

# INFORME DE GESTIÓN

AL 31 DE DICIEMBRE 2021

Bogotá, enero 2022



## CONTENIDO

<b>REACTIVACIÓN ECONÓMICA</b> .....	2
1. Vacunación por la reactivación .....	2
2. Reactivación y formalización empresarial .....	2
3. Líneas de financiamiento Empresarial .....	42
4. Facilitación de trámites y requisitos y reactivación económica .....	45
<b>FUTURO DE LA CÁMARA</b> .....	57
1. Actualización Tecnológica .....	57
2. Registro Moderno .....	58
3. Servicio al cliente .....	65
4. Servicios para la fidelización de Afiliados .....	69
<b>ARTICULACIÓN CON FILIALES</b> .....	70
1. Centro de Servicios Compartidos .....	70
<b>NUEVOS NEGOCIOS</b> .....	71
1. Servicios Privados .....	71
2. Nuevos negocios .....	75
3. Otros .....	80
<b>ACTIVIDADES TRANSVERSALES</b> .....	81
1. Seguimiento financiero y administrativo .....	81
2. Gestión de planeación .....	81
3. Comunicaciones internas .....	83
4. Programa jurídico, contractual y de asesoría .....	86
5. Recursos Humanos .....	88
6. Control interno .....	89
<b>FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL</b> .....	90

## REACTIVACIÓN ECONÓMICA

### 1. Vacunación por la reactivación

En desarrollo de esta iniciativa, orientada a apoyar la reactivación de las empresas, facilitar la participación del sector empresarial, con énfasis en MiPymes y acelerar la vacunación para los equipos de trabajo, contratistas y familiares, se realizó:

- La puesta en funcionamiento del sistema de información con la página [www.vacunacionporlareactivacion.co](http://www.vacunacionporlareactivacion.co), la pasarela de pagos para el recaudo de los recursos y se adelantó la gestión con empresas y entidades para identificar la oferta de servicios logísticos y estructurar un esquema de cobertura de riesgos para la CCB y los/as empresarios/as
- Se gestionó un convenio con la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres–UNGRD, para suscribir alianzas estratégicas prioritarias con las personas jurídicas regidas por el derecho privado, con base en los acuerdos de suministro suscritos por el Gobierno Nacional con los diferentes fabricantes
- Se realizó la apertura y cierre de la primera etapa de manifestación de interés (15 de junio y 7 de julio respectivamente), con 21.223 empresas interesadas en vacunar 763.103 personas, por lo cual se consideró viable la posibilidad de contar con una demanda de alrededor 500 mil personas a vacunar y se procedió a iniciar la fase de recaudo de los aportes
- Sin embargo, con el exitoso avance del Plan Nacional de Vacunación por el Ministerio de Salud y Protección Social, al finalizar la fase de recaudo (8 al 16 de julio), 4.444 empresas se vincularon a la iniciativa, 80% menos de las que habían manifestado interés, con el compromiso de vacunar sólo a 84.780 personas, es decir, una reducción del 90%
- Es así como, la CCB decidió dar por terminada la iniciativa y no persistir en la implementación de la misma, para evitar que miles de empresas tuvieran que asumir los costos de un bien o servicio que podrían obtener de manera gratuita y anticipada a través del Plan Nacional de Vacunación
- Para realizar el reembolso inmediato de la totalidad de los recursos, se hicieron los ajustes operativos y procedimentales necesarios con la Fiduciaria Fiducoldex. Como resultado, se realizó el reembolso de la totalidad de los recursos aportados por los/as empresarios/as (\$20.084 millones), sin pérdidas para la entidad y sin ningún tipo de penalidad o sanción por parte de proveedores y contratistas, restando tan solo la liquidación de los contratos derivados y el contrato fiduciario

Si bien la iniciativa de la CCB no concluyó con la vacunación de los trabajadores, contratistas y familiares de las empresas que se vincularon a ésta, sí cumplió con el objetivo de motivar, incentivar y concientizar a empresarios/as y beneficiarios/as sobre la necesidad de vacunarse, con el fin de acelerar el proceso de reactivación económica.

### 2. Reactivación y formalización empresarial

#### 2.1. Programa Juntos

Reconociendo que las principales necesidades de los/as empresarios/as están asociadas con los desafíos que enfrentan para sumergirse en el canal digital, incrementar sus ventas, resolver situaciones organizacionales derivadas del COVID-19 y adquirir recursos para financiar su operación durante la crisis, se lanzó el Megaprograma JUNTOS. Durante lo corrido del año la iniciativa ha contado con 70.657 asistentes a los diferentes servicios que lo componen.

## **Herramientas para el emprendimiento**

Desde el programa de emprendimiento para acompañar a los/as emprendedores/as que quieren aportar su talento en la solución de necesidades, aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado y ver en el emprendimiento una opción de vida productiva, se desarrolló un kit de herramientas con recursos informativos, propuestas metodológicas, herramientas y soluciones, el cual ha alcanzado más de 16.328 descargas. 394 emprendedores/as fueron apoyados/as en la ruta para la creación de empresa.

Igualmente, buscando generar un cambio en la mentalidad y cultura emprendedoras, se desarrollaron 59 jornadas con 6.817 asistentes, incluyendo la jornada “Los emprendedores, ¡El gran motor de la innovación! Realizada en alianza con Invest in Bogota, CEmprende iNNpuls Colombia y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico en la cual se lanzó el observatorio de emprendimiento Bogotá Escala, que facilitará información del ecosistema de la ciudad.

### Rutas de acompañamiento en emprendimiento

A través de 2.920 talleres, asesorías y acompañamiento estratégico con 7.858 asistencias, se brindó apoyo para madurar, validar, modelar ideas y contribuir a la creación de empresas que estén en capacidad de generar ingresos y empleo. Todos los emprendedores habilitados accedieron a la ruta de activación para la creación de empresa y entre ellos, se seleccionó el grupo de 394 emprendedores que recibió acompañamiento directo de un consultor empresarial, lo cual permitió el cumplimiento de 809 objetivos empresariales, dentro de los que se destaca que 64 de ellos registraron su empresa.

### GOFEST

En agosto se realizó el Festival del Emprendimiento de Bogotá, Go Fest, como una oportunidad más para que los emprendedores puedan innovar y transformar los negocios existentes, de cara a las nuevas necesidades y dinámicas del mercado. Esta edición contó con 1.184 asistentes únicos y más de 7.200 asistencias a las más de 47 conferencias, paneles, talleres, feria, rueda de negocios, asesorías individuales, demo day y demás actividades organizadas bajo el concepto “Hagamos Que Todo Sea Posible: Propósito, Innovación, Conexión”; adicionalmente se realizaron más de 600 reproducciones de la jornada de instalación y 3.776 de las charlas. Se contó con la participación del SENA, Colsubsidio, Cafam e iNNpuls, que se vincularon con patrocinios por \$73 millones y 35 aliados más que participaron con charlas y talleres.

Adicionalmente se llevó a cabo la Feria de Jóvenes Empresarios, este espacio se desarrolló de forma híbrida: en la vitrina virtual de Bazzarbog y presencial en la XXXVIII Feria del Hogar en Corferias con 82 participantes. Todos los expositores contaron con una oferta de talleres y asesorías en preparación para ferias, marketing digital y logística para Ecommerce y una Rueda de Negocios virtual, con la participación de 62 oferentes y 20 compradores (17 nacionales y 3 internacionales) quienes realizaron más de 24 citas de negocio.

### Emprendimiento Universitario

Como parte del compromiso con la generación de oportunidades económicas que tanto están demandando los jóvenes y cuya necesidad se evidenció en las protestas sociales de 2021, se busca fomentar en jóvenes universitarios, el interés por el emprendimiento y la aplicación de herramientas de investigación, innovación, tecnología y conocimiento en nuevos negocios. Para ello, se desarrolla un primer componente para promover la adopción de una mentalidad y cultura emprendedora, para lo

cual se realizaron más de 20 actividades con más de 1.000 estudiantes, docentes y emprendedores, permitiendo acercar temas de emprendimiento a esta comunidad.

En el marco del Festival de Emprendimiento GoFest, se desarrolló el conversatorio “3DE: ¿Qué aprendizajes ha dejado en el ecosistema de Emprendimiento?”, esta edición contó con el apoyo de Uniempresarial, 8 universidades, el ESMIC y 104 estudiantes por día, quienes de la mano de mentores trabajaron en el desarrollo de ideas de negocio orientadas a retos de sostenibilidad. Adicionalmente se vincularon aliados como el SENA, Compensar, La Caja Lab, Fundación Coomeva y Cemprende de iNNpulsa.

Adicionalmente, se buscó identificar proyectos universitarios con potencial de mercado, que puedan estructurarse para llegar a constituirse como empresa y operar de manera continuada. En 2021, se postularon 44 proyectos, 35 cumplieron con los requisitos habilitantes y entraron a la curaduría que concluyó con la participación de 6 equipos en un proceso de aceleración de más de 150 horas compuestas por espacios de formación e información, el acompañamiento de un consultor de la CCB y de mentores líderes y temáticos que retaron la estrategia de los proyectos para el cierre de brechas en temas como estrategia, tecnología, marketing y finanzas. Un equipo registró su empresa ante la CCB y culminó exitosamente un proceso de patente y otro cerró la venta de su plataforma.

#### Emprendimiento para la inclusión productiva

Como resultado, en 2021 se benefició a 267 personas en condiciones especiales, 157 con servicios de acompañamiento y 110 con servicios de formación, simultáneamente se fortalecieron alianzas con 9 organizaciones públicas y privadas para lograr una atención integral y sicosocial a emprendedores que forman parte de la población en condición de discapacidad o de vulnerabilidad social o económica.

Es de resaltar, el Diplomado en Emprendimiento y Estrategias de Visibilización de Productos Ancestrales de mujeres indígenas en contexto de ciudad que se realizó con el apoyo de la Universidad del Rosario con la participación de 65 mujeres de diferentes etnias originarias del territorio nacional y la implementación del lenguaje de señas en 3 talleres de emprendimiento: i) Entrénate para emprender, ii) Aprende a planear y iii) Convierte tu idea en una oportunidad de mercado que se inició con la Fundación Saldarriaga Concha. Así mismo, se dio inicio al acompañamiento de emprendedores, reinsertados o desmovilizados de la extinta guerrilla de las FARC que están estructurando su proyecto empresarial para viabilizar los recursos de capital semilla otorgados por el Estado para iniciar su actividad productiva realizado con la Agencia para la Reincorporación y la Normalización, ARN.

#### Programa Emprende CCB

En junio se lanzó la versión 2021 del programa para incentivar el emprendimiento y la capacitación de las familias de los colaboradores de la entidad para la creación de empresa. Los participantes tienen acceso a recursos del FECCB y la oportunidad de participar en la ruta de activación para la creación de empresa; 4 colaboradores están vinculados actualmente y uno finalizó el acompañamiento

#### **Aceleración de proyectos de innovación**

Desde el Centro de Innovación y Diseño Empresarial de la CCB, INNOVALAB, a través de 11 convocatorias al Programa de aceleración de proyectos de Innovación se invitó a emprendedores/as y empresarios/as de Bogotá-Región a postular sus ideas o proyectos de innovación en productos, servicios, procesos y/o necesidades de transformación de su modelo de negocio para acelerar su crecimiento. Como resultado, se acompañó 296 proyectos de innovación, logrando 234 validaciones y 34 prototipos con intención de compra, 1 aumento de productividad y 2 de ventas; en el último ciclo,

5 empresas proveedoras de Claro Colombia validaron 6 proyectos para mejorar la experiencia del cliente y ya cuentan con el aval para su implementación dentro de su empresa ancla.

Igualmente, para impulsar el trabajo de los proyectos de innovación acompañados, se puso en ejecución el proceso de acompañamiento Go to market, un nuevo servicio, para que emprendedores/as y empresarios/as logren la puesta en marcha de sus proyectos y modelos de negocio y realicen las primeras ventas de sus nuevos productos y/o servicios, que incluye talleres en marketing digital y temas financieros, herramientas como prospecting para aumentar los leads en proyectos dirigidos al mercado B2B, acompañamiento de un consultor de Innovalab y uno externo. Los 111 proyectos acompañados en 2021 reportaron 7.656 nuevos leads luego de pasar por el programa y 50 lograron sus primeras ventas; a su vez, las empresas desarrollaron habilidades para seguir gestionando campañas y continuar incrementando ventas. El 45% de los participantes logró la meta de alcanzar sus primeras ventas.

Para impulsar el crecimiento acelerado y ampliación de mercados de Startups de alto impacto, lideradas por mujeres, se diseñó un programa de aceleración Mujeres TECH, que incluye mentorías y workshops en diversas temáticas, se apoyaron 45 startups de base tecnológica lideradas por mujeres, las cuales recibieron 382 horas de sus mentores líderes y temáticos; 28 han logrado incrementar sus ventas en un 68% y 4 sus leads o suscripciones.

#### **Ferias virtuales de la microempresa**

A través de las ferias para la microempresa se ofrece en un solo espacio la posibilidad de dar cumplimiento a requisitos legales y normativos, acercarse a alternativas formales de financiamiento, participar en actividades de contacto comercial y acceder a conocimiento para conocer las tendencias y mejorar la gestión empresarial, así como a herramientas para implementar soluciones empresariales para el crecimiento de los negocios.

Este periodo se realizaron 6 versiones de esta feria con el apoyo de 220 aliados que se vincularon a 289 actividades ofrecidas, permitiendo así que 5.677 clientes participaran en promedio en 2,5 de ellas con un total de 16.682 asistencias; además, se realizaron 6 ruedas de negocio con 259 citas efectivas e igual número de ruedas financieras en las que, a través del programa CREAR, se conectó a los/as empresarios/as con el sistema financiero formal. Las dos últimas ferias del año se desarrollaron presencialmente en Engativá y Suba, con el apoyo de las alcaldías locales; la oferta incluyó jornadas de financiamiento, asesorías en el proceso de formalización y requisitos de funcionamiento con entidades como la DIAN, Secretaría Distrital de Hacienda, de Planeación, y de Ambiente, Cuerpo de Bomberos, Sayco Acinpro, Colpensiones y, asesorías en arbitraje y conciliación.

#### **Reinvención de los negocios**

Dada la incertidumbre empresarial y la transformación de las dinámicas de mercado, se lanzó el Programa de Reinvención para la Transformación empresarial para impulsar a los/as empresarios a identificar sus capacidades para inspirar nuevas visiones de negocios, dando respuesta a los retos que los obligaron a rediseñar sus modelos de negocio, fortalecer sus propósitos empresariales, sofisticar sus portafolios y ver oportunidades donde otros encuentran preocupación.

Gracias a esta línea, se acompañó 1.731 empresarios/as de los cuales el 72,6% tomó servicios de fortalecimiento empresarial con un consultor por primera vez en la entidad. Los participantes alcanzaron 5.538 objetivos empresariales, con resultados de impacto en sus organizaciones al lograr 467 aumentos de ventas, 498 incrementos de productividad, 23 de la rentabilidad y 19 mejoramientos de liquidez. El equipo de consultores empresariales realizó más de 7.085 citas-visitas para el

seguimiento al plan de trabajo definido, prestando además 6.263 asesorías principalmente en temáticas de mercadeo y ventas (17%) y estrategia empresarial (14,5%).

Desde el sector Servicios Empresariales, Turismo y TIC, se atendió a 437 empresas que alcanzaron 1.258 objetivos empresariales, destacándose 101 incrementos de ventas y 110 de productividad; 508 empresas del sector Agrícola y Agroindustrial, Químico y Salud y, Construcción y Energía se vincularon dando cumplimiento a 1.467 objetivos empresariales con resultados de impacto que dieron origen a 119 incrementos de ventas y 146 de productividad, entre otros, dando especial énfasis al fortalecimiento de empresarios/as de la región.

Como resultado, 63 empresarios/as de Gachancipá y Tocancipá fueron fortalecidos para aprovechar la temporada decembrina, mediante talleres y asesorías en redes sociales para incrementar las ventas y vitrinismo; se acompañó 24 asociaciones de productores agroindustriales de Villapinzón para el cierre de brechas en liderazgo, gestión de ESALES, estructuración de costos, definición del plan comercial y aspectos legales y tributarios. También se asesoró la constitución de 8 asociaciones agroindustriales en Chocontá y, se apoyaron de cuidado y salud para el adulto mayor del sector cafetero de Fusagasugá con énfasis en la estructuración de su propuesta de valor.

Como parte de la estrategia de reactivación del sector lácteo, se estructuró, con la Universidad Nacional de Colombia y la Gobernación de Cundinamarca, el proyecto Desarrolla un sistema de producción lechero para la obtención de leches inocuas, de alta calidad y con un perfil lipídico saludable en el Departamento de Cundinamarca, para ampliar las capacidades de un grupo de pequeños y medianos productores de leche en el municipio de Tausa para obtener un mayor precio en el mercado y fortalecer su relación con la industria, el cual se realizará en 7 fases durante 28 meses. Superada la etapa de evaluación con una de las mejores calificaciones, el proyecto se encuentra ante el Órgano Colegiado de Administración y Decisión – OCAD, para su evaluación final.

Desde los sectores de Industrias Creativas, Moda y Gastronomía se atendieron 650 empresas que dieron cumplimiento a 1.955 objetivos empresariales con resultados de impacto como 178 incrementos de ventas y 175 de productividad, entre otros. En 2021, se desarrollaron rutas específicas para los diferentes sectores atendidos, lo cual permitió, implementar la Ruta BAM para 16 empresarios/as seleccionados en la convocatoria de la Plataforma con 37 horas de intervención, y se ejecutó la iniciativa Tejiendo y fortaleciendo el sector textil para 13 empresas satélite de Permoda con 32 horas de talleres y asesorías focalizados en incrementar la productividad de los procesos de confección.

En articulación con la Corporación Colombia Crea Talento, se realizó el fortalecimiento para 17 empresas interesadas en búsqueda de patrocinios y alianzas bajo la modalidad de inversión, desarrollando una ruta cerrada en estrategia, mercadeo y temas financieros.

Se completó el Programa de Comunicaciones para la Industria de Moda para empresas que hacen parte de la selección de la Plataforma Bogotá Fashion Week 2021-2022, enfocado en ADN de marca, fotografía y redes sociales, avanzando con la fase de asesorías para 76 de ellas. A su vez y en alianza con el Politécnico Gran Colombiano, 20 empresas accedieron a acompañamiento especializado en desarrollo e identidad de marca, a partir de una intervención intensiva de tres meses con 28 horas de formación, acorde a la metodología diseñada por la entidad educativa con el apoyo de un consultor empresarial de la CCB, quien está recibiendo transferencia de conocimiento.

Finalmente se desarrolló la Ruta Ecommerce moda en el marco del programa bandera Más Moda Digital, para que 31 empresas pudieran repensar su estrategia frente a plataformas comerciales

digitales y definir su plan de mercadeo de acuerdo a la nueva realidad de consumo en línea; una ruta de 60 horas de talleres y asesorías para atender a 19 empresarios/as de la región de Fusagasugá, Silvania Cabrera, Arbeláez, Pasca y Ubaté participantes del Mercado de Emprendimiento Cultural Tribu y, bajo la estrategia “Madrúguele a diciembre” se fortalecieron 22 empresas ubicadas en Fusagasugá.

### **Comités consultivos**

Para contribuir a la reactivación de las mipymes, se crearon espacios similares a una reunión de Junta Directiva para acceder a la orientación de expertos para la gestión de las empresas. Inicialmente, los comités se enfocaron en temas relacionados exclusivamente con la emergencia sanitaria, pero ahora los/as empresarios/as pueden revisar todo tipo proyectos, iniciativas o dificultades en los que requieren contar con la opinión de terceros ajenos a sus compañías. Se han implementado mejoras en la metodología para lograr un enfoque integral en términos de la gerencia, que además provea herramientas que permitan equilibrar los escenarios de familia, empresa y propiedad, de manera que sean competitivas en un mercado cada vez más agresivo; en 2021, 321 empresas y 125 expertos participaron en la iniciativa, incluyendo 6 mujeres miembros del directorio de juntas directivas del CESA, con quien se adelantó un convenio para fomentar la participación de la mujer en este tipo de instancia.

### **Alianzas para la reactivación económica**

Bajo estas alianzas se busca el acceso de los/as empresarios/as a productos y servicios para la digitalización de los procesos, lo que se traduce en servicios que incluyen desde paquetes de datos para conexión a internet hasta ciberseguridad o facturación electrónica.

#### *Escuela de Transformación digital*

La escuela es un mecanismo que permite entregar tres grandes componentes: formación, acompañamiento para identificar y priorizar las necesidades digitales y tecnológicas de la empresa, e implementación de tecnologías con mejores beneficios que ofrecen cerca de más de 60 aliados. Desde su lanzamiento se han sensibilizado 11.702 asistentes en 219 actividades del portafolio de 47 servicios alineados al diagnóstico de madurez digital, que está disponible de forma gratuita en la plataforma Avanza, herramienta que desde su lanzamiento ha sido utilizada por más de 837 emprendedores/as y empresarios/as. Entendiendo que la construcción del conocimiento a través de la experiencia es clave para el aprendizaje y el desarrollo de competencias, también se diseñaron 13 Bootcamps, Demotech y MatchTech, que permitieron a 1.143 participantes experimentar herramientas tecnológicas y acercarse a expertos para profundizar sobre su funcionamiento y beneficios accediendo a 630 asesorías ofrecidas por los aliados estratégicos vinculados a esta iniciativa.

Los 62 aliados que hacen parte de la Escuela han ofrecido beneficios exclusivos a las empresas de la CCB y acceso a más de 75 tecnologías que se agrupan en 4 grandes categorías: comercio electrónico y ventas por canales digitales (39), herramientas digitales para optimizar el negocio (26), conectividad para el negocio (2) y tecnología avanzada (8). Más de 456 empresas han implementado herramientas tecnológicas accediendo directamente a los beneficios puestos a disposición por 17 de estos aliados; a su vez, a través del acompañamiento de nuestros consultores, 532 empresas más implementaron herramientas de transformación digital.

### **Compra parcial, total o fusión de compañías**

Según la Encuesta Ritmo Empresarial 2020 adelantada por la CCB, el 8,5 % de empresarios/as manifestó la intención de cerrar su empresa a causa del impacto negativo del Covid-19 y el 7,2% la necesidad de

desarrollar otra actividad económica; en este mismo periodo, la tasa de desempleo de Bogotá se ubicó en 25,1% según la encuesta de Mercado laboral del DANE. Por ello, se creó el programa de fusiones y adquisiciones.

En 2021, se llevó a cabo un proceso de formación para 170 asistentes, en temas de pensamiento estratégico para un proceso de fusión o adquisición, aspectos jurídicos, negociación con inversionistas y valoración de empresas. 41 inversionistas participaron en la búsqueda de potenciales proyectos para invertir y 49 empresas con 73 usuarios inscritos manifestaron su interés de vender parcial o totalmente sus negocios; adicionalmente y como resultado del proceso de matchmaking entre la tesis de inversión de los inversionistas y las necesidades de capital de las empresas participantes, se concretaron 12 citas.

### **Otras acciones desarrolladas para la reactivación**

#### Formación campus virtual

Este año el reto se centró en poder escalar a nuevos usuarios con el rediseño de metodologías cómodas, eficientes y formatos más cortos y dinámicos que se articulen con estructuras presenciales para generar procesos de capacitación mixtos, permitiendo que la entidad siga siendo un actor relevante en la formación empresarial, por lo cual se definió el desarrollo de nuevos cursos que dieran respuesta a las necesidades de los/as empresarios/as en etapa de reactivación y se ingresó a la tendencia del Microlearnig Empresarial y mobilearning, mediante formatos de 15 minutos de duración, que ofrecen aprendizaje rápido y efectivo desde cualquier dispositivo móvil con consejos y soluciones para acelerar procesos y cerrar brechas empresariales. Como resultado, se actualizaron 11 cursos y se desarrollaron 49, lo cual permitió contar al final del año con 120 cursos en parrilla representados en más de 900 actividades y 51.112 asistencias de empresarios/as y emprendedores/as. Para fortalecer esta oferta, se activó la campaña “CapaSítrate” bajo la afirmación SI se puede capacitar para solucionar brechas empresariales de conocimiento, de manera rápida, eficiente, gratuita y con calidad, y se amplió el tiempo de permanencia, con disponibilidad 24/7 facilitando la experiencia del cliente.

#### Programa de innovación

En la búsqueda de impulsar la adopción de la innovación como una práctica permanente y transversal en las empresas, se llevaron a cabo dos ciclos del Programa de Gestión de Innovación-PGI con el fin de implementar una metodología que permita a las empresas construir capacidades de innovación para generar resultados, aprender herramientas y técnicas sobre el proceso y, ser capaces de replicarlo de manera sistémica. Como resultado, se acompañaron 54 en el programa PGI y se lograron 19 certificaciones con el Sello de Buenas Prácticas de Innovación, otorgado por la CCB e ICONTEC, y 14 han generado ventas con su nuevo producto o servicio.

Para inspirar y ayudar a los/as emprendedores/as y empresarios/as a encontrar nuevas oportunidades y reinventarse para asumir los retos que han surgido a partir de la nueva realidad, se realizaron 111 actividades a través de INNOVATALKS, con la participación de 4.947 asistentes, en temáticas asociadas a gestión del conocimiento, herramientas y metodologías de innovación, innovación financiera, oportunidades de innovación, soft skills, transformación digital, y transformación empresarial.

Uno de los principales retos del país es lograr la articulación entre varios sectores con el fin de desarrollar el talento y la economía a través ecosistemas de innovación, lo cual solo es posible mediante la consolidación de un trabajo colaborativo a partir de la generación de Comunidad de Innovación. En 2021, la comunidad de innovación siguió consolidándose con la participación en LinkedIn de 333 miembros, 200 participantes del grupo de WhatsApp de la hora del café y 66 en el grupo mujeres tech, con quienes se comparten casos de éxito, convocatorias del ecosistema y contenidos de innovación.

Para dinamizarla, se vinculó al día Mundial de la Creatividad y la Innovación, con 9 charlas con 789 asistentes y 1 evento de conexión con 102 personas, siendo el evento principal un conversatorio sobre “El papel de la Innovación en la Reactivación Económica” con la ministra de Ciencia Tecnología e Innovación, la presidenta del Consejo Privado de Competitividad, y los presidentes de Innpulsa Colombia y la CCB; se realizó la 3ra versión de #ExpressoInn, un encuentro anual de 61 líderes de innovación para conectar experiencias de innovación abierta y dinamizar la gestión de la innovación en las organizaciones. Estas acciones se complementan con los Mixers de Innovación que son charlas en alianza con CEmprende y Claro.

Además, se continuó el trabajo con la estrategia de CEmprende liderada por Innpulsa, la cual busca la construcción de redes de colaboración entre actores y emprendedores del país bajo un campus físico y virtual; la CCB hará parte del comité estratégico de CEmprende para construir una visión conjunta de la iniciativa para lo cual ya están identificados algunos de los proyectos que se adelantarán.

Por otra parte, en el marco de la iniciativa Innpulsa-Cemprende y dada la necesidad de contar con un mapeo de las Startups y actores relevantes del ecosistema de emprendimiento del país para visualizar su estado de desarrollo, la CCB se sumó a la iniciativa liderada por la firma brasilera Growth Partners Investimentos E Participacoes S.A. que realizó el ejercicio de mapeo de Startups través de la plataforma “Distrito Dataminer” en Brasil y lo está replicando en Colombia.

Gracias a este trabajo, se identificaron 1.101 startups que conforman el ecosistema de innovación colombiano, siendo los seis primeros sectores FinTech, T.I, RetailTech, Martech, Healthtech y FoodTech, los cuales representan el 50% del universo total en cantidad de startups, siendo los otros 30 sectores encontrados responsables del otro 50%. A su vez, 25.738 colaboradores operan el mercado de innovación colombiano: la mitad de la fuerza de trabajo colombiana en tecnología (53,2%) está presente en los 3 primeros sectores (LogTech, FinTech y T.I); la concentración de startups ocurre en Bogotá, Medellín y Cali, responsables del 84% del total de startups. El lanzamiento de este mapeo a todo el ecosistema se realizará en el primer bimestre de 2022 en el Centro de Convenciones Ágora.

#### Acciona tu poder de hacer

Uno de los grupos poblaciones más afectados con la pandemia fueron los jóvenes; aunque el Covid-19 impactó principalmente la salud de la población mayor, la población joven sufrió los efectos en la educación y el empleo, evidenciando y aumentando la desigualdad que ya presentaban. Dada la coyuntura, los jóvenes buscaron mecanismos para movilizarse y hacer que su voz se escuchara en medio de la crisis para demostrar su descontento y la necesidad de alcanzar cambios y mejoras en los ámbitos político, social y económico, convirtiéndose así en uno de los principales actores de las protestas sociales de 2021.

Como respuesta a esta situación y con el fin de abrir espacios para escuchar, recibir y fortalecer propuestas y dar visibilidad a las preocupaciones e iniciativas de los jóvenes, junto con la Fundación Solidaridad por Colombia se lanzó “Acciona tu poder de hacer”, estrategia que a partir de una conversación abierta, colaborativa, amplia y diversa buscó facilitar su participación en la creación de iniciativas para la generación de empleo y oportunidades de emprendimiento en Bogotá-Región, convirtiéndose en el primer ejercicio de innovación abierta liderado por la entidad.

Esta iniciativa lanzada el 14 de septiembre a través de un evento virtual con más de 570 participantes, permitió que 459 problemáticas fueron planteadas por los jóvenes con 35.560 personas alcanzadas en redes digitales. De allí se priorizaron tres retos de emprendimiento y tres de empleo, con 68 propuestas de solución, de las que se preseleccionaron 20 las cuales accedieron a formación en pitch, innovación

y viabilidad, tecnología y tips de cómo hacer y editar videos, así como a asesorías individuales con mentores de centros de emprendimiento de universidades, líderes de innovación de sector privado, consultores de innovación y emprendimiento social y asesoría con expertos en edición de videos. En total se recibieron más de 1.600 votos y cada una de las propuestas recibió 3 horas de mentoría en el plan de acción para la implementación de sus propuestas.

En línea con la necesidad de visibilizar el aporte del sector empresarial en la generación de valor y resaltar su papel en la transformación de las problemáticas de las nuevas generaciones para la construcción de soluciones de futuro, en 2021 se llevó a cabo el “Foro Bogotá: Nuevas Generaciones 2021”, el evento que contó con 276 personas de manera presencial y 3.777 visualizaciones a través de la plataforma de streaming y el canal de YouTube de El Tiempo, en la agenda académica participaron líderes como Steve Cadigan, con una intervención sobre los cambios en el desarrollo económico, a partir del futuro del trabajo, Jos Dirx quien analizó el futuro de la educación y el uso de inteligencia artificial para desarrollar procesos de formación y, Henry Mintzberg experto en las nuevas fuerzas del mercado y su relación con el sector privado, sector público y la comunidad “sector Plural”. De esta forma tanto para los jóvenes como los/as empresarios/as, pudieron entender como gracias al esfuerzo tripartita del sector privado, de los/as empresarios/as y emprendedores/as se puede construir una mejor sociedad.

En el marco del Foro, se integraron las filiales de la CCB, escuchando a 142 jóvenes de colegios, universidades y emprendedores para que sus ideas sean motor de una cultura de cambio y transformación, a través de mesas de conversación realizadas en las sedes Zipaquirá, Chapinero y Kennedy, y la sede de Uniempresarial, en temas como el impacto de la tecnología en las nuevas generaciones, desarrollo sostenible, el futuro de la educación, entre otros.

#### Apoyo a la internacionalización de las empresas

La CCB apuesta a la aceleración de los procesos para el ingreso a nuevos mercados en el corto y mediano plazo dando un mayor aprovechamiento a los acuerdos comerciales y mercados estratégicos, a través de un nuevo Modelo de Internacionalización basado en la democratización del conocimiento, la generación de cultura exportadora y el acompañamiento intensivo. Para ello, se completaron 41 sesiones de taller en costos y logística y comercio electrónico con 168 asistentes y 265 asesorías en costos de exportación, contratación internacional, Ecommerce transfronterizo y régimen aduanero, tributario y cambiario; además se realizó el III Foro de Ecommerce transfronterizo, sobre sus desafíos y oportunidades, retos cambiantes y tendencias en infraestructura tecnológica, canales digitales y plataformas de conectividad, con 40 empresarios/as presencialmente y 141 de forma virtual.

En 2021, 67 empresas exportaron con apoyo de la CCB; se diagnosticaron y realizaron mentorías individuales para la identificación de áreas críticas, planes de acción y selección de producto y mercado a 127 empresas, se adelantaron 186 fichas de internacionalización (100 de priorización de producto o servicio y 86 de identificación de mercado con preselección, investigación, comportamiento, competencia y tendencias de consumo); Y se realizaron 2 agendas comerciales internacionales.

A su vez se desplegaron acciones para dar continuidad al convenio con SIPPO, el cual se adelantará desde el año 2022 hasta el 2025, para fortalecer las capacidades de empresarios/as de alimentos procesados e ingredientes naturales, para la internacionalización de sus productos.

#### Convivencia empresarial y comunitaria

En Convivencia Comunitaria, se recibieron 793 solicitudes y se celebraron 599 audiencias, con un porcentaje de acuerdo en el primer semestre de 74,80 y en el segundo de 75,75, siendo la tipología

más recurrente familia (cuota de alimentos menor de edad con un 47 %). Respecto a Mediación Familiar para Mipymes se lanzó oficialmente el servicio, el cual contribuye a los programas de promoción de la sana convivencia y prevención de conflictos familiares, como una estrategia de la empresa para el beneficio de sus colaboradores, para el cual se envió de correo a 5.000 empresas MiPymes con la información del servicio, se sensibilizaron 13 empresas que han participado en Convivencia Empresarial y se ha contado con la asistencia de 57 personas en los espacios de sensibilización, entre colaboradores y directivos.

Frente al Diplomado Conciliación en Equidad, se desarrolló del proceso de implementación de la conciliación en equidad virtual en el Municipio de Soacha con 33 participante y en la localidad de Kennedy (en 6 UPZS) con 50 participantes. A la fecha se ha desarrollado el 80 % de formación del diplomado.

En Convivencia Empresarial, se logró la vinculación de 305 empresas de las cuales el 87% son MiPymes, en la región se logró la participación de empresas de 16 municipios de Cundinamarca, representando el 22% del total de las empresas vinculadas en el programa, para ello se realizaron 2 reuniones de sensibilización regionales. Los municipios de Tocancipá, Zipaquirá, Cotá, Chía y Cajicá, son los de mayor número de empresas vinculadas.

Se desarrollaron actividades pedagógicas como los Laboratorios de Caso, a través de los cuales se identificaron nuevas conflictividades resultado de la convivencia en pandemia y en la etapa del reencuentro. Por otra parte, se obtuvo la participación de más de 700 trabajadores de las empresas en el curso de Facilitadores de la convivencia empresarial, el cual tiene como objetivo fortalecer las habilidades de resolución de conflictos en los miembros del comité de convivencia laboral, de los cuales 554 lograron finalizar el curso y presentar el plan de convivencia de su empresa. La experiencia de cliente en Convivencia Empresarial obtuvo un resultado del 93.35%.

## **2.2. Crecimiento para la formalización empresarial**

Para apoyar la recuperación económica y empresarial, se desarrolló una oferta para los micronegocios de Bogotá-Región, que inicia con la visita personalizada a establecimientos de comercio por parte de un equipo de promotores empresariales para caracterizar a los/as empresarios/as, identificando su nivel de formalidad y aspectos socioeconómicos y demográficos, su gestión empresarial y el interés en recibir acompañamiento para fortalecer el negocio.

En 2021, este trabajo se realizó en 17 de las 21 localidades de la ciudad, así como en municipios de la región como Fusagasugá, Cáqueza, Chocontá, Soacha, Zipaquirá, Cota, Cajicá, Sibaté, La Calera y Tenjo, con un total de 40.668 visitas en las que se prestaron 11.105 asesorías personalizadas en el proceso de formalización que derivaron en 18.169 registros: 9.942 empresas como persona natural y 23 jurídicas y de 8.204 establecimientos de comercio.

Como resultado de las 27.875 caracterizaciones realizadas a través de la aplicación de la Encuesta Continua a Establecimientos de la CCB, se identificó que el 44% de los micronegocios de Bogotá-Región tienen más de 3 años de funcionamiento, 95% se localizan en inmuebles arrendados, 76% llevan las cuentas del negocio en un cuaderno, 38% ven como beneficio de la formalidad el acceso a crédito a través de instituciones financieras legales y para el 98% el efectivo es el medio de pago más utilizado en los negocios; entre otros aspecto.

Teniendo en cuenta esto, el siguiente paso fue ofrecer el acompañamiento de un consultor empresarial de la CCB para que, en un periodo de 2 meses, pueda lograr la implementación de soluciones específicas para los negocios. Lo anterior se complementa con un portafolio de actividades de formación (sincrónica y asincrónica) que se tradujo en 555 talleres en los que participaron 3.882 asistentes, 3.754 asesorías individuales y 651 grupales con 16.937 asistencias y, recursos informativos, herramientas y soluciones para posibilitar la continuidad de sus negocios a través de un Kit de Supervivencia, guías con herramientas empresariales desde la iniciativa “En Marcha Digital” de PNUD, información de requisitos y trámites para Bogotá-Región y el libro fiscal de operaciones diarias, entre otros, los cuales alcanzaron 13.132 descargas.

Más de 4.500 usuarios potenciales identificados durante la fase de visitas fueron remitidos a un consultor empresarial para conocer la situación de la empresa; 1.338 empresas fueron acompañadas, de las cuales 94,1% se vincularon por primera vez a este tipo de programas; se realizaron 4.245 citas y visitas por parte de los consultores y, se alcanzaron 3.923 objetivos empresariales, dentro de los cuales se destaca que 1.140 empresarios/as implementaron herramientas empresariales y 330 empresarios/as incrementaron ventas.

A través del trabajo colaborativo con diferentes actores también se aunaron esfuerzos para fortalecer un mayor número de negocios. Por ejemplo, con Zona Franca de Bogotá se desarrolló la iniciativa Zona de Enlace para apoyar 14 microempresas, que una vez finalizado el proceso se vincularon a su directorio de proveedores; con la Vicepresidencia de la República y las Alcaldías de Usme y La Candelaria se desplegaron dos rutas para 60 mujeres empresarias; con la Fundación Perlas del Pacífico se fortaleció las capacidades de 15 mujeres víctimas del conflicto que adelantan actividades económicas en los sectores de confección y artesanías y, con el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud, se adelantó una ruta para 30 jóvenes empresarios/as que requieren apoyo para mejorar sus niveles de formalidad, sus ventas y asegurar el crecimiento de sus emprendimientos.

Por su parte, el trabajo en región, se desarrolló una ruta con 6 talleres y 5 jornadas de asesoría en temáticas de modelo de negocio y mercadeo y ventas para 29 comerciantes de Cajicá, beneficiar 8 comerciantes de Zipaquirá y 12 de Sopó con una ruta compuesta por 6 talleres y 5 jornadas de asesorías en costos, aspectos tributarios, aspectos laborales, mercadeo y ventas y, brindar capacitación en temas de asociatividad a empresarios/as del sector agroindustrial de Cota, así como en manejo de finanzas para los 161 beneficiarios del Fondo de Emprendimiento del municipio.

También se adelantaron intervenciones con empresarios/as de los municipios de Pasca y Arbeláez, prestando actividades en la sede Fusagasugá y con la Sede de Soacha se diseñó una estrategia para brindar servicios híbridos a los/as empresarios/as en temas de requisitos de ley, marketing digital, aspectos tributarios, redes sociales y vitrinismo.

Por otra parte, gestionaron alianzas formales, la más importante mediante un Contrato de Patrocinio con Coca-Cola por \$744 millones para acompañar a 1.000 tenderos ubicados en Bogotá-Región con un consultor empresarial para identificar sus necesidades, implementando soluciones y realizando seguimiento y medición de resultados; el proyecto fue lanzado con una rueda de prensa en el mes de diciembre de 2021 y tendrá vigencia inicialmente hasta el primer trimestre de 2022.

A su vez, se encuentran en proceso de suscripción dos convenios adicionales con Innpulsa Colombia; el primero con un aporte de dicha entidad de \$1.321 millones para desarrollar el Programa Creece 2022, promoviendo, en 500 micro y pequeñas empresas potencial de crecimiento de la jurisdicción de la CCB y 100 de las Cámaras de Comercio de Ibagué y Tunja, mejores prácticas empresariales a través de

procesos de acompañamiento, capacitación, asistencia técnica especializada y herramientas de gestión para mejorar su oferta de valor y avanzar en su proceso de crecimiento con enfoque en formalización empresarial. En el segundo convenio su aporte es de \$1.957 millones para desarrollar el Programa Alianza Minicadenas Locales 2022 y, se orienta al crecimiento empresarial de 63 unidades productivas compuestas por 313 personas de población víctima de desplazamiento forzado, que se realizará junto con las Cámaras de Comercio de Ibagué, Suroriente del Tolima y Florencia.

Como un último componente del modelo de intervención, se buscó la creación de redes para compartir contenidos de interés y generar una dinámica de colaboración entre los/as empresarios/as, para lo cual se activaron espacios denominados Comunidades de Excelencia. Actualmente se encuentra vigente la del sector de restaurantes, con 23 empresarios/as con quienes se comparten mensajes de interés, invitaciones a talleres, asesorías, documentos de la biblioteca virtual, herramientas y videos.

### **Fábricas de Productividad**

Fábricas de Productividad, de la mano del Gobierno Nacional, busca incrementar la productividad interna de las empresas, a través de asistencia técnica en temas como procesos de Gestión Comercial, Productividad Operacional, Productividad Laboral, Calidad, Eficiencia Energética, Transformación Digital, Logística, Sostenibilidad Ambiental, y Desarrollo y Sofisticación de Producto, brindada por extensionistas, conduciendo así al mejoramiento de las capacidades especializadas de las regiones y desempeño de las empresas.

Como resultado de la implementación del Ciclo II del programa, 339 empresas iniciaron intervención, de las cuales 334 escalaron sus indicadores de productividad por encima del 8%, 2 desertaron una vez iniciado el proceso de acompañamiento, y 3 no lograron incrementar los indicadores fijos establecidos. A la vez, se avanzó en los procesos de inscripción, diagnóstico, selección de extensionistas e inicio de intervención para empresas que se vinculan al ciclo III del programa, el cual acompañará 450 empresas.

630 empresas en total iniciaron intervención en 2021, destacándose el interés del 29% de las empresas de la región por contar con acompañamiento de expertos en aras de lograr recuperar sus ventas, estandarizar nuevos procesos y reducir costos a través de herramientas que brindan las líneas de productividad operacional y gestión de la calidad.

De acuerdo con la evaluación de impacto realizada por Fedesarrollo sobre este programa, las intervenciones coordinadas por la CCB tuvieron los mayores incrementos porcentuales frente a otras cámaras de comercio. Entre los resultados alcanzados por las empresas se destaca la implementación de la línea de gestión comercial como parte de la reactivación económica, con un incremento promedio de los clientes activos en 31% y recuperación de ventas en promedio del 39%; asimismo, las empresas que implementaron la línea de productividad operacional lograron reducir los tiempos que no agregan valor en su operación en promedio en un 44%, lo cual se traduce en mayor eficiencia en sus costos.

Las empresas que implementaron la línea gestión de la calidad avanzaron en sus normas de calidad, reduciendo costos ocasionados por falta de calidad, en promedio en 60%; las organizaciones acompañadas en la línea de transformación digital lograron ahorrar tiempos en promedio en un 50%, y diseñaron herramientas que contribuyan a recuperar su operación en momentos críticos en promedio en un 25%.

En la línea Productividad Laboral, las empresas redujeron costos de producción por empleado, en promedio en un 20%; las empresas que identificaron la línea de logística como estratégica para mejorar sus operaciones, mejoraron su indicador de entregas perfectas en promedio en un 22% y reducción del costo logístico en promedio del 25%; a su vez, las empresas que implementaron las líneas de Eficiencia

Energética y Sostenibilidad Ambiental, de los sectores de alimentos, construcción, moda, químico y salud, impactaron el indicador de cantidad de energía ahorrada en promedio en 32%.

### **Productividad para las microempresas**

Convencidos de la importancia de las microempresas para la reactivación económica, se diseñó e implementó el Programa de Productividad para Microempresas para 51 empresas del sector de moda y de industrias creativas, construcción y servicios empresariales con intervenciones de 40 horas en las líneas de Productividad operacional, Gestión Comercial y Productividad Laboral, alcanzando mejoras superiores al 8% en los indicadores de productividad.

### **Metodología SCORE- Organización Internacional del Trabajo – OIT**

La Metodología SCORE de la OIT es una herramienta para mejorar la productividad y las condiciones laborales, basada en la cooperación en el lugar de trabajo. Teniendo en cuenta el impacto que puede tener en los procesos de las organizaciones y en la gestión para mejorar la competitividad, al tiempo que se promueve las empresas responsables y sostenibles a través del fortalecimiento de competencias blandas y una cultura de mejoramiento continuo, en 2021 se construyó el programa SCORE Pyme, que iniciará su implementación en 6 empresas de Bogotá-Región durante el primer bimestre de 2022.

### **Sociedades de beneficio e interés colectivo – BIC**

Si bien desde hace más de diez años la CCB adelanta acciones tendientes al fortalecimiento de las empresas en diferentes ámbitos relacionados con la sostenibilidad y el valor compartido, que confluyen en el modelo de Sociedades BIC, desde la expedición de dicha ley, y su reglamentación en 2019, se adoptó el compromiso para impulsar este modelo y facilitar la transformación de las empresas, como una de sus más importantes apuestas institucionales.

En desarrollo de esta estrategia, en 2021 se sensibilizó a más de 856 participantes en su importancia, beneficios y los reportes de sostenibilidad asociados para mantener la condición, se desarrollaron contenidos sobre las 5 dimensiones que implica la adopción del modelo, se capacitó al equipo de consultores de la CCB para que pudieran orientar a las empresas en este proceso, se firmó la adhesión al memorando de entendimiento “Declaración a favor del desarrollo y recuperación empresarial sostenible” para la adopción de una agenda para la recuperación económica trabajando en pro del desarrollo sostenible y la promoción de prácticas empresariales responsables. Además, se reconoció a 269 sociedades BIC existentes, en un evento con la participación del presidente de la República, expertos internacionales y sociedades BIC quienes compartieron su experiencia.

Igualmente, se celebró un convenio con CONFECÁMARAS para realizar asistencia técnica a 53 empresas y acompañar hasta 70 en el proceso de adopción de la condición, de las cuales 19 ya dieron el paso; adicionalmente se trabaja con la CAEM para que 350 empresas más realicen esta transformación (120 vinculadas en 2021 y 230 en 2022), de las cuales 133 empresas ya están adelantando el proceso de asistencia técnica.

Bogotá-Región inició 2021 con 57 sociedades que habían adoptado la condición BIC y al cierre del año se contaba con más de 269, como resultado de estas acciones.

### **Producción y consumo sostenible – Alianza Unión Europea**

Desde 2019 la CCB viene implementando junto con la Unión Europea, coordinado por MinCit, el proyecto Producción y Comercio Sostenible para responder a las necesidades de las mipymes en materia de productividad y competitividad, así como para que transiten hacia modelos de negocios

social, ambiental y económicamente sostenibles; en este marco, durante 2021 fueron intervenidas 122 empresas y 116 empresas terminaron el proceso de acompañamiento e implementación obteniendo resultados en materia de sostenibilidad, gestión de recursos hídricos, energéticos y de materia prima.

Adicionalmente se apoyó la certificación en 15 empresas de normas ambientales: 7 implementaron ISO 14001, 4 Basura Cero, 2 Global GAP, 1 implementó ISO 14064 y otra BPM; este componente incorpora la financiación de la auditoría por parte de los entes certificadores. Entre octubre y noviembre se realizaron las respectivas auditorías y en diciembre se entregaron los informes y certificados.

### **Programa de migración productiva**

La CCB apoya a migrantes venezolanos y retornados colombianos para fortalecer sus emprendimientos o empresas, es por ello que, en 2021, se seleccionaron 100 beneficiarios entre 384 emprendedores/as y empresarios/as postulados/as, quienes accedieron a 2.675 horas de entrenamiento grupal e individual, enfocado en estrategia e innovación, temas psicoculturales, alfabetización, ecosistema financiero, mentoría comercial y digitalización.

84 participantes finalizaron el programa quienes fueron certificados en el mes de diciembre; adicionalmente; 7 de ellos accedieron a una excelente oportunidad comercial al ser seleccionados para participar en la Feria del Hogar, una de las ferias más reconocidas del país.

### **Fortalecimiento de proveedores**

Este programa en 2021 se lanzó para dos grupos objetivo, el primero compuesto por pequeñas, medianas y grandes empresas y el segundo por microempresas; como resultado 14 empresas se vincularon y recibieron en promedio 18 horas de acompañamiento para fortalecer temas de mercadeo, innovación, financiero y de estrategia y fijaron objetivos asociados a la definición o redefinición del modelo de negocio, e incremento de ventas y productividad. El cierre del programa se realizó reconociendo a 8 de los 14 empresarios/as vinculados/as, por su compromiso con la iniciativa.

Pero este programa también llega a empresas ancla interesadas en fortalecer su red de proveedores, este es el caso de la compañía Claro, a quien se acompañó impactando 16 empresas de Bogotá en temas de estrategia, mercadeo, producción y financieros, estableciendo objetivos asociados a revisar el modelo de negocio, incrementar la productividad y el alistamiento financiero para la consecución de recursos. En promedio, cada empresa recibió 8 horas de acompañamiento y 3 se vincularon al programa de fábricas de productividad, con más de 60 horas de acompañamiento en un ciclo que culminará en 2022.

También es el caso del Grupo Enel Colombia, con quien se acompañó a 14 potenciales y actuales proveedores del sector eléctrico para su fortalecimiento en temas modelo de negocio, ajuste de capacidades para optimizar la operación, mejoras en productividad y acompañamiento para convertirse en proveedores de la empresa ancla, mediante 167 horas de servicios y acompañamiento, logrando un total de 24 objetivos empresariales como redefinición del modelo de negocio a partir del análisis de activos ocultos, redefinición de la estrategia empresarial, del plan de mercadeo y ventas, del plan y herramientas financieras, implementación de normas de calidad y aumento de la productividad.

### **2.3. Ampliación Programa Trayectoria Mega**

#### **Empresas en Trayectoria Mega - ETM**

Este programa que se viene ejecutando desde hace 17 años, ha logrado cambiar la mentalidad de los/as empresarios/as participantes y retar a las organizaciones a crecer de manera acelerada mediante la metodología de presidentes para presidentes, mentoría y aprendizaje entre pares. En 2019, de la mano del Gobierno Nacional inició un trabajo en conjunto con las Cámaras de Comercio del país para llevarlo a nivel nacional, logrando avanzar con 40 de ellas; en 2021 se vincularon un total de 1.808 empresas con un crecimiento del 234% frente a 2020 cuando se vincularon 541 empresas; además se seleccionaron y entrenaron 300 nuevos mentores para acompañar el proceso; se atendieron 145 grupos de los cuales 65 fueron nuevos a los cuales se dio apertura en Barranquilla, Cartagena, Aburra, Santamarta, Pereira, Ibagué, Boyacá y Huila, Santa Marta, Cartagena, Tunja, Duitama, Ibagué, Sogamoso y Cartago.

El Programa en su versión digital, E-MEGA, conto tres componentes: formación, mentoría, y conversaciones poderosas, para elevar la productividad y la competitividad en el país.

#### **Colegios en Trayectoria Mega**

Adicional al trabajo que se realiza con las empresas de Bogotá-Región para acompañarlas en sus procesos de crecimiento, desde 2016 a través del Foro de presidentes se desarrolló una metodología para promover en los colegios de la ciudad, la cultura del logro de resultados sobresalientes en la gestión de la institución educativa. En 2021, de la mano 15 mentores, reconocidos presidentes empresariales y rectores con amplia experiencia, se brindó herramientas a 55 instituciones para que revisaran sus metas y pudieran diseñar planes estratégicos para posicionarse por su calidad en la educación y en los resultados de las pruebas de Estado.

#### **Red de Mentores**

El trabajo del mentor se traduce en el aporte de sus experiencias, habilidades y conocimientos al servicio y beneficio de otros empresarios/as, generando que cada vez más actores estén comprometidos con el crecimiento y la competitividad del país.

Esta es la red de voluntariado más importante del país al sumar más de 650 mentores de Alpina, Bavaria, Corona, Colombina, CESA, Home Center, Inalde, Claro, ACIEM, Tigo y Startup México, entre otros, quienes en 2021 donaron 7.000 horas de voluntariado para apoyar a los/as empresarios/as en las diferentes etapas de su vida empresarial.

#### **Programa Todos Unidos**

La reactivación empresarial es un compromiso de construcción de país; fortalecer el tejido empresarial, especialmente en un momento en el que las pequeñas y medianas empresas en todo el territorio están apostando por la continuidad de sus negocios, obliga a los grandes actores empresariales a jugar un rol más activo en la generación de propuestas que permitan promover su competitividad y sostenibilidad. Por eso, en 2021 la CCB lanzó esta iniciativa de liderazgo colaborativo, enmarcada en el concepto de voluntariado empresarial a la cual se sumaron Corona, Sodimac Colombia, Colombina, Alpina, Bavaria, Grupo Argos, Grupo Bolívar – Davivienda y Tigo, para lo cual convocan a sus ejecutivos de primer, segundo y hasta tercer nivel a ser mentores de micro y pequeñas empresas, algunas de las cuales hacen parte de sus cadenas de valor, para apoyar su reactivación.

Gracias al programa, 212 empresas recibieron el acompañamiento de 88 mentores en las diferentes categorías de servicios y ejes temáticos definidos y 536 de sus colaboradores participaron en 11 webinars en gestión empresarial; además 10 empresas participaron en comités consultivos.

### **ASOCENTRO**

El trabajo conjunto, comprometido y participativo de la CCB para sumar conocimiento y recursos, que generen riqueza institucional y permitan cocrear y desarrollar productos y servicios en beneficio de las regiones, se evidencia en el liderazgo que se ejerce en la Asociación de Cámaras de Comercio de la Zona Centro y Sur del País Asocentro, a través del cual se ha puesto a disposición de todas sus cámaras el portafolio de servicios virtuales de la CCB, así como el modelo de servicios para el fortalecimiento empresarial el cual fue transferido a 6 de ellas (dos ya lo están implementando).

Además, se reactivaron las reuniones de sus diferentes comités: registros públicos, competitividad y afiliados y se activaron 20 grupos MEGA con 200 empresarios/as, quienes recibieron más de 1.000 horas de mentoría y se está realizando el acompañamiento a la Cámara de Comercio del Huila, para la estructuración de una red de voluntariado empresarial.

### **Programa de Gobierno Corporativo**

En 2021, gracias a los aprendizajes obtenidos, se diseñó una estrategia de intervención para atender a todos los segmentos de empresa y contribuir de manera eficaz a la conformación de juntas directivas, la cual incluyó 5 diálogos de gobierno corporativo para formar a 320 empresarios/as en gobernanza empresarial, empresas de familia, el valor del control interno y el liderazgo de las Juntas directivas y 3 Foros regionales dirigidos a 1.200 empresas de todo el país, entidades sin ánimo de lucro y miembros de las Juntas Directivas de las Cámaras a nivel nacional con el apoyo de Confecámaras y la Cámara de Comercio de Medellín.

Para la promoción de la mentalidad y cultura, se organizó el Foro Internacional de Gobierno Corporativo con la participación de 333 empresarios/as, centrado en su papel como articulador de la estrategia de la sostenibilidad empresarial, asociado a la competitividad y perdurabilidad de las empresas, generación de empleo y transparencia, contando con conferencias internacionales y paneles presenciales y la vinculación de entidades como el CESA, BDO, IFC- Banco Mundial, SuperSociedades y Michael Page.

Además, se desarrolló una herramienta de evaluación del estado de madurez del gobierno corporativo para las empresas; se constituyó el Comité Académico de gobierno corporativo con 5 integrantes con quienes se estructuró el taller de Gobernanza Empresarial; y se rediseñó el Diplomado de Juntas Directivas creando un esquema de pasantías en Comités Consultivos para los participantes del diplomado el cual se aplicará a partir del 2022.

## **2.4. Internacionalización de los negocios**

Para la reactivación económica de las empresas desde el enfoque internacional se han llevado a cabo acciones en tres frentes orientados a la promoción de actividades comerciales internacionales, la gestión de la red de aliados en función de las empresas, la consecución de recursos de cooperación, y la construcción de iniciativas que facilitan la dinámica del comercio internacional.

## Relacionamiento internacional

Con el objetivo de contribuir en la estrategia y el proceso de reactivación económica de las empresas por medio de la oferta de un portafolio de servicios pertinentes que promuevan la concreción de negocios internacionales y gestionar la red de aliados nacionales e internacionales en función de las empresas y la CCB, se atendieron más de 100 empresas únicas, a través de las siguientes actividades:

### Negocios internacionales – Agendas comerciales

58 empresas de los sectores moda, alimentos y bebidas, cosméticos, joyería, energía, farma y TICS, entre otros, se beneficiaron con actividades de contacto comercial como agendas de negocio y vitrinas comerciales en ExpoDubai.

### Plataforma Comercial – Nodum Negocios

- 319 empresas activas en la plataforma internacional Nodum Negocios
- 196 publicaciones de oportunidades de la Comunidad
- 11 capacitaciones realizadas, beneficiando a más de 190 empresas.
- 3 empresas con alianzas cerradas

### Mesas Sectoriales

Se realizaron 7 jornadas con 580 participantes.

- 3 mesas sectoriales en moda y joyería con el apoyo de Euromonitor y la Cámara de Joyería de Jalisco, México
- 2 mesas sectoriales en TICs y Energía con el apoyo de la Embajada de El Salvador
- 1 oportunidad Comercial Sri Lanka y La India, con la Embajada de Sri Lanka en Brasil y la Oficina de ProColombia en la India
- 1 oportunidad de internacionalización y expansión de empresas de servicios, con el apoyo de Arch Group

### Aliados y Organismos Internacionales

Se realizaron 73 reuniones con embajadas y organismos internacionales y un primer encuentro presencial con la Red de aliados internacionales, con el fin de presentar perfil empresarial de Bogotá-Región, el impacto de la situación actual en la reactivación económica, el nuevo enfoque de la CCB y las prioridades de trabajo en pro del sector empresarial y así mismo, construir una agenda de trabajo conjunto, con los cuales se están desarrollando más de 49 planes de trabajo.

### Delegaciones Internacionales

Se recibió la visita de la delegación India - Ministra de Relaciones Exteriores y de Cultura de la República India, el encuentro contó con la participación de 25 empresas de diferentes sectores; la visita de la delegación Estados Unidos con el Asesor Adjunto de Seguridad Nacional para Economía Internacional, el Subdirector del Consejo Económico Nacional de los Estados Unidos y Director de Operaciones de la Corporación Financiera de Desarrollo de Estados Unidos, el encuentro contó con la participación de 9 empresas; y la visita del Presidente del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, la reunión contó con la participación de 4 empresas.

### Misiones Internacionales

La CCB lideró la Gira para la reactivación empresarial por Colombia-Europa 2021 en junio, compuesta por el presidente ejecutivo y 4 empresarios/as, con el fin de compartir la visión actual del sector

empresarial colombiano, el proceso de reactivación económica y el impacto de la crisis, sosteniendo 30 reuniones con más de 35 organizaciones empresariales, gobiernos, organismos multilaterales y el sector político en Madrid, Bruselas, Ginebra y Berna.

En agosto se realizó la visita Presidencial a Corea del Sur en representación del sector empresarial, donde se suscribió un Memorando de Entendimiento con la Cámara de Comercio e Industria de Corea, se lideró la creación del Consejo Empresarial Colombia Corea y se trazó el plan de trabajo de la Hoja de Ruta Colombia Corea. Se realizaron 5 reuniones bilaterales con aliados internacionales, con los cuales se están desarrollando planes de trabajo. Adicionalmente, en Concordia Summit, llevada a cabo en septiembre en Estados Unidos, se realizaron 6 reuniones bilaterales con aliados internacionales con los cuales se estableció un plan de trabajo, y también, se tuvo la participación del presidente en 2 mesas redondas en el marco de la Cumbre Anual de Concordia.

Así mismo, el presidente ejecutivo de la CCB participó en ExpoDubai2020 y en el Congreso Mundial de Cámaras en noviembre, en el marco de estos dos encuentros, se participó en 4 eventos y encuentros con 7 entidades, se realizó el panel “El Rol del Sector Empresarial en el Proceso de Reactivación Económica”, en el pabellón Colombia y 24 empresas promocionaron sus productos en las vitrinas comerciales.

Finalmente, se realizó en Madrid el lanzamiento del programa Bogotá Marcando Estilo2022, y se llevaron a cabo 9 reuniones y un evento.

#### Memorandos de Entendimiento

Se firmaron 8 memorandos de entendimiento con la i) Cámara de Comercio e Industria de Budapest, ii) la Cámara de Comercio e Industria de Corea, iii) la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Barcelona, iv) la Cámara Nacional De Comercio de Bolivia CNC, v) la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá, vi) la Cámara de Comercio de Quito, vii) la Cámara de Comercio de España, Instituto Avanzado de Emprendimiento y viii) la Fundación Colombia 2050.

#### Participación del Grupo Empresarial en eventos internacionales

Se participó en 4 eventos internacionales, i) Evento Ciudades Sostenibles y ODS, organizado por la Cámara de Comercio de Ambato, Ecuador, ii) Evento sobre Ley Alemana de debida diligencia en DD.HH. de la Universidad Externado de Colombia, organizado con el apoyo de la Embajada de Alemania en Colombia, iii) Webinar “Circle Economy in the Private Sector”, organizado por la Embajada de Suecia en Colombia y iv) Primera Reunión Comisión Económica Conjunta Colombia-Suiza, organizada por la Cancillería y la Embajada de Suiza en Colombia.

### **Gestión de cooperación a nivel local, nacional e internacional**

#### Cooperación financiera y técnica para empresarios/as

Este servicio busca la identificación, formación y asesoría para el acceso a recursos de cooperación, financiera y técnica, nacional e internacional por parte de empresarios/as y emprendedores/as, logrando a la fecha:

- 9 talleres “ABC de la Cooperación Nacional e Internacional” (sincrónico) con 842 participantes
- 4 talleres “Ruta de acceso a cooperación” (asincrónico) con 697 participantes y 4 sesiones sincrónicas de asesoría con 47 asistencias
- Se publicaron 153 convocatorias, socializadas con empresarios/as y publicadas en la página web de la entidad, las cuales registran 52.084 visitas

- 34 asesorías grupales con 870 asistencias, donde se socializaron las convocatorias de entidades como USAID, ANDI, Connect Bogotá, Carulla, Bancóldex, Fiducoldex, Embajada EE. UU, ICCO Cooperación Holandesa, Colombia Productiva, Ministerio TIC, SENA, CleantechHUB SAS, Procolombia, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación de Uruguay-ANII, COCREA y Secretaría de Desarrollo Económico
- 381 empresas fueron atendidas en asesoría individual.
- Al cierre del año 134 empresas realizaron su postulación y 89 de estas fueron aprobadas por un valor de \$1.136 millones

#### Cooperación técnica para el Grupo Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá

Se consiguieron recursos por un total de \$1.004 millones, provenientes de SIPPO (Suiza), Global Training (País Vasco), ACDIVOCA (Honduras), AECID (España)- MASHAV (Israel), Escuela de Negocios de Shanghai, APC, Colombia Productiva.

Igualmente, de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad se han priorizado, formulado y gestionando un portafolio de 4 proyectos: i) Migración Productiva, ii) Juntos, iii) Crecimiento para la formalización, y iv) Comercio transfronterizo.

Adicionalmente, se formularon e integraron al portafolio de proyectos, las iniciativas de i) Soluciones TIC, Financieras y Tecnológicas para la reactivación de Mipymes liderada por la Vicepresidencia de Competitividad, ii) Reactivación económica a través de la integración y fortalecimiento comercial de la cadena de valor de turismo en Bogotá-Región, liderada por la Vicepresidencia de Competitividad e iii) InnovaLab, liderada por la Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial.

#### Otras gestiones de cooperación

Como resultado de las diferentes alianzas y gestiones con aliados internacionales, 59 colaboradores fueron aceptados en 13 cursos de formación internacional, lo que representa una eficiencia en el gasto de formación de \$196 millones, y se finalizó satisfactoriamente la ejecución técnica y financiera del proyecto “Producción y Comercio Sostenible” financiado por la Unión Europea-UE.

#### **Gestión de política y regulación internacional**

##### Comité Nacional de la Cámara de Comercio Internacional - ICC Colombia

El Comité colombiano de la Cámara de Comercio Internacional, ICC Colombia, realizó 24 jornadas especializadas durante 2021, así como 94 sesiones de comisión y sus grupos de trabajo, convocando 2.428 participantes en temáticas referidas a aduanas y facilitación del comercio, inversión, economía digital, comercio electrónico, arbitraje internacional, transparencia y anticorrupción, propiedad intelectual, medio ambiente, entre otras. Se destaca la socialización entre empresarios/as de mecanismos y herramientas para el comercio exterior, nuevas formas de comercio, así como el lanzamiento del centro de excelencia y del sistema de resoluciones anticipadas en Colombia con la Alianza Global para la Facilitación del Comercio y la DIAN; el evento articulado con el MinCIT sobre prácticas de multimodalismo y logística en desarrollo del programa regional de internacionalización de Santander; los programas de formación en Incoterms® 2020 en alianza con las ICCs de Bolivia, República Dominicana y la CCB, con 312 participantes.

Por otra parte, se obtuvo la selección de dos árbitros colombianos para dos casos de la Corte Internacional de Arbitraje.

Adicionalmente, ICC Colombia participó en las consultas de ICC HQ sobre el uso de las tecnologías de la información en el arbitraje internacional y vinculación miembros de la comisión de responsabilidad empresarial y anticorrupción a los grupos de trabajo globales i) Empresas y derechos humanos, ii) Revisión de las guías sobre denuncia de irregularidades (Whistleblowing) y iii) Aduanas y facilitación del comercio, así como la nominación para integrar el grupo de trabajo sobre ley de la competencia y economía digital.

Igualmente, en desarrollo de la alianza CCB y Cámara Colombiana de Comercio electrónico-CCCE para acelerar la transformación digital empresarial, se vincularon 430 empresas a la solución YaEstoyOnline.co, de estas 305 iniciaron su ruta de transformación digital rápida por medio de la línea de formación y 125 desarrollaron la ruta de formación y lograron su publicación dentro del directorio de promoción. Adicionalmente se trabajó de manera articulada con el programa Bazaarbog, el Cluster TIC y el programa bandera #misectorse reactiva.

### Gestión política

ICC Colombia contribuyó a la gestión de propuestas de política con incidencia en la internacionalización empresarial y la facilitación del comercio.

- Seguimiento y acompañamiento técnico con empresarios/as y congresistas que contribuyó a la aprobación de la Ley 2145 de 2021 que incorporará el Carnet ATA. Así mismo, se realizaron sesiones de sensibilización con MinCIT y DIAN, y actores clave para la comprensión de este mecanismo en procura de una posible reglamentación
- En materia de franquicias, ICC Colombia con la CCB, participó en el grupo del MinCIT para la redacción del Decreto reglamentario derivado de la Ley de Emprendimiento 2069 de 2020 y presentó comentarios a la propuesta de decreto. En segundo lugar, con motivo de la radicación en el Congreso del Proyecto de Ley “Por medio de la cual se regula el contrato de franquicia y se dictan otras disposiciones - Ley Sueños y Franquicias” se participó en la mesa de trabajo convocada por la Senadora Emma Claudia Castellanos
- Suscripción del Pacto por la integridad y la lucha contra la corrupción con la Vicepresidencia de la República y la Secretaría de Transparencia, para elevar los estándares de integridad empresarial y adoptar normas éticas para prevenir/mitigar los riesgos de corrupción. Se promovió la Integrity App entre las pymes, al igual que la Evaluación de Integridad Empresarial, a fin de identificar avances en la implementación de medidas de integridad en los procesos de gestión empresarial
- Se realizó el análisis y la presentación de comentarios al proyecto de Resolución DIAN, por la cual se reglamentan garantías en materia aduanera

### Entrenamiento Especializado Internacional

- Se realizaron 24 eventos con 3.016 participantes y diversos aliados a fin de entrenar a las empresas en temáticas fundamentales para su internacionalización y aportarles conocimiento sobre diversos mercados y sus oportunidades de negocios. De esta manera, se diseñó y desarrolló el Programa de Formación en Comercio Exterior Seguro, en alianza con BASC y FITAC junto con el Cluster de Logística y Transporte, llevando a cabo sus primeras dos jornadas
- Igualmente, se desarrolló la estrategia de reactivación económica entre Centroamérica, se ejecutaron eventos sobre oportunidades de negocio en destinos tales como Malasia, Ecuador, Corea y el Estado de la Florida (USA), dentro de las temáticas, se tienen: La Comunidad Andina y

la postpandemia: experiencias y expectativas; Ecommerce cross-border para pymes exportadoras y Procurement Map: herramienta de compras públicas

#### Econexia

- En articulación con Corferias y aliados internacionales, se desarrollaron a través de su plataforma digital Econexia 7 sesiones con 826 empresarios/as

#### Mercadeo de Ciudad

- Se avanzó en: i) Propuesta de narrativa de ciudad u objetivo estratégico de posicionamiento de Bogotá y definición de su slogan, ii) Mesa de eventos y iii) Marca de ciudad.
- Con la Alcaldía Mayor, se inició el proyecto para construir la nueva gobernanza de las relaciones internacionales de Bogotá y fortalecer su acción internacional. En desarrollo de éste, se realizó un primer taller con la participación de diversos actores de la ciudad y representantes de instituciones públicas y privadas, para sensibilizarlos sobre la importancia de las relaciones internacionales para las ciudades. Al cierre del año se adelantaron entrevistas aplicadas a los miembros de la Mesa de Mercadeo.

## 2.5. Plataformas comerciales

### **BAZZARBOG**

A través de esta vitrina virtual gratuita de la CCB, se promociona productos y servicios del talento local y se acerca a los consumidores a comprar, sin salir de casa, a través de la tecnología. Durante 2021, además de incorporar nuevas empresas y consumidores, se enfocó en enriquecer la experiencia del usuario facilitando la exploración de la página y ofrecer un look and feel más comercial, haciendo posible que, sin ser transaccional, pudiera ofrecer una experiencia de usuario similar a la de un Ecommerce o Market Place. Como resultado, se contó con más de 23.068 productos y servicios de 1.698 empresas online, gracias a más de 3.270 postulaciones, logrando un crecimiento del 122% en el tráfico de la página al pasar de 503.904 visitas en 2020 a 1.117.697 en 2021, así como en los clics de intención de compra que pasaron de 22.187 a 45.589, con un crecimiento del 105%.

Adicionalmente, complementó su impacto ofreciendo a los/as empresarios/as 763 horas de asesoramiento en marketing digital y el fortalecimiento de su estrategia omnicanal al darle la oportunidad a 447 empresas de participar en 9 espacios feriales presenciales: IFLS, Feria del Hogar, FIMA, Salud y Belleza, AGROEXPO, Market Fest, Choco Show, Expoconstrucción, Market Fest Mercados, y Expoartesánías, donde 269 empresas reportaron ventas de más de \$1.460 millones y más de 17.900 contactos.

### **NEGOCIA**

Negocia, la plataforma virtual para empresas con modelos de negocio B2B, celebró su primer aniversario el 19 de marzo de 2021, consolidando su oferta de valor para brindar a las empresas de Bogotá-Región, nacionales e internacionales, la oportunidad de conectarse, generar alianzas, ampliar su red comercial, ofertar y demandar productos y servicios. Al cierre de 2021, contaba con una comunidad empresarial para hacer negocios de 4.889 empresas inscritas o en proceso de inscripción, las cuales han solicitado 8.362 citas de negocios con más de 2.656 confirmadas. Las empresas que han solicitado las citas de negocios reportan expectativas de negocios por más de \$2.506 millones.

Si bien NeGOCIA mantiene su apuesta por los espacios virtuales, desarrolló espacios híbridos para dar más valor a las empresas y fomentar las oportunidades de encuentro entre oferta y demanda, como

las 9 ruedas de negocios “El día de Más negocios con NeGOCIA”, con compradores invitados interesados en adquirir productos y servicios de todos los sectores, incluyendo 2 versiones presenciales, bajo el concepto volver a “Negociar mirándonos a los ojos”. Una de estas ruedas se desarrolló en alianza con Claro Colombia como único comprador en 17 categorías diferentes, lo que permitió a 113 empresarios/as ingresar a su listado de proveedores potenciales.

Igualmente, se incursionó en el concepto de ruedas de negocios cerradas, la primera, en compañía del IDT y del macrosector de turismo de la CCB: “Gran rueda de negocios – Reactivando el Turismo”, la rueda más grande en la historia de la plataforma con 200 participantes entre compradores y oferentes, quienes agendaron 1.355 citas de negocios presenciales que se llevaron a cabo en el Centro de Convenciones Ágora.

Se activaron 5 espacios colaborativos “Conversa con Nosotros en NeGOCIA”; se desarrollaron videos con el paso a paso de su funcionamiento; se acompañó a las empresas a través de telemercadeo para optimizar su uso; se promovió la vinculación de nuevas empresas a través de los boletines de la CCB y campañas publicitarias específicas.

Gracias a la evolución que tuvo la plataforma, NeGOCIA recibió el reconocimiento como Mejor Campaña Desarrollo De Estrategia B2B en los 9nos Premios #LatamDigital 2021 By Interlat, uno de los premios especializados más relevantes en la industria de transformación digital.

### **Programa ARTBO**

El Programa ARTBO, OndadeMar y cuatro museos involucrados en la estrategia Fondo de apoyo al arte, culminaron el proyecto en el primer trimestre, permitiendo apalancar la compra de 27 obras de arte en 27 galerías de Bogotá, Cali y Medellín por un valor de \$124 millones de pesos.

Igualmente, como estrategia de reactivación se creó Venta en Línea, con el objetivo de generar canales de venta inmediatos para 31 galerías de Bogotá, Cali y Medellín. Para ello, se implementó una plataforma donde se ofertaron 62 obras a través de la modalidad de compra inmediata, vendiendo 24 obras con un recaudo de \$558 millones, superando el monto alcanzado el año pasado (\$507 millones) y realizándose en menor tiempo (6 días mientras que en 2020 tuvo duró de 17 días).

Del 29 de septiembre al 3 de octubre se realizó Semana ARTBO, con el objetivo de contribuir de manera directa a la reactivación económica del sector de las artes plásticas a través de la participación de galerías nacionales e internacionales. El evento se llevó a cabo en 5 circuitos de la ciudad: Centro Histórico, Teusaquillo / Chapinero, Macarena, Norte y San Felipe. En esta edición participaron 30 galerías de 5 países y 12 museos e instituciones de Bogotá. En total, se contó con alrededor de 430 artistas.

A través del Programa de Invitados Especiales fortaleció las relaciones entre los invitados nacionales e internacionales que asisten a Semana ARTBO y las galerías participantes, al igual que con otros agentes de la escena artística. Esto, a través de la participación de 78 invitados de fuera de Bogotá, 28 de los cuales fueron curadores y coleccionistas internacionales.

Para este proyecto, las galerías reportaron ventas por un valor de \$1.162 millones, se 31.508 visitantes (5.490 clientes únicos), siendo el circuito de La Macarena el más visitado por el público, la galería más visitada durante el evento fue Rolf Art de Buenos Aires, Argentina con una asistencia de 2.130 visitantes.

En la sección Sitio, curada por Patrick Charpenel, director de El Museo del Barrio de Nueva York, se presentó una propuesta que incluyó 9 proyectos de artistas latinoamericanos que estimulan la

percepción del espectador a través de obras que trascienden los formatos tradicionales de exhibición, y se realizaron 7 charlas y conferencias gratuitas que abordaron problemáticas asociadas al arte contemporáneo y al mercado del arte.

El Foro, curada por Alex Gartenfeld, director Artístico del ICA-Institute of Contemporary Art de Miami, presentó 22 ponentes, 15 de los cuales fueron internacionales. ¡Lo que toca!, fue la propuesta para la sección Artecámara realizada por Liliana Andrade y Bernardo Ortiz, colectivo LABOR, con la participación de 41 artistas a nivel nacional menores a 40 años.

Bajo la curaduría de Relámpago (Valeria Giraldo y Andrés Fresneda), la sección Libro de artista contó con 32 proyectos editoriales, 17 charlas y 6 talleres didácticos.

Por otra parte, ARTBO|SALAS desarrollo dos exposiciones en la sala de Chapinero, la primera organizada por la Fundación CAONA, titulada Mujer, memoria y espacio, curada por María Roldán con la participación de 14 artistas; la segunda Cuerpos por Tierra, curadora por Ana María Lozano y con la participación de 12 artistas colombianos.

ARTBO|TUTOR contó con la participación de 132 artistas empíricos de diferentes localidades de Bogotá, se realizaron 15 jornadas de formación y 3 conversatorios gratuitos y abiertos con invitados internacionales a los que asistieron 264 personas. Del 11 de noviembre 2021 al 15 de enero 2022 estará abierta la convocatoria para participar en ARTBO|Tutor 2022.

#### **BOGOTÁ FASHION WEEK – BFW**

Fueron evaluados y seleccionados los/as 100 empresarios/as participantes, representantes del diseño independiente, entre las 264 aplicaciones recibidas del BFW 2021 - 2022, de la misma manera, y bajo convocatoria abierta, 145 empresarios/as pertenecientes a la industria y sectores complementarios se sumaron al llamado de la estrategia sectorial, la cual se materializará en el marco de BFW 2022.

Con los/as 100 empresarios/as seleccionados/as, se llevó a cabo la primera parte de la consultoría bajo el criterio externo de Kollektive Moda, a través de 4 etapas de acompañamiento especializado i) el diagnóstico general, ii) una cita individual de mayor profundidad, iii) 3 clases magistrales en marca, producto y ventas y v) entrevistas grabadas para 20 empresas y una ronda curatorial en la cual participaron más de 70 empresarios/as.

Por último, es importante mencionar que cerca de 80 empresarios/as que no pasaron el corte de convocatoria BFW están siendo acompañados bajo la ruta de Comunicación de la Moda, la cual se lleva a cabo de la mano de la Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial y Código Malva.

#### **BOGOTÁ AUDIOVISUAL MARKET – BAM**

Junto con Proimágenes Colombia se realizó la XII edición del Bogotá Audiovisual Market - BAM, una versión híbrida del mercado que contó con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico-FDC, el Instituto Distrital de las Artes-Idartes y el Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación-MINTIC. Para esta versión se diseñó un mundo virtual, compuesto por un lobby de recepción, una feria audiovisual con stands de aliados del mercado y un auditorio donde se llevó a cabo la programación académica, se estrenó el BAM Village.

La programación académica, se compuso de 13 actividades con 20 expertos invitados a los que asistieron más de 1.000 asistentes virtuales y 10 mesas redondas de relacionamiento de negocios y de industria. En las ruedas de negocios participaron 938 acreditados de 26 países, lo que resultó en 1.917

citas efectivas, finalmente se estima la expectativa del negocio sobre \$21 millones de dolares acorde al informe entregado por el proveedor Datexco.

Se cerró exitosamente la iniciativa en las regiones, que reunió agentes de todo el sector en Ibagué, Bucaramanga, Leticia, Medellín y Barranquilla, con el propósito de convocar de manera más amplia nuevos jugadores y agentes del audiovisual en el país, y garantizar una participación mayor de otras ciudades en el BAM.

### **BOGOTÁ MUSIC MARKET – BOmm**

En el marco de la décima edición del Bogotá Music Market-BOmm se lanzó la alianza con Circulart, que buscaba ampliar el rango de oportunidades de los profesionales de la música, y fortalecer los mercados culturales del país. A la convocatoria de artistas se presentaron 620 proyectos de los cuales 250 fueron seleccionados por 16 por curadores, para participar en las ruedas de negocios.

Se desarrollaron 4 ruedas de negocios para promover los contactos de la industria, estas, contaron con 286 compradores, 254 oferentes y 78 agentes de industria, generando 1.768 citas de negocio así i) rueda internacional con 371 citas de negocios, ii) rueda nacional con 685 citas de negocios, iii) rueda de agentes de la industria con 684 citas de negocios y iv) rueda de artistas consolidados con 28 citas de negocios. En la parte académica se llevaron a cabo 3 charlas inspiradoras, 9 BOmm Labs, 4 Bomm Talks, y una jornada de industria.

Retornando a la presencialidad, las actividades del BOmm tuvieron 1.334 asistentes durante los 5 días de evento; se planteó la firma del “Pacto con 7 acciones para el empoderamiento, diversidad e inclusión en la industria musical de Colombia”, que pretende, entre otras acciones, identificar las brechas existentes en la industria musical, en materia de género, diversidad e inclusión; y se estima la expectativa del negocio del BOmm sobre \$675.000 dólares acorde al informe entregado por el proveedor Datexco.

### **BOGOTÁ MADRID FUSIÓN – BMF**

Bogotá Madrid Fusión, se realizó con el aliado Foro de Debate, a través de dos componentes, Congreso académico y Rueda de Negocios.

La agenda de Congreso retornó a un escenario presencial convocando a más de 500 personas asistentes al congreso de alta gastronomía, se contó con 8 chefs invitados internacionales y 7 chefs invitados nacionales en el auditorio principal, curados y seleccionados por Foro de Debate en torno a la temática “Una nueva oportunidad”. Permitiendo al público, vivir de manera presencial 11 espacios de conferencias y de manera virtual 3 espacios en vivo, desde las cocinas de los mejores cocineros del mundo. Este espacio, también contó con actividades en donde se hizo un reconocimiento a la trayectoria y se llevó a cabo la premiación al Chef revelación.

Por otra parte, contó con un espacio para talleres magistrales, en donde tuvieron participación 5 cocineros nacionales y 1 cocinero internacional, precisando la importancia del uso de ingredientes locales en la alta gastronomía y resaltando la labor de la academia y el sector empresarial para posicionar a Colombia como destino gastronómico.

Adicionalmente, Bogotá Madrid Fusión, en su apuesta por la reactivación del sector y promoción de la cadena de valor, realizó una rueda de negocios virtual, con la participación de 93 agentes del sector (29 compradores 64 vendedores), proyectando una expectativa de negocios cercana a los \$1.000 millones.

## 2.6. Clusterización de la reactivación

Desde este frente se trabajó en i) Programas bandera para apoyar la reactivación, ii) Seguimiento a las iniciativas priorizadas en las agendas de las iniciativas Cluster, iii) Adecuación de la institucionalidad para atender mejor los requerimientos de las empresas y iv) Especialización Inteligente-EI, que ejerce la secretaría técnica de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Bogotá Cundinamarca-CRC. En su conjunto, se logró beneficiar a más de 21.607 personas, de 12.270 organizaciones, de las cuales 10.681 fueron empresas.

### 2.6.1. Programas bandera para apoyar la reactivación

Se diseñó y lanzó 7 programas bandera para apoyar la reactivación de los segmentos más afectados por la crisis, estos programas contaron con la participación de 10 Clusters beneficiados y 3 Clusters habilitantes, vinculando a 11.403 personas, representantes de 9.323 organizaciones. A su vez estos programas beneficiaron a 8.517 empresas e impactaron a 2.249 empresas:

Programa	Fecha de lanzamiento	Empresas beneficiadas	Empresas impactadas	Incremento en ventas
Más ferretero que nunca	Febrero	892	143	70%
Bogotá región más moda digital	Marzo	1.595	306	25%
Zona Ksera	Abril	1.102	597	39%
Mi sector se reactiva	Mayo	1.858	705	No disponible
Turistea Bogotá & Cundinamarca	Mayo	929	247	47%
Telesalud al alcance de todos	Junio	666	13	No disponible
Bogotá región distrito digital	Septiembre	1.704	188	No disponible

\*Empresas con soluciones implementadas.

Adicionalmente, en el transcurso del segundo semestre del año, se estructuraron y pusieron en marcha los pilotos de dos programas de reactivación adicionales, para apoyar los segmentos de droguerías y peluquerías, que serán implementados en su totalidad en 2022. A continuación, se resaltan los principales resultados y avances de cada uno de estos programas.

#### *Más ferretero que nunca*

Desde su lanzamiento, 892 empresas del sector se beneficiaron del programa, con más de 70 contenidos específicos para el fortalecimiento y digitalización de las ferreterías de Bogotá-Región. El programa finalizó el 2 de diciembre e impactó a 143 micro y pequeñas ferreterías a través la Ruta 120, un programa de tres niveles de intervención (principiante, explorador y avanzado) en el que las empresas contaron con el acompañamiento de 5 asesores y pasantes del SENA para la implementación de herramientas digitales como WhatsApp Business, Facebook y Google mi negocio para incrementar sus ventas.

Además, 49 ferreterías reportaron durante 6 meses un incremento promedio del 70% en sus ventas, a través de canales digitales, 20 vendieron por primera vez a través de canales digitales y 102 ingresaron a ser parte del directorio virtual; se creó el micrositio [www.ccb.org.co/ferreteros](http://www.ccb.org.co/ferreteros), que a la fecha ha obtenido más de 17.360 visitas y 9.964 usuarios y donde se encuentra el kit Ferretero con contenidos aportados por la CCB y aliados estratégicos. Igualmente, en el programa participaron 390 mujeres del segmento.

Este programa contó con una estrategia de fidelización empresarial basada en Ferripuntos, reconociendo al Ferretero Más Digital en la ceremonia de cierre del programa realizada en diciembre,

siendo el ganador la ferretería Demarca Mundial que obtuvo más de 410 ferripuntos, luego de realizar más de 34 actividades. Vale la pena mencionar que el programa obtuvo una calificación de experiencia del cliente del 90,51%.

#### *Bogotá región más moda digital*

Al cierre del programa se lograron beneficiar más de 1.595 empresas que participaron en uno o varios de los servicios ofrecidos. De estas, 306 fueron impactadas por su participación en los servicios de i) asistencia técnica en identidad de marca, ii) formación especializada en marketing digital, iii) acompañamiento personalizado para potenciar sus activos digitales (Redes sociales y plataformas de comercio electrónico), iv) vinculación de herramientas de comercialización virtual y v) eventos especializados. Adicionalmente, 47 empresas reportaron un aumento promedio en ventas por canales digitales del 25%.

Entre los avances a destacar, se encuentra la participación de 439 empresas en 13 cursos de formación especializada (600 horas de formación) en marketing digital y valor de marca con el SENA; 314 en el servicio de Asistencia Técnica en Identidad de marca (500 horas); 104 participaron en diferentes actividades complementarias de fortalecimiento empresarial para consolidar sus Ecommerce; y 100 contaron con acompañamiento personalizado logrando realizar un diagnóstico de sus activos digitales y el diseño de un plan táctico para potenciarlos.

Adicionalmente, el programa formalizó una alianza con StoreON, que faculta a las empresas vender en los 7 Marketplace más importantes del país y que permitió, a 65 empresas acceder a esta plataforma y 20 vincularse a la plataforma Ebay. Por otra parte, apoyando una iniciativa empresarial del Cluster de Joyería y Bisutería, se lanzó Joya Colombia un marketplace transaccional, donde más de 30 marcas ofertarán su portafolio de productos.

Para el posicionamiento y difusión de información relevante para las empresas, se creó el micrositio <https://www.ccb.org.co/modadigital> que obtuvo más de 17.583 visitas y 9.561 usuarios. Finalmente, se midió el índice de experiencia de cliente a través de dos encuestas con la participación de 75 empresas obteniendo una calificación del 90,73% donde el 68% de las empresas manifestaron haber incrementado sus ventas en canales digitales en un 20% y la consecución de 26 nuevos clientes en promedio.

#### *Telesalud a tu alcance*

Este programa benefició a 666 empresas. Con el fin de adelantar actividades relacionadas al mapeo e implementación de soluciones en las empresas beneficiarias, se firmó el convenio de cooperación con Connect Bogotá y se desarrolló la estrategia de comunicaciones definiendo el nombre del programa, el key visual y el micrositio de contenidos exclusivos: <https://www.ccb.org.co/telesalud>.

Se adelantaron acciones en los componentes de sensibilización, identificación, priorización de soluciones tecnológicas e implementación de estas soluciones, de este modo, se realizaron conferencias virtuales en temas de oportunidades de telesalud con más de 300 asistentes; se desarrolló una convocatoria abierta a las empresas proveedoras de soluciones tecnológicas, donde se seleccionaron 10 de 43 soluciones a través de un comité de 12 jurados expertos; y se llevó a cabo el primer Demo Day del programa, donde 61 empresas comunicaron su interés en adoptar alguna plataforma tecnológica.

Po último, se desarrolló una campaña de telemercadeo personalizada para llegar a empresas beneficiarias potenciales impactadas, mediante mensajes SMS, llamada Robot, y agente de

telemercadeo personalizado, que dieron como resultado más de 200 empresas interesadas en implementar las soluciones. A su vez, desde Connect se ejecutaron diferentes tácticas de contacto como llamadas personalizadas, agendamiento de citas, cápsulas con soluciones, para la gestión de empresas impactadas, logrando así 16 implementaciones de soluciones. Vale la pena mencionar que el programa obtuvo una calificación de experiencia del cliente del 83,36% en 2021.

#### *Turistea Bogotá & Cundinamarca*

Se benefició a 929 empresas e impactó a 247 que reportaron un aumento promedio del 47% de sus ventas. Al interior del programa se han realizado distintas actividades como son: 8 jornadas de sensibilización y socialización del programa; 6 mesas de trabajo virtuales con agencias de viaje, operadores turísticos y guías; 3 talleres de innovación “experiencias turísticas para los nuevos viajeros”; 3 asesorías grupales especializadas en costeo de paquetes turísticos; 6 entrenamientos comerciales especializados; 2 sesiones de difusión de plataformas comerciales aliadas (Bazzarbog, Loquequierescolombia y PlanBogota); alrededor de 8 acciones de formación en el marco de la agenda de talento humano complementaria; y la creación de un micrositio para facilitar el acceso de los/as empresarios/as al programa: <https://www.ccb.org.co/Turistea>.

Sumado a lo anterior, se realizó el evento Reactivando Turismo, un espacio al que se sumó el Instituto Distrital de Turismo-IDT y ANATO Capítulo Central, a través de la generación de escenarios comerciales y de promoción de la oferta turística de Bogotá-Región. De este modo, en la agenda académica participaron 114 empresarios/as; se realizaron 1.355 citas, de las cuales 208 fueron oportunidades efectivas; la rueda de negocios contó con la participación de 123 vendedores, 21 compradores del segmento MICE, 13 de los cuales fueron internacionales y 78 compradores del segmento vacacional, de los cuales 45 fueron internacionales; finalmente, se contó con la presencia de más de 80 expositores, así como con la asistencia de más de 1.000 visitantes durante la Gran Feria de Vacaciones. Es preciso mencionar que el programa tuvo una calificación de experiencia del cliente del 85%.

#### *Zona Ksera*

Como parte de las actividades del programa se adelantó un ejercicio de mapeo y georreferenciación de los restaurantes de Bogotá, que resultó en la priorización de las localidades de Kennedy, Suba, Bosa y Engativá para iniciar el proceso de intervención que benefició a 1.102 restaurantes e impactó a 597, con un incremento promedio del 39% en sus ventas, a través de la vinculación de plataforma digitales. De igual manera, se logró la formalización de 16 empresarios/as que han visto en el programa un beneficio tan importante que deciden formalizarse para sacar provecho al portafolio que la CCB pone a su disposición.

El programa cuenta con un micrositio donde los/as empresarios/as pueden encontrar información relevante sobre el programa: <https://www.ccb.org.co/zonaksera> y ha vinculado aliados importantes, que ha permitido la creación gratuita de casi 400 URL/páginas web para restaurantes y bonos de descuento preferencial para restaurantes vinculados.

Por otra parte, gracias a la articulación con el Sena y demás actores de la academia, se impartieron más de 40 formaciones gratuitas, algunas certificadas, que han sido aprovechadas por más de 400 empresarios/as. Vale la pena mencionar que el programa ha tenido una gran acogida por parte de las empresas del sector, obteniendo una calificación de experiencia del cliente del 86,11%. Por esta razón, el programa continuará en 2022 con componentes adicionales en empleabilidad, emprendimiento, sostenibilidad e innovación en los restaurantes participantes, así como el fortalecimiento de proveedores del sector de agro-alimentos.

### *Bogotá Región Distrito Digital*

El programa benefició a 1.706 empresas e impactó a 188, gracias a la articulación estratégica con diferentes aliados para la difusión de contenidos en la plataforma. Dentro de los avances más significativos, se destaca i) la contratación del proveedor que gestiona la plataforma virtual de la Comunidad Digital en <https://distritodigital.ccb.org.co>; ii) la realización de 53 actividades en la plataforma, entre las que se cuentan charlas, webinar, talleres, masterclass, entre otros; iii) la realización de 5 encuentros de negocios, con más de 100 participantes.

Se lanzó el programa Mi Papelería Digital en el que se beneficiaron 40 papelerías de Bogotá-Región, como estrategia para fortalecer las capacidades de las empresas de la base de la pirámide que hacen parte del segmento de comercio del sector gráfico. También se desarrolló el Programa de Ecosistema Digital, que permitió certificar a 136 empresas mediante un programa de formación con una intensidad de 18 horas. Como estrategia de apropiación del concepto se llevaron a cabo 5 asesorías temáticas adicionales dirigidas a más de 100 empresarios/as y 4 Masterclass. Vale la pena mencionar que el programa obtuvo una calificación de experiencia del cliente del 84,55%.

A partir del segundo semestre se pusieron en marcha los pilotos de dos programas adicionales para los sectores droguerías (Cluster Farmacéutico) y peluquerías (Cluster Cosméticos), que serán implementados en su totalidad en 2022, algunas de cuyas actividades en 2021 fueron las siguientes.

- Programa de reactivación para el sector de Droguerías

La iniciativa Cluster Farmacéutico desarrolló algunos eventos de sensibilización a fin de fortalecer este eslabón productivo beneficiando a más de 572 empresas. Así mismo, se realizaron 3 talleres y 3 webinars en temáticas relacionadas con la digitalización del eslabón droguista, tributación, omnicanalidad, estrategias digitales, redes sociales y atención digital farmacéutica.

- Programa de reactivación para el sector de Peluquerías.

A partir de las necesidades identificadas en la Ruta de Reactivación y encuentro con empresarios/as que tuvo lugar en junio de 2021, desde la iniciativa Cluster de Cosméticos y Bienestar se dio inicio a este programa bandera, a través del desarrollo de un piloto con 40 empresas del sector. En este sentido, se han formado alianzas estratégicas que apoyan el desarrollo de estas empresas y en la oferta de servicios y se han beneficiado a 533 empresas en distintos eventos de capacitación.

### *Mi sector se reactiva*

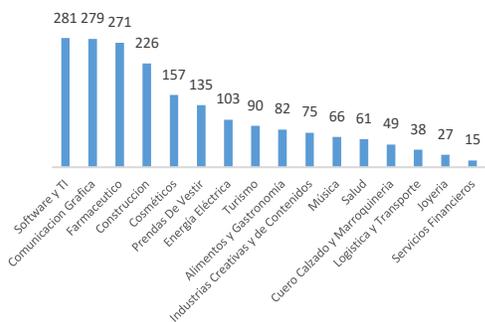
Este programa fue lanzado con la construcción de 6 Sets de soluciones digitales, financieras y logísticas para cada uno de los segmentos priorizados que se pueden encontrar en: [www.ccb.org.co/misectorsereactiva](http://www.ccb.org.co/misectorsereactiva). Benefició a 1.858 empresas a través de la realización de distintas actividades, donde 705 implementaron soluciones existentes y mejoradas que respondieron a i) aumentar ventas por medio de canales digitales, mejorando la presencia digital del negocio, ii) acceder a alternativas de financiamiento, gestión financiera del negocio y medios de pago, iii) optimizar la operación de la empresa con tecnología y conectividad y iv) soluciones logísticas de comercio electrónico y entrega de tus productos a domicilio.

Igualmente, con el apoyo de Connect Bogotá, se cuenta con 25 soluciones sofisticadas proveídas por 20 empresas de los tres Clusters (Software y TI, Servicios Financieros, Logística y Transporte). Vale la pena mencionar que el programa tuvo una calificación de experiencia del cliente del 94,23%.

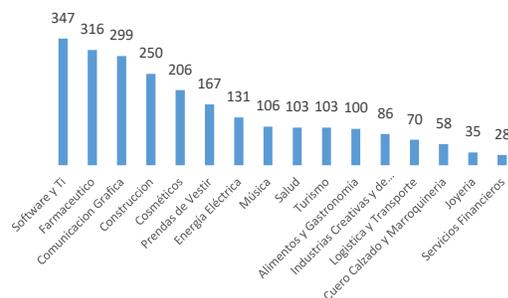
### 2.6.2. Seguimiento a las iniciativas priorizadas en las agendas de las iniciativas Cluster

En el 2021 las iniciativas Cluster vincularon en su institucionalidad a 3.857 participantes, de más de 2.228 organizaciones, donde las empresas representaron 84% del total. El 87% de las empresas fueron MiPymes (49% micros, 23% pequeñas y 15% medianas), y el 14% fueron grandes.

**Empresas vinculadas a la institucionalidad de las Iniciativas Cluster**



**Actores únicos participantes en la institucionalidad de las Iniciativas Cluster**



Fuente: CRM

Fuente: CRM. Los actores únicos corresponden al total las entidades que participan en distintas instancias de las iniciativas Cluster y que pueden ser: empresas, gremios, entidades de apoyo, gobierno y academia.

Por otra parte, se realizó una focalización y depuración de los proyectos y acciones de las agendas de las iniciativas Cluster según su impacto, velocidad de implementación y la capacidad de la CCB para liderar y materializar esos proyectos, lo que implicó pasar de 84 iniciativas en 2020, a 29 en 2021, que se enmarcan en 5 líneas de acción. Las iniciativas Cluster vincularon en sus proyectos a 3.115 participantes, representantes de más de 1.456 organizaciones, donde las empresas representaron 71% del total, así mismo, se vincularon 4.306 beneficiarios en las acciones de las iniciativas Cluster.

Línea de acción	# Acciones	# Proyectos
Innovación y nuevos negocios	24	9
Talento humano y empleo	19	5
Fortalecimiento empresarial	12	4
Sostenibilidad	10*	3
Internacionalización y atracción de IE	4	8
<b>Total general</b>	<b>69</b>	<b>29</b>

\* Se descartó 1 acción que dependían de terceros.

Se destaca el hecho de que algunas de estas iniciativas se han desarrollado en articulación con filiales, como es el caso del proyecto Modelo de Gestión de Residuos para Bogotá-Región (desarrollado con CAEM), el proyecto de Factoring Social (desarrollado con Certicámara), las sesiones de validación de currículos de Uniempresarial, los proyectos de atracción de inversión en segmentos estratégicos de Software, Construcción y Servicios Financieros (con Invest in Bogotá), entre otros. A continuación, se presentan algunas de las acciones/ proyectos más representativos de cada una de las 5 líneas de acción.

#### Innovación y nuevos negocios

En este eje, las iniciativas Cluster vincularon en sus proyectos y acciones a 651 participantes, representantes de más de 433 organizaciones, donde las empresas representaron 88% del total (381). Al interior de este eje se culminó el proyecto Modelo de gestión regional de Centros Especializados de

Alta Complejidad liderado por la iniciativa Cluster de Salud, este proyecto logró el crecimiento de las ventas por exportaciones de servicios asistenciales e investigación clínica del 30,4% promedio anual durante el periodo 2016 - 2019; la priorización de 5 subespecialidades o áreas terapéuticas de alto potencial para la exportación de servicios asistenciales y la investigación clínica; el diseño de metodología para la priorización de mercados de conocimiento clínico sofisticados; la identificación y validación de oportunidades para la generación de modelos de negocios en red y capacitación de más de 100 empresas del Cluster en temas de innovación y modelos de negocios basados en conocimiento clínico.

Por otro lado, se destaca el proyecto de Factoring social, liderado por la iniciativa Cluster de Servicios Financieros, con dos componentes i) la ejecución de un piloto de Factoring Social Empresarial y ii) la estructuración del modelo de negocio de una plataforma digital. En relación con el primero, en articulación con Colfimax Factoring S.A. y el Banco de Bogotá se logró la vinculación y diligenciamiento de diagnóstico de 35 empresas interesadas, 10 empresas realizaron el Curso Online de Financiamiento de la entidad, 12 empresas recibieron asesoría personalizada para la negociación de facturas y 15 empresas se encuentran en proceso de acceso a financiamiento con el Banco de Bogotá. En cuanto al segundo componente, se estructuró satisfactoriamente el modelo de negocio de la plataforma con Certicámara, que continúa en evaluación por parte de la CCB.

Por otro lado, se llevaron a cabo dos iniciativas de fortalecimiento de proveedores lideradas por las iniciativas Cluster de Prendas de Vestir y Energía Eléctrica y el Programa de desarrollo de proveedores de Permoda, donde se realizó un diagnóstico que evaluó la experiencia, formación, calidad y capacidad de cumplimiento de las empresas postuladas, seleccionando 13 beneficiadas con el acompañamiento de un consultor durante dos, el desarrollo de 5 talleres y asesorías individual; en el Programa de fortalecimiento de proveedores Enel, se realizó el evento de cierre reconociendo a 10 empresas potenciales proveedoras y 2 empresas proveedoras de Enel que culminaron satisfactoriamente sus ciclos de acompañamiento. Entre los principales resultados se destaca la participación de 3 empresas en el programa de Fabricas de Productividad, la transformación de una empresa a BIC, y el fortalecimiento en temas como: estrategia, modelo de negocio y calidad, entre otros.

En el marco de este eje, se desarrolló un ejercicio de innovación abierta aplicada al sector turismo con la Universidad de los Andes y los estudiantes de innovación y emprendimiento para la industria de la hospitalidad, donde se trabajó en la definición del ecosistema, la identificación y priorización de 8 retos sectoriales, en el acompañamiento de conocimiento sectorial y la priorización de 4 retos relacionados con la industria de reuniones, vacacional y de gastronomía. También se realizó un Match Tech del sector de la construcción con la participación de más de 45 empresas, donde 9 presentaron retos.

En la misma línea, se desarrolló el proyecto de Digitalización de materiales para el Centro de Materiales, liderado por la iniciativa Cluster de Comunicación Gráfica, donde se realizaron 3 espacios de capacitación con más de 22 actores; los escáneres 3D donados por Tika, agencia de cooperación turca, permitieron escanear más de 50 materiales que serán dispuestos a partir del próximo año en la plataforma del Centro de Materiales, enlazada con la comunidad Bogotá Distrito Digital. Conjuntamente, se desarrolló una exhibición en el marco de la feria Andinapack 2021, en la que participaron más de 120 empresarios/as y donde se impartieron charlas de sostenibilidad, se exhibieron de 55 tipos de materiales, insumos y componentes y se realizaron 3 sesiones de prototipado de envases para la industria gráfica.

Adicionalmente, se consolidó la Red de startups del Cluster Energía Eléctrica con 418 miembros entre empresas, academia, gremios y entidades de apoyo del sector, vinculando 26 startups las cuales han

logrado 12 conexiones con actores de la red interesados en las soluciones digitales que ofrecen. Por último, se adelantó el proyecto Piloto en consolidación de cargas para empresas de alimentos de Bogotá-Región, liderado por las iniciativas Cluster de Logística y Transporte y Alimentos y Gastronomía.

#### Talento humano y empleo

En cuanto a la agenda de talento humano, se viene trabajando en una estrategia transversal que permita aportar al cierre de brechas en cada una de las iniciativas Cluster, mediante el fortalecimiento de la oferta y de la demanda, con énfasis en género y juventud. Para ello, se establecieron 3 objetivos estratégicos.

El primer objetivo busca promover la oferta de formación y capacitación en competencias relevantes para los Clusters, es así como se realizaron 191 acciones (talleres, webinars, cursos) y 3 programa de certificación de competencias, beneficiando 10.830 participantes, 5.958 empresas, 605 jóvenes y 2.513 mujeres. El segundo objetivo es mejorar la información sobre el mercado laboral para los diferentes sectores en Bogotá-Cundinamarca a través de espacios de intermediación laboral y promoción de los sectores, para lo cual se realizaron 2 espacios para socializar los incentivos al empleo juvenil del Gobierno Nacional y Distrital, con la participación de más de 200 personas en cada uno.

También se participó en 4 ferias de empleo sectoriales i) Ruta de Empleabilidad de la Agencia Pública de Empleo con la iniciativa Cluster de Prendas de Vestir, donde se postularon 189 personas, ii) Rueda de empleo para el sector de logística y transporte entre el SENA y la iniciativa Cluster Logística, donde se registraron 880 vacantes y 220 candidatos inscritos, iii) Rueda de talento SENA – Sector BPO - ITO que contó con el apoyo del de SENA, BPRO, ANDI, COLCOB y con la participación de 58 empresas, 100 vacantes y más de 350 postulados y iv) Feria de empleo "Construye empleo" del sector de la construcción, con el Cluster Construcción, organizada por la Alcaldía de Bogotá, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, en alianza con Camacol Bogotá y Cundinamarca donde se inscribieron 2.240 personas y 436 vacantes. Por último, se firmó un memorando de entendimiento con la Cámara de Comercio Colombo Americana (Amcham Colombia) para el Programa de Generación de Empleo para Jóvenes y se firmó el Acuerdo de Voluntades del Observatorio Regional del Mercado de Trabajo de Bogotá - ORMET Bogotá.

El tercer objetivo tiene como propósito fortalecer el relacionamiento entre academia-empresa, en esta línea, con la participación de 43 empresarios/as de las iniciativas Cluster, se validaron 6 programas de formación de Uniempresarial y se vincularon 5 empresas co-formadoras. Adicionalmente, se trabajó en la revisión y consolidación de las brechas de capital humano resultantes de los estudios realizados con el PNUD en el marco de las iniciativas Cluster, y con el acompañamiento de Uniempresarial se han identificado los cargos de difícil consecución, la brecha asociada, la estrategia sugerida y el programa relevante para atender la brecha. También se destaca el Programa Mentoría Empresarial del Cluster de Energía Eléctrica, en alianza con el SENA, la Secretaría de Educación Distrital y el Ministerio de Minas y Energía en donde se realizaron 59 sesiones de mentoría (118 horas) que impactaron a 125 estudiantes de 4 colegios distritales.

En la misma línea, por tercer año consecutivo, la iniciativa Cluster de Logística y Transporte, en conjunto con la Universidad de la Sabana, realizaron el Challenge Experience Logística 4.0 que contó con la participación de 30 grupos y 33 mentores y donde se realizaron webinars sobre retos planteados. Como resultado, se vincularon estudiantes participantes al programa aceleración de proyectos de Innovalab.

#### Fortalecimiento empresarial

En este eje, las iniciativas Cluster vincularon en sus proyectos y acciones a 1.418 participantes, representantes de más de 400 organizaciones, donde las empresas representaron 92% del total (367). Se destaca la tercera edición de Rueda de trámites Clusters de Música, Gastronomía y Turismo, en alianza con gremios como Asobares y Cotelco, se realizaron 2 jornadas que contaron con la participación de 79 asistentes y donde se ofrecieron 7 capacitaciones en trámites como la renovación e inscripción de la matrícula mercantil, expedición de permisos de funcionamiento, facturación y nómina electrónica, registro nacional de turismo, entre otras tramitaciones y consultas.

Adicionalmente, se adelantó el proyecto de Validaciones industriales para el sector Farmacéutico Fase No 3. liderado por el Cluster Farmacéutico, donde se realizaron 3 cursos de formación con una duración de 40 horas y 287 asistentes provenientes de 100 laboratorios. También se ofrecieron asesorías personalizadas a 19 empresas para la implementación de los cursos y se organizó el taller APIS Principios activos difíciles de estabilizar con más de 70 empresarios/as participantes. El proyecto finalizó con el lanzamiento y publicación oficial de la guía de validaciones en la página del Centro de Información Empresarial CIEB de la CCB, que ha sido descarga 1.288 veces.

También se adelantó la iniciativa Sostenibilidad Económica del área turística sostenible (ATS) de la Candelaria (Alcaldía Local, IDT, empresarios/as) que contó con la participación del Cluster de Turismo de Negocios y Eventos a través del liderazgo de la mesa económica, para dar cumplimiento a los requisitos económicos brindando acompañamiento al Plan de Auditoría del segundo seguimiento al ATS 2020 y a la evaluación y aprobación del ATS por parte de la firma auditora, lo que permitió la renovación de certificación de la norma por 3 años.

#### Sostenibilidad

En este eje, las iniciativas Cluster vincularon en sus proyectos a 263 participantes, representantes de más de 192 organizaciones, donde las empresas representaron 78% del total (149). Uno de los proyectos más relevantes en este eje es el Modelo de gestión de residuos para Bogotá-Región, de los Clusters de Construcción, Cosméticos y Comunicación Gráfica que actualmente cuenta con el estudio de caracterización de las 3 cadenas de valor de los materiales de plástico, celulosa y residuos de construcción y demolición-RCD, en el que se incluyen las principales cifras de aprovechamiento de cada una de las cadenas, normatividad existente, casos de éxito internacionales y la identificación de 13 brechas operacionales y 6 estratégicas.

Asimismo, se formuló el Modelo de Gestión de Residuos el cual fue validado por diferentes actores de los Clusters de Cosméticos, Comunicación Gráfica y Construcción; se realizó la socialización de los resultados del proyecto y del plan de implementación del modelo a 164 actores de las cadenas priorizadas, de las cuales 48 empresas manifestaron interés en los proyectos propuestos. Vale la pena mencionar que la Unión Europea asignó un presupuesto remanente del proyecto para iniciar fase de implementación de un piloto basado en 2 componentes. Primero el Plan colectivo de gestión de residuos para pequeños y medianos generadores para el cual se elaboró un concepto jurídico que sirve de apoyo para que las empresas conozcan en qué medida son objeto de cumplimiento de la norma de Responsabilidad Extendida del Productor existente, se vinculó a 57 empresas con quienes se realizaron talleres para aprender a realizar la medición de línea base de metas de recolección y se adelantó el benchmarking de planes colectivos registrados ante la Autoridad Nacional Ambiental.

El segundo es un Portafolio de productos fabricados a partir de residuos con bajo nivel de aprovechamiento, en el cual se identificaron 75 empresas, 39 residuos caracterizados y 51 materiales y productos caracterizados. Así mismo, en el marco de este proyecto se realizó un networking en el que

participaron 24 empresas de los sectores de plásticos, celulosa y RCD que buscaba el fomento de negocios verdes.

Por otro lado, se destaca la iniciativa Fortalecimiento de la innovación y los mercados sostenibles del cuero en el barrio San Benito de la iniciativa Cluster de Cuero, Calzado y Marroquinería, donde se trabajó una agenda que permita fortalecer las capacidades del sector curtidor en aspectos relacionados con el desarrollo de prácticas sostenibles, el cumplimiento de la normatividad ambiental y la sensibilización de la demanda. Así se definieron dos ejes de trabajo: por un lado, una agenda de articulación con entidades gubernamentales, gremios y asociaciones de curtidores, donde se adelantó un taller presencial de formulación de proyectos de cooperación, que contó la participación de más de 25 empresas, y se brindó asesoría de expertos formuladores la Asociación de San Benito para la estructuración del gran proyecto del Ecoparque Industrial. Por el otro lado, con Universidad de los Andes y la Secretaría Distrital de Ambiente se busca beneficiar de forma directa a 15 curtiembres del sector de San Benito a través de la identificación y formulación de iniciativas o proyectos de producción sostenible a partir de herramientas de economía circular. Adicionalmente, se realizó un seminario híbrido de transferencia de conocimiento internacional en Tecnologías Sostenibles para la industria del cuero, que contó con la participación de expertos holandeses y la asistencia de más de 30 asistentes presenciales y más de 70 de forma virtual.

#### *Internacionalización y atracción de inversión extranjera*

Las iniciativas Cluster vincularon en sus proyectos y acciones a 161 participantes, representantes de más de 123 organizaciones, donde las empresas representaron 78% del total (149). En el marco de este eje se destaca el desarrollo de iniciativas de atracción de inversión a los Clusters, que en su mayoría se realizan en articulación con Invest in Bogota, como la Estrategia para fortalecimiento de capacidades empresariales para la atracción de fondos de inversión inmobiliarios, para un segmento de negocio específico, liderada por el Cluster Construcción. De esta manera, se formuló la oferta de valor de Bogotá para la atracción de fondos de inversión inmobiliaria, por medio de la priorización del segmento senior living e identificación de los determinantes de inversión para construir la oferta de local de Bogotá.

Además, se realizó el análisis de metodología para identificar zonas de la ciudad con alta vacancia (oferta de espacios) y actividades productivas que crecieron (demanda) para formular estrategia para la reducción de vacancia inmobiliaria en Bogotá. Como resultado del análisis, se identificó que las localidades más afectadas por cancelación fueron: Chapinero, Mártires y Santafé (para servicios, industria y manufactura). Sin embargo, también fueron estas zonas en las que se registró mayor creación de empresas.

Igualmente, el Cluster de Servicios Financieros se propuso dinamizar el desarrollo económico de la ciudad y región para posicionar a Bogotá como un foco de atracción de inversión extranjera y una plataforma de atracción, retención y fortalecimiento del talento humano especializado. Como resultado de la estrategia desarrollada, la capital del país fue incluida en el Índice Global de Centros Financieros, un escalafón semestral que es considerado una de las principales referencias para tomadores de decisión en políticas públicas e inversión y hace parte de un grupo de 13 ciudades de América Latina y el Caribe incluidas en el escalafón, el cual mide aspectos relacionados con el ambiente de negocios, el capital humano, la infraestructura, la reputación y el desarrollo del sector financiero.

En esta misma línea se desarrolló el proyecto de Levantamiento de Capital e inversión para Proyectos TI del Cluster de Software y TI, con la identificación de 60 empresas interesadas: 15 con proyectos listos para presentar en una ronda de inversión, 29 con proyectos potenciales que necesitan apoyo en su

estructuración y 12 con interés en ser adquiridas por empresas extranjeras o realizar Joint Ventures. En total, 17 empresas del Cluster se capacitaron en los workshops de los Ciclos de Levantamiento de Capital CCB y 5 presentaron sus Pitches ante inversionistas en el Demo Day.

Además, gracias al acompañamiento realizado, la empresa Data Traffic quedó seleccionada entre las mejores 10 empresas del ProColombia Pitch Sessions, presentando su proyecto Carryt ante 50 inversionistas internacionales, a la fecha, la empresa ha cerrado tres reuniones con inversionistas extranjeros. Por otra parte, 20 empresarios/as fueron capacitados/as en el Taller de Crowdfunding para empresas de TI con la plataforma A2censo de la Bolsa de Valores de Colombia y, como resultado, la empresa Ciel Ingeniería, ingresó a la plataforma para a financiar su nuevo emprendimiento TI.

Igualmente, en el eje de promoción de las exportaciones, se desarrollaron varias iniciativas entre las que se destaca el Plan estratégico regulatorio de registro para la exportación de farmacéuticos, a la fecha, se han ejecutado las siguientes etapas: i) identificación de 12 mercados específicos (8 en Latam, 4 en Asia y Europa), ii) establecimiento de la oferta productiva con potencial exportador; iii) plan estratégico regulatorio, identificando las barreras técnicas de registro sanitario y sometimiento de medicamentos en agencias sanitarias internacionales, iv) asesoría para la implementación del Plan estratégico en las empresas beneficiarias y la organización de 90 citas de negocios con los destinos de Perú, Ecuador, Bolivia y Centro América. Al finalizar el ejercicio comercial, las empresas reportaron un monto de expectativas de exportaciones en el periodo 2022 – 2024 de aproximadamente \$8 millones USD. Paralelo a lo anterior se han organizado webinars y talleres que han beneficiado a más de 524 empresarios/as, 10 horas de formación y más de 1.400 asistentes.

Del mismo modo, se adelantó la estrategia de internacionalización sectorial para el macrosector moda, donde 23 empresas de la Iniciativa Cluster de Joyería y Bisutería, participaron en la prueba piloto del programa de aceleración de la internacionalización. En este momento las empresas se encuentran en la última etapa del proyecto, en la consecución y búsqueda de citas comerciales en los mercados identificados (Estados Unidos, Centro América y Perú). En este proyecto también participan empresas del Cluster de Prendas de Vestir y de Cuero Calzado y Marroquinería, y se espera logre por lo menos dos nuevos clientes para cada una de las empresas participantes.

Por último, se adelantó el Programa de identificación del portafolio exportador del Cluster de Energía Eléctrica, programa que se viene desarrollando en alianza con Procolombia que busca facilitar a las empresas el acceso a nuevos mercados y al conocimiento necesario para incentivar la exportación de portafolios integrados de bienes y servicios del sector. A la fecha se han vinculado 12 empresas, las cuales han priorizado dos líneas de negocio (infraestructura e industria) y cinco países destino en Latinoamérica y el Caribe; y se han realizado cinco eventos académicos con 95 asistentes y dos eventos de conexión con la participación de las 10 empresas. Adicionalmente, 5 de las empresas vinculadas han recibido acompañamiento por parte de Colperú para el desarrollo de 25 agendamientos en Chile y Perú.

### **2.6.3. Adecuación de la institucionalidad para atender mejor los requerimientos de las empresas**

Se realizaron ajustes en la institucionalidad de 4 iniciativas Cluster, con el propósito de ampliar su foco y cobertura para atender nuevos retos sectoriales, adicionalmente, se asumió el liderazgo de la Alianza Logística Regional desde la iniciativa Cluster de Logística y Transporte y se acompañó el proceso de creación de la unidad de negocio Bureau de Convenciones de Bogotá al interior de Invest in Bogota, desde la iniciativa Cluster de Turismo.

#### Lanzamiento cluster de Alimentos y Gastronomía de Bogotá – Región

Como resultado del análisis de cómo atender los requerimientos de las empresas de la cadena de alimentos y gastronomía, y construyendo sobre la experiencia desarrollada en los clusters existentes, se decidió conformar una nueva iniciativa de Cluster de Alimentos y Gastronomía. Así, a partir de la realización de una revisión detallada, fue priorizado el segmento de food service, debido al potencial de crecimiento con enfoque a un mercado, capacidad de transformación y la coyuntura. Este segmento se refiere al tipo de mercado que involucra a toda una red de producción y distribución, orientados a la atención en restaurantes, comedores institucionales y catering.

De manera conjunta con los actores, se definió como objetivo aumentar la generación de valor agregado, focalizado en la transformación de los alimentos a nivel industrial y en la restauración, encadenando la operación de transformación agroalimentaria con los eslabones de proveeduría y comercialización. Finalmente, el 9 de noviembre de 2021 tuvo lugar el lanzamiento de la iniciativa Cluster con la participación de 291 asistentes.

#### *Ampliación foco Cluster de Turismo Bogotá – Región*

Teniendo en cuenta los retos generados por la pandemia y con el objetivo de promover la articulación de esfuerzos en beneficio del tejido empresarial, la Iniciativa Cluster desarrolló un ejercicio de identificación y priorización de la ampliación de alcance e impacto del Cluster, a fin de pasar de ser una iniciativa con énfasis únicamente en el turismo de negocios y eventos, a ser una iniciativa que también incorporará el turismo vacacional. Lo anterior, con el fin de:

- Migrar a un abordaje que integre toda la cadena del turismo en Bogotá-Región, con énfasis en naturaleza, cultura, bienestar y reuniones.
- Ampliar el alcance, impacto y cobertura de las acciones y proyectos con énfasis en la base de la pirámide.
- Fortalecer la gestión con empresas y presencia en Bogotá-Cundinamarca, focalizado en la integración y conexión de empresarios/as del sector y de otros sectores complementarios (proveeduría).

#### *Ampliación foco Cluster de Comunicación gráfica Bogotá – Región*

En atención a las nuevas tendencias en producción de empaques y envases derivado del crecimiento de los envíos a domicilios, el Ecommerce y el decrecimiento en la producción de impresos, el Cluster llevó a cabo un ejercicio de reflexión que tuvo en cuenta las oportunidades generadas por los cambios en el comportamiento de los consumidores, así como el mapeo de segmentos realizado en 2018, que ya sugería un cambio en la orientación del Cluster.

Con este propósito el Cluster decidió ampliar su margen de acción para incorporar el segmento empaques y envases (packaging), por ende ampliar su cobertura, atender las necesidades de innovación en temas gráficos de los sectores/ clientes como cosméticos, lácteos, hotelería, alimentos y bebidas, y atender los retos en ecodiseño, sostenibilidad, biomateriales, Ecommerce, tecnología Smart, en la impresión y producción de empaques, envases y etiquetas, segmentos hacia el que ya han venido migrando los gremios del sector para atender las necesidades del mercado.

#### *Ampliación foco Cluster de Cosméticos Bogotá – Región*

La nueva estrategia de la Iniciativa Cluster de Cosméticos de Bogotá-Región, busca incluir el trabajo articulado con peluquerías y establecimientos que presten servicios de belleza, no solo para apoyar a este sector, sino también para promover el crecimiento de uno de los canales de distribución más importantes del sector productivo de cosméticos.

La estrategia busca trabajar de la mano entre el sector productores de cosméticos y los prestadores de servicios asociados, logrando así encadenamientos y un trabajo colaborativo que beneficie a ambos sectores. Por ello, el nuevo nombre del Cluster será de Cosméticos y Bienestar.

Secretaría Técnica de la Alianza Logística Regional – ALR (Cluster de Logística y Transporte)

Con un porcentaje del 100% en la evaluación de índice de experiencia del cliente en 2021 y el primer lugar dentro de las 11 alianzas logísticas regionales del país (al pasar del nivel 1 al nivel 3 de maduración en evaluación del Ministerio de Transporte y Logyca), la Alianza Logística Regional de Bogotá-Cundinamarca avanzó en su propósito de posicionarse como escenario de coordinación interinstitucional para el mejoramiento logístico de la región, bajo el liderazgo de la iniciativa Cluster de Logística y Transporte.

Dado esto, gracias a la participación activa de 31 actores entre públicos y privados, se contó con importantes resultados y logros, entre los que se destacan la puesta en marcha del Radar de eficiencia y competitividad logística; el seguimiento a proyectos de infraestructura de alto impacto como ampliación calle 13 y el proyecto férreo Bogotá-Belencito; los aportes y recomendaciones al proyecto de Ley Región Metropolitana, las cuales fueron incorporadas; y Plan de Ordenamiento Territorial en el componente de logística, las cuales fueron enviadas al Concejo Distrital. El cumplimiento en los planes de acción establecidos en las mesas técnicas de infraestructura y operaciones, política pública e información y monitoreo fue del 93%, con un 95% de cumplimiento en los indicadores propuestos.

Creación de la unidad de negocio del Bureau de Convenciones en Invest in Bogota

En 2021, desde la iniciativa Cluster de Turismo, en articulación con los equipos de Invest in Bogotá, el Bureau de Convenciones de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo, y los/as empresarios/as de la industria de reuniones, representados en la Junta Directiva del Bureau de Convenciones de Bogotá, se desarrolló un trabajo de análisis de escenarios a fin de generar el mejor esquema institucional y fortalecer la estrategia de atracción y captación de eventos de ciudad. En consecuencia, se dio inicio al proceso de liquidación de la Corporación Bureau de Convenciones y a la creación de la nueva unidad de negocio Bureau de Convenciones de Bogotá, al interior de Invest in Bogotá, a partir de noviembre de 2021.

#### **2.6.4. Especialización Inteligente - EI**

##### **2.6.4.1. Gestión de la Agenda CRCI de proyectos para la reactivación regional**

Desde la Cámara como Secretaría Técnica de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación-CRCI, se concentró en la gestión técnica y financiera de los 30 proyectos que actualmente conforman la Agenda Regional de Reactivación Económica, estos proyectos son orientados por la Estrategia de Especialización Inteligente y están alineados con las áreas de biopolo (8), servicios empresariales (7), ciudad región sostenible (6), Bogotá Región Creativa (6) y al Hub de Conocimiento Avanzando (3). El valor total del portafolio de proyectos es de \$433.683 millones, y de \$146.4436 millones si se excluye el Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación-DCTeI, proyecto de gran envergadura que surgió de la agenda de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Bogotá Cundinamarca-CRCI, actualmente promovido por la CCB, Corferias y la Alcaldía, y que se encuentra en la etapa de estudio de factibilidad.

A cierre de año, el 70% de los proyectos de la Agenda de Competitividad e Innovación de Bogotá Cundinamarca, se encuentran en ejecución y se han invertido recursos por más de \$43 mil millones en

su financiación, teniendo en cuenta los recursos invertidos en estudios del DCTel hasta el momento. Se resalta que el 37% del portafolio de proyectos tiene alcance regional.

### Gestión para la financiación de proyectos

En 2021 fueron acompañados 17 proyectos (57% del portafolio) en búsqueda de recursos con los siguientes resultados: 2 proyectos lograron financiación como resultado de gestiones iniciadas tiempo atrás, 5 fueron presentados a dos fondos del Sistema General de Regalías, 7 fueron apoyados técnicamente en su formulación en metodologías requeridas para las diferentes convocatorias y 3 hacen parte del banco de los doce proyectos de la agenda CRCI incluidos en los capítulos de inversiones de los planes de desarrollo del Distrito y el Departamento.

En el primer semestre de 2021, la Secretaría Técnica de la Comisión trabajó con las Secretarías de planeación de la Alcaldía y la Gobernación para incluir 12 proyectos de esta agenda en los capítulos independientes de los planes de Desarrollo. En el Plan Distrital de Desarrollo se incluyeron 9 proyectos y en el departamental 3, en total 6 de estos proyectos son de las agendas de los Clusters liderados por la CCB.

En un trabajo conjunto con los líderes de los proyectos, se logró apoyar la formulación de 7 proyectos en metodologías requeridas para su presentación a convocatorias, 5 de los cuales son del interés institucional de la Cámara. Estos 7 proyectos recibieron acompañamiento técnico para su formulación por parte de la CCB, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Confecámaras y el Ministerio de Cultura i) Reactivación económica a través de la integración y fortalecimiento comercial de la cadena de valor de Turismo en Bogotá-Región, liderado por el Cluster de Turismo, ii) Programa de Soluciones Digitales, Financieras y Logísticas para la reactivación económica de las Micro y Pequeñas empresas, liderado por los Clusters de Software y TI; Servicios Financieros y Logística, iii) Innovalab-componente Sistemas de Gestión de la Innovación, liderado por la Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial, iv) Programa para el desarrollo y la reactivación económica sostenible de Cundinamarca a partir de la gestión eficiente de la energía, liderado por la CAEM, v) Fortalecimiento de las actividades de logística y comercialización de productos frescos y procesados en el departamento, de la Agencia de comercialización e innovación agroindustrial de Cundinamarca, vi) El Fondo de Regalías para el Fomento y Promoción de la Música liderado por la firma Capital Nation con el acompañamiento del Cluster de Música y vii) El HUB de Transferencia de Contenidos culturales y creativos Universitarios proyecto liderado por la Universidad Javeriana.

De otra parte, fueron acompañados 5 proyectos para presentarse en las convocatorias del Sistema General de Regalías. 3 de ellos se presentaron al fondo de ciencia, tecnología e innovación y 2 al Fondo de Desarrollo Sostenible, todos pasaron a la lista de elegibles, y se espera en los próximos meses por parte de MinCiencias, la selección definitiva de los proyectos. Estos son: i) Centro de Materiales para la Innovación de Bogotá- Región, liderado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano, ii) Hub de negocios Bio, liderado por Biointropic, iii) Incubadora de Alta Tecnología de Impresión 3D liderado por la Zona Franca de Bogotá, iv) El HUB Universidades innovadoras: Ciudad Campus colaborativo proyecto liderado por Connect Bogotá Región y v) Transformación del esquema de reciclaje en Bogotá Región, liderado por la Universidad Piloto y la Asociación de Recicladores Ecoalianza.

También, la Comisión Regional de Competitividad en su función como Comisión de Ciencia, Tecnología e Innovación Bogotá-CODECTI y como parte del CODECTI Cundinamarca, concertó con más de 160

personas, 11 demandas o necesidades territoriales de la ciudad a resolver mediante innovación, que fueron presentadas a MinCiencias, como prioridades de Bogotá en las convocatorias de la asignación regalías en temas alineados con la agenda de la CRCI. En el mismo sentido, como miembros del CODECTI Cundinamarca, la secretaría técnica de la CRCI participó en la definición de las necesidades departamentales y los porcentajes de inversión en ciencia, tecnología e innovación.

#### **2.6.4.2. Dinámica institucional de la CRCI**

##### *Nueva normatividad y dinámica 2021*

En concordancia con el Decreto Nacional 1651 de 2019 en junio se suscribieron los Decretos 203 y 217 de la Alcaldía y Gobernación, por medio de los cuales se formaliza la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Bogotá Cundinamarca y se regula su operación. Antes de la expedición de los decretos, se desarrollaron dos sesiones del comité ejecutivo de la CRCI, para tratar temas de interés regional.

En cuanto a las instancias que componen la CRCI, se creó una “nueva instancia” máxima de coordinación, llamada Comisión Regional de Competitividad e Innovación, donde es indelegable la participación del gobernador y del alcalde, de los secretarios de despacho y de los alcaldes locales designados. La instalación de la Comisión Regional de Competitividad, de acuerdo con la nueva normatividad prevista en los decretos se realizó el 16 de junio de 2021, presidida por el Gobernador de Cundinamarca y la alcaldesa de Bogotá. Así mismo, se desarrolló la primera sesión del comité ejecutivo, con la participación del presidente de la Cámara de Comercio de Bogotá, Nicolas Uribe.

En julio, se desarrolló la sesión de cierre de la “antigua CRC”, con la presentación a la Alcaldía y la Gobernación, del contenido de los decretos y las expectativas de estas instituciones en esta etapa. También se expuso por parte de la secretaria técnica de la CRCI, el balance con los principales logros y resultados de la CRCI entre 2015 y 2021, quedando como compromiso de la Alcaldía y la Gobernación de revisar una participación más amplia del sector privado en la nueva institucionalidad.

Se han adelantado trabajos conjuntos con la Alcaldía y la Gobernación, que aún están en proceso, relacionados con la elaboración del reglamento de operación de la CRCI y del plan de trabajo para la Comisión focalizado en algunos ejes estratégicos. En efecto, para la construcción del reglamento, se conformó un comité de trabajo con CCB como secretaría técnica, las secretarías de Desarrollo de Bogotá y de Competitividad de Cundinamarca, Fenalco y ProBogotá, que son las entidades privadas que actualmente hacen parte del comité ejecutivo de la Comisión. Se trabajó conjuntamente en un documento de reglamento, a partir de una primera versión propuesta por la Secretaría Técnica, y la última versión con comentarios y aportes del sector privado fue enviada a la Alcaldía y la Gobernación, en octubre y se espera respuesta.

De otra parte, a partir de la propuesta de plan de trabajo realizado por la Secretaría Técnica, se inició la construcción conjunta del plan de trabajo de la Comisión, con el apoyo de la Universidad de la Sabana, en virtud de la gestión realizada por la Gobernación para lograr este acompañamiento pro bono. Se han realizado tres sesiones de trabajo, con la participación de la Alcaldía, la Gobernación y la Secretaría Técnica, avanzando en una propuesta de líneas estratégicas a trabajar como temas transversales: Capital Humano, sostenibilidad ambiental, innovación, logística, abastecimiento, internacionalización y comercialización.

### Articulación con el Gobierno nacional e incidencia en política pública

En 2021, la CRCI tuvo apoyo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y Confecámaras para la formulación inicial de los decretos locales en alineación con el decreto nacional 1651 para la formalización y operación de la Comisión, los cuales fueron formulados y expedidos atendiendo la autonomía jurídica de la Alcaldía y la Gobernación, igualmente, se apoyó los planteamientos iniciales para la construcción del reglamento de operación que la secretaria técnica propuso, de otra parte, para el fortalecimiento técnico de la CRCI, se realizó un trabajo para el desarrollo de la estrategia de posicionamiento y fortalecimiento de capacidades de la Comisión Regional de Competitividad. Este ejercicio tuvo tres componentes: diagnóstico, recomendaciones y apoyo al fortalecimiento.

En el marco del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, se compartieron buenas prácticas de la CRCI de Bogotá Cundinamarca y de la ADCI, en el Encuentro Regional de Comisiones de Competitividad como parte de la región centro oriente y en el Encuentro Nacional de Comisiones Regionales de Competitividad.

En cuanto a la contribución en temas de política pública, la CRCI realizó aportes a la Política Distrital de Ciencia Tecnología e Innovación y la Ley de Región Metropolitana. Igualmente, en sesión del Consejo Asesor Empresarial se desarrolló un taller sobre la Política Distrital de Desarrollo Productivo, liderado por la SDDE, en el que se aportaron comentarios del sector empresarial.

Es importante señalar que la secretaria técnica de la CRCI recibió de parte del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, en noviembre un reconocimiento por la destacada gestión para la ejecución de proyectos de la Agenda Departamental de Competitividad e Innovación. Igualmente, la CCB realizó la evaluación del índice de experiencia del cliente con 25 aliados de la CRCI sobre su experiencia de participación en este espacio, logrando una calificación de 90,64 sobre 100.

### Gestión de Oportunidades de Mejora en la CRCI

Desde la CRCI, se trabajó en tres oportunidades de mejora de interés i) la actualización de la Política Pública de Desarrollo Económico, Productividad y Competitividad de Bogotá, ii) el proyecto de Ley Orgánica de la Región Metropolitana Bogotá Cundinamarca y iii) el Decreto Comisión Regional de Competitividad de Bogotá Cundinamarca-CRCI.

En cuanto a la actualización de la Política Pública de Desarrollo Económico, Productividad y Competitividad de Bogotá, liderada por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico-SDDE, se llevaron a cabo dos talleres, el primero con el equipo CCB donde se brindaron insumos claves a la SDDE para su construcción y el segundo con el Consejo Asesor Empresarial de la CRCI, donde los/as empresarios/as compartieron su visión productiva y brindaron insumos a tener en cuenta para la construcción de ésta política. Con relación al Proyecto de Ley Orgánica de la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca, se realizó un taller con el Comité Ejecutivo de la CRCI, donde los miembros de la Comisión brindaron elementos a tener en cuenta para la construcción de los hechos metropolitanos, paso clave en la construcción de este proyecto de Ley.

Por último, y como ya se mencionó en este informe, desde la secretaría técnica de la CRCI y con el apoyo del área jurídica de la Cámara para la revisión del rol y de las funciones de la CCB en la Comisión, se avanzó en la construcción de una primera versión borrador del decreto que establece y reglamenta la CRCI, esta versión se presentó a los equipos técnicos y jurídicos de los dos entes territoriales. En junio se expidieron los decretos 217 de la Gobernación y 203 de la Alcaldía por medio de los cuales se establece y reglamenta la CRCI.

## 2.7. Fortalecimiento de la comunicación para la reactivación

Durante el 2021 se desarrolló la estrategia de marca de la CCB definiendo la arquitectura, el sistema de identidad visual y el posicionamiento de marca deseado según nuestro público meta, se entregó un manual con los lineamientos que guiarán la comunicación audiovisual. A partir de ello, se vio la necesidad de realizar el estudio y revitalización de la identidad de la marca de 4 extensiones de la CCB (CAC, Servicios Registrales, Formación, Innovalab), 3 de ellos serán lanzados en 2022 y tendrán cambios paulatinos conforme a las necesidades de comunicación de cada extensión; y se inició el despliegue de la nueva marca CCB, diseñando y produciendo la primera generación de piezas y comunicación.

Con el fin de crear orgullo sobre el empresariado de Bogotá-Región evidenciando que la fuerza de los negocios es el verdadero motor de la ciudad y su crecimiento se creó la campaña #SOYEMPRESARIO - #SOYEMPRESARIA. Se construyó una estrategia 360 dirigida especialmente a mipymes con un alcance del 28,7%, la campaña estuvo al aire de octubre a diciembre y continuará todo el 2022. Tuvo presencia en vallas a lo largo de la ciudad, en radio se lograron 3.043 salidas y un alcance del 36% de este medio. En términos digitales, se lograron más de 25.611.878 apariciones en pantallas, 109.271 clics a la página web de la CCB y al sitio web <https://soyempresario.ccb.org.co/>. Hasta la fecha se alcanzaron 3.789.580 reproducciones a los contenidos en vídeo y audio. Frente a este último punto se llevó el lanzamiento de la primera temporada de la serie web con 6 empresarios/as de Bogotá-Región, quienes cuentan sus historias y cómo la CCB los ha acompañado en su camino empresarial.

A principio de año se propuso posicionar el portafolio de servicios de la CCB por medio de una campaña publicitaria que estuvo al aire de abril a agosto con un alcance multimedios del 25,8% sobre el público meta, logró 2.029 salidas de radio con un alcance del 24,7%, además se apoyó la campaña con salidas en televisión por medio de contenidos y en digital con más de 49.798.000 salidas en dispositivos o pantallas, 276.875 clics hacia diferentes sitios de nuestra página web y 4.890.545 reproducciones a los contenidos audiovisuales generados en la campañas. Los focos de los servicios fueron: visión de negocio, crear nuevos productos y servicios, acceder a recursos financieros, vender por medio del canal digital, implementar soluciones tecnológicas, aumentar la producción de su empresa, PAEF, beneficios para ICC e información general del proceso de reactivación.

Como parte de la estrategia de reactivación económica, se acompañó la divulgación de las principales iniciativas que contribuyeron a la recuperación del tejido empresarial como el programa Crear, con el que se logró llegar a más de 804.000 clics al sitio web y 3.449.106 reproducciones de vídeo contando los beneficios del programa con un alcance digital del 67 % sobre el público meta propuesto.

Se desarrolló el plan de divulgación e imagen para cada las 6 Ferias para la Microempresa; lanzamiento de Programas Bandera y cierre del programa bandera Mas Ferretero que Nunca; Rutas de Reactivación Empresarial; Termómetro de reactivación con más de 50 registros en medios, un editorial y dos portadas; Foro Bogotá; Pedaleando por Cundinamarca; entre otros.

En este periodo se generó una estrategia de divulgación por los canales sin costo de la CCB para la promoción y divulgación de los eventos de Consejo Ampliado de las 16 iniciativas Cluster. Así mismo, se generó una estrategia digital para la fase de divulgación del programa de Aprovechamiento de Residuos en Bogotá-Región con una inversión de \$20 millones, de los cuales \$15 se destinaron a la producción de 3 videos de casos de éxito con empresarios/as.

En cuanto a los 7 programas bandera, todos finalizaron el año con buenas cifras en número de visitas en sus micrositos tras la promoción de los programas. Así el número de páginas vistas hasta el 31 de diciembre para cada uno fue: Más Ferretero que Nunca con 21.027; Bogotá Región Más Moda Digital

con 17.733; Zona Ksera con 29.498; Mi Sector Se Reactiva con 11.767; Turistea Bogotá y Cundinamarca con 38.250; y Telesalud a Tu Alcance con 16.967.

Como resultado de la apuesta de la CCB para impulsar la participación de jóvenes en proyectos de empleo y emprendimiento, se realizó la divulgación del programa Acciona tu poder de hacer; se definió y ejecutó el plan de comunicaciones del Foro Ágora Bogotá nuevas Generaciones 2021, para este también se gestionó una alianza con Casa Editorial El Tiempo lo que permitió que la divulgación previa y durante el evento se multiplicara masivamente.

En relación con el apoyo y la promoción al emprendimiento y el talento local, se lideró el plan de comunicaciones del GoFest; se lideró el plan de comunicaciones del pabellón del Emprendimiento y el talento local en la Feria del Hogar en Corferias. En redes sociales se cubrió la feria con 18 videos compartidos en Instagram con más de 32.000 reproducciones. Se trabajó de la mano de 8 influenciadores, uno para cada categoría, presentes en el pabellón durante las semanas de la feria. Y se hizo la divulgación de la Estrategia #SoyEmpresariaTv donde se realizaron 40 videos de emprendedores/as y empresarios/as dándoles visibilidad en las redes de El Tiempo y las de la entidad.

Así mismo, se contribuyó a la divulgación de las plataformas comerciales tales como BOMM, BAM y Semana ARTBO y Bogotá Madrid Fusión. Se lideró la estrategia de comunicación, la gestión y cubrimiento en redes sociales, los planes de pauta y el relacionamiento con medios masivos. En gestión de press se lograron cerca de 626 registros entre las 4 plataformas con un valor editorial de \$22.864 millones.

### **3. Líneas de financiamiento Empresarial**

#### **Programa CREAR**

En febrero se lanzó el Programa CREAR, el cual parte del conocimiento de las problemáticas más comunes al momento de acceder a recursos de financiación y el saber hacer de la Entidad desde el fortalecimiento empresarial, alistamiento financiero y acompañamiento intensivo a las empresas, para lo cual se incorporan la educación e inclusión financiera y el acceso al crédito para que las empresas de Bogotá-Región pudieran solventar sus problemas de liquidez.

Gracias al programa 164.873 empresarios/as fueron sensibilizados/as en acceso a financiamiento, se lograron 154.598 visitas a la página con 344.359 páginas vistas, 51 espacios de difusión con 9.982 asistentes, 7.066 visitas de los Embajadores CREAR y 2.297 clientes atendidos en la línea de reactivación empresarial. Más de 13.220 empresarios/as fueron fortalecidos/as; 7.902 finalizaron el curso virtual “Cómo financiar mi empresa ante el sistema financiero”, 3.233 participaron en agendas en las ruedas financieras, 459 contaron con acompañamiento, 181 participaron en asesorías financieras y se generaron 12.159 certificados.

Al cierre del año, se habían realizado 1.963 operaciones de crédito por \$40.652 millones a través de la línea de Crédito CCB – Crear – Bancóldex y \$90.153 millones a través del beneficio del FNG, todo gracias a las 20 alianzas con el sistema financiero que permitieron activar las Ruedas Financieras, dar a conocer el programa y acordar propuestas con beneficios adicionales.

#### **Ruedas de soluciones financieras**

De la mano de 20 entidades financieras, se continuó desarrollando Ruedas de Soluciones Financieras en las que más de 910 empresas se contactaron con el mercado financiero en 1.730 citas para elegir las condiciones de acceso a crédito más favorables para sus negocios; como resultado, se generaron

\$230.000 millones en expectativas de crédito. Dada la necesidad del retorno a la presencialidad para el segmento de las mipymes, 10 ruedas se ejecutaron en las Sedes Centro, Soacha, Salitre, Cedritos, Kennedy, Chapinero y Zipaquirá, así como en Engativá y Suba en el marco de la Feria de la Microempresa.

### **Ciclo de educación formación financiera para Mipymes**

En alianza con Bancóldex y la Banca de las Oportunidades se implementó el Programa de Educación Financiera para Mipymes gracias al cual 220 empresarios/as accedieron a contenidos para aplicar en sus empresas conceptos sobre manejo de cuentas, costeo, fijación de precios, ahorros, seguros, créditos y pagos digitales. El programa se desarrolló en formato multimedia y se contó con videos testimoniales de microempresarios/as colombianos/as que se han logrado mantener, reinventarse o expandir sus negocios, aplicando buenas prácticas financieras.

### **Programas de inversión y levantamiento de capital**

La industria de venture capital juega un rol clave en la economía de Bogotá-Región, dada su vocación de fortalecer empresas y proyectos en todos los sectores económicos.

Dado su impacto en la creación de empleo, la adopción de buenas prácticas en temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo y en los modelos de negocio, la CCB lidera programas para que startups, emprendimientos y empresas de todos los tamaños puedan acceder a este tipo de recursos. Entre otros, más de 87 empresas y proyectos fueron presentados a potenciales fuentes de inversión; la empresa imoblo.co recibió una inversión de un ángel inversionista y las empresas Kanazú Travel, Vezt y Avanzo se encuentran avanzado en los procesos de due dilligence.

#### *Ciclos de levantamiento de Capital*

En 2021, se desarrollaron 4 ciclos de levantamiento de capital, uno de ellos en el marco del Go Fest y dos para impulsar la industria cultural y creativa en alianza con Cocrea, en donde se buscó potencializar el beneficio tributario que ofrece por invertir en sus proyectos, logrando 1.017 empresarios/as capacitados/as en los workshops, 68 mentorías individuales, 58 empresas presentados en los Demo Days y 86 citas con inversionistas.

#### *Mentoría con inversión*

Este programa complementa la oferta de actividades para que los/as empresarios/as se acerquen a capital con mentores que los acompañan y asesoran durante 6 meses para contribuir positivamente en la transformación del negocio, fortaleciendo el vínculo de confianza entre inversionista y empresario/as.

En 2021, el Comité realizó cambios al modelo de servicio para escalarlo, mejorar los perfiles de las empresas postuladas, articular y generar mayor valor a los programas de Inversión e Innovación de la CCB y enfocarse en emprendimientos de alto impacto; además estableció un programa de formación para empresas y mentores que entrará en operación en 2022 de la mano de dos aceleradoras con buen posicionamiento en el ecosistema. Se destaca, la vinculación al Comité de Camila Torrente, Program y Venture Partner para Latam de Entrepreneurs Roundtable Accelerator, el fondo de Venture Capital más activo de Nueva York y el programa de aceleración más grande de la Costa Este de EEUU.

Como resultado, 14 empresas con 26 mentores participaron en más de 300 horas de mentoría en temáticas de direccionamiento estratégico, mercadeo, estructura organizacional, estrategias de

escalamiento, diseño de estrategia de inversión, procesos de innovación en la compañía y de internacionalización, creación de valor, liquidez, optimización del canal de ventas, estructuración de un plan para Go To Market, generación de revenue, entre otros.

#### Red de Ángeles Inversionistas

Bajo este programa la CCB y la Fundación Bolívar Davivienda apuestan por la transformación social de negocios rentables y sostenibles, generando un cambio en la narrativa de la inversión de riesgo y de impacto al crear espacios y conexiones de valor para apoyar a los/as empresarios/as. En línea con esta alianza lanzada en el segundo semestre, se han desarrollado actividades como la “Academia de la inversión” para abordar temáticas de startup sourcing, valoración de startup y negociaciones, logrando capacitar a 30 inversionistas, los ciclos “Prepárate para recibir inversión”, para formar a más de 100 empresarios/as en aspectos claves del levantamiento de capital y la construcción de un pitch de inversión y, Demo Days para presentar oportunidades de inversión ante la Red, generando citas y sinergias dentro del ecosistema de inversión y emprendimiento.

#### Corporate Venturing

La CCB estructuró un programa de Corporate Venturing para realizar procesos de formación y acompañamiento a empresarios/as y equipos de innovación en su estrategia de emprendimiento corporativo, dinamizando sus procesos de disrupción e innovación, construyendo relaciones con startups que permitan agilizar sus procesos internos, crear nuevas líneas de negocio y proyectos con el talento del ecosistema de emprendimiento e innovación del país.

Este año participaron 16 grandes corporativos como cliente interno, quienes recibieron 5 horas de asesoría personalizada en la definición e implementación de la estrategia en temas como mecanismos y tendencias de Corporate Venturing, figuras de inversión, implicaciones procedimentales y legales, e integración de empresas y startups mediante la utilización de fondos de inversión.

#### Programa de formación de inversionistas – CCB & Cube Ventures Investor Masterclass

La CCB desplegó espacios de formación abiertos y gratuitos para potenciales inversionistas ángel con interés de invertir en startups, esta iniciativa de la mano de la aceleradora de negocios en etapa temprana Cube Ventures que permitió formar a 320 participantes en los mecanismos existentes en el ecosistema para invertir en emprendimientos, seleccionar la startup en la que se desea invertir y profundizar en procesos de negociación, con conferencistas como Alejandro Arenas, CEO de Inverlink, Daniel Blandón, Managing director de SIMMA Capital, Brian York, Fundador de Liftit, entre otros.

#### Directorio de empresas expertas en procesos de inversión y levantamiento de capital

Buscando aumentar la incorporación de firmas expertas que quieran ser parte de las diferentes iniciativas de apoyo financiero para los/as empresarios/as, se habilitó la búsqueda de personas jurídicas que apoyen emprendedores/as y empresarios/as desde la estructuración financiera de proyectos hasta el cierre de sus operaciones en el ámbito legal, estratégico, financiero, entre otros.

43 empresarios/as ya han manifestado su interés de participar; estas postulaciones para integrar el directorio se complementan con el Scoutig realizado para invitar a las firmas como EY, Brigard Urrutia, Deloitte y KPMG, entre otras, para que puedan brindar estos servicios.

#### **4. Facilitación de trámites y requisitos y reactivación económica**

##### **4.1. Incidencia en asuntos regulatorios, normativos y en política pública para la eliminación de barreras que obstruyen la labor empresarial**

En este frente se realizó seguimiento legislativo al Congreso de la República, en la legislatura 2020 - 2021 donde se identificaron 105 proyectos de ley radicados de interés para la Cámara, de estos se aprobaron como Ley, proyectos como Carnet ATA, sello Creo en Ti, Estatuto Orgánico de Bogotá, entre otros. Continúa en trámite proyectos de ley como el 272 de 2020 que busca crear un registro de informales que será administrado por la Cámaras de Comercio. A partir de la nueva legislatura 2021-2022 se hace seguimiento a 128 proyectos de ley de interés y se logró modificar 4 proyectos que tenían interés en modificar el registro mercantil, sumado a esto se logró la aprobación del Proyecto de Ley Orgánica “Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca, incluyendo la participación del Comité Intergremial de Bogotá en el Consejo Regional.

Durante el 2021 se avanzó en la estrategia de relacionamiento, la socialización de los diferentes programas que se lideran en la entidad, emprendimiento, ley de inversión social, POT y oferta institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá, durante este avance se sostuvieron reuniones con 44 congresistas y 13 concejales, destacando reunión con la comisión de emprendimiento de la Cámara de Representantes y las Comisiones terceras del Congreso de la República.

Adicionalmente, se identificaron 20 proyectos de decretos, circulares y resoluciones de interés como adquisición de vacunas por parte de privados, CONPES de juventud, reglamentación de la Ley de Emprendimiento, entre otros. Así mismo se identificaron 89 proyectos de norma de interés como la reglamentación de la Ley de Inversión Social, la Ley de Emprendimiento y la creación del Sistema de Información de Actividades Informales, entre otros, que se encuentran en seguimiento.

Se realizó seguimiento a las actividades distritales lideradas por la alcaldesa y/o miembros de su gabinete (ejemplo, se participó en el Anuncio de Reactivación Económica, el Lanzamiento de FITIC por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico y la participación en Despachando con la alcaldesa sobre regalías), también se tuvo presencia en la Mesa Estrategia de Mitigación y Reactivación Económica-EMRE del sector privado, la mesa del piloto de bares, mesa del piloto de eventos y mesas de trabajo con la SDDE para la construcción y puesta en marcha del Programa Bogotá 24 Horas, el cual se implementará en 7 localidades de la ciudad a partir de julio y en donde se apoyará con la georreferenciación de los polígonos de los pilotos y en actividades puntuales de formación empresarial y comunicaciones.

Con el enfoque de simplificación de trámites que limitan la creación y operación de las empresas de Bogotá-Cundinamarca, se realizó el mapeo de 15 trámites, de los cuales se priorizaron 8 (6 distritales y 2 nacionales); se avanzó en el seguimiento de los planes de racionalización de los 6 trámites priorizados con el Distrito y se conformó una mesa de trabajo con la Secretaría General, para buscar agilizar las acciones de facilitación de trámites que permitan tener resultados en el corto plazo. Con relación a la vinculación de la Cámara al Super CADE Virtual, se avanzó en la definición de los acuerdos de servicio y se realizó la inducción para conocer las funciones de administración de la plataforma del CADE.

Se realizó el mapeo y caracterización de trámites empresariales en 9 municipios de Cundinamarca y se realizó la priorización de 3 trámites en cada municipio llegando a una lista de 27 trámites municipales a los que se les formuló planes de trabajo que se serán gestionados con las administraciones municipales. De igual forma, se realizó el mapeo y caracterización de trámites en 5 actividades económicas en Bogotá, se priorizaron 3 trámites por sector, llegando a una lista de 15 trámites

sectoriales en Bogotá a los que se les formuló la propuesta de plan de simplificación y se presentaron los resultados a la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá y al equipo del Sistema de Inspección, Vigilancia y Control de Bogotá, para gestionarlos de manera conjunta.

Adicionalmente, se hizo seguimiento a los avances de la VUE en la mesa de masificación liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para la puesta en operación de las funcionalidades de los subsistemas de salud, pensión, seguridad social y cajas de compensación familiar. En el marco de este trabajo, se apoyó la difusión de la campaña diseñada por Confecámaras y MINCIT para dar a conocer los beneficios de la VUE e invitar a los/as empresarios/as a acceder a la plataforma, la cual se empezó a difundir en los canales de la CCB en el mes de diciembre.

En obras civiles se identificaron y se realizó seguimiento al avance de 30 obras (51 contratos) además, se generaron más de 40 alertas y recomendaciones a dichas obras, se incluyeron en el Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca y en el termómetro para la reactivación indicadores de obras en ejecución (Troncal de la Avenida 68 y de valorización). Frente a la Alianza Logística Regional-ALR Bogotá-Cundinamarca, se participó en la reunión en la cual se presentó el seguimiento y recomendaciones de las obras priorizadas.

Respecto al Aeropuerto Guaymaral, se presentó al director de la aeronáutica Civil la propuesta de convertirlo en aeropuerto internacional; se elaboró y entregó al Concejo de Bogotá el informe de la mesa de impacto económico, competitividad y POT, con alertas y recomendaciones. Por último, se participó en la socialización de la actualización del plan maestro del Aeropuerto El Dorado, en la cual se recomendó avanzar en la coordinación al interior de la Aeronáutica civil para llevar a cabo esta iniciativa.

Por otra parte, se realizaron recomendaciones a los lineamientos de intervención y diseño para el escenario futuro de cada proyecto priorizado (Alameda Occidental, Parque Ecoturístico del Muña y Centro de Acopio del Sur) con la participación en 6 reuniones de Comité Técnico y 4 del Directivo. Se firmó el convenio con Probogotá-Región para la formulación del Plan Estratégico 2051 de Sopó, Tocancipá, Gachancipá y La Calera, y así direccionar e impulsar el desarrollo integral de los municipios. Se realizaron también 10 orientaciones estratégicas a los 29 proyectos identificados. Se participó en 2 comités técnicos y 2 directivos.

Sobre Plan Estratégico al 2050 Chía, Cajicá y Zipaquirá, se realizó un evento con ProBogotá y el BID, en el que se presentaron las oportunidades para el desarrollo económico de la región, con énfasis en el municipio de Zipaquirá y los proyectos priorizados. Se adelantó el análisis en temas normativos, ambientales, urbanos y de infraestructura, movilidad, socioeconómicos y de riesgos y vulnerabilidad, con el fin de identificar las posibles áreas de intervención o localizaciones para los proyectos: Parques Metropolitanos del Río Bogotá, Rede de ciclorrutas de la Sabana y el Agroparque Ecológico. Además, se realizó aportes a la modelación urbanística y financiera de los proyectos priorizados y se participó en 5 comités técnicos y 4 directivos.

Para el POT de Bogotá, se realizaron 2 espacios de articulación con la Secretaría Distrital de Planeación y empresarios/as de todos los Clusters y filiales CAEM, Invest In Bogotá y Corferias. Se entregó a la secretaria de Planeación Distrital-SPD el documento de recomendaciones a la formulación del POT y se adelantaron 5 talleres con la participación de más de 100 empresarios/as. Se presentaron las recomendaciones al articulado del POT versión radicada al Concejo de Bogotá a los concejales ponentes. Además, se participó en el cabildo abierto y en el evento para el sector empresarial promovido por dicha Corporación donde se radicó el documento de recomendaciones elaborado por

la entidad. De 234 recomendaciones realizadas por la CCB, fueron incorporadas totalmente 62 y parcialmente 63, más de 20 temas estratégicos para el sector empresarial en el POT versión radicada al Concejo de la ciudad. Además, se realizaron aportes técnicos a los 4 documentos realizados en el marco del Comité Intergremial Bogotá-Cundinamarca y a 1 documento realizado por la Alianza Logística Regional de recomendaciones al POT de Bogotá.

En el POT Zipaquirá y Fusagasugá, se llevaron a cabo 2 espacios de articulación con más de 140 y 200 empresarios/as respectivamente para conocer los avances de la formulación del POT, frente al POT de Fusagasugá se radicó en la Secretaría de Planeación tres documentos, el primero de observaciones y recomendaciones de los/as empresarios/as al avance de la formulación del POT, el segundo a la versión del POT radicada a la CAR con más de 40 observaciones recomendaciones realizadas por la CCB y el tercero de observaciones, inquietudes y recomendaciones del sector empresarial.

#### **4.1.1. Gestión regional**

Respecto al Plan Integral de Cundinamarca-PIC, en el 2021 se han generado los siguientes avances.

##### **Proyectos de impacto regional**

En el año se realizaron 6 comités ampliados del PIC con los directivos de la CCB y las filiales, donde se presentaron planes, avances, aportes, retroalimentación y se establecieron agendas comunes para incidir en los 59 municipios del territorio. Así mismo se participó en las jornadas técnicas del Convenio del Comité de Integración Territorial y desde el mes de noviembre en la administración de ese espacio.

Entre los principales resultados se destaca la realización de eventos de seguimiento, participación en 16 boletines regionales, en el Convenio Sabana Centro Cómo Vamos, igualmente, como panelistas en la rendición de cuentas del gobernador del departamento y nos convertimos en pieza clave para la articulación público-privada del departamento.

Así mismo para el Plan Estratégico al 2051 de Soacha y Sibaté, con la Alcaldía de Soacha se avanzó en la prefactibilidad del corredor verde del Salto del Tequendama.

##### **Gestión institucional**

Se realizaron 71 reuniones con alcaldes de los 59 municipios de la región. Adicionalmente, se suscribieron 11 convenios para la implementación de la Ventanilla Única Empresarial-VUE llegando a 13 convenios vigentes; se acompañó la gestión de la CAEM para consolidar un acuerdo de voluntades entre las entidades con responsabilidad en el sector curtiembres en Villapinzón y Chocontá y se apoyó a CORPARQUES en su relacionamiento con los municipios de Tocancipá y Fusagasugá; se trabajó conjuntamente en iniciativas como los 25 años del Parque La Poma, el Foro Ambiental por el Páramo de Guerrero y alianzas con las alcaldías de Villapinzón, Cogua y Zipaquirá.

Por otra parte, se atendieron 139 solicitudes de los alcaldes y sus equipos sobre temas de gestión de la CCB, de las cuales se han cerrado 54, con la Agencia de Comercialización de Cundinamarca apoyamos a 65 empresarios/as de la región que participaron en AgroExpo 2021. Además, se contactaron 214 empresarios/as mediante correo electrónico y llamadas para presentarles el PIC y se establecieron más de 60 agendas de trabajo con empresarios/as para apoyarlos/as, por último, se acompañó la estructuración del Proyecto de Ley que reglamenta la Región Metropolitana Bogotá-Cundinamarca y se formularon recomendaciones.

Igualmente, se apoyaron espacios públicos para solución de problemáticas en seguridad, como los paros o espacios de construcción, reuniones de los POT, Región Metropolitana y Planes estratégicos.

En los municipios de Tenjo, Cota, Chía y Cajicá, se participó activamente en la selección de beneficiarios de los fondos locales de emprendimiento; y se participó en la feria institucional más importante del departamento, EXPOCUNDINAMARCA 2021, donde se contó con stand, promoción de programas turísticos como pedaleando por Cundinamarca, además de sesiones de trabajo con autoridades para construir agendas 2022.

### **Gestión de proyectos**

Se firmaron alianzas con el IDECUT y FONTUR, que han permitido la formulación de 6 proyectos turísticos y un proyecto regional de reactivación en el encuentro regional de Tenjo; y se realizaron 7 talleres de estructuración de proyectos.

40 empresarios/as del turismo estuvieron presentes en las 7 jornadas de pedaleando por Cundinamarca, con más de 5.000 mil asistentes y se creó la página web con diseño de rutas, textos literarios y fotografía. 5 municipios recibieron apoyo en la estructuración de sus planes de desarrollo turístico y los 11 municipios de Sabana Centro han sido incorporados al diseño de producto de naturaleza para la provincia.

### **Servicios en territorio**

Se brindó atención a empresarios/as de la región, a través de 271 jornadas de Cámara Móvil, en los 59 municipios de la jurisdicción, donde se atendieron 7.910 personas, tramitando 3.040 nuevas matrículas, 9.677 renovaciones y 1.226 inscripciones de documentos, además de la expedición de 6.344 certificados.

Se realizaron 11 Ferias Regionales de Servicios Empresariales, en las cuales se brindó información de los servicios, se realizaron talleres de capacitación para fortalecimiento empresarial, asesorías empresariales, servicios registrales, apoyo para la formalización, muestras comerciales y sesiones de networking con entidades aliadas, así; en Cajicá, con asistencia de 526 empresarios/as y visitantes; en Sibaté, de 360; en Cáqueza, de 266; en Chocontá, de 106; en La Calera, de 1.213; en Tenjo, de 460; en Fusagasugá, de 160; en Soacha, con asistencia de 5.351 empresarios/as y visitantes; en Ubaté, de 238; en Cota, de 237; y en Zipaquirá, de 162 empresarios/as. Las 11 ferias regionales de servicios empresariales contaron con una asistencia total de 9.079 empresarios/as, emprendedores/as y visitantes.

Finalmente, con la participación de 7 consultores de la región se ofrecieron servicios de asesoría individual, asesoría grupal y capacitación a empresarios/as de los municipios de la región en áreas clave de la gestión empresarial, con una cobertura de 1.042 clientes atendidos.

## **4.2. Gestión de sostenibilidad, empresas y derechos humanos - DDHH**

### **4.2.1. Sostenibilidad**

Durante el 2021, se continuó impulsando la implementación de la Política de Sostenibilidad y Valor Compartido a través de las iniciativas e indicadores propuestos por cada área en el tablero ESG+T; se firmó un memorando de entendimiento con la Secretaría Distrital de Ambiente y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para trabajar en la construcción articulada de una agenda que promueva el crecimiento verde y la sostenibilidad del sector productivo de la ciudad, para el cual se realizaron 3 sesiones de comité técnico, así como 4 reuniones con encargados de áreas temáticas, para articular el desarrollo de proyectos.

En el marco de la Alianza Unidos por los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) con la Fundación Bolívar Davivienda, Fundación Corona y Pacto Global Red Colombia se publicó el segundo Informe Unidos por los ODS, así mismo se logró la firma del convenio que renueva la Alianza Unidos por los ODS con el fin de sensibilizar, medir y analizar los avances de las empresas de Bogotá-Región, sobre los aportes para el cumplimiento de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030. Así mismo, se trabajó en el desarrollo de los contenidos de cursos virtuales sobre la agenda 2030, una caja de herramientas útiles para que las empresas conozcan los ODS y midan su contribución a ellos, así como la planeación de la agenda de trabajo sobre el tema de finanzas sostenibles, acompañada de un mapeo de actores que trabajan en este frente para compartir información relevante con empresas que estén interesadas en la financiación de sus proyectos sostenibles. Estos productos están disponibles en la página web [www.unidosporlosods.org](http://www.unidosporlosods.org).

Por otra parte, se realizaron comentarios al documento borrador de la Estrategia Distrital de Crecimiento Verde; se apoyó a la Alcaldía de Zipaquirá en la realización de sesiones y mesas de trabajo para transferir el conocimiento generado con las herramientas e instrumentos resultantes del proyecto de la Unión Europea sobre el desarrollo de modelos de residuos sólidos y economía circular; se realizaron 2 mesas de trabajo con empresas que han establecido puntos limpios en la ciudad de Bogotá (MAAT y Greco) para explorar la posibilidad de establecer un Centro de Gestión de Residuos o Punto Limpio.

En cuanto al Ranking de Sostenibilidad se logró la contratación e inicio del proceso de creación de la metodología del Ranking que promoverá la medición en criterios e implementación de buenas prácticas sostenibles entre empresas de Bogotá-Región; se inició el Proyecto de descarbonización y acción climática de la mano con la Corporación Ambiental Empresarial-CAEM, estableciendo las metodologías para desarrollar grupos focales y avanzar en la creación de la guía de acción climática y descarbonización. Así mismo se realizaron 10 talleres para empresas de sectores de industria, comercio, servicios, construcción, agrícola y minero, para profundizar en las oportunidades y barreras en sus procesos de implementación de modelos de producción con bajas emisiones y consumo de carbono.

En cuanto a la encuesta descarbonización y acción climática, se logró finalizar el trabajo de recolección de información en a 1.500 empresas; se participó en la socialización de la Fase II del proyecto de Pico y Placa Solidario de la Secretaría Distrital de Movilidad donde se hicieron observaciones para incluir las necesidades y particularidades del sector empresarial previo al lanzamiento de la medida por parte de la Alcaldía.

También se participó en el taller para la construcción de la Política Pública Departamental de Gestión del Cambio Climático para Cundinamarca, aportando las recomendaciones y observaciones para que se incorporen consideraciones fundamentales para el sector empresarial de la región; se logró la publicación del Séptimo Informe de Sostenibilidad de la CCB, recogiendo información de la entidad para los años 2018, 2019, 2020.

Por otro lado, se acompañó la mesa de trabajo con la Financiera de Desarrollo Nacional en el marco de su trabajo para el diseño de un vehículo financiero que permita la modernización a tecnologías de baja o cero emisiones del parque automotor, que circulen en Bogotá D.C.; se participó en las mesas de trabajo de la Global Carbon Removal Partnership, en la cual se presentó la Estrategia Empresarial de Acción Climática que está desarrollando la Cámara de la mano de la CAEM para combinar soluciones basadas en la naturaleza y basadas en la tecnología a las que se puedan sumar empresas de Bogotá-Región.

Se realizó la Charla Sostenibilidad Unipyme para 37 pymes proveedoras y contratistas de la empresa Unilever, en la cual se les introdujo a conceptos generales de sostenibilidad y la forma en que las empresas pueden tener prácticas más responsables social y ambientalmente; se acompañó la articulación del Cluster de Logística y Transporte con Giro Zero, un proyecto liderado por la Universidad de los Andes, junto con la Universidad de Cardiff (Reino Unido), y financiado por el programa Colombia UK-PACT del Gobierno del Reino Unido. En el marco de este proyecto se apoya la reducción de emisiones en el sector de Transporte Automotor de Carga colombiano y se trabaja con una red de actores públicos y privados del sector en el proceso de transición hacia cero emisiones.

Por último, se participó en la sesión de socialización de reporte de avances en el marco del Pacto #UnidosPorUnNuevoAire promovido por la Secretaría Distrital de Ambiente y con la participación de empresas y entidades de la ciudad, para comunicar el progreso en los compromisos dentro del pacto que tenga cada una de las entidades firmantes.

#### **4.2.2. Valor Compartido, Empoderamiento de Género Diversidad e Inclusión**

Junto con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Ciencia y la Cultura, se realizó la medición de impacto de la Red Académica de Valor Compartido, se consideró pertinente evaluar los aprendizajes y expectativas que permitan fortalecer el impacto del trabajo conjunto, y del mismo modo conocer de manera detallada el significado de la Red, así como las expectativas de sus integrantes en el corto y largo plazo; se realizó el 11º Encuentro virtual de la Red Académica de Valor Compartido, que contó con la presentación estratégica del futuro de la red, y la participación especial de Dane Smith, Managing Director en la oficina de FSG en Washington experto en estrategias de Valor Compartido.

Entre la Red Colombia del Pacto Global de las Naciones Unidas y la Cámara de Comercio de Bogotá se llevó a cabo el Reconocimiento a las Buenas Prácticas de Desarrollo Sostenible, para el cual se presentaron 175 iniciativas siendo reconocidas 33.

En apoyo al programa bandera “Mas ferretero que nunca”, se desarrolló el fortalecimiento en habilidades de liderazgo y empoderamiento de género para las mujeres del sector de la construcción, el programa conto con un grupo focal de validación de contenido y dos ciclos ofrecidos por las Universidades Konrand Lorenz y EAN miembros de la Red Académica de Valor Compartido, logrando beneficiar a 65 mujeres.

Se iniciaron las rutas en emprendimiento para el crecimiento inclusivo que beneficia a mujeres, jóvenes, personas de la comunidad LGBTIQ+ y personas con discapacidad de la Secretaria de Integración Social, logrando sensibilizar a 200 beneficiarios y vincular a 70 a la ruta de emprendimiento y crecimiento inclusivo; así mismo, en alianza con la Gobernación de Cundinamarca se iniciaron las rutas de emprendimiento para la mujer rural convocando un grupo de 50 mujeres.

En el marco del trabajo desarrollado con la Alta Consejería Presidencial para la equidad de Género, la Vicepresidencia de la Republica y las Alcaldías de Candelaria y Usme, se están atendiendo con las rutas de emprendimiento a un grupo de 20 y 30 mujeres respectivamente, con el objetivo de acompañarlas en la formalización y creación de emprendimientos; por otra parte, se acompañó y asesoró a Uniempresarial en la suscripción de su Política de Equidad, Diversidad e Inclusión.

En el marco de trabajo con el grupo binacional liderado por Alliance for Integrity se avanzó en la revisión y comentarios a los contenidos de la Guía de compliance con perspectiva de género; en el marco de la Alianza entre la Comunidad de Mujeres en Juntas Directivas del CESA y la Cámara de Comercio de

Bogotá, se gestionó un espacio con las participantes con el objetivo de sensibilizar e incentivar su participación en los Comités Consultivos.

En el desarrollo del programa para el crecimiento inclusivo se realizó la primera actividad de apoyo a las manzanas de cuidado, en la localidad de Ciudad Bolívar con el acompañamiento de la cámara móvil, iniciativa de la Secretaría distrital de la Mujer. Además, se realizaron actividades para la sensibilización a comerciantes del entorno sobre formas para mitigar riesgos de seguridad y servicios de la CCB en Cultura de la legalidad y un taller en emprendimiento a 30 mujeres del Centro de Desarrollo Comunitario Manitas.

Se diseñó un proyecto para documentar y acompañar con estrategias de sostenibilidad y valor compartido a 30 empresas BIC; se inició una alianza con Colsubsidio para el fortalecimiento empresarial en valor compartido, género, diversidad e inclusión.

Desde la Cámara de Comercio de Bogotá en Grupo Trabajo de Género e Integridad Empresarial entre Colombia y México, se contribuyó a la creación de 3 productos que impulsan la equidad de género y la integridad en el sector empresarial del país.

Se participó en la construcción y agenda temática del XI Congreso de Responsabilidad Social, en el marco de este evento se realizó la ceremonia del IV Premio de la Fundación El Nogal donde se presentaron 383 propuestas y se premiaron a 7 jóvenes. En la celebración del día de la mujer rural junto con la Secretaría para la equidad y empoderamiento de la Mujer de Gobernación de Cundinamarca, se firmó el memorando de entendimiento que une a las dos entidades para trabajar por el empoderamiento de género y el mejoramiento de las condiciones de vida de las mujeres rurales del departamento, vía emprendimiento inclusivo. En el marco de este evento se graduaron 16 mujeres que participaron en la primera ruta de atención diferencial, en paralelo se tuvo la presencia de los servicios de la Cámara Móvil en la Gobernación y en el municipio de Chocontá.

Con la Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia se acompañó el WETRADE que presentó los resultados del 2020 y 2021 en materia de empresas certificadas Friendly Biz y empleabilidad diversa, la agenda académica contó con la presentación de Sociedades BIC empresas que generan Valor Compartido.

En el marco de la presentación del Informe Nacional de Empleo Inclusivo-INEI 2020-2021, se participó en la mesa de aliados para la definición de estrategias que permitan superar los retos y brechas en materia de empleo para las personas en condición de vulnerabilidad.

Por invitación de TGI del Grupo Energía de Bogotá, se realizó una sesión de transferencia de buenas prácticas a través de la estrategia Hablemos de equidad, diversidad e inclusión; se realizó acompañamiento a los programas bandera de los sectores económicos de Turismo, Salud y Belleza, Entretenimiento, con el objetivo de generar acciones de diversidad, equidad, e inclusión que fortalezcan su crecimiento y generen nuevos servicios para atender el mercado LGBTIQ en Bogotá-Región

Junto con Invest In Bogotá, se realizó la primera feria inclusiva con el fin de aportar a la reactivación económica, la inclusión de personas tradicionalmente marginadas del mercado laboral. El evento convocó a 1.994 asistentes, luego del cierre ha tenido 5.781 visualizaciones.

En el rol de presidentes del Comité Directivo de la Red Colombiana de Pacto Global, se aportó a la construcción de la agenda académica del congreso de Pacto Global considerado como el evento más

importante de sostenibilidad del país. El congreso contó con más de 10 mil participantes en cada uno de los días.

Adicionalmente, se realizaron los Cursos ABC en Valor Compartido, Transparencia y Anticorrupción, Diversidad, Género e Inclusión Derechos Humanos, estrategia de la Red de Valor Compartido iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá y la OEI para crear un espacio de formación con expertos de las universidades aliadas, y se finalizó el ciclo con el Curso ABC en Sostenibilidad.

En el marco de la Estrategia de Inclusión de la entidad, se realizó un desayuno con 40 representantes de 20 entidades públicas y privadas que desde hace 4 años vienen acompañando a la Cámara en el propósito de brindar oportunidades para la inclusión económica de las personas en condición de vulnerabilidad en la Ciudad y la Región, en este espacio se realizó la evaluación de las acciones conjuntas y se definieron los intereses y retos para el trabajo de cara al 2022.

#### **4.2.3. Seguridad, legalidad, transparencia y anticorrupción**

Respeto a seguridad, se realizaron jornadas territoriales en el Restrepo y Paloquemao visitando 44 establecimientos de comercio en compañía de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia, Policía y otras entidades del Distrito; se acompañó a los/as empresarios/as en el fortalecimiento de capacidades en seguridad de sus entornos comerciales; se gestionó un espacio de articulación entre el presidente de la Cámara de Comercio de Bogotá y el nuevo Secretario de Seguridad convivencia y justicia, para continuar avanzando en los temas de seguridad y justicia que se venían abordando y particularmente, para definir una nueva agenda de trabajo conjunto .

Por otra parte, se participó en el Foro de Seguridad "Bogotá cómo vamos" con ocasión del lanzamiento del informe de calidad de vida 2020 y en una reunión de trabajo con la unidad de trabajo legislativo del representante Juan Carlos Wills para dar a conocer las herramientas de análisis que maneja la Cámara de Comercio de Bogotá, a partir de la Encuesta de Percepción y Victimización. Así mismo, se publicó un informe sobre la percepción de la seguridad en los medios de comunicación.

Se llevaron a cabo las mesas de prevención de hurto a celulares de Bogotá, que contaron con la presencia del nuevo de Secretario de Seguridad, y en las que se hizo seguimiento a los compromisos pactados, principalmente los relacionados con la necesidad de contar con una nueva reglamentación; se realizó la primera mesa de trabajo entre el Comité Intergremial y la Secretaría de Seguridad para establecer mecanismo de participación del sector privado en la agenda de seguridad del Distrito; se llevó a cabo la Ceremonia de entrega de reconocimiento a la Policía Nacional, metropolitana y de Cundinamarca, por el compromiso de la institución en la consolidación de entornos seguros para los negocios y con reactivación económica.

Igualmente, se completó la capacitación de 200 uniformados en el conocimiento de normas y procedimientos que permitan que la legalización de capturas sea más eficiente; así mismo con la Policía Metropolitana se trabajó la formación en vocería de 8 comandantes de Estaciones de la ciudad para generar comunicaciones inclusivas, claras y empáticas de frente a la ciudadanía.

Se ha realizado el primer grupo focal sobre contrabando con 7 empresarios/as de los sectores moda, calzado y marroquinería; se realizó el lanzamiento del primer piloto de Transparencia y cultura de la legalidad para pequeñas y medianas empresas del sector software y TI.

Adicionalmente, se lanzó en redes la pieza de la campaña de la cultura para sensibilizar sobre el efecto de la piratería de libros en el sector editorial que aporta 7.000 empleos directos. La campaña alcanzó en redes 785 views durante el mes de agosto; se contrató la elaboración de la guía de prevención del

Contrabando en el sector textil y se ha realizado el acompañamiento hasta la fecha en la interlocución con la Fiscalía General de la Nación.

Se articuló la participación de las comisiones ICC en Colombia en la presentación de resultados de la Encuesta Clima de los Negocios 2021 y se realizó en el marco de la comisión de responsabilidad empresarial y anticorrupción una presentación sobre los resultados de riesgos empresariales de la encuesta, buscando generar oportunidades de trabajo y articulación para el 2022.

Junto con el Cluster de Cosméticos y Cuidado Personal se identificaron necesidades puntuales que tienen los/as empresarios/as de establecimientos de peluquerías, spas y cuidados de uñas en el sector de Cedritos frente a temas de seguridad; se articuló el acompañamiento previo de la Secretaría de Seguridad, junto con otras entidades para establecer condiciones mínimas de cuidado, así como establecimiento de canales de comunicación y vinculación de cámaras de vigilancia de los establecimientos al C4, este ejercicio cerró con la realización de una jornada de seguridad en el sector y el acompañamiento a 21 empresarios/as.

En el frente de justicia, se ha venido acompañando al Centro Comercial Los Héroes y a sus comerciantes en la redacción e interposición de una acción de Tutela con la finalidad de que se protejan los derechos fundamentales a la propiedad privada, vida, integridad, seguridad personal y dignidad humana de los comerciantes. El 29 de julio, El Consejo de Estado, emitió fallo de primera instancia y amparó los derechos fundamentales, igualmente, ordenó a la Presidencia de la República, a la Alcaldía Mayor de Bogotá y a la Policía Nacional que, se incluya en sus protocolos de movilizaciones y protestas sociales acciones claras y concretas con el fin de garantizar los derechos de quienes no participan en las manifestaciones públicas.

Como resultado de la alianza con la Corporación Judicial Excelencia en la Justicia y la Escuela Judicial Rodrigo Lara Bonilla, se llevó a cabo el primer ciclo de capacitación judicial “Libertad de empresa: principios constitucionales y práctica” con la participación de 316 asistentes de la rama judicial. Así mismo, se realizó el segundo ciclo de capacitación judicial- Escuela Judicial Rodrigo Lara Bonilla: “Derechos humanos y empresas: apropiación judicial del nuevo paradigma” con la participación de aproximadamente 480 personas.

Se llevó a cabo el lanzamiento del Concurso de Juicio Simulado - Moot Court “Libertad de Empresa y Derechos de los Empresarios sobre libertad de empresa y derechos de los empresarios”, en donde se inscribieron 13 equipos de diferentes universidades. El equipo de la Universidad de La Sabana obtuvo la mejor puntuación, así como el mejor orador de la competencia, al haber logrado estructurar los mejores argumentos y asimismo haber persuadido al panel de jurados.

Por último, se llevó a cabo una reunión con la Procuraduría para explorar posibilidades de articulación, sobre todo en Gobierno Corporativo y en capacitación en Transparencia.

En temas de derechos humanos, se lanzó el curso Estándares internacionales del trabajo en las cadenas mundiales de suministro: ¿Cómo cumplirlas para ser más competitivos y sostenibles?; se participó en el comité de la mesa de Talento Humano del Cluster de Prendas de Vestir, en el que se socializó los ciclos de formación a desarrollar en los 3 Clusters priorizados, y en el programa de fortalecimiento de capacidades de la estrategia CER de la OCDE.

Se desarrolló junto con el apoyo de Cotelco y el Instituto Distrital de Turismo, el ciclo de formación sobre Conducta empresarial responsable con la participación de 32 empresas; se realizó el lanzamiento de la estrategia CER “Conducta Empresarial Responsable”, promoviendo acciones en los siguientes ejes: ambiental, social, riesgos empresariales y valor compartido, buscando que desde la CCB se ofrezca un

portafolio de servicios en estos 4 ejes de gestión a través de instrumentos en gestión de conocimiento como guías y cartillas; fortalecimiento de capacidades como proyectos, y estrategias de sensibilización. Este evento busca incorporar estas temáticas como un nuevo ADN empresarial, logrando más y mejor productividad y rentabilidad, actuando responsablemente con el entorno. El evento contó con la participación de 33 panelistas y aproximadamente 5.000 usuarios.

Se llevaron a cabo las fases de (i) entendimiento y diagnóstico, (ii) construcción participativa para la creación de los planes de acción del Compromiso de DD.HH. y Anticorrupción. Allí en articulación con la consultoría se llevó a cabo la revisión de 26 documentos internos de la CCB, se desarrollaron 11 entrevistas a áreas de la CCB y 10 entrevistas a proveedores priorizados. De igual manera, se llevó a cabo 2 talleres participativos en la fase de construcción colectiva; se llevó a cabo la alianza de la CCB y la OCDE en 3 puntos: i) acompañamiento a la implementación del Compromiso de DD.HH. y Anticorrupción, ii) posicionar a la CCB como actor clave en el programa para el desarrollo de capacidades que tiene como objetivo fortalecer la comprensión, la capacidad y el conocimiento de las empresas para llevar a cabo la debida diligencia basada en riesgos para una CER, y iii) tener a la OCDE como aliado estratégico para el evento de lanzamiento de la CER de la CCB.

#### **4.3. Gestión de conocimiento para la reactivación empresarial y la generación de empleo**

Durante el 2021 se realizó la elaboración y divulgación del libro "El empresariado de Bogotá y la región: fortaleza y resiliencia en tiempos de crisis"; se crearon distintos documentos de análisis como el Balance de la economía de la Región Bogotá - Cundinamarca en el 2020, el Boletín Entérate y tendencias mundiales, el Informe de Bogotá Cómo Vamos, capítulo Desarrollo Económico y empresarial, la realización de 91 perfiles económicos y empresariales para las rutas de reactivación de las localidades de Bogotá, de los 59 municipios y las provincias de jurisdicción de la CCB.

Igualmente, se atendieron 69 solicitudes de información especializada en temas empresariales, 54 solicitudes de georreferenciación de información empresarial y 11 informes mensuales de seguimiento sobre el comportamiento de la creación de empresas, la renovación de la matrícula mercantil y la liquidación de empresas, en Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción. Adicionalmente, se creó el Comité de Datos para unificar los criterios en el manejo de los datos de la CCB.

Se generó el análisis geográfico para agregar valor a la información del registro mercantil y brindar conocimiento sobre la localización de la actividad empresarial y en temas estratégicos del entorno en Bogotá-Región, con la implementación e integración a la plataforma Datarutas para el Programa de Formalización Empresarial y el Programa Crear, a través de la cual se identificaron respectivamente más de 36.000 unidades productivas formales e informales en las zonas de mayor aglomeración comercial. Lo anterior, permitió aplicar la encuesta a la medida sobre necesidades de financiamiento a más de 3,400 empresas en Bogotá.

Por otra parte, se elaboraron informes permanentes sobre los principales resultados de los estudios y encuestas del DANE de impacto e interés para el sector empresarial, se realizó el informe sobre la radiografía empresarial de Bogotá comparativo con Barranquilla, Medellín y Cali para evaluar el impacto de las cuarentenas y las medidas de restricción; se realizó el informe diario sobre el comportamiento de contagio del COVID-19 en Bogotá y sus localidades y se realizaron 2 ediciones del Observatorio en alianza con ANIF, ANDI, Fedesarrollo y ProBogotá, con el propósito de hacer seguimiento al impacto generado en Bogotá para acompañar a los gobiernos en el planteamiento de iniciativas orientadas a afrontar la emergencia.

Respecto a la percepción empresarial, se realizaron 11 aplicaciones de la Encuesta mensual sobre la Reactivación Productiva permitiendo conocer la opinión de más de 10.800 empresarios/as sobre cómo avanza el proceso de reactivación empresarial. En alianza con la Cámara de Comercio de Cali se aplicó en dos ocasiones la Encuesta Ritmo Empresarial a más de 800 afiliados de la CCB; se realizó la encuesta sobre la Recuperación de Confianza del Consumidor Bogotano a 430 empresarios/as de los Cluster, para conocer los factores que están influyendo en la decisión de consumo de productos y servicios; se aplicó el sondeo sobre el impacto de paro nacional en el funcionamiento de las empresas contando con 2.302 respuesta de empresas. Además, se presentaron los resultados de la Gran Encuesta PYME - módulo regional Bogotá y de la Encuesta MIPYME con ANIF en los seminarios virtuales “MIPYMES: el pilar para la reactivación económica” y Seminario virtual “Las MiPyme en Colombia: sector clave para un crecimiento sostenible”.

Adicionalmente, se diseñó y aplicó la Gran Encuesta sobre el Empresario/as 2021 a 1.800 empresarios/as formales, 500 informales y 1.000 ciudadanos; se aplicó la encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2021 a 2.109 empresarios/as de todos los tamaños y sectores productivos. A su vez, se aplicó la Encuesta de descarbonización y acción climática en Bogotá y Cundinamarca que permitió conocer la implementación de prácticas en 1.500 empresas sobre emisiones y acciones sobre el cambio climático. Finalmente se aplicó la encuesta de identificación de necesidades de los/as empresarios/as para el 2022 a 1.000 empresarios/as y se realizaron 8 grupos focales con los macro sectores Agropecuario y Agroindustrial; Construcción y Energía, Industrias Creativas, Culturales y Gráficas, Moda, Servicios Empresariales, Salud y Químicos, Industria de Turismo y TIC.

Frente al Observatorio de la región Bogotá-Cundinamarca, se ha actualizado la información con el seguimiento normativo a los gobiernos nacional y distrital sobre los decretos y medidas adoptados en materia económica y empresarial en el marco de la emergencia que generó el COVID-19; se creó el Comité Editorial del Observatorio para el posicionamiento, cambio de diseño y contenidos del Observatorio, así mismo, se crearon 3 nuevas herramientas de seguimiento enfocadas en las i) finanzas públicas, precios y costos, ii) radar de eficiencia y competitividad logística y iii) tablero de obras de infraestructura.

En la sección de Dinámica Empresarial del Observatorio, se diseñaron y construyeron los Perfiles económicos y empresariales de los 59 municipios de jurisdicción de la CCB con información para los/as empresarios/as, autoridades publico privadas y ciudadanos; se publicó la información mensual de la dinámica de las empresas en términos de creación, empresas activas, renovaciones y cancelaciones de empresas. Registrando 264.135 visitantes.

Además, se diseñó y construyó el termómetro de la reactivación de Bogotá-Región para generar información oportuna y confiable con un conjunto de indicadores en 8 temas, que se actualizan mensualmente de acuerdo con la disponibilidad de la información de fuentes oficiales, públicas y privadas.

Por su parte el CIEB registró 1.103.609 consultas virtuales y presenciales; en el servicio de información especializada se enviaron 6.576 documentos a diferentes áreas de la CCB; se concretaron 8 alianzas de intercambio de información con las Universidades de Los Andes, Santo Tomás, UNAD, Militar, Tadeo, Católica, Distrital e ITM, que aportaron 69.985 documentos, llegando de esta forma a 205.633 documentos en el Metabusador; se hizo seguimiento a los temas estratégicos de Bogotá-Región con 21 ediciones del Boletín Entérate y 2 ediciones del Boletín de tendencias mundiales. Igualmente, se continuó con el desarrollo del proyecto CIEB 2.0, y en noviembre se dio reapertura a la biblioteca Salitre para la prestación del servicio presencial.

#### **4.4. Fortalecer las asociaciones Publico-Privadas**

En este frente se trabajó en el Comité Intergremial Bogotá y Cundinamarca - CIBC, se realizó la elección de la nueva Mesa Directiva del CIBC, en donde la CCB fue seleccionada nuevamente como presidente del Comité Intergremial en el periodo 2021-2023. A la fecha, se han realizado 9 sesiones ordinarias y 6 extraordinarias, igualmente, se consolidó la mesa del POT del Intergremial, en donde se avanzó en la revisión del proyecto versión CAR y se elaboraron recomendaciones que fueron remitidas a la SDP.

En Bogotá Cómo Vamos se avanzó en las actividades para la construcción del Informe de Calidad de Vida. Se realizaron las 13 mesas de expertos y la CCB lideró las mesas de Desarrollo Económico y empresarial y Seguridad y Convivencia Ciudadana. De igual forma, se realizaron mesas de trabajo con las entidades Distritales relacionadas con los temas del Informe y se inició la revisión de los diferentes capítulos. Se realizó el Foro Bogotá Cómo Vamos, en donde se presentó el Informe de Calidad de Vida 2020, adicionalmente, se aplicó la Encuesta Virtual Mi Voz mi Ciudad y los resultados serán presentados en el último trimestre del 2021.

Por otra parte, se inició el trabajo con gremios de la ciudad y la región, logrando 9 reuniones de trabajo con líderes gremiales: Anato, Acodrés, Andi, Acolap, Procemco, Lonja, Cotelco, Sociedad Colombiana de Arquitectos y Fenavi, en estos acercamientos se identificaron acciones de trabajo conjunto, las cuales se empezaron a gestionar en líneas como seguimiento regulatorio, análisis de datos sectoriales, sostenibilidad, simplificación de trámites y agenda sectorial con los Clusters.

## FUTURO DE LA CÁMARA

### 1. Actualización Tecnológica

#### 1.1. Infraestructura Tecnológica

Para la temporada de renovaciones se fortalecieron las capacidades de los servidores, logrando 100% de disponibilidad de las aplicaciones y de la infraestructura que las soporta, se mantuvo la réplica con el Centro Alterno; se realizó la renovación por obsolescencia tecnológica del Gestor de Procesos; se suscribió el contrato para el servicio de arrendamiento de equipos de cómputo e inicio del proceso de actualización tecnológica; se apoyó al ciclo de desarrollo y despliegue de aplicaciones en ambientes productivos para entregar nuevas funcionalidades; se aseguró la infraestructura y software base para mitigar la vulnerabilidad informática detectada a nivel mundial en la herramienta “Log4J” y se trabajó en conjunto con la oficina de Gestión de Riesgos en los procesos contractuales para la implementación de las soluciones de denegación de servicio, protección del correo electrónico, ciberseguridad de la red de nube, centro de operación y monitoreo de seguridad en premisas y en nube.

#### 1.2. Gestión de servicios y soluciones

Para apoyar la operación de la Entidad se implementaron todas las mejoras y requerimientos de ley para el registro público y factura electrónica; se puso en producción el componente de autenticación única para integración de aplicaciones; se habilitaron los servicios de matrícula de persona natural y matrícula de establecimiento de comercio en un solo trámite; se lanzó la nueva forma de pago “Paga sin contacto”, el nuevo sistema de información para la prestación de Servicios Empresariales y la gestión del portafolio; se fortaleció la plataforma de renovaciones; se entregó el certificado de proponentes con decreto 399, así como las mejoras de situación de Control; se realizó mejora en devoluciones del valor por concepto de membresía al Círculo de Afiliados; se puso en marcha la herramienta de consulta y generación de carta/certificado para que los/as empresarios/as puedan ser beneficiarios/as del Programa de acceso a la liquidez; se desarrolló el nuevo formulario Web para solicitud de contrataciones; se entregaron las mejoras por cambio del manual general del sorteo de árbitros; se realizaron mejoras a la reevaluación de proveedores y certificado electrónico de costumbre mercantil virtual; entre otras.

#### 1.3. Proyecto Migración a la nube

Se finalizó la migración a la nube de AWS y estabilización de ambientes no productivos y la migración del CRM a Dynamics 365: migración de las funcionalidades operativas de CRM e históricos, reportes de indicadores y analíticos, implementación de principales integraciones. Se logró la migración y estabilización de la herramienta de control de versiones AZURE DevOps, está en ejecución de prueba de concepto para migración de la infraestructura tecnológica a AWS y el sistema de Renovaciones de Registro Mercantil. De otra parte, se logró la migración de ERP SAP y actualización de base de datos HANA, los sistemas BPC y DM y la herramienta de inteligencia de negocio Qlik Sense.

## 2. Registro Moderno

### 2.1. Innovación registral

El alcance propuesto para esta iniciativa es la identificación, conceptualización, estructuración, prototipado y generación de productos mínimos viables para la generación de un modelo de negocio que brinde confianza y seguridad jurídica inspirado en el registro mercantil. Para esto, y con el acompañamiento de un consultor, se desarrollaron las siguientes actividades:

- Un análisis estratégico del servicio existente y del modelo de negocio actual, su oferta de valor, su entorno, el mercado, los escenarios de competencia y el marco legal aplicable. Este ejercicio incluyó el análisis de las tendencias, tecnologías de la industria, modelos de negocio y análisis de referentes, junto con la validación sobre la aplicabilidad de éstos al modelo de negocio a desarrollar a partir de la oferta de valor de los servicios registrales de la CCB.
- Se plantearon alternativas de modelos de negocio, las cuales fueron validadas con empresarios/as y los sponsors de la iniciativa, lo que hizo posible la selección de un modelo de negocio y sus respectivos casos de uso, denominado, por ahora, CONFÍA, conformado por 7 funcionalidades enfocadas en brindar a los/as empresarios/as una solución digital que permita registrar, almacenar, buscar y compartir información certificada y verificada de las empresas, consolidando las identidades digitales empresariales.
- Incluyó la realización del análisis de deseabilidad, factibilidad, viabilidad y brechas (técnicas, legales, funcionales, no funcionales y organizacionales) existentes entre la situación actual y la esperada.
- Se avanzó en el desarrollo del prototipo a partir de las hipótesis planteadas, se ejecutaron las validaciones con clientes y se aplicaron los ajustes necesarios a partir de los resultados encontrados en las iteraciones realizadas.
- En el marco de estas fases se desarrollaron 30 entrevistas de contexto con líderes de la CCB, 3 sesiones de co-creación con colaboradores para la generación de ideas, soluciones y propuestas de valor, 37 encuestas y 70 entrevistas a empresarios/as, clientes y no clientes de la CCB y se analizaron documentos e información para identificar de manera detallada, las necesidades del cliente interno.

### 2.2. Registros públicos

Uno de los principales objetivos de la Cámara de Comercio de Bogotá es ser una fuente de información moderna, eficaz y confiable, para todos los actores del entorno empresarial. Por tal razón, se trabaja en el fortalecimiento y ampliación de los servicios registrales, para incrementar la efectividad y la celeridad en los procesos, así como la eficiencia, calidad y confiabilidad en la prestación del servicio.

Con corte a 31 de diciembre de 2021 y teniendo en cuenta la reactivación económica luego del impacto negativo que trajo la pandemia, los ingresos derivados de la administración del Registro Público aumentaron respecto de los años 2020 y 2019.

Servicio	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Registro Mercantil	\$219.048	\$214.486	\$226.947	4%	6%
Registro Único de Proponentes	\$ 10.723	\$ 10.578	\$ 11.341	6%	7%
Registros de ESAL	\$ 8.980	\$ 8.549	\$ 8.940	0%	5%
<b>Total</b>	<b>\$238.750</b>	<b>\$233.613</b>	<b>\$247.228</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>

\* Valores en millones de pesos

Esto se logró es resultado de la campaña de comunicación desarrollada, donde se emplearon medios digitales, masivos y dirigidos, por los cuales se incentivó a los/as empresarios/as para realizar la renovación de su matrícula o inscripción, resaltando los beneficios que obtendría, como el descuento otorgado por el Gobierno Nacional mediante el Decreto 1756 de 2020, la descarga de bases de datos y los programas para el fortalecimiento empresarial ofrecidos por la Entidad. Dentro de las acciones dirigidas, se enviaron 6.694.734 correos electrónicos, 437.466 cartas (incluyendo las que se enviaron con sticker durante marzo), 3.063.481 mensajes de texto, 2.445.707 llamadas pregrabadas (robot) y 285.811 llamadas con agentes.

### Registros Mercantil y de Entidades Sin Ánimo de Lucro

Se presentó un aumento del 28% frente a 2020 de solicitud de trámites de inscripción de documentos y constituciones y una disminución del 5% frente a 2019, como una evidente consecuencia de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19 y las medidas que se tomaron para su mitigación.

Solicitudes de inscripción	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Registro Mercantil	219.778	165.729	210.745	-4%	27%
Registro de ESAL	26.641	16.827	23.115	-13%	37%
<b>Total</b>	<b>246.419</b>	<b>182.556</b>	<b>233.860</b>	<b>-5%</b>	<b>28%</b>

En relación con la generación de certificados, en 2021 se han tramitado 1.831.396 solicitudes de certificados de existencia y representación legal y de matrícula mercantil, cifra equivalente a un incremento del 7% en relación con 2020, cuando se emitieron 1.716.170. El servicio de certificados especiales presentó una disminución del 21% con respecto al mismo período del año 2019 y un incremento del 14% frente a 2020. La disminución más significativa se presentó en certificados históricos, con una disminución del 18 y 21% frente al mismo periodo de los años 2019 y 2020, respectivamente, teniendo en cuenta que ahora los expedientes de las sociedades se pueden consultar de forma gratuita a través de la página web de la CCB.

De otra parte, se presentaron 27370 solicitudes de corrección y actualización, de las cuales el 18% no procedían, el 30% se corrigieron y el 52% correspondieron a actualizaciones de información por parte del matriculado o inscrito.

Así mismo, se realizaron 89 capacitaciones con 10.422 asistentes vía webinar, para los registros Mercantil, de ESAL, RONEOL y RNT, adicionalmente, el evento de conmemoración de los 50 años del Código de Comercio incluyó tres paneles relacionados con la Costumbre Mercantil (a cargo de la Vicepresidencia Jurídica), el rol del Registro Mercantil en la dinámica y crecimiento empresarial (a cargo de la Vicepresidencia de Servicios Registrales) y la discusión sobre la propuesta de unificación de la legislación civil y comercial (a cargo del Centro de Arbitraje y Conciliación), en el cual participaron más de 120 personas a través del canal virtual, junto con los invitados especiales y organizadores, quienes participaron de forma presencial.

También, se realizó en conjunto con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales las jornadas masivas sobre la implementación de la Nómina Electrónica en tu empresa y RST, donde participaron 1.384 personas, este evento permitió coordinar acciones conjuntas para aprovechar el trabajo en equipo y entregar de primera mano la información a los/as empresarios/as. De forma similar y en alianza con la secretaria de Hacienda Distrital se llevaron a cabo las capacitaciones sobre “Acuerdo 780 sobre beneficios para reactivación económica” con la participación de 441 personas.

### Prestaciones de Servicios Virtuales

La participación del canal virtual para la atención de solicitudes de trámites de los registros públicos fue mayor que el año anterior, pasando de 82% en 2020 a una participación del 81% en 2021. El comportamiento por servicios fue el siguiente:

Servicio	Total	Virtual	Participación
Renovación de Matrícula	741.318	698.664	94%
Certificados	1.961.710	1.516.868	77%
Matrícula de Persona Natural	59.303	53.954	91%
Matrícula de Establecimiento de Comercio	55.664	48.596	87%
Cancelación de Matrícula	42.873	20.017	47%
Mutaciones del Registro Público	54.484	34.016	62%
Inscripción de Libros	21.004	4.544	22%
Depósito de Estados Financieros	2.920	2.186	75%
Registro de Proponentes (todos los servicios)	16.830	16.708	99%
<b>Total</b>	<b>2.956.106</b>	<b>2.395.553</b>	<b>81%</b>

### Ley 1429 de 2010

En cumplimiento de lo ordenado en la Circular 3 de 2014 de la SIC, entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2021, se hizo la devolución a diferentes comerciantes por más de \$121 millones. Por lo tanto, de los \$653 millones pendientes por devolver a 31 de diciembre de 2020 quedan pendientes por devolver a cierre de 2021 la suma de \$533 millones a las pequeñas empresas que, cumpliendo con los requisitos, no accedieron a los beneficios al momento de la matrícula y/o renovación de su matrícula.

Durante el mismo periodo se dio respuesta a 134 consultas formuladas a través del correo electrónico [beneficiosley1429@ccb.org.co](mailto:beneficiosley1429@ccb.org.co) y a 77 solicitudes efectuadas a través del chat destinado para este fin.

### Ley 1780 de 2016

De conformidad con lo establecido en el Decreto 639 de 2017 y, después de la revisión efectuada entre el 2 de mayo y el 9 de junio de 2016, de la totalidad de las matrículas que pudieron haber accedido a los beneficios de esta ley al momento de su matrícula o renovación y no lo hicieron, se hizo la gestión efectiva de devolución por valor de casi \$8 millones. Por lo tanto, de los \$35 millones pendientes por devolver con corte a 31 de diciembre de 2020, queda pendiente un saldo de \$27 millones.

Como medios alternativos para dar respuesta a las solicitudes de los/as empresarios/as frente a los beneficios de esta Ley, continúa habilitado el correo [beneficiosley1780@ccb.org.co](mailto:beneficiosley1780@ccb.org.co) a través del cual se absolvió 584 consultas. También, se atendieron 126 solicitudes efectuadas por el chat dispuesto para este propósito.

### Ley 1756 de 2020 – Beneficios en las tarifas de las Mipymes

Con el fin de brindar alivios al sector empresarial para el año 2021, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 1756 de 2020 por medio del cual se otorgan tarifas especiales a las MiPymes en la prestación de los servicios registrales, en particular un descuento del 5% por la renovación oportuna a más tardar el 31 de marzo. A partir de abril, el descuento se siguió otorgando para inscripción de documentos y expedición de certificados.

En el año se beneficiaron 453.843 MiPymes con alguno de los descuentos. Los/as empresarios/as recibieron descuentos en los servicios por valor de \$8.143 millones, de los cuales el 87% corresponde a renovación de la matrícula mercantil (\$7.098 millones), el 4% a renovación la inscripción en los registros de las ESAL (\$321 millones), el 5% a emisión de certificados (\$379 millones) y el 4% restante a inscripción de documentos (\$345 millones).

#### Ventanilla Única Empresarial - VUE

Se han venido adelantando mesas de trabajo con Confecámaras para aunar esfuerzos técnicos que permitan ofrecer una mejor experiencia al usuario. En lo corrido del año se han inscrito las siguientes nuevas unidades empresariales:

Tipo de organización	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Personas naturales	43.237	32.589	32.467	-25%	0%
Personas jurídicas	287	1.908	2.170	656%	14%
<b>Total</b>	<b>43.524</b>	<b>34.497</b>	<b>34.637</b>	<b>-20%</b>	<b>0%</b>

El servicio de matrícula de persona natural, a través de la Ventanilla Única Empresarial, tuvo una participación mayor con corte al tercer trimestre del año 2019, en comparación con el mismo periodo de los años 2020 y 2021, pasando de 67% en 2019 a una participación del 64% en 2020 y del 55% en 2021. En contraste, el servicio de matrícula de sociedades por acciones simplificadas fue menor en el 2019, pasando del 1% en 2019 a una participación del 7% en 2020 y del 7% en 2021.

#### Asesoría Virtual CAE

Se habilitó el servicio de asesoría CAE para los/as emprendedores/as que se encuentran en la ruta de acompañamiento de Fortalecimiento Empresarial. En cada asesoría se solucionan las inquietudes que tienen los/as futuros/as empresarios/as en relación con la creación de empresas, se apoya en el diligenciamiento del Formulario RUES, en la elaboración del Pre-RUT y se revisa el documento de constitución de la sociedad. Durante los tres trimestres se atendieron 3.069 consultas.

#### Asesoría Virtual Jurídica Registral

Se atendieron 3.396 consultas, en relación con normas legales y trámites jurídicos, devolución motivada de documentos, asesorías para afiliados y del Registro Nacional de Turismo.

#### Constitución en 4 Horas

Para los nuevos empresarios/as de Bogotá-Región, el servicio de constitución de personas jurídicas tiene una promesa de servicio en la gestión del trámite de máximo de 4 horas. Para el 2021, el tiempo de respuesta prometido se cumplió en el 99,8% de los casos. Con esta iniciativa, la CCB sigue fortaleciendo y orientado sus esfuerzos para facilitar la apertura de empresa y la concreción de negocios en Bogotá-Región, atrayendo inversión extranjera y fortaleciendo la economía.

#### Comités de registros públicos ASOCENTRO

Se realizaron 2 comités de registros públicos, el primero se llevó a cabo en febrero, en conjunto con Confecámaras, con el propósito de unificar criterios con las cámaras de la zona centro del país y tratar aspectos generales y particulares de las renovaciones de los Registros Públicos en 2021. En el segundo comité, realizado en junio con la participación de las cámaras de comercio de Duitama, Facatativá, Girardot, Honda, Ibagué, Sogamoso, Sur y Oriente del Tolima, Tunja y Villavicencio y Confecámaras, se

abordaron temas de relevancia e impacto en relación con los cambios normativos en el Registro Único de Proponentes, en el Registro Mercantil y en el Registro Nacional de Turismo.

### Registro Único de Proponentes

Por el impacto en la economía a causa de la pandemia del COVID-19, el Gobierno Nacional modificó transitoriamente algunos artículos del Decreto 1082 de 2015, para que el Registro Único de Proponentes - RUP certifique la información financiera, no sólo del último año, sino de los últimos tres años. Esto es, aquellos proponentes que hayan renovado o se inscriban en la presente vigencia, podrán solicitar la certificación de la información financiera en los términos establecidos en los Decretos 399 y 579 de 2021. Esta regulación normativa permite que la participación en las compras públicas se realice bajo aspectos más equitativos e igualitarios, en la reactivación económica del país.

Como resultado de la implementación de los decretos, se recibieron 358 solicitudes de actualización de la información financiera de los 3 últimos años fiscales y se generó la certificación automática para 10.636 proponentes.

Las solicitudes inscritas se discriminan de la siguiente forma:

Acto	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Inscripción	7.605	6.945	7.714	1%	11%
Renovación	12.250	13.072	12.466	2%	-5%
Actualización	3.019	2.230	2.943	-3%	32%
Cancelación	122	91	99	19%	9%
<b>Total</b>	<b>22.996</b>	<b>22.338</b>	<b>23.222</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>

A cierre de 2021, aumentó en 4% el número de proponentes activos, pasando de 13.100 en 2020 a 13.577 en 2021.

Se ha realizado la asesoría y el acompañamiento a los proponentes a través del servicio del chat atendiendo alrededor de 21.525 consultas, y más 1.500 citas por el servicio de asesoría virtual. A través de contacto telefónico y correo electrónico se ha brindado a los proponentes la asesoría respecto a los cambios normativos y las causales de devolución. Del total de inscripciones en lo transcurrido del año 2021, el 64% se lograron después de haber efectuado gestión con el cliente, mediante el procedimiento de adición o cambio de imagen, con el fin de evitar la devolución de los documentos.

Se capacitó durante el transcurso del año 2021 a 1.007 colaboradores de los diferentes canales de servicio (línea de respuesta inmediata, cámara móvil, mesa de servicio, promotores y personal de sede) y a abogados de estudio de trámite, tratando temas de normatividad que regula el RUP.

En los meses de enero y febrero de 2021, en conjunto con la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – Confecámaras, se desarrolló el “Seminario Registro Único de Proponentes”, evento que hizo parte del cronograma de capacitaciones virtuales de la temporada de renovación 2021 para las cámaras de comercio del país. Este seminario permitió analizar en mesas de trabajo integradas por los responsables del RUP de las Cámaras de Comercio coordinadoras, los temas e inquietudes presentadas en su desarrollo, unificándolos para la socialización e implementación de la Red Cameral.

### Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza – RUNEOL

Durante el 2021, se desarrollaron capacitaciones virtuales internas y externas, con el objetivo de fortalecer los canales de información que tiene dispuestos la Cámara para los operadores de libranza y para unificar los conceptos de los usuarios, con el fin de dar a conocer las actuaciones disponibles en el Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza.

Está habilitada la posibilidad de hacer el pago virtual para los trámites de inscripción, renovación, modificación y cancelación, con el fin de facilitar los procesos a los usuarios. Los trámites de renovación e inscripción han tenido las siguientes solicitudes, las cuales han sido atendidos dentro de los términos previstos.

Acto	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Inscripción	303	185	378	25%	104%
Renovación	614	775	719	17%	-7%
<b>Total</b>	<b>917</b>	<b>960</b>	<b>1.097</b>	<b>20%</b>	<b>14%</b>

### Registro Nacional de Turismo - RNT

Para el año 2021 se han desarrollado capacitaciones virtuales, con el fin de dar a conocer de forma sencilla los procedimientos de inscripción y renovación, así como el manejo práctico de la plataforma. Adicionalmente, de manera conjunta con la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización del Instituto para la Economía Solidaria – IPES, se han asesorado 20 comerciantes en distintas plazas de mercado con el fin de informales sobre el RNT.

Acto	2019	2020	2021	Variación 2021 vs 2019	Variación 2021 vs 2020
Renovación	3.919	5.575	9.960	154%	79%
Suspensión	739	1.449	2.109	185%	46%
Cancelación	2.760	870	2.170	-21%	149%
<b>Total</b>	<b>7.418</b>	<b>7.894</b>	<b>14.239</b>	<b>92%</b>	<b>80%</b>

### Atención de Recursos Administrativos

Se emitieron 333 resoluciones administrativas, 30% más que en el mismo período de 2020, en gran medida por la reactivación económica empresarial, cuyas condiciones de movilidad y aforo son totalmente diferentes a las que se tenían el año anterior.

De otro lado, se presentó una disminución del 10% en la cantidad de derechos de petición recibidos y atendidos en 2021, con un total de 5.967 casos gestionados.

En cuanto a las quejas presentadas ante la SIC, se presenta un incremento del 2% respecto al año anterior, de las cuales más del 90% han sido archivadas sin iniciar investigación, quedando las demás pendientes de resolución por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Respecto a tutelas, el volumen se mantiene relativamente estable en relación con el año anterior. En 2021 se radicaron 54 tutelas, dentro de las cuales la Cámara de Comercio de Bogotá ha sido vinculada en 24 procesos y accionada en 30 casos.

### **2.3. Rediseño de servicios virtuales registrales**

#### **Proyecto rediseño servicios virtuales registrales**

En abril de 2021 se inició este proyecto que busca implementar la nueva experiencia para la prestación de los servicios virtuales de: i) matrículas de persona natural y establecimiento de comercio, ii) certificados electrónicos y iii) registro único de proponentes.

Este proyecto también se alinea con el proyecto de migración a la nube, lo que ha demandado que estos servicios sean desarrollados de “cero”, teniendo como primer gran hito la definición de temas tales como la nueva infraestructura, arquitectura, administración de datos, entre otros para que no solo cumpla con las funcionalidades propias del servicio, sino se alinee armónicamente con otros servicios tales como los diseñados en el proyecto de inscripción de documentos.

El proyecto de rediseño inició los desarrollos de matrícula de persona natural los cuales continuarán en el año 2022, sumando la matrícula de establecimiento de comercio y los certificados electrónicos, para así finalizar con el nuevo servicio del registro único de proponentes.

### **2.4. Mejoramiento del Ciclo atención empresarial – CAE**

#### **Proyecto mejoramiento ciclo CAE**

Se realizó el cierre de este proyecto destacando que se cumplieron todas las actividades, hitos y metas fijadas en los 5 módulos en que se dividió su alcance, tales como la integración técnica para intercambio de información con dos secretarías municipales, el ajuste de las incidencias que se presentan en los servicios de matrícula de persona natural y establecimiento de comercio, la actualización de la página web de creación de empresa y el fortalecimiento de las capacidades de los asesores de creación de empresa, mediante capacitaciones internas y/o externas.

### **2.5. Nuevos servicios registrales virtuales**

#### **Proyecto nuevos servicios registrales – Renovación nacional**

Durante 2021, el proyecto de Renovación Nacional se ejecutó dentro de los términos previstos según el cronograma establecido para la puesta en producción por fases. En la actualidad se hace el seguimiento de la operación controlada que será probada durante la temporada de renovaciones de 2022 y, si todo resulta como se espera, se tendrá el aplicativo para el uso masivo a partir del próximo mes de abril.

### **2.6. Servicio Digital Inscripción Documentos**

#### **Proyecto servicio digital de inscripción de documentos**

el nuevo servicio de inscripción de documentos, enfocado entre otras, a las siguientes premisas i) Servicio creado en torno a las necesidades de los clientes, ii) Omnicanalidad del servicio: el cliente es virtual y/o presencial, según como él decida actuar y la CCB debe estar preparada para recibirlo en todo el flujo del proceso en cualquier canal, iii) Eficiencia y eficacia del servicio: con procesos ajustados a la medida de la necesidades jurídicas, empresariales, de la entidad y de su recurso humano, iv) Generación de datos con los cuales se puedan automatizar procesos y servicios, ejemplo: Inscripción automática de actas en SAS que nacieron virtualmente. El sistema de administración de datos e

información debe generar los cimientos para la estructuración de nuevos datos y con ello nuevos procesos, servicios y negocios de CCB y v) Servicio que involucre la constitución de personas jurídicas, inscripción de documentos, del registro mercantil y de las entidades sin ánimo de lucro.

Como primer hito de este proyecto se puso en producción el nuevo canal virtual de recepción de documentos con el cual se espera como primer impacto inmediato i) la disminución considerable de los tiempos de respuesta para liquidar documentos radicados por los clientes (según la capacidad humana que disponga el equipo de Canales podrá ser en términos de 10 a 15 minutos) y ii) la optimización de los procesos de liquidación de documentos, que hagan más eficiente el proceso y apoye la labor humana inmersa en el mismo. Todo lo anterior, con una experiencia mejorada al cliente para que su radicación sea sencilla, intuitiva y fácil de navegar, con lo cual se espera la masificación del servicio virtual.

Paralelamente a dicha salida, se está trabajando en el desarrollo de las nuevas herramientas de gestión del proceso de inscripción de documentos, las cuales están siendo creadas en torno al proyecto de migración de infraestructura y servicios a la nube.

### **3. Servicio al cliente**

#### **3.1. Gestión de conocimiento del cliente**

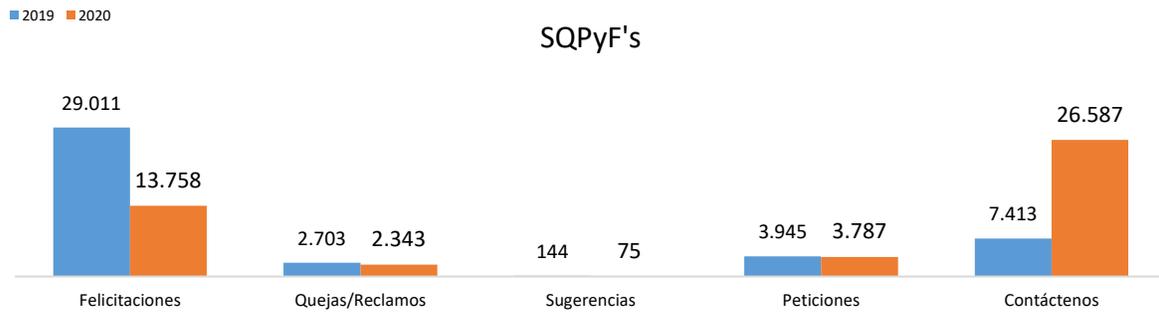
La medición de experiencia CCB obtuvo un resultado consolidado de 87,5 para el 2021, con más de 30 mil encuestas aplicadas a los clientes, como resultado de las mediciones periódicas de varios frentes de trabajo con cortes mensuales y trimestrales logrando un monitoreo más cercano de los clientes y en una mayor diversidad de servicios.

En cuanto a las mediciones para los nuevos servicios, se continua el proceso de construcción del Journey de clientes y el diseño de las variables que contendrían cada una de las herramientas de medición. Sobre este avance, con las versiones iniciales de programas bandera, comunidad digital y programa de internacionalización Farma se logra identificar una buena experiencia del cliente (índice de experiencia 88,74 en promedio)

En el marco de esta medición se entregaron más de 60 informes a todas las líneas de negocio, en las cuales se analizó el resultado para los servicios del Centro de Arbitraje y Conciliación, Registros Públicos, Articulación Público Privada, Gestión Regional y Competitividad. En relación con el monitor de favorabilidad CCB, se tuvo una participación de más de 1.400 empresarios/as renovados/as, donde se refleja que se sigue reconociendo a la Cámara como la entidad que más apoya a los/as empresarios/as, con una favorabilidad del 70%.

#### **Sugerencias, quejas, peticiones y felicitaciones**

En el 2021 se recibieron 46.550 SQPyF's, distribuidas de la siguiente manera.



Siendo para el 2021 la participación de SQPyF's así:

- Contáctenos 57,1%
- Felicitaciones 29,6%
- Peticiones 8,1%
- Quejas/Reclamos 5%
- Sugerencias 0,2%

Las quejas disminuyeron 13%. El incremento en contáctenos obedece principalmente a las oportunidades de vinculación generadas en las diferentes sedes.

### 3.2. Gestión de servicio y relacionamiento

Con el objetivo de fortalecer el servicio al cliente, se realizaron comités de servicio para identificar cuellos de botella a partir de la medición de experiencia, las quejas, reclamos e incidencias, entre otros. Los nuevos compromisos generados a partir de estas reuniones giran en torno a mejorar los procesos de gestión comercial a partir de UI/UX y del cierre de leads identificados (593 empresas para el Centro de Arbitraje y Conciliación y 203 para Información Empresarial, con base en los clics obtenidos en los boletines del último trimestre).

Por otra parte, para facilitar la autogestión en descarga de certificados se publicaron videos con los pasos para la compra y descarga, logrando más de 40 mil visualizaciones y reducción de 52% de quejas.

En el marco de la experiencia para el segmento de nuevos matriculados, se realizó la unificación de plantillas que facilitan a nuestros clientes el identificar la información clave para la empresa que acaban de crear, como resultado, se generaron 3 nuevas plantillas y 2 landing pages para facilitar la experiencia cuando: Crean su empresa, Renuevan antes o después del 31 de marzo.

En relación con el portafolio integrado de servicios, se generaron 21 ediciones de boletines a empresarios/as de Bogotá-Región y el Círculo de Afiliados con niveles de apertura promedio superiores al 23 y se desarrolló una especialización de los contenidos de los boletines empresariales, por tamaño de empresa, para validar si mejora la cantidad de clics por segmento.

Con respecto a la administración del portafolio, se realizó la actualización de la Guía, Ficha técnica de servicios y sección Mi Portafolio; dentro de la apropiación, se logró la participación del 96% de colaboradores en las actividades y el indicador de apropiación al final del año fue de 92,5. A la fecha contamos con 1.066 servicios activos. Durante el año se crearon 238 nuevos servicios y se inactivaron 82.

Para apoyar la vinculación a los servicios, se crearon 11 campañas de TMK con asesor especializado, para los servicios priorizados: Aceleración de Proyectos, BazaarBog, talleres virtuales, Negocia, Escuela de transformación digital, Trayectoria Mega, Acompañamiento para pymes y Crear, logrando en promedio un 60% de contactabilidad con 42% de efectividad en el contacto.

### **3.3. Modelo de Autenticación Única de Clientes - MAUC**

#### **Proyecto Modelo de autenticación única de clientes**

Se pasó a producción el desarrollo del flujo de clave nivel 1 y clave 2 para: registro, autenticación, cambio y recuperación de clave, y se ejecutaron las pruebas de carga y vulnerabilidades de manera correcta, con el fin de poder pasar a producción las integraciones de las aplicaciones que están listas para poner a disposición de los clientes en el 2022.

### **3.4. Proyecto Migración CRM nube**

#### **Proyecto Sistema portafolio y programación en CRM**

Se dio el cierre administrativo, contractual y presupuestal del Proyecto Migración CRM y Gestión de Portafolio. Logrando el objetivo principal de tener el CRM en su última versión 365 en la nube. Este proyecto fue el pionero en llevar un aplicativo CORE de la CCB a toda su administración en nube y permitió al final tener 16 procesos de negocio optimizados y actualizados que impactan a toda la Entidad.

Por último, se realizó la homologación y migración de más de 180 entidades y catálogos con sus campos para trasladar más de 122 millones de registros al nuevo CRM en su última versión en Nube.

### **3.5. Gestión y desarrollo de la experiencia digital**

En el transcurso del 2021 se realizaron más de 7.400 asesorías virtuales en 145 servicios. A su vez, la App Móvil logró más de 4.340 descargas en Android e IOS, donde en el último trimestre se han tenido 1.447 clientes nuevos y 1.636 clientes que recurrentemente acceden a la aplicación, estos últimos, ingresan en promedio 1,6 veces al mes, navegan y consultan información durante 3 minutos y 41 segundos y consultan en promedio 10 secciones como por ejemplo certificados, renovación, asesoría virtual y solicitud de citas.

De otra parte, por WhastApp en el mes de diciembre 2021 se habilitó el canal con la línea 317 2577909 articulándolo con el Chat Bot Andrea con el fin de generar atención 7X24, llegando a atender 562 usuarios únicos por el canal.

### **3.6. Prestación canal presencial y operaciones**

Durante el 2021 se atendieron a más de 659 mil clientes en las sedes y el punto de atención Ubaté, de los cuales al 49% fueron identificados y almacenados sus datos de contacto mediante la herramienta Digiturno, esto con el fin de fortalecer la contactabilidad de nuestros clientes.

La gestión en sedes alcanzó un índice de experiencia de cliente de 94.56 para el año 2021, superando en 8 puntos el del año anterior. En ese mismo sentido, las mediciones de servicio mediante los

calificadores implementados arrojan un resultado de 96% en la categoría excelente, sumados a la recepción de más de 2.015 felicitaciones.

Por otro lado, y con el objetivo de seguir impulsando la virtualización desde las sedes, se generaron cerca de 141 mil ordenes virtuales de los diferentes servicios de negocio y más de 49 mil clientes agendaron su cita previamente con el objetivo de disminuir tiempos de espera en sede.

En la temporada de renovaciones se atendieron más de 71 mil clientes del servicio de renovaciones a través de las diferentes tácticas de prestación definidas, las cuales permitieron atender con éxito solo en los últimos 3 días a más de 30 mil clientes. Durante la temporada completa de renovaciones se cumplió con los estándares de servicio definidos en tiempos de espera del 95% y atención del 92%, logrando una experiencia de cliente de 91.

Desde la mesa de canales se tramitaron aproximadamente 17 mil solicitudes (85% incidencias y 15 requerimientos) de los diferentes canales de atención de la entidad, asociadas principalmente a los servicios de inscripción de documentos, matrículas y certificados. En cuanto a trámites virtuales, se gestionaron más de 56 mil expedientes radicados por los clientes en la página web y recaudo más de \$11.700 millones correspondientes a 24 mil operaciones de servicios como (inscripción de documentos, reliquidaciones, RUES, cancelaciones, entre otros).

### **3.7. Convivencia estudiantil**

Después de un proceso de formación se lograron certificar como Mediadores 422 docentes y 3.187 estudiantes, cumpliendo con la Ley 1620; en el marco de la “Estrategia de Prevención de la violencia intrafamiliar” se beneficiaron 2.400 padres, madres y cuidadores en 179 Instituciones educativas.

Por otra parte, se realizaron encuentros con la participación de 1.327 actores miembros de los comités de convivencia de las distintas instituciones educativas, lo que permitió realizar una consolidación de la caracterización de la conflictividad escolar de Bogotá-Región como insumo para la elaboración de los planes de convivencia exigidos por la Ley 1620.

En alianza con United Way, se formaron 41 docentes y directivos de los municipios de Cáqueza, Tocancipá, Soacha, Choachí, Guasca, Sopó, Fusagasugá, Ubaque, y Guayabetal con quienes se trabajó la consciencia sobre la comunicación positiva y el poder que ejerce el lenguaje y los pensamientos en la vida de cada participante y su entorno, a través de la solución efectiva de retos que ayudan a mejorar las relaciones laborales, familiares y personales.

Se llevo a cabo el 1er encuentro de la Red de Mediadores Juveniles de la Cámara de Comercio de Bogotá: “Encuentros y Desencuentros” vinculando así a 287 instituciones educativas con la ponencia de panelistas (estudiantes) de Tumaco, Buenaventura, Madrid, Soacha y Bogotá. Se conectaron 1.066 jóvenes interesados en construir espacios de participación y discusión de realidades.

115 mediadores de la red del programa Hermes participaron en el “Foro Bogotá Por la Transformación del país”, el evento permitió fortalecer en los mediadores su liderazgo, siendo la voz de la juventud en diferentes temas de importancia relacionados con la gestión ambiental, educación y tecnología; y 84 mediadores de la red participaron en ACCIONA- Red de solidaridad Social presentando propuestas desde el emprendimiento social y desde su empoderamiento como mediadores. Quedaron finalistas del proceso las instituciones educativas: La Gaitana y Los Naranjos (Bogotá) e Ignacio Pescador (Región).

#### 4. Servicios para la fidelización de Afiliados

Con corte a 31 de diciembre, se cuenta con 12.310 afiliados lo que representa un crecimiento del 2% frente al año 2020. De ellos, 3.150 corresponden a nuevos afiliados, cifra más alta de los últimos 9 años, que representan un crecimiento de 28% en número y 52% en ingresos frente al año anterior.

Hay que mencionar, que para la campaña “Afiliados, un asunto de todos” diseñada para generar sentido de apropiación del Afiliado por parte de los colaboradores CCB, llegar a todos de manera personalizada contribuyendo a su fidelización y entregar una experiencia memorable, se generó un kit con información completa de afiliados y un formulario virtual en 4 segmentos de contacto (estratégico, mercadeo, talento y administrativo), entre otros, se logró que 1.639 empresas actualizaran más de un dato diferente a los que ya tenemos, con el fin de incrementar la contactabilidad y aprovechamiento de oportunidades por los Afiliados.

Por otro lado, se creó la campaña de actualización de datos donde se gestionaron 10.548 empresas (9.500 micro/pequeños y 1.048 grandes/medianos), de las cuales, las micro y pequeñas fueron con las que se logró mayor efectividad e información; 519 empresas (4%) indicaron el mismo dato registrado en el registro público; quedan 6.980 (56%) por obtener alguna información adicional.

De las 6.980 y por un rastreo realizado (correos y web), se identifica actividad de cerca del 70% de empresas, lo cual podría indicar que tenemos contactos válidos de 4.800 empresas. De ser confirmada esta hipótesis por rastreo de actividad, contaríamos con 9.940 datos útiles, es decir, un 81% del total de la base de afiliados, objetivo de validación para 2022.

Así mismo, se adelantó una campaña de fidelización para comunicar e incentivar el uso del portafolio general, especialmente con los nuevos beneficios (cursos gratuitos en ventas; Directorio Comunidad A, acompañamiento con universidades, bienestar -Monserate, Catedral de Sal y Multiparque-, Alegra, Sello “Soy Afiliado” y bono Terpel).

En general, el Círculo de Afiliados cuenta hoy con un portafolio de 28 beneficios basados en las necesidades identificadas de los/as empresarios/as en áreas clave como: ventas, financiera, negocios y transformación digital, entre otros. Con el fin de incentivar un mayor consumo, se han enfatizado las comunicaciones de manera segmentada, logrando que 2.408 afiliados usaron nuevos beneficios. De otra parte, en 2021 se realizaron 23 eventos propios del Círculo de Afiliados, con más de 6.796 participantes.

Igualmente, se llevó a cabo la Ceremonia de los Premios Círculo de Afiliados 2021, con la participación de 109 afiliados presenciales, premiando en 7 categorías a 94 afiliados así i) Premio a la Trayectoria Empresarial, 24 Afiliados, ii) Premio a la Fidelidad de Afiliados, 40 afiliados, iii) Premio al Desarrollo Empresarial, 10 afiliados, iv) Premio a la Reactivación Empresarial, 5 afiliados, v) Premio a la Equidad de Género, 5 afiliados, vi) Premio a la Innovación Empresarial, 5 afiliados y vi) Premio a la Gestión Regional, 5 afiliados.

En cuanto a la oferta de servicios, 4.456 personas (no clientes únicos) han participado en diferentes procesos de capacitación, asesoría, contactos de negocios y otros programas. En cuanto al índice de experiencia del cliente se realizaron las encuestas a toda la base de afiliados (no muestreo seleccionado) con un 80% de resultado según en promedio ponderado de afiliados renovados, afiliados nuevos y eventos.

## ARTICULACIÓN CON FILIALES

### 1. Centro de Servicios Compartidos

#### 1.1. Proyecto Outsourcing Contable y Financiero

En lo corrido del año se desarrolló el proceso de convocatoria del Outsourcing Unificado para la gestión contable con las filiales Certicámara, Corparques, CAEM, Uniempresarial e Invest. Esta centralización de la contabilidad con un solo proveedor incluye la gestión tributaria, de tesorería y liquidación de nómina. La adjudicación del contrato se realizó en el mes de marzo e inició operaciones el 1 de abril, se obtendrá un ahorro del 21% respecto a los costos del año 2020.

#### 1.2. Gestión con filiales

Se realizó presentación de la Dirección ante el Comité de Filiales de la CCB, objetivo, frentes de acción, esquema de gobierno, equipo de trabajo y plan de trabajo para año 2021. Se obtuvo realimentación sobre la orientación estratégica de la dirección y sus iniciativas, entre ellas el análisis de grupo empresarial, igualmente, se trabajó en el conocimiento del contexto y perspectivas del negocio y se efectuó la proyección del cierre financiero año 2021.

En temas de Gobierno Corporativo, se realizó el análisis jurídico sobre las alternativas de organización empresarial para la CCB y sus Filiales (Grupo empresarial, Matriz vs subordinadas...) e implicaciones para la entidad; se revisaron todos los períodos de los miembros de las Juntas Directivas y del Consejo Superior Universitario de las Filiales y se presentó esta información al Comité de Filiales y al Comité de Buen Gobierno Riesgos y Auditoría de las CCB, para la normalización de los periodos de los miembros de las Juntas Directivas o del Consejo Superior Universitario, que se encontraban vencidos; hubo acompañamiento asistiendo a todas las sesiones de las Juntas Directivas y del Consejo Superior Universitario, de las filiales.

Respecto al Centro de Servicios Compartidos, se realizó el análisis de beneficios para la Cámara, avances y definiciones, acciones realizadas hasta el 2021, implicaciones en una futura implementación para la CCB y las filiales, y alternativas para la mejora de los procesos de apoyo administrativo CCB-Filiales.

Por otra parte, con la coordinación de la Vicepresidencia Ejecutiva, se conformó un equipo para el cierre de hallazgos en filiales con 7 profesionales con conocimientos en riesgos, procesos y contabilidad, se inició el trabajo del grupo de apoyo de la CCB a las filiales para atender los requerimientos de su revisoría fiscal.

Se participó en el proceso de actualización de matrices de riesgos estratégicos de CAEM, Corparques, Invest in Bogotá y Uniempresarial, introduciendo la premisa de autosostenibilidad financiera como pilar para la gestión de riesgos; se llevaron a cabo espacios colaborativos para conocer de la evolución de cada entidad, sus líneas de negocio, sus metas, situación de liquidez, solvencia y desafíos de corto y mediano plazo en el contexto de la reactivación económica del país y la pandemia, con el fin de generar líneas de trabajo para la gestión del futuro de las filiales. Se presentó el análisis de cumplimiento de metas 2021 y el plan 2022 de las filiales, liquidez, solvencia y análisis de desafíos estratégicos para el año 2022, carta de navegación para el plan de acción 2022 de las filiales.

Así mismo, se hizo seguimiento y se presentó el avance de la implementación del Bureau de Convenciones en Invest In Bogotá, acción estratégica implementada en noviembre de 2021 y que se busca consolidar con su integración durante el 2022.

## NUEVOS NEGOCIOS

### 1. Servicios Privados

#### 1.1. Arbitraje y conciliación

Durante año para fortalecer la labor en temas de Métodos Alternativos de Solución de Conflictos - MASC, se han realizado planes de trabajo con Fortalecimiento Empresarial, Competitividad; se hace actualización permanente de la página web con noticias, información para la vinculación de servicios, normatividad entre otros.

#### Arbitraje

Se radicaron 383 demandas arbitrales y solicitudes de amigable composición. Actualmente existen 14 arbitrajes internacionales en curso (lo que incluye solicitudes radicadas con anterioridad a esta vigencia).

Respecto del sorteo se adelantaron las siguientes actividades:

- Se implementaron los ajustes aprobados por la Corte Arbitral en junio de 2021 relacionados con la disponibilidad de los suplentes, el servicio de nominación y la preselección de aspirantes con mezcla de materias.
- La auditoría externa entregó el informe a la auditoría del Sistema de Información – SIMASC estableciendo que las historias de usuario probadas cumplen con todos los criterios de aceptación, también señaló que el algoritmo implementado en la aplicación genera resultados altamente aleatorios, que se corresponden con una distribución uniforme en la selección de árbitros, por lo que todos los participantes en el proceso tienen una probabilidad igual de ser seleccionados bien sea como árbitros principales o suplentes y encontrándose el error posible del algoritmo por debajo del 0,00001%.

Respecto de la revisión de listas de operadores se realizaron las siguientes tareas:

- Revisión de las hojas de vida de los aspirantes a secretarios de acuerdo con los criterios aprobados por la Corte Arbitral (se revisaron 35 perfiles).
- Entrevista de los aspirantes a secretarios (se realizaron 35 entrevistas).
- Evaluación de los secretarios miembros de lista para decidir sobre su permanencia de acuerdo con lo establecido por la Corte Arbitral (se evaluaron 159 miembros de lista).
- El 06 de diciembre de 2021 la Corte Arbitral aprobó la renovación e ingresos de los secretarios. La lista quedó conformada por 169 operadores.

En temas de promoción y de posicionamiento se participó en:

- Arbitraje Comercial Internacional, Blockchain y las Reglas de la IBA sobre la obtención de pruebas en materia tecnológica.
- Cross-Border Transactions between Latin America and Asia: Opening the Commercial Gateway, organizado por Kennedys, Singapore International Arbitration Center y la Cámara de Comercio de Lima.
- Conversatorio proyecto de ley: proceso ejecutivo arbitral.
- ABC sobre amigable composición.
- Participación en el IX Congreso Internacional de Arbitraje del Comité Colombiano de Arbitraje.
- Participación en la mesa de expertos de MJD para la reforma al estatuto arbitral.
- Growth & Opportunity in Latam ADR

- Arbitrajes con el Estado en contratos de Infraestructura en América Latina: Experiencias Comparadas
- Diplomado en Inteligencia Artificial y Derecho
- UNCITRAL LAC DAYS
- III Curso Especializado en Arbitraje Internacional
- Foro de Arbitraje y Conciliación Reencontrémonos y Panel Error judicial en laudos arbitrales
- Foro del Instituto Colombiano de Derecho Procesal – ICDP Actualidad arbitral: arbitraje para procesos ejecutivos. Proyecto de ley.

Por otra parte, se formalizaron alianzas con los consultorios jurídicos de las Universidades de los Andes, Javeriana, Politécnico Gran Colombiano y Sergio Arboleda con el fin de promover e implementar el arbitraje social; con la Sección Tercera del Consejo de Estado para facilitar el acceso al expediente arbitral por parte de esa autoridad en relación con el recurso de anulación.

La Corte Arbitral aprobó el Reglamento de Arbitraje Nacional Abreviado, el texto fue remitido para revisión y autorización del Ministerio de Justicia y del Derecho.

### **Conciliación en derecho**

Durante el 2021 se radicaron 6.337 solicitudes de las cuales 1.465 son trámite ordinario, 4.866 de convenios y 6 casos de ley de apoyos. Se realizaron 12.058 audiencias virtuales y 122 presenciales, garantizando la continuidad y eficiencia en la prestación de los servicios para la resolución de conflictos.

Se desarrolló la agenda del Foro de Arbitraje y Conciliación Reencontrémonos en el que se celebraron los 2 años de la revista Conciliemos y se abordaron temas como la competencia de los conciliadores en asuntos en los que intervenga el Estado; la conciliación administrativa; la negociación; y nuevos desarrollos en tecnología para los ODR, igualmente, se organizó el Foro internacional de conciliación: retos para la construcción de paz y el desarrollo sostenible, 30 años de la conciliación en Colombia, que se realizó en noviembre y en el que se trataron temas relacionados con la resolución de conflictos sociales y empresariales.

En el marco del seguimiento legislativo, se realizó el conversatorio virtual Retos de la reforma normativa de la conciliación en Colombia, a propósito del proyecto de ley 008 de 201, con la participación de la senadora ponente, el procurador judicial y un conciliador del Centro. Así mismo, el Centro participó activamente en la discusión de este proyecto para lo cual presentó proposiciones de interés, algunas de las cuales fueron aprobadas

Respecto a Insolvencia de persona natural no comerciante, se realizaron 177 asesorías, se radicaron 18 casos y se llevaron a cabo 50 audiencias virtuales.

En lo referente a Garantías mobiliarias, se reactivaron 57 casos en el periodo que fueron posteriormente desistidos y 201 casos nuevos de los cuales 4 se encuentran en proceso, 6 en revisión y 191 desistidos.

### **Gestión del conocimiento del CAC**

En temas de contenidos se realizó la edición, publicación y generación de contenidos institucionales para las revistas Arbitrio 7 y Conciliemos 5, las cuales obtuvieron 2.030 lecturas; se apoyó en boletines CAC y redacción de 2 artículos y una infografía sobre sorteo público. En el frente de investigaciones se llevó a cabo el estudio de clientes de conciliación para la toma estratégica de decisiones, el estudio de laudos sobre obra privada publicado en la revista Arbitrio 7 y el estudio sobre insolvencia publicado en la revista Conciliemos 5.

Sobre la información en la Biblioteca y recolección de información se desarrollaron 9 colecciones, 115 documentos reportados y 6.500 lectores (promedio al mes).

### **Proyectos y consultorías CAC**

A corte de diciembre se analizaron 223 pliego de condiciones y/o términos de referencia de oportunidades de licitación y convocatorias de cooperación financiera no reembolsable, dando viabilidad de participación en 54 procesos, de los cuales: se presentaron 24 propuestas ante los convocantes, y 30 propuestas no continuaron el proceso de postulación por diversas razones. Finalmente, 2 propuestas directas fueron seleccionadas Colegio Gimnasio la Montaña y Gobernación de Cundinamarca.

### **Comercialización**

En asesorías empresariales se atendieron 3.723 solicitudes del banner ¿Qué conflicto tiene?, generando venta de servicios por más de \$180 millones, a través de la línea celular se recibieron más de 1.542 llamadas en las que no solo se brindaba información del portafolio del Centro de Arbitraje y Conciliación - CAC sino de otras rutas de servicios de la CCB.

Por otra parte, se publicaron 3 boletines con temas de interés jurídico y empresarial, uno de ellos en alianza con la DIAN; se identificó a los clientes más importantes y de mayor consumo para el CAC, lo que permitió generar una estrategia de fidelización obteniendo como resultado sugerencias o felicitaciones del servicio recibido, ampliación del portafolio de servicio y nuevas estrategias internas de atención al público.

Durante el año se realizaron más de 15 eventos virtuales en temas actuales y de tendencia jurídica en los Métodos Alternativos de Solución de Conflictos - MASC, con una asistencia de más del 70% sobre los inscritos.

En temas de formación se realizaron diferentes cursos y diplomados a centros de conciliación regionales generando ingresos por más de \$40 millones, de igual manera, se realizó el primer diplomado de Solución de controversial en el deporte, contando con una asistencia de más de 15 personas y conferencistas expertos en la materia.

## **1.2. Formación empresarial**

Durante el 2021, se definió una estrategia de operación centrada en el cliente, de forma que el mismo ciclo de la operación permitiera identificar y retroalimentar el modelo de negocio, logrando una mejora constante, asegurando calidad, pertinencia y propuesta de valor, al tiempo que se buscó eficiencia operativa, como resultado se enfocó el trabajo en tres ejes: i) Producto; ii) Marketing y Comercial y iii) Operaciones.

### **Producto**

Bajo este eje se buscó el diseño de programas y soluciones pertinentes a las necesidades del mercado, definiendo el diferencial de los programas, las nuevas tendencias, nuevas metodologías y modelos de aprendizaje, para finalmente, definir un portafolio inteligente y competitivo.

Lo anterior implicó la revisión exhaustiva de cada uno de los programas disponibles, tanto en modalidad online como virtual; se trabajó en actualizar la oferta de formación empresarial; se diseñó un nuevo formato de formación, que se implementará en el 2022, se trata de las Business lessons: espacios cortos de formación académica, liderados por expertos, con experiencia empresarial; se adelantaron alianzas

con Connecting Compliance, Thunderbird, Legis, el Banco de Desarrollo de America Latina – CAF, Blankchard, Epopeya, entre otros para brindar programas únicos y algunas de las certificaciones más demandadas; se consolidó una alianza con Uniempresarial para que, a partir de la presentación de exámenes de suficiencia, los participantes de algunos de los programas homologuen sus estudios ante la Universidad.

Por otra parte, se realizó por primera vez una alianza con ICC Colombia para la ejecución de dos programas sobre Incoterms consolidando la participación de más de 300 asistentes.

Durante los últimos cuatro meses, se avanzó en un proyecto para el diseño del nuevo modelo de negocio que se ajuste más a la realidad y a las necesidades de formación del mercado actual. Durante este ejercicio, se elaboró el primer sprint del nuevo modelo, definiendo la propuesta de valor, la cual fue validada con clientes internos y externos. Este ejercicio continúa en proceso de desarrollo y validación del primer prototipo, para ser lanzado en el segundo semestre de 2022.

### **Marketing y comercial**

En este eje, el objetivo fue lograr el rediseño y estabilización de la estrategia de marketing digital. Para ello se revisaron estrategia, canales, porcentajes de conversión, segmentación de las campañas digitales y la consolidación de la información del cliente, definiendo así los mecanismos para contar con la trazabilidad de cada una de las oportunidades o leads (clientes potenciales), el canal del cuál proviene y su perfilamiento sociodemográfico. Así mismo, se diseñó una estrategia para capturar y gestionar oportunidades referidas.

Adicionalmente, el nuevo modelo comercial, 100% digital, permite conocer la etapa de la oportunidad/ lead dentro del embudo de conversión, lo cual permite generar estrategias de marketing focalizadas. Como resultado de todas estas acciones, se logró optimizar la gestión de leads, alcanzando un porcentaje promedio del 8% de conversión.

Se adelantaron alianzas, para promover y divulgar la oferta de programas abiertos, lo cual ha permitido acuerdos con Agencia Nacional de Minería, la Cámara de Comercio de Cúcuta, Famisanar, Uniandinos y Biomax; se trabajó en una nueva propuesta de identidad visual.

En paralelo, se definió una estrategia comercial para los programas de formación cerrada; se desplegó una estrategia de rescate para clientes antiguos y consecución de nuevos clientes enfocada en el contacto con los tomadores de decisión de medianas y grandes empresas, sumada a acciones para identificar oportunidades de participación en licitaciones públicas, por medio de la plataforma SECOP.

### **Operaciones**

Se ha logrado gestionar acciones para mejorar la oferta de programas identificando nuevas temáticas de programas a desarrollar; se está estructurando un proyecto de automatización que mejore la experiencia del cliente en su proceso de acceso al servicio y se está definiendo un modelo de formación único CCB, el cual responda a las necesidades de una metodología más pertinente y ajustada a la realidad actual.

Como resultado de la gestión realizada, se ha logrado mejorar la evaluación de experiencia de los clientes frente a los programas ofrecidos, pasando en seminarios de 81,67 en 2020 a 91,71 en 2021, en diplomados de 91,95 a 93,37 y a la medida (decisor) de 93,45 a 93.80 En los casos de virtual, alcanzaron niveles en 2021 de 82,68 y de a la medida (tomador) 94,50.

Finalmente, se realizó una revisión de todos los programas tutor adquiridos por los clientes durante el 2019, 2020 y 2021, para dar finalización a procesos pendientes con los clientes, consolidando y validando los pagos a los tutores y consolidando un control detallado a los procesos que aún no han finalizado.

### **1.3. Información Comercial**

En el 2021 se generó \$5.281 millones de pesos como resultado de la prestación de los servicios de información empresarial, 8% por encima de lo presupuestado, esto debido al crecimiento de las ventas en las líneas de Verificación Empresarial y Base de Datos, equivalentes al 14% y 33% respectivamente frente al mismo periodo del año 2020.

De otra parte, se realizó la renovación del contrato de venta de información con uno de los principales clientes Experian Colombia, que le generará a la Cámara de Comercio de Bogotá más de \$3.000 millones de pesos por ingresos privados durante los siguientes tres años y se fortaleció la línea de servicios de Base de Datos con el inicio de la comercialización del servicio Contactos Comerciales, el cual busca poner a disposición de los clientes los contactos de los tomadores de decisión en las principales empresas de Colombia. Lo anterior se logró gracias a la alianza con la Cámara de Comercio Colombo Chilena, con la que se desarrolló un Web Service que integra el servicio de Base de Datos Online de la CCB con los servicios que este proveedor ofrece a través de la plataforma OrusData. Como resultado, al finalizar el año se vendieron 60 unidades del servicio, generando un aporte del 4% a los ingresos.

Finalmente, se adquirió y actualizó las bases de datos de otras cámaras de comercio del país, principalmente de las Cámaras de Comercio de Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, así como listas de riesgo para la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo y bases de datos de importación y exportación de la DIAN. También se mejoró la prestación del servicio atendiendo a las oportunidades identificadas con la metodología de Customer Journey y Buyer Persona, dando inicio al desarrollo del botón de pagos online para los servicios.

## **2. Nuevos negocios**

### **2.1. Información 2.0**

En desarrollo de la iniciativa que se viene adelantando, se finalizó la fase de conceptualización del nuevo negocio de información con valor agregado en la cual, a partir de entrevistas con los diferentes stakeholders, se identificaron necesidades e insights del cliente, se caracterizaron los ámbitos de oportunidad y, se construyeron y validaron 10 alternativas de solución de negocios. Posteriormente, se efectuó un segundo ciclo de priorización, de acuerdo con escenarios de competencia, capacidades y activos de la CCB, así como alternativas de monetización, concluyendo avanzar a la fase de estructuración, con las alternativas denominadas, por ahora, CamaraConnect y KnowCam.

Aunque para la ejecución de las fases de identificación y conceptualización, se vinculó a las Cámaras de Comercio coordinadoras del país (Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), se consideró pertinente focalizarse en la evolución del negocio de información de la Cámara de Comercio de Bogotá.

A partir de los resultados obtenidos en la fase anterior y, previo al inicio de la fase de estructuración, se profundizó en el entendimiento del negocio actual de venta de información con el objetivo de anclar las alternativas de las soluciones seleccionadas, con las capacidades actuales de la CCB y evaluar las diferentes opciones de evolución del servicio existente.

Con base en lo anterior, se determinó avanzar hacia la fase de estructuración solo con la iniciativa conocida internamente como KnowCam. La siguiente fase, incluyó la identificación de los elementos de negocio y operativos a considerar en el modelo de negocio, la definición de la estructura y funcionalidades de producto, así como las implicaciones tecnológicas y de data para las fases de prototipo y PMV. Igualmente, se adelantó el análisis de deseabilidad, factibilidad y viabilidad (de mercado, operativa, financiera y jurídica), para determinar la deseabilidad, factibilidad y viabilidad del modelo de negocio propuesto y se completó la planeación de la fase de prototipo y PMV con el modelo de implementación de la solución, pensando en el servicio a pilotear, que incluye el plan de prototipo, hipótesis y KPIs para medir el éxito del servicio, así como la estrategia de abordaje del PMV (actividades, recursos y herramientas).

De igual forma, con el ánimo de asegurar la sostenibilidad y crecimiento del negocio actual, a partir de la hoja de ruta para el mejoramiento y evolución del negocio actual entregado por la firma de consultoría, se estructuró el plan de implementación para su validación y puesta en marcha en 2022.

## **2.2. Smart Contracts - C2030**

En desarrollo de la iniciativa de Contratos Inteligentes -SmartCo-, se avanzó junto con las otras Cámaras de Comercio coordinadoras, en la construcción de los términos del contrato de asociación empresarial entre la Cámara de Comercio de Bogotá, el Patrimonio Autónomo Cámaras 2030, que integra la participación de las cámaras de comercio de Medellín, Cali y Barranquilla y el aliado tecnológico seleccionado High Tech Software SAS, en el cual se establecen las responsabilidades y condiciones para la gestión y ejecución conjunta de esta iniciativa. Igualmente, se avanzó junto con las demás cámaras, en el proceso para la constitución de un encargo fiduciario, que busca facilitar la administración de los aportes de cada una de las partes a la iniciativa. De manera simultánea, se desarrollaron las siguientes actividades con el objetivo de avanzar en la planificación del proyecto:

- Ejecución de sesiones semanales con el equipo base para coordinar pasos a seguir.
- Revisión del modelo de negocio y plan de trabajo propuesto por el aliado tecnológico.
- Socialización de la metodología de Emprendimiento Disciplinado que se desarrollará para la estructuración e implementación de la iniciativa.
- Conformación del equipo técnico, con miembros del área jurídica y del área de servicios registrales de la CCB, quienes realizarán el acompañamiento en la ejecución de la metodología establecida para implementar la solución.

Al cierre de la vigencia, se identificó la necesidad de definir una política, lineamientos y proceso para la gestión de este tipo de inversiones, por lo que una vez se defina, se gestionará la respectiva vinculación de la CCB al contrato de fiducia mercantil y la formalización del desembolso de los aportes previstos para la ejecución del proyecto.

## **2.3. Factoring Social**

Con el objetivo de impulsar la reactivación económica de las MiPymes en Bogotá-Región a través de la dinamización de alternativas de financiamiento asociadas a la negociación de facturas, se activó la iniciativa de Factoring Social, para la cual se estructuró, en conjunto con Certicámara, un modelo de negocio validado con los sponsors de la iniciativa y que iniciaría una prueba piloto, no obstante, en junio, Certicámara manifestó la dificultad e imposibilidad de asumir en su totalidad los roles definidos para la operación del negocio, situación que impulsó la identificación de diferentes alternativas para

dar continuidad a la iniciativa, orientadas principalmente a la búsqueda y vinculación de un aliado que ejecute las actividades de operación y comercialización del negocio.

Con esa orientación, se avanzó en la conceptualización y diseño de un piloto controlado, vinculando al aliado estratégico Colfimax Factoring S.A., empresa Fintech habilitada por la DIAN dentro del Sistema de Negociación de Facturas Electrónicas. De forma complementaria la CCB participó en la agenda y el panel de expertos, en el evento de lanzamiento del sistema RADIAN realizado por la DIAN.

En el cuarto trimestre del año se realizó el lanzamiento del piloto controlado de venta de facturas a crédito, con 35 empresarios/as de Bogotá-Región, principalmente micro y pequeños empresarios/as, que pertenecen a seis de los sectores priorizados con los que se vienen gestionando programas desde las Vicepresidencias de Competitividad y de Fortalecimiento Empresarial (Construcción y energía, Turismo, Gastronomía, Moda, Industrias Culturales y Creativas y Salud) y para los que se ha identificado una alta necesidad de financiamiento para la operación de sus negocios, en especial en tiempos de reactivación económica. Se avanzó en el piloto en las etapas de formación y entendimiento de necesidades y características de los negocios de 23 empresas, que manifestaron su interés en profundizar y entender el factoring como alternativa de financiamiento. Finalmente, se recibió por parte de 14 empresas, la documentación requerida por el Banco de Bogotá para realizar el estudio y habilitación de compra de facturas según su perfil de riesgo; etapa en la que se encuentra el piloto y que permitirá el inicio de la siguiente etapa de negociación a través de la plataforma.

#### **2.4. Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación - DCTI**

En conjunto con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y Corferias, se suscribió un convenio especial de cooperación para adelantar las acciones necesarias que permitieran la actualización de los estudios de prefactibilidad del proyecto Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación – DCTI. Para el cumplimiento de este objetivo, en el marco del convenio mencionado, se realizó la contratación de una firma con cuyo apoyo se realizó la actualización y complemento de los siguientes elementos:

- Narrativa de proyecto.
- Estudio de mercado, para definir el grado de atractividad para los agentes potenciales que se localizarán en la fase I del DCTI. Para el desarrollo de este análisis se realizaron cerca de 25 entrevistas a empresarios/as, gremios y entidades relevantes del ecosistema de innovación.
- Programa de necesidades, para establecer los usos y servicios con sus áreas asociadas y los posibles oferentes y demandantes de estos.
- Propuesta de Gobierno corporativo, orientada a diseñar el mejor mecanismo para la gobernabilidad del proyecto, analizando sus distintas fases.
- Análisis de viabilidad financiera, que define el modelo financiero del proyecto y su viabilidad.
- Modelo de negocio, en el que se establece el esquema de creación, captura y entrega de valor.
- Especificaciones técnicas de contratación para el estudio de factibilidad.
- Lineamientos y principios para el modelo urbanístico de expansión del ADN-DCTI, que incluye el análisis de las oportunidades en el territorio ADN e identifica posibles áreas para consolidar fases posteriores de expansión del proyecto.

Este esfuerzo de actualización hizo posible disponer de información vigente sobre la aptitud del inmueble - lote para la construcción del proyecto en su primera fase, el esquema de creación, entrega y captura de valor del DCTI, la demanda e interés del mercado por los servicios del Distrito, el modelo

de gobierno y la hoja de ruta, entre otros, que permite ratificar la viabilidad económica y social del proyecto.

Sobre la nueva información aportada, las entidades líderes de la iniciativa tomaron la decisión de avanzar conjuntamente hacia la etapa de estructuración de la factibilidad, para lo cual, en el mes de diciembre, se realizó la firma de un nuevo convenio que en 2022 hará posible realizar el análisis de la viabilidad técnica, financiera, legal y social del proyecto, a nivel de factibilidad.

## 2.5. Exploración de otras oportunidades de negocio

Para avanzar en la definición de un portafolio de iniciativas de nuevos modelos de negocio, como resultado de un proceso de selección, se trabaja en la exploración de nuevas oportunidades de negocio y, por lo tanto, como actividades claves se realizó la identificación, conceptualización, priorización y estructuración de nuevos modelos de negocio orientados a la generación de ingresos, al igual que la determinación de un plan de acción para el desarrollo de las siguientes fases: prototipado y producto mínimo viable, crecimiento y escalamiento de las alternativas priorizadas.

Como insumo para este proceso se incorporaron las iniciativas de Futuros Deseados construidas en conjunto con las filiales y las gestionadas como parte del Programa Mega-i, durante el año 2020 y primer semestre de 2021, para que fueran analizadas e integradas a la conceptualización del portafolio de iniciativas de nuevos negocios. Como resultado de este proceso se destaca:

- El entendimiento integral de la CCB por medio de una investigación de las tendencias, prácticas líderes, nuevos comportamientos en el mercado, expectativas de los actores internos y necesidades insatisfechas de los/as empresarios/as. A partir del análisis de estos insumos, por medio de la triangulación de la información interna y externa, se identificaron necesidades del mercado, las cuales fueron estructuradas como 9 arenas de oportunidad. Estas arenas y sub-arenas, agrupan y clusterizan las oportunidades más claras identificadas.

### ARENAS DE OPORTUNIDAD IDENTIFICADAS

<p><b>1. Necesito enfocarme en lo que sé hacer mejor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito apoyo financiero y contable</li> <li>• Necesito apoyo en el manejo de mi personal</li> <li>• Necesito apoyo logístico</li> <li>• Necesito apoyo legal</li> </ul>	<p><b>2. Necesito entender mi contexto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito conocer mi mercado particular</li> <li>• Necesito conocer a mi cliente</li> <li>• Necesito entender a mi competidor directo e indirecto</li> </ul>	<p><b>3. Necesito entender mi propio negocio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito entender mis asuntos contables y financieros</li> <li>• Necesito entender mi operación</li> <li>• Necesito otras herramientas de entendimiento</li> </ul>
<p><b>4. Necesito capacitarme según exigencias del mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito conocimientos digitales</li> <li>• Necesito capacitarme para emprender o transformar mi negocio</li> <li>• Necesito capacitarme en temas financieros</li> </ul>	<p><b>5. Necesito Financiamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito financiamiento</li> <li>• Necesito liquidez</li> <li>• Necesito pagar mis deudas</li> </ul>	<p><b>6. Necesito nuevas herramientas y capacidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito digitalizar mi negocio</li> <li>• Necesito herramienta para darle seguimiento a mis clientes</li> <li>• Necesito una herramienta fácil para mi inventario</li> <li>• Necesito una herramienta que me facilite la comunicación</li> </ul>
<p><b>7. Necesito visibilidad, conexión y confianza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito apoyo de mi red de influencia</li> <li>• Necesito ser visible en el mercado</li> <li>• Necesito generar confianza ante otros actores</li> </ul>	<p><b>8. Necesito ser sostenible</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito trazabilidad sobre mi cadena de valor</li> <li>• Necesito aprender que significa ser sostenible</li> <li>• Necesito conectarme con empresas sostenibles</li> </ul>	<p><b>9. Necesito aumentar mi competitividad y mis ventas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito expandir mi base de clientes y mercado</li> <li>• Necesito diferenciarme de mis clientes</li> <li>• Necesito capacidades comerciales</li> </ul>

Fuente: Informes de la consultoría Ernst&Young

- Generación de alternativas para responder a las oportunidades detectadas y el diseño conceptual de 9 modelos de negocio, identificando sus componentes clave, entendiendo su operación general y cuantificando su potencial como nuevo negocio (la marca ganadora, Tinder

empresarial, mi equipo comercial, en 5 minutitos, financiamiento integral, en tiempo real, Toolkit empresarial, SABICO y comercio circular).

- Selección de 5 modelos de negocio en un ejercicio realizado con el equipo del proyecto, 7 colaboradores, 34 empresarios/as y 18 miembros del comité de presidencia incluido el presidente ejecutivo negocio (financiamiento integral, Tinder empresarial, comercio circular, SABICO, Toolkit empresarial).
- Se avanzó en el análisis de deseabilidad, factibilidad, viabilidad de mercado, operativa, financiera, legal y demás perspectivas requeridas como parte de la estructuración de los 5 modelos de negocio priorizados, el cual finalizará en 2022.

Por otra parte, con el propósito de consolidar una cultura de exploración constante de oportunidades que generen valor diferenciado a los grupos de interés con servicios/negocios pertinentes, se consideró fundamental avanzar en la definición de un proceso sistemático de obtención, análisis, interpretación y comunicación en tiempo oportuno, de toda aquella información relevante que facilite la detección de oportunidades a la CCB y favorezca una toma de decisiones más asertiva y efectiva para el desarrollo del foco estratégico de nuevos negocios.

Como primer paso, se adelantó la identificación de los datos con los que cuenta la organización y se evaluó su alineación estratégica, inicialmente para cinco aplicativos CORE (Sirep, Avanza, OpenData, Portal de Afiliados y CRM), así como para el proceso de retroalimentación y entendimiento del cliente.

Algunos hallazgos relevantes de esta primera etapa son:

- Aunque la estrategia de datos es un pilar estratégico en la visión a 2025, en el plan estratégico 2021 no se identificó ningún programa de gobernanza de datos.
- Se identificó la ausencia de un marco de gobernanza de datos (MGD) en la entidad, lo que ha llevado a un manejo de datos fragmentado y por silos de trabajo, además, de una baja calidad en la administración de metadatos y documentación de los activos de datos de la CCB. Pese a esto, se evidencian importantes esfuerzos por concentrar y conectar datos de varios aplicativos core de la entidad.
- Se requiere gestionar la creación de un repositorio de datos con reglas claras para datos estructurados como no estructurados y sensibilizar sobre la importancia de los datos para la toma de decisiones, la creación de información y nuevos modelos de negocios.

Se prevé cerrar este primer ejercicio en 2022, con el diagnóstico de la relación de la estrategia de negocio y las estrategias de datos existentes, del diseño y desarrollo de un tablero de datos, así como el análisis exploratorio de datos externos de fuentes tradicionales y no tradicionales existentes en Colombia.

Igualmente, dado el impacto en los servicios generadores de ingresos, de los cambios en los hábitos de consumo de sus clientes, la entrada de nuevos competidores y los mecanismos de comercialización, se estableció la necesidad de revisar y formular una estrategia y plan de comercialización relacionado con los negocios de Centro de Arbitraje y Conciliación, Circulo de afiliados, Eventos, Venta de información y Formación empresarial, que contribuyan al crecimiento y consolidación de una oferta de servicios para los/as empresarios/as y las empresas que generen valor en sus compañías, y que a su vez, apoyen la diversificación de los ingresos y el fortalecimiento y posicionamiento de la CCB.

En línea con este propósito se adelantó una revisión integral de cada una de estas líneas de negocio, de cara a la definición e implementación de una estrategia de comercialización que asegure el cumplimiento de las metas presupuestadas para el 2022.

En este marco, se realizó un diagnóstico que incluyó el análisis y entendimiento de cada negocio y su situación actual y la medición de nivel de madurez comercial en términos de objetivos comerciales, indicadores, procesos, rutinas, generación de demanda, canales, accountability, esquema de atención y remuneración, todo a partir de entrevistas no estructuradas y el desarrollo de talleres de co-creación con los líderes y los equipos responsable de la gestión comercial de cada línea.

El resultado de este análisis puso en evidencia elementos como:

- La existencia de una diferencia muy acentuada entre las líneas, principalmente, dada la puesta en marcha de cinco modelos comerciales diferentes, sin elementos uniformes, que dificulta el aprovechamiento de las potenciales sinergias y eficiencias de un modelo transversal que se adapte a las particularidades de cada negocio
- La necesidad de definir estrategias que fortalezcan la definición de objetivos alineados al entorno de mercado, la ejecución de rutinas comerciales, la generación de demanda, la gestión de la venta, la estructura comercial y el seguimiento de los indicadores comerciales
- La necesidad de intervenir la oferta de servicios para asegurar que responda a las necesidades de los clientes y del mercado

A partir de lo anterior se definió la estrategia y plan detallado, así como el plan de asistencias y resistencias y el proceso de seguimiento y control, para la implementación de la estrategia formulada por cada línea de negocio en 2022.

### **3. Otros**

#### **3.1. Solución y prestación de eventos**

En el año se gestionaron 2.457 reservas para cliente externo e interno, se generaron más de 246 llamadas telefónicas, 274 correos enviados, 304 cotizaciones y 50 asesorías virtuales. Igualmente se realizaron 3.071 cargues de bases, 1.024 cancelaciones, 4.370 links creados para la apertura de talleres, webinars y otros, y apertura de 654 talleres y webinars, así como el apoyo en temas de insumos logísticos de traducción de textos, traducción simultánea (Zoom), alimentos, bebidas y registro, en eventos como el Reconocimiento Empresarios, Reconocimiento de Afiliados, Comité Pacto Global, Congreso de Arbitraje y Conciliación, evento de Mujeres, Sesiones Corte Arbitral, entre otros.

## **ACTIVIDADES TRANSVERSALES**

### **1. Seguimiento financiero y administrativo**

#### **Programa de mantenimiento, adecuaciones, reparaciones y construcciones**

Con el traslado de todos los colaboradores a la sede Salitre, se cuenta con cuatro áreas libres para la venta o arriendo del inmueble y 2 espacios para arriendo los cuales están en comercialización por voz a voz con las diferentes entidades conocidas, publicidad en portales digitales especializados y avisos físicos, entregando información de manera directa a entidades que pueden estar interesadas.

Luego de ser aprobada la venta de la Sede Paloquemao y el edificio de la 95 donde funcionaba la Gerencia de Formación, los inmuebles fueron entregados.

#### **Programa de gestión administrativa y financiera**

En enero se obtuvo la aprobación de la Junta Directiva de los estados financieros separados y en el mes de marzo los estados financieros consolidados, cada uno con el respectivo dictamen de revisor fiscal. De otro lado, se realizó el proceso para la elaboración del presupuesto 2022 teniendo en cuenta los lineamientos de la alta gerencia en la implementación de la metodología de proyección de presupuesto base cero.

En cumplimiento de la resolución 035 y 040 del año 2020 de la Contraloría General de la Nación, realizó la gestión de la incorporación de los conceptos en el CICP, que permitieron el envío de la información del presupuesto en cuanto a su programación y ejecución, así mismo, se contribuyó en la implementación del programa CREAR, llevando a cabo el proceso de estructuración con el Fondo Nacional de Garantías, Bancoldex y alianza con 20 entidades Financieras, con el objeto de facilitar la financiación de las necesidades de capital de trabajo e inversión de las empresas.

### **2. Gestión de planeación**

Con el acompañamiento de la junta directiva se continuo con la implementación y seguimiento a la estrategia planteada para la vigencia; se diseñó e implemento un tablero de seguimiento y control que permite monitorear el avance de la estrategia en términos de indicadores, presupuesto, plan de seguimiento contractual – PSC, entre otros; se trabajó con las áreas de la organización para alinear el presupuesto 2022 en sus diferentes focos para cumplir con los programas, proyectos y actividades. Además, acompañamos el proceso de auditoría de la Contraloría General de la República.

Se inició la implementación del proyecto IZO que consistió en recibir asesoría para alinear la estrategia de la Entidad con la estrategia de servicio al cliente, a través de la implementación de la metodología CEM (Customer Experience Management) con miras a realizar un programa de transformación que desarrolle iniciativas en torno al cliente. Se crearon las células ágiles que trabajaran en cada una de las iniciativas.

De otra parte, se logró el mantenimiento y mejora del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 de la Entidad evidenciado en los resultados de la auditoria de ICONTEC. Se brindó asesoría y acompañamiento a las líneas para la redefinición y mejora de los diferentes procesos, reflejado en actualización de estándares y prácticas en una proporción muy significativa:

Documentación	Acum. 2021
Total documentos actualizados	791
Total documentos vigentes	1.308
% de cambio	60.5%

También se acompañó la definición del modelo de funcionamiento la Dirección de Filiales. Por otro lado, se desarrollaron análisis funcionales y de cargas, como insumo para la toma de decisiones respecto a cambios de estructura de diversas líneas, análisis orientados a que el cambio apalanquen el logro de objetivos de la Entidad.

Así mismo, se gestionaron planes de acción correctivos, preventivos o de mejora de la gestión, originados por auditorías internas y externas, seguimiento y medición de los procesos, experiencia del cliente, gestión de riesgos y cambios tecnológicos:

Tipo	Correctivas	Preventivas	Mejora	Total
Acciones gestionadas	43	21	27	91

Frente a iniciativas de diseño y desarrollo, se asesoró y acompañó la creación del servicio de Mediación Familiar del CAC y se entrega para operación por parte de la línea. De igual forma, se inició la implementación del plan Lean en el proceso de contratación de bienes y servicios, orientado a lograr eficiencias en los tiempos de contratación y aumentar la satisfacción del cliente interno, culminando el desarrollo del mapa de valor, obtención de las métricas de proceso y la construcción del Customer Journey Map. Se definen acciones para su aprobación e implementación en la vigencia 2022.

En relación con gestión de riesgos se realizó seguimiento a los riesgos estratégicos de la entidad y se actualizaron los inventarios de activos de información, inventarios de bases de datos personales y matrices de riesgos de los procesos que presentaron modificaciones o ajustes; y se acompañó la gestión de riesgos de proyectos, iniciativas y filiales.

Con respecto a Seguridad de la Información se realizó la gestión de vulnerabilidades de la infraestructura tecnológica y seguimiento a su remediación, se elaboraron los requerimientos de seguridad para proyectos e iniciativas; se realizó el monitoreo y atención de alertas de seguridad de la información y se gestionaron eventos e incidentes con la generación de recomendaciones para el fortalecimiento de los controles correspondientes. Se generaron los lineamientos base de seguridad de la información para la migración a la nube y se definió la arquitectura de ciberseguridad requerida, iniciando los procesos de contratación para la adquisición de los servicios definidos en dicha arquitectura.

En Continuidad de Negocio se actualizaron los planes de contingencia para la temporada de renovaciones 2021, se ejecutaron simulacros y pruebas funcionales del Centro Tecnológico Alternativo y acompañamiento y seguimiento con el Puesto de Mando Unificado (PMU) para registro mercantil y registro único de proponentes. Se aprobó la propuesta de actualización de procesos críticos y se inició el análisis de información para diseñar y actualizar las estrategias de continuidad que aplicarán a cada proceso y escenario.

En cuanto a Protección de Datos Personales se realizó la actualización del proceso de PDP junto con los documentos relacionados al mismo, se continúa con consultas, conceptos y/o asesorías, elaboración y/o validación de avisos de privacidad, contratos de transferencia, transmisión y/o términos y condiciones; igualmente, se realizó el seguimiento de las recomendaciones para la conservación y

eliminación de los datos de salud recopilados de clientes o usuarios en virtud de los protocolos de bioseguridad establecidos en el marco de la emergencia sanitaria, se gestionan eventos de seguridad de datos personales, se actualizó la información de bases de datos personales en el Registro Nacional de Base de Datos - RNBD de la SIC y se generó el reporte de reclamos del primer semestre del 2021 conforme a lo exigido por la legislación. Se implementó una actividad autónoma de sensibilización en PDP que culminó en noviembre de 2021 y que finalizó con una tasa de ejecución del 96% y un promedio de apropiación del 89%. Se desarrolla e inicia la implementación de la herramienta de análisis de impacto en la privacidad – PIA, para los proyectos de gran impacto en la CCB.

En lo referente a Ley de Transparencia se continua con el análisis de la resolución 1519 y la implementación de los ajustes necesarios a la sección de ley de transparencia y la página web de la CCB para su cumplimiento, así como el seguimiento mensual de los documentos y enlaces publicados en la sección de transparencia de la CCB.

En gestión de proyectos se ofreció asesoría, acompañamiento y seguimiento a 20 proyectos que conforman nuestro portafolio, de los cuales 10 se aprobaron para apalancar el logro de los focos estratégicos y 10 de carácter operativo para apoyar al logro de los programas. Al cierre del cuarto trimestre se encuentran 3 proyectos en conceptualización y 1 en planeación, para iniciar su ejecución efectiva en 2022; 7 proyectos en ejecución, 6 finalizados por completo y se inició el cierre metodológico para 2 proyectos. Un proyecto operativo fue suspendido durante este último trimestre para ser retomado en 2022. Durante este periodo se brindó acompañamiento en la gestión y seguimiento de los 4 proyectos del Programa Migración a la nube, de los cuales 1 finalizó por completo en el segundo semestre, 1 se encuentra en planeación y 2 en ejecución de su plan de tareas. Cabe mencionar que, durante este año se trabajó en el desarrollo y evolución de los tableros de control y seguimiento de proyectos, adicionando una vista para visualizar el progreso de los proyectos en cuanto a su plan de tareas, su alcance y su ejecución presupuestal, encontrando allí las alertas sobre posibles desvíos, que facilitan la gestión y toma de decisiones.

### **3. Comunicaciones internas**

Desde el eje corporativo y marca empleadora, se trabajó en la planeación y desarrollo del evento RE, el encuentro presencial de cierre de fin de año, este fue el escenario para reencontrarnos; revivir los momentos, hitos y grandes logros del 2021; presentar la renovación de la nueva imagen CCB, lanzarse el proyecto de transformación entorno al cliente y reconocer a valientes empresarios/as.

El Podcast Soy Empresario llegó a 12 episodios, posicionándose como un espacio de experiencias exitosas con 11.755 descargas; se generó una estrategia de pauta activa durante todo el año logrando aparecer más de 13.316.000 veces en una pantalla o dispositivo móvil, 154.820 clics hacia el sitio web que se convirtieron en 47.713 visitas efectivas, 123.917 vistas a videos generados para comunicar el contenido, además se alcanzaron 250.028 escuchas de las cuñas que promocionan el podcast y 39.075 escuchas de los contenidos publicitarios de la iniciativa.

Se mantuvo la difusión de información relacionada con marca empleadora que muestra la cultura CCB, los beneficios para los colaboradores, los programas de balance vida-trabajo que se manejan y testimonios de personas que se han pensionado.

Por otra parte, la iniciativa Embajadores CCB logró la difusión de 40 campañas con 96 contenidos en promedio por campaña, contando con 85 embajadores registrados. En el acumulado de 2021, la iniciativa logró una valorización de \$409 millones y un alcance potencial de 2.360.425 seguidores.

Se lanzó y se implementó en las comunicaciones internas y externas el manual de comunicaciones inclusivas; se firmó el Pacto por la equidad de género, diversidad e inclusión en eventos de la Cámara de Comercio de Bogotá; se desarrollaron las campañas de evaluación 360°, seguimiento de objetivos de desarrollo, afiliados un asunto de todos, entre otras.

En cuanto a medios internos, el boletín Nuestro ADN tuvo 50 ediciones y un promedio de apertura del 66,17% de una base de 848 colaboradores; en Cámaratv se difundieron 867 publicaciones y se enviaron 83 comunicados de último minuto; en Yammer se divulgaron 747 posts. Cámara siguió posicionando como el principal canal de trabajo y consulta de la actualidad CCB, en 2021 se publicaron 327 noticias.

En el frente de relacionamiento y gestión con medios se lograron 11.377 registros en medios de comunicación, lo que significó un crecimiento de 15% frente al año anterior cuando se alcanzaron 9.847. Del total de registros, 9.676 fueron positivos (85%), 1.678 neutros (14,7%) y 23 negativos (2%).

El valor editorial fue de \$455.980 millones con un crecimiento del 5.1%, frente a \$433.830 millones registrados en 2020; se realizaron más de 323 contenidos, de los cuales 122 fueron comunicados de prensa; se gestionaron más de 80 videos de voceros en medios, 70 cubrimientos de fotografía, 51 videos corporativos y 80 videos de voceros. Para lograr alto impacto en temas estratégicos se organizaron 12 ruedas de prensa, para temáticas como dinámica empresarial, GoFest, Semana ARTBO, Acciona, Encuesta de Seguridad, entre otras; y 72 convocatorias a medios entre virtuales y presenciales.

Como parte de la estrategia de fidelización con medios, se realizaron 6 acciones, entre video, reconocimientos, talleres entre otros; respecto a la gestión de alianzas con medios, se realizaron 16 alianzas que buscaban potenciar más la comunicación y optimizar recursos. Se lograron no solo descuentos en tarifas superiores al 60%, sino bonificaciones en contenidos que permitieron aumentar la frecuencia de presencia en medios con más de 140 contenidos. Se inició la ejecución con Casa Editorial El Tiempo para GoFest, Pabellón del Emprendimiento, y servicios CCB gratuitos a disposición de los/as emprendedores/as y empresarios/as; con Valora Analitik para darle visibilidad a temas estratégicos de la entidad como Crear, Programas Bandera, y Red de mentorías, entre otros, con un contenido especial y lives; con RCNTV para visibilizar las Rutas de Reactivación Empresarial y el aporte de los/as empresarios/as a la reactivación; con CaracolTV para impulsar las historias noticiosas de empresarios/as de la serie web; con Ámbito Jurídico para fortalecer la pedagogía sobre el sorteo de árbitros. Para acompañar los foros de alto impacto, se hicieron alianzas con Portafolio, El Tiempo y La República, con las cuales se emitieron los eventos desde las plataformas mediáticas, logrando mayores alcances y, por ende, mayor impacto.

Respecto a canales de divulgación, se obtuvieron resultados positivos en indicadores, con un engagement rate en redes sociales del 15 % (5 % sobre la meta); se realizaron más de 7.000 publicaciones, generando alrededor de 80 millones de impresiones, en donde el 59% de las publicaciones se realizaron en Twitter; sin embargo, fue en Facebook en donde se obtuvo la mayor cantidad. El 67% de las publicaciones se realizaron en las cuentas de CCB generando alrededor de 61 millones de impresiones, seguida por ARTBO con 6.8 millones de impresiones y 835 publicaciones.

Apoyando las acciones de Fortalecimiento Empresarial, se realizaron 648 publicaciones generando 11.6 millones de impresiones; en Competitividad, se realizaron 356 publicaciones (62 % de programas bandera y 38% para Clusters) logrando 8 millones de impresiones. Por su parte, para Articulación Público-Privada, se obtuvieron 1.7 millones de impresiones con publicaciones principalmente de: Pedaleando 40%; Observatorio 24 %; Cultura de la Legalidad 19 %; y Termómetro 17 %.

Para el Centro de Arbitraje y Conciliación se alcanzaron 861.000 impresiones con alrededor de 173 publicaciones. Por otra parte, la campaña de Vacunación por la Reactivación obtuvo 595.000 impresiones con más de 70 publicaciones. Y la campaña #SoyEmpresario consiguió 8.543.000 impresiones con más de 250 publicaciones.

En cuanto a portales web, se logró un crecimiento significativo de usuarios en la mayoría de los sitios, frente al año anterior, logrando: 6.826.985 en CCB (+7,28%), 122.641 en ARTBO (+52%), 34.813 en BOmm (+5%), 18.266 en BFW (decrecimiento del 35%), 86.873 en BMF (+1.591%) y 865.134 en Bazzarbog (+130 %).

Por otra parte, en relación con publicidad, se tuvieron al aire 89 campañas, cada una fue orientada a diferentes públicos meta ubicado en Bogotá-Región; se lograron más de 450 millones de apariciones en pantalla, 11 millones de clics dirigidos a cada uno de los sitios webs de las campañas, se obtuvo un clic to rate (CTR) del 2.44 %. Además, para las campañas cuyo objetivo fueron leads se alcanzaron más de 20.798 y las campañas orientadas a conversiones se lograron 24.824. En cuanto a medios ATL se tuvieron 69 salidas en impresos con pauta publicitaria y contenidos, 266 spots de televisión y 21.463 spots de radio.

Entre las campañas con resultados más sobresalientes se tienen Bazzarbog con un alcance general de campaña del 30,4 %, con 195.032.587 apariciones en dispositivos, más de 1.299.974 clics hacia el sitio web, una salida en prensa, 1.356 salidas en radio, 4.299.959 reproducciones a los contenidos en vídeo generados para la divulgación de la plataforma y un total de 24.824 conversiones; la campaña de la Gerencia de Formación logrando aparecer en una pantalla más de 29.655.122 de veces y generar más de 13.245 vistas de nuestros contenidos animados y en video, 286.233 clics a nuestros sitios web y 19.735 leads; y el programa Empresas en Trayectoria MEGA logrando salir en una pantalla o dispositivo móvil a lo largo del año más de 11.549.550 veces, con 1.655.319 vistas a los vídeos generados, 306.320 clics al sitio web y 1063 leads. En radio a nivel nacional fueron 3185 veces con un alcance de este medio del 48 % sobre el público meta. Estos resultados permitieron un alcance multimedios del 43,3 %.

En la gestión de patrocinios y alianzas se logró para 2021 un valor total de \$677 millones a pesar de las dificultades y los efectos generados por la pandemia, de los cuales el 47% corresponden a ingresos en efectivo y el 53 % restante a patrocinios en canje y ahorro.

El Programa ARTBO registró un total de ingresos por un valor de \$358 millones, los cuales incluyen ARTBO Venta en Línea y Semana ARTBO. De la totalidad de alianzas y patrocinios, \$204 millones corresponden a ingresos en efectivo, \$59 millones en canje y \$94 millones en ahorros. Bogotá Music Market logró el cierre de negocios por un valor total de \$172 millones, de los cuales, \$45 millones fueron en efectivo.

Bogotá Madrid Fusión alcanzó \$147 millones, de los cuales \$69 millones fueron en efectivo, \$38 millones en canje y \$41 en ahorro. Festival del Emprendimiento contó con la participación por primera vez del SENA con \$30 millones e iNNpulsa con \$8 millones, y del sector privado con Colsubsidio \$25 millones y Cafam \$10 millones, para un total de patrocinios en efectivo de \$73 millones.

Por último, también desde el área de Alianzas y Patrocinios se brindó apoyo al área de Fortalecimiento Empresarial en toda la gestión, acompañamiento contractual y de facturación para el programa de tenderos concretado con Coca Cola - Femsa y la Vicepresidencia de Relaciones Internacionales en la iniciativa Bogotá Marcando Estilo, realizada en alianza con El Corte Inglés.

#### **4. Programa jurídico, contractual y de asesoría**

##### **4.1. Gestión jurídica y defensa judicial**

Durante 2021 se atendieron 1.040 trámites correspondientes a 319 derechos de petición, 174 requerimientos internos y 547 comunicaciones y notificaciones externas; se ejerció la representación judicial en 44 procesos de los cuales 12 correspondieron a demandas incoadas por la CCB, 31 a litigios donde la entidad actuó como sujeto pasivo y 1 proceso administrativo en investigación en contra de la Entidad; así mismo, se ejerce la representación de la Entidad en 9 procesos de insolvencia de persona natural no comerciante y uno de reestructuración empresarial. En este periodo, se obtuvieron dos fallos favorables en procesos laborales, uno de protección al consumidor, una acción de cumplimiento en primera instancia, así como la terminación de un incidente de desacato y el pago de un proceso de insolvencia. Igualmente, se obtuvo fallo favorable en las 23 tutelas.

Frente a las solicitudes de afiliación al Círculo de Afiliados, se realizó acompañamiento a 3.632 solicitudes de afiliación, 2.709 desafiliaciones, y 35 solicitudes de revisión de decisiones de desafiliaciones. Adicionalmente se elaboraron comunicaciones, incluyendo la resolución de consultas a través de conceptos para restituir a 5 afiliados y defender exitosamente 3 decisiones del comité de afiliación ante la Superintendencia de Industria y Comercio, frente a recursos de impugnación presentados por afiliados.

La SIC mediante Resolución No. 83834 del 29 de diciembre de 2021 aprobó la modificación realizada al Reglamento de Afiliados de la CCB. El nuevo reglamento armoniza su regulación con el Decreto 2042 de 2014. Adicionalmente, se adelantaron mesas de trabajo con Confecámaras que permitieron establecer criterios de interpretación de normas en relación con aspectos relevantes sobre los requisitos para ser afiliados y mantener dicha calidad.

En cuanto a costumbre mercantil, se realizó el Primer Concurso de Investigación sobre Costumbre Mercantil con la participación de reconocidas universidades como el Rosario, Los Andes, la U. Nacional y la Sergio Arboleda, donde se premió la iniciativa de estudiantes universitarios y docentes que presentaron prácticas mercantiles no certificadas por la Entidad y que cumplían con los requisitos para ser certificadas como tal. Igualmente, se encuentran en revisión y elaboración de viabilidad preliminar 5 solicitudes de investigación de prácticas mercantiles y se respondieron 6 consultas relacionadas con costumbres mercantiles certificadas por la CCB.

La gestión de asuntos de propiedad intelectual se ha desarrollado la vigilancia permanente del portafolio de signos distintivos de la entidad y la asesoría sobre la materia. De esta gestión, se resalta el análisis jurídico para la presentación de oposición y la defensa de las marcas BOGOTA EMPRENDE y BOMM BOGOTA MUSIC MARKET respecto de la cual, se logró detener mediante una oposición la solicitud de registro de un signo similar, conservando así su distintividad. Así mismo, se obtuvo de la Dirección Nacional de Derechos de Autor 120 certificados que corresponden a igual número de obras registradas de las que somos titulares.

Por otra parte, se expidieron 26 conceptos jurídicos para atender igual número de consultas. Se resaltan 3 conceptos a saber: sobre la celebración de un negocio jurídico para la venta masiva de certificados, sobre la transformación y monetización de BazzarboG, el cual va a permitir fijar lineamientos sobre nuevos y actuales fuentes de ingreso, y otro concepto que analizó la viabilidad y riesgos de la iniciativa de contratos inteligentes SMART-CO. En desarrollo de la actividad de seguimiento normativo, se ha realizado la revisión diaria de decretos, leyes, actos legislativos, actos administrativos y sentencias que puedan ser de interés de la CCB, así, en el año se revisaron alrededor de 597 normas y 50 actos

administrativos, de los cuales 12 fueron identificados como de interés o impacto institucional. Adicionalmente se participó en comentarios de 7 proyectos normativos.

Se mantiene la participación en la Comisión de Derecho y Prácticas Mercantiles del Comité Nacional de la ICC la cual viene trabajando 2 proyectos de ley, destacando el relacionado con el régimen de ESAL, sobre el cual se realizó un evento de socialización en la Universidad Externado. Adicionalmente, de manera conjunta con Confecámaras y la Superintendencia de Sociedades, se han realizado propuestas para ser incorporadas en los decretos reglamentarios correspondientes a la nueva función de inspección, vigilancia y control sobre las Cámaras de Comercio en cabeza de esta Superintendencia.

#### **4.2. Planeación y gestión contractual**

Dentro del marco de la política de sostenibilidad y valor compartido, hizo el lanzamiento del Programa de Desarrollo y Fortalecimiento de Proveedores-PDFP, con la vinculación y participación de 12 proveedores MiPymes, de los 44 proveedores que participaron en el evento de lanzamiento.

Con el fin de generar economías de escala y obtener eficiencias procesales en la gestión de los procesos contractuales, se realizaron reuniones de alineación y análisis de oportunidades con filiales, como resultado de dicha gestión, se trabajaron 7 convocatorias conjuntas. Adicionalmente, con el propósito de contribuir a la pluralidad y participación en los procesos de contratación, se realizaron informes de validación de 789 proveedores, se inscribieron 491 nuevos proveedores potenciales en la base de datos, y en lo corrido del año se gestionaron 43 sondeos de mercado.

Por otro lado, se realizó la modificación al proceso de reevaluación de proveedores, permitiendo reevaluar el 100% de los contratos suscritos. Se evaluaron proveedores de 1.314 contratos, donde el 81% obtuvo un nivel de calificación bueno con respecto a la gestión del proveedor, el 17% obtuvo un nivel de calificación medio y solo un 2% obtuvo un nivel de calificación bajo.

Además, se realizó el proceso de selección y adjudicación del portal de contratación de la CCB, con el cual se busca que para marzo de 2022 se encuentre en productivo, lo que permitirá automatizar los procesos de contratación, certificaciones y registro de proveedores, de forma tal que sean más expeditos y permita mayor control.

Se gestionaron 76 convocatorias (22 públicas y 54 privadas), de las cuales se culminaron y adjudicaron 64, generando 87 contratos nuevos celebrados. De las 12 convocatorias restantes se encuentran 5 en curso y 7 fueron declaradas desiertas. Vale la pena resaltar que en el 92% de las convocatorias públicas y privadas se incluyeron criterios calificables de sostenibilidad. Adicionalmente, se crearon 1.248 contratos, de los cuales se firmaron 1.128 al 31 de diciembre de 2021 y 120 que se encuentran en proceso de firmas. Se elaboraron 456 actas de modificación a contrataciones en curso y 501 actas de liquidación. Se realizaron 56 sesiones del comité asesor de contratación, en las cuales se trataron 624 temas.

En cumplimiento de lo establecido en las Resoluciones No. 6289 de 2011 y 6645 de 2012, y la modificación a la Resolución Orgánica 7350 del 29 de noviembre del 2013, expedidas por la Contraloría General de la República, se han enviado oportunamente 12 informes, en los cuales se incluyó el consolidado de las contrataciones gestionadas en cada período, con recursos de origen público; y de lo establecido en la Ley 1712 de 2014, se han publicado en el SECOP 689 contratos y 505 actas de modificación y liquidación con recursos de origen público.

## 5. Recursos Humanos

### **Balance vida, trabajo y productividad**

El bienestar integral de los/as colaboradores/as es una prioridad, para lo cual se logró la identificación de elementos clave que se deben fortalecer en la cultura, permitiendo establecer planes de acción que generan compromisos en el logro de la estrategia, la mejora del ambiente laboral y el liderazgo efectivo.

De otra parte, se realizó un reconocimiento a equipos destacados por balance vida trabajo, percepción de cultura productiva, cumplimiento de objetivos estratégicos y reporte de productividad, en total 107 personas; a través de la plataforma de reconocimiento se otorgaron 1.123 insignias entre compañeros/as de trabajo; y en las iniciativas Balance, los/as colaboradores/as participaron así: 613 en trabajo en casa; 905 en alternancia y horario flexible; 6 en Paternidad Extendida; 575 permisos por cumpleaños; 526 días de la familia, entre otros.

Se realizó la encuesta de Ranking Par para la participación en Aequales, la cual busca identificar variaciones en la equidad de género y sesgos de género; se cumplió en un 90% con el plan de trabajo planteado en el Comité de Diversidad y Equidad y se realizaron 7 reuniones para coordinar las acciones en las mesas de trabajo. En esta línea se desarrollaron actividades enfocadas al protocolo de acoso sexual laboral, beneficios para la comunidad LGBTQ+, prácticas en la entrevista de selección para evitar sesgos de género, mentoría de género, entre otros.

En lo que se refiere al Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo – SG-SST, se desarrolló la elección del comité de Convivencia para el periodo 2021 - 2023, reinducción al SG-SST a 742 personas, la actualización y publicación de la política de SG-SST, la inspección de riesgos a las diferentes sedes y centros empresariales, la capacitación para brigadistas de emergencia y coordinadores de evacuación, capacitación a los abogados de contratación en la actualización del manual del SST para contratistas y se realizaron consultas psicológicas a 65 colaboradores/as.

Con el fin de proteger la salud de nuestros colaboradores/as, contratistas y sus familias, la CCB se unió al programa de vacunación a empresas privadas liderada por la ANDI vacunando entre julio y agosto, con la colaboración de Colsubsidio, a 1.055 personas de la entidad, se realizaron 1.002 llamadas de seguimiento a casos sospechosos y positivos de COVID-19. Durante el período de pandemia se han reportado 255 casos positivos, informados a Bogotá Cuidadora.

En cuanto al Acoso Sexual Laboral-ASL se estableció la Política ASL, el protocolo respectivo, el canal de denuncia a través del correo electrónico [ceroacososexual@ccb.org.co](mailto:ceroacososexual@ccb.org.co) y el nombramiento del comité para atender los casos generados.

### **Administración del talento humano**

Durante el año se efectuaron 624 contrataciones, 74 a término indefinido, 112 a término fijo, y 29 contratos de aprendizaje, además de la coordinación de 409 contrataciones de personal a través de la empresa de servicios temporales. Para los/as nuevos/as colaboradores/as se desarrolló la inducción corporativa de manera virtual, la cual continua con una calificación en los niveles “Muy satisfecho”.

Por otra parte, se realizaron ajustes a la estructura organizacional rediseñando 5 líneas de trabajo; se sigue surtiendo acompañamiento a los/as colaboradores/as que cumplen con los requisitos para obtener su pensión de jubilación.

### **Desarrollo del talento humano**

En temas de formación se generaron 605 acciones (382 cursos con certificación internacional, 207 capacitaciones externas y 16 internas y a la medida). El 98% de las solicitudes se gestionan en la modalidad virtual, el 75% obedecen al plan de formación solicitado por las líneas y el 25% al interés propio del funcionario. Los temas obedecen principalmente al core del negocio, equivalentes al 70% de las acciones asignadas, el 16% al desarrollo profesional, el 12% al desarrollo de competencias, y el 2% a otros temas institucionales.

Respecto al desarrollo de los/as colaboradores/as, se generaron 218 oportunidades internas (186 encargos y 32 promociones directas); por su parte, para el periodo de prueba se realizaron 71 evaluaciones, con promedio 93/100, lo que demuestra un proceso de selección acorde a las necesidades de la organización, así como de inducción y adaptación al cargo, se han realizado 69 planes de inducción, de los cuales 50 se han finalizado, con un promedio de calificación 4,65/5.

Se ha realizado un trabajo de acompañamiento en la actualización de 173 descripciones de cargo; se adelantaron planes de desarrollo individual a 22 colaboradores para mejorar su desempeño; se inició un proceso de formación de liderazgo dirigido a todos los miembros del comité directivo de la CCB.

De la misma forma se construyó la metodología de “Mapeo de Talento” que es una herramienta de gestión y planificación estratégica de las necesidades de talento humano de la CCB, que toma como insumo para su estructuración procesos e información claves como la Evaluación 360º, la Gestión del Desempeño y el Índice de Potencial.

### **6. Control interno**

En lo corrido del año, se han emitido 95 informes de auditoría, de los cuales, 29 corresponden a filiales, tanto de seguimientos a observaciones emitidas en años anteriores como a auditoría de procesos, 23 están relacionados con auditoría a procesos CCB, 39 seguimientos a planes de acción CCB y 6 informes de excepción para la CCB. Se generaron para la CCB 96 hallazgos y 49 recomendaciones, de los cuales, 26 son de severidad alta, 19 permanecen abiertos. Para todas las observaciones realizadas, los dueños de proceso formularon planes de acción que están sujetos a revisión de la eficacia por parte de la Contraloría Interna.

Se acompañó al Centro de Arbitraje y Conciliación en el proceso de sorteo de árbitros; y se coordinaron las auditorías externas de sistemas de gestión de calidad, sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, hacking ético a servicios en línea para registros públicos y análisis de segregación de funciones en SAP.

## FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL

Los Estados Financieros de la Cámara de Comercio de Bogotá reflejan la permanente solidez financiera de la Entidad al mantener una excelente capacidad de pago, mínimos índices de endeudamiento y una alta calidad en sus activos como resultado de una prudente y diligente gestión financiera y administrativa.

Durante el año 2021, los Activos Totales alcanzaron la suma de \$1.475.843 millones. Dentro de su composición se destacan, las Inversiones en subordinadas con el 47% (\$695.186 millones); la Propiedad, planta y equipo, representan el 22% (\$327.728 millones), los otros activos financieros corrientes, representan el 18% (\$268.539 millones); el Efectivo y los rubros equivalentes al efectivo, representan el 7% (\$101.406 millones) y los otros ítems que componen el Activo, un 6% (\$82.985 millones).

Los pasivos totales de la Entidad se situaron al cierre del 2021 en \$75.879 millones, equivalentes a sólo el 5,1% del valor total de los Activos. Los Pasivos corrientes suman \$67.749 millones, que comparados con el valor de los Activos Corrientes por \$388.356 millones, dan una cobertura de 5,7 veces su valor, lo que demuestra la solidez financiera de la Institución.

A su vez, los pasivos están conformados por las cuentas por pagar tanto comerciales y otras cuentas por pagar con una participación del 67% (\$51.031 millones), que contienen el recaudo del impuesto de registro por \$13.338 millones al mes de diciembre de 2021, las cuentas por pagar a proveedores por \$18.152 millones, cuentas por pagar a empleados por \$9.051, como otros impuestos recaudados y los aportes a la seguridad social. En orden de participación le siguen otros pasivos financieros con un 10% (\$7.586 millones), las provisiones por beneficios a los empleados con un 12% (\$9.327 millones) y recursos administrados por convenios de cooperación y otros recursos de terceros del 10% (\$7.743 millones).

El Patrimonio de la Entidad se ubica en \$1.399.964 millones, presentando un incremento del 4% (52.447 millones) con respecto al 2020, producto de la disminución de Fondo Social por \$28.663 millones, se constituyeron reservas por valor de \$64.898 millones y las operaciones de la entidad generaron excedentes por \$57.378 millones.

Producto del portafolio de servicios que brinda la Cámara a los diferentes empresarios de Bogotá, permitieron que para el cierre del año 2021 los ingresos de la Entidad se ubicaran en \$298.223 millones, creciendo un 6,02% con respecto al año 2020.

La ejecución de los diferentes proyectos y programas estratégicos planeados para el año 2021, orientados a la reactivación empresarial de Bogotá y la región; así como, los diferentes gastos relacionados al cumplimiento eficiente de las funciones delegadas como el cumplimiento del plan estratégico de la Entidad, llevaron a que los gastos durante el año 2021 se ubicarán en \$239.417 millones, creciendo el 17,59% con respecto al año 2020.

Como resultado de los ingresos generados menos la ejecución eficiente de los gastos de los diferentes proyectos estratégicos en favor de los empresarios, la Entidad obtuvo un excedente de \$57.378 millones. Dichos excedentes serán reinvertidos para financiar los proyectos asociados al mejoramiento de las funciones delegadas y a los proyectos estratégicos de la institución, en beneficio de los empresarios y la comunidad de nuestra Bogotá – Región.

## **Acontecimientos Importantes Después del Ejercicio**

Entre la fecha de presentación a la Junta Directiva y el 31 de diciembre del 2021 no hubo ningún evento importante para ser reflejado en este informe.

### **Evolución Previsible**

La Cámara de Comercio de Bogotá continuará ejecutando el plan estratégico de acuerdo con las decisiones de la Junta Directiva y el respectivo presupuesto aprobado para tal fin.

### **Operaciones con miembros de la Junta Directiva**

Durante el ejercicio 2021 no se realizaron operaciones con los miembros de la Junta Directiva o los administradores de la Cámara.

### **Cumplimiento de las Normas sobre Propiedad Intelectual**

La Cámara de Comercio de Bogotá, a través de la Vicepresidencia de Tecnología, ha dado cabal cumplimiento con lo establecido en el artículo 47 de la Ley 222 de 1995, modificado por el artículo 1° de la Ley 603 de 2002; normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

### **Cumplimiento con la Libre circulación de Facturas**

La Cámara de Comercio de Bogotá, deja constancia que dio cumplimiento con lo establecido en los parágrafos 1° y 2° del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, adicionados al artículo 7° de la Ley 1231 de 2008. Toda vez que durante el ejercicio del 2021 no efectuó o promovió alguna acción o acto que entorpeciera la libre circulación de facturas emitidas por los vendedores o proveedores de la entidad.



Cámara  
de Comercio  
de Bogotá