



*Informe de*  
**Gestión**

**2021**

**La Cámara de Comercio  
como Agencia de Desarrollo  
para la reactivación  
empresarial**



**CÁMARA  
DE COMERCIO**  
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO

*Tu mejor aliado*

## INTRODUCCIÓN

Este documento contiene el desarrollo, implementación y ejecución de los programas servicios empresariales y actividades de lo propuesto en el plan de trabajo en el año 2021 de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío mediante la articulación de los planes de trabajo de las áreas y sectores expresados en líneas estratégicas para impulsar la competitividad, el fortalecimiento empresarial y el desarrollo productivo en el departamento. La estructura del documento contiene el contexto fundamental sobre el que la Cámara de Comercio tiene incidencia como Agencia de Desarrollo Empresarial a fin de impulsar ambientes competitivos para los negocios desde la gestión gremial, las alianzas interinstitucionales, el fomento de la formalidad y el fortalecimiento de los sectores prominentes del departamento.

El propósito fue contribuir a la recuperación y reactivación luego del impacto que dejó sobre la economía y la calidad de vida en la región la pandemia de la COVID – 19. De ahí que el objetivo institucional es fue retomar la senda de la dinámica empresarial y obtener mayor crecimiento productivo, aumentar los índices de competitividad y también mejorar la calidad de vida y el entorno para los negocios de forma que se estimule la atracción de inversión, la transferencia de conocimiento, la dinamización económica y la cualificación del talento humano para hacer del Quindío un mejor territorio en lo social, económico y ambiental.

## CONTEXTO

### DEPARTAMENTAL

Los factores que determinan la competitividad en el departamento y el fortalecimiento de las cadenas de valor de nuestros clústeres y empresas se evalúan de forma periódica permitiéndonos conocer nuestro grado de progreso y desarrollo y, por ende, cómo se encuentra el Quindío frente a otros departamentos. Estas valoraciones se hacen a través de índices que sirven para estimar los resultados de la ejecución de políticas públicas, las decisiones y acciones político - administrativas, la participación de las instituciones en el desarrollo y en general la gestión que se realiza sobre el territorio.

Por lo tanto, es importante dar una mirada a la evolución de estos indicadores y precisar dónde la Cámara de Comercio puede, en el escenario de su visión y misión, aportar con programas, proyectos e iniciativas a mejorarlos.

### ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD –IDC-

Respecto al último ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD publicado en 2019 por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario, se observa que el departamento del Quindío conservó el puesto 9 mejorando su puntaje en 0,1, lo que significa que la gestión realizada por los gobiernos locales, universidades, gremios y empresarios ha tenido resultados sostenidos en su impacto sobre los factores determinantes de la competitividad, no obstante, se requiere de mayor inversión en proyectos orientados al cierre de brechas existentes.

Al comparar los dos últimos años (2018 y 2019) y tomar como referencia los pilares y los factores afines a las actividades que desarrolla la Cámara de Comercio, los cuales son tenidos en cuenta en el Plan de Trabajo 2021, se tiene lo siguiente:

Factor Condiciones Habilitantes. En el Pilar 3, Adopción TIC, se pasó del puesto 7 en 2018 al 10 en 2019 perdiendo tres puestos, mientras que en el Pilar 4, Sostenibilidad Ambiental, se mejoró ostensiblemente ascendiendo del puesto 7 al 4.

Factor Capital Humano. En el Pilar 7, Educación superior y formación para el trabajo, se conservó el puesto 7.

Factor Eficiencia de los mercados. En el Pilar 8, Entorno para los negocios, se mantuvo el puesto 11.

Factor Ecosistema innovador. En el Pilar 12, Sofisticación y diversificación, se continuó en el puesto 18 y en el Pilar 13, Innovación y dinámica empresarial, se avanzó dos posiciones al pasar del puesto 9 al 7.

#### ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE CIUDADES –ICC-

El ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE CIUDADES publicado en 2020 por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario muestra una radiografía del comportamiento de los Factores determinantes de la competitividad de las ciudades capitales. En lo relacionado con los resultados para Armenia, la ciudad conservó el puesto 10 obtenido en 2019 pero mejorando su puntaje al pasar de 5,71 a 5,75 sobre diez. Al examinar el comportamiento de los Factores y Pilares tenidos en cuenta para el departamento, pero tomando referencia los años 2019 y 2020 se observa:

Factor Condiciones Habilitantes. El Pilar 3, Adopción TIC, pasó del puesto 10 al 9 mejorando su posición; igual sucedió con el Pilar 4, Sostenibilidad Ambiental, donde se mejoró un punto al ascender al puesto 5.

Factor Capital Humano. En el Pilar 7, Educación superior y formación para el trabajo, se conservó el puesto 6.

Factor Eficiencia de los mercados. En Pilar 8, Entorno para los negocios, se conservó el puesto 10.

- Factor Ecosistema innovador. En el Pilar 12, Sofisticación y diversificación, se continuó en el puesto 18 y en el Pilar 13, Innovación y dinámica empresarial, se avanzó dos posiciones al pasar del puesto 9 al 7.

#### ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE CIUDADES –ICC-

El ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE CIUDADES publicado en 2020 por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario muestra una radiografía del comportamiento de los Factores determinantes de la competitividad de las ciudades capitales. En lo relacionado con los resultados para Armenia, la ciudad conservó el puesto 10 obtenido en 2019 pero mejorando su puntaje al pasar de 5,71 a 5,75 sobre diez. Al examinar el comportamiento de los Factores y Pilares tenidos en cuenta para el departamento, pero tomando referencia los años 2019 y 2020 se observa:

Factor Condiciones Habilitantes. El Pilar 3, Adopción TIC, pasó del puesto 10 al 9 mejorando su posición; igual sucedió con el Pilar 4, Sostenibilidad Ambiental, donde se mejoró un punto al ascender al puesto 5.

Factor Capital Humano. En el Pilar 7, Educación superior y formación para el trabajo, se conservó el puesto 6.

Factor Eficiencia de los mercados. En Pilar 8, Entorno para los negocios, se conservó el puesto 10.

Factor Ecosistema innovador. En el Pilar 12, Sofisticación y diversificación, se continuó en el puesto 16 y en el Pilar 13, Innovación y dinámica empresarial, se disminuyó tres puntos pasando al puesto 6.

#### ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE INNOVACIÓN PARA COLOMBIA –IDIC-

Este Índice lo calcula el Departamento Nacional de Planeación para medir los niveles de Innovación expresados en conocimiento, ingenio y creatividad, de los departamentos del país. Quindío ha mejorado en este Índice como se evidencia los resultados de 2019 con respecto a 2018 que, si bien conservó el puesto 8, mejoró en el puntaje al pasar de 36,25 a 37,55 lo cual le permitió pasar del Grupo de Desempeño Medio al Grupo de Desempeño Medio-Alto.

Así como en los indicadores anteriores, la Cámara de Comercio proyecta trabajar para contribuir a mejorar en este Índice apuntando a factores como el Ambiente para los Negocios, Capital Humano, TIC, Comercio y Competencia y Sofisticación de Negocios.

## REGISTROS PÚBLICOS

En el año 2021 el área de Registros Públicos de la Entidad, fundamento su ejecución en el entendimiento de que el crecimiento institucional se apalanca en un excelente servicio al empresario, y en una optimización de trámites y tiempos para nuestro usuario final: EL COMERCIANTE.

El área de Registros Públicos de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío es la encargada de administrar los registros que si bien están originariamente a cargo del Estado, este a su vez ha delegado en las Cámaras de Comercio del país para su administración y publicidad. A la fecha, son 9 los registros públicos que tenemos a cargo y que se recaudan y administran en nuestra área:

Registro Mercantil.

Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro.

Registro Único de Proponentes.

Registro Nacional de Turismo.

Registro de Veedurías ciudadanas.

Registro de Entidades del Sector Solidario.

Registro Único de Operadores de Libranza.

Registro de vendedores de juegos de suerte y azar.

Registro de apoderados de entidades extranjeras sin ánimo de lucro.

De acuerdo con lo anterior y cómo podemos evidenciar, el campo de acción del área de registros públicos es AMPLIO, pero también es reglado y legal, lo que implica que la totalidad del área está supeditada a la normatividad vigente que para cada registro público se expida.

Lo anterior no significa que no haya oportunidades de innovación, sino al contrario, vuelve retadora la tarea de emprender nuevas actividades dentro de campos tan reglados, pero siempre perfectibles.

### PROPÓSITOS GENERALES DEL ÁREA

El área de registros público, en el 2021 trabajo sobre 4 premisas principales, que tienen entre sí, transversalidad en LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO. Las premisas planteadas y ejecutadas fueron:

Todo proceso del área debe surtir las siguientes etapas: 1) radicación de la solicitud, 2) estudio de solicitud, 3) devolución o inscripción del trámite, 4) certificación del trámite, 5) control de calidad del trámite y 6) digitalización del expediente.

La ley establece, que para llevar a cabo las 6 etapas antes descritas, las Entidades cuentan con un plazo de 15 días hábiles, sin embargo, por servicio y competitividad, el 85 % de los trámites del área de registros públicos de la CCAQ son en la actualidad (y desde hace varios años) inmediatos, lo cual quiere decir que aunque se surten las 6 etapas del proceso, para el usuario son imperceptibles, pues el proceso es tan rápido y eficiente, que en el mismo momento pueden ser evacuados.

No obstante esto, el 15% restante, corresponde a los trámites del área jurídica de la entidad, que por su complejidad en ESTUDIO y CERTIFICACION, tienen un término de respuesta de 24 horas. Sobre estos términos de respuesta es que se trabajó en el 2021 para ser más competitivos, y lograr que el 95% de los trámites de registros públicos (incluyendo los jurídicos) tenga un término de respuesta inmediato, y el 5% restante (que corresponde a constituciones de personas jurídicas) tenga un término de respuesta de máximo 3 horas.

El propósito y las acciones desarrolladas en el 2021 fue apostarle a una virtualidad completamente independiente, o una virtualidad en la que realmente solo asistamos las dificultades técnicas, que contemos con una plataforma TAN clara y amigable, que cualquier persona pudiera renovar sin dificultad su registro de manera virtual. Lo cual se alcanzo

## ESTRATEGIAS PARA LA JORNADA DE RENOVACIÓN 2021

Para la jornada de renovación de los registros públicos que enfrentaremos, se desarrollaron 11 estrategias para poner en marcha toda nuestra presencia institucional y lograr el mayor recaudo posible, las mismas se enuncian a continuación:

### IMPLEMENTACIÓN PARA RENOVACIÓN VIRTUAL

A través del aplicativo se desarrollan todas las funcionalidades corrientes del SII pero se innova en la prestación del servicio en términos prácticos y visuales. Nuestra intención es adquirir el mencionado aplicativo e integrarlo para los trámites de: renovación, expedición de certificados, consulta de homonimia, y verificación de estado de los trámites.

### ESTRATEGIA CON EL ÁREA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA RENOVACIÓN VIR-TUAL

A través de esta estrategia, se logró que en el proceso de diagnóstico y formación del Centro de Transformación Digital de la Cámara, se tenga como primer “módulo” de capacitación a los empresarios el trámite de renovación virtual.

Con la misma, se logró impactar a una gran cantidad de empresarios que con el tiempo pueden migrar a la independencia en los trámites de registros públicos virtuales.

### IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES RENOVADOS VIRTUALES 2021

A través de esta estrategia, se logró brindar una atención oportuna a quienes ya han ejecutado el trámite virtual, y garantizar que aún por fuera del aislamiento obligatorio, puedan volverlo a hacer.

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

Como es habitual, el área de comunicaciones estructuro y ejecuto una estrategia de redes y medios que nos permitieron publicitar los servicios virtuales, los corresponsales CERCANO y las fechas de renovación.

A través del área de comunicaciones se brindó acompañamiento a la estrategia con: redes sociales, mensajes de autocuidado para promover la virtualidad, promoción de CERCANO, recordatorio de fechas en medios de comunicación, promoción de beneficios de la formalidad empresarial, envío masivo de e-mail y mensajes de texto.

### CERCANO

Los corresponsales CERCANO de la Cámara han tenido un gran impacto de presencia institucional para con nuestros empresarios, y es por esto que continúan incluidos dentro de nuestras estrategias de renovación año a año.

El objetivo fue brindar promoción mediática a la UBICACIÓN de los puntos CERCANO en cada municipio, promocionamos los trámites son un poco más económicos que en las sedes de la Cámara (ya que el trámite es virtual y no devenga cobro de formularios) y por último como estrategia brindamos orientación en servicio al cliente tanto a corresponsales como a sus colaboradores para fidelizar el servicio que prestan. Igualmente se logró que en los corresponsales es la de la implementación de un nuevo servicio en los mismos: el trámite de cancelación.



## CAPACITACIONES DE RENOVACIÓN VIRTUAL

Con la estrategia se realizaron 6 capacitaciones en línea (2 durante el mes de enero, 2 durante febrero y 2 en marzo) acerca de cómo se hace el proceso de renovación virtual. Las capacitaciones se brindaron a través de ZOOM y FACEBOOK LIVE.

## TELE MERCADEO PARA LA RENOVACIÓN

La estrategia consistió en contratar los servicios de cobranza de una empresa con la que ya hemos trabajado anteriormente y que en términos económicos, nos han hecho una gran recuperación de cartera en los registros públicos a cargo. La empresa se denomina LANFENIX; han trabajado con varias Cámaras de Comercio del país, y se especializan en recordar las fechas de renovación y llevar al cliente al convencimiento para el pago de las anualidades adeudadas.

## CÁMARA MÓVIL EN ARMENIA QUINDÍO

Las jornadas de Cámara Móvil se llevaron a cabo en los Municipios del Departamento durante muchos años como una estrategia de renovación, ya que funcionarios de la Entidad hacían jornadas presenciales y temporales durante los meses de enero a marzo en los municipios más alejados de nuestras sedes.

Se realizaron 4 jornadas de Cámara móvil en barrios muy comerciales de la ciudad que se puedan ver beneficiados con las medidas durante los meses de enero a marzo de 2021: ACA- CIAS, GRANADA, SAN JOSÉ y Centro Comercial UNICENTRO. (La medida no se encuentra necesario sea replicada en Municipios distintos a Armenia, debido al éxito de la estrategia de CERCA-NO)

## ESTRATEGIA RENOVACIÓN RNT

Para el caso de la renovación del Registro Nacional de Turismo, se articularon diversas actividades a emprender para garantizar la renovación de la mayor cantidad posible de prestadores de servicios turísticos del Departamento y evitarles sanciones.

Las actividades consistieron en la recordación de las fechas de renovación del RNT a través de diferentes mecanismos, la facilitación de herramientas didácticas que buscaron el uso adecuado de las plataformas de renovación y pago de parafiscales, la capacitación a prestadores, y ayudas con la implementación de las NTS que para todos los efectos resulten indispensables en el proceso de actualización.

## ESTRATEGIA RENOVACIÓN RUP

Para el caso de la renovación del Registro Único de Proponentes, se implementaron dos acciones conjuntas que permitieron principalmente dos resultados: 1) Generar recordación a los usuarios respecto de sus plazos máximos para el trámite acaecido, y 2) Garantizar un excelente término de respuesta para los mismos, aún ante la alta demanda de solicitudes simultáneas.

## ESTRATEGIAS PARA INNOVAR EL ÁREA DE REGISTROS PÚBLICOS

Además de las conocidas estrategias para promover la renovación de los registros públicos a cargo durante el primer trimestre del año 2021, otro de los objetivos fue el de mantener actividades que promuevan la formalidad a lo largo de todo el año.

## DISMINUCIÓN DE TÉRMINOS DE RESPUESTA

Como mencionamos anteriormente, casi todos los procesos del área de registros públicos tienen un término de respuesta inmediato, y solo los trámites de índole jurídico tienen un término de respuesta de máximo 24 horas.

Si bien los términos son eficientes y se destacan a nivel nacional (Ya que el término legal es de 15 días hábiles y nos encontramos como segunda Cámara de Comercio del país con mejores tiempos de respuesta) nuestra intención es que el término de respuesta de las constituciones de personas jurídicas se

reduzca de 24 a 3 horas hábiles; y el término de respuesta de los nombramientos y reformas de estatutos: de 24 horas a ser trámites inmediatos.

La anterior estrategia no sólo impactó positivamente en la percepción del usuario final, sino que además nos ayudó a posicionar nuevamente a nivel Nacional como la Cámara de Comercio con mejores términos de respuesta (Indicador de competitividad regional del Doing Business).

### CAMPAÑA CON EMPRESAS QUE EXPIDEN MUCHOS CERTIFICADOS FÍSICOS

Nuestra intención a través de esta estrategia fue la de promover la virtualidad en la expedición de certificados en las empresas en las que es bastante común la expedición física de los mismos por un tema medio ambiental (priorización de uso de papel) y para descongestionar las oficinas de un trámite que bien puede ser ejecutado solo por los empresarios que masivamente lo requieran.

### ASESOR EN SALA

Se implementaron los servicios de asesoría en sala con un asesor que no se encuentre en un puesto inmóvil de trabajo, sino al contrario que tuviera rotación en las salas de espera para que priorizar asesorías y lograra redirigir a los usuarios.

### CAMPAÑAS DE FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS CON ALCALDÍAS MUNICIPALES

Desde la Cámara de Comercio contamos con la base de datos de los empresarios informales de todo nuestro Departamento, pero carecemos de fuerza coercitiva o legal para obligar al registro de los mismos en el registro mercantil.

Son las Alcaldías Municipales y la Superintendencia de Industria y Comercio quienes ostentan la competencia y es por esto que realizamos campañas de formalización de empresas en compañía de personal de los Municipios que permitiera que las visitas de formalización fueran efectivas en la recuperación de matrículas informales, lo cual se logró.

### ESTRATEGIAS DE VIRTUALIDAD 2021

En el año 2021 implementamos 4 estrategias (además de las anteriormente planteadas) para promover la virtualidad efectiva, aún fuera de PANDEMIA. Las estrategias fueron:

Priorización de servicios virtuales en el esquema visual de la página web institucional.

### NUEVO ESQUEMA GRÁFICO DE CERTIFICACIÓN

Desde hace varios años, la Superintendencia de Industria y Comercio ha anunciado su intención de unificar los esquemas de certificación de las 57 Cámaras de Comercio del país, es decir, garantizar que la información que reposa en todos los certificados (de acuerdo a su categoría) sea la misma independientemente del sitio que inscriba o donde se expida el certificado.

De acuerdo con ello, el 15 de Septiembre de 2020, la SIC expidió la Circular Externa Número 009 de 2020, a través de la cual se unificaron los 104 criterios de certificación que debemos adaptar las Cámaras de Comercio del país a partir de la fecha en TODOS nuestros certificados.

La adopción del nuevo esquema es obligatoria, y se otorgan unos plazos para el inicio de implementación del mismo. Básicamente, hay que hacer el cambio de esquema gráfico de certificación a 9.643 certificados de existencia y representación legal (Es decir, los certificados de las personas jurídicas) y a 44.523 certificados de matrícula mercantil (Es decir, los certificados de las personas naturales y los establecimientos de comercio).

## **CENTRO DE CONCILIACIÓN, ARBITRAJE Y AMIGABLE COMPOSICIÓN**

El Centro de Conciliación tuvo como eje central en el año 2021 el fortalecimiento de los servicios, con el propósito de consolidar los mecanismos alternativos de solución de conflictos como una salida a las problemáticas sociales y jurídicas de la ciudadanía. Adicionalmente, se pretende la creación de un círculo académico que permita establecer al Centro como un referente en formación jurídica dentro del departamento y la región.

### **FORTALECIENDO PROGRAMAS**

Se logró fortalecer los programas establecidos en el Centro de Conciliación logrando demostrar resultados positivos para la generación de ingresos y fidelización de usuarios, a partir de las siguientes actividades:

#### **PROFESIONAL AMIGO**

Fidelizar a los abogados que hacen parte del Centro, puesto que son los clientes más potenciales, se fortalecerá la estrategia del Profesional Amigo, para que estos aliados logran ver el Centro como su aliado para solucionar sus negocios.

La estrategia se desarrolló de la siguiente manera: La tercera solicitud de conciliación radicada durante el año, se realizó con descuento del 60 %, en los programas de formación tanto del Centro como de Formación Empresarial, tuvieron un descuento del 10 %, podrán hacer parte de manera gratuita en los seminarios organizados por el Centro y acceder a los servicios de la Clínica Empresarial.

#### **CALIDAD DE LOS OPERADORES:**

Teniendo en cuenta que las calidades de los operadores (Conciliadores y Árbitros) que hacen parte de las listas, son de vital importancia para los resultados de los procedimientos y la calidad de los servicios, se fortalecerán de manera permanente sus conocimientos de la siguiente manera: Se realizó evaluación mensual de los operadores por parte de los usuarios, con un examen diagnóstico semestral y una evaluación anual presencial a una audiencia de manera aleatoria. Los resultados fueron acompañados de respectivas capacitaciones y retroalimentaciones.

#### **CONVENIO MODELO**

Consistió en la implementación un convenio modelo con las aseguradoras o las empresas que tienen volumen de conciliaciones alto, el cual se desarrolló de la siguiente manera: mínimo 10 conciliaciones en el año, tarifa independiente de la cuantía: 300.000 más IVA y 10 % de descuento en tribunales de arbitramento.

#### **REFERENTE ACADÉMICO**

Se logró convertir el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío en un referente en el departamento para formarse en temas jurídicos a través de las siguientes actividades:



## CONVERSATORIOS ACADÉMICOS

Se realizaron conversatorios cada dos meses en el cual se preparó un tema jurídico de relevancia y que guardara relación con los MASC, en el cual se invite a los operadores y a los abogados del profesional amigo, y en donde se logró crear un ambiente de academia en torno a estos temas. Adicionalmente, el espacio sirvió de exposición para los profesionales que quieran dar a conocer sus servicios jurídicos en un tema en específico.

## TARIFA ESPECIAL PARA COMERCIANTES RENOVADOS de la CCAQ

En aras de incentivar la renovación oportuna, los comerciantes que cuenten con su matrícula al día, tuvieron un 10 % de descuento en los trámites del Centro de Conciliación.

## ESTRATEGIAS SOCIALES

Se desarrolló una estrategia social, donde a través de los MASC se pueda ayudar a solucionar los conflictos de las personas más vulnerables.

## JORNADAS MÓVILES DE CONCILIACIÓN

Se llevaron a cabo dos jornada de conciliaciones móviles, las cuales consistirán en desplazar los servicios de conciliación y asesoría jurídica en los municipios que no cuentan con acceso a MASC de manera efectiva. Estas jornadas se hicieron en compañía de la administración municipal, de la personería y las inspecciones y los medios de comunicación

## FORTALECIENDO LA VIRTUALIDAD

Se fortalecieron los canales virtuales implementados por el Centro y la CCAQ

## JORNADA VIRTUAL CONCILIACIÓN EMPRESARIAL

Se incentivaron las conciliaciones por medio de mecanismos virtuales, y con este propósito se realizó una jornada virtual para empresarios, donde se establecerá una tarifa única de conciliación independiente de la cuantía de la misma.

## APP

Con el propósito de aprovechar la herramienta de la APP ya establecida por la CCAQ, se creó un espacio para el Centro de Conciliación, donde los usuarios lograron acceder y encontrar los diferentes servicios, perfiles de los operadores.

## **DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL**

El Desarrollo y Fortalecimiento Empresarial es uno de los focos estratégicos de la Cámara de Comercio y en buena parte su razón de ser. Esta línea estratégica incluye a los afiliados con una valiosa oferta de servicios que los convierte en un grupo de especial atención para la entidad.

Los estudios e investigaciones que nos permiten observar, monitorear y analizar el entorno productivo del departamento para conocer su evolución y de paso contar con una valiosa información útil para la toma de decisiones y la orientación de la gestión que se realiza.

La articulación con los municipios que nos permite tener cobertura y contacto con los comerciantes y empresarios en todo el departamento; la labor que se realiza en el centro de Armenia de forma conjunta con las autoridades y empresarios que revalida el compromiso de la Cámara de Comercio con la zona más importante desde el punto de vista comercial, institucional y de servicios de la capital departamental. Estas labores se complementan con la estrategia de seguridad para que las actividades empresariales se realicen con normalidad y confianza.

Especial énfasis se hace en el acompañamiento y apoyo a los empresarios de sectores económicos como el de belleza, cafés especiales, farmacias, inmobiliario, muebles, naturismo y transporte, sectores que tienen en su conjunto gran dinamismo como generadores de empleo, bienes y servicios.

Esta línea estratégica se complementa con la Red de Mentores y Consultoría Empresarial que permiten llegar con servicios especializados a los empresarios que lo necesitan y a las organizaciones que lo requieran.

## FORMACIÓN EMPRESARIAL

Los trabajadores son el capital más importante de una empresa: sin ellos, el trabajo no podría salir adelante. Invertir en la formación del personal es una de las estrategias de desarrollo de recursos humanos más efectivas, y resulta fundamental para ahorrar tiempo y dinero, para mejorar la productividad y aumentar la competitividad.

La Formación Empresarial permite mejorar la preparación y las competencias de los trabajadores en las empresas, tratando de establecer un equilibrio entre las aptitudes del empleado y las exigencias de su ocupación laboral.

Una persona será competente una vez haya adquirido la formación suficiente acorde a las necesidades de su trabajo. Pero sobretodo, una vez haya conseguido compatibilizar conocimiento, habilidad y actitud.

La sociedad en la que vivimos está en constante cambio, algo que se aprecia fundamentalmente en la tecnología. Es por ello que el trabajador debe reciclarse asiduamente complementando sus conocimientos con nuevas habilidades (y viceversa) que puedan aportar a su negocio eficacia, eficiencia, rentabilidad, productividad y competitividad.

Aquellas empresas que apuestan por la Formación Empresarial están garantizando en gran medida el éxito a largo plazo de sus negocios.

El mundo en el que vivimos, y sobre todo en el ámbito empresarial, está en constante evolución. Por ello, debemos adaptarnos a los diferentes cambios que se producen para seguir siendo competentes en nuestra materia. Es por ello que las empresas no pueden descuidar la formación de sus empleados para mantener la productividad de los mismos y la Competitividad Empresarial para su sostenibilidad en el tiempo.

De esta forma, la empresa se asegura de que las competencias de sus trabajadores no se quedan obsoletas y pueden seguir manteniendo la productividad empresarial en sus puestos de trabajo. Debemos recordar, que los avances tecnológicos y las nuevas técnicas que surgen en los diferentes ámbitos de cada organización, obliga a los empleados y empresas a desarrollar nuevas habilidades que les permitan seguir realizando su trabajo.

Cabe destacar que la Formación Empresarial es imprescindible para asegurar la supervivencia de una empresa, ya que si sus trabajadores no son capaces de realizar las funciones que conlleva sus puestos de trabajo, la empresa no podrá continuar su actividad con normalidad. Por ello, las organizaciones deben ofrecer diferentes acciones de formación a sus trabajadores con el objetivo que adquieran nuevas habilidades.

El aprendizaje fomenta el crecimiento personal y permite un mayor reciclaje y flexibilidad dentro de la empresa. Esto disminuye la sensación de estancamiento, ya que el empleado puede descubrir nuevas áreas de trabajo o incorporar sus nuevas competencias para mejorar su trabajo habitual.

En definitiva, la Formación Empresarial es positiva tanto para la empresa, que verá aumentada su productividad y beneficios, como para los empleados, que se sentirán valorados por unos empleadores dispuestos a invertir en ellos.

La Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío le Apuesta a la Formación Empresarial para fortalecer los empleados de las diferentes empresas quindianas, volviéndolos más productivos y a su vez las empresas más Competitivas.

En el año 2021 se trabajó para la profesionalización de procesos técnicos a través de los diplomados, a fortalecer las competencias por medio de cursos, seminarios y talleres así como la especialización de los diferentes profesionales que laboran en las empresas a través de postgrados, permitiendo que por medio de la investigación a este nivel se mejore la creatividad y se aumente la cultura Innovadora dentro de las organizaciones.

En el portafolio de Formación Empresarial, las empresas quindianas lograron acceder a una amplia oferta académica en el 2021, desde seminarios, conferencias, talleres, foros, diplomados, especializaciones y maestrías; todos estos programas enfocados a impactar todas y cada una de los sectores y empresas del departamento y aportar a nuestro desarrollo económico y empresarial. Entre las acciones de formación, que se ofrecieron en este año fueron:

## ESPECIALIZACIONES Y MAESTRÍAS

La oferta académica de posgrados de la Cámara de Comercio en Especializaciones y Maestrías, potencializa la generación del conocimiento de alto nivel académico para la contribución y formación del recurso humano de nuestro departamento, de manera que pueda competir en una economía globalizada, agregando valor a sus productos y servicios mediante la capacidad constante de innovar. Por ello, nos aliamos con universidades reconocidas tanto a nivel nacional como internacional.

Así las cosas, la Cámara de Comercio oferto Seis (6) Especializaciones y tres (3) Maestrías: enfocadas a impactar el mercadeo, el talento humano, la alta gerencia y dirección empresarial de la región, así como la gerencia y calidad del sector salud y la gerencia del sector público tiene como propósito, coadyuvar en el proceso de competitividad de los profesionales que desean adquirir competencias de alto nivel profesional, las cuales se evidencian en la transmisión del conocimiento desde lo académico y los diferentes programas, con especial relevancia en el impacto organizacional que se genera al culminar la Especialización.

A continuación, se relacionan las Acciones de Formación a nivel de posgrado ejecutadas en el 2021:

La Especialización en Gerencia

La Especialización en Gerencia de Talento Humano

La Especialización en Gerencia de Proyectos

La Especialización en Gerencia de Marketing

La Especialización en Gerencia Pública

La Especialización en Gerencia y Auditoría en la Salud

La Maestría en Administración

La Maestría en Psicopedagogía

La Maestría en Proyectos

## DIPLOMADOS Y FOROS

Esta categoría se denomina Formación Continua, la cual actualiza y profundiza conocimientos específicos que permitan el perfeccionamiento y desarrollo de las competencias laborales, llevando al empleado a su máxima capacidad productiva.

A continuación, se relacionan los Diplomados y Foros ofertados:

El Diplomado de Propiedad Horizontal

El Diplomado en Insolvencia

El Diplomado en Conciliación

El Diplomado de Seguridad y Salud en el Trabajo

El Diplomado en Enfermería Oncológica

El Diplomado en Finanzas Corporativas

El Foro de Contadores

El Foro Comercial

#### OTRAS ACCIONES DE FORMACIÓN

En este punto se desarrolló aquella formación denominada especializada donde se le da relevancia a profesionalizar las diferentes ocupaciones dentro de la organización, que exige programas que se encuentren a la vanguardia de las necesidades de las mismas, generando herramientas que permitan la actualización y el aprendizaje en procura del aumento de la competitividad en las empresas de acuerdo a las necesidades del mercado. se ofertaron las siguientes acciones

El Seminario de Contratación Estatal Secop I, Secop II brinda nuevas oportunidades de negocio para activar el mercado empresarial en lo público y así lograr el incremento de ingresos operacionales y mejorar la productividad empresarial utilizando las plataformas de contratación estatal.

El Seminario de Legislación Laboral Es indispensable estar actualizado en estos temas. El seminario articula el código sustantivo del trabajo con la jurisprudencia laboral reciente. Forma gerentes, directores y jefes de gestión humana, en procesos de administración, el área jurídica, Nómina, contraloría, auditoría, planeación y contabilidad de las empresas con trabajadores independientes (contratistas), empleados de sectores públicos y privado, en procesos de contratación y vinculación laboral.

## **AFILIADOS**

### **PROGRAMAS DE ACOMPAÑAMIENTO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL**

En el año 2021 se desarrollaron las siguientes acciones que buscaron que los afiliados obtuvieran herramientas para el fortalecimiento de sus empresas y encaminarlas hacia una mejora progresiva de la competitividad.

#### **CICLO DE FORMACIÓN “ACELERANDO LA REACTIVACIÓN COMERCIAL”.**

Conto con cuatro módulos que fueron desarrollados en cuatro semanas con una intensidad de cinco horas, al finalizar se sortearon 30 libros “Levanta tus ventas en grande” entre los asistentes.

#### **CICLO DE CONFERENCIAS MENSUALES**

El último jueves de cada mes, desde febrero hasta noviembre se efectuó un ciclo de conferencias con los siguientes temas; Como salir de la crisis comercial, clínica de ventas, negocios en internet, niveles de endeudamiento empresarial, construyendo equipos felices, ABC de la contratación laboral, sostenibilidad empresarial, protocolo y etiqueta empresarial, innovación y creatividad y liderazgo empresarial.

#### **PROGRAMA CONVERSA CON TU PROMOTOR**

El objetivo fue fortalecer la relación y el acercamiento con los Afiliados, socializar las acciones y la gestión de la Cámara de Comercio y generar contenido de valor mediante la invitación de un conferencista que trate temas de interés y necesidad empresarial, permita responder inquietudes a los empresarios, temas como; facturación electrónica, economía circular, actualización tributaria y normativa, entre otros.

#### **SEMANA DEL AFILIADO**

Agenda de formación académica para toda la semana, integrando temas de actualidad empresarial de forma virtual mediante plataformas digitales.

Los Temas tratados fueron: Revolución 4.0, revolución 5.0, marketing digital y su importancia en los negocios, aspectos legales del comercio electrónico y ciberseguridad y coach.

#### **PROGRAMA AFILIADOS SIN FRONTERAS**

Este programa tenía como objetivo sumar sinergias y acciones desde las Cámaras de Comercio con el fin de dar mayores beneficios y cobertura en servicios a los empresarios afiliados, permitiendo acceder a herramientas para el fortalecimiento empresarial. Las líneas que se trabajaron en el programa fueron las siguientes:

Espacios de relacionamiento empresarial: desarrollo de conversatorios sectoriales, redes empresariales, ruedas de negocio virtuales, relacionamiento empresarial regional, conexión con compradores locales y nacionales para los afiliados, donde las Cámaras de Comercio organizarán citas con empresarios especializados y con capacidad de producción en diferentes ciudades.

Acceso a servicios: espacios físicos para negocios, convenios empresariales, participación en foros y programas especiales y exclusivos.

Transferencia de buenas prácticas: Procesos, procedimientos, trazabilidad y programas para afiliados.



## SERVICIOS EXCLUSIVOS PARA LOS AFILIADOS

Los Afiliados contaron con un portafolio de servicios integral a su disposición, el cual podían utilizar en cualquier momento efectuando las solicitudes con el promotor empresarial asignado el cual está en función de mantenerlos informados y atender los requerimientos de manera oportuna con el fin de establecer una mejora continua en sus procesos. Los beneficios del portafolio fueron:

### BENEFICIOS PREFERENCIALES

Los empresarios afiliados en el 2021 contaron también con los siguientes beneficios

Promotor empresarial asignado

Certificados del registro mercantil gratuitos, de acuerdo con la cuota de afiliación (no acumulable).

Renovación a domicilio con acompañamiento virtual.

Atención preferencial en la SALA V.I.P (ubicada en la sede principal)

Credencial que lo acredita como miembro V.I.P (Desde APP) "Mi Credencial Afiliado"

Préstamos de Salones ubicados en el Tercer Piso (1 vez por mes no acumulable)

Referencias especiales y Cartas de presentación.

Participación en los procesos de compra de la entidad.

Descuento especiales

Descuento del 30 %: Auditorio 5to piso

Descuento del 29 %: En la matricula del curso de inglés con American School Way (Aplica para cualquier colaborador, familiar del afiliado)

Descuento del 20 %: En el centro de conciliación y arbitraje - Afiliación a Contacto Medico por grupo familiar.

Descuento del 15 %: En seminarios y diplomados ofrecidos por la Cámara de Comercio.

En programas de Pregrado de la Universidad Alexander Von Humboldt (aplica para cónyuges, hijos y nietos del Afiliado).

Beneficios de formación empresarial

Conferencias, Seminarios y eventos de actualización empresarial.

Trato preferencial en la Clínica Empresarial.

Foros empresariales.

Beneficios de promoción comercial

Cuñas promocionales en las principales emisoras.

Cumpleaños de la Empresa – pieza digital (Redes Sociales)

Stand promocional en el Área de Registros Públicos.

Publicación en las historias de las redes sociales de la entidad.

Participación de las campañas de la entidad.

Beneficios de bienestar

Cumpleaños del Afiliado: El Afiliado recibirá una cuponera con convenios de diferentes planes: fiesta, aventura, fashion, romántico, familiar, amigos.

Convenios en salud, turismo, hogar, automotriz, deportes.

## OTRAS ACTIVIDADES

Para dar cumplimiento a uno de los propósitos del plan de trabajo, ejecutado en el 2021 que fue el de incrementar el relacionamiento con los Afiliados, se estableció un esquema de visitas persona a persona donde de manera organizada con el cual se logró una cobertura total por parte del equipo de promotores, para atender sus necesidades, brindar acompañamiento en sus requerimientos, motivar el uso de los servicios y mantener al tanto de la gestión de la entidad.

Además se les acompañó en el proceso de renovación del registro mercantil y para lo cual se tuvo dispuesto una serie de acciones en temas de visitas, estrategias de comunicación de la información, atención en oficinas, corresponsales CERCANO, entre otras.

Se siguió dando cobertura a los empresarios con los SERVICIOS DEL CÍRCULO DE AFILIADOS y aportándoles de forma directa en la mejora continua de sus procesos con los programas de acompañamiento integral y fortalecimiento empresarial, para ello se desarrollaron las siguientes acciones:

Visitas uno a uno

Participación de conversatorios en los municipios

Socialización con los líderes de los sectores priorizados y referidos empresariales.

Esto nos permitió cada vez llegar a más empresarios con los servicios del CÍRCULO DE AFILIADOS.

Así mismo para el CÍRCULO DE AFILIADOS es relevante recuperar los empresarios que han perdido la condición por alguna circunstancia ajena a su voluntad, por ello se ha dispuesto un acompañamiento para estos empresarios mientras acreditan nuevamente sus requisitos para vincularse de nuevo como Afiliados a la Cámara de Comercio, respondiendo a que realmente en ningún momento se les ha dejado de acompañar por parte de la entidad.

Es así, que con el desarrollo de las actividades relacionadas en el presente plan de trabajo, se dará respuesta a la misión de la entidad gremial para promover la competitividad de los empresarios, y para éste caso con los Afiliados de manera diferenciada por medio del acompañamiento integral y prestación de servicios exclusivos.

## EMPENDIMIENTO

El emprendimiento es una cultura que involucra una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global, de un liderazgo equilibrado y de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la sociedad y la economía en su conjunto.

Bajo este marco, en cumplimiento de la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento y de la Política Nacional de Emprendimiento, es grato poner a la disposición de emprendedores, la comunidad educativa y el público en general del “Programa de Emprendimiento Empresarial 2021”. Con el que se pretende iniciar un proceso de sensibilización basado en un discurso unificado de la Red de Emprendimiento del Quindío en cabeza de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío como su secretaría técnica, que oriente y motive a las personas a incursionar en el campo del emprendimiento.

El Programa desarrolla los aspectos fundamentales que debe conocer un emprendedor para crear su propia empresa. Su desarrollo incluye una temática secuencial que inicia con la sensibilización hacia el emprendimiento, la identificación de ideas de negocio, el plan de negocios, las competencias empresariales, las fuentes de financiación para el emprendimiento y la formalización y legalización de empresas.

El propósito es acercar al individuo desde su formación tanto teórica como práctica a la cultura de emprendimiento, suscitar el espíritu emprendedor, acondicionando los medios legales y financieros necesarios para su promoción y ejecución.

### INTRODUCCIÓN

Para contrarrestar los altos niveles de pobreza y las altas tasas de desempleo y subempleo, el emprendimiento, entendido no solamente como un mecanismo para la creación de empleo o de autoempleo sino como un dinamizador de la economía que va de la mano con la innovación, proporciona la posibilidad de convertir ideas en productos y servicios, y a su vez, en empresas que requieren para su consolidación, de un gran esfuerzo del gobierno en el planteamiento de fuentes alternativas de financiamiento y mecanismos especializados de apalancamiento de recursos en las etapas tempranas.

En este contexto y en consideración de la ley 1014 de 2006, los emprendedores adquirieron un papel preponderante en el desarrollo económico del país. Sin embargo, un elemento fundamental para asegurar este propósito es el desarrollo de las competencias requeridas para adelantar de manera adecuada la iniciativa empresarial y lograr la capacidad de gestión para su consolidación.

De ahí la necesidad de fomentar la cultura del emprendimiento, el espíritu empresarial y el interés de impulsar la política nacional de emprendimiento. El gobierno nacional, los entes territoriales y el sector privado, conocedores de esta situación, han iniciado programas de apoyo, que demandan, por una parte la formación de los emprendedores, y por otra, la divulgación de las acciones orientadas a materializar las iniciativas empresariales, bajo el marco de la cadena de valor del emprendimiento.

Se precisa que la cadena de valor del emprendimiento involucra dos grandes eslabones: EL EMPENDIMIENTO Y EL EMPRESARISMO. El primero referido al conjunto de acciones relacionadas con la motivación hacia la creación de empresa, el desarrollo de las competencias emprendedoras, pasando por la identificación de ideas de negocio, el diseño de modelos de negocio y el plan de negocio; y el segundo, relacionado con el perfeccionamiento de la capacidad empresarial, que comprende la gestión de recursos para la financiación del negocio, la capacidad gerencial para la etapa de ejecución y el desarrollo de la aptitudes para el manejo empresarial con miras a la autosostenibilidad, competitividad y proyección del negocio.

## LAS REDES PARA EL EMPRENDIMIENTO

La Red Nacional y las Redes Regionales de Emprendimiento son instancias creadas para trazar políticas y directrices que impulsen el emprendimiento de acuerdo con lo señalado en el marco institucional y lo establecido en la Ley 1014 de 2006; en particular las Redes Regionales de Emprendimiento tienen los siguientes objetivos:

Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento dentro del territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.

Formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.

Conformar mesas de trabajo, como espacios para la discusión y análisis de las instituciones que conforman la Red, para la identificación de acciones relacionadas con sensibilización, formación, pre incubación, financiación, creación de empresa, capacitación empresarial y sostenibilidad y sistemas de información.

Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.

Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.

## PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL 2021

El Programa de Emprendimiento Empresarial (PEE) de la CCAQ es un programa que busca emprendedores en etapa temprana, que tienen el potencial de ser los futuros grandes empresarios del Quindío. Son emprendedores con alto potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenido, que ya cuentan con tracción en sus proyectos de negocio, al momento de ser seleccionados para ser beneficiarios del PEE. El PPE se convierte así en un semillero de emprendedores que en pocos años serán quienes jalonan la economía del Quindío Y que permitirán gestionar la creación de un CEmprende en la ciudad de Armenia que nos permita ser parte del ecosistema de emprendimiento e innovación del país, donde tendremos conexión entre la academia, la empresa privada, el Estado y la sociedad para fortalecer y dinamizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación en el Quindío.

## ALCANCE

El Programa de Emprendimiento Empresarial (PEE) de la CCAQ, está enmarcado dentro del plan de acción de la Red Regional de Emprendimiento del Quindío, como un Programa bandera de apoyo y complemento a la Ruta de atención a los emprendedores que actualmente brindan los diferentes programas dispuestos por el Ecosistema emprendedor en el departamento del Quindío, que se encuentra actualmente conformado por las siguientes entidades:

Gobernación del Quindío- Presidencia

Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío - Secretaría Técnica

Alcaldía de Armenia -Miembro

SENA Fondo Empezar Regional Quindío - Miembro

Parquesoft Quindío - Miembro

Universidad del Quindío - Miembro

Universidad Empresarial Alexander Von Humbolt - Miembro

Universidad la Gran Colombia - Miembro

Cofincafe – Miembro

Es importante visibilizar los componentes del ecosistema emprendedor que se presentan en el Quindío, para lo cual es fundamental entender las fases de desarrollo en el momento de emprender, como un proceso sistémico, el cual podemos agrupar en cuatro momentos por los que pasa el emprendedor y que de acuerdo a esta recibe la correspondiente asesoría o acompañamiento: preincubación, incubación, aceleración y consolidación o expansión.

### PREINCUBACIÓN

Es la primera fase del emprendimiento, es la fase Creativa y de Exploración. Se caracteriza principalmente por ser la fase donde se socializa la Cultura y mentalidad de emprendimiento en la población, se enseña la realidad del Entorno empresarial local, regional, nacional y mundial. Se realizan Semilleros de Creatividad y Diseño de Productos, Canvas para Modelado de negocios, se capacita en Normatividad, Administración y Recursos Humanos, y se hacen los primeros modelos de Productos Mínimamente Viabiles PMV.

Esta fase en el Quindío la trabajan algunas entidades educativas como Colegios y Universidades y el SENA, que dentro de la cátedra de emprendimiento que incorporan todos los programas educativos de secundaria y de pregrado incorporan este contenido.

Lo que falta en el Quindío referente a esta fase, es que se implemente un programa articulado entre las diferentes entidades que conforman la Red de Emprendimiento y las Secretarías de Educación Departamental y Municipal, para poder llegar en general a toda la población del Departamento, y comenzar a crear una sociedad que le interese CREAR empresas pero no solamente por necesidad, sino por oportunidad.

### INCUBACIÓN

Es la segunda fase del emprendimiento, es la fase Temprana y de Descubrimiento. Se caracteriza principalmente por ser la fase donde se trabaja con los emprendedores en el Prototipado de los Productos y/o Servicios que quiere desarrollar, y su respectiva validación en el mercado. Se trabajan los Talleres de Formación en Competencias Blandas, el Fortalecimiento del Emprendimiento en diferentes áreas empresariales, se incentiva a la Formalización Integral y finalmente se hace un alistamiento de los emprendimiento para buscar Acceso a Capital semilla.

Esta fase en el Quindío la trabajan muy todas las entidades que cuentan con programas de emprendimiento como el SENA Fondo Emprender que es el programa más completo en esta fase, Parquesoft referente a los emprendimientos de base tecnológica, las universidades, Actuar famiempresas y la CCAQ.

Lo que falta en el Quindío referente a esta fase, es que a partir de la articulación de todas estas entidades en una Ruta Departamental de Atención al Emprendedor, se construya el ABC del emprendimiento en el Quindío para estandarizar la información que se enseña en todo el Departamento. Además, en esta fase es necesario el fortalecimiento de servicios de PROTOTIPADO, talleres de INNOVACIÓN, servicios de VIGILANCIA TECNOLÓGICA, y formación en HABILIDADES BLANDAS.

## ACELERACIÓN

Es la tercera fase ya no de emprendimiento sino de empresarismo, es la fase Avanzada y de Crecimiento. Se caracteriza principalmente por ser la fase donde el emprendimiento se Formaliza integralmente y donde se realiza el primer Diagnóstico de Barreras de crecimiento del emprendimiento, se traza un plan de Transformación Digital empresarial, se planea la Incursión en nuevos mercados inclusive la Internacionalización en algunos casos, se tiene Acceso a Boutiques de Financiamiento y a redes para Mentoring Business.

Esta fase en el Quindío sólo la trabajan a través de proyectos entidades como Parquesoft y la CCAQ con el apoyo de entidades nacionales INNpulsa, MinCit y Cámara de Comercio aliadas. Y de manera itinerante en ciertos años se ha tenido las visitas de Aceleradoras de alcance nacional e internacional, que buscan identificar emprendimientos con potencial de inversión.

Lo que falta en el Quindío referente a esta fase, es que se pueda implementar un programa permanente de aceleración de empresas que incorpore una metodología acorde a la región y que sea transversal a todos los tipos de emprendimientos, tanto a los de base productiva, como a los tecnológicos y los emprendimientos no tradicionales. Y que a su vez sirva de unidad validadora de los emprendimientos de Alto Impacto que se detecten para presentarlos a Aceleradoras de alto nivel y ante Ángeles Inversionistas o Fondos de Capital de Riesgo.

## CONSOLIDACIÓN

Es la cuarta fase ya de empresarismo, es la fase Avanzada y de Expansión. Se caracteriza principalmente porque se orienta al empresario en la estructuración de un Plan de expansión, se asesora en el escalamiento de su Modelo de negocio, en el Desarrollo nuevos Productos y Servicios, la elaboración de Planes de inversión futura, se realizan acompañamiento a través de Mentores, Misiones y Pasantías.

Esta fase en el Quindío sólo la trabaja la CCAQ a través de proyectos cofinanciados por INNpulsa y MinCit, Proyectos como Pactos por la Innovación, Fábricas de Productividad, y Empresarios de Trayectoria MEGA.

Lo que falta en el Quindío referente a esta fase, es poder tener disponibles en el año, cupos para que puedan acceder a estos proyectos de Consolidación, los empresarios que vengán siendo atendidos a través del Ecosistema de Emprendimiento del Quindío y que se haya validado su condición de emprendimiento de Alto Impacto. También es una necesidad en esta fase, gestionar mecanismos de Financiamiento Inteligente para estos empresarios, y acompañamiento a través de una Red de Mentores que garantice mejoras en sus indicadores de impacto y gestión.

## PROPUESTA DE VALOR DEL PEE

Los elevados índices de mortalidad empresarial que se registran en Colombia, especialmente en las pequeñas y medianas empresas (Pymes), señalan de acuerdo con estudios realizados por Global Entrepreneurship Monitor GEM, Colombia, que el país aparece en los primeros puestos a nivel mundial en la creación de empresas. Además, señalan que la tasa de creación de empresas es de 22.5%, la tasa de cierre de 16.4% y la de permanencia de 6.1%, así en el séptimo año la tasa de estabilidad es de 5%, situación que constituye una clara evidencia de las limitadas posibilidades que este tipo de organizaciones tienen para llegar a estados de longevidad que les permitan consolidarse en un mercado.



LA CCAQ preocupada por esta situación, ha logrado identificar algunas de las condiciones más importantes para la perdurabilidad de las Pymes en el contexto nacional, y a partir de allí se han gestionado proyectos de fortalecimiento al empresario en sus diferentes etapas que contribuyen a la reducción de las tasas de mortalidad empresarial.

Los componentes para la perdurabilidad identificados en cada etapa de la vida de las empresas del Quindío, se han fortalecidos a través de los diferentes servicios, programas y proyectos que se han auto gestionados y/o cofinanciados por entidades como MinCit, INNpulsa, BID, Confecámaras, Bancoldex, entre otros, estos componentes son:

Componente uno: Identidad organizacional

Componente dos: Formalización para el gobierno

Componente tres: Cohesión social para la acción

Componente cuatro: Formalización, soporte para las decisiones

Componente cinco: Reconocimiento por el entorno y el sector

Componente seis: Diferenciación

Componente siete: Dinámica social de los empleados

Componente ocho: Factores que aportan a la eficiencia

Componente nueve: Consolidación

Componente diez: Gestión integral

No es un secreto que emprender requiere de diversas habilidades y conocimientos, que permiten que las compañías puedan sobrevivir y superar los primeros cinco años de vida: el 42,9 % de los emprendedores "...enfrentan barreras para crecer, por dificultades externas para expandirse o por falta de competencias o incentivos para hacerlo". Para contrarrestar esta situación, la CCAQ se centra en que el empresario en etapa temprana tenga oportunidades, como una RUTA DE SU CRECIMIENTO.

#### RUTA DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR DEL PEE

El Programa de Emprendimiento Empresarial PEE, parte de la propuesta de valor que plantea la CCAQ para una atención integral al empresario en todas sus etapas de desarrollo y consolidación, y está estructurado de tal manera, que es otro programa de emprendimiento en el Quindío, sino que es un Programa que fortalece toda la Ruta de servicios empresariales que ofrece en su conjunto la Red Regional de Emprendimiento RREQ complementándolos de manera sistemática y articulada.

Para lograr esto, todas las actividades y el recurso humano utilizado por el PEE trabajaran estratégicamente en las siguientes fases de atención:

Primera Fase:

En la FASE DE PRE-INCUBACIÓN el PEE apoyo a la Red Regional de Emprendimiento RREQ en la realización de espacios de formación y sensibilización relacionados con la creación de una Cultura del Emprendimiento en 3 segmentos básicos de impacto para el Departamento:

Estudiantes de secundaria y pregrado de todos los grados y semestres.

Docentes de colegios y universidades del área de emprendimiento.

Entidades de apoyo al emprendimiento en el Quindío para el impacto de la población no estudiante.

Para el logro de este objetivo, se requiere el apoyo decidido de las Secretarías de Educación municipal y departamental, de las Secretarías de Desarrollo Económico de alcaldías, así como las diferentes rectorías de colegios y universidades; y poder transmitir toda la metodología y el ABC de hacer empresa en el Quindío, con el objetivo de que se hable un solo idioma al respecto por parte de todas las entidades del Departamento y se incentive la creación de empresas con Potencial de mercado por parte de los Quindianos.

La cultura emprendedora no es más que el conjunto de valores, que se crean en la comunidad a fin de despertar su interés en el emprendimiento. Propendiendo por cambiar la forma de abordar la riqueza, de entender cómo se consigue, como se conserva, cómo se produce e incluso cómo se ahorra. Para ello es necesario crear o inculcar modos de pensar y de actuar, hábitos y costumbres que llevan a los miembros de la comunidad a tomar acciones emprendedoras, a iniciar proyectos.

Con esta estrategia sobre la cultura del emprendimiento, la CCAQ busca apoyar la formación de las personas en las competencias personales, laborales y profesionales necesarias para aterrizar las ideas y valores previamente inculcados.

De esta manera se plantea una línea de acción conformada por siete actividades de apoyo durante el año, en modalidad virtual para tener más impacto, así:

#### Segunda Fase

En la FASE DE INCUBACIÓN el PEE suplirá los servicios empresariales que faltan implementar dentro de la Ruta de atención a los emprendedores en el Quindío o se ampliara la capacidad de atención de algunos de los que ya existen y que requieran apoyo para atender toda la demanda en esta fase.

La CCAQ considera que en esta fase, el emprendedor inicia la puesta en marcha del proyecto o el plan de negocios estructurado en la etapa de pre incubación, con el fin de llegar al mercado con productos o servicios. En esta etapa se deben concentrar los esfuerzos en disminuir los riesgos de este negocio y fortalecerlo a través de apoyo experimentado, redes de contacto y una serie de servicios destinados a facilitar la implementación del proyecto, transformando los avances científicos y tecnológicos en éxitos industriales y comerciales.

Se debe brindar la infraestructura adecuada para la creación de nuevas empresas, y proveer una serie de servicios de apoyo a su puesta en marcha, uniendo capacidad emprendedora, investigación y desarrollo, comercialización de tecnología y capital. La incubación del negocio tiene una duración de entre 12 y 18 meses, aunque esta variará según el grado de madurez que haya alcanzado la empresa para actuar en mercados competitivos.

De esta manera se plantea una línea de acción conformada por 10 actividades de apoyo durante el año, en modalidad virtual y presencial para tener más impacto, así:

#### Tercera y Cuarta Fase:

En esta fase el PEE implementará un servicio completo de ACELERACIÓN DE EMPRESAS Identificadas dentro de la ruta de atención a emprendimientos en el Quindío y que sean empresas que no superen los cinco años de fundadas, con menos de cuatro empleados en la nómina y, coincidiendo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor, sean emprendedores en desarrollo, ya que han pagado por lo menos un salario durante 3 a 42 meses y están moviéndose en diferentes iniciativas en pro del despegue de su empresa.

Los beneficiarios de esta fase pertenecerán a varios sectores de la economía local, predominando el de servicios (57 %), manufactura y comercio (33 % y 27 % respectivamente), agropecuario (32 %) y software y manufactura (23 % cada una).

El PEE realizará una medición rigurosa de los diferentes programas de apoyo al emprendedor en el ecosistema local de emprendimiento, con el fin de entender los cambios que se generan en los participantes

(versus el grupo de no seleccionados) en las variables más relevantes de crecimiento de las empresas como las ventas, utilidades y número de empleos.

La ruta estratégica para los emprendimientos en esta fase, a través del PEE, está compuesta de una serie de herramientas que influyen en el alto crecimiento de las empresas, con base en las que los participantes desarrollan capacidades que les permiten vender más y mejor, logrando robustecer sus modelos de negocio y validar sus mercados.

La estrategia del PEE se centra en el emprendedor garantizando la selección de los mejores según su aptitud para desarrollarse, la formación a plazo fijo, por cohortes, en un modelo de instrucción empresarial, cuyos contenidos tienen un impacto significativo en el rendimiento de la empresa con alto potencial de crecimiento. En función de esto el PEE tendrá los siguientes espacios:

#### Formación:

Los emprendedores y empresarios que se seleccionen, inician la fase de formación de 50 horas, durante tres meses, a través de diferentes Bootcamps de emprendimiento o jornadas de entrenamiento en diversos temas empresariales (sesiones conceptuales y sesiones prácticas), dictados por expertos.

Modelo de negocio, alistamiento financiero y opciones para el levantamiento de capital, prototipado y validación, pitch de estrategia y puesta en escena, son los temas bases de la propuesta de una formación que apunta a que los emprendedores apliquen su inteligencia sobre el negocio.

Para movilizar a los emprendedores a que pongan en práctica lo aprendido, en cada uno de los Bootcamps se les ponen retos, con base en indicadores de éxito (KPIs), con el fin de que las empresas empiecen a acumular victorias tempranas.

#### DemoDay:

Es un espacio donde los emprendedores presentan su empresa, según los aportes recibidos durante toda la formación, en una puesta en escena a manera de pitch, la cual es la ceremonia de graduación de la fase de entrenamiento, donde reciben una certificación por parte de la Red Regional de Emprendimiento RREQ.

En el pitch los emprendedores exponen su ruta de crecimiento a los jurados inversionistas, buscando activarlos emocionalmente para llegar al siguiente nivel. Este nivel será la fase de acompañamiento, a la que solo llegan los 10 emprendedores ganadores de este reto.

#### Acompañamiento:

Después del Demo Day, los seleccionados inician la etapa de acompañamiento que dura entre dos y tres meses, durante los cuales los emprendedores adquirirán herramientas para crecer rápido, rentablemente y de manera sostenida, con la orientación de la Red de Mentores de la CCAQ y el grupo de consultores formados por la institución y que están al servicio del PEE. En esta fase se cuenta con el apoyo de CEOS y gerentes de la región, quienes brindan consejo, guía, contactos y posibilidades de nuevos clientes o mercados.

Para lograr un buen acompañamiento se requiere:

Cada equipo emprendedor identifica tres retos para trabajar durante las sesiones de Mentoría para lograr mayor efectividad en las sesiones de Mentoría.

Se estudia cuál es el mejor match que se pueda generar entre los 10 emprendedores con mentores que, por sus competencias, se ajusten a los retos de crecimiento del proyecto.

A partir de allí se traza el plan de crecimiento adecuado.

Se coordinan encuentros uno a uno, con una frecuencia de dos reuniones por mes.

El emprendedor saca adelante su plan de crecimiento a doce meses, de la mano del mentor y del equipo técnico de la CCAQ.

Conexiones de Valor:

El PEE tendrá siempre el radar activo para detectar eventos, ruedas de negocios y diferentes espacios donde se puedan desplegar redes de apoyo en función del emprendedor. Las conexiones de valor inician desde el momento de la formación y estimulan el networking, generando relaciones que le aporten a los empresarios en sus proyectos, a través de Mini Meetups o encuentros informales con empresarios exitosos y representantes de entidades que apoyan el emprendimiento, los cuales se llevan a cabo en algún lugar de entretenimiento de la ciudad, con el objetivo de tener una conversación amena sobre los conocimientos y experiencias de dicho empresario, que puedan contribuirle al camino que está siguiendo el nuevo emprendedor. Que los emprendedores cuenten sus modelos de negocio los invita a establecer relaciones o intereses de encuentro y los visibiliza.

Por otra parte, se les propone asistir a las ruedas de negocios que se convoquen en el país o en el exterior o hacer parte de alguna agenda académica, que los nutran de conocimientos y contactos. Así se fomentan relaciones con diferentes instituciones inversionistas que brinden apoyo al emprendedor.

Beneficios Adicionales:

Los emprendedores más destacados durante la etapa de Herramientas de Crecimiento (Boot-camps), acceden a los siguientes beneficios:

-Profundización: Los emprendedores tienen la oportunidad de ahondar en temas vistos durante la primera fase del programa, específicamente en temas de alistamiento financiero enfocado en buscar inversión. Durante este espacio cuentan con herramientas para valorar su emprendimiento, un discurso poderoso para venderlo y un lenguaje no verbal afinado para enfrentar a cualquier público que esté interesado en su emprendimiento.

Una vez iniciada la segunda fase del programa, los emprendedores más destacados son acompañados por un consultor experto, que ha sido entrenado a través del programa Consultor Máster. Programa que en el 2020 permitió entrenar 35 consultores locales para elevar las capacidades de acompañamiento en estrategia y escalamiento empresarial del ecosistema de emprendimiento de la región.

Con todo lo anterior, el PEE prepara a estos emprendedores en la FASE DE ACELERACIÓN para que superen obstáculos, barreras y se alcen ante las limitaciones que les podrían llevar al fracaso, aunque aporta algo más: deja a los emprendedores listos para remontar un nuevo reto, pues a mediano o corto plazo pueden convertirse en empresas en etapa de escalamiento, preparadas para iniciar otros programas de la CCAQ, especializados en este objetivo: Fabricas de Productividad y Empresarios de Trayectoria Mega.

De esta manera se plantea una línea de acción conformada por 10 actividades de apoyo

durante el año, en modalidad virtual y presencial para tener más impacto, así:

**INFRAESTRUCTURA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL 2021**

Para todo lo anterior se propone hacer una adecuación física del actual edificio donde funciona PARQUESOFT QUINDÍO. Donde se pueda dar vida a un lugar que concentre y simbolice la cultura del EMPRENDIMIENTO en el Quindío, y de esta manera puedan funcionar agrupadamente no sólo los equipos de trabajo del Programa de Emprendimiento Empresarial de la CCAQ, sino que también puedan estar, el Centro de Transformación Digital Empresarial CTDE y PARQUESOFT Quindío.

Logrando hacer visible la Red Regional de Emprendimiento RREQ y comenzar acercamientos con INNpulsa y el MinCit para traer un CEmprende satélite para el Quindío.

## ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

### DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

Es un centro de análisis que realiza estudios e investigaciones alrededor del entorno en el corto, mediano y largo plazo, a través de metodologías estadísticas con el fin de generar información relevante para la identificación, caracterización y análisis de aquellos aspectos o hechos que tienen o pueden tener un gran impacto en el tejido empresarial, social, tecnológico y económico del departamento.

Logros alcanzados en el año 2021 del área de estudios e investigaciones

Se realizaron estudios que permitieron conocer las diferentes características y dinámicas de los sectores económicos del departamento del Quindío, a través del análisis de información brindada por la Cámara de Comercio y las diferentes entidades y gremios.

El área fue una fuente de información a través de la cual las diferentes instituciones, órganos de gobierno, empresarios y comunidad en general logren enfocar sus esfuerzos e ideas de acuerdo a las características y dificultades propias de los sectores productivos del departamento del Quindío.

Se logró generar una red de trabajo entre el área de Estudios e Investigaciones y las demás áreas de la Cámara de Comercio, con el propósito de que la información generada pueda ser utilizada en el planteamiento de proyectos, planes y programas en pro del fortalecimiento del tejido empresarial del departamento del Quindío.

### INFORMES SECTORIALES,

Comercio

Café

Ganadero

Inmobiliario

Farmacias

Naturista

Gastronomía

Confección

Cueros

Muebles

Transporte

Turismo

Viveres

Manufactura

Comercio de partes de vehículos

Belleza

Agroalimentario

Zona centro de las ciudad de Armenia

## ESTUDIO ECONÓMICO 2021

El estudio económico recopiló información vinculada a los principales indicadores macroeconómicos y su comportamiento durante la vigencia en mención. De esta manera presento la información oficial obtenida a través de fuentes secundarias, de variables como la tasa de crecimiento del PIB departamental, PIB per cápita, porcentaje de representación del PIB departamental frente al nacional, índice de precios al consumidor, tasa de desempleo, además de indicadores demográficos relevantes para el análisis del contexto del departamento.

## ESTUDIO SEMESTRAL DE RITMO EMPRESARIAL

Se desarrolló para conocer el comportamiento de diferentes variables de las empresas del departamento, se estableció un comparativo histórico sobre los cambios en su dinámica y estructura a lo largo de diferentes años en contraste con el último año, que en este caso sería el 2020, además de indagar acerca de sus expectativas para el semestre siguiente.

## ESTUDIO DE DINÁMICA EMPRESARIAL

Su fin fue lograr establecer el comportamiento de diferentes variables de las empresas del departamento, es importante hacer un comparativo histórico sobre los cambios en su dinámica y estructura a lo largo de diferentes años en contraste con el último año, que en este caso sería el 2020.

## ESTUDIO DE ESCENARIOS ECONÓMICOS

La crisis generada por la covid-19 ha creado nuevas condiciones económicas y sociales, cuyas consecuencias son duraderas en el mediano plazo y cuyas condiciones son cambiantes dada la incertidumbre que existe alrededor de la pandemia. Para poder mitigar los efectos negativos que esta pueda tener sobre el sector empresarial, se hizo necesario plantear escenarios con base en la información real para que se puedan tomar decisiones oportunas.

## ESTUDIOS DE TURISMO

### ESTUDIO DEL SECTOR TURISMO

El sector turismo es de gran representatividad para la economía del departamento del Quindío, así mismo, ha sido uno de los más golpeados por la crisis ocasionada por la Covid -19 dejando como consecuencia el cierre de establecimientos, pérdida de empleos, reducción de ventas e ingresos, entre otros, por lo cual fue importante realizar un análisis integral de las nuevas dinámicas que se dieron en el año 2021 para el sector, realizando un seguimiento a su proceso de reactivación y recuperación a través de procesos innovadores adaptados a la nueva normalidad, además de generar recomendaciones y estrategias para aportar al fortalecimiento del sector.

### ESTUDIO DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Se buscó identificar la dinámica del Turismo de Salud y Bienestar en el departamento del Quindío a través de los servicios más demandados por los visitantes, el tipo de clientes que solicitan dichos servicios y las condiciones que se ofrecen.

### ESTUDIO DE ALOJAMIENTOS RURALES EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

Se Analizó el estado y nuevas dinámicas de los alojamientos rurales en el departamento del Quindío.

### EXPECTATIVA DE LOS VISITANTES

Se identificaron las expectativas que tienen los visitantes en relación a los servicios ofrecidos por el sector turístico del departamento del Quindío.



## MODELACIÓN DE ESCENARIOS ECONÓMICOS PARA LOS ESTUDIOS DE CAFÉ, GASTRONOMÍA, TURISMO Y TICS

Se realizaron de modelos econométricos alrededor de las tendencias de las actividades de gastronomía, café, turismo y TICS en relación a las preferencias de los consumidores en el departamento del Quindío.

## ESTUDIO DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

Se analizó la dinámica de los empresarios que ofrecen servicios informáticos y digitales del departamento, además del impacto de los procesos de transformación digital que empezaron a desarrollarse en el presente.

## GRAN ENCUESTA PYME

Se caracterizó los escenarios de las ventas, el nivel de inversión, acciones de mejoramiento, nivel de comercio exterior y producción de los micros, pequeños y medianos empresarios del departamento del Quindío.

## ESTUDIO DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DE LAS INICIATIVAS EMPRESARIALES BENEFICIADAS POR LAS ZONAS MÁS AFECTADAS POR EL CONFLICTO ARMADO (ZOMAC) Y LAS ZONAS ECONÓMICAS SOCIALES ESPECIALES (ZESE) EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

Se evaluó el impacto que han tenido estos programas que buscan incentivar la inversión empresarial en el departamento y su incidencia en variables como el empleo, las cadenas de abastecimiento y en general la economía de los municipios del departamento.

## HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS QUINDIANOS

Se caracterizó el comportamiento de la dinámica de consumo de los Quindianos, la cual permita conocer sus preferencias en cuanto al consumo de diferentes bienes y servicios, además de los medios de pago y alternativas para acceder a los mismos.

## INFORME DE TEMPORADA DICIEMBRE 2021 - ENERO 2022

Se analizó el comportamiento de las ventas del comercio para la temporada de fin de año, que permitirá contrastar la información con la dinámica de esta temporada en periodos anteriores.

## SONDEOS DE OPINIÓN

Se realizaron sondeos de opinión a los empresarios del departamento del Quindío y la comunidad en general acerca de situaciones coyunturales que puedan presentarse.

## ESTUDIO DEL SECTOR PRODUCTIVO DE DIFERENTES MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO.

Se analizó el comportamiento de la economía de diferentes municipios del departamento del Quindío, con el fin de conocer su dinámica en el proceso de reactivación posterior a la crisis ocasionada por la Covid – 19.

## DESARROLLO DE MODELOS PARA MEDIR EL EFECTO DE CHOQUES ECONÓMICOS (SOCIEDAD DE ECONOMISTAS DEL QUINDÍO)

Se implementaron un conjunto de indicadores, herramientas y modelos que permitan a la Cámara de Comercio analizar el desempeño empresarial y esbozar su evolución ante diferentes choques económicos, en un prototipo inicial con los municipios de Salento y Filandia

## CLÍNICA EMPRESARIAL

Servicios ofrecidos en el 2021, con el propósito de promover el desarrollo productivo de los empresarios del departamento del Quindío, impulsando programas especiales que apoyen su crecimiento competitivo e innovador; la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío dispone para el tejido empresarial la Clínica Empresarial, a través de la cual el empresario podrá encontrar los siguientes servicios:

### DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Analizando en las empresas diferentes áreas de gestión como:

Transformación digital

Direccionamiento estratégico

Administración, normatividad

Talento humano

Mercadeo y ventas

Gestión técnica y producción

Financiera, entre otras.

### ASESORÍAS ESPECIALIZADAS

El empresario logro tener su disposición atención personalizada por parte de asesores expertos en los siguientes temas: Jurídicos (Arrendamiento, laboral, comercial, contractual, civil, estatal y procesal)

Publicidad

Protocolos de bioseguridad

Contable y tributarios

Financieros

Formulación de proyectos

Gestión internacional

Cursos virtuales: Se desarrollaron en aprendizaje asincrónico (contenido del curso ya producido – videos, lecturas, etc.- el cual cada estudiante puede consultar a su ritmo). Duración Máxima: 10 horas de dedicación.

Todo lo anterior enfocado en temas como: marketing digital, mercadeo y ventas, financiero y tributario, administrativo, desarrollo competitivo, producción, emprendimiento / innovación, comercio exterior, ESALES y jurídicos.

### ASESORÍAS EN MUNICIPIOS:

Los asesores y consultores estuvieron presentes cada día de la semana en los municipios, donde brindarán un acompañamiento a los empresarios en temas: jurídicos, financieros, tributarios, protocolos, entre otros.

La META que se logro fue que el 10 % de los empresarios de municipios (688) se beneficien de la semana empresarial y el 5 % de los empresarios de Armenia (580).

## MUNICIPIOS

La Cámara de Comercio desde la coordinación de los municipios hace presencia permanente con el equipo de coordinadores y la oferta de servicios diseñada especialmente para cubrir las necesidades y proyectar el crecimiento de los empresarios, de la mano con las Juntas de Comerciantes de cada municipio, quienes aportan ideas y proponen estrategias para la competitividad y el fortalecimiento de los municipios, se realiza la gestión gremial ante las entidades públicas y privadas en temas de interés comercial que le aportan al desarrollo empresarial.

Las sedes de la Cámara de Comercio y los corresponsales CERCANOS en los municipios, permiten tener contacto directo y permanente con los empresarios y las alcaldías, así mismo dar respuesta inmediata a las necesidades.

El Fortalecimiento de la Estructura Empresarial fue el objetivo principal para el año 2021, teniendo en cuenta la importancia de la reactivación económica y el crecimiento de la población empresarial.

Líneas de acción desarrolladas durante el 2021

RELACIONAMIENTO ESTRATÉGICO.

OFERTA DE SERVICIOS Y ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

PROGRAMAS ESTRATÉGICOS.

GESTIÓN GREMIAL.

RELACIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Se realizaron acciones encaminadas al relacionamiento y mayor cobertura e impacto de los servicios de la entidad a los empresarios de los municipios, a través de visitas personalizadas en las que se identificarán las necesidades empresariales con el propósito de definir acciones de mejora desde la Clínica Empresarial de la entidad y su equipo de profesionales.

OFERTA DE SERVICIOS Y ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL

Se logró Impulsar el crecimiento de las empresas para la generación de empleo, contribuyendo al aumento de la productividad y rentabilidad de los negocios, con programas de acompañamiento tales como la realización de la semana empresarial en la que se ofrecerán los servicios y asesorías personalizadas, así como una parrilla de formación virtual en temas de actualidad empresarial.

SEGURIDAD

Desde esta línea se realizó un programa de acompañamiento en seguridad comercial en alianza con la policía departamental, con el fin de lograr la cultura de seguridad y denuncia.

Se implementaron frentes de seguridad con instalación de cámaras en los sectores comerciales de los municipios, los cuales requieren del compromiso económico de los empresarios y el acompañamiento de la policía y la Cámara de Comercio.

## FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

A través del censo empresarial se logró identificar la informalidad en los municipios lo cual nos permitió diseñar estrategias de formalización en trabajo articulado con las alcaldías municipales, con el propósito de disminuir la informalidad en los municipios.

Para los comerciantes identificados como informales se activó la ruta de atención al empresa rio informal, en la que ofreceremos acompañamiento a la formalización y plan de capacitación en temas empresariales.

## PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A través de esta línea estratégica, se apoyó y fortaleció la reactivación del consumo por medio de eventos de promoción y visibilización de los empresarios en fechas especiales y programas comerciales en los municipios.

## FERIAS Y EVENTOS ESPECIALES

En el año 2021 se continuó apoyando los eventos de tradición que generan impacto positivo al sector comercial en los municipios como son:

Festival Camino del Quindío en Filandia.

Circasia huele a café.

Festival de la trucha en el marco del Festival de la Palma de Cera en Salento.

Festival de velas y faroles en Quimbaya.

Dichos eventos se realizaron en alianza con el sector comercial y cuentan con la difusión a través de los medios de comunicación y las redes sociales de la entidad.

## FECHAS ESPECIALES

La promoción del comercio en temporadas comerciales fue acompañada de difusión y divulgación en redes sociales además de pauta a través de medios digitales y tradicionales, invitando a comprar en el comercio local. Dichas temporadas son:

Temporada Escolar

Día de la madre

Día del padre

Amor y amistad

Navidad

## PROGRAMA HABLEMOS CON LOS MUNICIPIOS

La realización del Facebook Live con empresarios de los municipios se continuó realizando durante el año 2021, como un espacio de promoción y visibilización de emprendimientos, proyectos turísticos y diferentes sectores empresariales.

### AFILIADOS

Con el equipo de promotores empresariales se brindó atención personalizada al grupo de afiliados en los municipios mediante visitas programadas en las que continuaron recibiendo los servicios del portafolio de afiliados tales como:

Acompañamiento en renovación virtual de la matrícula mercantil y la afiliación.

Acompañamiento en la renovación del Registro Nacional de Turismo.

Promoción del Calendario de eventos y programas de la Cámara de Comercio.

Identificación de necesidades para acompañamiento de la CCAQ.

Identificación de percepción hacia la entidad y los servicios (Generación de lazos de amistad y confianza)

Divulgación y descarga de la APP CCAQ.

Entrega de las cuponeras de cumpleaños.

Caracterización del afiliado.

Capacitación para descarga de certificado.

### TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Después de analizar los planes de desarrollo en los municipios, se identificaron las líneas estratégicas en las que las administraciones municipales le apuestan a la digitalización.

De tal forma se unieron esfuerzos con el propósito de dar continuidad al Proyecto de Transformación Digital que se implementa actualmente desde la Cámara de Comercio.

Para tal fin se realizaron acercamiento con los alcaldes, con la presentación de propuesta de alianza entre las dos entidades, lo que nos permitirá incrementar el número de empresarios transformados digitalmente.

### MEDIO AMBIENTE

El medio ambiente requiere del compromiso de todos, y por tal razón se desarrollaron las siguientes líneas de trabajo:

Video de sensibilización para redes sociales, con la participación de empresarios y la Cámara de Comercio.

Vinculación de empresarios a la apropiación de zonas verdes.

Jornadas educativas con la CRQ.

Formación de empresarios en temas de separación en la fuente, manejo de residuos, acercamiento con las asociaciones de recuperadores en los municipios.

## OBSERVATORIOS EMPRESARIAL

En los municipios se realizaron actividades que impactan al sector comercial, por lo tanto se midieron los siguientes eventos y proyectos:

Impacto comercial Fiesta Nacional del Café, Calarcá.

Impacto comercial Paseo El Edén, La Tebaida.

Impacto comercial Festival del Maíz, Barcelona.

Estudio socioeconómico Filandia – Salento.

Impacto turístico del Túnel de La Línea.

## GESTIÓN GREMIAL

Se realizó gestión con las Alcaldías, Concejos Municipales, empresas de servicios públicos, entidades públicas y privadas, para el fortalecimiento empresarial del departamento.

## JUNTAS DE COMERCIANTES

En el 2021 se dio continuidad al plan de formación de alto impacto, diseñado exclusivamente para las Juntas de Comerciantes.

Taller de formación virtual de alto impacto GERENCIA 4.0, desarrollado en 10 meses. (Sesiones de dos horas mensuales). En alianza con la UPB.

## CÓDIGOS DE RENTA

Acompañamiento por parte de la Cámara de Comercio en el análisis de reforma de los Códigos de Renta, que pueden ofrecer garantías para el sector empresarial, en cuanto al ajuste de tarifas de impuestos, por lo que estuvimos presentes en los municipios que propongan ajustes a dichos códigos.

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Se desarrollaron jornadas institucionales en los municipios, con el propósito de acercar al sector empresarial con las entidades públicas y privadas en espacios de conversación y seguimiento a diferentes trámites e información general.

## CENTRO DE ARMENIA - SECTOR COMERCIO

El centro urbano de la ciudad de Armenia tradicionalmente se ha caracterizado como un destino comercial estratégico, un gran centro comercial de cielos abiertos. En él, además de conservarse un uso residencial, se encuentra gran variedad de actividades económicas, desde comercio de productos del hogar, textiles, productos para la construcción, gastronomía, hasta espacios turísticos, como los principales parques de la ciudad. Es por ello que la Cámara de Comercio diseñó una serie de actividades ejecutadas en el 2021 fundamentadas en acciones interinstitucionales para fortalecer el tejido empresarial de este sector y también para contribuir a un mejor ambiente para los negocios.

El área geográfica señalada para llevar a cabo las acciones ejecutadas es la comprendida entre Calles 12 y 26 y las Carreras 13 y 18.

Líneas de acción ejecutadas en el 2021

Servicios Registrales

Renovación:

Promoción y motivación invitando a los comerciantes a renovar su matrícula mercantil.

Apoyo en el proceso de formalización y renovación (La Gran Ruta de ser Empresario). Articulación con comunicaciones sectores, afiliados, y registros públicos: visitas, correos electrónicos, llamadas, WhatsApp, mensajes de texto.

Cercanos

En coordinación con la oficina de registros públicos se gestionará la operación de dos CERCA-NOS ubicados en el cuadrante.

Formalización

Visitas a los comerciantes informales identificados en el Censo Empresarial.

Motivar y hacer efectivo el ingreso a la "RUTA DE ATENCIÓN A LA EMPRESA INFORMAL"

Plan Padrino

Contacto con los empresarios: telefónico, presencial o virtual

Oferta de servicios y acciones de acompañamiento empresarial

En articulación con desarrollo empresarial, afiliados y el área de seguridad, se coordinaron acciones desde la Clínica Empresarial, el portafolio de beneficios para afiliados y el programa de seguridad ciudadana.

Promoción y Comercialización

Soluciones digitales

Actualizar el Directorio Empresarial

Reactivación del consumo

En articulación con el área de comunicaciones de la Cámara de Comercio y con los empresarios, se diseñaron campañas de promoción para las fechas especiales como: día de la madre y del padre, amor y amistad, ventarrón de descuentos, viernes negro, navidad comercial, alumbrado navideño y otras iniciativas que llegaren a surgir de los comerciantes.

Proyectos, programas y sectores estratégicos especiales

## Sectores estratégicos

En coordinación con los coordinadores de los sector de belleza, cafés especiales, turismo, muebles, inmobiliarias, naturista, farmacias y transporte, se apoyó la realización de las acciones planeadas y ejecutadas para beneficio de los empresarios.

## Transformación Digital

De conformidad con los resultados del Censo Empresarial y con el programa de Transformación Digital de la Cámara de Comercio, sensibilizo, diagnóstico y se buscó transformar un número importante de comerciantes que, previo el cumplimiento de las etapas, incursionen en el proyecto.

## Censo Empresarial

Se apoyaron las actividades de la actualización del Censo Empresarial 2021.

## Gestión Ambiental

En articulación con el Área de Gestión Ambiental de la Cámara de Comercio se llevaron a cabo las siguientes actividades:

**Economía Circular:** Programa orientado a crear cultura para la separación en la fuente de los residuos sólidos y manejo adecuado de los servicios públicos (energía y agua).

**Jardineras:** Programa para recuperar y mantener las Jardineras del Centro de Armenia. Plan Padrino con empresarios en alianza con la Cámara de Comercio, Planeación Municipal, CRQ y Junta de Comerciantes del CENTRO.

## Gestión Gremial

### Junta de Comerciantes

Se creó la Junta de Comerciantes, contribuir en el fortalecimiento de sus actividades, programar encuentros periódicos para tratar temas de Espacio Público, Movilidad, Eventos de Promoción Comercial, Formación, entre otros.

## Movilidad

En articulación con la coordinación del sector Transporte, se gestionaron acciones para dar respuesta a la problemática identificada por el gremio y la Cámara de Comercio en temas como: Plan de Movilidad y Plan de Seguridad Vial, convertir a SETTA en organismo descentralizado con autonomía administrativa y presupuestal, la ocupación irregular del espacio público y mal parqueo, la implementación del SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO, construcción y mantenimiento de la malla vial, semaforización, revisión técnica del proyecto, adecuación y reubicación del BICICARRIL, reglamentar, reorganizar y controlar las zonas azules, zonas amarillas y zonas de cargue y descargue, controlar la informalidad en el transporte, la contaminación ambiental e implementar programas sistemáticos de cultura ciudadana.



## SEGURIDAD EMPRESARIAL

### OBJETIVO DEL ÁREA DE SEGURIDAD EMPRESARIAL

Ser promotores y facilitadores de programas de prevención empresarial y comercial en el departamento del Quindío, a través de la identificación, sensibilización y adopción de campañas de prevención, con la implementación de nuevas tecnologías por parte de los empresarios y comerciantes, en alianza con las autoridades competentes en materia de seguridad.

Para alcanzar este objetivo presentamos los tres pilares del programa de seguridad empresarial y comercial del departamento del Quindío para el año 2021 los cuales sirvieron de apoyo para el desarrollo del plan de trabajo y así mejorar la seguridad de nuestros empresarios y comerciantes.

#### Actividades desarrolladas

##### PREVENCIÓN TECNOLÓGICA

Se desarrollaron las siguientes acciones:

Frentes de Seguridad Comercial con cámaras de vigilancia, alarmas y megáfonos en sectores comerciales del departamento del Quindío.

Frentes de Seguridad Comercial en grandes superficies.

Seguridad virtual con influencer en redes sociales.

##### FRENTES DE SEGURIDAD COMERCIAL CON CÁMARAS DE VIGILANCIA, ALARMAS Y MEGÁFONOS EN SECTORES COMERCIALES DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

Se logró vincular 18 sectores a la Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional y que estos comerciantes implementen más tecnología, de esta manera se logró mejorarla seguridad de 1800 comerciantes en el municipio de Armenia.

##### CALARCÁ

Se logró que uno (1) de los sectores que tenían grupo de WhatsApp, vincularan tecnología con cámaras de vigilancia y alarma. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, de esta forma mejoraremos la seguridad de 50 comerciantes del municipio de Calarcá.

##### MONTENEGRO

Se logró vincular un (1) sector que tiene alarma y grupo de WhatsApp implementando tecnología con cámaras de vigilancia. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, de esta forma se mejoró la seguridad de 120 comerciantes del municipio de Montenegro.

##### LA TEBAIDA

Se logró vincular un (1) sector que tenía grupo de WhatsApp y que implementaran tecnología con cámaras de vigilancia y/o Alarma. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, logrando mejorar la seguridad de 80 comerciantes del municipio de La Tebaida.

## FILANDIA

Se logró vincular (1) sector que tenía grupo de WhatsApp y que implementaran tecnología con cámaras de vigilancia y/o Alarma. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, de esta forma se mejoró la seguridad de 80 comerciantes del municipio de Filandia.

## QUIMBAYA

Se logró vincular un (1) sector del municipio de Quimbaya que implemento tecnología con cámaras de vigilancia y/o Alarma. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, de esta forma se mejoró la seguridad de 50 comerciantes del municipio de Quimbaya.

## CIRCASIA

Se logró vincular (1) sector del municipio de Circasia, que implemento tecnología con cámaras de vigilancia y/o Alarma. También se realizó la vinculación al programa (Red Cívica Ciudadana) de la Policía Nacional, de esta forma se logró mejorar la seguridad de 40 comerciantes del municipio de Circasia.

## FRENTES DE SEGURIDAD EMPRESARIAL GRANDES SUPERFICIES (F.S.E).

Se fortaleció el programa con la vinculación de nuevas empresas de cada uno de los municipios enmarcadas en las características de Grandes Superficies, que cumplieron con las condiciones establecidas para pertenecer al programa, a las cuales se les dio a conocer los beneficios y servicios a los cuales se tiene derecho al vincularse.

## PREVENCIÓN EDUCATIVA EMPRESARIAL Y COMERCIAL DEL QUINDÍO

Se llevaron a cabo las siguientes charlas:

CIBER SEGURIDAD

HURTO A COMERCIO

CONTAMINACIÓN DE CARGA

MICROTRÁFICO EN LAS ZONAS COMERCIALES

HURTO Y SUS MODALIDADES

CONTRATE SEGURO

EXTORSIÓN, SECUESTRO Y ESTAFA

REGISTRO DE EXTRANJEROS

EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL DE NIÑOS NIÑAS Y ADOLESCENTES

PROTECCIÓN BASES DE DATOS

MANEJO DE REDES SOCIALES Y CÓMO AFECTA MI SEGURIDAD

PROTECCIÓN DATOS FINANCIEROS Y CUENTAS

## CAMPAÑAS DE SEGURIDAD

Se desarrollaron campañas en el sector comercial, para que sirvieran de apoyo y fortalecimiento a los empresarios y comerciantes es así como de esta manera se logró generar una consciencia de prevención y atención ante los delitos y la seguridad.

### CAMPAÑA “NO A LA RECEPCIÓN”

En esta campaña que se realizó en alianza con la Policía Nacional y sirvió como herramienta de denuncia, generando un espacio de conciencia, confianza y garantía de confidencialidad para que las personas denuncien estos sitios de receptación de artículos robados.

También la campaña se realizó de manera presencial en los diferentes sectores comerciales del departamento con el apoyo de los Comandantes de Estación y Patrulleros de prevención de la Policía Nacional.

### EFFECTIVIDAD DE LA DENUNCIA Y CÓMO HACERLO

En alianza con la Fiscalía General de la Nación, la Policía Judicial y la Sala de Denuncias de la Policía Nacional, se realizaron jornadas de pedagogía sobre el manejo de los diferentes canales de denuncia y su efectividad.

### PREVENCIÓN DE SEGURIDAD AL SERVICIO

#### JORNADAS EMPRESARIALES DE SERVICIOS EN SEGURIDAD

Convocatoria con las diferentes áreas de la Policía Nacional y las administraciones municipales para la realización del evento en cada municipio articulando esfuerzos con los coordinadores de cada municipio para su convocatoria.

En este evento se presentaron las diferentes especialidades de la Policía Nacional con la finalidad de dar a conocer cada una de ellas y cómo los empresarios las pueden utilizar en caso de un evento o suceso que afecte su seguridad.

## CONSULTORIAS EMPRESARIALES

### OBJETIVO

Contribuir al mejoramiento de la productividad y la competitividad de las empresas para que sus procedimientos y servicios sean más eficientes y de mayor eficacia, implementando normas de calidad y sostenibilidad en sus procesos.

### DESCRIPCIÓN

Ante las exigencias de un mercado cada vez más competitivo y dinámico, las empresas están obligadas a realizar un seguimiento permanente de sus procesos. No basta sólo con producir; hay que analizar, revisar y mejorar. A estos procesos de mejora se les conoce como Sistemas de Gestión de Calidad, que son un conjunto de medidas que se toman al interior de una organización para aumentar la calidad de los productos o servicios.

La Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío a través del área de consultorías; ofreció en el año 2021 los siguientes productos, para el acompañamiento la implementación, mantenimiento y certificación de diferentes Sistemas de Gestión.

ISO 9001: 2015 Sistema de Gestión de Calidad.

ISO 14001: 2015 Sistema de Gestión Ambiental.

ISO 45001: 2018 Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

NTS TS de turismo sostenible para establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias de viaje y empresas de transporte especial de pasajeros.

NTC 5555: 2011 Sistema de gestión para Instituciones de formación para el trabajo y desarrollo humano.

Aquellas Instituciones de formación para el trabajo y desarrollo humano que se encuentren certificadas bajo su correspondiente Norma Técnica Colombiana, accederán a oportunidades tales como:

Ser elegibles para participar en licitaciones con el Estado.

Establecer convenios con entidades de orden nacional e internacional.

Cumplir requisitos para construir convenios de ciclo propedéutico con instituciones de educación superior.

NTC 6001: 2017: Su objetivo es la mejora de la organización y la consolidación de herramientas que le permitan desarrollar una estructura interna sólida y altos estándares de calidad competitivos frente a nuevos mercados, apuntando de esta forma a ser MYPES más integrales, competitivas, productivas, innovadoras, sostenibles y perdurables.

¿A quiénes fue dirigida?

A Todo tipo de empresas del sector de manufactura o de servicios, de naturaleza pública o privada, que cumplan el criterio de micro o pequeña empresa.

¿Qué beneficios trae su implementación?

Establece un modelo de gestión que posibilita el mejoramiento, la supervivencia y el crecimiento de las MYPES.

Permite que las MYPES se puedan asociar con otras empresas para lograr los propósitos y fortalecer su competitividad.

Propicia la organización y el desarrollo de las actividades de la MYPE.

Facilita el entendimiento de los requisitos que como mínimo se deben cumplir para el adecuado funcionamiento de la MYPE.

La asesoría para la implementación y/o mantenimiento incluye la planificación, documentación, auditorías internas y mejora continua del Sistema de Gestión. El mantenimiento del Sistema de Gestión se realiza mediante el desarrollo de actividades periódicas definidas en conjunto con el personal de la organización (semanal, mensual, entre otros), que garantizan el cumplimiento de los requisitos de cada uno de los Sistemas.

Así mismo este producto ofrece capacitaciones que en el desarrollo y mejoramiento del sistema se requieran, las cuales son dictadas por profesionales especializados en cada tema.

Igualmente se ofrece apoyo a las organizaciones en la Planificación y Ejecución de auditorías internas; el desarrollo de programas de capacitación de acuerdo a las necesidades de los empresarios, con metodologías variadas que facilitan la comprensión de los temas y permiten integrar a todos los empleados.

Ventajas de un sistema de gestión de calidad en su empresa:

Optimización de los procesos.

Mejora la comunicación y la organización interna.

Flexibilidad al cambio promueve y desarrolla el trabajo en equipo.

Ventajas para sus clientes:

Productos y/o servicios elaborados con calidad.

Refuerza la confianza hacia su empresa.

## COMERCIALIZACIÓN

Se llevó a cabo a través de:

Selección de Normas que son de obligatorias o reglamentarias para los empresarios.

Comercialización a través de redes sociales, página web de la entidad, emisoras locales y por grupos de WhatsApp; Diseño de portafolio de servicios virtual el cual será enviado a los clientes potenciales; Identificación de testimonios etc.

Selección de clientes potenciales. Se consolidó una base de datos de posibles clientes que por requisito legal o reglamentario requieren documentar e implementar sistemas de gestión.

Tele mercadeo. Se identificó a través de llamadas la necesidad de asesoría y/o coordinación del sistema de gestión.

Visitas Diagnósticas: Una vez detectada la necesidad en los clientes y dependiendo de la norma de interés se realizará diagnóstico (sin costo).

Presentación cotización: De acuerdo a lo identificado en el diagnóstico se presenta propuesta económica incorporando a esta el plan operativo de trabajo.

## **SECTOR BELLEZA**

### **Objetivo**

Fue ejecutar acciones, programas y servicios que se proponen para dar acompañamiento a los empresarios del sector Belleza para el 2021.

### **PROPÓSITOS**

Posicionar a la Cámara de Comercio como entidad referente en gestión hacia el sector belleza.

Incrementar la competitividad y promover la formalización de los empresarios del sector.

### **CONTEXTO DEL SECTOR**

Actualmente el SECTOR BELLEZA representa el 3,8 % del tejido empresarial del Quindío con un total de 708 empresas, las cuales están clasificadas en peluquerías con un 67 %, barberías un 12

%, centros de estética un 7,2 %, tiendas de cosméticos un 12 % y academias de belleza con un 1 % y donde el 66 % de las empresas se encuentran ubicadas en Armenia, además es un sector que reporta el 1,7 % del empleo generado.

### **CONTENIDO**

Gestión gremial.

Gestión del conocimiento y fortalecimiento del sector.

Gestión comercial y promoción sectorial.

### **GESTIÓN GREMIAL**

### **SINERGIA INSTITUCIONAL**

Se desarrollaron acciones en conjunto con el SENA, CRQ, Secretaría de Salud, Empresa RH, Secretaría de Planeación, SAYCO & ACINPRO y marcas comerciales.

Se conformó una MESA DE TRABAJO DEL SECTOR se articularon acciones encaminadas al fortalecimiento de las empresas, generación de ideas para construcción de programas y atención a las necesidades de los empresarios.

Se diseñó y elaboro un CATÁLOGO DE TRÁMITES Y ENTIDADES a las cuales lograran acudir para el desarrollo de la actividad de belleza, que permitió simplificar en tiempo los procesos de formalización de las empresas del sector.

Se efectuó una RUEDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS que permitió a los empresarios conocer de mano de las entidades, los requisitos para el buen desarrollo de la actividad de la belleza, además de permitir conocer empresas que pertenecen a la cadena de abastecimiento, con el fin de que se generen redes empresariales.

Se brindó ACOMPAÑAMIENTO PERMANENTE de acuerdo a las necesidades de los empresarios del sector, referentes a temas institucionales y de cumplimiento normativo para el desarrollo de la actividad.

## ESTUDIO DEL SECTOR

El objetivo fue obtener una caracterización más detallada del sector acerca de los componentes del comportamiento de las ventas, local comercial, acceso a créditos, generación de empleo, cadena de abastecimiento, mercado, competitividad e innovación, transformación digital, niveles de endeudamiento, proveedores, entre otros. Así mismo conocer las tendencias del consumidor respecto al sector.

Este estudio fue un insumo para generar acciones, programas y servicios encaminados al fortalecimiento de los empresarios del sector.

## MARKETING RELACIONAL

La constante comunicación con los empresarios nos permitió obtener una retroalimentación de lo que están pensando, de lo que están haciendo en cada uno de sus negocios, de sus necesidades y solicitudes de acompañamiento, insumo importante para sumar acciones de trabajo hacia el sector, por ello se efectuarán las siguientes actividades.

**VISITAS:** Se logró tener contacto directo de relacionamiento con el empresario para motivar a participar de las actividades, conocer la realidad de su negocio, generar acercamiento hacia la entidad, acompañar en sus necesidades gremiales e institucionales y direccionar al respecto.

**GRUPOS DE WHATSAPP Y LISTAS DE DIFUSIÓN:** Este grupo se viene manejando desde hace un año con el fin de mantener al tanto de las actividades y acciones encaminadas al sector por parte de la entidad, además de brindar información de interés y generar un espacio de relacionamiento entre los empresarios participantes, el objetivo es seguir sumando empresarios a estos grupos, actualmente se cuenta con 150 empresarios vinculados a dos grupos y una lista de difusión.

## GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y FORTALECIMIENTO SECTORIAL

El sector belleza es un sector que responde muy bien a la formación en tendencias, incluso ya tienen como referencia a la Cámara de Comercio, por lo tanto se siguieron ofreciendo seminarios, colorimetría, uñas, maquillaje, peinados, etc. Por tal razón seguiremos fortaleciendo estas áreas del conocimiento en alianza con las marcas comerciales.

## CICLO DE FORMACIÓN

No sueñes con la peluquería de tus sueños, constrúyela: En este proceso de formación los empresarios vieron 4 módulos, los cuales fueron; atención al cliente, técnicas de venta, administración y gestión de los protocolos y un componente de transformación digital.

Marketing de salón y conocimiento de línea: donde se trataron temas como; modelos del servicio, imagen de salón, zonas de exposición y venta, entrenamiento y motivación del equipo y desarrollo y conocimiento de las líneas del negocio.

## SEMINARIOS dictados durante el 2021

Maquillaje y cuidado de la piel: Full color, color aplicado al maquillaje, prácticas seguras en los procesos del maquillaje, cuidado y preparación de la piel.

Tendencias en color: Memoria del color, tricología capilar, evolución del color, formas y texturas.

Últimas tendencias en uñas, decoración.

Tendencias en barbería, colorimetría masculina, cuidado del cabello, perfeccionamiento

## ESPACIOS DE ACTUALIZACIÓN NORMATIVA

Es de gran importancia estar vigentes en el cumplimiento de las normas exigidas para el desarrollo de las actividades, por eso se dictaron seminarios de socialización y actualización en los temas de interés, esto en compañía de la Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno, Empresa RH, CRQ, Bomberos, entre otras, los temas fueron los siguientes:

Ley 1801 de 2016: Requisitos para la apertura de un establecimiento de comercio.

Resolución 2117 de 2010: Requisitos de apertura y funcionamiento de peluquerías, barberías, escuelas de formación de estilistas, salas de belleza.

Resolución 2827 de 2006: Manual de Bioseguridad para establecimientos de actividades cosméticas o afines con embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental.

Ley 711 del 2000: Se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y otras disposiciones de la salud estética.

Resolución 2263 de 2004: Requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares.

## SEMANA DEL SECTOR

En el marco de la celebración del día del estilista del 23 al 27 de agosto se efectuó la semana del sector, donde se contó con un espacio académico para cada uno de los subsectores en temas de interés como tendencias, modelo de negocio, marketing digital, entre otras.

Lunes para salas de belleza y peluquerías

Martes para barberías

Miércoles para centros de estética

Jueves para tiendas de cosméticos

Viernes coach para el sector.

## PROMOCIÓN DEL SECTOR

## EXPLORACIÓN EN EL MARCO DE FERIAS NACIONALES

Se realizaron Visitas exploratorias y de relacionamiento a las ferias del sector Belleza y Salud en Bogotá y Expo Belleza en Medellín.



## CAFES ESPECIALES

En los últimos años el departamento del Quindío viene avistando un cambio muy llamativo en el modelo de negocio tradicional de la venta de café, cada vez son más los productores de este grano, los que se lanzan al inmenso mundo de la transformación y comercialización de este producto ya terminado, y son las tiendas, supermercados, cafeterías, panaderías, tiendas especializadas y cualquier establecimiento donde se expendan esta bebida los que juegan un papel bien importante haciendo posible la distribución.

Si bien es claro que mucho de nuestro café industrializado se distribuye por todo el País y en un renglón más bajo se exporta hacia diferentes partes del mundo, gran parte es consumido localmente por el alto interés que ha venido generando la llamada tercer ola del café o los cafés especiales o diferenciados.

Actualmente se viene trabajando articuladamente en la consolidación del clúster de los cafés especiales del Quindío, Así las cosas, en el departamento del Quindío hay empresarios y productores que cultivan, procesan, comercializan y expenden café, pero no cualquier grano, sino de cafés especiales, integrando una cadena de valor que en su conjunto llamamos clúster.

Aclarado esto, es bueno acotar que los cafés especiales son aquellos apreciados por el consumidor por su calidad y las sensaciones y experiencias que transmiten al tomarlos, por eso los criterios de compra se basan en la calidad y no en el precio. Esto los hace diferentes a los cafés estándar o básicos que son valorados como materia prima y no por sus atributos, algunos los llaman cafés diferenciados.

Como este segmento de negocios es el más atractivo, rentable y de mayor crecimiento en el mundo del café concentrando lo mejor de lo mejor con mayores precios de venta, instituciones como la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, que promovió hace seis años la Ruta Competitiva Kaldia para el fortalecimiento de las empresas de los cafés especiales, en asocio con la Gobernación, Alcaldía de Armenia, Comité de Cafeteros del Quindío, Cooperativa de Caficultores del Quindío, Sena y Escuela de la Calidad del Café y las Universidades del Quindío y La Gran Colombia, vienen trabajando en la organización del clúster de los cafés especiales para apoyar lo que será la caficultura del siglo XXI.

La participación en eventos comerciales, tales como ferias nacionales e internacionales, subastas de micro lotes, concursos y ruedas de negocios se han convertido en estrategia de acceso directo a vitrinas comerciales para el mundo empresarial, convirtiéndose en espacio donde se pueden dar a conocer y exhibir productos y servicios con el propósito de promover el encuentro entre la oferta y la demanda en un solo sitio, generando el establecimiento de relaciones comerciales.

El Quindío cuenta con productores y empresas con procesos de cafés especiales o diferenciados, pero la gran apuesta apunta a la expansión en el mercado nacional, pues es claro que la demanda local no es suficiente para su total comercialización. De acuerdo con lo expuesto anteriormente, la participación de los empresarios/productores del sector de cafés especiales o diferenciados en eventos de gestión comercial y ferias de orden departamental, nacional e internacional como un mecanismo para fortalecer el desarrollo del sector empresarial, es una gran oportunidad para mostrarle al País y al mundo los diferentes productos que producimos y manufacturamos en la Región; además existen muchas posibilidades de hacer contactos y relaciones con compradores potenciales y generación de negocios.

De igual forma el fomento a la generación de consumo interno de café a través de actividades de promoción como catas públicas para educación de consumidores y los concursos de calidad para las tiendas especializadas de café son clave en el posicionamiento del departamento dentro del Paisaje Cultural Cafetero y en la generación de dinámicas comerciales que influyen positivamente en toda la cadena productiva empezando por los caficultores.

## OBJETIVO GENERAL

Fue el de generar mecanismos que agilicen la reactivación económica del sector de cafés especiales, fortaleciendo la industria cafetera y el incremento en exportaciones, a través de actividades que propendan a la generación de competitividad de su tejido empresarial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS fueron el de:

Promover el consumo interno de café especial a través de actividades lúdicas que conlleven a generar cultura y ayuden a mejorar ventas

Generar actividades de aprendizaje comercial y de promoción para los empresarios del sector de cafés especiales que propendan un incremento en la internacionalización.

Fortalecer la industria de transformación local

Desarrollar actividades gremiales que propicien la mejor relación con el sector

Empoderar a los empresarios del Clúster de Cafés Especiales del Quindío.

## ACTIVIDADES DESARROLLADAS 2021

### CONSUMO

#### PROGRAMA «TÓMATE EL QUINDÍO»

Dada la demanda turística presentada en el departamento se encuentra la necesidad diversificar la oferta turística a través de las tiendas de café. En el caso del departamento del Quindío, el café es un producto icónico y representativo tanto cultural como económicamente en la región.

A partir de una taza de café se le entrego al consumidor una aventura experiencial lo cual lo llevará a recordar el lugar y la situación en la que se encontraba a la hora tomar dicha taza de café, por esto surge la necesidad de determinar espacios con diferentes personalidades las cuales cumplan con las expectativas de cada cliente y le permita conocer la región al consumidor.

La ESTRATEGIA, consistió en convertir al Quindío en una experiencia imperdible e instagrameable a través de la visita tiendasde café y el disfrute de su ambiente y productos relacionados con café especial.

#### Empoderamiento

Se logró motivar y emocionar a los empresarios de tiendas de café en el Quindío para que hicieran parte de la estrategia, conformando un selecto club de establecimientos que interactúan cooperativamente, proponen y alimentan la estrategia permanentemente, es el elemento clave para la sostenibilidad a largo plazo de la estrategia.

#### Desarrollo de embajadores

Se Involucró a los quindianos dentro de la estrategia para convertirlos en embajadores, expertos conocedores de la oferta de tiendas de cafés y la vez fueron promotores para familiares, amigos y visitantes en la experiencia de tomarse el Quindío, con una gran respuesta.

#### Invitación a visitantes

Se logró que los turistas que visitan el Quindío fueran a las tiendas de café aliadas, como gran experiencia la cual enriquecerá su estancia en el departamento y genero promoción orgánica a través de redes sociales de “Tómame el Quindío”.

## Sostenimiento

Desarrollar actividades de largo aliento que conserven la vigencia de la estrategia articulando las propuestas y conocimiento de los aliados para enriquecer y alimentar permanentemente el ejercicio colectivo, y generar innovaciones en el proceso de comunicación.

## ACTIVACIÓN DE CONSUMIDORES

### CATAS PÚBLICAS

Se logró generar cultura por el consumo de café de calidad a consumidores no conocedores en las tiendas existentes que ya se encuentran ofreciendo un café diferenciado y en diferentes lugares del departamento, resaltando el papel del Barista y el Catador como actores fundamentales en la enseñanza del buen consumo de café a nivel local. Logrando impactar todo el sector cafetero, especialmente las tiendas de Café.

### RETOS Y CONCURSOS

“Reto Café – La mejor bebida preparada en Tienda”

Se logró Promocionar las tiendas de café, a través de la realización de un concurso para premiar los lugares donde se ofrezcan las mejores bebidas (Espresso, Capuchino y una bebida diseñada). Las tiendas de café son un eslabón importante para la comercialización y promoción de los cafés producidos y transformados en el municipio.

### MISIONES

Cada tres meses, las tiendas de café prepararon un producto especial de café, con un precio estandarizado para realizar una competencia durante un mes.

Se realizaron invitaciones a personas locales y turistas a probar las preparaciones especiales en cada una de las tiendas.

Los participantes de la expedición, rankearon cada producto a través de un sitio web y redes sociales.

### VISIBILIDAD DE LA OFERTA

### COFFEE SHOWS CENTROS COMERCIALES

El objetivo de estos eventos fue el posicionamiento de las marcas de los empresarios participantes y la sensibilización a consumidores buscando educarlos en el consumo de café especial.

### INTERNACIONALIZACIÓN

### MISIONES COMERCIALES - CATAS EN DESTINO

#### Objetivo

Se logró acercar la oferta de Cafés Especiales origen Quindío al mercado europeo, a través de un evento sensorial con la cámara colombo italiana, para promover el contacto entre empresarios, la generación de negocios y nuevos canales de distribución.

## ACTUALIZACIÓN EN TEMAS DE EXPORTACIÓN

Se ofrecieron acciones de Formación y asesoría para la preparación comercial de empresas líderes con miras a la internacionalización.

Se generaron acciones que permitieron una mejor preparación de las empresas que tienen adelantos para la internacionalización, además de minimizar las brechas que impiden un mejor desempeño en este segmento:

Registros FDA

Condiciones de empaques

Tramitología básica

Cotizaciones

## PARTICIPACIÓN EN FERIAS

### EXPOESPECIALES

Se logró la Participación en EXPOESPECIALES como estrategia de promoción del café del Quindío. Participan en esta Feria la Gobernación del Quindío, la Alcaldía de Armenia, el Comité Departamental de Cafeteros, el SENA, la Universidad del Quindío y la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Las ferias y exposiciones son una gran herramienta de promoción y comercialización, tienen la ventaja de la interacción personal entre expositores, compradores y productos. También son un arma valiosa de comunicación por medio del contacto directo y de la participación en diferentes actividades paralelas tales como talleres técnicos, seminarios, ruedas de negocios, degustaciones, cocteles, etc. Son el centro de reunión de proveedores, distribuidores, vendedores, inversionistas. Nos dan un rápido acceso a nuevas informaciones del mercado y de nuestra competencia y son la puerta de ingreso a nuevos mercados.

## FORTALECIMIENTO A LA INDUSTRIA

### ACERCAMIENTO COMERCIAL CON INSTITUCIONES

El objetivo de esta actividad, fue el de acercar la oferta de café producido y transformado en el Quindío con las instituciones públicas y privadas del departamento para que se generara la posibilidad de proveeduría de café institucional que normalmente era de empresas de fuera de la región.

Se realizaron las siguientes acciones:

Búsqueda de instituciones público privadas.

Charla de sensibilización sobre los cafés de origen y el impacto local que generan.

Acompañamiento en el proceso de licitación o compra.

Presentación de proveedores quindianos.

Acompañamiento para el mejoramiento de equipos de preparación.

Formación dual – Preparación de café.

## ACTUALIZACIÓN EN TENDENCIAS DE TRANSFORMACIÓN

Teniendo en cuenta que la industria Quindiana goza de buen reconocimiento y se viene consolidando con gran especialidad dentro del país, desde la Cámara se siguió fortaleciendo los empresarios que se dedican a la transformación a través de capacitaciones de actualización para mantener a la vanguardia de la especialidad.

Las capacitaciones desarrolladas contaron con los siguientes contenidos temáticos:

Etapas y cambios físicos en el proceso de torrefacción.

Desecación y pérdida de agua.

Reacciones de reducción de azúcares y aminoácidos.

Caramelización de azúcares.

Producción de Co<sub>2</sub> por pirogenación de carbohidratos, proteínas y grasas.

Agrietamiento del grano (crepitación) y afloramiento de aceite de la superficie.

Sobre torrefacción. Se carboniza y desaparece el aroma.

Aprovechamiento adecuado de equipos de torrefacción.

Perfiles y parámetros.

Curvas de tostión.

Recopilación.

Industrialización y manejo eficiente de datos durante el proceso.

## ACTUALIZACIÓN Y REDIRECCIONAMIENTO DE GUÍA DE PROVEEDORES

Desde el año 2019 se creó la guía de proveedores del sector café, que es una red empresarial que busca brindar información a la mano, de productos y servicios necesarios en el desarrollo de la cadena productiva del mismo y que a la fecha se ha convertido en una herramienta primordial para la promoción de los empresarios y la eficiencia en la búsqueda de proveedores o clientes.

Para el año 2021 se desarrolló la actualización de la misma y el diseño en forma virtual que permitiera a través de inteligencia artificial una mejor gestión de la herramienta por parte de las personas que la utilicen, de igual forma es una manera de estar a la vanguardia mundial de las nuevas tendencias en la presentación de información y de promoción.

## COMPONENTE GREMIAL

### FORMALIZACIÓN A PRODUCTORES CAFETEROS

Teniendo en cuenta el alto porcentaje de informalidad que se viene dando por parte de productores cafeteros que están llevando al mercado sus propias marcas de café pero sin ningún proceso legal y sanitario. En compañía del Comité de Cafeteros se realizaron jornadas con dichos productores con el fin de entregarles información valiosa sobre estas prácticas, para motivarlos para la formalidad y la legalidad. Los contenidos temáticos a tratados fueron entre otros:

El paso a paso de los trámites ante cámara de comercio, DIAN.

Diferencias entre registro de empresa y registro de marca.

Que es el registro Invima y sus trámites.

Que tener en cuenta para elaborar el diseño de su marca.

Mercadeo y marketing básico.

### PROGRAMA DE FORMACIÓN DUAL

Se buscó mejorar la oferta en materia de café preparado que vende cada establecimiento y de esta forma se genere atracción de clientes, aumenten sus ventas y se cree cultura por el buen café.

En formación dual se trabajó con los prestadores de servicios turísticos, buscando mejorar su servicio y su oferta, para lograr un doble impacto para el sector de café, el primero porque estos lugares, se están convirtiendo en escenarios de alto consumo de buen café por parte de visitantes; el segundo porque estos empresarios de turismo lograran promover el consumo por lo tanto necesitaron proveerse de café tostado por libras para atender su demanda.

### EVENTOS MUNICIPALES

Se logró la promoción del café de origen a través de la implementación de un evento dirigido al sector de cafés especiales contemplando desde la producción hasta las tiendas especializadas en los municipios que se vincularon.

#### Evento

Se realizó una muestra de los cafés especiales que vienen siendo procesados dentro del municipio, en el marco de la plaza, se desarrolló una muestra permanente durante todo el día y algunos invita dos de los municipios vecinos, acompañando las diferentes actividades relacionadas al sector cafetero con el fin de promocionar los orígenes.

### SUBASTA

Se realizó un concurso, donde se subastaron micro lotes pequeños de café de calidad en café pergamino seco, los cuales pasaron por una serie de evaluaciones realizadas por un panel de catadores. Los demandantes en la subasta fueron las empresas transformadoras locales, nacionales e internacionales que se vincularon y que como requisito de inscripción se comprometían a comprar por lo menos uno de los lotes a subastar al precio base que se fije parainicio de la subasta.

### ASESORÍAS

Se desarrollaron las siguientes asesorías a los empresarios del sector en los siguientes temas:

Registro Sanitario INVIMA

Registro de Marca

Marketing

Certificaciones

Obtención de Códigos de Barras

Obtención de uso de logo Denominación de Origen Café de Colombia

Montaje de tiendas

## MESAS DE TRABAJO

Se implementaron mesas empresariales con dos objetivos, el primero fue el de compartir ideas y experiencias del negocio, siendo la CCAQ un promotor de encuentros entre empresarios y el segundo fue el de definir representantes o delegados que pudieran llegar a representarlos en conjunto con la CCAQ, frente a otras mesas gremiales o institucionales que se empiezan a fomentar para la toma de decisiones de gran impacto como es el caso de la participación del Quindío en Expo especiales , nuevos proyectos y temas como :

Exploración de nuevos mercados

Desarrollo de nuevos productos

Investigación en procesos

Vigilancia y análisis de tendencias

## **SECTOR ESAL**

En el 2021 se adelantaron acciones empresariales con el fin de mejorar la competitividad de las Entidad SinÁnimo de Lucro.

¿POR QUÉ?

Las Entidades Sin Ánimo de Lucro son impulsores del cambio social. Tienen el potencial para promover trabajos, mover voluntariado y generar un crecimiento inclusivo, mientras abordan los principales desafíos sociales.

Líneas estratégicas desarrolladas en el 2021

**RELACIONAMIENTO:** El objetivo fue generar un primer acercamiento con los servicios existentes de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío como son: Registros Públicos, Formación Empresarial y la Clínica Empresarial, a las diferentes Entidades Sin Ánimo de Lucro del Quindío.

Cómo se logró:

Creación de canales de comunicación vía WhatsApp, uno con las ESALES de Armenia y uno con los de municipios.

Se socializo el portafolio de Servicios Especializados de la Cámara de Comercio de Armenia, cuyo contenido se define en Formación para las ESALES, Asesorías especializados, actualización.

**ALIADOS INSTITUCIONALES:** La finalidad fue generar desarrollo y fortalecimiento sectorial, además de gestión gremial; fue un trabajo articulado con diferentes instituciones del orden Nacional, Departamental y Municipal para la consolidación de actividades de alto impacto que buscaba beneficiar y consolidar a las ESAL del departamento.

Cómo se logró: Desarrollo del Observatorio ESAL (Análisis de variables internas y externas).

Agenda de trabajo con las entidades de diferente orden (Nacional, Departamental y Municipal). Tres Ejes Centrales: Habilidades para el sector, oportunidades del mercado y promoción del sector.

**SERVICIOS PARA EL SECTOR:** Se buscó facilitar el desarrollo de nuevas habilidades dentro de las ESAL, con servicios especializados ofrecidos desde las diferentes áreas de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

Cómo se logró: **ACCESO AL MERCADO:** Generación de espacios para las ESAL con el objetivo de fortalecer sus servicios y/o productos, por medio de la promoción del sector e incentivo a la innovación.

Estructuración del directorio digital para el Sector Esal.

Espacio de Workshops de Innovación Social, estructurado en tres Fases en la que las estas organizaciones se lograron involucrar procesos de innovación dentro de sus organizaciones.



## SECTOR MUEBLES

### PROPÓSITO DE TRANSFORMACIÓN MASIVA CLÚSTER MUEBLES

Desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío decidimos construir un foco, una meta que generará un alto impacto en los empresarios del sector y que estuviera alineada con los objetivos principales de nuestra entidad, este Propósito de Transformación Masiva (PTM de ahora en adelante) es:

Industria del mueble del Quindío con reconocimiento global

### LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Dentro de la alineación estratégica en el 2021 se trabajó sobre tres (3) líneas estratégicas principales que fueron los cimientos principales para alcanzar nuestro anhelado PTM, estas líneas están pensadas para lograr generar el impacto con los empresarios y lograr consolidar esas metas tan anheladas, estos retos son los siguientes:

### NECESIDADES DEL SECTOR

Al momento de realizar un análisis con empresarios y evaluando un poco las tendencias en el sector, se han identificado las siguientes como las necesidades puntuales del sector:

El sector solicita mano de obra calificada, la cual haga más competente la industria.

La falta de dinamización y marketing de los muebles del Quindío.

Se requiere incursionar en procesos de innovación.

Es necesario reunir esfuerzos alrededor de la industria para crear un centro de diseño y de exhibición.

Control de la informalidad, son varias las empresas que no pagan impuestos ni permiten generar valor agregado a la región, pero se vuelven el punto de quiebre de los empresarios formales.

Fortalecer los procesos de exportación de la industria.

Dentro de estos factores se puede evidenciar la importancia de realizar un plan estructurado que cumpla diferentes aristas y que genere el apoyo que el empresariado necesita.

De acuerdo a toda esta información recopilada, en el 2021 se trabajó en las siguientes acciones .

### PROGRAMA SIÉNTASE

Esta iniciativa impacta directamente las líneas estratégicas de consolidación y promoción, se buscó el fortalecimiento del sector y de los actores participantes con una serie de iniciativas que permita la consolidación y la promoción, y que cuenten con una estructura clara que logre una mayor integración de actores.

### SIÉNTASE ACOMPAÑADO

Programa de acompañamiento mensual sobre las necesidades del sector, dentro de esas necesidades se identificaron unos temas puntuales en formación para los empresarios, con estos temas se logró actualizar a los empresarios del sector y de esta forma se fortaleció el acompañamiento de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

## SIÉNTASE CÓMODO

Espacio tipo Show Room donde se conocieron las empresas del sector, en la cual las empresas podrán realizar las siguientes actividades:

Exposición de productos

Presentación de tendencias con pantallas en el centro comercial para los clientes.

Tener un día especial para cada temática:

-Un día hogar

-Un día corporativo

-Un día mixto corporativo para el hogar.

Los días temáticos se plantearon de acuerdo a las ofertas de los empresarios de la región.

## SIÉNTASE PRODUCTIVO

Siéntase Productivo fue un campus de formación, el cual contó con ponentes representativos a nivel nacional e internacional y que sirvió como un espacio de actualización y networking de los empresarios del sector, en este escenario se trabajaron las siguientes temáticas:

### PRODUCCIÓN

-Mejora de procesos productivos

-Tendencias mundiales en el sector muebles

-Automatización

### MARKETING OMNICANAL

-Captación

-Comercialización online de alto nivel

-Pipeline

-Posicionamiento de marca.

### TECNOLOGÍA

-Tácticas digitales

-Soluciones tecnológicas para mejorar el sector

### DINÁMICA CLÚSTER

Con el foco de seguir trabajando en el desarrollo del clúster de muebles del Quindío, se han identificado una serie de oportunidades que permitirían el reconocimiento de estos empresarios que han decidido trabajar en conjunto por potencializar una iniciativa clúster:

En el 2021 se continuó con la ejecución del proyecto que buscaba fortalecer el sector CLÚSTER DEL MUEBLE, cuyo objetivo es, Incrementar la capacidad competitiva de las empresas del Clúster de Muebles del Quindío (10empresas) en segmentos de mercado sofisticados (vanguardista y corporativo)

Las líneas de acción se fundamentaron en 3 componentes: INNOVACIÓN, MERCADO Y GOBERNANZA, en este marco se trabajó en estos campos de acuerdo a las necesidades de las empresas y a la continuidad de las iniciativas

Con este proyecto se logró alcanzar la siguiente meta:

Al menos siete (7) de las diez (10) usuarias finales logran un crecimiento en ventas del 10% y tres (3) usuarias finales del 12%, y cinco (5) logran un crecimiento en al menos 3% en rentabilidad al finalizar el proyecto frente a la línea base establecida en el acta de inicio establecido en los Términos de Referencia de la Convocatoria.

Así mismo se han identificado OTRAS INICIATIVAS para adelantar en el marco del fortalecimiento del clúster, estas nuevas iniciativas son:

## SECTOR NATURISTA DEL QUINDÍO

### Introducción

Las medicinas y terapias alternativas y complementarias –MTAC- dentro de las cuales se cuentan la medicina tradicional ayurveda y china, la fitoterapia, la homeopatía y la naturista entre otras han ido tomando protagonismo en las últimas décadas y han empezado a ocupar un papel importante en diferentes actores de la sociedad a nivel mundial, en primer lugar el público y los usuarios de servicios de salud en todo el mundo siguen incluyendo la MTAC entre sus decisiones relacionadas con la salud pues han visto en ellas un opción diferente a la medicina alopática, las MTAC son usadas de manera preventiva y como su nombre lo indica de manera alternativa o complementaria a la medicina convencional, en segundo lugar desde las instituciones y diferentes organismos como la OMS se insta a los estados miembros a la integración de estas prácticas en sus sistemas de salud tal como se expone en la Estrategia de la Medicina Tradicional de la OMS la cual plantea dos objetivos:

Aprovechar la posible contribución de la MTC a la salud, el bienestar y la atención de salud centrada en las personas.

Promover la utilización segura y eficaz de la MTC mediante la reglamentación de productos, prácticas y profesionales.

El uso de la medicina tradicional complementaria varía con el contexto cultural y socioeconómico de cada país:

En algunos de los países en vía de desarrollo su uso está dado por la baja cobertura de su sistema de salud.

En otros países, la medicina tradicional hace parte de sus principales instrumentos en el cuidado de la salud.

Entre tanto, países donde la medicina convencional predomina, el uso de la medicina tradicional está determinado por influencias culturales.

Por su parte, los países desarrollados hacen uso de la medicina tradicional sólo como un complemento a su sistema de salud.

Es sabido que en algunos países del tercer mundo en los que no hay una cobertura óptima de salud por parte del gobierno las MTAC se constituyen en la opción principal a la hora de atender problemas de salud, así mismo en países como Estados Unidos hasta el 80 % de la población ha recurrido al menos una vez al uso de este tipo de medicinas.

En el caso de Colombia entre los factores que motivan a las personas a hacer uso de las MTAC se encuentran:

La percepción de que los tratamientos convencionales no son completamente efectivos además de ser más costosos.

Interés personal en la medicina alternativa.

Consumo de MTAC por recomendación de personal de la salud.

## CONTEXTO LOCAL DEL SECTOR

En el caso del departamento del Quindío, este sector ha crecido un 309 % en la última década pues según datos del registro mercantil para el año 2010 habían 34 establecimientos activos, posteriormente para el año 2015 ya se contaban un total de 96 y finalmente en el año 2020 se encuentran activos un total de 139 establecimientos dentro de los que se cuentan: 1 parque temático, 1 laboratorio, 3 fabricantes, 5 farmacias homeopáticas, 10 centros de MTAC, 14 comercializadoras de plantas medicinales, 19 distribuidoras de productos naturales y 86 tiendas naturistas, estos establecimientos además generan en total 322 empleos. En la siguiente tabla se muestra su distribución por municipio:

Entre las características más importantes de este sector se encuentran:

El crecimiento y dinamismo económico del mismo en las dos últimas décadas.

La sintonía con los hábitos de las personas y la confianza de estos en este tipo de productos quienes están cada vez más preocupadas por un consumo responsable y que tenga menores repercusiones que las que supone el uso de medicina convencional.

El protagonismo que ha tomado el uso de medicamentos y productos naturistas debido a la actual coyuntura.

La evolución y la tecnología aplicada a estas medicinas que hacen que cada vez el espectro de productos de este tipo se incremente.

Y en general por el aporte que desde las MTAC se hace la salud y el bienestar de la sociedad.

## JUSTIFICACIÓN

Dado lo anterior desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío se han adelantado diferentes acciones para trabajar por este sector a fin contribuir con su competitividad, en el marco de las acciones generadas para la elaboración de un plan de trabajo que responda de manera efectiva a las necesidades y solicitudes de los diferentes actores de este sector, entre febrero y marzo del presente año se realizaron entrevistas a empresarios del sector, posteriormente en el mes de mayo se aplicó una encuesta de manera virtual y finalmente el pasado mes de julio se llevó a cabo el estudio denominado “Actualidad del Sector Naturista en el Quindío” mediante el cual se analizó la dinámica actual de las tiendas tomando en consideración diferentes variables como ventas, empleo.

De las diferentes herramientas de diagnósticos se lograron identificar como principales necesidades y o debilidades las siguientes:

Promover una sana competencia de precios ya que los encuestados manifiestan prácticas desleales entre las diferentes tiendas.

Controlar la legalidad de productos ya que debido a la escasez de esta hay tiendas que los comercializan sin cumplir con los respectivos requisitos exigidos por las autoridades, esto a su vez permite una competencia desleal en precios y propicia una cultura de la ilegalidad en el consumidor quien muchas veces prefiere productos sin registro por su costo inferior.

Realizar actualización de conocimientos y formación especializada con el fin de contribuir al mejoramiento del procedimiento de venta el cual a su vez aumente el grado de confianza en el consumidor. Con el tiempo contribuir a la profesionalización del sector.

Incrementar el uso de las nuevas tecnologías y promover la transformación digital.

Apoyar con la promoción del sector enfocado en el incremento de las ventas.

En el 2021 el objetivo general del sector naturista fue el de Posicionar el sector de la medicina naturista y alternativa del Quindío a través de la profesionalización de sus actores, la promoción de sus productos y servicios y la gestión gremial

## PILARES ESTRATÉGICOS Y ACCIONES DESARROLLADAS EN EL 2021

**Formación:** Promover la profesionalización y la cultura de la legalidad.

**Promoción:** Posicionar el sector y contribuir al mejoramiento de las ventas.

**El Nuevo Negocio:** Promover una cultura empresarial vanguardista y en sintonía con la dinámica de un entorno en permanente cambio.

**Gestión Gremial:** Apoyar a los empresarios del sector en la gestión de temas de alto nivel ante diferentes entidades de orden local y nacional.

### FORMACIÓN:

En este pilar se establecen diferentes programas de formación entre actores del sector así como entidades de formación especializada, instituciones educativas, laboratorios e instituciones de vigilancia y control.

### FORMACIÓN COLABORATIVA:

A través de un inventario de conocimientos y habilidades de los propietarios, gerentes y equipo de trabajo de diferentes establecimientos se lograron identificar diferentes temáticas pertinentes las cuales han sido programadas y ejecutadas a lo largo del 2021 para que a través de conferencias, charlas y ciclos de formación se haga una transferencia de conocimientos entre los empresarios de este sector, con lo anterior lograremos la ampliación del espectro de conocimientos de los empresarios, el conocimiento de la oferta local de productos y servicios y el relacionamiento entre empresarios.

### FORMACIÓN NORMATIVA:

Con el apoyo de entidades de control y vigilancia se programaron diferentes acciones de formación a través de una metodología de sensibilización y pedagogía a fin promover la cultura de la legalidad y a su vez generar mayor confiabilidad en el discurso de comercialización y venta de productos naturistas y en sí en el consumo de los mismos.

### FORMACIÓN ESPECIALIZADA:

Mediante alianzas interinstitucionales con el SENA y la Universidad del Quindío se inició el camino hacia la profesionalización de los empresarios y sus empleados. Esta formación fue enfocada en la comercialización de productos naturistas, Fito terapéuticos y homeopáticos, así como en conocimientos de plantas medicinales.

### PROMOCIÓN:

En este pilar se realizaron diversas actividades de índole promocional en diferentes medios de comunicación como redes, radio y televisión, así como eventos y visitas temáticas.

### REDES, RADIO Y EVENTOS:

A través de estos medios se dio a conocer la oferta local de productos y servicios del sector mediante diferentes estrategias de promoción que permitieron poner en evidencia las bondades del consumo y uso de las MTAC (Medicinas y Terapias Alternativas y Complementarias)

Actividades programadas:

Programa Salud Hoy - Voz de Armenia, programa de transmisión semanal en el que diferentes expertos e invitados como propietarios, con formación profunda en el tema, así como médicos del sector y en general personal con formación especializada hablarán de un tema específico de salud, en este programa habrá interacción con los oyentes y más que un espacio de promoción de un producto o una tienda en particular se pretende promover el consumo y uso de las MTAC.

Reality Test: La temática del programa se basó en escoger a un particular que tenga alguna afectación de salud que pudiera ser tratada con medicina naturista e ir registrando en video su evolución hasta su cura, estos videos serán transmitidos periódicamente en las redes sociales de la entidad y se pretende promover el consumo de medicina naturista de una manera más orgánica haciendo de la cotidianidad de una persona el principal insumo de motivación.

Directorio virtual: Se diseñó e implemento un directorio virtual geo referenciado con fotografía de 360° del establecimiento que permita conocer la ubicación del establecimiento, y los diferentes productos y servicios que ofrecía, así mismo poder posicionar este directorio en el buscador de google a fin de que sea la primera referencia que salga cuando los usuarios realicen búsquedas respecto a tiendas naturistas y servicios de este tipo.

Infomerciales Vida Natural: Este fue un espacio netamente comercial tipo tele venta para que los propietarios o empleados que participaron hablaran de las bondades de algún producto particular y de esta manera logran promocionar tanto el producto como su establecimiento. Estos infomerciales fueron de máximo de 3 minutos y fueron publicados en las redes sociales de la entidad.

Día de la medicina naturista: Evento que se realizó el 22 de octubre fecha en el que se celebra a nivel internacional el día de la medicina naturista. Para celebrarlo se realizó un despliegue en diferentes redes sociales y medios de comunicación local de promociones por parte de los empresarios del sector, además los empresarios decoraron las entradas de sus establecimientos con globos y otros elementos decorativos.

EL NUEVO NEGOCIO:

Fue muy importante dar a conocer a los empresarios las nuevas tendencias del sector, fomentando la transformación digital, así como poner dentro de su radar temas relevantes que les permitan estar a la vanguardia y en sintonía con el acelerado dinamismo de la economía y los cambios permanentes en la cultura de consumo.

LOS NUEVOS PRODUCTOS:

A través de la generación de contactos y puentes comerciales se amplió el portafolio de productos en tiendas y de esta manera se apoyó también el incremento de las ventas, dentro de los nuevos productos que se buscó que hicieran parte de este portafolio fueron:

PRODUCTOS DIY O HAZLO TÚ MISMO

PRODUCTOS NOTRÓPICOS

NANOTECNOLOGÍA

4-COSMETOLOGÍA Y DERMOCOSMETOLOGÍA VEGANA

INSECT SNAKS

UPCICLYNG

OTROS: PRODUCTOS NATURALES PARA BEBES Y MASCOTAS

#### EMPRESARIOS AMA:

A través de este programa se promovió la conciencia ambiental en los empresarios del sector y destacar el sector como promotor y pionero en las prácticas de un comercio amigable con el medio ambiente.

#### GESTIÓN GREMIAL:

A través de este pilar y mediante reuniones periódicas con empresarios líderes del sector se trataran temas de alto nivel que requieren gestión ante entidades de orden regional y nacional, los temas a tratar previamente identificados a través de las encuestas, entrevistas y visitas son:

Flexibilización para la importación y comercialización de productos importados.

Reducción de costos de los registros INVIMA.

Revisar la clasificación del código CIU.

#### ESTUDIO PARA EL SECTOR:

La CARACTERIZACIÓN a profundidad de los conocimientos, la experiencia y necesidades de los empresarios, propietarios y representantes legales que hacen parte del sector, a fin de que los planes de acción estén cada vez más ajustados a las verdaderas necesidades de los empresarios.

Se desarrolló el estudio para el sector naturista, hábitos de consumo de productos naturistas y el uso de terapias alternativas, para que se convierta en un insumo de primera mano para los empresarios en pro del mejoramiento de sus estrategias de comercialización.





## SECTOR TURISMO

### CONTEXTO

El Quindío es un destino turístico privilegiado por su ubicación estratégica y variedad en pisos térmicos, diversidad de ecosistemas y una amplia oferta de servicios turísticos disponibles para todos los segmentos del mercado, precios y preferencias, que ha sido visitado, principalmente por turistas nacionales en una proporción del 90 %.

Con relación a la oferta de prestadores de servicios turísticos formales según el Registro Nacional de Turismo, para el año 2020 se logró un incremento del 30 % con relación al año anterior, superior a la tendencia de crecimiento de la oferta turística que ~~trá~~ el departamento debido a las nuevas condiciones establecidas por los decretos 2119 y 2063 del 2018, dado que estos generaron facilidades que incentivaron la formalización tales como:

Se eliminaron los costos del Registro Nacional de Turismo tanto para el registro como para su actualización.

Se facilitaron los requisitos y procedimientos para su acceso.

Se desarrolló una nueva plataforma con mayor usabilidad que permite simplicidad al momento de la formalización o actualización.

El Registro Nacional de Turismo se hizo declarativo, es decir, no requiere los soportes en la mayoría de requisitos al momento de la formalización o actualización.

Durante la presente anualidad, pese a la crisis mundial a causa de la pandemia por la COVID 19, en donde por un período cercano a los siete meses se tuvo restricción total al ejercicio de las actividades de entretenimiento, siendo el sector turismo directamente afectado, se evidencia que en su mayoría, los empresarios han decidido dar continuidad a sus actividades económicas.

Tendencias para la reactivación del turismo y oportunidades para el Quindío en esta nueva realidad: La pausa obligada que el sector turismo a nivel mundial ha debido tomar, a causa de la pandemia por la COVID 19 y que en Colombia tuvo restricción por cerca de siete meses (marzo a agosto de 2020), iniciando su reactivación a partir de septiembre de la presente anualidad, en donde paralelamente a la existencia de la pandemia se puedan ejercer actividades turísticas con la aplicación de protocolos de bioseguridad, indica que mientras se da una solución definitiva en materia sanitaria, se deben tomar decisiones de adecuación a los servicios y experiencias turísticas, de modo que los turistas y visitantes, puedan sentirse seguros en los viajes que realicen y se minimicen al máximo las posibilidades de contagio, así como también implica que de una manera acelerada, están surgiendo nuevas tendencias que deberán ser adoptadas mediante adaptación o reinención por la oferta turística del destino, a fin de recuperar el mercado y dar continuidad al ejercicio de las actividades mercantiles. Desde el área de turismo, se han identificado tendencias como:

**-Transformación digital:** ha recobrado especial relevancia la comunicación a través de las redes sociales y portales web, haciendo evidente que aquellos empresarios que no tengan presencia en internet, presenten dificultades para captar clientes.

**-Trabajo remoto y teletrabajo:** Esta nueva realidad, permite que las personas puedan trabajar en cualquier parte de Colombia y el mundo, lo que genera una oportunidad para que puedan desempeñarse desde los alojamientos, siempre y cuando tengan muy buena conectividad a internet, dado que trabajadores que llevan varios meses laborando desde sus hogares, sienten la necesidad de cambiar de ambientes de trabajo con sus seres queridos.

**-Tendencia de viajes regionales y nacionales:** debido a las restricciones para viajes internacionales y al riesgo de adquirir enfermedades en entornos lejanos a las residencias, los turistas están dando especial relevancia a viajes cortos o dentro del país, principalmente en sus propios vehículos, evitando estar en contacto con otras personas. También se convierte en una oportunidad para las experiencias culturales auténticas y de desarrollo comunitario.

**-Burbuja social:** se identifica que los viajeros quieren disfrutar en compañía de sus familias o grupos de amigos sin tener contacto con otros grupos de personas, es decir que quieren vivir y disfrutar experiencias no masificadas.

**-Bioseguridad:** es un factor fundamental para la tranquilidad de los turistas y visitantes al momento de seleccionar sus prestadores de servicios turísticos, incluso para generar oportunidades de recompra. Como complemento a la seguridad que debe percibir el turista, retoman especial importancia las experiencias al aire libre, por lo que el turismo de naturaleza, en especial, en entornos rurales, toma relevancia, infiriendo que con mucha probabilidad, que los productos turísticos basados en la contemplación de paisajes, senderismo, observación de flora y fauna, comunitario y de aventura, que se desarrollen en espacios abiertos, podrían reactivarse con mayor celeridad, en sintonía con los alojamientos rurales de menor capacidad.

De acuerdo con el portal web de comunicaciones digitales para marcas de lujo (Digital Communications for Luxury Brands [www.luxurycomm.com](http://www.luxurycomm.com)), los sectores del turismo que se verán beneficiados tras la pandemia por COVID 19 serán:

**-Slow Tourism:** La alternativa a la masificación, que consiste en vivir el destino sin prisas. Se trata de destinos que no suelen ser grandes centros turísticos, las estancias en estos destinos son de al menos una semana y las actividades que ofrecen están relacionadas con el destino en sí con el fin de convertirse en parte de él. En cuanto al alojamiento destacan las casas rurales.

**-Turismo de Aventuras:** Es un tipo de turismo vinculado a la salud física y al bienestar mental, algo que tras esta pandemia ha ganado importancia a la hora de viajar. Además se trata de un turismo más sostenible y respetuoso con el medioambiente.

**-Turismo Rural y Naturaleza:** Son los dos que se recuperarán antes en nuestro país, por delante del lujo. Ya que la naturaleza se vincula al bienestar, a la sensación de libertad y las experiencias al aire libre permiten disfrutar manteniendo las distancias de contacto en muchos casos. Se trata de un turismo también muy vinculado al segmento familiar, que será clave de cara a los próximos meses.

**-Glamping (Glamour + Camping):** La versión más exclusiva de la naturaleza que consiste en acampar pero de una manera más lujosa en un entorno único, donde la privacidad está garantizada y las experiencias también.

**-Turismo Experiencial:** es aquel que promueve una Vivencia Satisfactoria que se consigue cuando el viajero atribuye Significado a aquello que hace durante su viaje. Las dos claves del turismo experiencial son: Satisfacción y Significado.

Con base en este contexto, se desarrollaron acciones en el 2021 para el sector turismo, con un programa llamado PROGRAMA DE TURISMO 2021 QUINDÍO, ¡DESTINO DE EXPERIENCIAS!

El programa de turismo de la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, fue direccionado principalmente hacia la promoción del destino enfocado al turismo de experiencias, teniendo en cuenta la gran variedad de productos temáticos, vivenciales y experienciales con que cuenta nuestro destino, permitiendo que la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, continúe siendo el mejor aliado del empresario en el proceso de reactivación del Turismo.

Durante el año 2021, se continuó trabajando por alcanzar los retos planteados durante el inicio de la pandemia por la COVID 19, para adecuarse a las necesidades que requería el sector, a saber:

- Permanecer vigentes
- Mantener la reputación
- Recuperar la confianza
- Reactivar el turismo: contribuir a la reactivación de las empresas, los empleos perdidos y la recuperación de mercados.

Así mismo, se hizo un énfasis especial en la consolidación de la iniciativa clúster, como herramienta fundamental para el incremento de la productividad y competitividad de los empresarios.

Se desarrollaron las siguientes líneas de acción en el 2021:

Marketing digital con énfasis en contenidos experienciales

Fam Trips.

Works shops virtuales

Ruedas de negocios en los municipios del Quindío

Participación en la vitrina turística Anato 2021

Misiones comerciales

Caravanas turísticas “Quindío, una experiencia te espera”

Generación de capacidades en marketing turístico experiencial, articulados con estrategia de marketing digital (proyecto de ctde))

Oferturismo del paisaje cultural cafetero 2021

Plataforma rutas del paisaje cultural cafetero

Articulación con iniciativas de desarrollo de producto y competitividad turística, programas y proyectos con otras entidades.

Diversificación de la oferta turística.

Consultoría especializada en la caracterización e identificación de nuevas actividades experienciales.

Alistamiento empresarial

Cooperación y gestión gremial

Consolidación de iniciativa clúster de turismo

Desarrollo de las LINEAS DE ACCIÓN

#### MARKETING DIGITAL CON ÉNFASIS EN CONTENIDOS EXPERIENCIALES

El objetivo fue generar contenido permanente en redes sociales con énfasis en productos experienciales del departamento, para promocionar tanto las experiencias como posicionarnos en la mente de futuros visitantes a nuestro departamento, como la mejor alternativa en materia de experiencia turística alrededor de la naturaleza y cultura cafetera.

#### FAM TRIPS

El término Fam Trip: (en inglés) se usa para referirse a un viaje de familiarización, que consiste en una invitación ofrecida a agencias de viajes para que conozcan los servicios turísticos de un destino, con el fin de que después lo vendan a sus clientes.

Los Fam Trips que se llevaron a cabo en dos modalidades:

#### FAM TRIPS LOCALES “QUINDÍO DESTINO DE EXPERIENCIAS” CON LAS AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO DEL DEPARTAMENTO

Los Fam Trips locales, lograron un mejor conocimiento de los productos y experiencias turísticas y una relación más cercana, para que lograran ampliar el portafolio de las agencias de viaje que participaron, a partir de alianzas comerciales entre los actores de la cadena turística

En el 2021 se realizaron dos Fam Trips mensuales con la participación de agencias de viaje de acuerdo con los aforos permitidos en cada lugar a visitar. Es de anotar que cada ejercicio comercial, se evaluó el impacto generado tanto en las agencias de viaje como en el sitio turístico visitado.

#### FAM TRIPS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO CON AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO DEL PCCC

Los Fam Trips del PCCC, por su parte, tuvieron como propósito el reconocimiento de la oferta de productos y atractivos de los departamentos del Paisaje Cultural Cafetero para generar alianzas comerciales y oportunidad de negocios entre los actores de la cadena turística de cada uno de los departamentos que lo conforman (Caldas, Risaralda, Valle y Quindío).

#### WORK SHOPS VIRTUALES

Los Works Shop Virtuales de Turismo, fueron espacios en los que se dio la oportunidad a las empresas de turismo para presentarse de manera remota a sus potenciales clientes. Estos se realizaron virtualmente en el marco de la estrategia de transformación digital que lidera la Cámara de Comercio.

Se realizaron un evento cada mes, para promocionar la oferta turística de los municipios de nuestro departamento.

## RUEDAS DE NEGOCIOS EN LOS MUNICIPIOS DEL QUINDÍO

Las ruedas de negocios se constituyeron en un mecanismo que permitieron el encuentro entre emprendedores, empresarios, inversores e instituciones que buscaban lograr acuerdos para generar oportunidades de compra o venta de servicios y productos de la cadena de valor turística.

Este ejercicio se realizó entre las agencias operadoras de turismo y los prestadores de servicios turísticos de cada municipio.

Fue un proceso articulado con las administraciones de cada municipio, con la participación de las agencias operadoras en su rol de clientes potenciales y los prestadores de servicios turísticos del municipio para que visiten los stands y generen alianzas comerciales en su rol como proveedores.

## PARTICIPACIÓN EN LA VITRINA TURÍSTICA ANATO 2021

La Vitrina Turística de Anato es la feria más importante de turismo Colombia, en donde se reúnen las agencias nacionales e internacionales y las empresas de turismo de cada región o país para mostrar las fortalezas del destino, promocionar la oferta y conocer lo más importante de esta industria del turismo, qué tienen otros destinos y cómo se están proyectando y promocionando.

Desde la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío se participó con un espacio en el stand del Departamento del Quindío, asignado para la promoción de las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, en donde se ofertan los servicios turísticos del Quindío desde la plataforma **[www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com](http://www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com)**.

## MISIONES COMERCIALES

### -MISIÓN COMERCIAL “QUINDÍO DESTINO DE EXPERIENCIAS”

Las misiones comerciales son viajes de negocios generalmente a otros países o regiones, en la que se busca introducir productos y servicios de los empresarios que participan de la misma con el objetivo de poder ganar nuevos mercados y presentar el destino, su oferta y generar vínculos comerciales con los asistentes.

Mediante este mecanismo, se buscaron alternativas de promoción del destino con el fin de abrir espacios en escenarios importantes y fidelizarlos.

Para su desarrollo, se contó con aliados estratégicos como:

Easy fly (Patrocina los tiquetes)

Sura (Patrocina los seguros de los viajeros)

Gobernación del Quindío

Alcaldía de Armenia

Gremios

Las misiones comerciales se realizaron a Bogotá y Medellín.

## -PARTICIPACIÓN EN LAS MISIONES COMERCIALES ORGANIZADAS POR LA GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO - PROYECTO FONTUR

La Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, participo en las Misiones Comerciales a siete ciudades del País, organizadas por la Gobernación del Quindío, en el marco del proyecto presentado por esta entidad a FONTUR, en donde se promociono al Quindío como un Destino de Experiencias y las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero. De la misma manera, se gestionó la participación de empresas innovadoras y con experiencias turísticas diseñadas, en este ejercicio de relacionamiento comercial directo.

## GENERACIÓN DE CAPACIDADES EN MARKETING TURÍSTICO EXPERIENCIAL, ARTICULADOS CON ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL (PROYECTO DE CTDE)

Esta propuesta busco generar capacidades en marketing turístico experiencial, articulados con estrategia de marketing digital mediante procesos de:

Sensibilización.

Diagnóstico

Plan de transformación digital

Seguimiento

Medición

Con esta intervención, se logró transformar digitalmente un 30% de prestadores de servicios de la cadena turística, posicionándolos y visibilizándolos en medios digitales.

## OFERTURISMO DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO 2021

Oferturismo, es una vitrina comercial del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, gestionada por la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío. En su octava versión, que se realizó en el mes de septiembre del 2021, y conto con las siguientes actividades:

Oferta de 130 stands de los diferentes subsectores de la Cadena Turística del PCCC

NET WORKING con los Prestadores de Servicios Turísticos del Paisaje Cultural Cafetero.

RUEDA DE NEGOCIOS “Un Mundo de Oportunidades” con treinta (30) Agencias de Viajes compradoras Nacionales.

FAM TRIP” Quindío Destino de Experiencias” Participarán treinta (30) Agencias de Viajes Nacionales.

En la versión 2021, se contará con los siguientes aliados: Alcaldía de Armenia, Easy Fly, SURA, Subcomité del PCC, Acodres, Anato, Cotelco y el Viceministerio de Turismo,

## PLATAFORMA RUTAS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO

Estrategia de promoción y fortalecimiento del departamento como Destino de Experiencias por medio de la Plataforma [www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com](http://www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com).

La Plataforma cuenta a la fecha con 475 empresas de los cuatros departamentos, 205 son del Quindío, cuenta con seis rutas temáticas, actividades y productos experienciales del departamento, y en el 2021 se amplió la estrategia para vincular más empresas.

Una de las actividades realizadas fueron las capacitaciones mensuales, virtuales y/o presenciales, para dar a conocer el Manual de Buenas Prácticas Turísticas, los trámites y requisitos para dar cumplimiento, acceder a la marca y la importancia de portar y pertenecer a Rutas del PCCC. Se continuó con la generación de nuevos contenidos publicitarios desde las redes sociales de la web, a cargo de la community manager asignada, de esta manera visibilizar la oferta de servicios, productos y atractivos buscando atraer visitas a la plataforma Rutas del PCCC.

#### ARTICULACIÓN CON INICIATIVAS DE DESARROLLO DE PRODUCTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA, PROGRAMAS Y PROYECTOS CON OTRAS ENTIDADES

Se articuló desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío con la Alcaldía de Armenia, el desarrollo de propuestas planteadas desde su Plan de Desarrollo, tales como:

Competitividad Turística: Acompañamiento a la Alcaldía de Armenia con la iniciativa para implementar y generar el sello Check In Bioseguro a los empresarios de experiencias turísticas, al Aeropuerto Internacional el Edén de Armenia y La Terminal de Transportes de Armenia.

#### CONSULTORÍA ESPECIALIZADA EN LA CARACTERIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE NUEVAS ACTIVIDADES EXPERIENCIALES

Se realizó una consultoría para intervenir a empresarios de toda la cadena de valor del turismo, en el diseño, Prototipado y testeo de actividades experienciales individuales y particulares que sean susceptibles a integrarse en el catálogo de actividades del producto turístico del Quindío y del Paisaje Cultural Cafetero.

Durante esta acción, se desarrollaron las siguientes fases:

Se identificaron las actividades EXPERIENCIALES que se innovarán o se adaptarán, bajo el concepto de TURISMO DE EXPERIENCIAS, en las empresas seleccionadas.

Se evaluaron las actividades mediante la herramienta: “Esfera de la Experiencia” para determinar el nivel experiencial que tienen las actividades.

Se acompañó las empresas, mediante una Mentoría en el diseño de actividades experienciales garantizando innovación en los productos terminados.

Se realizaron prototipos de las actividades experienciales diseñadas.

Se validaron las actividades experienciales para su integración a productos y catálogos de turismo

#### ALISTAMIENTO EMPRESARIAL

La Cámara de Comercio en busca del fortalecimiento de las capacidades del talento humano, desarrollo ciclos de capacitaciones propias, en alianza con la academia y otras entidades.



Se realizaron las siguientes acciones de formación:

La ruta del aprendizaje en alianza con el SENA, que contenía módulos de interés para el sector turismo tales como: servicio al cliente, protocolos de bioseguridad, inglés, diseño de paquetes turísticos, costos y presupuesto, Paisaje Cultural Cafetero, Manipulación de alimentos, tecnología en guianza turística y organización de eventos.

La ruta exportadora de turismo se realizó en alianza con Procolombia y el Viceministerio de turismo, fue enfocada en la elaboración de planes de mercadeo para la estructuración de una estrategia de internacionalización.

Conferencia sobre Innovación y Turismo

Conferencias sobre Transformación digital

Seminarios para la implementación y actualización de las Normas Técnicas Sectoriales y Manual de Buenas Prácticas Turísticas.

## COOPERACIÓN Y GESTIÓN GREMIAL

La Cámara de Comercio en aras de potencializar y articular los actores gremiales, públicos y privados continuo participando en diferentes actividades que buscaban fortalecer y dinamizar las acciones en las que prevalece siempre el interés de la dinámica empresarial y económica del departamento.

Las mesas sectoriales en las que se participaron activamente para la toma de decisiones que propendieron a mejorar el entorno para las empresas del sector, fueron:

Comité de seguridad turística departamental

Consejo Consultivo de la Alcaldía de Armenia

Consejo Directivo, Mesa Sectorial de Turismo SENA 2020 -2021

Mesa de Marketing Territorial 2020 - 2021

Presidencia Subcomité Técnico de Turismo del Paisaje Cultural Cafetero 2020- 2022

De manera complementaria, se desarrolló la “Rueda de Servicios: Turismo al Día”, que consistió en extender invitación a participar a todas las entidades, gremios, instituciones que de una u otra forma prestan servicios relacionados o encadenados al sector turismo o ante las cuales se deben realizar trámites de apertura o funcionamiento, con el fin de tener un contacto más cercano y ágil para los empresarios del turismo, en donde se les orienta de manera directa por los asesores de cada una de las entidades participantes.

Las entidades que se invitaron a participar en la rueda de servicios fueron: CRQ, DIAN, EDEQ, EPA, EPQ, VICEMINISTERIO DE TURISMO, FONTUR, PROCOLOMBIA, QUINDÍO CONVENCIÓN BUREAU, INVEST IN ARMENIA, ALCALDÍA DE ARMENIA, GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO, SENA, COMFENALCO, ACADEMIA, POLICÍA DE TURISMO, BANCOLDEX, CCAQ, ICONTEC, SURA, COLASISTENCIA, MIN TRABAJO, MINSALUD, ETC.



## PROYECTO ESPECIAL SECTOR TURISMO

### **Turismo de Naturaleza en zona de Cordillera del Quindío y Valle del Cauca**

La Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, en convenio con la Gobernación del Quindío y las Cámaras de Comercio de Sevilla y Cartago, continuo ejecutando en el 2021 el proyecto denominado “Desarrollo de la zona de la Cordillera del Quindío (Génova, Pijao, Córdoba, Buenavista, Calarcá) y Norte del Valle (Sevilla y Caicedonia) como nuevo destino turístico mediante el impulso al turismo de naturaleza, diversificando la oferta del destino PCC y atrayendo nuevos clientes internacionales y nacionales a la región”, el cual es cofinanciado por la embajada Suiza en Colombia – Cooperación Económica y desarrollo, SECO, facilitado por la Fundación Swiss contact e INNPULSA Colombia.

El proyecto al final del 2021 presento un avance técnico del 100 %, contemplo tres componentes, a saber: gestión del destino, profesionalización del recurso humano y promoción turística.

En cuanto al primer componente; GESTIÓN DEL DESTINO, los principales avances fueron:

Diagnóstico del destino a partir de los Flujos de Visitantes para la región de Quindío y Norte del Valle” y priorización de los mismos acorde a las posibilidades de oferta de la zona.

Inventario de atractivos naturales y culturales.

Identificación de caminos existentes, áreas naturales con potencial turístico.

Identificación de comunidades beneficiarias la actividad turística de turismo de naturaleza. Al respecto, se avanzó con 17 asociaciones e iniciativas comunitarias mediante la estructuración de sus procesos administrativos y legales, así como con la formación técnica turística para insertarse de manera acertada al turismo.

Caracterización de prestadores de servicios turísticos que operan en la zona.

Se estructuro un plan de acción para la gestión de destino turístico, a fin de que los empresarios puedan dar continuidad a estrategias de sostenibilidad turística.

Se diseñaron de cuatro productos turísticos: Aventura con énfasis en Cicloturismo, Observación de flora y fauna con énfasis en aviturismo, senderismo interpretativo (hiking y trekking) y recorridos cafeteros.

Se desarrollaron acciones para el mejoramiento e innovación de las actividades empresariales turísticas que enriquecen, complementan y diversifican los productos turísticos diseñados. Esta actividad logro trabajar con 29 empresarios en innovación y con 57 empresas, que buscaban mejorar sus actividades turísticas de entretenimiento. Ésta actividad conto con asistencia técnica personalizada con los prestadores de servicios turísticos, con enfoque en fortalecimiento de actividades de:

Aventura (Cicloturismo, cabalgatas, canyoning, escalada, padel, pesca deportiva, parapente y trekking) y Avistamiento de flora y/o fauna (Aves principalmente, con potencial en flora alrededor de la guadua, heliconias y paisajes).

Senderismo Interpretativo (Hiking, principalmente y trekking)

Experiencias Culturales: recorridos turísticos experienciales alrededor de la Cultura del Café que pueden realizarse caminando o en Willis.

Referente al componente dos: PROFESIONALIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO, se desarrollaron las siguientes acciones de formación:

Implementación de Norma técnica de turismo sostenible aplicable a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento y hospedaje y agencias de viajes: 61 Empresas asistieron al proceso de capacitación de la Norma Técnica NTS TS aplicable, proceso de formación complementado con Manual de Buenas Prácticas turísticas.

Fortalecimiento de capacidades empresariales, dirigido empresarios de Alojamiento y gastronomía.

**Fortalecimiento del sector gastronómico:** Capacitación y asistencia técnica a 40 establecimientos gastronómicos con el fin de verificar cumplimiento de buenas prácticas de manufactura para procesamiento de alimentos.

**Interpretación ambiental con énfasis en aves y aviturismo:** se diseñaron y ejecutaron dos cursos de formación virtual en interpretación ambiental con énfasis en aves y aviturismo, con enfoque a conocimiento técnico de las características de los ecosistemas y su flora y fauna específicas de la zona del alcance del proyecto.

Los asistencia, en promedio fue de 40 personas por grupo, adquirieron competencias que permitirán ofertar y conservar y desarrollar acciones para restaurar la biodiversidad del territorio, al ser conscientes de la convivencia equilibrada que debe existir entre la flora y fauna y se espera que puedan prestar servicios de mejor calidad en cuanto a la estructuración de servicios de guionaje con interpretación acertada, con enfoque para flujos de visitantes interesados en caminatas ecológicas y observación de flora y fauna.

Como resultado, para cada municipio se construyeron las guías de interpretación ambiental, que concentran conocimientos con enfoque aprovechamiento de los ecosistemas como insumo para servicios turísticos que serán entregadas a la población empresarial.

**Bilingüismo:** se gestionó alianza con el SENA para que los empresarios y guías interesados en fortalecer conocimiento y habilidades en idioma inglés, se enfocaran en adquirir conocimientos básicos y una vez cursado y aprobado al menos el nivel uno de esta institución, pudiesen participar en el proceso de formación brindado por el proyecto.

- **Formación en Formulación de proyectos:** En alianza con la Gobernación del Quindío, se desarrollaron formaciones a los empresarios en la gestión de recursos de cofinanciación nacional e internacional a través de proyectos, con énfasis en desarrollo turístico comunitario.

Componente tres PROMOCIÓN: se participó en los siguientes eventos:

Teniendo en cuenta las tendencias de mercado enfocado hacia público regional y nacional, se inició la planeación de fam Trips dirigidos a agencias de viajes mayorista de los departamentos cercanos: Valle del Cauca, Caldas, Risaralda, Quindío y Tolima. Los fam se están orientados hacia dos temas principales: Cicloturismo y aventura y, fauna y flora y trekking.

Se seleccionó agencia de publicidad Visual VID, quienes tienen por objetivo primordial, el desarrollo de imágenes de los productos diseñados (Cicloturismo y aventura, Flora y fauna y senderismo. Todos resaltando la cultura cafetera) y la estrategia de promoción. Para el proceso de selección, se diseñó por parte de este proveedor, un video de prueba en Cicloturismo que se promocionó en Facebook, con público objetivo focalizado, con resultados de visualización de más de 8 mil personas en 5 días y captura de datos de clientes potenciales que ascendió a 68 contactos con más de un 50 % de probabilidad de compra.

## CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

“Si usted no está pensando en digital, su competencia sí”

### PROPÓSITO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío decidimos construir un horizonte en pro del empresariado quindiano, una meta ambiciosa para generar un alto impacto en los empresarios del departamento y que estuviera alineada con los objetivos principales de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, este Propósito de Transformación Masiva (**PTM** de ahora en adelante) es:

Empresas más competitivas a través de la evolución digital

El propósito fue buscar que las empresas sean más competitivas, generen mejores resultados y puedan crecer por intermedio del uso y apropiación de tecnologías que les permita esta evolución.

### RETOS DE LA TRANSFORMACIÓN

Dentro de la alineación estratégica se definieron cuatro retos que serán los cimientos principales para alcanzar este PTM; los retos fueron creados para generar un impacto directo a las empresas, sus capacidades, madurez digital y productividad; estos retos son los siguientes:

Se buscó que los empresarios sean cada vez más digitales, que la tecnología poco a poco sea incorporada en el core de los negocios y que de esta forma nuestras empresas se consoliden y puedan continuar creciendo.

Cuando hablamos de buscar llegar a la mayor cantidad de empresarios, nos estamos cuestionando sobre cuáles pueden ser los mejores medios para llegar a los empresarios y lograr sensibilizarlos de la importancia de la transformación digital en sus empresas.

Dentro del foco de acompañar a los empresarios en su proceso de transformación digital, se trabajó en la identificación clara de sus necesidades para poder ofrecerle las herramientas tecnológicas adecuadas y así mismo la formación pertinente que permita poco a poco su evolución digital.

### RUTA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Se definió una ruta para la transformación digital de los empresarios ya validada y ajustada a la realidad de la dinámica empresarial quindiana, esta ruta está soportada por una metodología apropiada por el CTDE y que está dispuesta como canal para alcanzar los retos de transformación.

Esta ruta está definida por seis grandes etapas las cuales llevaron a los empresarios de una fase cero en la que su nivel de apropiación digital es casi nula a adquirir las capacidades necesarias para la implementación de tecnologías que ayuden a mejorar su productividad y volverlas más rentables y escalables; estas fases son las siguientes:

## METAS GLOBALES

Se han identificado y definido unas metas globales que se crean de datos entregados por el Censo Empresarial 2019 realizado por la CCAQ, este Censo muestra que de 17.584 empresas censadas, las empresas con acceso a internet/móvil son 8.711 y de este último número se calculó el 40 % para ser sensibilizadas de forma presencial por la Cámara de Comercio en la **Estrategia de Transformación Digital Empresarial**, así mismo se espera lograr diagnosticar el 50 % de las empresas sensibilizadas por medio de herramientas específicas de diagnóstico para Pymes y para Micros y formar el 50 % de las empresas diagnosticadas con formación acorde a las necesidades de las empresas y lograr acompañar a 700 empresas en la implementación de soluciones TIC, para lograr estas metas se cuenta con dos líneas estratégicas:

esta ruta está definida por seis grandes etapas las cuales llevarán a los empresarios de una fase cero en la que su nivel de apropiación digital es casi nula a **adquirir las capacidades necesarias para la implementación de tecnologías que ayuden a mejorar su productividad y volverlas más rentables y escalables**; estas fases son las siguientes:

## PLAN DE ACCIÓN

Buscando cumplir las metas globales estipuladas y en pro del propósito de que existan empresas más competitivas a través de la evolución digital, se estructura este Plan que tiene dos puntos fundamentales: La estructuración de una estrategia propia de “Transformación Digital Empresarial” que permita que la Cámara de Comercio sea identificada por el liderazgo en la transformación digitalempresarial, La Ejecución del Proyecto en convenio con MINTIC e Innpulsa Colombia del Centro de Transformación Digital Empresarial.

## ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN

Para lograr las METAS GLOBALES de SENSIBILIZACIÓN se definieron tácticas desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío para impactar, socializar, entregar conocimiento y capacitar a las personas sobre Transformación Digital. Se plantea realizar una estrategia omnicanal para llegar a los empresarios por todos los medios posibles, desde realizar diferentes videoconferencias a través de redes sociales de la Cámara de Comercio hasta intervenciones en programas de televisión regionales y hasta el manejo de radio y prensa.

Así mismo se dio continuidad a la estrategia que se viene realizando en alianza con el equipo de trabajo de la CCAQ en municipios y el Área de Afiliados, para realizar la sensibilización uno a uno de los empresarios y así generar un impacto mucho más efectivo; también, de la mano de las Coordinaciones de los diferentes Sectores Empresariales de la Cámara de Comercio, se espera llegar a los empresarios de las diferentes Comunas con el programa “La Cámara en su Comuna”.

## ESTRATEGIAS DE DIAGNÓSTICO

Se aplicó el diagnóstico a las empresas bajo dos frentes:

El uso de la herramienta con que se cuenta actualmente en el Centro de Transformación Digital Empresarial que se enfoca en identificar el estado de la empresa en cinco categorías de negocio e identifica el estado de la empresa con relación al negocio digital y a los habilitadores para la transformación :

El otro frente, fue el desarrollo de una metodología propia enfocada a las necesidades específicas de las microempresas, esta metodología la hemos llamado: Diagnóstico Micros.

Este modelo de diagnóstico fue pensado para las microempresas más pequeñas que necesitan una evaluación más acorde a sus capacidades y les permita dar esos primeros pasos en la Transformación Digital Empresarial; este diagnóstico se divide en tres grandes fases, Caracterización, Plan de Transformación y Ejecución cómo se muestra en la siguiente imagen:

## ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN

Se aplicó un plan de capacitaciones enfocado a impactar en la fase de capacitación con la empresa, en esta fase desde el CTDE se utilizaron las temáticas que del programa de CTDE-INNPULSA-MINTIC y se dictaron diplomados en los temas que más estaban demandando los empresarios y los coordinadores de los sectores de la CCAQ. Estos diplomados fueron los siguientes:

## ESTRATEGIAS DE APROPIACIÓN

Con relación a soluciones tecnológicas, al contrastar la oferta actual de soluciones con las necesidades de los empresarios, encontramos importante complementar nuestra oferta de soluciones digitales con herramientas que se acomoden a las necesidades de las micro empresas.

Además la oferta de soluciones digitales que se tuvieron disponibles para apoyar a los empresarios estaba conformada por soluciones que hacían parte del convenio global de soluciones digitales de los CTDE y así mismo de alianzas particulares de la Cámara de Comercio en su estrategia de masificación digital.

La oferta de soluciones digitales en el año 2021 fueron en el marco del proyecto del CTDE es la siguiente:

Estas herramientas actuales como Alegra, Data CRM y Venda Más Fácil, que permiten ofrecer a los empresarios herramientas que les ayude en la automatización de sus procesos administrativos y de relación con el cliente, así mismo apoyan actividades relacionadas con temas comerciales y de marketing.

Así mismo enfocándonos al microempresario, dentro del catálogo de servicios para el año 2021 se identificaron soluciones que apoyaron en sus procesos administrativos de venta e inventario pero que sean de fácil uso y configuración, actualmente se concretó, con la plataforma CON-TAPP, una alianza que permita que los microempresarios puedan utilizar esta herramienta de fácil uso en sus establecimiento sin costo por un año.

Actualmente los empresarios también han manifestado sus necesidades relacionadas con el acceso a Internet, desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío tenemos presente que en este momento existe gran incertidumbre en las telecomunicaciones por la llegada al mercado de WOM, cuarta empresa de telecomunicaciones en Colombia que plantea realizar cambios significativos en esta industria. Actualmente estamos en comunicación con altos directivos de la empresa WOM en Colombia para identificar oportunidades de alianzas o pilotos para nuestros empresarios en el ingreso a la región de la marca.

## Apoyo en la Generación de Productos Digitales

Una de las estrategias que se diseñó desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío para ejecutar la fase de "Implementadas con herramientas TIC" en el 2021 fue el acompañamiento directo a los empresarios en tres líneas principales acordes a las necesidades específicas que manifestaron tener: Redes sociales, Web Design y Contenidos Digitales, este apoyo se dará bajo demanda de los empresarios

Con estas iniciativas se buscaba fortalecer el aparato productivo de la región por medio de la inclusión de las TIC en sus negocios.



## INNOVACIÓN

Actualmente donde la competencia cada vez es mayor es prioritario que las empresas Innoven, diseñen, desarrollen o mejoren productos o servicios, con la finalidad de mantenerse competitivas en un mercado cada vez más saturado de opciones para los consumidores. Es por ello que es necesario y fundamental estar a la vanguardia de las necesidades actuales y utilizar herramientas diferentes que ayuden a ofrecer mejores productos o servicios y por lo tanto poder posicionarse en el mercado.

De acuerdo con el Manual de Oslo de la OCDE de 2005, la innovación se refiere a la «introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores».

Lo anterior se resume en cuatro tipos de innovación (producto, proceso, organizacional y de mercado) que pueden presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. La innovación puede darse a través de cambios disruptivos, cuyo impacto es significativo en el mercado y en la actividad económica de las empresas, pero también puede tratarse por medio de un cambio incremental, que es la manera más común de ver mejoras progresivas de productos, servicios o metodologías.

Existe la creencia popular de que la principal fuente o la base de la innovación se relacionan con cambios tecnológicos en productos y procesos. Empero la innovación también puede ser de base no tecnológica, relacionada con la organización y el marketing. En su esencia, innovar comprende la noción de “novedad”, y su efecto puede manifestarse en una escala micro, en la empresa.

A partir de la importancia que tiene la iNNovación como una estrategia transversal para todas las áreas de la organización y que los resultados de la aplicación de la misma, pueden llevar a una empresa a su crecimiento y a nuevos mercados, la Camara de Comercio de Armenia y del Quindío, para el 2021, esta línea estratégica se fundamentó y fue supeditada en la gestión de recursos técnicos y humanos por medio de la formulación y presentación de proyectos y la búsqueda de alianzas estratégicas, para propiciar líneas de trabajo con los empresarios, en la generación de cultura para la iNNovación, en formación dual en habilidades para la iNNovación, en transferir herramientas para la iNNovación y asesorías en vigilancia competitiva para los empresarios del departamento del Quindío.

En el 2021 se presentaron una serie de proyectos a diferentes fuentes de financiación, se gestionó para lograr alianzas estratégicas, con el objeto de cumplir con las líneas de acción que se describen a continuación y se desarrollaran procesos de gestión de la iNNovación al interior de la Camara de Comercio.



### CULTURA DE LA iNNovación

Se desarrollaron talleres grupales con empresarios, donde se socializo la importancia de la iNNovación, los tipos de iNNovación, las aplicaciones en las empresas, casos exitosos a nivel internacional, nacional y regional, se aplicaran juegos para la creatividad y se propició la construcción de retos de iNNovación al interior de las empresas.

### FORMACIÓN DUAL EN HABILIDADES Y HERRAMIENTAS PARA LA iNNovación

Se ofrecieron acciones de formación para los empresarios en: Tráferencia de habilidades para la iNNovación, pedagogías para innovar al interior de las empresas, diseño del Producto Mínimo Viable con base en los retos de iNNovación propuestos, juegos de creatividad al personal de las empresas, introducción a la iNNovación abierta.

### VIGILANCIA COMPETITIVA

Se dieron asesorías grupales en Introducción a la vigilancia competitiva y tecnológica, Talleres sectoriales en vigilancia competitiva, para identificar tendencias, desarrollo de nuevos productos y/o servicios, competidores, registros de propiedad industrial, información de bases de datos de búsqueda, posibilidad de desarrollo de estudios sectoriales de vigilancia competitiva y tecnológica.

## **PROYECTOS ESTRATÉGICOS**

Por medio de la gestión y formulación de proyectos con el foco de iNNovación, se presentaron en el 2021 una serie de iniciativas y programas, para los sectores y clúster empresariales del Quindío y en concordancia, para dinamizar las líneas estratégicas propuestas en este mismo apartado de iNNovación para la competitividad, las líneas estratégicas fueron las siguientes:

Programa para el Aumento en el Nivel de Innovación de las Cadenas Agroindustriales de plátano, café, cítricos, frutales de clima frío y cuero en el Departamento del Quindío.

Incremento de capacidades iNNovación (Quindio iNNova fase II).

Apropiación de la iNNovación por parte de los gremios del departamento del Quindío.

Apropiación social de la Ciencia en cadenas agroindustriales.

Capacidades tecnológicas para el desarrollo de la Bioeconomía en el Quindío relacionadas con café, frutales, plátano y aromáticas.

Alianzas para la iNNovación y Sistemas de Innovación.

iNNovación empresarial para micro y pequeñas empresas.

## GESTIÓN DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA

En el 2021 la Gestión de la Competitividad desde la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío estuvo enmarcada en dos fases, una primera de descripción del contexto para la competitividad y una segunda de las líneas de acción desarrolladas.

Si bien la gestión de la competitividad es una actividad horizontal y transversal con la mayoría de las áreas de trabajo de la Cámara de Comercio, esta se focaliza en buena medida en las actividades de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Quindío y en el Sistema de Iniciativas Clúster del departamento.

### CONTEXTO PARA LA GESTIÓN DE LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL

Cuando se habla de competitividad vienen a la mente palabras como: tecnología, productividad, innovación, insumos, recursos, mercados, ingreso, empleo, empresas, riqueza y prosperidad, términos todos ellos que ayudan a entender las relaciones que se dan en el territorio con el desarrollo productivo.

En consecuencia, el análisis de la competitividad territorial (país, regiones y departamentos) es imprescindible para entender el marco en el que las empresas se desenvuelven, ya que una parte muy significativa de los aspectos que promueven o impiden la competencia se definen en los distintos escenarios en los que se desenvuelven los diferentes niveles de gobierno y la necesaria articulación, subsidiariedad y complementariedad entre estos. Es por esto por lo que hoy en día se habla de competitividad sistémica.

De ahí que, si se entiende como competitividad nivel de productividad que las empresas alcanzan en un lugar determinado y, por ende, el grado de rentabilidad que define su participación en el mercado y su consecuente sostenibilidad, entonces se deben considerar los siguientes cinco puntos:

La productividad está ligada al valor agregado que la empresa pueda generar y al valor que se le ofrezca al cliente a través de un bien o servicio que le entrega, no a la eficiencia técnica.

La productividad de los insumos disponibles es lo que genera la prosperidad nacional y regional.

Competitividad se relaciona con el nivel de prosperidad que una región puede sostener en el tiempo.

Las regiones compiten ofreciendo ambientes productivos o de negocios favorables para las empresas.

La única manera que una región puede mejorar sus estándares de vida es teniendo empresas competitivas que puedan generar empleos de calidad y bien remunerados.

En los puntos segundo y tercero se introduce el elemento de prosperidad, el cual se convierte en un propósito superior de la competitividad que está directamente ligado a la calidad de vida y al bienestar de la sociedad. En consecuencia, en el tiempo, la prosperidad solo puede sostenerse y crecer si las empresas se vuelven más productivas e innovadoras, si se fortalece su competitividad y si le logra que produzcan bienes y servicios más complejos con mayor valor agregado.

En este orden de ideas, de acuerdo con Michael Porter (2016), los factores que determinan la competitividad son: Dotación de Recursos Naturales, Competitividad Macroeconómica y la Competitividad Microeconómica,

La Dotación de Recursos Naturales corresponde a la base de la estructura de la competitividad heredada por el país, aquella que se fundamenta en los recursos naturales renovables y no renovables. Este concepto lo amplían algunos tratadistas a la producción de materias primas que se comercializan con escaso valor agregado o sin él. La dotación de recursos naturales son un gran potencial de un país o territorio y de alguna forma crean la base para la prosperidad, pero la verdadera prosperidad es creada por la productividad.

Se introduce aquí un nuevo elemento esencial cual es la prosperidad que tiene que ver con el progreso y el bienestar de un país. En consecuencia, contamos con dos fuentes de prosperidad: la heredada y la creada. Esto lleva a concluir que la estrategia debe ir orientada a incrementar la competitividad y generar prosperidad y riqueza a través de factores más avanzados que recursos naturales o mano de obra barata. Características generales de la prosperidad heredada y la prosperidad creada

Estas dos fuentes de prosperidad nos indican que la ventaja comparativa corresponde a la riqueza determinada por las dotaciones en recursos naturales y la ventaja competitiva a la riqueza creada por voluntad de una región.

La competitividad macroeconómica permite fijar el potencial para alcanzar altos niveles de productividad, pero esta, por si sola, no es suficiente. Está definida por factores como la infraestructura social e instituciones políticas, y las políticas macroeconómicas propiamente dichas. En este nivel, los factores son facilitadores de la productividad e imprescindibles para su crecimiento, pero bajo ningún aspecto suficientes.

Además de las políticas y normas macroeconómicas como política cambiaria, aduanera, tributaria, crediticia, laboral, pensional y otras más, tiene que ver con otros elementos tales como:

Desarrollo Humano: Educación básica y salud.

Imperio de la Ley: Seguridad, derechos de propiedad y debido proceso.

Instituciones Políticas: Procesos gubernamentales y organizaciones políticas estables y efectivas.

Por último, está la competitividad macroeconómica, que es la que toca directamente a las empresas que integran el aparato productivo local y que tiene que ver con:

Calidad del ambiente para los negocios: Las condiciones del ambiente de negocios que soportan la productividad empresarial y la Innovación.

Estado de desarrollo de los clústeres: Una masa crítica de firmas e instituciones en negocios relacionados para aprovechar las eficiencias y las externalidades a lo largo de entidades enlazadas.

Sofisticación de las estrategias y operaciones de las empresas: La productividad depende en última instancia de la mejora de la capacidad microeconómica de la economía y de la sofisticación de la competencia local.

De forma sucinta se puede decir que un territorio como el Quindío debe aprovechar su dotación de recursos naturales heredada y su localización estratégica, para que, en el marco de la competitividad macroeconómica determinada por la Nación, aproveche al máximo su competitividad microeconómica, escenario territorial donde operan nuestras empresas produciendo bienes y servicios, generando empleo y creando riqueza.

Esto es lo que es necesario tener en cuenta para avanzar hacia el propósito superior que es el progreso, el cual es definido por Porter (2016) de la siguiente manera:

“Progreso social es la capacidad de una sociedad de satisfacer las necesidades humanas básicas de sus ciudadanos, estableciendo los componentes que permiten a los ciudadanos y comunidades mejorar y sostener su calidad de vida, y crear las condiciones para que todos los individuos logren su potencial máximo.”

#### GESTIÓN DE LA COMPETITIVIDAD 2021:

El desafío institucional desarrollado en el 2021 y años posteriores tiene que ver con fortalecer la competitividad microeconómica del departamento del Quindío con base en considerar a la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío como una entidad de interfaz entre el nivel central y supra departamental (escenario de la competitividad macroeconómica) y el nivel local (escenario de la competitividad microeconómica), por lo que la entidad debe tener la capacidad de dialogar e interactuar con el gobierno nacional y a su vez acompañar y apoyar a los empresarios locales para fortalecerlos y hacerlos más competitivos y productivos.

Esta labor de interfaz de la entidad se observa de forma general en la siguiente imagen.

Con base en esta visión de la gestión de la competitividad se adelantaron las siguientes gestiones desde la CCAQ en materia de competitividad y productividad:

#### Entorno macroeconómico:

Articulación con el Sistema Nacional de Competitividad (SNCI) que es donde se origina y direcciona la Política de Desarrollo Productivo y se interactúa con las diferentes dependencias del Estado implicadas en estos asuntos como lo son el Comité de Regionalización, Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Confecámaras, además de otros ministerios que tienen que ver con los sectores productivos y la ciencia, tecnología e innovación.

Para facilitar esta articulación se implementó el plan de acción 2021 entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Quindío.

Se evaluaron los índices de competitividad e innovación de los departamentos y ciudades capitales para ver su evolución y las brechas del departamento. Esta actividad permitió evaluar la gestión que se realiza en competitividad y productividad, el nivel de avance en actividades de desarrollo productivo, identificar las brechas que existen con otros departamentos, conocer las buenas prácticas para aprender de ellas y tomar decisiones para orientar la gestión institucional.

Secretaría Técnica: Parte integral del SNCI es la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Quindío (CRCI), escenario de diálogo y concertación entre los actores público y privado, y de estos con el gobierno nacional. Conforme al Decreto 1651 de 2019 son las cámaras de comercio las que hacen las secretarías técnicas de las comisiones regionales cumpliendo funciones tácticas y administrativas, para lo cual la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío integró un equipo para esta labor.

Administrar la Agenda Departamental de Competitividad e Innovación (ADCI). A través de la Secretaría Técnica se adelantó en el 2021 su administración, desarrollando actualización periódica de las apuestas productivas, la identificación de brechas de competitividad de acuerdo a los indicadores que en esta materia se publican de forma periódica y la priorización de los Proyectos, Programas e Iniciativas (PPI) propuestos en el departamento y que deben ser ejecutados para alcanzar la visión de competitividad regional y contribuir a la reactivación económica del departamento.

Es importante considerar que entre los 33 proyectos que hacen parte de la ADCI, la Cámara de Comercio tiene los siguientes proyectos que fueron gestionados, presentados y otros formulados, al igual que la identificación de fuentes de financiación:

Proyectos sectoriales:

Programa para el aumento en los ingresos económicos de las mujeres y jóvenes cafeteros a partir del aseguramiento de la calidad del grano en fincas y el aprovechamiento de subproductos generados en el beneficio del café.

Clúster de cueros de alta gama del Quindío.

Ruta Competitiva de la Industria de Mueble.

Ruta Competitiva TUMBAGA - Clúster de turismo experiencial.

Implementación de un modelo de manejo de residuos en el sector hotelero rural del Quindío.

Programa para el aumento en el nivel de Innovación de las Cadenas Agroindustriales de plátano, café, cítricos, frutales de clima frío y cuero en el Departamento del Quindío.

Proyectos transversales:

Centro de Emprendimiento e Innovación.

Distrito Naranja.

Quindío Innova Fase I: programa para el desarrollo del ecosistema y el entorno de la innovación en Armenia y el departamento del Quindío.

Mejoramiento de las capacidades para la generación de productos y servicios en comunidades de micro y pequeñas empresas de los sectores turismo, industria y comercio en el Quindío –Occidente.

Ecosistema de emprendimiento juvenil para los trabajos del mañana (Youth entrepreneurship ecosystem for tomorrow's jobs).

Programa de mejoramiento e incremento de la competitividad de las cadenas productivas y clúster del departamento del Quindío. (Sistema Clúster Q).

El proyecto del Sistema Clúster Q, que integra a las iniciativas clúster del departamento, fue presentado al gobierno nacional como un proyecto estratégico para la reactivación económica local 2021 y 2022.

La Secretaría Técnica a través de la CRCI, avanza en el 2021 en la actualización del Plan Regional de Competitividad e Innovación del Departamento como instrumento de planeación que contiene la visión estratégica de la competitividad en el corto y mediano plazo

Se participó en el diseño del Plan Estratégico Regional que estructura la RAP Eje Cafetero y que permitirá definir una agenda regional de competitividad, así como participar de la Alianza Logística Regional que se encarga de lo relacionado con los servicios logísticos de transporte y con impulsar las plataformas logísticas de los tres departamentos del Eje Cafetero (La Dorada, Chinchiná, La Virginia y La Tebaida) y aprovechar de esta forma la ubicación estratégica del Quindío y los modos de transporte con que se cuenta (carretero, aéreo y ferroviario)

Se acompañó en el desarrollo de la Estrategia de Internacionalización Prioritaria (REIP) entre el Eje Cafetero y Valle del Cauca para desarrollar estrategias de promoción de la región, exportación y atracción de inversión extranjera directa.

Entorno microeconómico:

Se gestionó para el inicio del POT de segunda generación en el departamento fueran una realidad y se logre una adecuada definición de los usos del suelo rural, urbano y suburbano, además de una norma urbana y rural que permita el establecimiento de actividades productivas y la conservación de áreas estratégicas para el equilibrio ambiental.

Se desarrollaron acciones para articular y fortalecer las iniciativas clúster e impulsar la sofisticación a través del uso y apropiación de la innovación con foco en las pymes, énfasis en nuevos modelos de negocios, articulación entre sector productivo y academia y profundización de la transformación digital.

Para este propósito se proyectó, se trabajó y se inició la formulación del proyecto para organizar el Sistema Clúster Q. con el fin de integrar las iniciativas clúster del departamento.

Esta iniciativa incluyó la realización de las siguientes actividades:

Formular y actualizar rutas competitivas (nuevas realidades).

Identificar proyectos y fuentes de financiación (Líneas de acción).

Capacitar y transferir conocimiento a gestores y actores.

Asesorar los modelos de gobernanza de las iniciativas clúster.

Difundir beneficios / Divulgar actividades y logros / Crear cultura clúster.

Crear empresas, atraer inversión y promover reputación regional.

Seguimiento y monitoreo de la ejecución de las estrategias competitivas.

Para lograr este propósito se proyectaron y se plantearon en el 2021 las siguientes seis fases:

Categorizar las Iniciativas Clúster en niveles básico, intermedio y avanzado.

Formular estrategias de apoyo e intervención por niveles e iniciativas clúster.

Identificar recursos técnicos, logísticos, económicos y humanos para la ejecución de la estrategia de apoyo e intervención.

Estructurar y conformar la Gobernanza del Sistema.

Plan de acción para fortalecer las Iniciativas Clúster y apoyar la gestión de sus estrategias competitivas.

Seguimiento y monitoreo (categorización) para conocer avances y ajustar las estrategias de apoyo e intervención.

Este proyecto se encuentra en el Plan de Desarrollo del Quindío 2020 – 2023 y como se dijo fue priorizado por el departamento ante el gobierno nacional como proyecto estratégico para la reactivación económica en el escenario poscovid.

Se diseñó, en una primera fase, evaluar la factibilidad de formular una agenda estratégica de futuro de mediano plazo e identificar la metodología que se aplicaría para lograr un gran proyecto colectivo que tiene como propósito dotar al departamento de una visión consensuada de desarrollo productivo y de especialización inteligente y establecer acuerdos colectivos para implementarla con base en la cuádruple hélice.



## INTERNACIONALIZACIÓN

El mundo actual en el que vivimos permite a las empresas expandir sus límites a espacios y mercados insospechados. Anteriormente, el alcance de la actividad de una empresa no solía ir más allá de su región o de las fronteras del país en el que se encontraba. Sin embargo, gracias a la globalización, a las tecnologías de la información, el emprendedor o pyme, por pequeño que sea, podrían tener la posibilidad de llevar su negocio, sus productos y/o servicios a cualquier parte del mundo. Es por ello que, la internacionalización empresarial se ha convertido en uno de los aspectos clave a la hora de buscar el crecimiento de la organización o buscar nuevos mercados que explotar.

La internacionalización empresarial se presenta como uno de los elementos clave para garantizar el crecimiento y las perspectivas de futuro de las organizaciones. La internacionalización abre un abanico de posibilidades a las empresas, no solo en el aspecto comercial para llegar a un mayor número de clientes con diferentes culturas. Además de eso, las empresas tienen la posibilidad de negociar con diferentes proveedores de todo el mundo, incluso llegar a trasladar sus procesos productivos a cualquier lugar del mundo.

La unidad de gestión internacional en alianza con Procolombia, ofreció servicios, de asesorías, consultorías, acompañamiento y formación especializada, para los empresarios del Quindío que están exportando, y los que estuvieran interesados en exportar y los que tienen potencial para exportar. Se desarrollaron actividades para la identificación de oportunidades comerciales en los mercados internacionales para lograr transferir herramientas de apoyo para los empresarios, contribuir para la diversificación y ampliación del portafolio de bienes y servicios, se buscó motivar la cultura exportadora de las empresas de la región, desarrollar alianzas estratégicas para el cierre de brechas para la exportación de productos quindianos y desarrollar estudios sectoriales para la internacionalización de la economía.

El objetivo principal fue : Ofrecer servicios de asesorías, consultorías, acompañamiento, formación técnica y alianzas estratégicas, para las empresas que exportan o tienen potencial, con el fin de diversificar el portafolio de bienes y servicios exportables de las empresas en el departamento del Quindío.

Las líneas estratégicas de la unidad de gestión internacional son: 1. ACOMPAÑAMIENTO EXPORTADOR

Se desarrollaron las siguientes asesorías personalizadas a las empresas con potencial exportador:

Identificación de posibles mercados potenciales.

La importancia de la distribución física Internacional y costos.

Asesorías para trámites y documentos para exportar.

Socialización Técnicas de Negociación.

Trámites para Certificado de Origen.

La importancia del embalaje y cubicaje.

Registro FDA.

Se ofrecieron las siguientes herramientas de apoyo para: Tránsito de capacidades técnicas y operativas para los empresarios. Formaciones en:

Prepárese para Exportar, para sectores y clúster (Café, muebles, Turismo)

Diseñando su estrategia exportadora, Agro alimentos.

Diseñando su estrategia exportadora, Industrias 4.0

Diseñando su estrategia exportadora, Multisectorial.

Taller Práctico en documentación y trámites en Banco Comercial.

Cursos virtuales en internacionalización.

Programa de Bilingüismo.

Se buscó la generación de una cultura exportadora a partir de: Procesos de socialización, información y beneficios existentes para generar una cultura exportadora en las empresas y empresarios del Quindío:

Beneficios por exportar.

Jornadas informativas, DIAN, ICA, INVIMA, Entidades financieras, otras.

Oportunidades de negocio en el mundo.

Aprovechamiento de los TLC

Se asesoró a los empresarios en diversificación portafolio exportador como una estrategia de apoyo y asesorías que pretende generar un mayor valor agregado en los productos, para lograr ampliar y diversificar el portafolio de bienes y servicios exportables:

Inserción al programa de Fábricas de Internacionalización.

Identificación de mercados potenciales.

Trasferencia de habilidades para la iNNovación.

Desarrollo de nuevos bienes y servicios.

Incremento del valor agregado y Sofisticación de los productos actuales.

Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica.

Se brindaron herramientas para la gestión comercial: Herramientas de apoyo para los empresarios para que lograran fortalecer la promoción y comercialización de sus bienes y servicios en:

Benchmarking exportador

Estrategias de negociación.

Misiones empresariales.

Participación en ruedas y macro ruedas de negocio.

Agendamiento de citas comerciales en el exterior, en alianza con las oficinas comerciales de Procolombia, en el mundo.

## GESTIÓN AMBIENTAL

A comienzos del siglo XX el modelo de negocio de una empresa consistía en fabricar un producto o realizar un servicio y cobrar por ello. Hoy en día eso ya no es suficiente para asegurar éxito en una empresa.

La evolución tecnológica y la interconexión mundial han sumado variables que ha obligado a las empresas generar nuevos modelos de negocios innovadores que les permitan estar a la par con los nuevos tiempos. Si bien, estos modelos han constituido una base esencial al momento de emprender, hoy se suma una nueva variable de interés mundial y ésta está relacionada con el impacto medioambiental que ha generado el modelo de producción lineal que mayoritariamente ha funcionado hasta hoy.

Es necesario avanzar en la implementación de un modelo de desarrollo y crecimiento que permita optimizar la utilización de los recursos, materias y productos disponibles manteniendo su valor en el conjunto de la economía durante el mayor tiempo posible y en el que se reduzca al mínimo la generación de residuos. Con este objetivo se acuña el término de economía circular, a partir de la gestión ambiental.

El área de gestión ambiental se creó con la finalidad de que la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío participe directa e indirectamente en los procesos de mitigación y adaptación de cambio climático, sostenibilidad y medio ambiente que se están llevando a cabo en el entorno local, nacional e internacional.

Así mismo, para que la entidad, sus empresas registradas y emprendedores tengan un aliado en el que se puedan apoyar a través de tres líneas estratégicas dentro de las que se encuentran los programas de hojas verdes, economía circular y gestión ambiental interna. Estos servicios, apuntan a mejorar la competitividad e incrementar el valor reputacional en el mercado.

El OBJETIVO de trabajo en esta área en el 2021 fue : Estructurar y orientar procesos de desarrollo sostenible en el sector empresarial del Quindío, promover la restauración de ecosistemas, gestionar eventos y reducir los impactos ambientales internos y externos de la organización.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS que se desarrollaron fueron

Programa de Economía Circular

Programa Gestión Ambiental Interna

Programa de Hojas Verdes para el Quindío

Se creó el Programa economía circular - Cerrando el ciclo productivo

La economía circular es un concepto económico que se interrelaciona con la sostenibilidad, y cuyo objetivo es que el valor de los productos, los materiales y los recursos (agua, energía, residuos sólidos) se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, y que se reduzca al mínimo la generación de residuos. Se trata de implementar una nueva economía, circular -no lineal-, basada en el principio de

Socialización

-Se desarrollaron jornadas de socialización sobre los compromisos y obligaciones de los empresarios a partir de la norma 1407, y las formas de implementación de las mismas.

-Se informó sobre los beneficios económicos, financieros, productivos, de marca que se generan con la implementación de acciones de economía circular en las empresas.

## Diagnóstico

-Por medio de un consultor se ofreció el servicio de diagnóstico ambiental empresarial, para determinar el estado actual de la empresa en procesos de economía circular.

-De la misma manera partir del diagnóstico se propuso un plan de acción para implementar un modelo de economía circular en las empresas de acuerdo a su objeto y tamaño de las mismas.

## Transferencia de habilidades para la economía circular

-Se implementó el servicio de Formación dual en economía circular, como acción introductoria a la eficiencia energética, la gestión de residuos sólidos y el uso del agua, en el sector empresarial.

-Por medio del departamento de formación empresarial, se ofrecieron, foros, cursos y seminarios en gestión ambiental empresarial.

## Asesorías

-Se creó la ventanilla de ambiental, para ofrecer asesorías jurídicas, temas normativos y otros temas específicos.

-Se formularon y gestionaron proyectos para apalancar recursos técnicos, financieros, tecnológicos e implementación de modelos de Economía circular.

## PROGRAMA GESTIÓN AMBIENTAL INTERNA

Las ventajas que aporta la implementación de un sistema de gestión ambiental al interior de la Cámara de Comercio. Se da por la importancia y las ventajas, del como los recursos ambientales influyen en la gestión de las organizaciones, ya que van a determinar parte de sus costes y de sus ingresos y la generación de muy buenas prácticas ambientales.

## Los beneficios que alcanzados fueron

Mayores oportunidades de mercado: el hecho de contar con Sistemas de Gestión Ambiental aceptados internacionalmente como lo es el SGA basado en la ISO 14001, se convierte en una valiosa herramienta de marketing, para establecer relaciones comerciales a nivel internacional ya que muestra que la empresa en cuestión está comprometida con el Medio Ambiente.

Se logró reducir costos ya que permitió identificar la utilización de los recursos y las deficiencias. La Cámara de Comercio, podrá cumplir con la legislación vigente en materia ambiental.

Se logró aumentar la eficacia al hacer un mejor uso de la materia prima disponible y/o tener una mejor calidad de los servicios. Además, el Sistema de Gestión Ambiental también proporciona una visión general de todas las operaciones que se realizan mejorando de esta forma la eficacia en las acciones ambientales.

En el 2021 se desarrollaron las siguientes actividades específicas en gestión ambiental empresarial

### Plan uso eficiente de agua

-1 plan documentado -10% en reducción de consumo de agua en la sede principal

### Plan uso eficiente de energía

-1 plan documentado -20% en reducción de consumo energético en la sede principal

### Plan de gestión de residuos sólidos

-1 plan documentado -1 módulo de recolección de residuos implementado (Pilas, lámparas bajo consumo, empaques plásticos, tapas, electrónicos menores) -1 sistema de separación eficiente en la fuente implementado para Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío -1 manual de requerimientos a proveedores generado

## **GESTIÓN GREMIAL**

Las cámaras de comercio como agencias de desarrollo empresarial se convierten en representantes de los intereses de toda la estructura empresarial de los territorios donde tienen incidencia. Es por ello que la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío se integra como actor en la gestión, proposición y toma de decisiones en temas coyunturales que responden a un objetivo claro: propiciar un ambiente óptimo para los negocios donde se articulen los aspectos sociales, económicos y sostenibles.

En este sentido, la Cámara de Comercio ha definido dentro de sus líneas de acción el monitoreo y evaluación de aspectos cruciales como el Doing Business que da información relevante sobre qué tan fácil es hacer negocios en Armenia y las mejores prácticas regulatorias para lograrlo, lo que lo convierte en un indicador estratégico del desarrollo regional y sobre el cual ejecutamos acciones institucionales de mejoramiento. Un ejemplo de cómo contribuimos en el indicador de apertura de empresas ha sido la creación de la Ventanilla Única Empresarial que impacta directamente la facilidad para hacer negocios, un valor agregado que se suma a la oferta de valor del departamento para conservar las empresas existentes y atraer inversión.

Por su parte, y atendiendo a ese eje misional de consolidar acciones para el desarrollo, estructuramos iniciativas como Proponer y Alianzas por el Quindío para facilitar consensos regionales entre sectores público y privado, así como para crear escenario para la toma de decisiones orientadas al desarrollo local y departamental. Para esto se priorizamos acciones con base en estudios, investigaciones y análisis de estadísticas que determinan los planes de ruta para el incremento de la competitividad.

Y no podemos hablar de gestión gremial sin mencionar nuestro aporte a la consolidación de los gremios económicos que da soporte a diferentes sectores prominentes de la región. Hoy la Cámara de Comercio, además de ser participante activo del Comité Intergremial del Quindío, organismo departamental que fomenta la articulación y gestión conjunta local y nacional en defensa del interés colectivo, aporta también al funcionamiento términos logístico - administrativos de Acodrés, Anato, Cotelco, Corporación Café y Paisaje y Fedeguacate. Lo anterior, teniendo en cuenta que la acción gremial impacta directamente en la formalidad y las relaciones comerciales y sectoriales con las instituciones. Así mismo, aportamos para que entidades del gobierno nacional como Artesanías de Colombia y MiCITio funcionen en el departamento-

Finalmente, de cara a las actividades empresariales en los municipios, la Cámara de Comercio aporta a la permanencia, liderazgo y crecimiento de las Juntas de Comerciantes como unidades estratégicas de desarrollo, gestión gremial y marketing relacional con empresarios a lo largo del territorio quindiano.

### **ACCIONES 2021**

#### **VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL**

Se continuó con el seguimiento al proceso de Simplificación de Trámites. En Armenia se hará la evaluación a la implementación de la plataforma tecnológica VUE para que su funcionamiento permanezca de acuerdo con los lineamientos establecidos por Confecámaras y el MinCIT. En los demás municipios se harán las gestiones requeridas con el propósito de extender el modelo de Simplificación de Trámites establecido por la ley.

#### **PROPONER 2020-2023**

En razón a la inclusión de diferentes iniciativas contenidas en Proponer 2020-2023 en los Planes de Desarrollo del Quindío y de Armenia, se continuó con el seguimiento a dichas propuestas y un análisis al estado y ejecución de los Planes de Acción. Así mismo, se revisarán y evaluarán los compromisos y propuestas que fueron iniciativa de otras entidades valorando el estado y ejecución de las mismas.

## COMITÉ INTERGREMIAL DEL QUINDÍO

La Cámara de Comercio continuo participando en este espacio de reflexión y análisis sobre los proyectos de mayor conveniencia para la reactivación económica y el desarrollo del departamento; presentará propuestas y promoverá su fortalecimiento permanente.

## JUNTAS DE COMERCIANTES

Las Juntas de Comerciantes de los municipios, incluida la de Armenia, como aliados estratégicos de la Cámara de Comercio, recibieron apoyo permanente para el fortalecimiento de su labor; además, se continuo con la coordinación de acciones conjuntas para impulsar la recuperación y la reactivación económica de los empresarios. Así mismo, se llevó a cabo el Plan de Formación de Alto Impacto diseñado exclusivamente para las Juntas de Comerciantes en alianza con la UPB.

## SOPORTE ADMINISTRATIVO Y LOGÍSTICO A ENTIDADES

Como parte de la gestión y el acompañamiento gremial, la Cámara de Comercio continuo facilitándole espacios físicos a los gremios y asociaciones como: Acodrés, Anato, Cotelco, Corporación Café y Paisaje y Fedeaguacate, así como a entidades del gobierno nacional como Artesanías de Colombia y MiCITio. Entre las ayudas para que logren desarrollar su objeto misional y atiendan a sus agremiados y población objetivo, se proporciona el uso de salones para reuniones con las ayudas tecnológicas necesarias.

## **ENTIDADES PARA EL DESARROLLO**

Bajo el concepto de desarrollo regional la Cámara de Comercio actuó como eje articulador de iniciativas y estrategias que buscaron propiciar el incremento en los índices de empleos, la transferencia de conocimiento, la dinamización de los sectores productivos, la innovación y, en general, el crecimiento del departamento como escenario atractivo de inversión empresarial y social.

Es por ello que la Cámara de Comercio ha sido pionera en el posicionamiento del concepto de Marketing Territorial del cual se deriva la creación de dos entidades: la primera, el Quindío Convention Bureau, entidad que se crea bajo la premisa de dinamizar el sector turístico de la región en temporada baja con la atracción de eventos, congresos y convenciones tanto nacionales como internacionales, propiciando el gasto interno de los denominados turistas corporativos quienes, además del turismo, impactan al menos 13 sectores más como el gastronómico, transporte, comercio y artesanías, entre otros.

En segundo lugar, la Agencia de Inversión - Invest in Armenia, entidad creada por iniciativa de la Cámara de Comercio para atraer inversión nacional y extranjera con el propósito de generar empleo, dinamizar la economía y propiciar la llegada de nuevos conocimientos a la región con la llegada de empresas que ven al departamento como un destino ideal para hacer negocios, además de aportar al desarrollo regional con la cualificación y formalización del talento humano local.

Por otro lado, Parquesoft Quindío es una institución que se consolidó en alianza con otras entidades hace más de 16 años para apoyar emprendimientos de base tecnológica, lo que la ha convertido en entidad pionera del ecosistema digital desde la cual se consolida al departamento como un escenario potencial para la instalación de empresas del sector TIC, así como para la generación de sinergias entre empresas locales para incrementar su competitividad en un segmento de mercado que cada vez cobra mayor relevancia mundial.

A su vez, la Cámara de Comercio pensando en las nuevas generaciones y en los dirigentes y líderes futuros del sector empresarial del Quindío, fundó la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt, única IES de la región que utiliza el modelo dual que crea una sinergia adecuada entre la academia y los empresarios.

Finalmente, y con la intención de monitorear la efectividad de las entidades que propenden por el desarrollo y analizar su impacto y el de los entes gubernamentales, la Cámara de Comercio es cofundadora del programa Armenia Cómo Vamos, el cual mide la calidad de vida en la capital bajo una metodología internacional que conecta toda una red de ciudades alrededor del mundo con el propósito de entregar a los entes territoriales cifras puntuales sobre la percepción de los ciudadanos en relación a ítems determinados que representan su gestión y aceptación.

De esta manera, la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, además de ejercer acciones puntuales para cada sector, actúa como promotora e impulsora de entidades para el desarrollo que contribuyen a la productividad, la competitividad y al buen ambiente para los negocios.

### **ACCIONES 2021**

#### **CORPORACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL ALEXANDER VON HUMBOLDT**

La formación del talento humano tiene efectos visibles en el desarrollo del departamento haciéndolo más competitivo a la luz de las nuevas tendencias y exigencias actuales. La Cámara de Comercio le apuesta a la formación, no solo desde su propia área, sino como impulsor de instituciones como la Universidad Empresarial que cuenta con ocho programas de pregrado, siete programas de postgrado, diplomados, seminarios y cursos en diversas áreas del conocimiento.

## PARQUESOFT QUINDÍO

La Cámara de Comercio continuó fortaleciendo en el 2021 a Parquesoft en el acompañamiento y atracción de emprendimientos de base tecnológica, servicios de consultoría en tecnologías de la información para empresarios, como proveedor de servicios y productos tecnológicos y en acciones de vigilancia competitiva.

## AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN DEL QUINDÍO Y ARMENIA –INVEST IN ARMENIA-

Los resultados de la gestión del Invest In Armenia en la atracción de inversión para el Quindío hablan por sí solos con logros significativos durante la crisis producida por el COVID – 19 al concretar para el departamento casos exitosos de empresas que generarán alrededor de 3.000 empleos. Por lo tanto, la Cámara de Comercio en el 2021 siguió apuntando, acompañado, gestionado y aportando recursos a esta estrategia de Marketing Territorial como un poderoso instrumento de atracción de inversión y generación de empleo.

## QUINDÍOCONVENTION BUREAU

A la par con el Invest In Armenia, el Buró de Convenciones ha hecho visible al Quindío en el concierto nacional e internacional como un destino atractivo y seguro para las inversiones y para el turismo de reuniones. Se continuará apoyando esta estrategia con recursos económicos y logísticos toda vez que ha generado positivos resultados al departamento en términos de derrama económica y dinámica empresarial.

En el 2021 se desarrolló en conjunto con el Bureau una estrategia para la reactivación y gestión para la atracción de eventos en el segmento de turismo MICE

## ARMENIA CÓMO VAMOS

En el 2021 se continuó apoyando y aportando recursos técnicos y financieros, para las mediciones que el programa “Armenia Cómo Vamos” que se viene realizando con el apoyo de varias instituciones. Los indicadores objetivos y subjetivos que nos arrojan estos informes permitirán, a la luz de su estudio y análisis, presentar propuestas a la administración municipal para que incluya en sus planes de acción y proyectos que impacten y fortalezcan los indicadores más débiles identificados en las mediciones de percepción y calidad de vida. La Cámara de Comercio continuará apoyando este programa.



## COMUNICACIONES

El objetivo que se cumplió en el año 2021 en el área de comunicaciones fue: Comunicar y mantener informados a los empresarios del departamento y demás grupos de interés de la marca a través de información oportuna, constante y asertiva con la que se identifique la comunidad empresarial generando confianza e incrementando los niveles de reputación de la entidad.

Actualmente, la Cámara de Comercio cuenta con una comunidad digital de 44.111 seguidores en 6 redes sociales presentando un incremento del 30% en relación a 2020 y teniendo mayor crecimiento en la red social de Instagram con un 74%. Asimismo, nuestra comunidad digital es impactada por los 112 mil seguidores con los que cuenta nuestra Youtuber en sus redes personales.

Adicionalmente, se continuó siendo coadministradores de otras redes sociales como:

Rutas del PCC

Quindío Convention Bureau

Agencia de Inversión

Armenia Cómo Vamos

Todas las anteriores, son gestionadas como parte del aprendizaje del proyecto de práctica de estudiantes de comunicación social y periodismo. Lo anterior, sumadas a las redes sociales de Formación Empresarial que desde 2018 es coadministrador por una agencia digital con quien se ha logrado gestión desde el desarrollo de una estrategia de Marketing Digital como unidad de negocio.

Respecto a los medios tradicionales, en el año se logró incrementar la penetración de otra audiencia radial más popular y de mayor cobertura como fue el caso de Olímpica Estéreo, número 1 en Armenia según el Estudio de Medios EGM. Por su parte, la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío cuenta con un plan de pauta anual en 9 emisoras regionales (con sus diferentes programas por cadena) que suman alrededor de 250.000 oyentes, a su vez en el periódico La Crónica del Quindío (con 19.820 suscriptores) y 5 vallas en la región en el marco de publicidad POP.

Además se logró fortalecer la estrategia comunicacional con sistemas de comunicación tales como:

Mailing: 10.000 correos

Whastapp: más de 6.000 contactos en diferentes grupos y listas de difusión de los directivos

Mensajería instantánea: 14.500 números de celular

Página web: incremento de visitas durante 2020 del 21%

Hay que decir que dentro del plan de pauta anual de este año se desarrolló cobertura tradicional y digital en medios que evolucionaron para generar este mix.

Finalmente, y teniendo en cuenta que todo comunica, se trabajó en otros canales como: tele mercadeo, corresponsales cercanos, áreas y su relacionamiento, proyectos de categoría nacional e internacional, eventos de relacionamiento comercial, foros institucionales y empresariales, alianzas gubernamentales, sedes y en general el día a día de la entidad.

## Acciones digitales

**Influencers:** Para este año el Gobierno de Colombia inició regulación para los denominados influenciadores en el país a fin de monitorear su función como una nueva forma de contratación publicitaria. En esta medida, y atendiendo a las nuevas formas de fidelizar clientes, además de nuestra Youtuber interna, este año se desarrollaron 6 campañas anuales con influenciadores locales profesionales dedicados a esta labor que siendo agentes externos de la marca para que lograran influenciar la reputación positiva de la Cámara de Comercio como una marca aliada para el desarrollo competitivo regional. Así pues, no “estamos hablando nosotros de nosotros, sino otros de nuestra labor, convirtiéndolos en validadores de marca“

**Comunicación audiovisual y de fidelización:** Entre 2018 a 2021 la producción de videos ha incrementado en más de un 50%, hoy son más los empresarios quienes buscaron hacerse visibles en nuestras redes sociales y contar con producción fotográfica y de video que les permita promocionar su Marca en nuestras plataformas. Campañas asociadas a la formalidad, proyectos y nuestra nueva campaña “Yo Le compro al Quindío” han fidelizado y viralizado muchos negocios aún de manera orgánica (sin inversión de pauta digital) este tipo de productos siguen tomando relevancia lo que nos ha llevado a contar con una persona para este proceso con las siguientes acciones desarrolladas:

**Videos de las áreas:** este fue un resumen de lo que hacemos por nuestros sectores y por cada área una herramienta portable y ágil que hable de nuestra gestión.

**Video institucional:** las áreas, proyectos y formas de contar nuestra entidad han evolucionado en los últimos tres años, lo anterior implica renovar nuestro video institucional actual para contar de manera fresca, innovadora y de alto impacto todo lo que hacemos y las nuevas líneas estratégicas que hemos desarrollado.

**Videos empresariales:** en este primer año se desarrollaron un mínimo 100 videos con el enfoque promocional y formal de la campaña “Yo le compro al Quindío”, un espacio para contar historias donde los protagonistas son nuestros empresarios y sus negocios.

## **GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA**

La Gestión Administrativa y Financiera fue soportada en el sostenimiento y gestión eficiente de los recursos tangibles (infraestructura, financieros) e intangibles (talento humano) para la operación de la entidad en el año 2021, el cumplimiento de su direccionamiento estratégico, la normatividad vigente, los requerimientos de los entes de vigilancia y control, el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SGSST). En este sentido y en sintonía con el acelerado dinamismo del mercado, para el 2021 se enfocaron los esfuerzos en los siguientes pilares estratégicos:

Transformación digital e innovación.

Servicio al cliente.

Ambiente de confianza.

A continuación se describen las actividades desarrolladas en cada uno de los PILARES ESTRATÉGICOS:

### **TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN**

Partiendo del diagnóstico de transformación digital realizado en áreas estratégicas de la entidad, bajo el modelo del Centro de Transformación Digital Empresarial, la Cámara de Comercio ejecuto la estrategia de impulsar la transformación digital en los diferentes procesos y al mismo tiempo promover el desarrollo de habilidades del talento humano en este aspecto. Con las siguientes acciones:

Conectividad a Internet/Wifi:

Mejoramiento de la conectividad a internet (mayor capacidad, cobertura y velocidad) para que empresarios, usuarios, empleados, contratistas y estudiantes se logran conectar a Wi-fi, facilitando de esta manera la comunicación y la gestión de información desde cualquier dispositivo conectado.

Sitio Web (<https://camaraarmenia.org.co/>)

Comprendió la actualización permanente de contenidos y la mejora en los aspectos técnicos de usabilidad y accesibilidad de la página web de la entidad.

Sistematización de procesos

Se logró la consolidación y sistematización de procesos claves de la entidad, facilitando el control y gestión de la información, generación y presentación de reportes: ERP Compras, evaluación de proveedores, inscripción posgrados, solicitud de crédito para servicios (incluyendo pagaré y carta anexa), contratación, talento humano, SGSST.

Además, de la implementación de herramientas digitales que permitan firmar documentos de forma ágil, segura y con validez jurídica.

Modernización de equipos

Se logró la actualización de equipos para garantizar la operación de los sistemas informáticos y aumentar la eficiencia operativa en la prestación del servicio, en sintonía con la estrategia de transformación digital y virtualización de servicios.

## Servicio al cliente

Con el objetivo de superar las expectativas del cliente, garantizando la excelente atención, celeridad, pertinencia y calidad, se fortaleció el modelo de servicio al cliente de la entidad orientado a la satisfacción de los usuarios y al mejoramiento de la calidad de los servicios, permitiendo que el proceso de atención integre el ciclo del cliente (necesidad del cliente, expectativa del cliente, requerimiento del cliente, solución de calidad, cubrir expectativa, satisfacción del cliente) en todos los canales de atención (personal, física, correo electrónico, telefónico, chat, etc).

Lo anterior, mediante la ejecución de capacitaciones y talleres en servicio al cliente y protocolos de atención, enmarcados en dos ejes: en primer lugar "Por el buen trato" dirigido al manejo de clientes internos y en segundo lugar "Por el respeto" dirigido al manejo de clientes externos.

## Ambiente de confianza

### a. Protección de Datos Personales (Ley 1581 del 17 de Octubre de 2012.)

Comprende las acciones que garanticen el cumplimiento del Régimen General de Protección de Datos Personales. En este sentido, se plantea una revisión externa del cumplimiento de las disposiciones legales, entre ellos:

Manuales: Manual interno de políticas y procedimientos, Manual interno de políticas de seguridad, Manual de políticas web, Informe técnico, Políticas de seguridad para usuarios y Protocolo al titular de los datos.

Contratos y acuerdos tipo: Acuerdo de confidencialidad y deber de secreto, contrato de transmisión de datos, contrato de recepción de datos.

Cláusulas para asegurar el correcto cumplimiento de la normativa vigente en los diferentes momentos en los que se deba solicitar autorización para el tratamiento de los Datos Personales.

Registro Nacional de Bases de Datos.

Actualización de la matriz de riesgos para gestionar de manera objetiva los riesgos relevantes para la seguridad de los datos que trata la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

### Transparencia y acceso a la información Pública (Ley 1712 del 6 de Marzo de 2014.)

Comprendió las acciones de actualización que garanticen el cumplimiento de la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública en calidad de sujeto obligado no tradicional: Mecanismos de contacto con el usuario, información de interés, estructura orgánica y talento humano, normatividad, presupuesto, planeación, control, contratación, trámites y servicios, instrumentos de gestión de información pública, transparencia pasiva, criterio diferencial de accesibilidad y protección de datos personales.

Lo anterior, conforme a las disposiciones de la Procuraduría General de la Nación, mediante el Sistema de Información para el Registro, Seguimiento, Monitoreo y Generación del Índice de Cumplimiento (ITA) de los Sujetos Obligados en la Ley 1712 de 2014.

## Seguridad informática

Comprendió las acciones de adopción e implementación de prácticas seguras que salvaguarden la integridad y la privacidad de la información en los sistemas informáticos y de comunicación de la entidad.

En la Cámara de Comercio se desarrollaron y fortalecieron los mapas de riesgos para los siguientes procesos:

ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS

AFILIADOS

BIENES

CONTROL INTERNO

FORMULACIÓN DE PROYECTOS

FORMACIÓN EMPRESARIAL

PRESIDENCIA

RECURSOS HUMANOS

REGISTROS PÚBLICOS

SISTEMAS

Registros públicos, se desarrollaron y fortalecieron los siguientes controles:

-SIPREF: Sistema preventivo de fraudes, mediante el cual se previene y evitar que terceros ajenos al titular del registro, modifiquen la información que reposa en ellos, con la intención de defraudar a la comunidad.

-Revisión de todos los procesos de inscripción por parte de OTRO ASESOR DIFERENTE quien CERTIFICA con su firma digital que el proceso es CORRECTO.

-Revisión aleatoria DIARIA del expediente para revisión de NO conformidades.

-Encuesta de satisfacción del servicio PERMANENTE.

-Reporte de envíos a entidades de control según CRONOGRAMA.

-Cuadre de Caja DIARIA / Conciliación Tesorería DIARIA – REVISORÍA FISCAL.

-Sistema integrado de los registros públicos SII. El sistema garantiza SEGURIDAD de la información, dado que tiene controles establecidos y niveles de controles para los usuarios que se crean al interior de la Cámara, así como para los usuarios externos que realizan operaciones a través del mismo. El almacenamiento de la información del sistema donde reposan los archivos, se encuentra en servidores en AMAZON, lo cual garantiza estabilidad y capacidad de almacenamiento.

En AFILIADOS, se cuenta con los siguientes controles: Verificación de antecedentes del aspirante a ser afiliado, se verifica el Acta de Afiliación para evaluación del Comité, información contenida en formularios de solicitud y soportes de verificación de antecedentes los cuales son validado.

PROYECTOS: Durante la formulación se verifico el cumplimiento de requisitos de la entidad para postularse al proyecto, cumplimiento de los términos de referencia de la convocatoria, pertinencia del proyecto a formular, lista de chequeo para cumplimiento de requisitos habilitantes. Si el proyecto es aprobado, durante su ejecución, se presentan auditorías técnicas y financieras a nivel interno como por el ente cofinanciador o su interventoría.

COMPRAS DE BIENES O SERVICIOS: Se verifica la existencia de la necesidad de compra con base en el Plan de Trabajo aprobado, la disponibilidad presupuestal, la selección del proveedor y formalidad del mismo.

Una vez seleccionado el proveedor, la formalización de la compra se realiza mediante aprobación de la Orden de Servicio o Contrato, el RECIBIDO A SATISFACCIÓN del bien y/o servicio adquirido, el cumplimiento de requisitos para trámite contable (Factura, CC, Rut, Seguridad Social), el registro contable por CENTRO DE COSTOS y PROGRAMA PRESUPUESTAL, la Causación revisada por el CONTADOR y materializada con su firma y finalmente, el pago con autorización de dos personas.

En la Fase 3: Ajuste, se cuenta con controles a nivel interno y externo, tal y como se menciona a continuación:

A nivel interno:

- Sistema Cameral de Control Interno y Sistema de Gestión de Calidad: la integración de estos Sistemas, proporcionan una seguridad razonable para el logro de los objetivos estratégicos, operacionales, de información y de cumplimiento.

Se cuenta con una programación de auditorías internas para verificar el cumplimiento de los procesos, procedimientos y políticas de calidad establecidas. Como resultado, se identifican hallazgos que determinan el nivel de cumplimiento así como acciones de mejoramiento.

Igualmente se cuenta con un COMITÉ DE CONTROL INTERNO, en donde se toman las decisiones, se verifica el Sistema de Control Interno integrado al Sistema de Gestión de Calidad, se ajustan los procesos, se verifica el cumplimiento y se determinan acciones de Mejora.

Seguimiento al Plan de Trabajo: Se verifica su cumplimiento mediante comités de área permanentes. Cada mes se llevan a cabo reuniones con la Presidencia Ejecutiva para la revisión del cumplimiento de indicadores y metas y se presentan informes a la Junta Directiva de acuerdo con el avance de programas y proyectos en ejecución o por ejecutarse.

Evaluación de desempeño del personal: Anualmente, se evalúa el desempeño del equipo de trabajo mediante la metodología de 360º y se establecen planes de mejoramiento personalizados, en caso de requerirse.

Evaluación del clima organizacional: Se evalúa el ambiente laboral de acuerdo con la metodología establecida para ello, ANUALMENTE.

Supervisión: Todos los contratos suscritos con la entidad, cuentan con un supervisor designado para realizar seguimiento y verificar su cumplimiento.

- Pólizas y garantías: Se cuenta con pólizas para transferir el riesgo y minimizar el impacto en la entidad, para los siguientes casos:

-Póliza de Administradores -Colectiva con Confecámaras -Pólizas de Infidelidad y Riesgos Financieros (Confecámaras) -Póliza Empresarial que cubre incendio, terremoto, asonada, corriente débil, contenidos y sustracción con o sin violencia. -Póliza de Cumplimiento de cada contrato

Revisoría Fiscal, que cuenta con su plan de trabajo y auditorías permanente, de acuerdo con las funciones establecidas legalmente.

Comités de trabajo: Se cuenta con los siguientes:

-Comité directivo -De calidad y control interno -Comité de planeación y seguimiento al plan de trabajo -Comité operativo de emergencia. -Comité de Afiliados -Comité de Archivo -Comité Jurídico -Comité de las NIIF -Comité Financiero -Comité de Cada área -Comité Paritario de seguridad y salud en el trabajo -Comité de convivencia laboral

A nivel externo se cuenta con los siguientes controles de acuerdo con cada entidad:

- SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO:

Durante las visitas programadas o no, por parte de esta entidad, se verifican aspectos como:

-Renovaciones y cancelaciones de matrículas y comerciantes.-Atención de recursos en vía gubernativa.-Atención a solicitudes de revocatoria directa.-Atención de derechos de petición.-PQRS-Adecuada prestación del servicio al público.-Afiliados.-Devoluciones de documentos sujetos a registro.-Actas de inscripción en los registros mercantil y de ESAL.-Correcciones a los diferentes registros realizados.-Revisión de cobro de tarifas.-Certificado de sociedades disueltas y en estado de liquidación.-Estados financieros y aprobación de los mismos por la Junta Directiva.-Informes de cartera.-Informes de inversiones.-Informes de revisor fiscal.-Informes de Control Interno y/o del Sistema de Gestión de Calidad.

Así mismo, a esta entidad se presentan los siguientes informes periódicamente:

-Balance General Comparativo, acompañado de las notas a los estados financieros y el dictamen del revisor fiscal, así como la certificación de los estados financieros. ANUAL.-Estado comparativo de resultados. ANUAL.-Detalle de ingresos y egresos. ANUAL.-Información presupuestal. TRIMESTRAL.-Informe estadístico de los registros públicos. DOS VECES AL AÑO.-Resumen de los actos de las reuniones mensuales de Junta Directiva. MENSUAL.-Constancia de publicación de la noticia mercantil. MENSUAL.-Informe de gestión o laborales. ANUAL.-Programa anual de trabajo. ANUAL.-Encuesta de evaluación de cámaras de comercio. ANUAL.-Reportes sobre concentraciones económicas. QUINCENAL.-Sistema de Evaluación SECC. Plataforma SAIR

- CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA. Las auditorías, se basan en Normas Internacionales de las Entidades Fiscalizadoras Superiores, para evaluar el proceso financiero, el cumplimiento estratégico y operativo de la entidad

Así mismo, a esta entidad se presentan los siguientes informes periódicamente:

-Rendición de la CUENTA. Plataforma SIRECI. ANUAL.-Contratación de la CCAQ. MENSUAL.-Reporte miembros de Juntas Directivas de las sociedades activas en el Registro Mercantil. MENSUAL.

SISTEMA ELECTRÓNICO DE CONTRATACIÓN SECOP: Se publica toda la contratación de la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío permanentemente,

INTERVENTORÍAS ENTIDADES DE COFINANCIACIÓN: Se presentan informes de ejecución técnica y financiera, con periodicidad mensual o bimestral, de acuerdo con su estándar de seguimiento.

UGPP: Esta entidad verifica en cualquier momento, que la base de cotización de los aportes al Sistema de Seguridad Social por parte de contratistas, sea acorde con lo pagado por nuestra entidad.

ICONTEC: Realiza auditorías anuales, para verificar que se cuente con un Sistema de Gestión de la Calidad implementado.

CONFECÁMARAS: Se realizan auditorías anuales sobre el funcionamiento de la Ventanilla Única Empresarial.

PQRS: Se trata de formatos físicos en todas las sedes de la entidad, para brindarle la oportunidad a clientes y visitantes, que nos den respuesta sobre la calidad de los servicios.

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Mecanismo aplicado en todos los procesos y servicios.

#### SISTEMA ELECTRÓNICO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA SECOP

ICBF: Reporte de ESAL, TRIMESTRAL

DIAN: Reporte de casas de cambio y compradores y vendedores de divisas registrados en la Cámara de Comercio, con periodicidad mensual e información exógena, anualmente.

MINISTERIO DE TRANSPORTE – SUPERINTENDENCIA DE PUERTOS Y TRANSPORTE: Reporte de Personas Naturales, Sociedades y ESAL, con actividades de prestación de servicio público de transporte terrestre automotor en la modalidad de carga.

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES: Reporte de accionista único SAS que se ha reusado a inscribir su situación de control.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA SOLIDARIA: reporte de los actos de registros ante la Cámara de Comercio, de las entidades del sector solidario.

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO: Verificación de la liquidación, recaudo y transferencia a esa entidad del Impuesto de Registro. Reporte de ESAL inscritas en la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío.

SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS: Reporte de ESAL cuyo objeto social contenga las siguientes palabras: “prestación de servicios públicos”, “servicios públicos”, “acueducto”, “alcantarillado”, “energía eléctrica”, “gas natural” o “gas licuado de petróleo”.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO: Informe sobre innovación, desarrollo empresarial y competitividad.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN: Registro de los Archivos de la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, Tablas de Retención Documental, control por parte del Comité Departamental de Archivo.

LEY DE TRANSPARENCIA: En cumplimiento de la ley, se pone a disposición en la página web de la entidad, la siguiente información

Cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de la sociedad (Ley 603 de 2000).

Después del cierre y a la fecha del informe de gestión, no han ocurrido hechos significativos que afecte, el normal funcionamiento de la Cámara de Comercio.



La Cámara de Comercio, cuenta con presupuesto y un plan de trabajo para el 2022, que se fundamenta en el desarrollo de Servicios empresariales, Proyectos Estratégicos, Gestión Gremial, Marketing de Región, más servicios para los Afiliados, Plan de medios y comunicación estratégica, Fortalecimiento de las funciones registrales, mejoramiento de la infraestructura tecnológica, Mejoramiento del entorno empresarial y social, Acompañamiento a las filiales de la Cámara, Alianzas estratégicas público – privadas, participación en programas de desarrollo empresarial nacionales, Formación empresarial, Impulso al emprendimiento, acompañamiento a sectores y clúster estratégicos, Incentivar la economía circular y el manejo inteligente de residuos, la Cultura de la iNNovación, el desarrollo del funcionamiento administrativo, financiero y de infraestructura de la cámara y demás acciones para propiciar el desarrollo empresarial del departamento del Quindío.

Los funcionarios, contratistas y miembros de la junta directiva de la Cámara de Comercio, deben conocer y cumplir lo enunciado y descrito en el código de Ética de la organización que se encuentra plasmado en el capítulo XIII de los estatutos de la Cámara de Comercio

En conclusión este fue el informe de gestión 2021, donde se describieron los diferentes programas, servicios empresariales, actividades y acciones que se desarrollaron durante este año para cumplir nuestras funciones registrales y el fortalecimiento y desarrollo del tejido empresarial del departamento del Quindío.

De la misma manera este informe fue revisado y aprobado por el área de control, interno de la entidad y la revisoría fiscal de la misma

ATENTAMENTE



RODRIGO ESTRADA REVEIZ  
Presidente Ejecutivo