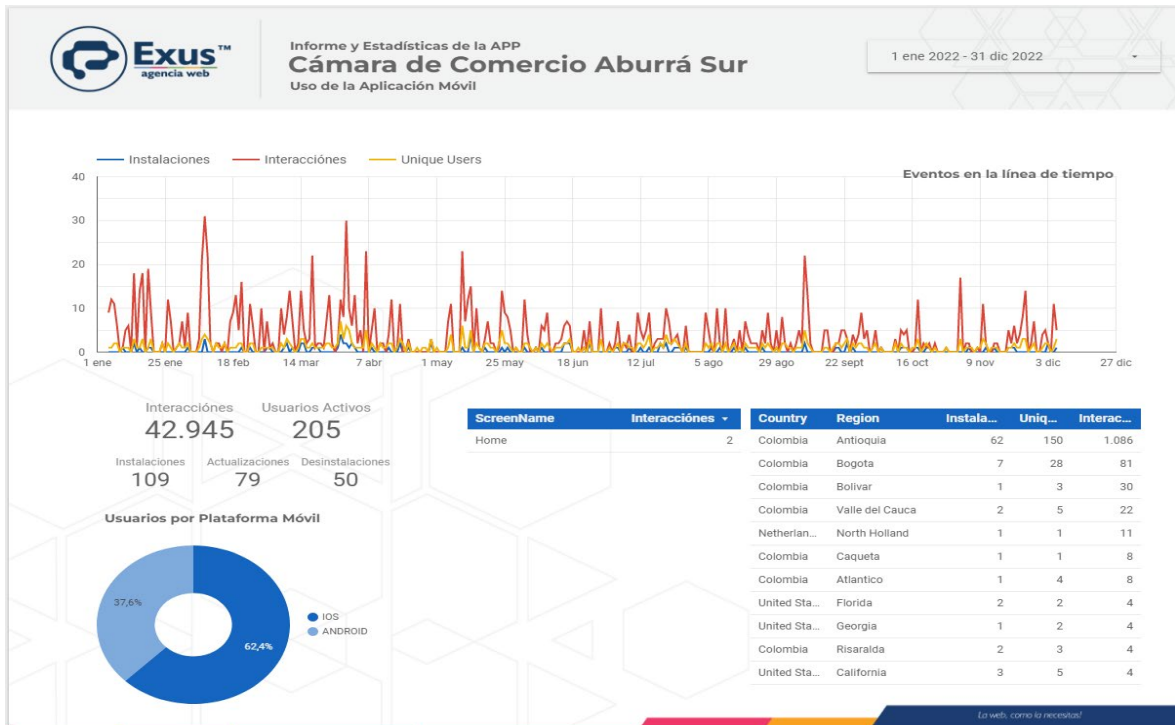
Los comerciantes y empresarios del Aburrá Sur han venido haciendo un uso incremental de esta herramienta disponible en las plataformas/tiendas de Apple y Android.

Las opciones más usadas fueron la Expedición de Certificados y la Renovación, pese a que en la APP se tienen disponible otros servicios de consulta.

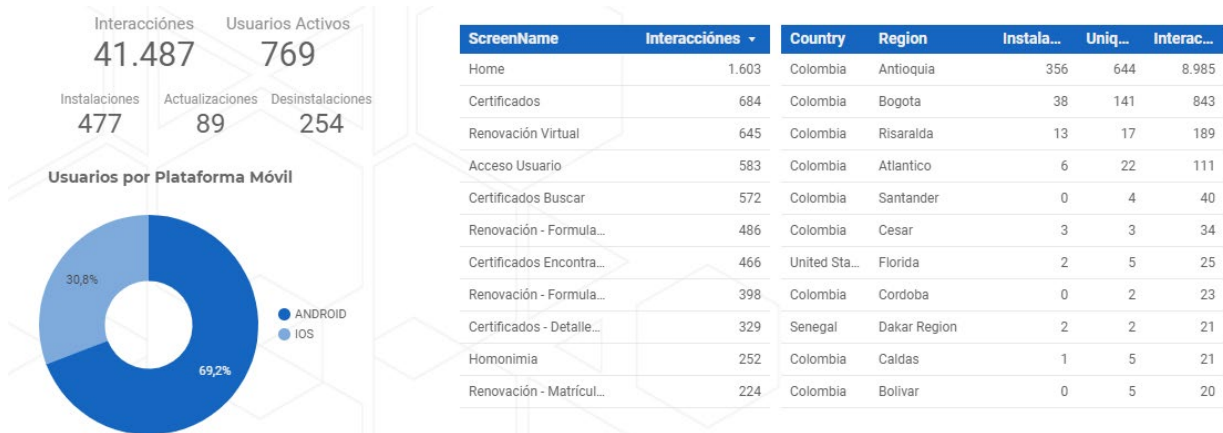
Algunas de las estadísticas para el 2022 son:



Complementariamente se presenta la siguiente información.



Así mismo, se presenta la siguiente información por tipo de transacción y por regiones:



Si bien nuestros comerciantes y empresarios han venido haciendo uso de esta herramienta, se hace necesario implementar y reforzar los mecanismos de difusión y mercadeo, con el fin de ampliar el uso de la misma.

10. Apoyo a la Implementación de la Ventanilla Unica Empresarial - VUE: A partir del 15 de Diciembre de 2020 se logró oficializar la entrada del Municipio de Envigado al Programa de la Ventanilla Unica Empresarial, VUE.

Este proyecto se logró gracias a la colaboración decidida de la administración municipal de Envigado y el acompañamiento del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Confecámaras, a través del Asesor Nicolás Valencia.

Desde el componente tecnológico esta alianza permitió en poco tiempo y con altos niveles de eficiencia sacar adelante este Proyecto. **Desde la fecha de inicio al 13 de Diciembre de la presente vigencia, las estadísticas son:**

Tipo de Trámite	Cantidad
Constitución	187
Matrícula de Establecimiento de Comercio	606
Matrícula de Persona Natural	681

La distribución por Sede desde el inicio del proyecto hasta la fecha, se presenta de la siguiente manera.

Sede	Descripción del Acto	Total
Sede Envigado	Constitución	114
Sede Envigado	Matrícula de Establecimiento de Comercio	543
Sede Envigado	Matrícula de Persona Natural	618
Bancos	Constitución	1
Bancos	Matricula de Persona Natural	1
Internet	Constitución	71
Internet	Matricula de Establecimiento de Comercio	63
Internet	Matricula de Persona Natural	62

Los datos anteriores permiten apreciar un importante crecimiento y apropiación de la herramienta, gracias al decido apoyo de todos los actores, pero muy especialmente a la asistencia personalizada que se brinda desde la Sede Seccional de Envigado, con el fin de garantizar la efectividad de la Plataforma.

11. Direccionamiento Estratégico: En el marco del desarrollo y definición del Direccionamiento Estratégico que adelantará la entidad entre el 2023 y 2026 el Area TICs se vinculará como un eje o bisagra para las diferentes áreas,

Su tarea central consistirá, igualmente, en liderar y ejecutar el proceso de Transformación Digital de la organización.

Balance Construcción Sede Institucional Sabaneta 2021

En la vigencia del 2021 la Cámara avanzó en la ejecución de las obras de construcción de su Sede Institucional en el Municipio de Sabaneta, buscando contribuir con ello al mejoramiento de la competitividad y la productividad empresarial de la región.

Uno de los objetivos propuestos en este proyecto es fortalecer sus servicios corporativos de acuerdo con las necesidades y expectativas de los empresarios.

El proyecto se caracteriza por manejar acabados de alta calidad para cada uno de sus espacios, conservando también su calidez y un ambiente ameno y visualmente atractivo a través de un diseño bioclimático.

El proyecto cuenta con 5 pisos más una Terraza de Mantenimiento y 1 Sótano de Parquaderos. Está ubicado en el perímetro del Parque Principal de Sabaneta; tendrá facilidades para el acceso peatonal y vehicular, y sus espacios han sido diseñados para brindar los servicios registrales de la Cámara, al igual que las actividades de apoyo empresarial.

La obra demandará una inversión aproximada de \$19.500 millones, de los cuales se habían invertido \$10.614 millones a finales de Enero del 2022, equivalente a un 89.3% en la ejecución del Cronograma de Obra.

Desde el punto de vista social la obra ha generado también un impacto positivo, generando alrededor de 236 empleos operativos.

Ambientalmente Sostenible

La Sede hará parte de una nueva generación de Edificios en los que se armonizan la optimización de recursos, la tecnología y la ecología, a través de una infraestructura innovadora y la Certificación Ambiental Leed.

Leed es un sistema de certificación de edificios sostenibles, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos. Fue inicialmente implantado en el año 1993, utilizándose en varios países desde entonces.

El Proyecto aprovechará las condiciones naturales proporcionadas por el medio ambiente para el beneficio del edificio, contribuyendo desde su diseño a mitigar factores del calentamiento global.

Incluye un Sistema de Refrigeración que aprovecha la ventilación natural, complementado con equipos de aire acondicionado de última generación.

El Proyecto también cuenta con Ventanería Acústica con control solar y ahorro energético; Luminarias con alto ahorro energético; un Sistema de Automatización que se enlaza con el ahorro energético; Griferías que promueven el consumo de agua, y un conjunto de materiales amigables con el medio ambiente.

Ficha Técnica

La construcción del proyecto está hoy a cargo de un selecto Equipo Técnico, integrado por las siguientes firmas:

Empresa	Rol en la Obra
Cámara de Comercio Aburrá Sur	Gerencia
Congecon S.A.S.	Interventoría
Krear Ingeniería S.A.S.	Supervisión Técnica
Gómez Piedrahita Arquitectura S.A.S.	Diseño Arquitectónico
Construgen S.A.S.	Construcción
Tecnisuelos S.A.S.	Estudio de Suelos
E + Ingeniería S.A.S.	Diseños Estructurales
Dos Gotas Ingeniería S.A.S.	Diseño Red Hidrosanitaria
Giraldo Vélez Asociados S.A.S.	Diseño Eléctrico
José Tobar Arango & Cía. Ltda.	Diseño Aire Acondicionado
DA&B Proyectos S.A.S.	Diseño Bioclimático, Acústico y Audiovisual
Estudios de Iluminación S.A.S.	Diseño Iluminación
Ascensores	Otis Elevator Company Colombia S.A.S.
Pisos	Almacenes e Industrias Roca S.A.S.
Aire Acondicionado	Aire Verde Ingeniería S.A.S.
Vidrios Lucernarios	Vitalvidrios S.A.S.
Cielos y Aislamiento Acústico	DA&B Proyectos S.A.S.
Automatización	C.A.S.A.
Green Loop Arquitectura Sostenible e Ingeniería	Certificación Ambiental Leed

EMPLEOS SEDE INSTITUCIONAL SABANETA

EMPRESA	EMPLEOS
Construgen SAS	16
Congecon	5
Krear	1
Aire Verde	10
D&d A/C SAS	4
Anclajes MV SAS	1
Aplideco	5
Aseo y Mantenimiento	11
Canoas	3
Casa	10
Centro de la Impermeabilización	4
Cerrajería Rembert	6
Cocinas David Toro	2
Control Master	2
Convidrio	5
Da&b Proyectos SAS	64
Deacon	12
Decoorhabitat	4
Dicalco	1
Distrimofles	3
EBR Construcciones SAS	14
Electromontajes SAS	37
Elementos y Complementos (tapete)	1
Emergent	8

EMPRESA	EMPLEOS
Epifitas	2
Estaco	28
Felot SAS	4
Fibras con Estilo SAS	2
G.O Proyectos	42
Giraldo Constructor	7
Grupo M Ingeniería SAS	9
Hidrosanitarias (Multiservicios SAS)	4
Ideas Civiles	4
Industrias Cruce	2
Instalaciones Eléctricas	11
J&J Gómez SAS	42
La Cantera del Mármol	2
Libardo Ramírez (Puertas Acústicas)	3
Marmoles Alicante	2
Metal Royal	1
Montajes CR SAS (Otis)	6
Mueble Ideas	28
OTC	6
Pinturas Drywall y Fachadas	11
Plomería PL y RC	7
Proalturas	5
Protelec	6
Proyectos y Montajes (Comercial y Srvicios)	2

EMPRESA	EMPLEOS
Puertas y Automatismo HG SAS	3
Revoques y Estructura SAS	26
Roca	24
Selco	11
Servicios BYR SAS	3
Servisel	9
Soluciones en Fachadas	6
Socoda	1
Seguridad Monarca	13
Vitalvidrios	10
ZM Ingenieros	2
TOTAL	573

FICHA TECNICA SEDE INSTITUCIONAL SABANETA

ACTIVIDAD	EMPRESA
Gerencia	Cámara de Comercio Aburrá Sur
Construcción	CONSTRUGEN SAS
Interventoría y Supervisión Técnica	Consultoría, Gerencia y Construcción, CONGECON SAS
Estudio de Suelos	TECNISUELOS SAS
Diseño Arquitectónico	Gómez Piedrahíta SAS
Diseño Estructural	E + Ingeniería SAS
Diseño Eléctrico	Giraldo Vélez Asociados SAS
Diseño Hidrosanitario	Dos Gotas Ingeniería SAS
Diseño Red de Aire Acondicionado	José Tobar Arango & Cía. Ltda.
Diseño de Iluminación	Estudios de Iluminación SAS
Estudio Bioclimático, Acústico, Audio y Sonido	DA&B Proyectos SAS
Mampostería	Construcciones JYJ Gómez SAS
Plomería	Plomería y Redes Contra Incendio SAS
Estructura	Go Proyectos y Estructuras SAS
Eléctrico	Electromontajes SAS
RCI Detección	Protelec SAS
RCI Extinción	Multiservicios Hidrosanitarias Jhon SAS
Revoques 1	Revoques y Estructuras SAS

ACTIVIDAD	EMPRESA
Escaleras Metálicas	Estaco SA
Estructura Lucernario	Estaco SA
Ascensor	Otis Elevator Company Colombia SAS
Aire Acondicionado	Aire Verde Ingeniería SAS
Bomba RCI	Emergent Soluciones Integrales SAS
Pisos	Almacenes e Industrias Roca SAS
Tanques Fibra de Vidrio	Fibras con Estilos SAS
Vidrios Lucernarios	Vitralvidrios SAS
Puertas Cortafuego	Comercial de Servicios (Novoferm)
Impermeabilizacion	Centro de la Impermeabilización
Ventanería	Alco SAS
Estuco y Pintura	Pinturas, Drywall y Fachada HV SAS
Enchapes y Morteros	Deacon SAS
Cielos y Aislamiento Acústico	Da&b Proyectos SAS
Puertas Acústicas	Da&b Proyectos SAS
Automatización	CASA
Automatización 2	Servisel
Pasamanos Metálicos	Cerrajería Rembert
Puerta Vehicular	Indupuertas - Felot SAS

ACTIVIDAD	EMPRESA
Carpintería de Madera	Muebleideas SAS
Enchape Inclinado	Muebleideas SAS
Alfombra	Elementos y Complementos SA
Puertas Metálicas	Metal Royal SAS
Elevador Movilidad Reducida	Puertas y Automatismo HG SAS
Stacbond Fachada	Selconsulting
Mesones de Cocina	Cocinas Integrales David Toro
Suministro e Instalación de Luminarias	Estudios de Iluminación
Divisiones en Acero Inoxidable	Socoda
Estructura PA Cielos en Madera P5	Estaco
Muros en Corev	Aplideco SAS
Cerramiento Exterior	Convidrio Ingeniería SAS
Pasamanos en Vidrio	Vitralvidrios
Mesones de Baños	Marmoles y Granitos Alicante SAS
RCI	Grupo M
Fachada Posterior	Soluciones en Fachada
Bomba Eyectora	BYR Ingeniería de Fluídos
Personal Administración	EBR Construcciones SAS
Persiana en Aluminio para Fachada	Convidrio Ingeniería SAS
Puertas Acústicas	Libardo Andrés Ramírez Grisales
Espejos	Convidrio Ingeniería SAS
Aseo	Aseo y Mantenimiento LYL
MO Urbanismo	Giraldo Constructor SAS

ACTIVIDAD	EMPRESA
Suministro Enchape de Escalas Externas	Mármoles y Servicios
Señalética	Industrias Cruce
Cristalizada de Pisos	Oscar Saldarriaga
Certificación Ambiental Leed	Green Loop Arquitectura Sostenible e Ingeniería